

Im übrigen aber konnte ein Gang durch die „Werbekunst- und Graphikschau“, die die schwäbischen Künstler während des Dezember im Stuttgarter Landesgewerbemuseum als erste gemeinsame Kundgebung veranstalteten, nicht darüber hinwegtäuschen, daß manche unserer geistvollsten und eigenwilligsten Begabungen bis jetzt wenigstens noch ziemlich brachliegen müssen. Gewiß, jeder einzelne unter den etwa vierzig Ausstellern hat seine Aufträge und schafft mit diesem oder jenem Unternehmen zusammen; aber aus den nicht bestellten Arbeiten ersieht man doch oft genug, daß gerade die kecksten Einfälle, die feinsten Humore bis jetzt praktisch noch nicht zur Geltung kommen durften,

sondern als besserer Ulk in die Werkstatt verbannt bleiben. Fast immer spürt man die Furcht der Auftraggeber, durch Kühnheiten und Besonderheiten aufzufallen; man möchte eben am liebsten möglichst korrekt bleiben und nur ja nicht unvornehm oder gar lächerlich wirken. Einer, der mit spießigen Mitteln, auf solide, altmodische Art und daher ganz unauffällig, hehlingen also, eine kräftige Reklame zuwege brächte, wäre in schwäbischen Landen ein gesuchter Künstler. Vor allem aber, was grotesk, phantastisch und überhaupt über das Naturalistische hinaus gesteigert erscheint, trägt man hier, vielleicht mehr in Geschäfts- als in Käuferkreisen, eine arge Scheu. Gewiß gibt es gerade auch in der rein auf die Reklame eingestellten Kunst heutzutage schlimme, ja unverschämte Snobismen, krankhafte Auswüchse, die nach



Bild 11 / KARL SIGRIST / Anzeige

Städte fast immer von einzelnen führenden Persönlichkeiten bestimmt wird, um die sich ein Kreis mehr oder weniger stark durch sie beeinflusster Begabungen gruppiert, kann man in Stuttgart von einer eigentlichen Schule, die nach diesem oder jenem Namen zu benennen wäre, nicht wohl reden. Fast ein halbes Hundert Talente sind berufsmäßig an der Arbeit, und jeder und jede versucht in unbefangenen Drauflosarbeiten nach eigener Art

selig zu werden. Dieser gewiß gesunde Selbstständigkeitsdrang verhindert zwar eine auf den ersten Blick erkennbare „eigene Note“ unseres Reklamewesens, sichert ihm aber andererseits einen nicht schablonenhaften Reichtum an persönlichen Zügen, die sich immer unverkennbarer dahin zu sammeln streben, die zunächst großstädtisch laute und grelle oder kühl-sachliche Werbe-



Bild 12 / KARL SIGRIST / Buchschmuck

Berlin recht wohl passen mögen, bei uns aber besser verleugnet und, wenn nötig, scharf bekämpft werden, denn noch sind wir nicht soweit, daß wir in der „Provinz“ jeden Unsinn einer Großstadtmode sofort sklavisch nachzuäffen nötig hätten. Aber zwischen einer kecken und nicht gerade herkömmlichen Künstlerlaune und einer übersteigerten Verrücktheit ist doch noch ein recht beträchtlicher Unterschied. Und den jeweils sicher zu erkennen, braucht es bei uns noch mancherlei öffentliche Erziehung. Der Werbetätigkeit der württembergischen Landesgruppe steht hier noch ein weites und nicht leicht zu beackerndes Feld offen.

Während die künstlerische Reklame anderer