

Bernunft fängt wieder an zu sprechen.

Aus Amsterdam schreibt man uns: Auch in der bürgerlichen Presse Frankreichs beginnt die Besinnung zu schimmern. Man darf sie freilich nicht dort suchen, wo die Routiniers des Leitartikels Fieberhitzige vortäuschen, noch auch in den schauenden Krasimeiereien akademischer Kompetenzen und Impotenzen. Aber sie wagt sich wieder hervor in den Neußerungen erfahrener Geschäftsleute, die verärgert sehen und es auch schon auszusprechen riskieren, daß all das tobende Drohen mit ewiger Todfeindschaft, womit die zu Hause gebliebenen Zeilenmairailleure den Landsleuten an der Front sekundieren, doch gar keinen Sinn habe, da es nun in der bürgerlichen Prostitution einmal so eingerichtet ist, daß man vom Schimpfen, vom Umbringen, ja nicht einmal von Kriegslieferungen ewig leben kann. Die Vernunft beginnt also in den crassen Zeitungen still wieder einzuziehen und wenn sie auch vorläufig aus Hinterhaus beschränkt ist, so ist es schon etwas, daß sie überhaupt unterkommt. Im „Temps“ vom 15. d. finden wir die Zuschrift eines Herrn Petitcollin, die gegen einen am 10. Dezember 1914 erschienenen Artikel über die obligatorischen Ursprungszeichen für deutsche und österreichische Erzeugnisse polemisiert. Wenn man diese Zuschrift liest, merkt man den beruhigenden Einfluß, den fünf weitere Kriegswochen auf das von lautmännischen Erwägungen beherrschte Denken ausgeübt haben. Herr Petitcollin setzt zunächst auseinander, wie schwierig, unübersteigbar schwierig die Durchführung aller allgemeinen Bestimmungen über Ursprungsmarken ist, und fährt dann fort: „Abgesehen von anderen bedauerlichen Wirkungen wäre ein solches Gesetz ein Mittel gewaltiger und unentgeltlicher Reklame für Deutschland. Welches sind die Ursachen des Einstromens und der so großen Verbreitung deutscher Erzeugnisse in Frankreich und auf der ganzen Welt? Sie sind zahlreich — die Methode, die Zähigkeit, der Kredit, der unermüdliche Eifer ihrer Reisenden, die Hilfe der öffentlichen Gewalten, eine materielle und moralische Unterstützung durch die Regierung. Haben wir aber den Mut, zu denken und zu sagen, daß viele österreichische und deutsche Erzeugnisse von guter Qualität sind? Wir haben nie den Geschmack der Wiener bestritten und der Scherz mit dem „billig und schlecht“ (im Originaltext deutsch. D. Red.), der ehemals die Produkte von jenseits des Rheins kennzeichnen sollte, ist nicht mehr am Plage. Wir werden nicht immer im Kriege miteinander sein und nach geschlossenem Frieden werden sich die Erregungen und Sorgen gefühle beruhigen. Die Sorge für die Interessen, die Befriedigung der Wünsche, das sehr große Freiheitsbedürfnis des Käufers und Verkäufers werden die Suche nach vorteilhaften und notwendigen Objekten unvermeidlich machen. Oft hat der französische Händler, der seiner Kundschaft deutsche Artikel anbietet, sie zu dieser Ehre erst nach einer strengen Prüfung und nach fruchtloser Nachforschung in Frankreich zugelassen. Eben dadurch ist der Gegenstand notwendig, verkäuflich, erwünscht geworden. Warum also dem Fabrikanten durch Vorschritt eines Ursprungszeichens Reklame machen? Wir können annehmen, daß die deutschen Fabrikanten den starken Wunsch haben, sich nicht zu verstecken, sondern zu zeigen. Helfen wir ihnen dabei nicht!“

Der „Temps“ ist noch nicht so weit, dem Einsender beizupflichten, meint vielmehr, die antideutschen Gefühle würden nach dem Kriege fortdauern und das Publikum vom Kauf deutscher Waren abhalten. Interessanter als seine Meinung ist aber jedenfalls die ruhige, furchtlose Sachlichkeit, womit Herr Petitcollin die Frage angefaßt hat. Man darf wohl annehmen, daß er sich dabei nicht allein weiß.