

praktischsten und deshalb am einträglichsten, denn es erzeugt im Beschauer, der sich vom brennenden Weihnachtsbaum immer angezogen fühlen wird, tatsächlich die Ansicht, daß ein gutes Buch das beste Weihnachtsgeschenk für ihn selbst und für andere ist. Es hat auch den großen Vorteil, daß es sich infolge seiner glücklich gewählten Abmessungen überall bequem anbringen läßt und daß es — was das Wichtigste ist — auffällt, daß es gesehen wird. Und man soll nichts beiseite schieben, ohne einen besseren Ersatz zu haben.*)

Ein kleines Plakat, das ich viel zwischen Büchern ausgelegt fand, mit den Worten: »Schickt Bücher in das Feld! Feldpostbücherei für Soldaten. Portofrei«, erfüllt seinen Zweck.

Ein praktisches Werbemittel ist schließlich das von der Firma J. F. Lehmann, München, herausgegebene Kriegsplakat, einen lesenden Krieger darstellend. Es enthält gleichzeitig Empfehlungen verschiedener Bücher einzelner Verleger, und zwar solcher Bücher, die bequem im Feldpostbrief verschickt werden können.

Wenn man bei dem Plakat der Hannoverschen Buchhändler auch über die Ausstattung hinwegsieht, so wird man es doch nicht gutheißen können, daß hier immer wieder und immer noch zum Sammeln alten Lesestoffes anstatt zum Kauf neuer, passender Schriften angeregt wird. Die Hannoverschen Sortimentergänger so weit, sich zur Entgegennahme solcher Spenden, sogar zur Abholung aus der Wohnung des Gebers und zur Weitergabe an das Rote Kreuz bereit zu erklären, das wiederum die Beförderung »an die Feldgrauen in den Unterseeboten« übernimmt! Nachdem der Buchhandel Millionen Bände und Hefte gern und kostenlos schenkte, darf er wirklich auch einmal daran denken, einen Verdienst bei denjenigen Büchern zu suchen, die andere ihren Angehörigen, Freunden und Bekannten oder den Soldaten und Matrosen schicken. Wie wohlthuend sticht davon das Plakat einer Zigarettenfabrik ab, das an den Anschlagäulen prangte, einen am Fenster eines Eisenbahnwagens stehenden Soldaten in Feldausrüstung zeigt und die Worte »Schickt mir doch Problem-Zigaretten« enthält. Nur der Buchhändler kann immer gar nicht genug schenken, während andere nur »bar« liefern.

Ob Plakate, große und kleine, in den Buchhandlungen angebracht, als vollwertiges Reklamemittel anzusehen sind, kann nach dem, was ich über meine Beobachtungen sagte, bezweifelt werden. Besser wäre sicherlich ein Anschlag an den Anschlagäulen in wöchentlichen Abständen, möglichst so, daß ein reichlicher freier, weißer (eventl. unterklebter) Raum ringsherum bleibt. Können denn die Sortimentergänger nicht mehr Gattungsräume machen? Über schwache Ansätze hierzu ist man noch nicht hinausgekommen. Warum setzt nicht jeder Ortsverein oder dergleichen einen bestimmten, besonderen Jahresbeitrag von 50 oder 100 M pro Mitglied und Jahr fest, damit planmäßige Werbearbeit verrichtet werden kann? Kommt dies zustande, so darf man sich jedoch nicht auf eine Reklameart beschränken, sondern muß das Publikum planmäßig auf jede Weise zu gewinnen suchen. (Fortsetzung folgt.)

Patriotismus, Kunst und Kunsthandwerk.

Von Gustav C. Pazaurek. Politische Flugschriften, herausgegeben von Ernst Jäch, 20. Heft. Stuttgart und Berlin 1914, Deutsche Verlags-Anstalt. Preis 50 S ord.

Wer so gegen den Strom schwimmt, wie der Verfasser dieser tapferen Arbeit, muß Arme und Lunge kräftig regen. Man wird der lesenswerten Kampfschrift gegen den falschen Patriotismus in der Kunst jedenfalls nicht vorwerfen können, daß sie die Gegenströmung zu leicht nimmt. Mir will es fast scheinen, als ob der durch seine temperamentvolle Bekämpfung der Geschmacksverirrungen in der Kunst weit bekannte Verfasser, der Direktor des Württembergischen Landesgewerbemuseums in Stuttgart Professor Dr. Pazaurek, doch über das Ziel hinausschießt, wenn er die Schrift in der These gipfeln läßt, »daß es in Wissenschaft und Kunst unpatriotisch ist, einseitig national zu sein«. Nach einem kräftigen Wörtchen gegen die falschen Patrioten, die Hurra- und die Geschäftspatrioten, kommt der Verfasser zu dem

*) Inzwischen durch ein neueres Plakat ersetzt, das indes nur geringen Beifall gefunden hat.

Resultat: »Erst wo der Eigennutz aufhört, da fängt die richtige Vaterlandsliebe an«. Dann folgt eine kurze historische Übersicht über die Einwirkung patriotischer Gesinnung auf die Kunst der deutschen Vergangenheit. Das leitet zur wichtigsten Frage über: Wie wirkt der gegenwärtige Krieg auf die deutsche Kunst? Die Antwort ist nach Pazaurek (Seite 12) eine betäubende, denn »was sehen wir in unseren Schaufenstern? Dilettantische und läppische oder süßlich-banale Bilderpostkarten, von denen nur einige wenige bessere Blättchen oder schneidige Karikaturen abstechen, Kravattennadeln oder Denkmünzen von trostloser Bedeutungslosigkeit, Serviettenringe mit feldgrauen Männchen, bedruckte Taschentücher mit eichenlaubumrahmten Kriegskarten — so daß man sich abwechselnd in Frankreich, Belgien oder England ausschneuzen kann —, tugendmäßige Hindenburg-Gipsreliefs, Sofaissen, Seifenschachteln und hundert ähnliche Dinge mit dem Zeichen des Eisernen Kreuzes (ohne die Berechtigungsfrage überhaupt aufzuwerfen) — kurz ein geradezu niederschlagendes Gesamtbild von »Kurakitsch« und »Aktualitätskitsch«.

Und doch hätte man annehmen können, daß besonders das Kunstgewerbe sich heute von der Bedeutungslosigkeit nach dem Kriege 1870/71 wesentlich unterscheidet, um so mehr, als der Sinn für das Echte durch die Werkbundbewegung geweckt ist. Welche Geschmacksgruel hat die Zeit nach dem letzten glorreichen Feldzug uns überliefert? »Hat Kaiser Wilhelm«, so fragt der Verfasser auf Seite 11, »sich den Hermelin umgetan und die Krone des neuen Deutschen Reiches aufgesetzt, um als — Seifendose aus Porzellan dienen zu können? Hat Bismarck des Reiches Einheit zusammengeschweißt, um seinen Kopf für ein — Bierseidel herzugeben usw.?« Da hat er recht, darum haben sie es nicht getan! Aber wozu die Aufregung? Hat denn das wirklich etwas mit Kunst zu tun? Wie wir den Kindern keine gereifte Kunst in den Büchern bieten können, da sie doch zu den kindlichen Malereien des »Struwelpeter« greifen würden, so gibt es eine große Unterschied des primitiven Geschmacks der Erwachsenen, die durch kein Museum der Geschmacksverirrungen, und wäre es noch so groß, gehoben wird. (Schon jetzt muß übrigens Pazaurek gegen die vielfachen Zusendungen ein und desselben geschmacklosen Gegenstandes, durch die am Ende ein erhöhter Absatz erzielt wird, in einer durch mehrere Tageszeitungen gegangenen Notiz protestieren.) Es würde zu weit führen, hier den Ideen nachzugehen, durch die Pazaurek zu dem Schlusse kommt: »Wenn uns das Schicksal dazu ausersehen hat, im Kulturleben der Völker die Führung zu übernehmen, dann wollen wir diese stolze große Aufgabe nicht ausschlagen. . . . Für Weltmissionen ist ein Weltblick erforderlich. . . . Wer sich ehrlich bemüht, die eigenartige Schönheit überall aufzufinden, in allen Zeiten und bei allen Völkern danach Umschau zu halten, eine persische Buchmalerei ebenso wenig übersieht wie etwa eine schwedische oder ungarische Volksstickerie und eine japanische Vatikarbeit, nur der wird begreifen, was uns in Kunst und Kunsthandwerk frommt«. Die Schrift würde wesentlich gewonnen haben, wenn sie nicht von so scharfem Oppositionsgeist getragen wäre, in dem sich Pazaurek oft mit dem Tone des Stimplicissimus begegnet. Aber dieses Blatt scheint ihm den wahren patriotischen Geist zu repräsentieren, denn auf Seite 15 heißt es: »Die glänzenden, oft blutigen Satiren von Gulbransson im »Stimplicissimus« zu loben, galt erst recht — nicht nur in allen konservativen Kreisen — als ein Hauptverbrechen, obwohl just diese Münchner Zeitschrift seit Kriegsbeginn an begeisterndem Patriotismus alle anderen Blätter überragt«. »Da wech ich nu nich«, läßt Gerhart Hauptmann im Biberpelz die Mutter Wölffen am Schluß sagen, als sie der Amtsvorsteher zu ihrem Erstaunen eine ehrliche Haut nennt — »da wech ich nu nich —«. Julius Brann.

Kleine Mitteilungen.

Kantate. — In der Allgemeinen Buchhändlerzeitung Nr. 10 sind Erörterungen darüber angestellt worden, daß es unangebracht sei, in diesem Jahre Kantate in derselben Weise zu feiern, wie das bisher geschehen ist. Dem gegenüber stellen wir fest, daß der Vorstand des Börsevereins bereits im Januar d. J. den Beschluß gefaßt hat, in diesem Jahre keinerlei Festlichkeiten zu Kantate zu veranstalten. Es soll nur am Kantate-Sonnabend, wie alljährlich, ein zwangloser Begrüßungsabend im Buchhändlerhause stattfinden, während die sonst darauf folgenden Zusammenkünfte in Kederleins Keller, Baarmann, Ratskeller usw. unterbleiben. Ebenso wird diesmal von einem offiziellen Festmahl abgesehen, doch soll den die Messe besuchenden Kollegen Gelegenheit zur Teilnahme an einem gemeinsamen Mittagessen ohne Weinzwang im Buchhändlerhause gegeben werden. Alle offiziellen Festlichkeiten, die sich gewöhnlich an die Hauptversammlung zu schließen pflegen, also auch die Veranstaltungen am Kantate-Montag, unterbleiben mithin in diesem Jahre.