

etwas gesehen hat, und nun „so etwas“ haben möchte; der dann enttäuscht ist, wenn der Künstler die Enge seiner Vorstellungswelt verläßt und eigene Wege wandelt. Der Entwurf des Künstlers ist dann „nicht nach Wunsch“ und wird beanstandet oder abgelehnt.

Das Schlimme ist, daß die Auftraggeber dieser Art die Gründe der Beanstandung künstlerischer Arbeit aus geschäftlicher Erfahrung zu schöpfen vorgeben. Darum bedeuten diese Auftraggeber für den Künstler wie für die Kunst eine schwere Beeinträchtigung. Solcher Verge-waltung gegenüber muß der Künstler seine Selbständigkeit und Überlegenheit hervorkehren und dem Besteller klar machen, daß er sich wohl geschäftlichen Forderungen fügen will, nicht aber künstlerischer Bevormundung, und daß bei derartigen Bestellungen weder künstlerisch noch geschäftlich etwas Rechtes herauskommt.

Die Vorstellung des Auftraggebers von dem zu schaffenden Entwurf kann aber sehr wohl, statt aus seiner Unzulänglichkeit zu stammen, aus einer Erkenntnis von dem Verwendungszweck der Arbeit geschöpft sein, die dem Künstler zunächst abgeht, aus einem

**GRAPHISCHE  
KUNSTANSTALTEN  
H. WEBER, LEIPZIG**  
*Reudnitz. Straße Nr. 17.*

TELEGRAMME LEIPZIG  
ILLUSTRATIONEN

*Künstlerisch ausgeführte  
Prospekte, Broschüren, Kata-  
loge in Buchdruck, Tiefdruck  
u. Offsetdruck, Festschriften  
und Prachtwerke, Postkar-  
ten, Klischees, für ein- und  
mehrfarbigen Druck. In  
Sonderheit: Fremdsprachl.  
Drucksachen.*

BERLIN FILIALE LOVERBECK  
AM KARLSBAD  
HAMBURG FILIALE JULIUSRUHE  
BISMARCKSTR. 15

(Zar., Bugra Messe "Leipzig (Ledig-Passage)  
Petersstrasse 38, Koje 86.

Bild 24 / GEORG BELWE / Anzeige

**BILDER**  
*sind vornehme Geschenke.*

*Sie  
finden solche in großer Aus-  
wahl geschmackvoll gerahmt  
und in jeder Preislage in der  
Kunsthandlung*

**PAUL STEINERT**  
*Windmühlen-Strasse 18.*

Bild 25 / GEORG BELWE / Anzeige

starken Willen, der auf dem Gebiet der geschäftlichen Notwendigkeiten, dasselbe Recht beansprucht, wie der des Künstlers auf dem seinigen. Es gibt zahlreiche Fälle, wo der Werbezweck nicht eine beliebige, sondern eine ganz bestimmte Darstellung, ja sogar Darstellungsart erfordert. Hier muß sich der Künstler dem Besteller fügen, selbst wo die geschäftlichen Forderungen auf das künstlerische Gebiet übergreifen scheinen. Und das läßt sich nicht durchaus vermeiden, eben aus dem Grunde, weil die Reklamekunst, die Gebrauchsgraphik, doch eine Zweckkunst ist.

Der verständige Besteller wird den Künstler von selbst nicht als bezahlten Handwerker einschätzen, sondern ihn neben oder über sich stellen. Aber die Spannung zwischen Künstler und Besteller ist damit nicht behoben. Sie muß von einem ganz anderen Punkte aus gelöst werden. Zweck und Ziel der Reklame ist der Empfänger, an den sie sich richtet, der Beschauer des Plakats beispielsweise. Aus ihm heraus ist das Kunstwerk einzuschätzen, sind die Bedingungen für den Entwurf abzuleiten, nicht aber aus rein künst-