

DÜRER



BUND

46. FLUGSCHRIFT ZUR ÄSTHETISCHEN KULTUR

Was will der Dürerbund? Eine gesunde Kultur, deren Erscheinung wahr, klar und erfreulich ausdrücke, was ist, die dadurch erkennen lasse, ob es auch gut sei, eine Kultur also, die unser Leben zugleich erfreulich, gesund, sittlich und würdig gestalte.

Reklame und Kultur

Im Sommer 1908 ist in den Zeitungen auf eine Äußerung Sombarts hin viel und höchst lebhaft über Reklame gesprochen worden. Wir haben uns damals nicht beteiligt: über unsere Stellung so im allgemeinen konnten die Leser nach zahlreichen Äußerungen kaum im unklaren sein, zu einer herauslösenden Beleuchtung aber gefiel uns die Zeit nicht: die Erregtheit und, sagen wir in bestimmtem Sinne: die Interessiertheit der Polemik hatte sehr schnell die Unbefangenheit gestört. Inzwischen sind Monate vergangen, so daß ein ruhigeres Urteil möglich ist.

Den Begriff der Reklame hat Sombart gleich in seinem ersten Aufsatze mit ein paar Gedanken zu umschreiben gesucht, die er später noch eindringlicher wiederholt hat: alles kann, so schreibt er, der Reklame dienen, „aber weder das Plakat noch die Annonce sind an und für sich Reklame“. Das Wesentliche sieht Sombart in der Zwecksetzung. „Anpreisung ist das gute deutsche Wort für Reklame. Anpreisung aber hat den Zweck, Stimmung für die eigne Ware (oder Leistung) zu machen und notfalls die Konkurrenz aus dem Felde zu schlagen.“ Die meisten Gegner Sombarts haben diese seine Begriffsbestimmung ignoriert und ihn lächerlich gemacht, als wenn er das ganze Ankündigungswesen überhaupt mit der eigentlichen Reklame zusammen angriffe. Andre wieder nannten in ihren Entgegnungen alles Reklame, was tatsächlich für eine Sache wirbt, nicht nur, wie Sombart wollte, mit der Absicht, dies zu tun — kann man das Verbrennen des Zeppelinschen Luftschiffes eine Reklame nennen, weil es die Zeppelinspende in Fluß gebracht hat? Wenn man nachdenkt, gewiß nicht, aber allerdings: der unklare Sprachgebrauch bringt sogar das fertig. So hat Glogau in seinem Buch über Reklame ganz ernsthaft Böcklins „Spiel der Wellen“ als Maler-Reklame besprochen. Tatsache ist: sehr viele benutzen das Wort Reklame heute nicht nur, ohne mit Sombart den Beigeschmack des Widerlichen zu empfinden, sondern sie gebrauchen es auch für neue Erscheinungen, bei denen es Sombart nicht gebrauchen würde, weil er sie gleich manchen älteren „nicht als Reklame in jenem oben bezeichnenden Sinne gelten lassen kann“. Aber ich weiß auch nicht,