

**Zeitschrift:** Stultifera navis : Mitteilungsblatt der Schweizerischen Bibliophilen-Gesellschaft = bulletin de la Société Suisse des Bibliophiles

**Herausgeber:** Schweizerische Bibliophilen-Gesellschaft

**Band:** 13 (1956)

**Heft:** 3-4

**Artikel:** "Die goldne Kette gib mir nicht...!"

**Autor:** Friedrich, Hans Eberhard

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-387815>

### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 31.01.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

poche et avec des caractères très fins les ouvrages les plus considérables ? Je sais bien que les «Fleurs du mal» changent selon les caractères, le vélin, Hollande, Chine ou Japon sur lequel il est imprimé, grain ou surface lisse très unie et satinée, c'est là une question de vie ou de mort pour l'auteur et le lecteur.

Comment goûter le célèbre distique : «Là, tout n'est qu'ordre et beauté, Luxe, calme et volupté», imprimé en caractères communs sur papier ordinaire ! Cette faute de goût nous paraît tenir du sacrilège. Autant dire que tout est paysage et que des bâtiments et cheminées d'usine nous choquent violemment dans un site de Lorrain ou de Watteau.

Comment nier donc l'importance des moyens

grâce auxquels la pensée belle sera communiquée à ceux qui la considèrent encore comme la dignité de l'homme !

Il est bon de se souvenir, à condition qu'on l'ait jamais su, que ce que l'on appelle matière n'est jamais que ce qui, en faisant opposition à nos sens, témoigne de la réalité de l'esprit. Aujourd'hui, les hommes de science savent que le prince de Broglie, qui est aussi un prince de la science, avait raison en terminant son célèbre ouvrage «Continue, discontinue», par les mots *tout est esprit*.

Ainsi toutes choses, et même l'homme, ne sont que véhicules de l'Esprit, et parmi eux les doux mariniers de la *Stultifera Navis*.

### Hans Eberhard Friedrich / «Die goldne Kette gib mir nicht . . .!»<sup>1</sup>



Wir lernten alle auf der Schule das schöne Gedicht von Goethe «Der Sänger», in dem er – angeblich – der vollkommenen, sich selbst bescheidenden Freiheit des Künstlers das hohe Lied singt: als der König die goldene Kette herbeiholen lässt, wehrt der Sänger hoch- und großmütig ab:

Die goldne Kette gib mir nicht,  
Die Kette gib den Rittern,  
Vor deren kühnem Angesicht  
Der Feinde Lanzen splittern.

Gib sie dem Kanzler, den du hast,  
Und laß ihn noch die goldne Last  
Zu andern Lasten tragen.

Ich singe, wie der Vogel singt,  
Der in den Zweigen wohnet;  
Das Lied, das aus der Kehle dringt,  
Ist Lohn, der reichlich lohnet;

Doch darf ich bitten, bitt ich eins:  
Laß mir den besten Becher Weins  
In purem Golde reichen.

Ich habe dem Sinn dieser Ausführungen Goethes schon als Schüler skeptisch gegenübergestanden und erinnere mich eines damaligen Streites, warum wohl Goethe dem Dichter empfohlen habe, keinen Lohn anzunehmen. Ich habe gegen die idealere Auffassung meiner Kollegen

der Oberertia oder Untersekunda geltend gemacht – ich weiß es noch genau –, daß mit der goldenen Kette nur eine Art Orden gemeint sein könne, den der Dichter verschmähe, während er ihn den Militärs und den Ministern schadenfroh wünsche; auf münzbare Gegenleistung aber habe der Dichter durchaus nicht verzichtet, sonst hätte er nicht ausdrücklich den Wein «in purem Golde» verlangt; denn wenn es ihm nur um den Wein gegangen wäre, so hätte er ihn sich ebensogut in einem geschliffenen Pokal wünschen können.

Meine Skepsis gegenüber dem hinteren Sinne dieses Gedichts und seinen weitreichenden urheberrechtlichen und lohntechnischen Konsequenzen ist bis heute nicht geringer geworden; ich habe, als ich diese Zitatüberschrift für meinen heutigen Vortrag wählte, ein wenig in Goethes Leben nachgelesen, um einen glaubwürdigen Zusammenhang zu entdecken – und ich fühle mich

<sup>1</sup> Diese Ausführungen des bekannten Schriftstellers, die den Teilnehmern an der Jahresversammlung der Gesellschaft der Bibliophilen in Eltville am 26. Mai geboten wurden, haben neben starkem Beifall begreiflicherweise auch Widerspruch gefunden. Den zwei Mitgliedern unseres Vorstandes, die den Vortrag hörten, erschien ein Gesichtspunkt und Gedankengang so ursprünglich, daß sie den Verfasser baten, die Veröffentlichung in der «Navis stultifera» zu gestatten. Leider mußte der Text aus Raumgründen etwas gekürzt werden. Der Präsident der Gesellschaft der Bibliophilen, Herr D. Dr. Rudolf Alexander Schröder, war so gütig, uns seine Stegrefentgegnung, für den Zweck etwas umgestaltet, zur Verfügung zu stellen. Beiden Herren sei für die Bereicherung dieses Heftes durch ihre wertvollen Beiträge herzlich gedankt.

nun in meinen jugendlichen Bedenken durchaus bestätigt. Meines Erachtens hat Goethe nicht damit sagen wollen, daß der Dichter wie die Lilien auf dem Felde ernährt werden solle und daß die Dichtung ihren Lohn in sich trage. Er schrieb das Gedicht 1783, also in der Schaffensperiode des «*Torquato Tasso*», als er in Weimar schon etliche Jahre als Geheimer Legationsrat im Dienste des Herzogs Karl August hinter sich hatte, und er war sich seines Wertes am Weimarer Hofe so sehr bewußt, daß er nicht nur das Gehalt des Herzogs anstandslos in Empfang nahm, sondern sich gerade in dieser Zeit entschieden mit dem Thema der künstlerischen Freiheit und der Verpflichtung im Fürstendienste auseinandersetzte. Und darin bildet denn die Ballade vom Sänger eines der Argumente: Gold schon, denn der Sänger will leben wie jedermann, und einen recht guten Wein, weil niemand weniger Kostverächter ist als der Künstler, aber Orden? Nein, das Kunstwerk trägt seinen Lohn, seine Ehre in sich. So etwa mag das Gedicht gedacht gewesen sein.

Ich glaube, daß Goethe, der ein lebenskluger und realistischer Mann gewesen ist (was seinem Genie keinen Abbruch tut), später eine für ihn charakteristische Schlußfolgerung aus seiner inneren Auseinandersetzung der 80er Jahre mit dem Fürstendienst gezogen hat: Es ist bekannt, mit welch pedantischer, vorbildlicher Akribie er in der zweiten Hälfte seines Lebens seine Amtspflichten erfüllt hat. Das gab ihm die Freiheit, sich unbeschenkt zu fühlen, weil er sein Amt erfüllte und sein Gehalt ordnungsgemäß verdiente; die im Amte enthaltene Wohltat fand so ihre innere Rechtfertigung durch strengste Pflichterfüllung des Empfangenden.

Goethe dürfte also meines Erachtens nicht der Meinung gewesen sein, daß es Pflicht des Fürsten oder des Mäzens sei, Geld für kulturelle Dinge herzugeben, ohne daß eine Gegenleistung von gleichem Werte gegenübergestellt würde; er dürfte aber auch nicht der Meinung gewesen sein, daß der Sänger sich wie der Vogel vom lieben Gott allein ernähren lassen solle, sondern daß ihm das gute Recht zustehe, den goldenen Becher nach dem Austrinken in seine Tasche zu versenken.

Man versteht heute unter einem Maecenas einen Mann, der über eigene oder von ihm verwaltete Gelder verfügt und deswegen die moralische Pflicht hat, der Kunst von seinem Überfluß abzugeben. Die moralische Pflicht wird gewöhnlich aus zwei Argumenten hergeleitet: erstens

verdiene es die Kunst unbedingt und absolut, ohne Ansehung der Person und ohne Bewertung ihrer Erzeugnisse, unterstützt zu werden; man schließt sich heute mit Vorliebe zu die Kunst repräsentierenden Vereinen, Verbänden und Akademien zusammen, so daß man das Geld sozusagen neutral und anonym fordern kann, wobei außerdem noch der Nutzen herausspringt, ein Büro mit einem Geschäftsführer und mindestens einer Sekretärin zu unterhalten, also auch noch sozial wirksam zu werden. Je anonymer die solchermaßen Unterstützung heischende Kunst sich darbietet, als desto erhabener wird ihr moralisches Recht angesehen, an den a priori für ungerechtfertigt und schnöde gehaltenen Gewinnen der Mäzene teilzuhaben.

Zweitens leitet man die moralische Pflicht des heutigen Maecenas, Geld herzugeben, daraus her, daß nach Ansicht sehr vieler Künstler die Klasse der geldverdienenden Menschen ohnehin etwas Verächtliches ist, eine Klasse von kapitalistischen Banausen, die ihr Geld mit mehr oder weniger dunklen Geschäften und fragwürdigen Praktiken zusammenscharren und denen man großherzig dazu verhelfen muß, ihr dubioses Treiben wenigstens dadurch zu rechtfertigen, daß sie den Künstlern Geld, und zwar selbstverständlich ohne Gegenleistung und ganz besonders ohne Recht zur Kritik an den Schöpfungen der Schöpfer, zufließen lassen dürfen.

An diesem Punkte meiner Philippika fühle ich mich verpflichtet, zu erklären, daß ich weder insgeheim Generaldirektor einer Strumpffabrik bin, noch von der Public-relations-Abteilung eines Industrieunternehmens bestochen wurde. Gleichzeitig erkläre ich, daß wenige Tage im Jahre vergangen, an welchen mich nicht ein Brief, ein Telephonesprach oder ein Mittagessen vor die Aufgabe stellt, für irgendeinen Schöpferverband werbend bei der Industrie tätig zu werden, weil viele Menschen wissen, daß mein eigener Bruder Industrieller ist und ich außerdem einige wohlwollende Bekannte in der Industrie habe.

Ich bediene mich ein wenig der Übertreibung als eines erlaubten Kunstmittels, um einen bedauerlichen Zustand klarzustellen, der die Entstehung einer sauberen und anständigen Beziehung zwischen den Mäzenen von heute, d. h. den Wirtschaftlern, und den Künstlern unmöglich macht. Würde ich diesen Vortrag vor Industrielien halten, so würde ich mich dem Verdacht aussetzen, deren beifälliges Gelächter herauszufordern.

Ich halte ihn jedoch vor einem Auditorium, in welchem die Industrie nur beiläufig vertreten ist, vor einem Auditorium, in welchem der Kunst ergebene Persönlichkeiten vorherrschen; der einzige Verdacht, dem ich mich hier aussetze, kann also nur der sein, daß ich es darauf anlege, bei manchen meiner Zuhörer ein gewisses Ärgernis zu erregen. Es ist so. Ich möchte dort Ärgernis erregen, wo man von der Industrie denkt, wie ich es oben ironisch gesagt habe – weil ich der Überzeugung bin, daß wir nur über ein solches Ärgernis hinweg zu einem wirklich fruchtbaren Verhältnis zwischen Kunst und Mäzenatentum gelangen werden.

Es versteht sich von selbst, daß die Frage Mäzenatentum auch eine andere, eine den Künstler beunruhigende Seite hat. Die unbestreitbare Materialisierung unseres Lebens und unserer Auffassungen hat im Verlaufe der letzten hundert Jahre zu einer fühlbaren Entwertung aller künstlerischen Leistungen geführt, und zwar – gefährlicherweise – gleichzeitig mit einer inneren Abwertung des künstlerischen Erzeugnisses durch Inflation: durch die Inflation der künstlerischen Arbeit selbst, in dem jeder zweite, der schreiben kann, sich für einen Schriftsteller oder gar Dichter, und jeder zweite, der ein bißchen zu zeichnen und zu malen erlernt hat, sich für einen Künstler hält. Es sind viele Maßstäbe verloren gegangen und viele Kriterien zerstört oder aufgelöst worden. Und wiederum gleichzeitig hat die fortschreitende Vervollkommnung der Mechanik und der Vervielfältigung diese Inflation oft genug geradezu ins Uferlose getrieben. Jedermann kann das an der Zerstörung der sogenannten Volkskünste und des Kunstgewerbes in allen Ländern beobachten.

Eine natürliche Folge dieser Entwicklung ist, daß der mit sich selbst strenge Künstler um so mehr darauf bedacht ist, sich und seine Arbeit aus dieser Inflation herauszuhalten, also sich eines gewissen defensiven Hochmutes zu befleißigen. Das soll auch – formal – sein gutes Recht sein, wenn er sich seines Wertes bewußt ist. Er muß sogar, ein jeder in seinem Bereich, das Formale besonders stark betonen, oft bis zur Hyperkrise.

Diese beiden Vorgänge nun, die Mechanisierung und Inflation einerseits, die Abwehrstellung des wirklichen Künstlers andererseits (und ich rechne zu ihnen gerade auch die Künstler und Pfleger des Buches), haben eine neuartige Spannung zwischen der Kunst und der Konsumentenschaft der Künste gezeitigt. Die Kunst scheint immer mehr dem Formalismus, oft auch dem Manieris-

mus, zu huldigen, die Konsumentenschaft fühlt sich durch diesen Formalismus aber erst recht düpiert. Zusammen mit den großen sozialen Umschichtungen, dem Abstieg des Adels und der Dynastien, dem Aufstieg der Wirtschaft, der Erschütterung des traditionsreichen Bürgertums durch mehrere Kriege und Inflationen und der Festigung der lediglich materiell vorrangigen Schichten und nicht zuletzt zusammen mit dem Eintritt der verständigten Frau in das soziale Gefüge – dies wäre ein weites Themenfeld für sich – hat sich das, was man früher eindeutig «die kulturtragende Schicht» nannte, aufgelöst. Es gibt eine solche, noch fest zu umreißende Schicht nicht mehr. Viele Künstler sehen sich einer amorphen Gesellschaft von wohl noch interessierten, aber in diesem Interesse keineswegs mehr klar zu bestimmenden Gesellschaft gegenüber. Ich möchte also beinahe sagen: der Künstler ist in seiner Aufgabe, das ideelle Motiv in der Symphonie der Kräfte darzustellen, ängstlich, furchtsam, vorsichtig geworden, so daß sein scheinbarer Hochmut oft nichts mehr als eine wohl begründete Zurückhaltung ist.

Um so bedeutsamer heute, diese in so mancher Beziehung also natürliche Entfremdung zu überwinden, wenn eine für beide Seiten förderliche, neue kulturtragende Gesellschaft entstehen soll. Aus meiner eigenen Erfahrung muß ich sagen, daß die Bereitschaft auf der Seite der «Konsumenten», insbesondere der Mäzene, viel größer ist als die der Künstler, sich ihres Hochmuts zu begeben.

Das Wort «Mäzenatentum» geht auf jenen etruskischen Adligen aus Arezzo zurück, der neben Agrippa der einflußreichste und klügste Berater des Augustus war, einen reichen Grundbesitzer und Diplomaten von hohen Graden, Verwalter und Verzehrer eines großen Vermögens, also auf einen Kapitalisten reinsten Wassers. Mit feinem Sinn, so sagt man, habe er bedeutende, junge Talente aufgespürt, gehütet, gepflegt, beschenkt und um sich versammelt.

Aus reinem Idealismus? Aus reiner Kunstregeisterung? – Maecenas hatte Lust und Freude am Umgang mit Künstlern. Diese angenehmen Gefühle ließ er sich etwas kosten, so wie ein anderer reicher Mann einen Rennstall finanziert oder damals vielleicht die dicksten kalabrischen Ringkämpfer. Zweitens wußte er wie jeder seiner Nachfolger, daß es zum eigenen Ruhme beiträgt, Künstler zu fördern und von ihnen bewundert zu werden.

Immerhin: er scheint keine Gegenleistung verlangt zu haben. Wissen wir das wirklich genau? Handelte er nicht sogar durchaus im Sinne seines kaiserlichen Freundes und des neuen cäsarischen Systems, wenn er die dichterischen Talente ad majorem Divi Augusti gloriam um sich versammelte, zu erhabenen Gesängen auf die neue Ordnung anregte – und recht lukrativ beschenkte, das heißt: bezahlte?

Der nächste berühmteste Maecenas war wieder ein Mann aus jener kulturschöpferischen Gegend des alten Etrurien: Lorenzo de' Medici aus Florenz. Dieser stammte aus kaufmännischem Adelsgeschlecht, und von ihm ist es klar überliefert, daß er von den von ihm Erwählten durchaus konkrete Gegenleistungen erwartete: Werke, die für ihn hergestellt wurden, Dichtungen, die ihm zu widmen waren. Und gerade sein Ruhm ist es, daß er nur solche Künstler um sich versammelte, von denen er ausgezeichnete und vor allem namentliche Leistungen erwarten konnte, wie sich ja überhaupt mit dem Ruhme der Mäzene als Geldgeber immer jener andere wahre Ruhm verbindet, daß die Auftraggeber meist einen feinen Instinkt für den Wert und die Bedeutung der jeweiligen Künstler entwickelten. Wäre zu Lorenzo der Geschäftsführer der «Società degli scultori toscani» gekommen, um einen Beitrag für diesen anonymen Verband zu fordern, so hätte Lorenzo ihn, wenn nicht gerade der Türe verwiesen, so doch zumindest aufgefordert, die in der Società vereinigten Künstler namhaft zu machen und ihre Werke vorzuführen. Den Vorwurf, daß er als Kaufmann und Politiker nicht die Fähigkeit besitze, Kunstwerke zu beurteilen, hätte er gewiß entschieden zurückgewiesen. Dem Geschäftsführer der «Accademia per la lingua e per la poesia» wäre es sicher nicht anders ergangen.

Nun hört man den Einwand: Maecenas und Lorenzo, die Farnese und die Montefeltro hätten aber auch wirklich etwas von der Kunst verstanden, was man heute den Industriellen nicht nachsagen könne. Ich erwidere darauf: daß der jeweils andere nichts von Kunst verstehe, hört man fast immer nur von denjenigen Künstlern, deren Werke auch vielen anderen Menschen fragwürdig erscheinen; andererseits, selbst wenn es so wäre, so müßte man die Schuld nicht bei dem verurteilten Kaufmann oder Industriellen suchen, sondern beim Künstler; denn der Beruf des Wirtschaftlers ist es, Wirtschaft zu betreiben, der Beruf des Künstlers aber, nicht nur Werke zu schaffen,

sondern auch den Boden für deren Verständnis zu bereiten. Sich hochmütig in die Schmollecke zurückzuziehen, ist kein Vorrecht irgendeines Künstlers; jeder Geiger, jeder Schauspieler hat die Aufgabe, den anderen von der Berechtigung seines Werkes zu überzeugen. Die berühmten Ausnahmen (Hölderlin usw.) bestätigen nur diese Regel, während ein so eigenwilliger Meister wie Picasso in unserer Zeit den Beweis der Überzeugungskraft liefert hat.

Ich gehe im Falle Wirtschaft und Industrie noch einen Schritt weiter: Die Zahl derjenigen Künstler, die in der Wirtschaft mehr als ein gigantisches, aber geistloses Organisationsphänomen und mehr als ein Instrument des Geldverdienens sehen, ist gering. Natürlich, auch jeder Künstler liest das Alltägliche über die Wirtschaft, über einzelne Unternehmen, über Konflikte zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern – aber über diese oberflächlichsten Kenntnisse hinauszugehen, sind die wenigsten Künstler und leider auch sehr viele geistige Arbeiter nicht bereit. Das ist grotesk in einer Zeit wie der heutigen, in der es keinem Menschen mehr verborgen sein kann, daß die Geschichte nicht mehr in Ministerien oder gar an Höfen, nicht in Verwaltungen und erst recht nicht in Botschaften gemacht wird, sondern in den großen Gremien der Wirtschaft und ihrer beiden primären Partner, der Unternehmer und der Arbeiter. Es ist um so grotesker, als nicht nur der Stoff der Wirtschaft als solcher der heute überhaupt lohnendste Stoff der Darstellung geworden ist, sondern als gerade das, was dem Künstler der wahre und wahrste Stoff ist, der Mensch und sein Konflikt mit der Umwelt, sich hier in diesem Raume des wirtschaftlichen Lebens offenbart. Die allbekannte Krise des Romans hat nicht ihre Ursache in plötzlich einsetzender Unfähigkeit der Schriftsteller, sondern darin, daß die großen menschlichen Stoffe des 19. Jahrhunderts, Julien Sorel, Madame Bovary, Effie Briest, Eugenie Grandet heute keine Stoffe mehr sind, die gegenwärtigen Stoffe aber von den Künstlern noch nicht oder nur sehr selten erschlossen worden sind. Eine liebende Amalie, ihr Leid und ihr Bruch mit der Gesellschaft bilden keinen Gegenstand in einer Zeit, in der Amalie de facto unbeachtet tun und lassen kann, was sie will, in der es eine opponierende dogmatische Gesellschaft nicht mehr gibt und in der Amaliens Partner im Falle ernsthaften Verdrusses nur zu schnell und mühelos Trost bei einer anderen Amalie findet, wie Amalie selbst bei

einem anderen Partner. Und nun endlich ist es auch so weit, daß der Psychologismus im Roman an Erschöpfung zu sterben beginnt.

Das riesenhafteste, gewaltigste Stoffgebiet, das unsere Zeit bietet, die Wirtschaft mit ihren unermesslichen sozialen und organisatorischen, menschlichen und gesellschaftlichen Problemen ist von 90 % derjenigen Kategorie von Menschen, die sich Schriftsteller nennen, überhaupt noch nicht entdeckt, und zwar – ich erlaube mir das mit aller Deutlichkeit zu sagen – aus Trägheit: weil es ihnen viel zu schwierig und mühselig ist, sich in das Gefüge eines modernen Unternehmens etwa so einzuarbeiten, wie Goethe sich in das Wesen einer Wanderschauspieltruppe eingearbeitet hat, als er den «Wilhelm Meister» schrieb oder Stendhal in das raffinierte Intrigenspiel der Politik in Italien, als er die «Kartause von Parma» schrieb, oder Balzac, als er Gobsek und Nucingen schuf, oder Dickens, als er in «Bleakhouse» das Gerichtswesen oder in «Dombey und Sohn» das Handels- und Bankwesen darstellte.

Die Wirtschaft, so glaube ich oft genug zu empfinden, und nicht nur sie, hat das Gefühl, daß viele Autoren von heute ihr nicht nur kein Verständnis und keinen Verstand entgegenbringen, sondern daß sie nicht einmal den Willen dazu zeigen. Viele Autoren? Nein, die meisten Autoren. Und das ist mit ein wesentlicher Grund für das Mißvergnügen, das die Wirtschaft oft genug gegenüber der Kunst zeigt. Kein Wunder, daß vielfach einfach keine Lust dazu besteht, sich mit einem Partner abzugeben, der zu träge oder zu hochmütig ist, sich mit den wahren Realitäten unseres heutigen Daseins zu befassen, wie es zum Beispiel William Faulkner in seiner vom Negerproblem erfüllten Umwelt mit wahrer Größe tut.

Die Dinge haben sich merkwürdig verdreht: in früheren Zeiten war es oft fraglich, ob ein Künstler, auch wenn man ihn noch so sehr schätzte, salonfähig sei; das war oft sehr unrecht und ungerecht und sogar sehr entwürdigend, aber es ließ in gewisser Weise die Kirche im Dorf (und der Minister Goethe hat ganz schön gezeigt, wie sich der Dichter Goethe salonfähig für selbst den allerhöchsten Salon machte). Heute dagegen ist es unter Künstlern und Schriftstellern üblich, herabsetzend über Kaufleute und Industrielle zu sprechen, sie also für salonunfähig zu erklären, ihr Geld aber kategorisch und ohne die Bereitschaft zur Gegenleistung zu fordern. Welches psychologische Bild ergibt sich? Der Künstler, früher gewohnt, mit

Potentaten umzugehen, die ja nichts anderes als die Industriellen und – last not least – Politiker von damals waren, tat alles Erdenkliche für seine Gel tung am Hofe, und man braucht nur in Cellinis Erinnerungen nachzulesen, wie redlich ein solcher Mann um seinen Lohn und um seine Würde besorgt war, und das, obwohl doch gerade er in seinen Gewohnheiten ein ziemlich roher Bursche war. Der Künstler von heute aber zieht sich mit Vorliebe schmollend in seinen Winkel zurück, zürnt über den Geiz der reichen Leute, hält es für unter seiner Würde, mit ihnen Umgang zu pflegen und, wenn er es tut, zieht er hinterher ein Gesicht und macht abfällige Bemerkungen über sie.

Die Kehrseite der Medaille aber: in dem Augenblick, wo man Geld winken sieht oder wo ein Verbandsgeschäftsführer einen Vorstoß bei der Industrie unternimmt, ist man liebedienerisch und pharisäisch. Ist das ein richtiger Zustand? Man beruft sich jedoch auf eine edle Unterscheidung: der Künstler früher, so sagt man, auch wenn er Kunstwerke im Auftrage schuf, diente einem König, einem Fürsten, einer Herrschaft, einer Politik, einem Lande und wenn möglich sogar seinem Vaterlande, womit das Geldverdienen des Künstlers recht schön zuverbrämen war; heute aber dient der Künstler, der sich mit der Wirtschaft einläßt, dem Gelde, den nackten Interessen oder gar der Werbung und beileibe nicht einem System oder einer Politik, sondern einer Ware. Damals warb man für «höhere Güter», z. B. für die Staatsidee eines Tyrannen, für die Ausbeutung der Wehrlosen, für die Unterdrückung der Schwachen und ganz besonders für etwas so Herrliches wie für Krieg und Totschlag, damit dero fürstliche Gnaden wieder einen Lappen Land mehr sein eigen nennen konnte; heute aber soll der Künstler so niedrigen Dingen, wie es friedliche Güter, Waren, Werksruhm, Umsatz, Sozialprobleme sind, dienen, kurz und gut, er soll, wie es heißt, «Propaganda» machen. Damals diente man einem höheren Ziel, heute dem niederen Profit. Nicht wahr, so etwa wird der Unterschied doch aufgefaßt?

Es ist natürlich ein Unterschied, ob man der rein propagandistischen Popularisierung einer neuen Zahnpasta durch die eigene Popularität dient, sagen wir etwa (was natürlich niemals der Fall war): Rilke für Odol («Ich putze mir meine Zähne nur mit Odol», mit Unterschrift und Bild) oder ob man das tut, worauf ich mit meinen Ausführungen hinziele: nämlich als Künstler in würdiger Form im Dienste der Wirtschaft eine würdige Leistung

zu vollbringen, für die man dann sein «maezenatisches» Geld als echte Gegenleistung erhält. Popularität zu Popularität, Sonja Ziemann zu Chlorodont, Sofia Loren zu Elfa-Büstenhaltern. Dieses Thema, ob ein Künstler seinen Namen und seinen Ruf (ohne Gegenleistung als nur dieser) zur Propaganda für ein Produkt hergeben soll, möchte ich hier lieber ausschalten. Es hat mit unserem Thema, das von Leistung und Gegenleistung handelt, wenig zu tun.

Ich möchte vielmehr auf einen anderen Gesichtspunkt hinauskommen: Ist nicht jeder Künstler, jeder geistig Schaffende darauf angewiesen, sich sein Geld zu verdienen, um davon zu leben? Diese Frage ist rhetorisch: denn er ist selbstverständlich darauf angewiesen. Nun, in dem Augenblick, in welchem der Schriftsteller seinen Roman abgeschlossen hat (und sogar meist schon früher), der Bildhauer seine Skulptur fertig hat, der Maler sein Bild, verwandelt sich sein Werk auch in eine Ware. Sollte ein Künstler sich darüber heute im unklaren sein, so sei ihm empfohlen, sich mit seinem Verleger oder mit seinem Kunsthändler auszusprechen; gesetzt den Fall, einer von diesen erzählt ihm sogar noch eine ideale Geschichte, so möge der Schriftsteller sich mit den Verlagsreisenden und dem Vertriebsleiter unterhalten und der bildende Künstler mit dem Buchhalter der Galerie. Diese werden dem Meister ohne Zögern reinen Wein einschenken. Also der Künstler ist, indem er sein Werk schafft, bereits selbst Glied der produzierenden Wirtschaft.

Es bliebe das Problem zu betrachten: Wie soll der Künstler sich gegenüber dem industriellen, dem wirtschaftlichen Auftraggeber einstellen? Nachdem wir Chlorodont und Sonja Ziemann bereits aus dieser Betrachtung ausgeklammert haben, also die Frage der reinen Produktenwerbung auf Grund eines populären Namens ohne eigentliche Gegenleistung, frage ich: Hat der Künstler Anlaß und Grund, sein Können einem Unternehmen zu verweigern? Oder, anders ausgedrückt: Kann Gerhart Marcks die Fassade eines Versicherungskonzerngebäudes mit Skulpturen ausstatten, ohne seinen Namen zu schädigen? Selbstverständlich kann er es, und niemand wird etwas Anrüchiges dabei finden. Kann Werner Egk eine Symphonie im Dienst des Dunlop-Reifens schreiben? Ich würde sagen: Wenn im Largo eine Altstimme in getragener Form die Vorzüge des Dunlop-Reifens besingen müßte, wären Bedenken anzumelden, genau so, wie wenn Gerhart Marcks genötigt werden sollte, in seinen Skulpturen die besonders

günstigen Prozentsätze der Allianz zu symbolisieren. Wenn aber z. B. Dunlop jedes Jahr in Frankfurt ein großes Konzert für neue Musik veranstalten würde, ohne daß seine Werbeabteilung das Konzert mit Werbeslogans durchsetzt, so wäre nichts dagegen zu sagen, wenn Werner Egk für dieses Konzert eine Symphonie schreiben würde, selbst wenn sie in die Geschichte der Musik als seine «Dunlop-Symphonie» eingehen würde.

Man wird als Künstler gut tun, für das Gebiet dieser sogenannten Public-relations-Arbeit keine Dogmen aufzustellen, sondern seinem eigenen Gefühl zu folgen. Was jedoch der Revision auf das entschiedenste bedarf, ist das noch immer weit verbreitete Vorurteil, der Künstler dürfe der Industrie überhaupt nicht dienen, er müsse also dem begehrten Maecenas von heute die Gegenleistung für das von ihm geforderte Geld verweigern. Hervorragende Schriftsteller, wie Ernst Schnabel, Wolf von Niebelshütz und Horst Mönnich, gehen voran, um diesem hochmütigen Vorurteil das Rückgrat zu brechen.

Denn es gilt ja nicht nur, dem Künstler neue und auch ihm gemäße Wege des Erwerbs zu eröffnen – es geht um viel höhere Ziele: erstens die falsche und gar nicht zu verantwortende heutige Auffassung von Mäzenatentum zu bekämpfen, als seien die im Grunde verachteten Pfeffersäcke und Manager der Industrie noch eben gnädig zugelassen, Teile ihres Geldes in die Kultur (ganz allgemein) zu pumpen, und zweitens nach der Erarbeitung eines echten mäzenatischen Verhältnisses dem Geldgeber auch damit zu dienen, daß man ihm Anregungen und Maßstäbe liefert, die sein tägliches wirtschaftliches Leben und Denken ihm nicht bieten kann. Um es deutlicher zu sagen: nur aus einer neuen fruchtbaren Berührung zwischen der Kultur und der Wirtschaft heraus kann das erreicht werden, was die Künstler sich wünschen müssen: daß nämlich der Industrielle und der Kaufmann ihrerseits die Kunst zu ihrem eigensten Interesse machen, also auch Auffassungen und Gesichtspunkte gewinnen, die wir an den großen Mäzenen von früher zu loben pflegen. Hätte denn Lorenzo de' Medici jemals ein so inniges Verhältnis zu den Künsten seiner Zeit gewinnen können, wenn seine künstlerischen Zeitgenossen es für unter ihrer Würde gehalten hätten, mit ihm Umgang und Gedankenaustausch zu pflegen?

Ich darf an dieser Stelle versichern, daß sich in mancher Hinsicht das Verhältnis zwischen der Industrie und vielen Künstlern von Jahr zu Jahr

besser gestaltet, daß die Beziehungen fruchtbare werden, um so mehr, als die anregende und fördernde Tätigkeit des Kulturreises im Bundesverband der Deutschen Industrie viele Barrieren niedergeissen hat, die vor einigen Jahren noch bestanden. Aber gerade an diesem Punkte möchte ich doch auch auf einen sozusagen klassischen Fall des Mißverständnisses aufmerksam machen: Zum Abschluß der letzten Jahrestagung des besagten Kulturreises schrieb der Feuilletonist einer angesehenen Zeitung, es sei eigentlich nur betrüblich, die jämmerlich kleine Summe anzusehen, die der Kulturreis jährlich zur Förderung der Kunst auswerfe, wenn man damit die Umsätze der deutschen Wirtschaft vergleiche. Hier wird ein bereits auf allen vier Beinen hinkendes Pferd auch noch von hinten aufgezäumt: Substituiert wird stillschweigend, daß die Industrie Geld aus ihren Umsätzen für die Kultur herzugeben habe ohne Gegenleistung, gefordert aber wird außerdem, daß es die Industrie nicht individuell tue, sondern verbandsweise. Abgesehen davon, daß dieser Kritiker sich nicht die geringste Vorstellung davon macht, was die Industriewerke unterbrechungslos an alle erdenklichen Vereine und Verbände des kulturellen und geistigen Lebens hergeben – gnade Gott der Kultur, wenn sie und ihre Finanzgebarung vollkommen in der Anonymität versacken, so daß nur noch die Geschäftsführer der Verbände bestimmen, was Kultur ist!

Doch muß, bevor wir von der speziellen Aufgabe des Buches in diesem Rahmen einige Worte sagen, von drei Hemmnissen die Rede sein, die der positiven Entwicklung des Verhältnisses Kultur-Wirtschaft entgegenstehen: Das erste Hemmniß ist die öffentliche Hand. Sie ist nicht nur eine Großeinnehmerin, sondern auch eine Großausgeberin öffentlicher Gelder. Während aber in der Regel der einen Auftrag erteilende Wirtschaftler sozusagen unbescholtan und vorurteilslos an seine Aufgabe herangeht und gerne und ausführlich mit dem von ihm beschäftigten Künstler spricht und sich berät, fühlt der Beamte sich allzu oft kraft seines Amtes und dessen Würde im Besitz einer höheren Kenntnis und einer staatlich beglaubigten Weisheit und erörtert durchaus nicht künstlerische Pläne sorgfältig nach allen Gesichtspunkten ihres Wertes und ihres Nutzens, sondern er erteilt Aufträge von obenher, selbst wenn er auf Grund von Ausschreibungen die Planskizzen und Entwürfe prüft. Bemtliche Entscheidungen werden auch nicht dadurch besser, daß drei Beamte anstatt einem, die

alle nur am Rande etwas davon verstehen, über künstlerische Fragen urteilen. Dieses Verfahren wirkt sich auf das ganze Gebiet des künstlerischen Auftragswesens schlecht aus; viele Künstler sind dadurch bereits so vergrämt, daß sie sich an Wettbewerben der öffentlichen Hand überhaupt nicht mehr beteiligen.

Das andere Hemmniß, das es fast in jedem Betrieb gibt, ist die Werbeabteilung. Sie hat es natürlich ohne Unterbrechung mit allen Sorten angewandter Künste zu tun, mit Graphik, Textgestaltung und Typographie. Meist hat sie bereits unumstößliche Grundsätze entwickelt, die mit den neuen Ideen, welche durch die unmittelbare künstlerische Mitarbeit an die Industrie herankommen, oft nicht übereinstimmen. Das ist kein Wunder. Eine Werbeabteilung muß etatisieren, sie muß für das Produkt werben, sonst wird sie als untauglich empfunden, sie muß den ihr meist sehr genau bekannten Charakter ihrer speziellen Kundschaft vor Augen haben, weil sie diese ansprechen will. Hier geraten Werbung und, sagen wir, künstlerische Verkaufsförderung im weiteren Sinne oft genug in Gegensatz zueinander, was sich besonders bei kleineren Betrieben hemmend auswirkt. Je weiter also ein Industrieller, der sich künstlerisch beraten lassen und anders als nur direkt werbend für sein Werk wirksam werden will, die Werbeabteilung von der künstlerischen Verkaufsförderung trennt, desto günstiger pflegt sich das Verhältnis zu gestalten.

Das dritte Hemmniß, das ich meine, ist eine gewisse Unredlichkeit, die bei vielen Autoren (im weitesten Sinne) und vielen Lieferanten in dem Augenblick hervortritt, in dem sie es mit der Industrie zu tun haben. Bewußt, unbewußt oder unterbewußt tritt der Gedanke ins Gehirn des Partners, also auch oft des Künstlers, es sei nun der Augenblick gekommen, sich einmal von Grund auf «gesund zu machen». Man vermutet, daß der Industrielle von diesen künstlerischen Dingen nicht allzuviel verstehe, daß er die Akkuratesse eines Vorschlages kaum richtig prüfen könne, daß er vielmehr nur das Endergebnis, was die Sache kostet und was sie einträgt, vor sich sehe – und also sucht man ihn an allen Ecken und Enden «übers Ohr zu hauen». Das gelingt nur zu oft. Aber diese Lügen haben die allerkürzesten Beine von allen Lügen. Denn selbstverständlich spricht der Unternehmer bei nächster Gelegenheit mit Kollegen und mit Fachleuten darüber, erfährt, wie er beschwindelt worden ist, ärgert sich und verliert jede Lust zu wei-

terer solcher Betätigung. Hier gilt es, sich eines der einfachsten wirtschaftlichen Begriffe zu erinnern: des Kredites. Kredit heißt Vertrauen, heißt Glaubwürdigkeit. Viele Lieferanten und Autoren verspielen den Kredit, der ihnen zunächst gegeben wird. An diesem Kredit muß fast ebensoviel gearbeitet werden wie an der Herstellung eines herzlichen, vertrauensvollen Verhältnisses zwischen Kultur und Wirtschaft überhaupt.

Hier liegen bedeutende Aufgaben der künstlerischen Fachleute, zu denen ich vor allem auch die Bibliophilen rechnen möchte: dafür zu sorgen, daß der Auftragerteiler redlich beraten und bedient wird und daß ihm nichts Unsinniges aufgeschwatzt wird, weil er, wie man meint, ein Banause sei und nichts von der Sache verstehe. Sie alle kennen Festschriften, Jubiläumswerke und andere verkaufsfördernde Werke der Industrie. Sie sollen gewiß würdig und repräsentativ sein, aber nicht protzig. Es wird meist als angenehm angesehen, wenn einige bekannte Namen mitwirken. Es wird ein gewisser, meist nicht allzu niedriger Etatposten dafür eingesetzt, der steuerlich unter Werbungskosten läuft. Eines der Vorstandsmitglieder übernimmt es, die Sache zu betreuen. Der Werbeleiter des Unternehmens wird zur Beratung zugezogen. Und dann, meist in viel zu kurzer Frist, werden solche Werke zusammengebaut und hergestellt. Die Erfahrungen des Werbeleiters steuern das ihrige dazu bei.

Sie alle kennen aber auch das Schicksal der meisten Festschriften, Jubiläumswerke, Repräsentations- und Geschenkwerke der Industrie: Sie werden feierlich versandt und verteilt. In den Zeitungsredaktionen stapeln sie sich. In den befreundeten Werken und bei den Kunden werden sie eines kurzen Blickes gewürdigt, ruhen noch einige Tage im Sekretariat des angesprochenen Generaldirektors der befreundeten Firma, dann wandern sie in ein speziell für Public relations vorgesehenes Bücherbrett der Werbeabteilung, um auf den Tag zu warten, an dem eine eigene solche Arbeit fällig wird, «damit man sich anregen lassen kann». Der Text wird meist von keinem Menschen, außer vom Verfasser des Textes selbst, gelesen, die Bilder, vor allem wenn sie farbig sind, werden flüchtig betrachtet, kommen zufällig einige hübsche Arbeiterinnen und weibliche Angestellte vor, so verweilt das Auge des Betrachters eine Sekunde länger auf dem Bild – und, grob gesprochen: die ganze riesenhafte Bemühung, das ganze Geld

waren vergeblich. Eine weiterreichende Freude haben nur die Hersteller daran.

Ich will beileibe nicht in den Chorus derjenigen einstimmen, die meinen, hier liege eine ungeheure Pfründe brach, in deren Ausbeutung man sich einschalten müsse. Ich kann ihnen sogar versichern, daß vielfach bei der Industrie nach einem ziemlich begeisterten Anlauf nach 1950 inzwischen eine erhebliche Ernüchterung eingetreten ist; denn Wirtschaftler, die daran gewöhnt sind, scharf zu kalkulieren und die Wirkung einer direkten oder indirekten Werbung genau zu prüfen und ins rechte Verhältnis zum Aufwand zu bringen, kommen, mag zunächst die Begeisterung noch so groß gewesen sein, bald dahinter, wenn ein Unterfangen in Rauch aufgeht. Wenn sich das dann praktisch in der Verweigerung weiterer ähnlicher Aufträge ausdrückt, so ist meist der betrübliche Augenblick gekommen, in welchem Autor und Hersteller sich zu dem Klagelied zusammenfinden, man habe es in der Industrie nur mit Banausen zu tun.

Dieser Stand der Dinge ist unerfreulich und entmutigend. Da ich selbst ein Schriftsteller und kein Unternehmer bin, suche ich die Schuld nicht bei der Gegenseite, sondern bei uns. Und ich stelle fest, daß, wenn die Autoren, Zeichner, Maler, Typographen und Hersteller sich nicht auf den Standpunkt begeben, redlicher mit ihren wirtschaftlichen Geschäftspartnern umzugehen, als es bisher oft genug der Fall ist, so wird die Industrie bald die Lust ganz verloren haben. Andererseits muß ich zur Ehre mancher Public-relations-Arbeit sagen, daß es auch Mitarbeiter und Herstellerbetriebe gibt, die die richtige Einstellung zur Industrie, zum Auftragerteiler, zum Maecenas schon heute haben.

Welches wäre nun diese richtige Einstellung? Erstens, daß man den Partner nicht für dümmer hält als sich selbst; er ist es fast niemals, auch wenn er einleitend sagt: Ich verstehe nichts von der Sache. Er will damit nur sagen: Von meiner Sache verstehe ich etwas, und so wie ich es nicht darauf anlege, Ihnen, der nichts von Autos versteht, ein Automobil zu liefern, das nach 1000 Kilometern in der Mitte auseinanderbricht, so erwarte ich auch von Ihnen redliche Arbeit. Zweitens, daß man nicht darauf wartet, daß der industrielle Partner seinerseits mit Anregungen kommt, sondern daß man ihm Vorschläge und Pläne unterbreitet auf dem Gebiet, auf dem man selbst Fachmann ist. Das heißt: der Künstler,

der Drucker, der Verleger müssen die Einfälle haben, müssen sie ohne Prüderie und ohne Hochmut zu dem Industriellen bringen und dabei nach dem gleichen Grundsatz verfahren, nach dem der Industrielle selbst verfährt: denn auch dieser hat es auf dem Markt mit Konkurrenz und Kampf um Durchsetzung seiner Produkte zu tun, und er hat keinerlei Auffassung dafür, daß ein Künstler oder ein Verleger sich gekränkt zurückzieht, wenn seine Idee nicht gleich beim ersten Vorstoß zündet. Drittens müssen Hersteller und Künstler sich einer überzeugenden Redlichkeit befleißigen; zu dieser überzeugenden Redlichkeit gehört nicht nur, daß die Kalkulation sauber, stichhaltig und angemessen, daß der künstlerische Plan vernünftig und erfreulich ist, sondern auch, daß man als Fachmann seines Gebietes dem Auftraggeber sagt, wo ein falscher Aufwand geplant wird, wo also aller Voraussicht nach ein Werk repräsentativ «überzogen» ist und vermutlich «nicht ankommt», selbst wenn solch ein Einwand gegen das Interesse des Herstellers zu sprechen scheint.

Viertens müssen Schriftsteller, bildende Künstler, Verleger oder Drucker und Typograph zusammenwirken, um anständige, gute, nicht aber übertrieben aufwendige oder gar alberne Werke zustande zu bringen. Es liegt nahe, daß manchem auf sein Unternehmen stolzen Industriellen vor schwert, etwas Einzigartiges zu machen, also einen Band in Schweinsleder mit möglichst viel Goldprägung, mit 120 ganzseitigen Farbbildern, Zeichnungen in Rötel und Blau, auf Bütteln gedruckt in 18 Punkt mit vierfarbigem Innentitel, roten Kapitelüberschriften, blauen Kolumnentiteln und grünen Ziffern, das Ganze in auf Seide verarbeitetem Schuber. Das ist etwa dasselbe, wie wenn ein Filmschauspieler oder ein Maler sich die Karosserie seines Wagens selbst ausdenkt; auch er würde vermutlich die Verwendung von vier verschiedenen Lackierungen, drei Zentnern Chrom, vergoldeten Türschlössern und vor allem vierzehn bis sechzehn Lampen und Scheinwerfern wünschen, während der Autofabrikant ihn auf den Boden der Tatsachen zurückruft. Es gehört zu einer der ersten Pflichten des Fachmannes, fachlich zu beraten und sinnlosen Aufwand zu verhindern.

Hier setzt dann, wenn man die Sache mit dem Mäzenatentum richtig auffaßt, daß nämlich Leistung und Gegenleistung im rechten Verhältnis zueinander stehen müssen, eine große Aufgabe für solche Vereinigungen ein, wie es die Gesell-

schaft der Bibliophilen oder der Bund deutscher Gebrauchsgraphiker oder der Bund deutscher Buchkünstler sind: auf ihre Mitglieder einzuwirken, daß sie redlich und aufrichtig arbeiten, selbst Vorbildliches zu leisten und zu zeigen, sich der Industrie zur Beratung und zur Förderung (z. B. auch in den oft sehr wichtigen Juryfragen) zur Verfügung zu stellen, so daß sie das Vertrauen, nämlich den Kredit der Auftragserteiler, der so sehr begehrten Mäzene, gewinnen. Schließlich gehört dazu, daß sie mit den kulturfördernden Verbänden der Industrie und mit der Industrie selbst Fühlung aufnehmen, sich ihnen beratend zur Verfügung stellen und deren Vertreter zu eigenen Mitgliedern gewinnen.

Ich glaube vielen Anlaß zu haben, die Notwendigkeit einer solchen Aktivierung zu betonen. Erstens macht man sich im allgemeinen keine Vorstellung davon, wie viele Bücher Jahr für Jahr innerhalb der Industrie geplant, hergestellt, gefördert, unterstützt oder aus der verlegerischen Produktion erworben werden. Das hier zu bestellende Feld ist groß. Zweitens scheinen mir Vereinigungen wie die unsrige oder der Bund deutscher Buchkünstler ihre Existenzberechtigung in Frage zu stellen, wenn sie sich den heute aktuellen Problemen nicht zuwenden und wenn sie es andererseits versäumen, die Partner der Künste auf die aktuelle Bedeutung des Buches und des einzelnen Kunstwerkes für das Gesicht der Kultur unserer Zeit hinzuweisen. Als die Bibliophilie ins Leben trat, stand es künstlerisch mit dem Buchwesen sehr schlecht. Die glänzende Arbeit in den letzten 50 Jahren hat es dahin gebracht, daß bis heute im allgemeinen das Niveau der Buchherstellung sehr gestiegen ist. Es gehört heute schon zu den Ausnahmen, wenn man von einem Buch sagen muß, es sei Schund (ich meine jetzt nicht den Inhalt, sondern die Aufmachung). Die Gefahr, nur noch einen alten Zopf weiterzuflechten, ist überall da im Verzuge, wo vergangene Leistungen bereits zu breiter Wirkung geführt haben. Andererseits – wohl infolge vielfacher Überbeanspruchung – reißt bei vielen Herstellern mehr und mehr die Neigung ein, zwar in den nun besseren Gleisen weiterzufahren, im einzelnen aber (wie wir fachlich zu sagen pflegen) zu «schludern». Hier liegt die dritte Hauptaufgabe der Bibliophilie: vernehmlich und deutlich Kritik zu üben und den im Buchgewerbe weitverbreiteten besserwissenden Hochmut zu bekämpfen, vor allem aber darauf zu dringen, daß der Nichtfachmann, wie z. B. der Indu-

strielle, gut beraten und mit wirklich tadeloser und redlicher Arbeit bedient wird. Außer den Vertretern der industriellen Kulturverbände müßten also auch die großen Verleger und Drucker in den bibliophilen Gesellschaften sein, und das würde für sie in dem Augenblick interessant werden, wo sie wissen, daß nicht esoterische Ziele verfolgt und weiterverfolgt werden, sondern daß man sich hier, auf diesem Forum, mit Künstlern, mit Typographen und mit Industriellen trifft und an einen Tisch setzt. Damit berühre ich zugleich einen weiteren wichtigen Gesichtspunkt: es wirkt sich immer, aber ganz besonders innerhalb der Industriearbeit auf dem Gebiet des Buchwesens, schlecht aus, wenn Hersteller, Buchgestalter und Typograph, Zeichner, Photograph und Autor nebeneinander herwerkeln. Ein modernes Buch ist in der Regel eine Teamarbeit, und nichts wirkt sich fruchtbarer aus, als wenn zwischen den Beteiligten freundschaftliches Verstehen herrscht.

Davon kann ich ein schönes Lied singen, nachdem ich seit vielen Jahren mit einem der größten Buchkünstler unserer Zeit, mit Professor Georg Trump, wirklich auf Schritt und Tritt zusammenarbeite. Was wir voneinander lernen, was an fruchtbarer Zusammenarbeit mit den jeweiligen Verlegern und mit den jeweiligen industriellen Auftraggebern zustande kommt, das ist kaum abzumessen. Auch solche persönlichen Beziehungen können durch Verbände, die sich nicht nur theoretisch und schöngestig betätigen, sondern praktische Verbindungen schaffen, ungemein gefördert werden.

Ein keineswegs zu unterschätzender Wesenzug der Bibliophilie ist, das wissen wir alle, das Sammeln: von Drucken, Erstausgaben, Inkunabeln, Wiegendrucken, numerierten Ausgaben, Faksimiledrucken. Der Wirtschaftler nun ist nicht nur aus Neigung, sondern sozusagen aus Notwendigkeit ein Sammler, d. h. er braucht neben seiner anstrengenden, enervierenden Arbeit ein Hobby, das ihm Stille, Einkehr, Sammlung und Freude bereitet. Ich kenne heute kaum einen bedeutenden Industriellen, der nicht irgendeiner solchen Leidenschaft frönt, es sei denn, daß er im Garten Rosen züchtet. Ich kenne aber mehrere große Wirtschaftler, die höchst bedeutende Sammlungen von Bildern, Plastik oder Porzellan ihr eigen nennen. Sie für das Buch, für den wertvollen Druck zu interessieren, ist kein Kunststück. Andererseits: was wäre es für eine Bereicherung für manchen Bibliophilen, seiner

Sammlung eine solche hervorragender Industriedrucke anzugliedern, in die bekanntlich doch recht viel Geld, Arbeit und Idee investiert wird!

Ich möchte zum Schluß noch ein Wort zum Sortimentsbuchhandel sagen, der ja schließlich mit dem Buch ziemlich viel zu tun hat und, hoffentlich nicht nur kommerziell. Dem Sortiment ist im Grunde die ganze Public-relations-Arbeit ein Dorn im Auge. Sie ist ihm das, obwohl er, wie ich mir zu bemerkern erlaube, sich eigentlich, wenn man seine Gewinnspanne, das heute nur noch geringe Ausmaß seines Risikos, die relative Niedrigkeit der von ihm an seine Angestellten gezahlten Gehälter usw. usw. betrachtet, recht gut gebettet hat. Anstatt nun in den Chorus jener hochmütigen «Kulturträger» einzustimmen, die es für unter ihrer Würde halten, im Auftrag oder gar für die Industrie zu arbeiten, sollte der Buchhandel sich meines Erachtens lieber dafür interessieren, wie ihm die oft ausgezeichnete Förderarbeit industrieller Auftraggeber auch zugute kommen kann. Es gibt viele Bücher und Werke, die zu einem verkaufbaren Preise überhaupt erst durch die Beteiligung der Industrie auf den Markt kommen können. Einzelheiten darüber erspare ich mir; die Buchhändler wissen es ganz genau. Aber sie rümpfen die Nase, wenn an irgendeinem Werk erkennbar wird, daß ein Industrieunternehmen es gefördert hat. Sie sagen, das sei Reklame und Reklame sei unter ihrer Würde. Das sagen sie – aber sie meinen etwas ganz anderes: sie sind ärgerlich darüber, daß nicht die ganze Auflage durch ihre Hand gelaufen ist, so daß sie die vierzig oder fünfzig Prozent Handelsspanne, die ja einer der Hauptanreize für den industriellen Auftraggeber war, nicht einkassieren konnten. Ich kann das zwar ganz gut verstehen – aber ich billige es auf keinen Fall. Denn abgesehen davon, daß die Buchhändler dem Künstler oder Autor ruhig die Förderung durch den industriellen Auftrag gönnen können, bleibt für ihren eigenen Umsatz beileibe genug Chance übrig, um ein gutes Geschäft zu machen, ja, der Buchhändler würde manche Chance neu gewinnen, wenn er eine grundsätzlich andere Einstellung zur Auftragsarbeit der Industrie gewinne.

Zurück zur goldenen Kette! Die Industrie mit ihren gewaltigen Aufgaben der indirekten Verkaufsförderung ist heute bereit, sehr vielen Sängern Wein in goldenen Bechern zu kredenzen und es zuzulassen, daß der Sänger hinterher den goldenen Becher in seine Tasche steckt, wenn er

gut gesungen hat. Die Industrie schreibt meist Becher und Wein ohnehin von der Steuer ab und freut sich dazu noch ihres guten Gefühls, etwas für die Kunst getan zu haben. Aber sie will redliche und saubere Arbeit. Und wie man diese verrichtet, hat Goethe seinem Maecenas gegenüber in der vorzüglichsten Weise erwiesen.

Wir brauchen es ihm nur nachzutun – und es wird sich alsbald zeigen, daß dann ein sauberes Verhältnis auf Gegenseitigkeit entsteht, in welchem nicht nur die Künstler selbst, sondern auch ihre Mitarbeiter auf allen Gebieten der Herstellung und sogar die Verbände und Vereine, die ihre Arbeit unterstützen, blühen werden.

### *Rudolf Alexander Schröders Erwiderung*



ieber Herr Friedrich, wenn wir beide im Anschluß an Ihren Vortrag uns zu einem Gespräch unter vier Augen zusammensetzen würden, dürften wir wohl so geschwind nicht auseinanderkommen. – Auch hier, wo ich Ihnen in unser aller Namen für Ihre klugen, geistig belebten und wieder einmal in vielem aufschlußreichen Worte unserer aller herzlichen Dank aussprechen darf, muß ich auf einigen Punkten meinen Widerspruch anmelden.

Sie haben von der Industrie, oder sagen wir besser von der Wirtschaft, als von der eigentlichen politischen Macht unserer Tage gesprochen. Das Wort habe ich öfters gehört, es hat mich aber nie zu überzeugen vermocht. Gewiß: niemand wird leugnen, daß die Industrie ein überaus wichtiger Faktor des staatlichen Lebens ist. Sie ist es ebenso wie beispielsweise der Bauer, aber sie ist nicht der allverantwortliche Dirigent und Sachwalter staatlichen Lebens. Neben ihr stehen andere wichtige Faktoren, der Richterstand, der Ärztestand und sonstige Stände und Berufsgruppen, deren jede teil hat an dem Machtwesen des Staates, aber keiner den ausschließlichen, den vor allen anderen maßgeblichen.

Die Staatslenker, deren Sie gedacht, sind nicht etwa im engeren Sinne Männer der Wirtschaft oder gar der Industrie gewesen. Ihre Verantwortlichkeit war umfassender. Keiner von ihnen war, was man heute einen Öl- oder Eisenmagnaten oder dergleichen nennt, nicht einmal Zeitungskönige sind sie gewesen, obwohl die Beeinflussung der öffentlichen Meinung seit je ein wichtiges

Werkzeug in der Hand der Staatsmacht ist. Geldmacht, von der wir heute soviel reden hören, ist eine sehr große Macht und ist es seit ihrem Hervortreten immer gewesen. Wo man ihr jedoch als der Wirtschaftsmacht «an sich» das Schiedsrecht in allen Fragen staatsbürgerlichen Daseins zuerkennt, tut man es auf dem Boden des von unserm Festredner grundsätzlich abgelehnten Marxismus, und die Folge wird nicht Reichtum, sondern Verarmung sein, schon weil der Mensch nicht vom Brot und aus dem Brotkorb allein lebt. Exempla docent.

Damit komme ich zu meinem zweiten Punkt. Alles mäzenatische Verhalten in hohen Ehren, alle naturgegebene Bedürftigkeit ebenso. Aber Herr Friedrich hat für mein Gefühl vom Verhältnis des Schriftstellers zum Wirtschaftler ein wenig zu betont als von einem des «do, ut des» gesprochen. Für mich sieht dies an sich sehr wünschenswerte und notwendige Verhältnis etwas anders aus. Ich möchte es als eines des «do et das» ansprechen. Die zwei veränderten Buchstaben bewirken einen gewaltigen Unterschied. Das «ich gebe» und das «du gibst» entsprechen in dieser zweiten Formel einander nicht mehr unter allen Bedingungen, brauchen einander nicht in der vollkommenen Gegenseitigkeit zu entsprechen, von der das Sprichwort sagt, daß eine Hand die andere wäscht. Was geht denn bei einem solchen Tausch der Werte vor sich oder sollte doch vor sich gehen? Ist es nicht die Überführung eines unwägbaren Wertes in einen, der seine Wägbarkeit vor der Steuerbehörde bekennen muß? – Ponderabile gegen Imponderabile: es bleibt auf alle Fälle ein unkontrollierbarer Tausch. Man hat sich namentlich zu unsern Tagen bemüht, beide Leistungen in ein