

# Allerlei Wissenswertes für September und Oktober

## Der Michaelstag (29.)

erinnert an das heidnische Septemberfest unserer Vorfahren. Dieses hatte einen doppelten Charakter, es war einerseits ein Dankfest, an dem den guten Gottheiten, insbesondere dem Odin, Tiere, sowie die Früchte des Landes zum Opfer gebracht und die nicht geopfert Tierstücke am Abend von der um die Linde versammelten Gemeinde verzehrt wurden — und ein großes Totenfest, zu dessen Begehung die absterbende Natur, das Welken der Blätter, das Fortziehen der Schwalben die Anregung gaben. Da besuchte man die Gräber, um sie mit frischem Grün zu schmücken und mit der Verstorbenen Lieblings Speisen zu belegen. Auch die ernste Seite des Festes galt in erster Linie Odin, als dem Seelenführer, dem Totengotte. Die christlichen Priester setzten an seiner Stelle den Erzengel Michael ein. Der strahlende Lichtgott, der Schlachtenlenker, Odin, verschmolz mit dem in glänzende Rüstung gehüllten himmlischen Drachentöter, der die Scharen der Engel gegen den Teufel und seine Heere führte. Auf diesen Erzengel Michael, auf dem Züge Odins übertragen worden sind, ist der deutsche Michel zurückzuführen. Die christlichen Priester taten alles, um das strahlende Bild des streitbaren Erzengels recht fest der Vorstellung des Volkes einzuprägen. Der Name Michel gewann bald große Verbreitung, und als unter Heinrich dem Vogler und sodann unter Otto I. Michaels Bild auf dem Reichsbanner die deutschen Krieger zu heiliger Begeisterung entflammt hatte, daß sie in den Schlachten bei Merseburg (933) und auf dem Lechfelde (955) die gefürchteten Ungarn vollständig schlugen, da galt Michael bei allen Völkern Europas als des deutschen Volkes mächtiger Schutzherr. Die Identifizierung von Volk und Schutzpatron

und die Bezeichnung «Deutscher Michel» für die deutsche Nationalität ergab sich darauf leicht.

## Jahrmärkte

- 1. Oktober: Ettelbrück.
- 2. „ Ufflingen.
- 3. „ Bettemburg, Clerf.
- 7. „ Niederkerschen, Grevenmacher, Hosingen, Zolver.
- 9. „ Echternach, Rambruch.
- 10. „ Niederwampach, Wilwerwiltz.
- 14. „ Luxemburg.
- 15. „ Diekirch, Remich.
- 16. „ Weiswampach.
- 17. „ Clerf, Useldingen.
- 21. „ Bettborn, Petingen, Ufflingen.
- 22. „ Esch an der Alzette.
- 28. „ Wiltz.
- 30. „ Redingen.
- 31. „ Fels.

## Kirchweihfeste

- 6. Oktober: Rodingen, Röser, Rümelingen, Befort, Mompach, Dippach, Angelsberg, Säul, Nachtmanderscheid, Harlingen, Merscheid (Wiltz).
- 13. Oktober: Hollerich, Gasperich, Cessingen, Livingen, Oberkorn, Beidweiler, Rosport, Haller, Kōrich, Göblingen, Kahler, Gras, Nospelt, Dondelingen, Linger, Lintgen, Gosseldingen, Prettingen, Nommern, Donkols, Solter.
- 20. Oktober: Fentingen, Hesperingen, Nideranven, Senningen, Walferdingen, Bereldingen, Helmsingen, Frisingen, Hüncheringen, Fenningen, Nörtzingen, Monnerich, Zolver, Eschweiler, Bruch, Weidig, Olingen, Rümelingen, Hösdorf, Roodt (Redingen), Dillingen, Grundhof, Cap-Capellen, Hagen,

Keispelt, Meispelt, Mamer, Oberkerschen, Mösdorf, Pettingen, Schronweiler, Altwies, Syren.

- 27. Oktober: Tetingen, Buschrodt, Niederpallen, Fingig, Reuland, Welfringen, Putscheid.

## BÜCHERSCHAU

**Neues Handbuch der Reklame.** Unter Mitwirkung namhafter Autoren herausgegeben von Johannes Schmiedchen DWK. Erschienen bei Reinhold Wichert, Verlagsanstalt «Soll und Haben», Berlin-Lichterfelde 1. 1929. In Ganzleinen gebunden RM. 10,—.

Dieses Buch ist voll und ganz von Praktikern geschrieben und aus der Praxis geschöpft. Johannes Schmiedchen, bekannt geworden als Gründer und langjähriger Präsident des Deutschen Werbeklubs, als Herausgeber der «Werberundschau» und als Dozent der Freien Hochschule, hat es verstanden, ein Werk zu schaffen, das den Namen eines «Handbuches der Reklame» mit vollem Recht verdient. Jeder seiner Mitarbeiter — sei es Falk, sei es Biegel, sei es Dr. Kroppeit, sei es Wüdrich, um nur wenige Namen zu nennen — ist eine Autorität auf seinem Sondergebiet und weiß dem von ihm bearbeiteten Abschnitt eine besondere Note zu geben. Schmiedchen selbst weiß aus dem Schatz seiner Erfahrung heraus — man merkt das auf jeder Zeile — das zusammenfassende Gerippe zu formen und selbst heiklen Fragen mit bemerkenswerter Offenheit zu Leibe zu gehen. Was er sagt, und wie er es sagt, machen dieses Buch zu einer Fundgrube für jeden, der sich beruflich oder «nebenher» mit Werbung und Reklame befaßt. Und besonders erfreulich ist es, daß das «Neue Handbuch der Reklame» bei einem Umfange von über 600 Seiten und mit seinen zahlreichen Abbildungen und teils sogar mehrfarbigen Abbildungen für einen so geringen Preis geliefert wird. An solchen Werken hat die Werbeliteratur tatsächlich keinen Überfluß!

Dr: S - - r.

Der neue



Er leistet

was ein Luxuswagen leistet, kostet aber nur den Preis eines Gebrauchswagens

Distributeur Officiel direct:

**LUXEMBOURG MOTOR COMPANY**

Garage: Route de Longwy  
Salon d'Exposition: Place de Paris

