



GEBRAUCHSGRAPHIK IN HAMBURG COMMERCIAL ART IN HAMBURG

DIE Frage, ob eine gewisse Stadt oder ein bestimmtes Landschaftsgebiet eine eigene Kunst erzeugen oder beeinflussen kann, muß heute wohl verneint werden. Denn der Begriff der Heimatkunst war doch zu sehr mit dem Begriffe Volkskunst verbunden. Eine wirkliche Volkskunst gibt es wohl heute nur noch bei den Südsee-Insulanern, wie überhaupt bei primitiveren Völkern. Das, was wir in den europäischen Staaten heute noch damit bezeichnen, ist schon absolutes Kunsthandwerk. Die heimatlichen Motive, die sich vielleicht in einzelnen Kunstwerken spiegeln oder in dem uns interessierenden Falle in der Reklamekunst und die der heimatlichen Bevölkerung entnommen sind, bestimmen ja nur den Inhalt, nicht aber die Kunstform. Wenn zum Beispiel in einer Stadt wie Hamburg in der Gebrauchsgraphik sehr häufig Hafenmotive und die Typen der Seefahrer wiederkehren, so ist das keine typisch Hambur-



THE question as to whether a certain region of landscape is capable of creating or influencing an art of its own, must be answered to-day in the negative. The conception of native art, local art, is too closely bound up with the idea of people's art. Real peoples' art can only be found to-day in primitive peoples—perhaps among the South Sea islanders. What we in the states of Europe are accustomed to call folk-art is already art-handicraft. The homeland motives which are mirrored perhaps in individual works of art or in especially interesting advertising pictures, or in illustrations, motives drawn direct from the life of the people, determine only the content and not the art form. For instance, though the commercial art of a city such as Hamburg be prone to utilize harbour motifs and the type of the ancient mariner in its commercial art, this does not create a typical Hamburgian art, but merely implies the repetition of frequent optical