

Vom Fallreep gelangt man in ein Vestibül. Alle Wände sind Vitrinen. Wo es zugänglich ist, in Fluren, Treppenhäusern, Kabinetten: Vitrinen mit schönen Dingen, geeignet, die Kauflust der reichen Frau zu reizen und Propaganda für die berühmten Läden der Rue de la Paix zu machen.

Das hochentwickelte Luxusgewerbe Frankreichs feiert hier Triumphe. Man bewundert, kauft und wird vorbereitet auf die Köstlichkeiten von Paris.

In den Räumen schwere kostbare Teppiche, reiche Möbel mit hübschen Webereien. Alles modern, im neuesten „French style“. Handwebereien an den Wänden zeigen in stilistischer Spielerei die Wunder der Kolonien. Algier—Tunis—Biskra. Und in teuren Luxuskabinen zaubert Poiret einen ganzen Urwald mit Affen und Papageien auf köstlichen Strohalm-Intarsia-Wänden.

Man zeigt dem reichen, amerikanischen Freunde, was Paris kann. Und der Amerikaner, mit feinem Instinkt für alles Neuartige und Lebendige begabt, sieht, kauft und bestellt.

Man gehe durch New York und sehe, wie oft sich der Einrichtungszauber der „Ile de France“ vervielfältigt hat.

Eine ausgezeichnete Idee, diese Ile de France im modernen „French style“. Kulturpropaganda von vorn, glänzendes Geschäft von hinten.

Warum klammerten sich ausgerechnet die deutschen Schiffsgesellschaften an die „französischen Stile“ und überließen es Paris, der Welt ein Schiff zu schenken, das letzten Endes der deutschen Bewegung moderner Einrichtungskunst und seinem Einfluß das Entstehen verdankt?

Bruno Paul

R U N D S C H A U

BEMERKUNGEN ZUR INTERNATIONALEN AUTOMOBIL-AUSSTELLUNG

Die noch immer wachsende Bedeutung des Kraftwagens für unsere Zeit läßt sich kulturgeschichtlich kaum mit etwas anderem vergleichen. Tiefere Umwälzungen haben wohl die Übersee-Schiffahrt und die Feuerwaffe bewirkt; die Breite des Interesses war vielleicht, bei sehr viel stärkeren Widerständen, beim Aufkommen der Eisenbahn ähnlich; heute aber ist die breiteste Öffentlichkeit in einer Weise aufmerksam auf den Kraftwagen — natürlich neben allen Flugmöglichkeiten —, die doch erstaunlich ist. Es handelt sich ja schließlich nur um ein Fortbewegungswerkzeug, das im ganzen nicht schneller und in der Mehrzahl der Fälle teurer ist als die doch vorhandene Eisenbahn. Einen hohen Prozentsatz von Snobismus oder auch von natürlichem Geltungstrieb zugestanden, kann man endlich doch nur eine Kombination von zwei Gedankengängen als mögliche Erklärung gelten lassen: *jeder* wartet fiebernd auf den Moment, wo — bei stets wachsender und durch Serienherstellung stets billiger werdender Produktion — das Preisniveau auch *ihm* erlaubt,

seinen Wagen anzuschaffen, — um dann gegen die Fahrpläne und Strecken der Eisenbahn und Straßenbahn *seine individuellen* Bewegungswünsche durchzusetzen.

Bei dieser Situation war die Internationale Automobil-Ausstellung, die erste ihrer Art seit dem Kriege in Berlin, durchaus ein sensationelles Ereignis. Die Zahl der Besucher war ein hohes Vielfaches der Zahl der Kaufkräftigen oder gar der Kauflustigen. Dabei wurden einzelne billige Wagen zu Tausenden, Wagen mittlerer und selbst oberer Preislagen zu je einigen Hunderten verkauft, und die Industrie erwartet weit umfangreichere Nachbestellungen aus dem Handel. Was ja angesichts der teuren Anlagen, die zu verzinsen und zu amortisieren sind, nur zu wünschen ist.

War die Ausstellung ein Erfolg, mindestens für den Kraftwagen an sich und bis zu einem gewissen Grade auch speziell für die deutsche Industrie, so können einige kritische Bemerkungen um so weniger übel aufgenommen werden. Sie richten