

fremden Völkern auspfropfen zu wollen; aber wir werden ihnen, die uns scheel und argwöhnisch als fleißige und erfinderische Barbaren anzusehen gewohnt sind, dann doch zeigen und den Beweis erbringen, daß wir ein bis zum letzten Ausdruck hochkultiviertes Volk sind, das sein bescheidenes Plätzchen an der Sonne zu Recht fordert. Das wird helfen, Mißverständnisse zu beseitigen, unberechtigte Verachtung in Hochachtung umzuwandeln und uns Zuneigung zu erwerben, die wir so dringend in der ganzen Welt brauchen. Das wird uns auch die restlose Eingliederung als gleichberechtigtes Mitglied in den Kreis der Völker erleichtern.

Wir haben in allen Dingen unseres nationalen, politischen und selbst persönlichen Lebens stets viel zu wenig Wert auf

die äußere Form gelegt. Dieser Mangel hat sich während des Krieges bitter gerächt. Wir sollten daraus lernen. Und es ist nicht die geringste Außerlichkeit, wenn wir in den Dingen, die in den weiten Bereich der Reklame fallen, uns einer bis ins Kleinste gehenden Sorgfalt und einer auch künstlerischen Gewissenhaftigkeit befleißigen. Dies wird uns nicht nur den Gewinn einer lebendigen Förderung des kulturellen Aufstiegs der Volksgesamtheit bringen, sondern auch unsere internationale Stellung erlämpfen und festigen helfen.

Zunächst muß aber der Gedanke der kulturellen Verantwortlichkeit der Reklame bei uns selbst zum Siege geführt werden. Hier liegt eine Aufgabe, die des Edelsten wert ist.

Politische Werbearbeit

Auch ein Beitrag zur Kultur der Reklame / Von H. Behrmann, Leipzig.

Ein in Leipzig vor kurzem unversehens entbrannter Zweikampf zwischen dem Bürgerausschuß und der Volkszeitung ist der verhältnismäßig harmlose Anlaß zu meinen Betrachtungen. Harmlos in bezug auf seine Bedeutung als Reklame — denn ob er politisch harmlos war oder nicht, werden wir unter Umständen noch zu fühlen bekommen. Also eine Äußerung der politischen Reklame, die sich des Plakatanschlags bedient, des kräftigsten Werbemittels, wo es die Einwirkung auf eine große, unterschiedslose Masse gilt. Hüben und drüben sind Männer der Feder an der Arbeit, die ihre Sache zu verstehen scheinen. Denn die Hiebe sitzen, und am Ende weiß von den vielen Lesern der Plakate Niemand, ob die Leute vom Bürgerausschuß oder die unabhängigen Sozialisten die größeren Lügner, Gauner, Mörder und Heher sind.

Da erinnere ich mich der alten Forderung, die politischen Parteien möchten für ihre Werbearbeit Fachleute der Reklame einstellen. Sind hier Werbefachleute am Werk? Fast scheint es so, wenn man die Leichtigkeit sieht, mit der durch geschickte Texte eine Menge Menschen gezwungen werden, an der Säule stehen zu bleiben und die Plakate zu lesen und die Sicherheit, mit der das einzige Mittel benutzt wird, um eine Leserschaft zu erreichen, die erfahrungsmäßig kein anderes als ihr Blatt lieft.

Oder soll ich vielleicht den entgegengesetzten Schluß ziehen, daß Fachleute sich kaum über das von ihnen aufgestellte Geseß hinwegsetzen würden, wonach ein Plakattext nicht kurz genug sein kann? Daß die Plakate gelesen werden, ist ein neuer Beweis dafür, daß die Reklame eine Kunst und keine Fachwissenschaft ist.

Mit Kunst haben im Übrigen diese Textplakate nichts zu tun, und der Verein der Plakattreunde wird sie kaum seiner Sammlung einverleiben, wenn er nicht bibliothekarische Vollständigkeit erstrebt. Sie zeigen einfachen Buchdruck ohne irgend welches schmückende Beiwerk. Die Raschheit der Herstellung erfordert das. Wirklich? Gibt es nicht Künstler, die mit raschen Strichen einem Gedanken Anschaulichkeit der Form leihen, die das nackte Wort unterstützt? In den französischen Tageszeitungen erschienen während des Krieges die berühmten Zeichnungen von Raemaekers, dem holländischen Deutschenfresser, und von französischen Künstlern gleichen Schlages. Man kann als Deutscher die Vergiftung der Massen durch diese Bilder abscheulich finden und kann doch als Werbefachmann eine Lehre daraus ziehen, als Kunstfreund sie sachlich beurteilen. Sie gaben dem Massenempfinden bildhaften Ausdruck und stachelten es zugleich auf.

Wir haben in Deutschland wenige Künstler, die es an Raschheit und Sicherheit mit jenen Welschen aufnehmen, die durch die dortige Zeitungstechnik zu ganz anderer Gewandtheit erzogen worden sind und zugleich die romanische Leichtigkeit des Denkens besitzen — die oft natürlich Leichtfertigkeit des Urteils ist. Aber wir haben Zeichner, wie die des Simplizissimustreffes oder der Berliner Revolutionsplakate, die es an Ausdruckskraft mit den Franzosen mehr als aufnehmen. Und wir können uns ja ein Künstlergeschlecht zu solcher Werbearbeit erziehen. Wie nützlich wäre es, sie im künftigen Parteikampf zu den Reichstagswahlen zur Verfügung zu haben, statt im letzten Augenblick wie den Werbefachmann so den Künstler überstürzt heranzuziehen und dadurch vor eine unmögliche Aufgabe zu stellen.