

ähnliche Heimat- oder Volkskalender sind der **Kalender für das Erzgebirge und das übrige Sachsen*** (Verlag Arwed Strauch - Leipzig), der Kalender **„Von Schwäbischer Scholle“*** (Verlag Eugen Salzer-Heilbronn) und der **„Schütting“*** (Verlag Adolf Sponholtz-Hannover). Der erstgenannte ist seinem Programm treu geblieben; auch der neue Jahrgang enthält gute Landschaftsbilder und pflegt vor allen Dingen heimatlichen Dialekt. Der Schwabenkalender kann aus der Reihe der hier zu besprechenden, künstlerisch gestalteten Kalender ausgeschieden werden, für ihn gilt das, was eingangs gesagt wurde, der Kalender ist bei dieser Literatursammlung nur noch Mittel zum Zweck und sehr notdürftig ausgestattet. Der „Schütting“ soll demnächst, den Zeitverhältnissen angepasst, in einer Sonderausgabe erscheinen. Die folgenden Kalender erscheinen nach den Mitteilungen ihrer Verleger in diesem Jahre nicht: **Düsseldorfer Kalender*** (Verlag Adolf Schneiders Buchhandlung, Otto Vogt, Düsseldorf); **Elsässischer Kalender*** (P. Schweikhardt-Strassburg) **Hallischer Kalender*** (Gustav Moritz-Halle a. S.); **Heidelberger Kalender*** (Conrad Klappert, Heidelberg); **Danziger Kunstkalender** (W. F. Bureau-Danzig); **Vorpommerscher Kalender*** (L. Bamberger-Greifswald).

Arthur Kirsten.



Kunst, Kultur und Mode

Eine Kriegsbetrachtung,
angeregt durch den „Kleiderkasten“

Als dieser Krieg ausbrach, — für den uns alle Voraussetzungen und Verständnismöglichkeiten fehlten, weil die Geschichte keinen Präzedenzfall seiner Art kennt — erwartete man von ihm ein Massengrab jener künstlerischen und kulturellen Werte und Pseudowerte, wie sie in den letzten Friedensjahren unser öffentliches Leben beherrscht und beunruhigt hatten. Und in der Tat war denn auch in den ersten Kriegsmonaten eine lebhaftere Abkehr von manchen falschen Götzen zu gewahren, die allsolang als Götter angebetet wurden. Insbesondere auf dem Gebiete des öffentlichen Geschmacks, der Aesthetik — nicht zuletzt auf dem schwankenden Boden der Mode — machten Wandel und Wandlungen sich bemerkbar. Das Ausland, dem wir lange Zeit durch eine übertriebene Nachahmungssucht unsere inbrünstige Verehrung bewiesen hatten, war uns verleidet. Alles, was englisch und französisch hieß, und was in den führenden Kreisen der Lebenskultur bisher Trumpf gewesen, galt plötzlich für schimpflich und verfehmt. Kurz, man musste umlernen. Der „Gent“ wollte plötzlich nie etwas Anderes gewesen sein,

als ein harmloser junger Mann, der nie ein Pyjama, einen Cutaway oder ein Dinner-Jacket getragen, sondern immer nur stracks und bieder bürgerliche Nachthemden und gesinnungstüchtige Bratenröcke geliebt hatte, und die Puppen vom Kurfürstendamm oder die Tauentzien-Girls konnten sich ihrer allerjüngsten Taugovergangenheit nicht mehr entsinnen, hatten nie bei „Five-o-clocks“ einen „Boston gestept“, waren nie mit ihren „Flirts“ „shopping“ gegangen, sondern sie waren offenbar alle mit Stricknadeln und grauer Wolle zur Welt gekommen und hatten als schlichte deutsche Mägdelein stets züchtiglich für ihre Mamas die Einkäufe besorgt, von denen sie, nach Gretchens Rezept, immer „ungeleitet nach Hause gehn“ wollten.

So laut (und vorlaut) vordem der Ruf nach den Lebensgewohnheiten und Modevorschriften von der Seine und der Themse erklungen war, so laut (und überlaut) scholl jetzt der Verruf über Stadt und Land. Die Patrioten der Strasse stürmten fremdsprachige Firmenschilder, lynchten die unglückseligen Besitzer Russischer Höfe, Französischer Cafés und Englischer Bars. Die Patrioten des Salons aber begannen „Schofför“ zu schreiben und eine deutsche Mode zu erfinden. Spotteten ihrer selbst und wussten nicht wie.

Heute währt der Weltkrieg, der an den Pfosten der alten Erde rüttelt, schon über acht Monate. Die Kulturnationen haben sich — nach erster Bestürzung und Kopflosgkeit — drein gefunden, wie in jedes Uebel, das lange genug währt, um — eine Zeit hindurch — als Gewöhnung betrachtet zu werden. Das Wirtschaftsleben ist weniger zusam-

mengebrochen, als man im ersten Anprall des Schreckens wähnte. Handel und Wandel stocken nur insofern, als sie Beziehungen zum Ausland unterhielten; im Inland rasten und rosten sie nicht. Am meisten geschädigt schienen zuvor und waren wohl auch tatsächlich alle Wesensgebiete der Kunst und des Luxus, kurz, jene Komplexe, die als Grundlage eine breite Lebensführung von Reichtum und Sorglosigkeit bedingen. Mithin aber auch gerade jene Komplexe, die die ästhetische Kultur eines Volkes ausdrücken helfen.

Aesthetische Kultur ist gemeinhin: Stilgefühl gewordener Geschmack einer Nation. Deutschland — als nationale und kulturelle Einheit — ist jung und hat keine Ueberlieferungen. Es kann daher auch keine abgeschlossene ästhetische Erziehung besitzen, wie beispielsweise Frankreich. Darum war begreiflich und entschuldbar, wenn es in arger Hilflosigkeit überall herumtastete; allenthalben, wo es kulturelle Ueberlegenheit und Vermögen voraussetzte, Anleihen machte und selbstverständlich sich oft vor vermeintlicher Ueberlegenheit allzu



Heinrich Jäger

Abb. 19

Druck: Hollerbaum & Schmidt, Berlin

Plakat