

nehmen, die obendrein an Oberflächlichkeit kaum überboten werden können! Diesen und ähnlich gearteten Schlußfolgerungen, vermittelt derer die „Unvermeidbarkeit des Krieges“ erhärtet werden soll, ist nur durch planvolle Aufklärungsarbeit beizukommen. Daß es sich dabei um eine Bildungs- — oder besser: eine Erziehungsfrage handelt, ist leicht genug zu erkennen. **Erziehung der Menschheit zum Frieden: Durch Werbung gegen den Krieg.** Erziehung vor allem der Heranwachsenden! Ach, was ließe sich erreichen, wenn die Schulen der Völker ihre wichtigste Sendung darin sähen, Menschenkinder als Friedens-träger heranzuziehen! Wolkenkuckucksheimerei? Verkennung der harten Realitäten?... Wann werden diese billigen Ausflüchte ihre Wirkungskraft verloren haben? Eines ist gewiß: Je länger man damit wartet, systematisch die Menschheit von unten herauf neu aufzubauen — aufzubauen im Glauben an die Ueberlegenheit des Guten! — desto mehr schwindet die Aussicht, daß es überhaupt noch einen Wert hat, solch ein Erneuerungswerk zu beginnen.

Von welcher Seite her der Aufgabenkreis entschlossener Friedenspropaganda betrachtet werden mag, immer wird man finden, daß nur ins Breite, ja, ins Breiteste gehende Werbung frommen kann. Die Massen gilt es zu erfassen. Ihnen muß zum Bewußtsein gebracht werden, daß sie alles verlieren, wenn ihnen der Friede entgleitet. Wenn eine Massenpsychose der Kriegsbegeisterung möglich ist, — ist es nicht die vornehmste und zugleich vorteilhafteste Mission neuzeitlicher Propagandakunst, die Menschen mit Friedensenthusiasmus zu erfüllen, der in Mut und Tapferkeit eines unbeugsamen Friedenswillens seinen Niederschlag findet. Die besten werblichen Köpfe erfordert dieser Auftrag — die besten und die freudigsten! Fürwahr, die Gründung einer großen mächtigen, über alle Länder sich ausbreitenden „Vereinigung zur Propagierung des Friedens in Wort und Bild“, von der im letzten Heft der „Gebrauchsgraphik“ die Rede war, kann nicht lebhaft und dankbar genug begrüßt werden. Ein guter Schritt war es, der Jean Carlu zu Frenzel führte! Mag dem so mutig und begeistert aufgegriffenen Gedanken voller Erfolg beschieden sein! Hier finden alle Werbeleute, die nicht Entschwundenem nachtrauern, die nicht glauben, daß Kanonen der Weisheit letzter Schluß seien, die sich zutrauen, an der Meisterung der Völker-

guardian of true civilisation, to take refuge in such arguments which moreover could hardly be more superficial. Such arguments and all similar reasoning designed to prove the “inevitability of war” can only be met by a well-planned and systematic campaign of enlightenment. It is easy enough to see that this is a question of culture — or rather of education. Humanity must be educated to peace: by means of propaganda against war. Above all the young generation must be educated! What could we not achieve if the schools of the peoples would recognize it as their highest duty to train the children of humanity to become bearers of the banner of peace! Castles in the air? Failure to recognize the naked realities of life?... When will these cheap evasions have lost their argumentative power? One thing is certain: the longer we delay the systematic building-up of humanity from its very foundations — building it up to believe in the superiority of the good — the less chance there is that such a work of rejuvenation will be in time to do any good.

From whatever aspect we regard the tasks lying before determined propagandists of peace, we shall always come to the same result — that only a wide scheme of propaganda, indeed propaganda in its widest sense, can serve any purpose. We must capture the broad masses. They must be brought to realize that if they lose peace, they lose everything. If it be possible to create a mass psychose of war enthusiasm — is it not the noblest and at the same time the most advantageous mission of modern propagandistic art to inspire humanity with a like enthusiasm for peace which shall find expression in the courage and daring of an indomitable will to peace? This mission demands the best intellects to be had among propagandists — the best and those who put their heart in their work. Verily, the foundation of a great and powerful organisation, embracing all countries such as the “Society for the Promotion of Peace in Prose and Picture” as it was described in the last number of “International Advertising Art” cannot be too heartily and gratefully welcomed. It was a happy star which guided Jean Carlu to Frenzel! May the idea caught up with such courage and enthusiasm be crowned with success! Here all advertising men who have not one foot in the past, who do not believe that the cannon's roar is the last word of wisdom, who do believe in their own power to work at the mastering of the