



GUSTAV KÖRNER,
geschäftsführender Vorstand des B.Ö. G.

Reklame hat es in die Tat umgesetzt, doch ohne Kunst wäre es ihr wohl kaum gelungen. Nur das künstlerisch ausgestattete Plakat, nur die aus der Schablone fallende Schrift, die geschmackvoll servierte Ware, das mit Künstlerauge eingerichtete Schaufenster, vermögen die haltende Menge zu fesseln. Kam nicht das Volk zur Kunst, so mußte nunmehr die Kunst zum Volk kommen. Heute hat der kleine Mann, in dessen Leben früher nie die Kunst getreten war, die Möglichkeit, seinen Geschmack zu schulen, seinen kritischen Sinn zu erproben, denn die Galerie der Straße bietet ihm ausreichenden Stoff. Die Kunst aber kann nur gewinnen, wenn sie Allgemeingut wird.

Die neuzeitliche Reklame fördert den Kunstsinne, aber – und das kann nicht oft genug gesagt werden – ihr ist die Kunst nicht Selbstzweck, sie dient der Wirtschaft, sie fördert den Güterverbrauch, sie steuert der Arbeitslosigkeit, kurz, die Kunst geht nicht mehr allein nach Brot, sie schafft auch Brot. So hat sich eine neue Kunst entwickelt und mit ihr eine neue Generation von Künstlern, Menschen, die mitten im Leben stehen, die Kunst und Wirtschaft in ein harmonisches Ganze zu bringen wissen. Was Wunder dann, wenn Künstler,