



ZEITSCHRIFT DES VEREINS DER PLAKATFREUNDE / E. V.

11. JAHRGANG / HEFT 6 / JUNI 1920

DIE BAUKUNST IM DIENSTE DER KAUFMÄNNISCHEN WERBETÄTIGKEIT

VON GEH. REG.-RAT DR.-ING. HERMANN MUTHESIUS, BERLIN-NIKOLASSE.

Die Verbindung der Begriffe Baukunst und Reklame mag gewagt erscheinen; mancher wird das Gefühl haben, daß es eine Herabminderung der Kunst sei, sich in den Dienst einer geschäftlichen Absicht zu stellen. In Wirklichkeit kann es einer Kunst, die den Beinamen „angewandt“ trägt, keinen Abbruch tun, wenn die von ihr ausstrahlende Wirkung zu Werbezwecken irgend welcher Art benutzt wird. Zunächst ist zu bemerken, daß ein Kaufmann, der sich der Kunst als Empfehlung seines Geschäftes bedienen will, dies niemals tun wird, wenn er nicht selbst von künstlerischem Geiste beseelt ist. Die Frage, ob es geraten, möglich oder nützlich sei, die Kunst, in diesem besonderen Falle die Baukunst in den Dienst der kaufmännischen Werbetätigkeit zu stellen, hängt also davon ab, ob es gelingt, den Kaufmann selbst in weiterem Umfange kunstverständlich zu machen, ihm Anteilnahme an allem Künstlerischen und Freude am Schönen einzuflößen. Ist dies der Fall, so gewinnt nicht nur der Kaufmann, sondern auch die Kunst selbst; ihre Verwendungsmöglichkeit wird erweitert und unmittelbar dann auch ihre Wirkung.

Die Kunst zum Werkzeug eines persönlichen Zweckes zu machen, ist keineswegs etwas Neues. Wir beobachten, daß in vergangenen Zeiten die Kunst das wesentlichste Mittel der Fürsten war, ihre Herrscherwürde zu stützen. Jene erlauchten Beschützer der Künste, wie wir sie aus der Renaissance und nicht minder aus dem Altertum kennen, waren im Grunde von der dunkeln Absicht getrieben, ihre Stellung durch die Kunst zu heben, ihrer Größe einen wirkungsvollen Rahmen zu schaffen. Die Huldigung und Bewunderung des Volkes war die Antwort darauf. Die Kunst stand damals hauptsächlich im

Dienste der Macht. Und wir wissen heute, daß wir diesem Umstande herrliche Blütezeiten der Kunst zu verdanken haben. Die Fürsten haben durch die Kunst, und die Kunst hat durch die Fürsten gewonnen. Ähnliche Machtgedanken wie bei den Fürsten waren es, die im Zeitalter der italienischen Renaissance jene großartigen bürgerlichen Bauten zustande brachten, mit denen sich die Städte gegenseitig zu überbieten versuchten. Auch hier ist der Baukunst ein wichtiger Dienst geleistet worden.

Die Kunst hat aber auch schon andere Wirkungen ausgeübt, die von einer besonderen Stelle gewünscht und zu bestimmten Zwecken verwendet wurden. Die christliche Kirche war im Mittelalter bestrebt, ihre Gedanken mit Hilfe der Kunst in das Volk überzuführen; sie hat es verstanden, ihre Lehre durch das Mittel der Kunst eindrucksvoll zu machen. Überhaupt ist die Kunst in allen Zeitaltern und in allen Ländern stets die größte Fördererin der Religion gewesen. Auch hier war das Hehre und Erhebende, das der Kunst eigentümlich ist, das Werkzeug, um die Religion durch die Kunst auszubreiten. Auch hier wurde letzten Endes ein Werbezweck verfolgt.

Alle weltlichen wie kirchlichen Herrscher waren sich bewußt, daß sie in der Kunst das vorzüglichste Wirkungsmittel auf die breiten Massen zur Verfügung hatten und daß dieses Mittel von unfehlbarem Erfolge war.

Es braucht daher nicht weiter zu überraschen, wenn sich auch der Kaufmann, dessen Beruf so sehr auf die Werbetätigkeit angewiesen ist, überlegt, daß er sich doch eigentlich des Künstlerischen für seine Zwecke bedienen könne. Die kaufmännische Werbung will die Aufmerk-