

unbedingt, wenn auch nur dunkel, einmal etwas gespürt haben von der drängenden Notwendigkeit, mit der die Art unseres Wirtschaftslebens die Ware zwingt, sich dem Käufer aufzudrängen. Er muß sich einfühlend können in den Geist einzelner Erzeugungsgebiete oder in geistige Bewegungen, muß einmal das Gewaltige in unserer Industrie, in unserm Verkehr erlebt haben. Das alles hat er im Plakat mitzugestalten, wenn es den verlangten Zweck erfüllen soll. Dabei darf er nie außer acht lassen, auf wen er eigentlich wirken will, auf jeden beliebigen oder nur auf die Kreise, für die das Angebotene gerade paßt. Er muß, mit anderen Worten, sich in die Denkweise der Masse einfühlend können und auch diese mit zur Gestaltung bringen. Der Plakatkünstler schafft also, wie der eigentliche Künstler, aus dem Leben heraus und formt geistige Erlebnisse. Begnügt er sich aber damit, dem Reklamezweck nur einfache Form zu geben, so hört er auf, Plakatkünstler zu sein und wird Kunstgewerbler.

IX.

Es bedarf vielleicht noch einer klareren Abgrenzung der Plakatkunst von dem, was wir eigentlich unter Kunst verstehen — wobei wohl zunächst nur die Malerei in Frage kommt. Diese Ausdrucksart unseres Daseins kennt keine Aufteilung in Einzelgebiete: ob es sich nun um Bildnis-, Landschafts- oder Figurenbild handelt, immer ist sie nur Ausstrahlung des gesamten Lebensgefühls. Absonderung einzelner Lebensgebiete und Gestaltung für bestimmte Volkskreise sind der echten Kunst vollständig fremd. Auch haftet ihr ein praktischer Gebrauchszweck nur ganz lose an. Beweis dafür ist, daß er jetzt so gut wie gänzlich geleugnet wird. Man könnte als Einwand an ein religiöses Kunstwerk, etwa an eine Altartafel erinnern. Sie verdankt ihre Entstehung sicherlich nicht nur dem Verlangen nach Ausdruck religiös-bedingten Lebensgefühls, sondern hat den deutlichen Zweck, von ihrem Platz aus in bestimmter Weise auf die Andächtigen

einzuwirken. Aber diese Einwirkung war doch nichts anderes als eine Umformung des verschiedenartigen Lebensgefühls der Gemeinde in ein gleichartiges religiös-bedingtes. Der praktische Zweck fällt also letzten Endes mit dem Kunstzweck zusammen. Der Werbezweck aber, der Zweck des Plakates geht, wie gezeigt wurde, weiter. Hätte das Altarbild nicht schon eine gläubige Gemeinde vor sich gehabt, sondern sich erst eine suchen müssen, so wäre es ohne Zweifel vollständig ungeeignet gewesen, und an seiner Stelle hätte das Bildplakat entstehen müssen. Das Werbemittel des bekehrenden Christentums war jedoch das Wort.

X.

Als man das Plakat am Anfang seiner Entwicklung unter den Schutz der eigentlichen Kunst stellte, hatte man das richtige Gefühl, daß über das Praktische hinaus ein besonderer Erlebniswert ihm innewohne, und daher die gewiß gute Absicht, diese seine Eigenschaft bewußt zu pflegen. Aber das Wesen des Bildplakates läßt deutlich erkennen, daß eine derartige Entwicklungshilfe niemals von außen kommen kann, sondern daß Qualität und ihre Entwicklung durchaus im inneren Wesen der Plakatkunst liegen. Man kann deshalb ein künstlerisches Plakat nur dann bewußt weiterbilden, wenn man sich von jeder Einseitigkeit frei macht, wenn man unter vollster Wahrung des Reklame- und Werbezweckes, der immer und überall seine feste Grundlage bilden muß, zugleich die möglichst klare Gestaltung geistiger Inhalte, von ihm verlangt, gewonnen durch Einfühlung in die kulturellen Notwendigkeiten und in die Massenseele. Die einheitliche Verknüpfung dieser beiden Forderungen muß die Tat des Plakatkünstlers sein. Zwar gibt es noch nicht allzu viele Plakate, die diesen Bedingungen gerecht werden, aber wenn sich eine künftige Bewertung nach ihnen richtet, wird gewiß eine Förderung nicht ausbleiben.

PRAKTISCHE FÖRDERUNG DER REKLAME, KUNST UND KULTUR DURCH DIE FRANKFURTER MESSE

VON HANNS KROPF, WIESBADEN

Es gibt in Deutschland nicht viele Stellen, an denen bewußt und nachhaltig Kunst und Kultur der Reklame gefördert werden. Handel und Industrie fallen nach scheinbaren Mißerfolgen leicht um, und von den Behörden schweigt man besser.

Für denjenigen, der die deutschen Messen regelmäßig besucht und nicht nur einzelne Warengruppen betrachtet, sondern das Gesamtbild der Messe auf sich wirken läßt,

war die 5. Frankfurter Messe auffallend durch die starke Betonung der Qualität im Allgemeinen und eine wesentliche Verbesserung der Messestände im Besonderen.

Die Leitung der Frankfurter Messe hat seit dem Wiederbestehen dieser Einrichtung den größten Wert und Nachdruck auf eine reinliche Scheidung der verschiedenen Geschäftszweige gelegt, und sie hat dadurch bewirkt, daß die einander näher gerückten Wettbewerber