

Wie alle guten Modezeitschriften waren sie auch weit mehr als Modeblätter. Sie propagierten den französischen Geist und die französische Malerei und sie verstanden es meisterhaft, ihre Leser für französische Ideen zu gewinnen. So waren sie letzten Endes außerordentlich geschickt gebrauchte politische Instrumente. Auch hierin folgten sie der Tradition der großen französischen Modeblätter, die sich zu allen Zeiten eifrig politisch betätigt haben. Sie verbanden Politik und Mode mit Geist und Grazie und gewannen so das Interesse und den Einfluß der besten Gesellschaftskreise. Sie setzten ihren Ehrgeiz darein, die besten Mitarbeiter zu besitzen und vereinigten in der Tat oft die Meinungen der führenden Geister Frankreichs.

Vor Ausbruch des Krieges waren wir weder imstande, künstlerisch bedeutende Modezeitungen mit eigenen Mitteln herauszugeben, noch war es uns gelungen, gute Modezeichner zu erziehen. Die Verleger hatten ihre Verträge mit den französischen und amerikanischen Zeitschriften und die Modezeichnung lag in den Händen von drei oder vier Zeichnern, die, einmal in die Mode gekommen, durch die Zentralisation der deutschen Konfektion von Haus zu Haus weiter empfohlen wurden. Wenn die Bilder noch gut gewesen wären – aber es waren meistens Karikaturen, deren Reiz mehr in einer perversen Geste als in modischer Schönheit bestand. Ist es nicht bezeichnend, daß einer der besten Kenner der deutschen Reklame knapp vor Ausbruch des Krieges konstatieren mußte, daß wir nur einen Maler besitzen, dessen Reklamezeichnungen anständige Frauen wiedergeben? Alles andere hatte einen Haut-gout oder war Karikatur.

Der Beruf des guten Modezeichners ist ein äußerst lukrativer. Bei der großen Zahl der Illustrationen, die die Mode braucht, kann ein guter Teil unserer Graphiker lohnende künstlerische Beschäftigung finden. Hier ist der Weg zur Sanierung der oft frostlosen Verhältnisse der jungen Künstler, die bei dem geringen Verständnis,

das der Graphik entgegengebracht wird, manchmal viele Jahre darben müssen, ehe sie anerkannt werden, oder die hoffnungslos und verbittert das künstlerische Proletariat vergrößern.

Die Gründe, warum es uns bis heute trotz aller Anstrengungen nicht gelungen ist, in Deutschland einen Stab tüchtiger Modezeichner zu erziehen, sind sehr verschiedenartig. Vor allem ist es die Meinung vieler geistig und künstlerisch Hochstehenden, daß die Mode eine verächtliche Nichtigkeit sei. Das hält sie ab, sich ihr zuzuwenden, sich mit ihren Fragen zu beschäftigen und ihre interessanten Probleme zu lösen. Während in Frankreich zu allen Zeiten die besten Kräfte für die Propagierung der Mode mobil gemacht wurden, stehen die meisten unserer bildenden Künstler, feinsinnigen Schriftsteller und berufensten Gelehrten abseits und sehen mißtrauisch und verächtlich auf das Getriebe der Mode. Das Vorurteil gegenüber der Mode war bis vor wenigen Jahren so groß, daß es als unstandesgemäß galt, sich mit ihr praktisch zu beschäftigen.

Ueber der Modezeichnung lag ein Verruf – sie wurde verachtet, da man nicht wußte, wie schwer sie ist. Während in Frankreich die besten Graphiker und die verwöhntesten Frauenmaler in der Wiedergabe der Mode wetteiferten, waren unsere Kunstgewerbler und Maler kaum zu bewegen, sich mit der Mode überhaupt zu beschäftigen. Und wenn sie es taten, dann wollten sie Mode entwerfen. Das ist der grundlegende Irrtum in der Auffassung der Modezeichnung, denn der Weg zum guten Modebild geht vom Kleid zur Zeichnung und nicht umgekehrt. Seitdem sich die Mode in den Dienst der bildenden Kunst gestellt hat und umgekehrt die Kunst in den Dienst der Mode, wurden die Meisterwerke der Mode zu den Glanzleistungen der Malerei erhoben. Aber die Künstler von ehemals wollten keine neue Mode entwerfen, sondern sie porträtierten die Frauen mit einer Gewissenhaftigkeit und Meisterschaft, die die Bilder des 18. Jahrhunderts



Abb. 6 ADOLF UZARSKI / Anzeige