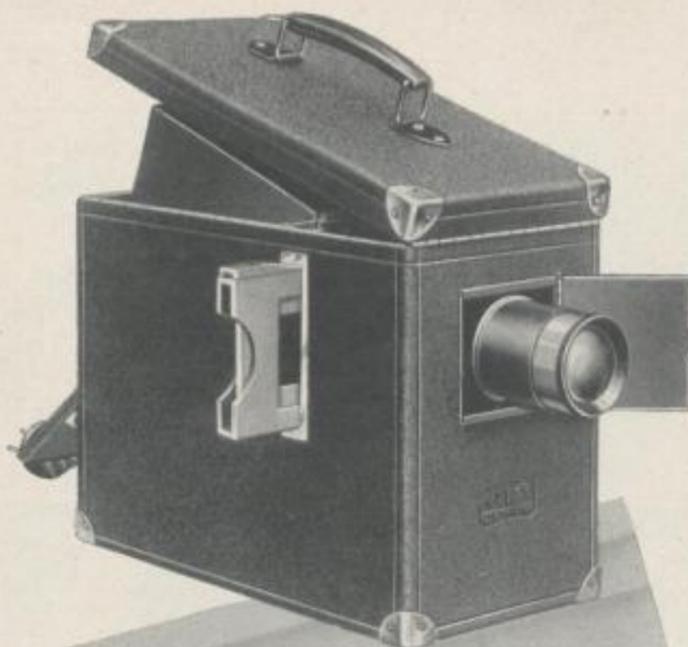


darf), findet nur bei verhältnismäßig wenigen Menschen volles Verständnis, weil eine Radierung an das künstlerische Sehen und an die Phantasie des Betrachters größere Anforderungen stellt als ein buntes Bild. So könnte man aus dem Buche noch vieles anführen, das nichts weiter als leere Behauptung ist. Die direkten Ratschläge für Künstler und Kunstgewerber, Reklamer usw. sind so allgemein gehalten, daß sie einem Fachmann nichts zu bieten vermögen. Lehrreicher sind die historischen, mythologischen und literarischen Beispiele über die Farben. Da ist »manches gut gegeben« und wird zum Verweilen und Nachdenken einladen. — Den Maler als Maler theoretisch zu beraten, ist ja fast immer ziemlich nutzlos. In einem Jahr praktischer Übung lernt er mehr als ihm alle Farbenlehren der Welt zu bieten vermögen. Farben müssen eben praktisch erlebt werden, und jeder erlebt sie verschieden. Farben sehen und darüber philosophieren — und Farben praktisch anwenden, sind eben zwei grundverschiedene Dinge. Das vergißt der allzuleicht, der praktisch mit Farben nicht umzugehen gelernt hat. Ttt. Sch.

Geschichte des Kunstgewerbes. Von Prof. Dr. Georg Lehnert. IV. Band. Das Kunstgewerbe der Renaissance. Sammlung Göschen. Verlag: Walter de Gruyter & Co., Berlin. Die kleinen, gelben Leinwandbändchen der Sammlung Göschen kennt jeder. Auf allen Gebieten des Wissens findet man darin populäre Aufklärung und Belehrung. Aber eine Geschichte des Kunstgewerbes? Gibt es etwas Verpöneres als Kunstgewerbe gerade in den Kreisen, die sich und ihre Erzeugnisse früher gern mit den Namen Kunstgewerber und Kunstgewerbeschmückten? Die ehemaligen Kunstgewerbeschulen, so weit sie noch bestehen, nennen sich heute Werkschulen oder Werkstätten, und ein eigentliches, zeitgemäßes Kunstgewerbe gibt es ja tatsächlich kaum noch. Doch das ist hoffentlich kein endgültiger Zustand. Und außerdem befinden sich in Museen und Privathäusern noch viele alte, schöne Truhen, Uhren, Pokale, Schränke usw., und es trägt zum Verständnis und zum Kunstgenuß denn doch wesentlich bei, wenn man den Stil dieser Dinge bestimmen und die Epochen auseinander halten kann. Ein wenig Bildung schadet ja noch immer nichts. Man muß ohnehin feststellen, daß die meisten Museumbesucher an diesen schönen Sachen achtlos vorbeigehen. — In gedrängter, sicher beherrschter Form, unterstützt von kenntnisreich ausgewählten Abbildungen, gibt der Verfasser in diesem Bändchen die Geschichte der Renaissance westlich, südlich und nördlich



Ihre Photoskizzen

gleichgültig, ob im Format 3×4 oder 6×6 cm, prüfen Sie auf Lebendigkeit, auf Plakat- und Werbewirksamkeit

mit Diabox 0

der sie bis 2 Meter Größe an die Wand projiziert. Jeder Ausschnitt, jede Feinheit kommt dadurch in der Größe zur Geltung, wie Sie ihn verwenden müssen. Verlangen Sie den instruktiven Diabox-O-Prospekt kostenfrei in Ihrer Photohandlung oder von der

Zeiss Ikon A.-G.
Dresden 19

