

## MORALISCHER ZWANG

**M**MORALISCHER Zwang, Flucht in die Öffentlichkeit, beschämende Kritik, sind gute Waffen gegen wirkliches Unrecht und gegen Unanständigkeit, wenn öffentliches allgemeines Interesse vorliegt. Ihre Anwendung kann aber leicht selbst zum Unrecht werden, wenn sie im freien Wettbewerb in Angelegenheiten, die nur sehr bedingt allgemein sind, Entscheidungen zu erzwingen versuchen, die nach innerem und äußerem Recht vorab persönliche Angelegenheiten sind.

Ich möchte einige nachdenkliche Anmerkungen machen zu dem Vorschlag des Herrn *Julius Steiner* im *Heft 6, Jahrgang 3* der *Gebrauchsgraphik*: »Zurückgewiesene oder nicht ausgeführte Werbeentwürfe«. Herr Steiner verlangt für den Gebrauchsgraphiker die Sicherung, daß bestellte Entwürfe vom Besteller auch zur Ausführung gebracht werden. Nicht für alle verlangt er das, er macht von vornherein selbst die Einschränkung, daß das nur für die etwa 30% guten Arbeiter oder Künstler Geltung haben soll. Hier stutzte ich schon: Was ist gut, was nicht gut? Oder angenommen, drei oder mehr zu den 30% gehörigen Gebrauchsgraphiker werden gleichzeitig zur Ausarbeitung von Entwürfen für die gleiche Werbesache aufgefordert. Nur einer dieser gleichguten Entwürfe kann nach Wahl des Bestellers ausgeführt werden. Nach Herrn Steiners Ansicht ist das ein Unrecht gegenüber den anderen Künstlern, die nur den vereinbarten Preis für den Entwurf ausgezahlt bekommen und das Blatt dann in ihren Mappen begraben müssen. Jeder Künstler hält seine Arbeit für gut. Bei der Gebrauchsgraphik kommt es aber nicht allein auf das Urteil des Künstlers an oder auf das eines Gremiums künstlerischer Sachverständiger, sondern auch auf das Urteil des Bestellers und vor allem des großen Publikums.

Hat ein Fabrikant zum Vertrieb seiner Erzeugnisse Werbedrucksachen herausgebracht, so ist zweierlei möglich: Entweder der erwartete Erfolg bleibt aus, dann ist es für ihn kein Trost, daß die Arbeiten als künstlerisch wertvoll beurteilt werden; sind sie aber tatsächlich schlecht und liegt darin der Grund für den Mißerfolg, dann wird er an seinem Geldbeutel so empfindlich bestraft, daß dies heilsamer sein wird als eine öffentliche, noch so berechnete Kritik. Hat er aber Erfolg, so ist es für ihn belanglos, ob man die Arbeit, wiederum

mit Recht, als künstlerisch schlecht bewertet. Er hat offenbar den Geschmack des großen Publikums getroffen, und keine Verächtlichmachung im kleinen Kreise wird ihn dazu bestimmen können, seine schlechten aber wirkungsvollen Blätter gegen künstlerisch gute einzutauschen, deren Wirkung er so wenig wie irgend ein anderer im voraus bestimmen kann. Es ist bedauerlich, daß Kitsch oft stärkere Wirkung ausübt als eine wertvolle Arbeit. Die Tatsache ist aber unbestritten und bekanntlich nicht nur in der Gebrauchsgraphik.

Für den Kaufmann ist aber der praktische Erfolg wichtiger als der künstlerische. Von ihm kann nicht erwartet werden, daß er aus Idealismus Kulturarbeit leistet — dazu betreibt er doch nicht sein Geschäft — und seinem weniger ideal veranlagten Konkurrenten den geschäftlichen Erfolg überläßt. Herr Steiner zieht eine Parallele zwischen dem Künstler und dem Gebrauchsgraphiker. Folgen wir ihm auf seinem Weg.

Der freie Künstler schafft aus innerem Drang heraus seine Werke, ohne an den Käufer zu denken, ohne zu wissen, wer es vielleicht sein wird. Wie oft aber findet er überhaupt keine Käufer, und dann bleibt er ohne jede äußere Entschädigung für seine Arbeit. Gewiß, er kann das Bild ausstellen und sich selbst darum bemühen, seinen Namen und sein Werk bekannt zu machen. Wird ihm aber ein Bild in Auftrag gegeben, so wandert es oft genug aus der Werkstatt in des Bestellers Haus und bleibt sichtbar nur dem Besteller und einem engen Kreise seiner Familie und seiner Freunde. Für den Künstler vermag dieses Werk nicht mehr zu werben. Anders beim Gebrauchsgraphiker. Er arbeitet auf Bestellung und bekommt bei Ablehnung wenigstens das vereinbarte Skizzenhonorar. Wird sein Entwurf aber vervielfältigt und verbreitet, so leistet der Besteller ohne Zutun des Gebrauchsgraphikers für diesen eine gar nicht abzuschätzende, große Werbearbeit. — Der Gebrauchsgraphiker steht also dem Künstler gegenüber weit im Vorteil.

Gerade die Werbearbeit der ausgeführten Arbeiten für den Gebrauchsgraphiker ist aber für Herrn Steiner das Wesentliche. Denn er bezeichnet es als »Unrecht, wenn ein Werk, das in der Öffentlichkeit für ihn werben würde, sozusagen vor der Geburt unterdrückt würde«. — Ja, ich denke doch