

den Fachpresse. Die Publizistik tritt also zunächst an die Stelle der, namentlich in der Renaissance so hochgebildeten und von feinstem Geschmack geleiteten Bestellermäzene, die durch die Art des Auftrags und die Wahl des Künstlers die aus der Volksgemeinschaft keimende und gesellschaftsbildende Kraft der Kunst repräsentierten: der Sache nach die idealste Form der „Kunstkritik“. In allem völlig unbefangenen und voraussetzungslos, kannten jene auftraggebenden Mäzene nur eine Bindung, aber diese um so strenger: den jeweils besten ihnen erreichbaren Künstler, die ethisch ehrlichste und technisch reifste Qualität, heranzuziehen. Auch für die moderne Publizistik gibt es meines Erachtens kein anderes Prinzip als dieses. Aber völlig in die Tat umgesetzt bedeutet es eine fast völlige Revolution im Wesen der Kunstkritik. Von ihr verlangt man „Objektivität“, das ist nicht etwa Objektivierung des künstlerischen Eindrucks, der Rezeption, sondern mechanistische Objektivität, die mit der Kühle des exakten Forschers in das strahlende Sonnenland der Kunst eintreten soll. Als ob dies überhaupt möglich oder auch nur wünschenswert wäre! Objektiv kann die Publizistik, überhaupt der Mensch nur gegenüber der Qualität als gleichmäßigem Grundfaktor alles künstlerischen Schaffens sein, nicht aber sog. Stilen und Richtungen, die stets Geheimnis seelischen Geschehens sind, unkontrollierbar, unbestimmbar, „unobjektivierbar“.

Ins Praktische übersetzt, hat die Publizistik die Pflicht, alle Qualität vor die Debatte der Masse

zu ziehen, nicht objektiv, sondern erfüllt von dem freudigen Bewußtsein, eine große Pflicht getan zu haben. Daß dies um so mehr in solchen Fällen gilt, in denen umstreitbare oder umstrittene Formen und Kräfte sich regen, bedarf keines Beweises. „Stile“ kommen und vergehen, entwickeln sich oder lösen sich ab. Das Endurteil über sie fällt nicht die Publizistik, sondern die dem Kunstwerk innewohnende ästhetische Urkraft, die Jahre und Jahrzehnte vielleicht nicht in ihrer ganzen Klarheit erkennbar geworden ist. An alle Werke der Kunst, mag es ein Gemälde oder eine Symphonie sein, ein Teppich oder ein Drama, darf die Publizistik nur eine Bindung und Voraussetzung herantragen, technische Qualität und die Wahrfähigkeit des Kunstvollens. Die Formen, in denen sich dieser künstlerisch seelische Prozeß vollzieht, hat sie vor das Forum der Volksgemeinschaft, vor die sichtende und richtende Zeit zu bringen, und zwar nicht mechanisch objektiv, sondern mit jener inneren Teilnahme und ästhetischen Freude, die einst die auftraggebenden Mäzene, jene großen Förderer und „Kritiker“, der Kunst entgegengebracht haben.

Auch Fachzeitschriften über Kunst und Kunstgewerbe gehören zur Publizistik. Sie dürfen keinen Sondergruppen dienen, sondern dem Ganzen, dem Großen, der ehrlich strebenden Qualität, mag diese auch noch so verblüffende Formen für ihr Wollen gebären: Strenge, wenn mangelndes Können durch „großes Wollen“ ersetzt ist, offenes Herz für alle ringenden Kräfte, für alle Qualität, für die Jungen, für den Fortschritt. . . .

## TAGUNG DES DEUTSCHEN WERKBUNDES IN MÜNCHEN

(11.—13. Mai 1921)

Von Dr. GEORG JAKOB WOLF, D. W. B.

Vor dreizehn Jahren wurde nach einer Vorbesprechung berufener Männer und Frauen der Deutsche Werkbund in München gegründet. Unvergeßlich wird jedem, der sie miterlebte, die Gründungssitzung bleiben — droben in einem festlichen Raum auf dem Ausstellungsgelände, dessen Hallen und Gebäulichkeiten damals — 1908 — gerade siegreich emporgestiegen waren, fand sie statt. Wie ging es da in jungem, tatenfrohem Drängen und Stürmen, im Planen und im Ausspannen eines beinahe unerschöpflichen Programms tatenlustig durch die Schar! Die Meinungen der Geister platzten aufeinander, Begeisterung war

allerwege, erfrischender Wortkampf setzte ein — etwas Großes kündigte sich an.

In der Tat hat sich der „Deutsche Werkbund“, dessen geschäftliche Leitung auf dem Umweg über Hellerau sich längst in Berlin niedergelassen hat, inzwischen zu einer Macht entwickelt, die im Getriebe des deutschen Kunstgewerbes, insonderheit im Spiel der Wechselwirkungen von Industrie und Kunst, ausschlaggebende Bedeutung gewonnen hat. Dem Wahlspruch: Veredelung der gewerblichen Arbeit im Zusammenwirken von Kunst, Industrie und Handwerk (später fand man dafür die knappe Formel „Durchgeistigung der deutschen Arbeit“)