

Gerade das Gegenteil ist richtig! Es gibt keinen Teil des deutschen Reiches, der deutscher wäre, im Denken, Handeln und in der Kultur als Breslau und Schlesien, und es gibt wohl nirgends in diesen Punkten eine größere Kluft als an der Grenze zwischen Schlesien und dem alten Polen. (Nicht dem neuen Polen deutscher Kultur und deutscher oder deutscherzogener Bevölkerung, welches dem Deutschen Reiche entrissen worden ist.)

Ich habe als junger Mensch Schlesien und die Ostprovinzen geschäftlich bereist, und habe später fast unser ganzes Deutschland, einen beträchtlichen Teil der alten und auch einen kleinen Teil der neuen Welt kennen gelernt, und kann ruhig behaupten, daß Schlesien in keiner Beziehung einen Vergleich zu scheuen braucht. Dörfer und Städte, selbst solche, deren Namen polnisch klingen, können sich bezüglich Anlage und Sauberkeit mit manchem Orte vergleichen, der in der öffentlichen Meinung ganz Deutschlands im besten Rufe steht.

Die österreichische Kaiserin Maria Theresia wußte schon, was sie tat, als sie um Schlesien weinte, als den schönsten Edelstein, den die Krone Oesterreichs verloren habe. Ob man über Grünberg oder Liegnitz durch die Ebene nach Breslau fährt, oder ob man von Görlitz aus über Hirschberg am Gebirge entlang nach diesem Ziele eilt, immer ist man überrascht von den sorgfältig bebauten, üppig grünen Fluren, dem lieblichen Gelände und den auffallend schmucken Dörfern mit ihren roten Ziegeldächern, den sauberen, geschäftigen Städten, die den Markt und Hauptgeschäftsplatz, Ring genannt, meist mit dem Rathaus in der Mitte, als Mittelpunkt haben.

Von Breslau will ich zunächst nur das eine sagen: So viele Reisende ich auch getroffen habe, alle erklärten mir, daß sie „Zu gern“ in Breslau seien. Von Leuten, die täglich anderes sehen und geboten bekommen, ist das sicher keine schlechte Empfehlung für den Besuch des Zentralverbandstages.

Schlesien mit wohl 6 Millionen Bewohnern ist zum größten Teile ebenes Land, in seinen Grenzen wie ein Eichenblatt geformt, und wie die Blattrippen eines solchen von der Oder in seiner ganzen Länge und ihren Nebenflüssen in der Breite durchströmt. Seine südliche Grenze wird durch zu Höhen von 1000 bis 1600 m ansteigende Gebirge gebildet, die in den Gipfeln zum Teil alpinen Charakters, in ihren Hängen und Tälern nadelwaldbedeckt und von unvergleichlicher Lieblichkeit sind. Heilbäder von Weltruf, wie Flinsberg, Warmbrunn, Salzbrunn, Reinerz, Kudowa, Landeck, Altheide und andere, sowie die in den Tälern ge-

legenen Sommerfrischen füllen sich alljährlich mit Aber-tausenden von Fremden, die dort Heilung und Erholung suchen und finden. Die Wintersportplätze Krummhübel und Schreiberhau seien bei dieser Gelegenheit genannt.

Breslau ist die etwa 600000 Einwohner zählende Hauptstadt dieser in jeder Hinsicht gesegneten Provinz und liegt an beiden Ufern der Oder, deren Hauptschiffahrtsweg vor einigen Jahren in weitem Bogen um die Stadt geführt worden ist.

Schöne städtische Parks (der Scheitniger Park, der Südpark), eine rund um die Stadt gehende Anlage (an Stelle der ehemaligen Festungswälle), begleitet von breiten, belebten Wasserflächen (dem ehemaligen Stadtgraben) und die Oder mit ihren hübschen Uferscenerien (Dominsel) werden jeden Freund schöner gärtnerischer Anlagen in einem Stadtbilde befriedigen. In der Stadt selbst wird der Ring mit dem berühmten Rathause, von dem nach allen Richtungen Hauptgeschäftsstraßen abgehen, der daran gelegene Blücherplatz mit dem Blücherdenkmal, ferner die Schweidnitzer Straße, als die eleganteste Geschäftsstraße, das Interesse besonders beanspruchen. An der Kreuzung dieser Straße mit der bereits erwähnten Promenade bemerkt man das Stadttheater, dahinter den Paradeplatz mit dem ehemals königlichen Schloß; auf der anderen Seite erblickt man den Aussichtsturm der Liebigshöhe und das Kaiser-Wilhelm-Denkmal, geradeaus in der Straßenrichtung das Denkmal Tauentziens, der als Verteidiger Breslaus eine besondere Rolle in ihrer Geschichte spielt. Manches ließe sich noch schildern — insbesondere das, was Breslau so gemütlich macht —, aber das mag der Kollege, der den Zentralverbandstag besucht, selbst entdecken.

Nicht weit von den Toren der Stadt ragt der leicht zu besteigende Zobten, 700 m hoch, als Einzelgebirgsblock aus der Ebene, mit seiner Rundschau über die ganze Gebirgskette vom Altwater-, bis zum Riesen- und Isergebirge und über die lachenden Fluren der Ebene mit ihren Dörfern und Städten. Wer ein bißchen mit dem Dampfer fahren will, hat reichlich auf der Oder Gelegenheit.

Jedenfalls sollte auch der weit entfernt wohnende Kollege, der es ermöglichen kann, Breslau in diesem Jahre aufzusuchen, seine Sommerreise eventuell auf das Gebirge ausdehnen, um sein Urteil über einen wesentlichen Teil Deutschlands richtig einzustellen, was seinen Blick erweitern, die Sammlung angenehmer Erinnerungen vergrößern und der Wertschätzung seines Vaterlandes zugute kommen würde. Darum:

„Auf nach Breslau!“

Gute und schlechte Anzeigentexte

Von Werbeanwalt Willi Hanns Hebsacker (Tübingen).

Das geltende Recht — BGB. §§ 823, 824, StGB. §§ 186 bis 188, Ges. geg. d. unl. Wettb. §§ 14, 15 — gewährt Schutz gegen Beleidigung, Herabwürdigung in der öffentlichen Meinung, Kreditschädigung, Anschwärzung von Waren und gewerblichen Leistungen.

Jede Reklame, die aggressive Formen gegenüber der Konkurrenz annimmt, birgt daher die Gefahr von Konflikten mit dem Gesetz in sich. Offenkundige, strafbare Verfehlungen auf diesem Gebiete werden in einem gut geleiteten Hause wohl kaum vorkommen. Aber mit der bloßen Einhaltung der zitierten Bestimmungen ist es noch nicht getan: jenseits der Gesetzesparagrafen gibt es noch einen Kodex des guten Geschmacks, gegen den zu verstoßen nicht minder bedenklich ist.

Die wirtschaftliche Entwicklung des letzten Jahrzehnts, insbesondere im Krieg und in der Inflation, hat eine große Anzahl bislang unbekannter Firmen in die Erscheinung

treten lassen, während alte, einst führende Häuser in den Hintergrund gedrängt worden sind. Viele dieser neuen Unternehmungen, vor allem in der Markenartikelbranche, haben ihre bedeutenden Erfolge ausschließlich ihrer großzügigen Reklame zu verdanken.

Menschlich begreiflich ist es, daß die vom Glück weniger Begünstigten mit scheelen Augen auf die so rasch Großgewordenen blicken. Verständlich ist es auch, daß sie den Vorsprung, den jene gewonnen haben, auszugleichen versuchen und mit allen Mitteln bestrebt sind, ihre frühere führende Stellung wieder zurückzuerobieren.

Die psychologische Wurzel dieser Bemühungen ist der Neid, der wohl zu unterscheiden ist von dem einem gesunden Egoismus entspringenden Ehrgeiz, der sich selbst und die eigenen Leistungen behaupten will. Letzteres Motiv liegt mehr oder minder allen Maßnahmen im Wettstreit der Persönlichkeiten und Erzeugnisse zugrunde und kann auch in