

liebe muß man betonen, daß sehr oft von denjenigen, die ihre Waren und ihre Abnehmerkreise ganz genau kennen, ausgezeichnete Anregungen ausgehen, deren Verwirklichung scheitert an der Unfähigkeit der Künstler, sich geistig einzustellen und die Idee in eine gute zeichnerische Form zu bringen.

Von wirtschaftlichen Gründen ausgehend, haben sich nach Beendigung des Krieges die Graphiker zum „Bund deutscher Gebrauchsgraphiker“ zusammengeschlossen. Dieser Zusammenschluß war ohne Zweifel berechtigt, aber der Erfolg dieses Zusammenschlusses der deutschen Gebrauchsgraphiker war höchst merkwürdig. Die Bundesleitung arbeitete in rascher Folge Lieferungsbedingungen, eine Gebührenordnung und eine Wettbewerbsordnung aus, deren Fassungen so unglücklich sind, daß sie für den Auftraggeber höchst gefährliche Klippen und Reibungsmöglichkeiten, für den Reklamefachmann eine Summe von unangenehmen Möglichkeiten und für den Künstler unter Umständen den völligen Verlust der Aufträge bedeutet.

Es ist unzweifelhaft vollkommen wahr, daß viele Künstler, ganz besonders die bescheidenen, durch ein rigoroses Vorgehen ihrer Auftraggeber in ein höchst bedenkliches Abhängigkeits-Verhältnis geraten waren, und daß die Bezahlung ihrer Arbeit oft in keinem Verhältnis stand zu dem Erfolg, welchen der Auftraggeber aus ihren Leistungen zog. Aber dieser Gruppe von geschäftstüchtigen, anspruchsvollen, bedenkenlosen Auftraggebern standen und stehen doch eine große Anzahl anderer gegenüber, welche Hand in Hand mit den Künstlern arbeiteten und noch arbeiten und die sehr wohl ihre Preise und ihre Bedingungen den veränderten Lebensbedingungen anpaßten. Noch eine dritte Gruppe ist zu vermerken, das sind die selbstherrlichen Künstler, welche den Auftraggebern schwere, oft keineswegs gerechtfertigte Bedingungen und Preise diktieren und die sich keinesfalls um berechtigte Wünsche des Handels und der Industrie kümmern.

Was hätte näher gelegen, als bei der Aufstellung der Lieferungsbedingungen der Reklamekünstler alle Kreise, die diese Arbeiten betrifft, eingehend zu hören und auf Grund einer solchen umfassenden Studie die Bedingungen aufzusetzen, bei denen alle Teile zufrieden sein könnten? Was tat man? Die Künstler, verärgert und verbittert durch unverständige Auftraggeber und nicht zum geringsten durch die schlechte Wirtschaftslage der letzten Jahre, gründeten den „Bund deutscher Gebrauchsgraphiker“ und sahen in ihm in der Hauptsache ein Werkzeug zur Regelung der Preise und Bedingungen ihrer Arbeiten. Sie sahen dabei nicht, daß die Reklame an sich sehr wohl ohne Kunst auskommen kann, und sie redeten sich in ihrem Eifer ein, daß Industrie und Handel ohne ihre Mitarbeit unfähig wären, irgendwelche Reklame zu machen. Dieser grundsätzliche Fehler ist wohl der Hauptgrund für die scharfe Fassung der Bedingungen, die in ihren elf Punkten ebensoviel mißtrauische Drohungen gegen den Auftraggeber sind. Wenngleich manche Punkte für den Fach-

mann und Freund der Reklamekunst selbstverständlich sind, so muß die Fassung dieser elf Punkte auf den uneingeweihten Reklameverbraucher den denkbar schlechtesten Eindruck machen. Ehe er sich mit Haut und Haar einem Künstler verschreibt, der nur unter diesen Bedingungen liefert, eher verzichtet der Durchschnittsindustrielle und Kaufmann auf die Mitarbeit des Künstlers, nimmt sich entweder einen anderen, der dem Bund nicht angehört oder überhaupt kein Künstler ist. Die Abneigung gegen diese Bedingungen geht noch weiter. Die Groß-Reklameverbraucher, welche in keinem festen Verhältnis zu Künstlern stehen, werden begreiflicherweise ebenfalls stuhig beim Lesen dieser Bedingungen und schließen mit den Künstlern entweder persönliche Vereinbarungen oder wenden sich jüngeren Kräften zu, die noch nicht auf so hohem Pferde sitzen.

So wird praktisch der Einzelkünstler wieder so schuklos wie er früher war. Das wäre alles noch nicht so schlimm, wenn es sich nur um einwandfreie, erstklassige Reklamekünstler drehen würde. Aber komisch und für die Künstler tragisch ist es, daß der B. D. G. kritiklos beinahe alle deutschen Graphiker in seine Reihen gezogen hat. So tritt nun häufig der Fall ein, daß jemand, der Reklameentwürfe braucht, einen oder einige jüngere Künstler auffordert, Probearbeiten vorzulegen, und daß er dann als erstes in der Mappe die unannehmbaren Bedingungen des B. D. G. findet. Wenn dann außerdem der junge Künstler nicht in der Lage ist, interessante und wirklich brauchbare Arbeiten vorzulegen, so ist natürlich für ihn jede Geschäftsmöglichkeit von vorneherein untergraben, denn der Auftraggeber wird ganz richtig sagen, daß die Leute erst etwas lernen sollen, ehe sie so harte Bedingungen stellen.

Der Gegensatz zwischen Auftraggeber und Reklamekünstler wird durch Lieferungsbedingungen und Gebührenordnung des B. D. G. in der heutigen Form nicht beseitigt, sondern vergrößert. Die Härte der verschiedenen Paragraphen, die Unklarheit der Gebührenordnung, die Unmöglichkeit, überhaupt alle Arbeiten der Reklame in eine solche Ordnung zu fassen, muß zu Meinungsverschiedenheiten Anlaß geben, welche den jungen Reklamekünstler besonders hart treffen. Der erfahrene Künstler, gar die großen „Kanonen“ mit ihren Ateliers haben meistens ihren festen Stamm von Auftraggebern, deren geistige Einstellung sie genau kennen. Für sie braucht es keinen B. D. G. zu geben. Sie wissen auch nur zu gut, daß Kaufleute und Industrielle nicht immer von vorneherein ganz genau wissen können, wie sich eine Ware entwickelt, wie sich seine Fabrikationsmöglichkeit gestaltet und daß es oft nötig ist, Zugeständnisse in der Ausgestaltung der Reklamemittel zu machen, ohne die es eben unmöglich wäre, die Reklame herauszubringen. Sie werden also, dank ihrer geschäftlichen Erfahrung, immer einen Weg zu finden wissen, um mit ihren Auftraggebern in Ruhe und Freundschaft zu leben. Aber trotzdem ist auch hier nicht alles so, wie es sein sollte. Auch in diesem Kreise hat sich in vielen Fällen eine