

### Humor des Auslandes

Käufer: „Die Zigarre, die Sie mir verkauften, ist schrecklich!“

Verkäufer: „Sie brauchen sich wirklich nicht zu beklagen; Sie haben nur eine, ich habe Tausende von diesem Teufelszeug!“

\* (Judge)

„Du verkehrst also nicht mehr mit Emil?“

„Nein, er lacht bei allem, was ich auch sagen mag!“

„Ja, ich weiß, er lacht über die blödsinnigsten Sachen!“ (Tit-Bits)

(Aus den „Lustigen Blättern“)

### Rieche gut!

In den illustrierten Zeitungen Europas und Amerikas nehmen die Inserate der kosmetischen Industrie einen unverhältnismäßig breiten Raum ein. Trotz beklagter, allgemeiner Kaufunlust und scheinbar allgemeinen Kaufunvermögens werden Kosmetika immer noch ungeheuer stark gekauft und daher noch immer stark angeboten.

Zahnpasten und Mundwässer sind es, Cremes und Hautöle, Puderquasten und Parfüms, Haarfarbe- und Enthaarungsmittel, die mit ihren süßen Bildern ganz-, halb- und achtelseitig aus den Illustrierten locken. Aus den deutschen Bilderzeitungen ganz besonders lachen blendend weiße Zähne in liebreizendem Mädchenmund, leuchten Rücken junger Frauen.

Aus der großen Nachfrage nach Kosmetika in Deutschland und ihrer vorzüglichen Bedienung darf man den Schluß ziehen, daß die deutsche Jugend beiderlei Geschlechts auch in diesen Zeiten, wo Elend und Herabsinken auf das barbarische Niveau ungewaschener Perioden der Zivilisation jedermann umlauert, nicht gesonnen ist, in Ungepflegtheit und Schmutz zu versinken. Die Kontoristin, die Lehrerin, das Schreibmaschinenfräulein, die Verkäuferin, das Ladenmädchen, an die sich die Ankündigungen der unterschiedlichen Seifensieder mit Erfolg wenden, gehören zur Masse des Volkes. Und diese Massen in den Ländern der Krise haben viel weniger in die Rückkehr zur Dürftigkeit und Duftlosigkeit eingewilligt als ein um seine Kapitalsreste bangendes Großbürgertum.

Der Massenverbrauch von Antischweißstoffen, einst ein Gradmesser der Kultur, ist heute ein Zeichen dafür, daß sich die Menschheit jenen Standard an Körperpflege, den sie einmal errungen hat, nicht mehr entreißen läßt. Die Massen willigen leichter in den Hunger als in den Schmutz. Sie denken nicht daran, sich aufzugeben. Dies überlassen sie den sinkenden Völkern.

Dieses Festhalten der Jugend eines von Wohnungselend und Verdienstunsicherheit heimgesuchten Volkes an qualifizierter Reinlichkeit ist die Unverwüstlichkeit des deutschen Willens zur Kultur, die in aller Unlust und Schwarzmalerei die Überwindung der schwersten Schicksalsprüfungen gewährleistet. Die unentwegten Käufer von Chlorodont und Palmolive, die dergleichen oft mit ihren letzten Groschen erstehen, sie, die Vielen, und nicht die wenigen Besitzenden sind die Nation. Sie sind die statischen Elemente der Bevölkerung. An ihrem Gehaben und Denken ist die Zukunft abzulesen. „Sie bleiben stehn!“ Sie bleiben auch, wenn Regierungssysteme wechseln. Und sie wissen aus sich heraus, ob sich in der Hauptsache für sie und überhaupt in der Welt viel ändern kann. Wenn sie diese Welt, wie sie dasteht, bejahen, sich für sie putzen und seifen, so wird sie bleiben, was sie gewesen ist. Sauber und blitzenden Auges fliegen sie Sonntags aus.

Wenn die Jugend des deutschen Volkes Kosmetik treibt, befriedigt sie kein Luxusbedürfnis, sie rebelliert bloß gegen die Gefahr der Verwilderung. Sie bleibt gewaschen und duftig, auch wenn die mageren Jahre noch so würgen.