

des Schildermalers! — Es ist klar, dass solche Schädigungen des einzelnen Hauses in ihrer Gesamtheit natürlich auch das Strassenbild im ganzen schädigen müssen. Und der Wunsch nach Abhilfe, der „Schrei nach dem Paragraphen“, mit welchem man solchen Ausschreitungen einen Riegel vorschreiben möchte, erscheint derartigen Heldentaten gegenüber durchaus berechtigt. Aber trotzdem und trotz alledem — gerade weil die Wogen der Enttäuschung wieder einmal sehr hochgehen, ist es nötig,

derner Produktion und modernen Geschäftsverkehrs sind nun einmal auf die Masse als Konsumentin eingestellt — die Reklame aber (in welchen Begriff ich hier jedes Mittel einbeziehe, sich dem Auge auf grössere Entfernung bemerkbar zu machen) ist das vermittelnde Zwischenglied, um mit dieser amorphen, im einzelnen nicht fassbaren Masse in Verbindung zu treten! — Deshalb heisst es die Tatsachen verkennen, wenn ästhetische Sittenrichter auf gewisse vornehme Geschäfte in London, Paris oder Wien



Emil Preetorius

Wunderhornverlag, München

Titel eines Klavierauszuges

sie ein wenig zu beschwören, damit man nicht ins Extrem der entgegengesetzten Richtung verfallt und durch allzu scharfen Drakonismus mehr schade als nütze.

Es soll hier keine Apologie der Reklame gegeben werden. Nur ein Hinweis darauf, dass die so scharf bekämpfte doch mehr ist als eine Entartung zügellosen Verdiensttriebes, die viele ihrer Gegner nur in ihr sehen wollen. Sie ist mehr — ein wirtschaftlicher Faktor ersten Ranges, ein wichtiges, unentbehrliches Triebrad in der komplizierten Maschine unseres Wirtschaftslebens. Denn die Formen mo-

hinweisen, die allem, was nach Reklame schmeckt, so ängstlich aus dem Wege gehen, dass sie ihre Bedeutung nach aussen hin nicht einmal durch Schaufenster bekunden und sogar des Ladenschildes stolz entraten, an dessen Stelle vielleicht eine kleine Messingtafel neben dem Eingange tritt. In alten Kulturzentren, wo es eine „Tradition des Kaufens“ gibt, mag eine solche Reserviertheit noch möglich sein. Im traditionslosen, beinahe amerikanisch-jungen Geschäftsleben des Deutschlands von heute, mit seinem wilden Konkurrenzkampfe, wäre sie etwa ebenso am Platze wie eine Steinschloss-