

Sie ist vor allem diejenige Zeitschrift, der die Persönlichkeit ihres Schriftleiters einen markigen Stempel ausdrückt. Unter den deutschen Kunstzeitschriften ist Karl Scheffler gewiß einer der feinsten Köpfe, und es schadet auch nichts, daß man aus jedem der von ihm niedergeschriebenen Worte heraus hört, wie sehr er sich seiner Bedeutung, — oder soll man besser sagen: seiner Mission? — bewußt ist, weil hinter jedem dieser Worte die Persönlichkeit steht. Wissenschaftliche Aufsätze wechseln mit kritischen ab, und auch die

Kritik der Kunstschöpfungen der Gegenwart steht auf einer merklich hohen wissenschaftlichen Warte. Daß in einer solchen der „reinen“ Kunst gewidmeten Zeitschrift die künstlerische Reklame recht kurz kommt, darf nicht wundernehmen. Wenn aber (wie ich bereits in meiner Besprechung „Aus anderen Blättern“ im Januarheft 1917 des „Plakats“ erwähnt habe), dort ein auf dem Gebiete der Reklame- und buchgewerblichen Kunst so bewährter Mann wie Prectorius eine verständnisvolle Würdigung gefunden hat, so zeigt das nicht etwa, daß „Kunst und Künstler“ nunmehr die Reklamekunst in ihre Spalten aufnehmen wollen, — was wir gewiß nur begrüßen würden, — sondern daß eben die in der Reklamekunst schaffenden Künstler vielfach so hart an der „reinen“ Kunst vorbeistreichen, daß hier eine reinliche Scheidung nur noch schwer möglich ist. Würden unsere Kunstzeitschriften diesen Umstand, der gewiß der kunstöffentlichen Beachtung wert ist, berücksichtigen, so würden sie ihre Reserviertheit gegenüber der Reklamekunst bald fallen lassen. — Daß ein Mann wie Scheffler, der ja vom Kunstgewerbe kam, an der Ästhetik des Alltags nicht vorbeigeht und ihre Wichtigkeit erkennt, beweist seine Äußerung im Oktoberheft 1916 von „Kunst und Künstler“, in dem er unter der Spitzmarke „Ankündigungen des Berliner Magistrats“ schreibt: „Der Magistrat hat im Krieg, wo er vielerlei an den Anschlagssäulen mitzuteilen hat, die Form seiner Plakate verbessert. Im Gegensatz zu den früher gebräuchlichen Drucksachen, sind die Plakate jetzt von einer schönen Klarheit und Uebersichtlichkeit. Die Plakate

sind gleich weit entfernt von kunstgewerblicher Affektiertheit (darin scheint so etwas wie ein Vorwurf gegen das künstlerische Plakat zu liegen. D. Verf.) und von bürokratischer Gleichgültigkeit. Es handelt sich nur um etwas Nebensächliches (? D. Verf.), aber es ist doch erfreulich. Und es wäre noch erfreulicher, wenn in dieser Weise weiter verbessert würde. Der Gelegenheiten sind noch unendlich viele“.

Nächst „Kunst und Künstler“ muß die vom Hofrat Alexander

Koch in Darmstadt herausgegebene und von ihm verlegte „Kunst und Dekoration“ genannt werden. Sie gehört unstreitig zu den kunstverzierendsten deutschen Zeitschriften. Man hört aus jedem ihrer Beiträge heraus, daß sie auf einen Leserkreis von Laien eingestellt ist, der wohl künstlerische Neigungen besitzt, dem aber die Zeitschrift dazu dient, diese Neigungen zu pflegen und weiterzubilden. Der Inhalt dieser Zeitschrift, die sich im Untertitel „Illustrierte Monatschrift für moderne Malerei, Plastik, Architektur, Wohnungskunst und künstlerische Frauenarbeiten“ nennt, muß natürlich sehr reichhaltig sein. Selbstverständlich paßt in diesen Rahmen auch das Kunstgewerbe, das wohl in dem Worte „Wohnungskunst“ mitinbegriffen ist. Umso sonderbarer muß es berühren, daß für dieses Blatt, das zur Geschmackskultur gerade der Gebildeten sein Teil beitragen will und sein gut Teil beigetragen hat, die künstlerische Reklame kaum zu bestehen scheint.

Und gerade der Hofrat Koch ist ein Mann, der sich seiner Verantwortung als Herausgeber einer Kunstzeitschrift wohl bewußt ist. Es sind nicht nur für seine Zeitschrift beachtenswerte Worte, die er im 6. Heft des Jahrganges 1914 niederschrieb: „Die Kunstzeitschriften dagegen arbeiten im innigsten Zusammenhange mit dem Volke. Sie sind auf das verständnisvolle Mitgehen der Leser durchaus angewiesen. Freilich werden sie oft zu deren Führern, vermitteln ihnen aus deren besserer Einsicht heraus Erkenntnisse, die dem Laien vorher nicht geläufig waren. Aber das Volk trägt sie und erhält sie, und so spiegeln sie seinen



Abb. 16 AXEL TÖRNEMAN / Plakat
Druck: Centraltryckeriet, Stockholm