

*Paul Steinert, Kunsthandlung*



Bild 17 / GEORG BELWE / Anzeige

## *KÜNSTLER UND BESTELLER / VON HANS ULRICH BERNER, LEIPZIG*

Seit die bildende Kunst sich frei gemacht hat, seit sie nicht mehr wie früher vornehmlich im Dienste mächtiger Auftraggeber steht, sondern nur noch dem inneren Gestaltungsdrange des Künstlers folgend schaffen will, wird diese Freiheit als Errungenschaft gegenüber der Arbeit „auf Bestellung“ mit Überzeugung verteidigt. Ja, Auftraggeber vom Range der mittelalterlichen Kirchenfürsten wünscht sich der Künstler auch heute noch. Aber die Zeiten haben sich geändert; es gibt heute keine herrschenden Schichten mehr, die einen so großen und dauernden Bedarf an Kunst hätten und auch die Mittel besäßen, ihn zu befriedigen, wie damals Kirche und Staat.

Die Kreise, die heute Bedarf an Kunst haben und auch über die nötigen Mittel verfügen, heißen Industrie und Handel. Ihnen sind Kunstwerke zunächst Gegenstände des Luxus, und ihr Mäzenatentum äußert sich weniger im Bestellen, als im Kaufen und Sammeln freier Schöpfungen der bildenden Kunst. Ein eigentlicher Bedarf an Kunst ist das mit nichten. Den haben diese Kreise auch. Aber er ist auf eine bestimmte, praktisch verwendbare Art von Kunst gerichtet (was übrigens im Sinne der damaligen Zeit der Kunstbedarf von Kirche und Adel

auch war – plus que ça change, plus c'est la même chose!), auf die Werbung im weitesten Sinne.

Die erwähnten Kreise treten hier der Kunst als Auftraggeber gegenüber. Mit der Trennung der Zweckkunst von der freien Kunst hat sich aber auch das Verhältnis des Künstlers zum Besteller geändert. Nicht zu Gunsten des Künstlers. Wir wollen uns darüber keinen Täuschungen hingeben, daß trotz des Ruhmes und äußeren Erfolges einer großen Zahl von Reklamekünstlern die Kunst im Dienste der geschäftlichen Werbung der hohen Kunst nicht gleich geachtet wird. Ich möchte zwar nicht dafür einstehen, ob nicht ein späteres Geschlecht das Plakatwerk etwa eines Scheurich höher werten wird, als ganze Jahrgänge Berliner und Münchner Kunstaustellungen. Aber heute ist der Reklamekünstler in dienender Stellung. Das äußert sich vor allem darin, daß der Besteller, auf den diese Kunst ja aus natürlichen Gründen angewiesen ist, ihr nicht mit derjenigen Rücksicht, ja sagen wir Scheu, begegnet, die sonst den Laien vor der bildenden Kunst erfüllt. Daß der erfolgreiche Reklamekünstler dem Besteller gegenüber sicherer, selbstbewußter ist, als mancher freie Künstler, ändert hieran nichts.