

ständen zehn Worte mit einem Blick umfassen können, wenn man sie ihm nur lebhaft vor Augen führt.

Viel wichtiger ist es, was viele Psychologen übersehen haben, daß eine Überschrift unbedingt auf die Neugierde, diese mächtige Triebfeder unseres Handelns, wirken muß. Irgend einmal wird sie auch jemanden, der für gewöhnlich keine Anzeigen liest, doch dazu veranlassen.

Deshalb muß an jeder Überschrift irgend etwas Besonderes sein. Propaganda ist Verkaufen, und Verkaufen erfordert vor allem wohlwollende Aufmerksamkeit. Die kann auch durch Äußerlichkeiten erregt werden:

Sage ich „Wasche Wäsche weißer!“ — so werden nur wenige eine solche Ermahnung — trotz ihrer Alliteration — beachten. Ordne ich dieselben Worte aber so an:

Wasche
äsche!
eißiger!

so wird jedermann stußen, noch einmal hinsehen, lesen und sich daran erinnern.

Wenn Sie die Sache wissenschaftlich betreiben wollen, so halten Sie sich vor Augen, daß die vier Grundgesetze des Erinnerns: Aufmerksamkeit, Wiederholung, Ideenverbindung und Vorstellung sind. Ist eine Überschrift originell — wird sie häufig wiederholt — stellt sie eine Ideenverbindung mit irgend etwas her, das im Erfahrungsgebiet des Lesers liegt — ruft sie ihm ein besonderes Bild oder eine besondere Person ins Ge-

dächtnis, dann wird er sich vermutlich oft an die Überschrift erinnern.

Die meisten vielgelesenen Novellen und Romane bestehen zum größten Teil aus Konversation. Daher ergibt irgendein Satz aus einem Gespräch oft eine gute Überschrift.

So zum Beispiel:

„Mein Gatte bevorzugt Rosa, sagt Mrs. Budd.“

„Unter uns gesagt, sprach der Geschäftsführer . . .“

Schlagzeilen müssen zeitgemäß sein. Sie müssen Interesse an einer Neuigkeit erwecken, aber nur, wenn die Ware, auf die sie hinweisen, wirklich begehrt wird. Eine Überschrift die das Auge nur fesselt, um den Leser zu narren, schadet mehr als sie nützt.

Schlagzeilen müssen für verschiedene Zeitschriften verschieden, deren Leserkreis angemessen gewählt werden. Es ist ein Fehler, mit dem gleichen Köder Forellen und Aale fangen zu wollen. Nur hin und wieder, aber nicht allzuoft, wird eine Überschrift erfunden, die Anziehungskraft für jedermann hat.

Eine Überschrift kann ein Motto sein, wie z. B. „Das ganze Jahr in Jägerwolle“, sie kann ein Scherz oder ein Epigramm sein. Nur muß sie immer das Auge des indifferenten Leser fesseln und ihn überreden, weiterzulesen, sie muß die Türe öffnen und eine Hand zum freundlichen Willkommen entgegenstrecken.

Wer am Ende eines langen, talentreichen Lebens als Propagandist ehrlich sagen kann, daß er zehn außerordentliche Schlagzeilen geschaffen hat, hat sich seinen Ehrenplatz in dieser Welt des Dilettantismus wohl verdient.

(Fortsetzung folgt)

Zwangssozialversicherung des Handwerks

Seit Jahren wird immer wieder der Versuch gemacht, auch das selbständige Handwerk in eine Zwangssozial-Altersversicherung einzubeziehen. Der Reichsverband des Deutschen Handwerks und der Handwerks- und Gewerkekammertag haben sich allerdings auf ihren Tagungen stets dagegen ausgesprochen. Auch wir sind der Überzeugung, daß dem Handwerk mit einer zwangsmäßigen Versicherung nicht gedient wäre. Unsere ganze politische Einstellung läuft immer mehr darauf hinaus, jeden Bürger zu einem abhängigen Angestellten zu machen und ihn zu zwingen, das zu tun, was eigentlich selbstverständlich und eigene Pflicht ist. Die Folgen dieser ganzen Politik sehen wir sehr deutlich sich bemerkbar machen. Immer weitere Kreise werden in die Versicherung einbezogen und dabei abhängig gemacht. Als Vertreter dieser Kreise werden die Linksparteien angesehen, die dadurch einen immer größeren Anhängerkreis gewinnen und in den anderen bürgerlichen Parteien macht sich dieser Entschluß ihrer Wählergruppen immer stärker bemerkbar. Die Folge davon ist eine unglückliche Wirtschaftspolitik, die uns nicht zur Ruhe kommen läßt. Auch dem Handwerk wäre sicher mit einer zwangsweisen Versicherung nicht gedient, denn dadurch würde das Handwerk dazu beitragen, daß wiederum ein neuer ungeheurer Beamtenapparat entsteht, der natürlich leben und möglichst gut leben will. Zunächst hätte die Versicherung die Folge, daß jeder einzelne mit verhältnismäßig hohen Beiträgen belastet wird, die in einem nicht richtigen Verhältnis zu den Leistungen stehen würden. So würde das Handwerk nur dazu beitragen, einer ganzen Klasse neu geschaffener

Beamten ihre Zukunft zu sichern und erst in zweiter Linie käme die Sicherung der Zukunft des Handwerks in Frage.

Damit wollen wir nun nicht sagen, daß es nicht wünschenswert wäre, wenn dem Handwerker Gelegenheit gegeben würde, seine Zukunft zu sichern. Das kann nach unserer Überzeugung heute bereits geschehen, wenn der Wille zu dieser selbstverständlichen Pflicht vorhanden ist. Die Grundlagen für eine derartige Sicherstellung des Handwerks sind auch heute schon da, sie könnten vielleicht in besserer Weise noch durch eine Ergänzung unserer Gesetzgebung gefördert werden. Was dem Handwerk fehlt, ist nach unserer Überzeugung die Einsicht, daß es nicht nur ein Recht hat zu leben, sondern auch für seine Zukunft zu sorgen, daß das vielfach nicht möglich und meistens Schuld der Handwerker selbst ist, der in gegenseitiger Mißgunst sich seine Zukunftssicherung zerstört, indem er zu Schleuderpreisen arbeitet oder sonst seine Interessen nicht in der richtigen Weise und im richtigen Zusammenwirken wahr.

Die Handwerkskammer Erfurt hat unter ihren Vorstandsmitgliedern eine Umfrage veranstaltet, um die Meinungen dieser Herren zu einer Alters-, Invaliden- und Hinterbliebenenversicherung des selbständigen Handwerks kennenzulernen. Das so gewonnene Material ist an den Handwerks- und Gewerkekammertag weitergegeben. Herr Oswald Firl (Erfurt), als Vorstandsmitglied der Erfurter Kammer, hat sich ausführlich zu dieser Frage geäußert.

Da es sich um eine wichtige Frage des gesamten Handwerks handelt, glaubten wir auch unseren Lesern einen Dienst zu tun, wenn wir diese Ausführungen nachstehend veröffentlichen. Verpflichtet hielten wir uns allerdings, unsere etwas abweichende Ansicht in den

Kleine Anzeigen, Gehilfengesuche, Reparaturanzeigen, Gelegenheitskäufe usw. gehören **in die UHRMACHERKUNST**