

Wiener Kunstmode.

(Eine Zeitfrage.)

Wir wissen nicht, ob das Wort „Kunstwirtschaft“ schon gebräuchlich ist. Gewiß ist nur, daß es noch nicht zu unserem Sprachgebrauch gehört. Und doch erklärt sich ein reichlicher Teil von Uebeln in unserem Kunstleben gerade daraus, daß uns dieser Begriff fehlt und daß wir jede günstige Gelegenheit versäumen, ihn uns anzueignen zu machen. Unsere Kunst kann viel und sie würde noch mehr Stärkeres leisten, wenn ihr die ausreichende materielle Basis gegeben würde. Die Phantasie, auch die schaffende, ist anscheinend bei uns zu sehr alltägliches Gemeingut, darum unterschätzen wir sie als Künstler und verschleudern sie -- auf seine Kosten. Wir sind in unsern Forderungen an sein Vermögen, aber denken nicht daran, ihm nutzbare Wege zu eröffnen. Und doch ist hier ein Schlüssel zum Leben der Kunst. Der Aufstieg, den die Zweige deutscher Kunst im letzten Menschenalter genommen haben, geht zusammen mit dem wirtschaftlichen Aufschwung des Landes. Nicht nur, daß draußen jeder vom Erwerb seiner Hände als Künstler gibt, was er dafür übrig hat, sondern die Kunst selber draußen ihre weit verzweigte wirtschaftliche Organisation, die die künstlerische und gesunde Grundlage, ohne die sie verkümmert. Der Erfolg des deutschen Künstlers, des ganzen, den wir meinen, ist der Erfolg des sicher ausschreitenden Unternehmers, dessen Arbeit klare und bestimmte Ziele sieht, wir haben unter den Besten verbitterte und notleidende Existenzen, die unser Unverständnis verdrossen gemacht hat. Die unsere Sorglosigkeit um ihren Anspruch auf einen redlichen Dienst kommen läßt. Wir sind in der glücklichen Lage, uns nicht um Talente bemühen zu müssen, die sind in Fülle da; aber unsere Pflicht hat die Pflicht, diese Fülle fruchtbar zu machen, mit der wir jene Fülle zu nehmen, die beiden Gewinn bringen soll.

Der Krieg hat uns auf allen Gebieten des öffentlichen Lebens überflutet gefunden und selbst vor dem Unerwarteten, an dem letzten Wochen reich genug waren, haben wir die Geistesgegenwart nicht verloren. Nur die Kunst fand uns völlig ratlos. Nachdenklichen und schwächlichen Erwägungen haben wir in der Theaterzeit endlich einen kümmerlichen Ausweg gewonnen. Von den andern bildender Künstler, die bei uns auch sonst genug kargt sind, ist bisher kaum auch nur die Rede gewesen. Aber vor uns drängt das Kunstgewerbe mit seinem Heer von handwerklichen Arbeitern zu einer ernstlichen Diskussion. Draußen im Reiche rechnen man das zu den Aktualitäten, man nützt die ausgebrängte Freizeit für eine nahe friedliche Zukunft und bereitet mit klarem Blick die gesammelten Kräfte für eine „Mobilisierung des Kunstgewerbes“ vor. Wir lehnen solche Erörterungen ab, weil sie gegen die Stimmung der Zeit verstoßen.

Nun, in einem Zweige dieses Kunstgewerbes werden wir vielleicht sein Recht an der Zeit bestreiten können. Wir meinen die Kunst, die Wiener Mode. Es gilt nur, sich vorerst über die Situation klar zu werden, in der wir uns gegenwärtig befinden. Der Druck der deutsch-französischen Beziehungen führte zunächst zu einer heftigen Abwehr aller unnützen Ausländerei, und schon die Unmöglichkeit, sich heute fürs nächste Frühjahr mit Modellen aus der Herkunft zu versorgen, brachte draußen im Reiche Unternehmer und Künstler schnell zusammen, um die günstige Zeit zur Auffassung einer deutschen Tracht zu nützen. Das sittliche Motiv der Bewegung war deutlich genug, aber das wirtschaftliche nicht weniger stark. Seit mehr als einem Menschenalter hatte sich keine so günstige Gelegenheit geboten, um den auf allen Linien siegreichen Erfolg des deutschen Kunstgewerbes nun auch in der Mode dem großen Volke nahe zu bringen und die Ströme deutschen Goldes, bisher Paris, die Stadt des Feindes, nährten; in das Bett des neuen Volkswohlstandes abzulenken. Und mit der klaren Einsicht in die Sachlage, mit der klugen Formulierung des Gedankens, mit den schnell geprägten, schlagenden Worten der „deutschen Form“, das aufwühlende und führende Kraft in sich trug, war auch schon die Organisation da, nicht die der Künstler, wie sie bei uns immer wieder versucht wird, sondern die grundlegende der Unternehmer.

Und wir in Wien? Unsere Situation ist doppelt günstig. Schon dem Kriege war keine Rivalität von gleichem Gewicht und gleichen Ausblicken da, wie die Wien-Paris für das Frauenkleid, wie

in London für die Herrenmode. Jetzt sind diese Konkurrenzen ausgeschaltet, und wenn wir vorher immer wieder versucht haben, den starken Gegner aus dem Felde des Weltmarktes zu schlagen, dann wäre es bare Unvernunft, jetzt die Zeit verstreichen zu lassen, wo die führende Stellung kampflos erobert werden kann. Wien steht auf Vorposten, man erwartet draußen im Reiche seinen Anruf. Keine Stadt Deutschlands verfügt über jenes Kapital an Geschmack, der gerade auf diesem Gebiete einen guten Teil unserer Lebenskultur bedeutet. Unsere lebhafteste Phantasie, die Anmut unserer Frauen, der leichte Lebensfuss und das allgemeine Bedürfnis nach einem gewissen Maß von Luxus, das hier heimisch ist, alle unsere lebenswichtigen Schwächen werden hier zu Tugenden, die der Sache förderlich sind. Niemand draußen wird uns das Vorrecht des Begleiters bestreiten, wenn es um die deutsche Mode geht. Wien muß die Führung nehmen, die man ihm geradezu ins Haus trägt, muß die Zeit verstehen und nützen lernen, jetzt und ohne Versäumnis, so lange es begehrt wird, und ehe noch der Frieden die Gegensätze lauer macht, die Rolle der Feinde im Wettbewerb der Weltmode wieder stärker.

Der gesunde Anfang liegt beim Unternehmer. Was von dieser Seite bisher unternommen wurde, ist nur Maskierung unserer Ratlosigkeit. Der „Tailor of gentlemen“ und die „Maison pour robes“ haben nur ihre Firmenschilder überlebt, zuweilen so vorsichtig, daß die Schrift noch deutlich durchzusehen ist. Es ist vorgeföhrt, daß man das Deckpapier zu gelegener Zeit wieder herunterholen kann. Heute erscheint uns dies als unschlüssiges Versteckenspiel, es ist aber nicht weniger unsinnig. Es kündigt schon jetzt den Verzicht auf einen so aussichtsreichen Kampf um die künstlerische Selbstbehauptung und die wirtschaftliche Gesundung unserer Modebewegung an. Die Kriegsbilfen, die öffentlichen Debatten, die Unternehmerkonferenzen haben die Frage verwirrt, statt zu klären, und in das Bett jener kurzfristigen Wirtschaftspolitik geführt, die gerade hier gleich unzeitig und verderblich ist, weil sie die Größe der Aufgabe herabsetzt und, statt eine starke Zukunft zu bereiten, nur über den unbequemen Augenblick hinwegkommen will.

Wollen wir der Zeit gerecht werden und dem Anspruch von draußen entsprechen, ohne unseren Vorteil aufzugeben, so gibt es nur einen klaren Ausweg: Zuerst Zusammenschluß der Unternehmer. Sie verfügen über die Kenntnis der breiteren Bedürfnisse und der materiellen Mittel, den Künstler zu beschäftigen. Ihr erwählter Ausschuss müßte dann die Arten der Modelle feststellen, die der Markt braucht. Jedem Brede, jedem Geschmack, jedem materiellen Vermögen des Käufers müßte Rechnung getragen werden. Hat man erst darüber Klarheit gewonnen, dann muß der führende Künstler gewonnen werden, der die Leitung der künstlerischen Frage übernimmt. Das kann kein Mann sein, der sich bloß auf die Sache geschickt versteht, sondern einer von weiter reichendem Ansehen, von reichen Erfahrungen in den Kampfgängen des modernen Kunstgewerbes überhaupt, von reinem künstlerischen Gewissen, mit einem Wiener Herzen und mit einem Programm in der Tasche. Also einer, der der Größe der Aufgabe ganz gewachsen ist. Man wird ihn nicht lange suchen müssen. Es kann kein anderer sein als Josef Hofmann. An ihn mag sich der Ausschuss der Unternehmer wenden und ich denke, er wird ihn bereit finden. Denn dieser Künstler entzieht sich keiner solchen Aufgabe. Und er wird schnell wissen, was zu tun ist. Er verfügt schon jetzt über einen Stab von Mitarbeitern, den nur die Laune des Wiener Unternehmers bisher fast ausschließlich in das Fahrwasser des raffinierten Luxus gedrängt hat. Vor neue soziale Aufgaben gestellt, wird dieser Kreis von reichen Talenten seine Kraftspannung steigern und auf das Gebiet der breiten Bedürfnisse erweitern. Und wir werden eine Wiener Mode haben, die jeden Anspruch aus reinen Quellen befriedigt und zunächst unserm und dem deutschen Markt nicht bloß die Notdurft öffnet, sondern sie dauernd erobert.

Jetzt kommt alles auf die Einsicht des Unternehmers an. Es ist die höchste Zeit und nichts darf versäumt werden. Niemals waren unsere Aussichten günstiger, niemals waren wir ihnen so gewachsen. Und haben wir einmal die Kriegszeit genützt, den Erfolg zu Hause und im Reiche draußen, dann wird der Frieden uns in so starken Stellungen finden, daß unsere Kunst ihre Siege auch in Feindesland tragen kann. Wir müssen nur wollen!

Mag Eisler.