

den Wettbewerb der einzelnen Firmen zurück, die den Beifall der Künstlerchaft, der künstlerisch gebildeten Laien und der Reklamesachwelt erringen wollen. Dieser Wettstreit, meint Seyffert, hebt die allgemeine Kultur, weil die künstlerische Reklame, je mehr sie sich ausbreitet, als „die“ Reklame gilt. Seyffert betont aber, daß „die Reklame auf die Kunst nicht angewiesen ist und ohne künstlerische Durcharbeitung oft rascher und billiger zum Ziele kommt“. So sehr also Seyffert persönlich die künstlerische Reklame zu schätzen scheint, so schief ist seine Auffassung von dem gegenseitigen Verhältnis zwischen Kunst und Reklame. Ich möchte an dieser Stelle kein Hehl daraus machen, daß die künstlerische Reklame nicht Selbstzweck sein darf (wie denn die von Seyffert angeführte Rücksicht des Geschäftsmanns auf das Urteil der Künstler oder gar der Reklamesachwelt ein Unding ist). Die Reklamekunst ist Zweckkunst, die Kunst hat der Reklame gegenüber eine dienende Aufgabe. Aber umso stärker muß ich darauf dringen, daß sie diese Aufgabe in einer Weise löse, die sie für die Reklame einfach unentbehrlich macht. Niemals kann kunstlose Reklame auf die Dauer die seelische Beeinflussung auf die Menschen ausüben, die dem Künstler gegeben ist, die sein Wesen ausmacht und mit der die Reklame rechnet. Nur für vollkommene Kulturlosigkeit mag das vielleicht nicht gelten. Wenn wir uns aber als Kulturvoll betrachten, so müssen wir uns auch in der Reklame künstlerischer Mittel bedienen. Daß die künstlerische Reklame ihrerseits auf die allgemeine Kultur förderlich einwirkt, ist eine zweite Tatsache, deren wir uns freuen dürfen.

Hermann Behrmann, Leipzig.

★

Der Muster- und Kunstschuß für Kunstgewerbe und Industrie.

Von Professor Albert Hempel, mit 135 Abbildungen. Verlag von Christian Stoll, Plauen i. B., 1921. Preis steif broschiert 30 Mark.

Dieses Buch ist mir in dem Augenblick, in dem ich es kennen lernte, „unentbehrlich“ geworden, weil ich eine solche Arbeit bisher stets mit Bewußtsein schmerzlich „entbehrte“ habe. Ein Werk über den Rechtsschutz des Künstlers, vom Künstler geschrieben, der die Nöte des Faches kennt und dabei den Stoff so gut beherrscht wie der Rechtsgelehrte, ein solches Werk fehlte uns bisher. — Im „Plakat“ ist immer gefordert worden, daß der Kunstschuß sich den Verhältnissen des Lebens mehr anpasse, immer gezeigt worden, daß bloße Paragraphenkennner schlechte Hüter der Kultur sind, und damit nur derselbe Gedanke verfolgt worden, der im gesamten Bereiche der Staatshoheit heute anstelle des allgewaltigen Rechtskundigen den Fachmann an die leitende Stelle wünscht, der Gedanke, daß dieser sich leichter in die rechtlichen Grundlagen vertiefen oder sich auf kenntnisreiche Mitarbeiter stützen kann, als daß umgekehrt der Rechtskundige — meist vergeblich — strebend sich bemüht, in die Sonderverhältnisse des ihm „unterstellten“ Gebiets einzudringen. Ein anderer Ton klingt aus diesem Buch als aus den — nicht einmal seltenen — wissenschaftlichen Erläuterungen zur Kunstschußfrage: Hier darf man sagen: Der Verfasser versteht die Künstler, die Künstler werden ihn verstehen!

Professor Hempel lebt in Plauen, sein Wirkungskreis ist das Spitzen- und Stickerie-Gewerbe. Seine Tätigkeit auf diesem Gebiete hat ihm zu der genauen Kenntnis der Herstellungsfragen einen tiefen Einblick in die Rechtsprechung und, wie es scheint, einen erfreulichen Einfluß auf sie verschafft. So ist es erklärlich, daß das Werk in erster Reihe diesen Sonderzweig, die Spitzenkunst, berührt und das sonstige Kunstgewerbe mit Einschluß der und angehenden Gebrauchsgraphik etwas abseits behandelt. Immerhin fehlt es nicht an Hinweisen auf die verwandten Gebiete, sodas auch

diese manches aufhellende Streiflicht abbekommen und wertvolle Erkenntnisse gewinnen. Unter den fünfzehn „Lehrbeispielen aus der Praxis“ sind drei aus der Gebrauchsgraphik genommen, übrigens alle aus unserm Beilagenheft „Plakat und Plagiat“ vom März 1907 (leider ohne unsere vorherige Einwilligung und mit ungenügendem Quellenhinweis). Besonders wertvoll für den Gebrauch ist ferner der Abdruck des Musterschuß-Gesetzes vom 11. Januar 1876 und des Kunstschuß-Gesetzes vom 2. Januar 1907 sowie die tabellenförmige Gegenüberstellung ihrer Grundzüge und Unterschiede, sodann die Untersuchung über die Anwendbarkeit der Gesetze über den unlauteren Wettbewerb und über das Gebrauchsmuster, schließlich die sehr klare und willkommene Übersicht über den Schuß im Auslande. Aber auch die einzelnen Gedanken des Verfassers über die sittlichen Fragen der Musternachahmung, über die Zulässigkeit der Selbstplagiate, über die Abwägung von fremdem Inhalt und eigener Zutat sind höchst beachtlich und beherzigenswert, begegnen übrigens den von uns so oft vertretenen Ansichten auf das Überraschendste.

Wenn das Buch hier vor allem deshalb begrüßt wird, weil es das erste seiner Art darstellt, so ist damit nicht gesagt, daß es nicht auch zu Einwänden Anlaß gäbe. Die Gliederung des Stoffes, die auf den ersten Blick sehr überlegt aussieht, erweist sich im Ganzen wie im Einzelnen als flüchtig. Vielfach finden sich Wiederholungen, manchem „Erstens“ fehlt das „Zweitens“ (S. 124), einem „3. Fall“ geht kein 1. und 2. Fall voraus, dagegen folgt noch ein „3. Fall“ (S. 121). Auch sachlich meldet sich mancher Widerspruch, so wenn gewissermaßen Rezepte gegeben werden, wie man eine Nachahmung zu einer zulässigen macht (S. 39 u. a.) oder wenn dem Richter die „Aufgabe“ zugewiesen wird (S. 72), das Vorurteil von der Überlegenheit der „freien“ Kunst zu zerstören oder gar (S. 128) die „Mission“, für industrielle Gesundheit zu sorgen. Der Richter wird nur eine Aufgabe anerkennen: über dem Gesetz zu wachen, — die hier gestellten Forderungen hat der Gesetzgeber zu lösen! Solcher Bedenken erweckt das Buch natürlich manche, wie nicht anders zu erwarten bei einem ersten Versuch in neuer Richtung. Solange wir aber kein anderes, noch besseres besitzen, keines, das entweder gleichmäßig alle Gebiete der angewandten Kunst umfaßt oder sich in gleich eingehender Weise auf die Gebrauchsgraphik einstellt, wie es hier mit der Spitzenkunst geschehen ist, solange kann das Buch aufs Wärmste empfohlen werden.

Hans Meyer, Berlin.

★

Der kaufmännische Stil.

Von Bruno Betke, Verlag Hesse & Becker, Leipzig, 219 Seiten in Steifdeckel 4,50 Mark, gebunden 5,50 Mark.

Es gibt Binsenwahrheiten, die so wahr sind, daß man sie täglich wiederholen muß, damit sie geglaubt werden. Wie wäre es sonst anders zu erklären, daß trotz ungezählter Vorträge und Aufklärungen noch heute von 60 Millionen Deutschen nur 10 Millionen eine eigene Zahnbürste haben? Vom kaufmännischen Stil gilt das Gleiche. Keine Broschüre, kein Buch, kein Aufsatz, der darüber erschienen ist, ist zu viel, um allmählich in die Köpfe hinein zu hämmern, welche Ansitten noch immer in der Kaufmannswelt mit wenigen Ausnahmen herrschen, wenn es sich um geschäftliche Dinge, um Anpreisung der Waren usw. handelt. „Der Krieg, mit seinem Warenhunger und Warenmangel, hat die Formen, in denen sich der geschäftliche Verkehr bewegt, in betäubender Weise verschlechtert.“ Wie stellen sich unsere feinen Drucksachen dar? „Feinstes Kunstdruckpapier, feinstes Druck, feinstes künstlerischer Buchschmuck und — Schluderdeutsch! — Dieser sichere Blick für jeden andern Ritsch und diese Blindheit und Taubheit gegen Ritsch im Ausdruck.“ So schreibt der Verfasser sehr richtig in seinem Buche. Sein Vorzug ist, daß kein trockener Schullehrer oder ein wildgewordener Sprach-