

Von Kunst und Künstlern.

Die Gegenwart pendelt rasch und unerschlossen zwischen den verschiedensten Extremen hin und her, von einer Seite wird die stärkste Individualisierung gefordert, von der anderen mit Rücksichtloser Gleichmächerei gedroht. Die tausendjährige Geschichte lehrt uns aber, daß es zu allen Zeiten weitgehende Theorien gegeben hat, die dann in der Praxis auf ein erträgliches Maß gebracht wurden. So können wir wohl auch mit berechtigtem Gleichmüthe der Zukunftsentwicklung entgegensehen. Darüber gibt sich sicherlich kein vernünftig Denker einem Zweifel hin, daß die Kunst ohne Individualisierung keine Dauerberechtigung hat. Granaten und Stahlfedern kann man fabrikmäßig und serienweise erzeugen, das Kunstwerk ist das eingetragte Produkt des menschlichen Genies, das eben nur der schöpferischen Phantasie des Einzelnen entspricht.

Gerade diese charakteristische Individualität des Geschaffenen bedingt aber auch ein Mislien, in dem die geistige Arbeit des Geschaffenen zur edelsten Entfaltung gelangen kann. Es dürfte selbst dem verstocktesten Kunstbanausen schwerlich einfallen, in Bierneipen Klassikervorstellungen zu verankern; aber es wird mit einer gewissen Selbstverständlichkeit hingenommen, daß Kunstwerke in Räumen, die jeder Beschreibung spotten, entstehen müssen. Es handelt sich hier nicht um die leidige Alterfrage, unter der unsere bildenden Künstler zu leiden haben, sondern um die Wertigkeiten des Kunstgewerbes. Jedes Geistige und künstlerische Erzeugnis ist ein Kind des Willens, in dem es entstanden ist; das Auge des Künstlers soll nicht durch Stilwidrigkeiten seiner Umgebung gestört werden. Dieser Grundsatz gilt auch für den schaffenden Kunstgewerber. Er will nicht Quantitäten auf den Markt werfen, sondern den Publikumsqualität bieten. Das Werden des einzelnen Kunstgegenstandes soll schon in einer entsprechenden Umgebung geschehen werden, das fertige Erzeugnis aber in harmonisierender Umgebung wirken.

Die Notwendigkeit eines stimmungsvollen Milieus ist eine Tatsache, deren Wichtigkeit von Seite des Handels bereits seit langem gewürdigt wird. Effektholle Auslagenarrangements, eine prächtige, oft bis ins Geschmacklose prunkvolle Ausstattung der Verkaufsräume ist durchaus nicht auf persönliche Liebhaberereyen des Geschäftseigentümers zurückzuführen, sondern entspricht recht realen Beweggründen. Der kluge Händler sagt sich nämlich, daß die Kaufkraft des Publikums durch eine wirksame Aufmachung der Ware bedeutend gehoben wird. Würfels, Cafés und Konzerte in den großen Kaufhäusern dienen zur Stimmungsmache und bringen die Kosten, die sie verursachen, durch die gesteigerte Eingiehungskraft dem Unternehmer reichlich ein. Es

wird wenige Besucher moderner Kaufpässe geben, die sie wieder verlassen, ohne den einen oder anderen Gegenstand gekauft zu haben, obwohl in vielen Fällen ursprünglich gar nicht die Absicht zu solchen Einkäufen bestanden hat, sondern einzig und allein der Wunsch, diesen modernen Handelsbetrieb kennen zu lernen, vorhanden war. Die Veranschaulichung weißer Wochen (Wäsche usw.) deuten klar die Absicht an, das Publikum durch eine persönliche Note, durch das harmonische Milieu zu verblüffen und anzuloden.

Wir Modernen sind vor allem Stimmungsmenschen und jedem äußeren Reize zugänglich, auf allen Gebieten, in der Politik wie im wirtschaftlichen Leben. Uns schmeckt das Essen besser, wenn wir vor weißgedeckten Tischen und stimmungsvollem Tafelschmuck sitzen, als vor einem rohgehobelten Brettersische, wir trinken den Wein lieber aus passenden Glaspokalens als aus irdenen Gefäßen. Bei jeder Gelegenheit zeigt sich die große Abhängigkeit von Neuheitsreizen, vom Milieu, in dem wir uns augenblicklich befinden.

Dem Wiener wird ein feines Verständnis in künstlerischen Fragen nachgerühmt; diese gute Meinung zu kräftigen, wird eine der wichtigsten und zugleich dankbarsten Aufgaben unseres Kunstgewerbes sein. Die Erzeugnisse heimischen Kunstfleißes müssen eine starke, individuelle Note zeigen und den begründeten Weltraum Wiens auf diesem Gebiete in die fernsten Länder tragen.

Da ist nun wohl vor allem eine durchgreifende Reform an den Erzeugnissestätten selbst notwendig. Die Werkstätten des Kunstgewerbes müssen den Künstler in ein harmonisch mit seinem Werke zusammengefügtes Milieu versetzen, die Innenaussattung und Stimmung der Verkaufsräume sofort den nötigen Kontakt zwischen Käufer und Ware herstellen. Die Werkstätten dürfen auf keinen Fall kahl, unfreundliche Räume sein, sie sollen intim wirken; das in Arbeit befindliche Kunstwerk muß in gewissem Sinne aus dem Milieu herauswachsend, natürlich muß man, um den angestrebten Zweck zu erreichen, in allererster Linie mit dem verarbeiteten Vorwurf brechen, das in der Werkstätte den rein physischen Arbeitsraum sieht und sich höchstens zu hygienischen Konzeptionen herbeiläßt. Höhe, Licht, leicht lösbare Farbverhältnisse sind nicht das Ideal kunstgewerblicher Tätigkeit. Wir müssen uns zu einer weitgehenden Individualisierung bequemen. Der Modestalon erfordert ein anderes Stimmungsmilieu als die Goldschmiedekunst.

Anfänge zu einem modernen Zuge in der Werkstättenfrage gibt es in unserem Vaterlande in Hülle und Fülle; es wird nun darauf ankommen, daß diese anerkanntwertigen Bestrebungen auch verständnisvolle Unterstützung finden. So bestehen

in Salzburg seit einiger Zeit die Künstlerwerkstätten für Kunst und Mode des Architekten G. Schmidhammer, wie in Wien aber besitzen in der „Wiener Werkstätte“ eine Anstalt von Welt Ruf. Ihr Gründer, Architekt Josef Hoffmann, hat die gesamte junge Generation unserer Kunstgewerber mit modernem Geiste erfüllt, so daß die kunstgewerbliche Tätigkeit Wiener Herkunft auf dem besten Wege ist, auf dem Weltmarkt eine beherrschende Rolle zu spielen. Dies verdankt sie außer ihrer bekannt gebliebenen Ausführung zum größten Teile der starken Individualität, die ihre Erzeugnisse auszeichnet.

Wie präsentiert sich eine moderne Künstlerwerkstätte? Nach Schmidhammer ist der Raum, kurz gesagt, so: Einfarbige Tapete, weiße Möbel, bunte Lampen, Spiegel. In Möbeln einige Kirschbäume, bunt überzogene Stühle, eine Klavirine mit fertigen Stuhleinen, ein Materialschrank. Dies wäre die ideale Arbeitsstätte einer Kunsttätigen. In ganz ähnlicher Weise ist das Modernistler gedacht, eine Schneiderwerkstätte, in der jede Verkäuferin individuell behandelt wird. „Nicht nach simplen Konventionen wird hier gearbeitet, sondern nach eigens angefertigten Entwürfen. Neben dem idealen Zweck wird auch noch ein anderer erreicht: Die Mentalität. Wir kennen die Frauen, Frau A wird es nicht verschmerzen, das ihre Freundin Frau B ein persönliches Kleid trägt und auch sie wird Kundin der Werkstätte werden. Ein entsprechendes Lager moderner Stoffe ermöglicht ein Anpassen an die Figur.“ Nach diese Werkstätten müssen passen eingerichtet sein. Die Verkäuferinnen und Schneiderinnen sind als gutes Beispiel apart geteilt. Ein reizvoller Wartesaal, Probierkabinen mit Spiegeln und ein Nachraum sind als Schauräume ausgestattet, während Maschinenmehrerer und Büglerer abgeschlossen und nicht zugänglich sind.

Auch alle übrigen Kollektivartikel müßten der harmonischen Gesamteinstimmung angepaßt werden, die Schablone, die gerade in der Mode so viele Nachahrerinnen gezeitigt hat, muß radikal beseitigt werden, die persönliche Note zu ihrem vollen Rechte kommen. Die Individualisierung wird auch auf andere Gewerbe übergreifen; die gebogene Hülle, die der persönlichen Note des gekauften Objektes entspricht, sei es Kofferte, Gutschachtel oder Papierpackung, wird die Käuferin erfreuen und kann in ihrem Haushalte entsprechende Verwendung finden.

Die Erzeugnisse müßten sich in diesen kurz geschilderten Künstlerwerkstätten nicht wesentlich erhöhen und durch den gesteigerten Umsatz zweifellos wettgemacht werden. Der Weltraum Wiens als Mittelpunkt und maßgebender Faktor kunstgewerblicher Tätigkeit wird aber sicherlich auch zum wirtschaftlichen Aufschwunge der schaffenden Künstler sowie des gesamten Kunstgewerbes wesentlich beitragen.
Dr. T.