

Wohin „wollen“ wir? / Von H. K. Frenzel, Berlin.

Soweit sich meine Ausführungen nicht mit den Aufsätzen der Herren Kropf und Behrmann im Septemberheft 1921 befassen, lagen die Gedanken schon fest, ehe mir die beiden Aufsätze zu Gesicht kamen. Ich lege zunächst das fest, was wir Gebrauchsgraphiker als unsere nächsten Ziele ansehen. Im wesentlichen wird sich ein Einklang unserer Ziele mit denen des Herrn Kropf herausstellen. Wie sollte es denn auch anders sein? Dienen wir doch der gleichen Sache! Reklameorganisator und Gebrauchsgraphiker sind die beiden organischen Arme eines Körpers; wer da der rechte, wer der linke Arm ist, bleibt gleichgültig. Es gibt auch Linkshänder. Genau so, wie der Reklamefachmann, stehen wir Gebrauchsgraphiker als Mittler zwischen Herstellern und Verbrauchern. Beiden Gruppen müssen wir uns dauernd scharf beobachtend und abwägend zuwenden, wenn wir Gutes schaffen und unsere Aufgabe ganz erfüllen wollen. Der Graphiker muß weiter noch in starker Fühlung mit freier Kunst und Graphik bleiben, denn hier liegen nun mal die Wurzeln seiner Kraft. Gerade der Kaufmann erwartet von ihm, daß er diese Kraft in seinen Dienst stellt, wohlgemerkt: das künstlerische Können in den Dienst des Kaufmanns, nicht aber den Kaufmann in den Dienst einer künstlerischen Idee, wenn sie dem Zweck des Kaufmanns zuwiderläuft. Diese Bindung unseres Schaffens, erstens an den Willen des Kaufmanns und zweitens an das künstlerische Auffassungsvermögen des anzusprechenden Verbraucherkreises, trennt unsere Arbeiten von vornherein von der freien Kunst. Wir stellen unser Können bewußt in den Dienst einer Sache. Der Kaufmann verlangt von uns, daß wir durch unsere Kunstfertigkeit seiner Sprache Nachdruck und größere Einprägsamkeit geben. Erkennen wir diesen Grundsatz an — und welcher verständige Gebrauchsgraphiker täte das wohl nicht? — so sind wir Kunsthandwerker, denn unsere Arbeiten verdanken ihre Entstehung nicht mehr einer freien, künstlerischen Idee, sondern eben einem ganz bestimmten Zweck. In künstlerischer und kultureller Bedeutung ist gutes Kunsthandwerk der freien Kunst immer gleichwertig gewesen.

Wir reden überhaupt viel zu viel von Kunst. Bedenken wir doch einmal, wie wenig Kunstwerke von Ewigkeitswert — und das ist doch nun einmal das Merkmal eines echten Kunstwerkes — uns wahrhaft große Künstler hinterlassen haben. Aber an diesem Mißbrauch des Wortes Kunst ist der Graphiker durchaus nicht allein schuld. Vielmehr liegt die Ursache des Übels in der ganz allgemeinen Abnützung unserer Sprache.

Was uns in der Mehrzahl noch fehlt, das ist die klare Einstellung auf unser Gebiet, nämlich das des Kunsthandwerks. Wir sind auf dem besten Wege dazu, denn wir können heute schon mit ruhigem Gewissen sagen, daß es eine Anzahl guter Arbeiten jüngerer Graphiker gibt, die handwerklich durchaus hochstehen und denen man einen Dauerwert unbedingt zusprechen muß. Warum? Weil sie Abernommenes gesund weiter entwickelt haben und weil sie keine Experimente sind. Schon daß wir uns um diese Dinge streiten, ist ein Beweis, daß die Sache in Fluß ist. Wesentlich und wichtig ist nur, daß wir uns gegenseitig die Wege zum gemeinsamen Ziele zeigen und nicht in Parteihader und Zank verfallen. Jeder ehrlich ringende Mensch wird seinen Weg naturgemäß immer für den richtigen halten. Daraus ergibt sich auch die ablehnende Stellung gegen alles Abweichende, ganz besonders bei Künstlern. Wenn wir uns aber einmal klar machen, daß jedes Werturteil, selbst bei objektivster Einstellung, völlig subjektiv ist, und zwar um so subjektiver, je stärker

die Persönlichkeit ist, so ersehen wir eben daraus, daß jede Kunstäußerung ihre Grenzen darin findet, daß sie als solche erkannt wird. Was nützt es z. B. einem Kaufmann, wenn das Plakat, das er sich heute machen läßt, um seine Waren zu verkaufen, vielleicht erst in zehn Jahren von den Kreisen verstanden wird, zu denen er sprechen wollte? Unsere Aufgabe ist deshalb so schwierig, weil wir den Willen des Kaufmanns mit dem Auffassungsvermögen des Publikums und unserm eigenen künstlerischen Wollen in eine Form bringen müssen. Für uns gibt es keinen Streitruf: „Sie Reklamefachmann, Sie Gebrauchsgraphiker!“, sondern nur: „Sie gute, Sie schlechte Werbearbeit!“ Der eine organisiere sie, der andere schaffe die gute Außenform.

Ich bin deshalb garnicht von so schweren Sorgen um die Zukunft erfüllt, wie Sie, Herr Kropf, in Ihrem Aufsatz im Septemberheft. Wenn Sie aber gelegentlich wieder einmal den Bund Deutscher Gebrauchsgraphiker unter Ihre Lupe nehmen, dann empfehle ich Ihnen dringend: puhen Sie das Ding vorher erst einmal. Mir scheint da ein ziemlich dicker Schleier Voreingenommenheit drauf zu liegen. Außerdem scheinen Sie ein recht vergeßlicher Leser des „Plakats“ zu sein, denn sonst müßte Ihnen aus dem Februarheft des Jahrganges 1920 der Aufsatz: „Die Gebührenordnung der Gebrauchsgraphiker“ von Hans Meyer über alle Dinge der Bundesgründung Aufschluß gegeben haben. Oder rechnen Sie mit der Vergeßlichkeit der Künstler? Sie finden da das Sonderbare, daß die Künstler bei Aufstellung ihrer Gebührenordnung die Auftraggeber befragt haben! Glauben Sie aber vielleicht, die Farben- und Papierfabriken hätten die Künstler um ihre Ansicht befragt, als unsere Arbeitsmittel im Preise um das Zwanzig- bis Dreißigsfache erhöht wurden? Oder sind Sie vielleicht von den Rilscheefabrikanten um Ihren Rat gefragt worden, als die immer neuen Preiszuschläge kamen? Da haben Sie den gedruckten Zettel, daß „ab soundsovielten“ ein neuer Aufschlag von 50% komme, einfach hingenommen. Warum glauben Sie, daß der Gebrauchsgraphiker weniger im Stande ist, seine Arbeit selbst zu bewerten? Wenn Sie so nebenher lebhaft mit den „jüngeren Kräften“ und kunstloser Reklame operieren, so kann ich nur sagen: „man merkt die Absicht, und man ist verstimmt“. Gewiß hat die Gebührenordnung Mängel, und es wird seit langem daran gearbeitet, daß etwas Besseres herauskomme. Aber wenn Sie sich so eingehend mit unserm Bunde befaßt haben, so kann Ihnen doch auch nicht entgangen sein, daß gerade er zu einer Instanz auch gegen Überforderungen geworden ist. In einigen Fällen hat der Bund bereits gegen seine Mitglieder entschieden. Das Vertrauen wächst gerade in den Kreisen der Auftraggeber von Tag zu Tag. Wenn Sie aber behaupten, daß der Bund nahezu alle Graphiker an sich gerissen habe, so trifft das nur insoweit zu, wie die dem Aufnahmeausschuß vorgelegten künstlerischen Arbeiten der ausnahmesuchenden Graphiker tatsächlich eine gewisse künstlerische Höhe hatten. Wie sieht es in dieser Hinsicht bei den Reklamefachleuten aus? Welcher Befähigungsnachweis wird von einem Reklamefachmanne für die Mitgliedschaft im Verein Deutscher Reklamefachleute verlangt? Es gibt in Ihrem eigenen Hause noch eine ganze Menge zu fegen, ehe Sie so gründlich in einer fremden oder doch verwandten Wirtschaft herumstöbern. Es ist sehr komisch, daß Sie die Wurzel all der vorgebrachten Übelstände einmal in der allgemeinen Lage begründet finden und dann doch wieder dem B. D. G. unterzuschieben versuchen. Ich erspare es mir, diese ganzen Widersprüche weiter zu verfolgen. Nur eins sei festgestellt: wir wollen nicht, daß unsere