

Gaulke, Johannes

Stil- und Modewechsel. Ein Vortrag zur Psychologie des Geschmacks
Westermanns illustrierte deutsche Monatshefte für das gesamte geistige Leben der Gegenwart, Jg. 50, Bd. 100, Braunschweig 1906, 893-900

893 l. Sp.

Wir haben keinen eigenen Stil! Wie oft haben wir in den letzten Jahrzehnten aus dem Munde zünftiger Ästheten diese tiefgründige Erkenntnis vernommen! Sofern der Stil der künstlerische Ausdruck bestimmter Geistesrichtungen ist, ein Komplex scharf begrenzter Formen, welche die jeweilige Architektur, die Erzeugnisse der Kunst und des Handwerks, das Kostüm und selbst den Habitus des Menschen beherrschen (Haar- und Barttracht usw.), so ist jener Vorwurf durchaus gerechtfertigt. Aber in seiner Begründung treffen die Herren Ästheten meistens daneben. Einmal wird der Mangel einer großzügigen, allgemeinen Weltanschauung als Grund für die Zerfahrenheit in der künstlerischen Formensprache angeführt. Das andere Mal soll das Abwechslungsbedürfnis des modernen Menschen schuld daran sein. Beide Begründungen bleiben auf der Oberfläche haften. Zu einer annähernd richtigen Bewertung der Welt der Erscheinungen gelangen wir erst dann, wenn wir zugleich auch die *Produktions-* und *Wirtschaftsform* der Zeit in den Kreis unserer Betrachtung ziehen. Beide Faktoren spielen im Zeitalter des Kapitalismus eine so bedeutende Rolle wie etwa in früherer Zeit die Religion.

Während der griechische Tempel sowohl wie der gotische Dom als Ganzes wie in allen Einzelheiten die religiöse Zeitstimmung widerspiegelt, drückt ein moderner Profanbau, das Fabrikgebäude, das Warenhaus oder die Mietskaserne, die ökonomische Grundidee des Kapitalismus aus. Oder stellen wir den Fabrikschlot der griechischen Säule gegenüber. Zwei architektonische Symbole: das eine drückt den Zweckgedanken der kapitalistischen Zeit aus, das andere das Schön-

893 r. Sp.

heitsbedürfnis des klassischen Altertums ... Wir haben keinen eigenen Stil! Ja, können wir denn überhaupt einen haben? Der Stil, die festumgrenzte Formensprache, kann nicht über Nacht erfunden werden; er braucht Zeit zu feiner Entwicklung. Viele Generationen sind dahingestorben, ehe die Gotik der Idee des Christentums den abgeklärtesten künstlerischen Ausdruck geben konnte. Heute ist die Zeit wie auch die menschliche Arbeitskraft zu einem Wertfaktor geworden. Zeitverlust ist Geldverlust! Der Kapitalismus hält sich nicht mit „zwecklosen“ Ar-

beitsleistungen, die einen Geldverlust darstellen, auf Werte schaffen, die sich immerfort in neue Werte umsetzen lassen, ist der Zweck aller Arbeit. Die merkan-tilistische Lebensauffassung ist die Ursache des Stilmangels unserer Zeit.

Der Stil ist eine Angelegenheit der Mode geworden. Es ist bezeichnend für das Jahrhundert des Kapitalismus und Industrialismus, daß es seinen eigenen, seine besondere Gedankenwelt reflektierenden Stil hervorgebracht hat. War es ein Charakteristikum der großen Kultur- und Kunstepochen der Vergangenheit, wie der Gotik, der Renaissance, des Barock und Rokoko, daß sie sich ausschließlich eines Stils für die gesamte kirchliche und profane Architektur bedienten, so haben im neunzehnten Jahrhundert fast alle uns räumlich wie zeitlich gleich fernliegenden Baustile eine Neubelebung erfahren - sie sind der Reihe nach „modern“ geworden. Selbstverständlich ist der Modernisierungsprozeß nicht bei der Architektur stehen geblieben, sondern er hat sich gleichzeitig auf das Gebiet der Innendekoration und des Kunsthandwerks ausgedehnt.

Fragen wir nach den Gründen dieser eigentümlichen Erscheinung, so sind sie sowohl

894 I. Sp.

im Menschen selbst zu suchen, als auch in den wirtschaftlichen Zuständen, die ihm das zeitgemäße Kolorit geben. Die Wandelbarkeit des Geschmacks ist schließlich nur die Resultante der gesamten Lebensbedingungen des modernen Menschen. Festbegrenzte Lebens- und Kunstformen, ein abgeklärter Geschmack, der in einem einheitlichen Stil zum Ausdruck gelangt, kann sich nur unter festen Verhältnissen entwickeln. Der Mensch muß seßhaft sein, „an der Scholle kleben“, oder etwas besitzen, das er nach seiner Weise ausgestalten und verschönern kann. Der moderne Großstädter, der in der Verfolgung seiner Berufsinteressen von einem Quartier in das andere gedrängt wird, kann unmöglich Gefallen an seiner engeren Umgebung finden. Sein Leben spielt sich in der Hauptsache außerhalb der vier Wände ab; die Mietswohnung, auf die er nach Lage der Dinge angewiesen ist, die ihm im wesentlichen als Schlaf- und Ankleideraum dient, kann er nur als ein Provisorium betrachten. Das neue Geschlecht, das in den Industriezentren herangewachsen ist, kennt das Heimatgefühl der Altvorderen, denen die Wohnung das erweiterte Ich war, nicht mehr. Die Abwechslung und Wechselhaftigkeit, welche die moderne Wirtschaft in das Leben des einzelnen bringt, ruft notwendig die Wechselhaftigkeit des Geschmacks hervor. Wir können überall beobachten, daß die Verbrauchsperiode der täglichen Gebrauchgegenstände immer kürzer wird. Noch zur Zeit unserer Großeltern mußten die Wirtschaftsgeräte, die Möbel und selbst die Kleidungsstücke ein Menschenalter und darüber hinaus aushalten. Man denke an den zu einer komischen Berühmtheit gewordenen „Bratenrock“, der sich von dem Vater auf den Sohn vererbte, in dem mehrere Generationen die feierlichsten Augenblicke des Lebens, freudvolle und leidvolle Stunden durchlebten! Heute ist man nicht so sentimental, ein Kleidungsstück seines Alters wegen zu respektieren. Ein Rock oder ein Hut, der viele Jahre hindurch seinen Zweck als Kleidungsstück erfüllen könnte, wird meistens schon mit Ablauf der Saison ohne Berücksichtigung des Gebrauchswertes außer Kurs gesetzt. Ebenso erreicht das Mobiliar in bürgerlichen Häusern kaum die Verbrauchsperiode eines hal-

894 r. Sp.

ben Menschenalters. Oft genug überleben die beliebten „Nussbaum“-möbel kaum die erste Mietswohnung eines neubegründeten Hausstandes. Entweder werden die Prunkstücke der „guten Stube“, das „Vertiko“ und der „Trumeau“, allzubald unmodern, oder sie gehen gar aus dem Leim - und die Neuanschaffungen nehmen ihren Anfang.

Das Abwechslungsbedürfnis, das unser Publikum als Folge der gesamten Lebenslage und Lebensauffassung beherrscht, erfährt durch die Geschäftspraktiken des modernen Unternehmertums noch eine bemerkenswerte Steigerung. Nach dem kapitalistischen Grundsatz, daß bei einem großen Umsatz und kleinen Preisen immer die besten Geschäfte zu machen sind, arbeitet das Unternehmertum ausschließlich darauf hin, die Kauflust des Publikums anzureizen. Das geschieht, indem es immerfort etwas Neues auf den Markt wirft und das Neue zugleich als das Bessere und Praktischere den Konsumenten anpreist.

Ich will eine Industrie, die ganz besonders mit „Mode“ durchtränkt ist, nämlich die Bekleidungsindustrie und ihre Geschäftspraktiken, zu diesem Zweck ein wenig näher betrachten. Wenn bei den Erzeugnissen anderer Industrien z. B. der Möbelindustrie der Stilbegriff noch nicht ganz verloren gegangen ist - man sagt in einer gänzlichen Verkennung der ästhetischen Werte: dieser oder jener Stil ist „modern“ geworden! -, so scheidet er im heutigen Kostüm überhaupt aus. Die Bekleidungsindustrie kennt nur den Begriff der Mode, der eine vorübergehende Erscheinung ausdrückt, etwas, das keine historische Entwicklung durchgemacht hat, sondern lediglich der Tageslaune entsprungen ist.

Frühere Jahrhunderte, als noch jedem einzelnen Stande, dem Ritter, dem Gelehrten, dem Bürger und Bauern, durch eine von der Obrigkeit erlassene Kleiderordnung der Verbrauch von Kleiderstoffen, Zuschnitt und Farbe des Kostüms vorgeschrieben war, kannten keine Mode in unserem Sinne. Das Kostüm bewegte sich in feststehenden Formen: es hatte Stil. Die Mode ist ein echtes Kind unserer Zeit. Ihre Geburtsstunde ist die große französische Revolution, welche der ständischen Organisation ein jähes Ende bereitet hat. Das Bürgertum, das sich nunmehr den anderen Ständen als ein in sozia-

895 l. Sp.

ler und wirtschaftlicher Beziehung ebenbürtiger Stand anreichte, riß auch die äußerlichen Merkmale des Standesgeistes nieder. Neben vielen historischen Merkwürdigkeiten verschwanden auch die Kleiderordnungen; für alle Gesellschaftsklassen galt fortan ein Kostüm, das zwar in Stoff und Zuschnitt vielfache Nuancen aufweist, aber niemals seine Grundform verleugnet. Frack und Zylinder, diese unmöglichsten aller Kleidungsstücke, haben gleichsam eine symbolische Bedeutung für unser Zeitkostüm erlangt.

Die Vereinheitlichung des Kostüms, die seit der großen französischen Revolution her datiert, hat indessen erst durch die wirtschaftliche Entwicklung des neunzehnten Jahrhunderts eine reale Basis erhalten. Der industrielle Kapitalismus konnte sich nicht mit Kleinigkeiten aufhalten oder gar seinen Absatz auf einen

Stand beschränken. Je größer der Umsatz, um so bedeutender der Nutzen! Die Bekleidungsindustrie mußte, wie jede andere, sich an alle Bevölkerungsschichten wenden, um ihre Produkte unterzubringen. Und diese mußten wiederum so beschaffen sein, daß sie dem Bedürfnis aller entsprachen. Je einfacher und zweckentsprechender der Artikel ist, um so größer ist auch die Verkaufschance. Es allen recht zu machen, ist das ganze Geheimnis des kaufmännischen Erfolges. Solange der Gewerbetreibende es immer nur einem recht zu machen hatte, war das Geschäft verhältnismäßig einfach. So hatte der alte Maßschneider immer nur den Geschmack seines Auftraggebers zu berücksichtigen, während der moderne Großindustrielle der Konfektionsbranche nach einem alljährlich durch die Herrscherin Mode festgestellten Schema, das für alle Länder Geltung hat, fabriziert, um feine Fabrikate überall absatzfähig zu machen.

Aus Vorstehendem ergibt sich, daß der individuelle Geschmack im Kostüm stetig zurücktritt, und daß der Zuschnitt des Kleidungsstückes, die Mode, immer nur für eine bestimmte Produktionsmenge gilt. Sobald der Fabrikant die letzten Reste eines Modeartikels abgesetzt hat, muß er - um auf dem „laufenden“ zu bleiben - schleunigst das Allerneueste seinem Publikum anbieten. Die Mode in demnach mag sie auch unter dem Vorwande, das sogenannte allgemeine

895 r. Sp.

Bedürfnis oder ein besonderes Schönheitsbedürfnis zu decken, „kreiert“ werden - nichts weiter als ein wirtschaftlicher Kniff, hervorgerufen durch das Anlage- und Verwertungsbedürfnis des Kapitals.

Somit ist die Mode zu einem Wirtschaftsproblem geworden, das frühere Generationen nicht gekannt haben. Das erste Merkmal der Mode ist, wie bemerkt, ihre allgemeine Gültigkeit. Alle Gebrauchsgüter, vom Hute bis zum Stiefel, vom Überzieher bis zum Hemde, von der Krawattennadel bis zum Spazierstock, aber auch alle Stände und Klassen, alle Länder und Völker hat die Mode in das Bereich ihrer Herrschaft gezogen. Das andere, nicht minder charakteristische Merkmal der Mode ist in ihrem rasenden Wechsel zu sehen. In früheren Zeiten trat ein Wechsel der Bedarfsgestaltung gewöhnlich erst dann ein, wenn der in Betracht kommende Gegenstand gründlich verbraucht war. Heute spielt der Gebrauchswert, namentlich im Damenkostüm, kaum noch eine Rolle. -

Die Mode ist indessen nicht bei der Bekleidungsindustrie stehen geblieben, sondern hat schließlich auch das Kunsthandwerk, die Kunstindustrie und die Architektur in ihr Herrschaftsgebiet gezogen. Ich habe bereits darauf hingewiesen, daß im Laufe des neunzehnten Jahrhunderts alle erdenklichen Stile „modern“ geworden sind - ein künstlerisches Armutszeugnis, wie es kaum eine andere Zeit aufzuweisen hat. In der ersten Hälfte des vorigen Jahrhunderts hatte die Kunst überhaupt alle Beziehungen zum Leben und Volkstum verloren. Der Kunstgeschmack hatte den denkbar größten Tiefstand erreicht. Die vornehme Welt und die Geistesaristokratie ästhetisierte zwar viel in ihren Teekränzchen, aber ihre einseitig abstrakte Geistesbildung war nicht dazu angetan, die wirkliche Kunst dem Leben zurückzuerobern. Die Geisteskultur jener Zeit war in ihrer Wesensart eine philosophische, keine künstlerische. Die führenden Geister, die sich an der satten Kultur der Vergangenheit berauschten, waren in ihrem innersten Wesen echte Spieß-

bürger, denen jegliche künstlerische Genußfreudigkeit fehlte, selbst die Künstler, Cornelius und die übrigen Nazarener und Romantiker, waren Asketen, wie es uns allein schon die

896 l. Sp.

schemenhaften Gebilde ihrer künstlerischen Muse andeuten. Die übersprudelnde Lebensfreude, das sinnliche Genießen war ihnen verhaßt, und die Pracht- und Luxusentfaltung galt ihnen als eine Sünde gegen den Geist der Kunst. Legte doch selbst Goethe keinen Wert auf eine luxuriöse Umgebung, die er gerade gut genug hielt für Menschen, die keine Gedanken haben.

Es mag zutreffen, daß die Ästheten und Literaten der Biedermeierzeit aus der Not eine Tugend gemacht haben, indem sie alles von sich wiesen, was als Merkmal einer ästhetischen Kultur gelten kann. Die Zeit war arm an materiellen Gütern, die Tradition mit der genußfähigeren Vergangenheit war infolge der vielen Religions- und Kabinettskriege unterbrochen. Die Leistungen der deutschen Kunst und des Kunsthandwerks waren in Vergessenheit geraten. Das war das Ende des künstlerischen Niedergangsprozesses, der in Deutschland bei Beginn der Religionszankereien einsetzte. Alle Versuche, Kunst und Handwerk auf einer neuen Basis zu reorganisieren, verliefen, wie es das Beispiel Schinkels zeigt, der selbst kunstgewerbliche Gegenstände „komponierte“, resultatlos. Es fehlte allen derartigen Unternehmungen vor allem die wirtschaftliche Basis: Anlagekapital, Arbeitskräfte und Absatzgelegenheit.

Als die Ratlosigkeit am größten war, erschien der neue Herr, der industrielle Kapitalismus, auf der Bildfläche. Um die Mitte des vorigen Jahrhunderts hatte er sich bereits der meisten handwerklichen Betriebe bemächtigt, und nicht lange währte es, da hatte das kapitalkräftige Unternehmertum auch das Kunsthandwerk zu seiner Domäne gemacht. Das Kunsthandwerk wurde mit geringen Ausnahmen zur Kunstindustrie, der ehemals selbständige Kunsthandwerker zu einem Lohnarbeiter und Spezialisten - kurzum, die kapitalistische Produktionsweise wurde auf das Kunsthandwerk ausgedehnt.

Die Wiederbelebung des Kunsthandwerks, von der in diesen Tagen viel gesprochen und noch mehr geschrieben wird, stellt somit eine *contradictio in adjecto* dar, zutreffender sollte es heißen: Entstehung der Kunstindustrie. Denn die Tradition mit dem alten deutschen Kunsthandwerk konnte schon

896 r. Sp.

aus dem Grunde nicht wieder aufgefrischt werden, weil der Industrialismus sich einer anderen Arbeitsmethode bedient als das Handwerk. Maschine und Spezialisentum sind die beiden Faktoren der industriell-kapitalistischen Produktionsweise. Der mittelalterliche handwerkliche Betrieb, der an das künstlerische und technische Vermögen des Arbeiters die höchsten Forderungen stellt, ist in der modernen Wirtschaft überflüssig, ja ein Hindernis der Produktion geworden.

Der moderne Unternehmer braucht „Hände“, keine selbständig schaffenden Handwerker und Künstler, in der Industrie wie in der Kunstindustrie. Das Ar-

beitsprodukt ist nicht mehr die Gesamtleistung einer denkenden Persönlichkeit, sondern ein Komplex von Einzelleistungen vieler Arbeitshände. Das Mittelalter und die Renaissance kannten noch nicht die Teilung der menschlichen Persönlichkeit, weder in der Kunst noch im Handwerk. Der Künstler war zugleich Handwerker und der Handwerker nicht selten Künstler, der Maler war häufig auch Bildhauer und der Bildhauer Architekt, und was für eine erspriessliche Kunsttätigkeit von noch größerer Bedeutung ist: der Künstler beherrschte auch die technische Seite seiner Kunst. Heute sind sogar die einzelnen Künste spezialisiert.

Wenn wir solches berücksichtigen, kann es uns nicht wundern, daß die Produkte der Kunstindustrie sich durch eine ungewöhnliche Nüchternheit auszeichnen, daß sie keinen intimen Reiz auf uns ausüben, wie die Arbeiten des mittelalterlichen Kunsthandwerks, denen die Persönlichkeit des Meisters innewohnt, daß sie *in summa* stillos sind. geistlose Kopien alter Vorbilder.

Doch was kümmert es den Unternehmer, ob seine Fabrikate die Bedingungen, die man vom Standpunkt der Ästhetik an einen kunstgewerblichen Artikel stellen kann, erfüllen oder nicht! Für ihn gilt es, eine absatzfähige Ware auf den Markt zu bringen. Das Fabrikat muß so beschaffen sein, daß es den Geschmack der Masse trifft. Im Mittelalter war der Konsumentenkreis von kunstgewerblichen Artikeln verhältnismäßig klein. Als Besteller oder Käufer kamen eigentlich nur das Patriziat, die Zunft, die Fürstlichkeit und die Kirche in Betracht. Der mittelalterliche Kunsthandwerker fertigte den Ge-

897 l. Sp.

genstand meistens auf Bestellung an; er hatte infolgedessen nur den individuellen Geschmack eines Menschen oder einer kleinen Gruppe von Menschen zu befriedigen. Mit der Industrialisierung des Kunst Handwerks trat eine stetig wachsende Erweiterung des Konsumentenkreises ein. Den Fürsten, der Kirche und den Ständen schloß sich das Bürgertum und schließlich auch das besser gelohnte Proletariat als kunstkonsumierendes Publikum an. Die Folge war eine fortgesetzte Verbilligung und Verschlechterung des Artikels.

Als in den siebziger Jahren des vorigen Jahrhunderts die Kunstindustrie sich in Deutschland ausbreitete, da spielte die Form und das Material des Gegenstandes überhaupt keine Rolle. Das künstlerisch ungebildete, nur kaufmännisch geschulte Unternehmertum hat sich des in Deutschland lange Zeit vernachlässigten Kunstgewerbes angenommen, weil es materielle Erfolge versprach. Die Zeit lag für die „Wiederbelebung“ des Kunsthandwerks äußerst günstig. Nach einer dürftigen Wirtschaftsperiode war Geld ins Land gekommen - für deutsche Verhältnisse ganz ungewöhnliche Summen. Die ganze Nation hatte sich in einen Gründertau- mel gestürzt, das Kapital drängte nach Anlage und Verwertung. Geldverdienen und Geldausgeben war das Leitmotiv der Zeit. Aus der günstigen Wirtschaftskon- junktur zog aber nicht nur das Unternehmertum seinen Nutzen, sondern auch die Arbeiterschaft. Die Löhne schnellten plötzlich in die Höhe, die gesamte Lebens- haltung stieg, selbst der unteren Schichten hatte sich eine gewisse Verschwen- dungssucht und ein verschwommenes ästhetisches Bedürfnis bemächtigt. Das *Variété* und die halsbrecherischen Künste, das Panorama und Panoptikum kamen zu hohen Ehren - was Wunder, daß bei dem großen Reigen auch etwas für die

dekorative Kunst abfiel! „Schmücke dein Heim!“ das war die Devise, mit der die kunstgewerblichen Ramschartikel, die Nußbaummöbel, die Nippes, die Bronzen, die Oldruckbilder u. a. m. auf den Markt gebracht wurden.

Die Artikel der Kunstindustrie waren in Deutschland neu, und da alles Neue neue Liebhaber findet, so war der Absatz günstig: es trat geradezu eine Hausse aus diesem Gebiete ein. Die Fabrikanten der Bronze- und

897 r. Sp.

Zinkgußindustrie, der Porzellan- und Terrakotta-, der Möbel- und Holzschnitzindustrie konnten kaum die gewaltige Nachfrage decken. Es fehlte bald an Mustern. Das kaufkräftige Publikum forderte ohne Unterlaß etwas Neues, und die Unternehmer gaben sich alle erdenkliche Mühe, effektvolle und „originelle“ Artikel herzustellen. In der Kunstindustrie wiederholte sich das neckische Spiel der Mode, das sich bereits in der Kleiderbranche vorzüglich bewährt hatte. Für den rasenden Stil- und Modewechsel der siebziger und achtziger Jahre erscheinen mir die Fabrikate der Bronzeindustrie besonders bemerkenswert. Als die neue Bewegung im Kunsthandwerk oder in der Kunstindustrie in Deutschland einsetzte, bevorzugte man das „Altdeutsche“.

Die erste Münchener Kunstgewerbeausstellung im Jahre 1876 stand noch im Zeichen der deutschen Renaissance. Als das „Altdeutsche“ nicht mehr zog, griff man auf alte italienische Vorbilder zurück. Einige Zeit war in der Kunstindustrie ein korrupter italienischer Renaissancestil, der sich weiterhin in barocke Formen auflöste, tonangebend. Darauf wurden die Stile der französischen Könige „modern“. Die zahlreichen Artikel der Bronzeindustrie, die Bilderrahmen, die Schreibzeuge, die Aschbecher, die Leuchter und Lampen usw. lassen uns den Modewechsel der Stile am deutlichsten erkennen: sie zeigen uns aber auch, wie das Kapital sich die Ideen der Vergangenheit zu nutze macht, ohne bei seinem Verwertungsprozeß neue ästhetische Werte zu schaffen.

Die „Wiederbelebung“ des Kunsthandwerks hat in der Hauptsache nur eine Verwilderung des Geschmacks hervorgerufen, wie sie grauenhafter kaum gedacht werden kann. Die ästhetisierende Teegesellschaft der ersten Hälfte des vorigen Jahrhunderts hatte allerdings auch keinen Kunstgeschmack, sie hatte aber in ihrer spießbürgerlichen Lebensführung Stil aufzuweisen. Die Bedürfnisse der Menschen waren geringe, die Anregungen, die sie von außen empfangen, schwache; sie führten ein selbstgenügsames Dasein. Dann kam der industrielle Kapitalismus und überschüttete die Welt mit ungezählten Gebrauchs- und Luxusartikeln, die jedermann für wenig Geld zugänglich waren. Es mußte schon aus diesem Grunde eine vollständige Entwertung

898 l. Sp.

der Dinge eintreten. Der Markt war eines Tages überfüllt. Ein Fabrikant, der sich über Wasser halten wollte, mußte zu den verzweifeltsten Mitteln greifen. Eine fortgesetzte Preisreduzierung und Verschlechterung der Qualität der Fabrikate war die Folge der Überproduktion in der Kunstindustrie. Um diese Zeit - etwa Ende

der siebziger Jahre - standen die Mark- und Fünzigpfennigbazare in Blüte. Auch ein Merkmal der Geschmacksverwilderung!

Es kam die Zeit der „Imitationen“, der Pseudo- und Attrappen“kunst“. Die Kunstindustrie hatte bald große Erfolge aufzuweisen in der „Kunst“, einem minderwertigen Material den Anstrich und Zuschnitt des echten zu geben und die technische Eigenart eines Stoffes auf den anderen zu übertragen. Es ist kaum ein Gebiet der Industrie von der „Imitation“ verschont geblieben. Die Bronzeindustrie verlegte sich auf die Herstellung von „künstlichen“ Bronzen, d. h. von Zinkgüssen, die durch einen galvanischen Überzug und eine raffinierte Patinierung einen bronzeartigen Anstrich erhielten. Bald darauf kam die „Galvanobronze“ auf. Das Verfahren war noch einfacher: es brauchte nur ein Gipsabguß auf galvanischem Wege mit einer Kupferschicht überzogen zu werden, und die „Galvanobronze“ war fertig.

Es würde zu weit führen, wollte ich alle Imitations- und Verbilligungsmethoden in der Kunstindustrie anführen. Der berühmten „Nußbaum“-möbel, die immer noch die Magazine füllen, habe ich schon Erwähnung getan. Die „Kunststein“-industrie hat zur Verschönerung der Mietskasernen-Architektur das ihrige geleistet. Die Innendekoration, die mit billigen Stuckartikeln, Leder- und Holzimitationen der Mietswohnung einen kostbaren Anstrich gibt, hat in vieler Beziehung den Rekord erreicht. Die Galanteriewaren-, Gold- und Silber- „ersatz“-industrie leistet nicht minder Hervorragendes in der Imitation. Oft genug ist es nur mit Hilfe exakter Apparate möglich, das Echte von dem Unechten zu unterscheiden. -

Die dem Kapitalismus eigene Massenfabrikation in Verbindung mit der Modernisierungs- und Imitationstendenz der modernen Industrie hat die Entwicklung eines neuen Stils Jahrzehnte hindurch aufgehalten

898 r. Sp.

- vorausgesetzt, daß überhaupt die Vorbedingungen hierzu erfüllt waren oder ein derartiges Bedürfnis vorhanden war. Ein geistiges Armutszeugnis wie es keine andere Zeit sich selbst ausgestellt hat. Das sahen schließlich die Künstler und Ästheten von Fach selber ein. So durfte es nicht weitergehen, wollten wir nicht im Sumpfe des Industrialismus ersticken.

Schon in den siebziger Jahren hatten ehrliche Künstler und Handwerker sich redlich bemüht, durch Wiedererweckung der alten Formensprache, durch Wiederaufnahme der mittelalterlichen Tradition das Kunsthandwerk zunächst neu zu beleben und es weiterhin selbständig zu entwickeln. Es wurden sogar zu diesem Zweck Kunstgewerbeschulen gegründet, um die neue Generation mit den Stilen der Vergangenheit bekannt zu machen und sie auch technisch im Sinne der alten handwerklichen Arbeitsmethode auszubilden. Die Kunstgewerbeschulen hatten höchst respektable Leistungen auszuweisen, aber, wie es in der Natur der Sache liegt, keine eigenartigen. Mit bewunderungswürdigem Fleiß hatten die Schüler die Prunkstücke der Museen kopiert und sich den Formenschatz der alten Meister angeeignet. Das war das Gesamtergebnis der akademischen Lehrmethode im Kunsthandwerk. Für die Praxis war es von keinem Belang. Wir haben gesehen,

wie der industrielle Kapitalismus mit den Vorbildern der Vergangenheit umgegangen ist.

Es ging also nicht so weiter. Man mußte sich auf die eigenen Füße stellen, um Eigenes hervorbringen zu können. Die Propagandisten des „neuen“ Stils hatten ferner eingesehen, daß Material und Form des Gegenstandes in Einklang gebracht werden müsse, um eine das Auge befriedigende (ästhetische) Wirkung zu erzielen. Der Industrialismus hatte durch die Massenfabrikation und die ihm eigene Imitationsmanie alle ästhetischen Werte auf den Kopf gestellt. Der Gegenstand schien nur noch des Ornaments willen dazusein, der ihm innewohnende Zweck wurde kaum noch durch die Form ausgedrückt. Ich erinnere mich eines kunstgewerblichen Stiefelknechts, der derart mit Ornamenten übersponnen war, daß man sich bei seiner Benutzung sicherlich einige Hautabschürfungen zugezogen hätte. Dieses Mon-

899 I. Sp.

strum galt noch vor anderthalb Jahrzehnten als Prunkstück einer kunstgewerblichen Ausstellung. Ich weise ferner auf die mit minderwertigen protzenhaften Bauornamenten beklebten Fassaden der Mietskasernen der achtziger Jahre hin, die jeder Ästhetik Hohn sprechen.

Fort mit den Ornamenten! Fort mit jedem überflüssigen Beiwerk, das dem Gegenstand wie ein Parasitenschwarm anhaftet, um ihn zu erdrücken! Ein großer Reinigungsprozeß setzte ein. Die schauerlichen Fassaden der Mietskasernen, die Möbel, die Gebrauchs- und Luxusgeräte wurden ihres lächerlichen ornamentalen Beiwerks entkleidet. Die Grundidee des neuen Stils gipfelte in der scharfen Betonung des Zweckmäßigen. Die sich aus der Konstruktion des Gegenstandes ergebende Form sollte unter allen Umständen gewahrt bleiben. So hatte u. a. ein Stuhl in seiner gesamten Erscheinung lediglich den Zweckgedanken, dem er entsprossen ist, auszudrücken. Eine mit scharfkantigen Ornamenten gezierte Lehne, wie sie unter der Herrschaft des „altdeutschen“ Stils Mode war, stellte an sich schon eine Stilwidrigkeit dar. Ein Gebrauchsgegenstand hat keinen dekorativen Zweck zu erfüllen, sondern soll, wie es der Name schon ausdrückt, gebraucht und weiterhin verbraucht werden. Jedenfalls muß das Ornament - sofern es überhaupt noch Verwendung findet - so beschaffen sein, daß es sich der aus der Konstruktion hervorgegangenen Form des Gegenstandes anschmiegt.

Im letzten Jahrzehnt sind von vielen Künstlern mannigfache Versuche unternommen worden, die neue Formensprache zu verallgemeinern; neben zahlreichen verfehlten Experimenten sind auch einzelne höchst beachtenswerte Leistungen, die tatsächlich den Reiz der Neuheit und Eigenart aufweisen, erzielt worden. Es ist hier nicht meine Aufgabe, die künstlerische Wesensart des werdenden Stils im einzelnen darzustellen: ich vermag nur auf die Tendenz und die Grundidee der neuen künstlerischen Bewegung hinzuweisen, die einem besonderen Zweckgedanken entsprungen ist. Aus diesem Grunde kann ich dem neuen Stil eine günstige Prognose stellen, scheint er doch geradezu aus dem Geiste des Kapitalismus heraus geboren zu

899 r. Sp.

sein. Der Zweckmäßigkeitsgedanke beherrscht die Welt, das Wirtschaftssystem, die Menschen und schließlich auch ihre engere Umgebung: das Kostüm, die Gebrauchs- und Luxusgegenstände, die Möbel, die Häuser u. s. f. Es scheint, daß der kapitalistische Zweckgedanke in der Industrie und Kunstindustrie den Geschmack noch in ungeahnter Weise beeinflussen wird. Schließlich sind die Grundelemente der Architektur und weiterhin die der angewandten Künste immer der Ausdruck eines besonderen Zweckgedankens gewesen. Es ist wohl noch keinem Architekten eingefallen, ein Gewölbe um seiner Schönheit willen zu konstruieren; wo wir es auch antreffen, erfüllt es einen architektonischen Zweck. Aus dem Zweckgedanken ergab sich die Form. Daher erscheinen uns alle Gegenstände, die ihren Zweck durch die ihnen eigene Form ausdrücken, als harmonisch abgestimmt, stilvoll, gemeinhin als schön, mögen sie auch den denkbar verschiedensten Ideenkreisen angehören. Unsere ästhetischen Vorstellungen sind an kein bestimmtes Schema gebunden. Die klassische wie die gotische Architektur, die doch in ihrer Erscheinungsform die denkbar größten Gegensätze ausdrücken, ist jede für sich betrachtet schön; eine jede stellt eine in sich geschlossene Stileinheit dar.

Was wird weiter folgen? Wir leben in einer neuen Eisenzeit. Frühere Epochen begnügten sich mit Stein und Holz als Ausführungsmaterial in der Architektur. Der industrielle Kapitalismus bedient sich für feine Unternehmungen vorwiegend des Eisens. Er hat selbst die Erde mit einem Eisen- und Drahtnetz umspinnen. Die Gebäude, die industriellen oder Handels- und Verkehrszwecken dienen, sind vorwiegend aus Eisen konstruiert. Die Maschinen, die modernen Verkehrsmittel, die Lokomotiven, Dampfer und Kraftwerkzeuge, sind fast ausschließlich aus diesem Material hergestellt. Nun liegt es aber in der Eigenart des Eisens, daß es keine willkürlichen Verschönerungen verträgt. Und ebenso läßt der besondere Zweck genannter Gegenstände keine willkürlichen Abweichungen und Ornamentierungen zu. Eine Staatskarosse des achtzehnten Jahrhunderts ließ sich durch plastische Ornamente verschönern, ohne daß derartige Verschönerungen gerade ein Hindernis für die Beweglichkeit

900 l. Sp.

des Fahrzeuges bildeten. Ebenso vertrat das alte Segelschiff aus Holz eine reiche Ornamentierung, ohne daß seine Fahrgeschwindigkeit dadurch eingeschränkt wurde. Man stelle sich dagegen eine Lokomotive nach Art der alten Vehikel „verschönt“ vor! Nicht allein das Material, auch der Zweck der Lokomotive wie die räumlichen Verhältnisse, denen sie zugewiesen ist, würden jeden Verschönerungsversuch energisch abwehren.

In allen Betriebs- und Verkehrsmitteln unserer Zeit ist demnach aus Zweckmäßigkeitsgründen die konstruktive Form gewahrt worden. Eine Erscheinung, die nicht ohne Einfluß auf die ästhetische Anschauung des modernen Menschen bleiben konnte. Die neue Stilbewegung in der Architektur und den angewandten Künsten durfte überhaupt dieses Moment nicht umgehen, wollte sie sich mit Erfolg durchsetzen. Ich konnte daher den werdenden Stil als eine aus dem Geiste des Kapitalismus geborene Erscheinung bezeichnen. Der industrielle Kapitalismus, der durch eine sinnlose Nachbildung der alten Formen eine so große Ge-

schmacksverwüstung angerichtet hat. tritt zum erstenmal als Schöpfer einer neuen ästhetischen Wertung der Dinge auf.

Die Erscheinungsform des neuen Stils wird demnach bestimmt erstens durch den Zweck, den der Gegenstand zu erfüllen hat, zweitens durch das moderne Herstellungsverfahren. Es werden daher die geschichtlich überkommenen Eigenarten der alten Stile, die zum größeren Teil durch die handwerkliche Produktionsweise bedingt waren, kaum wieder zur Geltung kommen. Die moderne Technik, die maschinelle Produktionsweise drängt geradezu auf eine einheitliche Behandlung des Gegenstandes, die alles Zufällige und Individuelle ausschließt, hin. Der neue Stil steht von vornherein im Zeichen der Massenfabrikation. Der moderne Konsum erstreckt sich auf alle Bevölkerungsschichten. Die meisten Industrie- und Kunstindustrieprodukte sind für die Gesamtheit bestimmt, die Verkehrs- und Betriebsmittel dienen schließlich dem ganzen Volke. Während sich früher der Bedarf an Erzeugnissen der Kunst und des Kunsthandwerks fast ausschließlich auf die oberen Schichten der Be-

900 r. Sp.

völkerung erstreckte, beansprucht heute ein jeder seinen Anteil aus der Produktionsmenge, mag er auch noch so geringfügig sein. Unsere Zeit steht im Zeichen der kollektiven Bedarfsbefriedigung in Kleidung und Lebensunterhalt, in Kunst und Literatur, zu Hause wie auf der Reise, im öffentlichen wie im privaten Leben. Ich nenne nur als Stätten der öffentlichen Bedarfsbefriedigung die zahlreichen Theater und Konzert-häuser, die Hotels und Restaurants, die Cafés und Bars, die Eisenbahnzüge und Dampfschiffe, die Warenhäuser und Ausstellungen. Das moderne Wirtschaftsleben neigt immer stärker nach einer öffentlichen Pracht- und Luxusentfaltung, da sich das Leben der meisten Menschen außerhalb der Wohnung abspielt.

Einheit der Form, Einheit der Bedarfsgestaltung, Einheit des Geschmacks! Das kapitalistische Wirtschaftssystem übt in jeder Beziehung nivellierende Wirkungen aus. Das gleichartige Milieu in bezug auf die Wohnung und Produktionsstätte, die automatische, schablonenhafte Arbeit führt notwendig zu einer Schablonisierung der allgemeinen Bedürfnisse, des Denkens und des Geschmacks. Die Vereinheitlichung des Kostüms für alle Berufsstände und Klassen, arm und reich, jung und alt, ist durch den Kapitalisierungsprozeß der Kleiderindustrie bewirkt worden. Wie im Kostüm, so bilden sich aber auch in allen Gebrauchs- und Luxusartikeln infolge der gleichartigen Bedürfnisse der Menschen und der gleichartigen maschinellen Herstellung stetig festbegrenzte, allgemein anerkannte und gangbare Formen heraus.

Wie die Mode, so ist auch der Stil eine aus dem Anlage- und Verwertungsbedürfnis des Kapitals hervorgegangene Erscheinung. Der Kapitalismus hat die hergebrachten ästhetischen Werte „Schön“ und „Häßlich“ vernichtet, wie überhaupt die an sich „zwecklose“ Schönheit aufgehoben und eine neue Wertung der Dinge nach den Gesichtspunkten des Zweckmäßigen und Angenehmen, des Komforts, angebahnt. Für den künftigen Ästhetiker werden daher die Begriffe „Schön“ und „Zweckmäßig“ einerseits, „Häßlich“ und „Unzweckmäßig“ anderseits gleichbedeutend sein.