

## Der Kitsch

Von Dr. Alfred Kuhn

**D**er Kitsch ist eine unter andern Blüten unserer besondern Kultursituation. Ihn bekämpfen, ohne diese selbst ernstlich ändern zu wollen, heißt eine Krankheit an den Symptomen kurieren. Wenn der Negerhäuptling seinen schön getriebenen Bronzeschmuck ablegt, um sich dafür einen weißen Stehkragen mit Vorhemdlein umzubinden, so verfährt er aus derselben Geistesrichtung heraus wie die europäische Kleinbürgerin, die mit den billigen Mitteln des Warenhauses die große Dame zu kopieren strebt. Bei beiden handelt es sich um Volksteile, die das Bewußtsein ihrer Tradition, ihrer Gewachsenheit verloren haben und etwas darstellen möchten, was sie von sich heraus nicht sind. Was entsteht, sind Geschmacklosigkeiten. Von diesen bis zum Kitsch ist nur ein Schritt. Er liegt auf derselben Linie.

Kitsch ist die Befriedigung eines Wunschtraumes mit allzu billigen künstlerischen Mitteln. Die falschen Meißener Nippes auf dem Vertiko, der Beethovenkopf auf dem Klavier, der Sonnenuntergang am Meer in Öldruck über dem Sofa, der Miniatur-Colleoni in Zinkguß auf dem Schreibtisch, sie alle vermitteln ihrem Besitzer das Gefühl gehobener Bürgerlichkeit, obgleich ihm Kändler völlig unbekannt bleiben darf, Beethoven ein Name und Venedig ein geographischer Begriff von der Schule her ist.

Hier aber endigt der Kitsch nicht. Hier ist er vielmehr eher legendär geworden. Das große Warenhaus fürs kleine Glück, der große Markt der Wunschträume ist der Film. Hier sind die Schlösser der Edeln, in die brave Dienstmädchen, tugendsame aber weltkluge Sekretärinnen, Försterstöchter, Näherinnen als Herrinnen im letzten Akte einziehen; hier sind die Männer alle hochgewachsen, elastisch, elegant. Ihre Jugend ist ein einziges Autojagen, Tanzen und Schwadronieren. Im Alter haben sie angegraute Schläfen, aber ihre straffe Figur zeigt kein Gramm Fett, ihr Gang ist so federnd wie ehemals. Hier sind die Väter alle gütig, die Mütter voller Verständnis und Mitgefühl, die Fürsten menschlich, die Offiziere tapfer, die Chefs jovial. Das Leben ist, wie es sein sollte, und weicht es wirklich gelegentlich von unserem Plane ab, so lenkt es doch sicher am Ende gehorsam zu ihm ein. Für zwei Stunden darf die magere Näherin sich selbst in jener der Leinwand erleben, um als erglühende Braut dem jungen Baron in die Arme zu sinken; für zwei Stunden ist der kleine Angestellte mit dem Lungenknacks ein Held, der die entscheidende Meldung dem Börsenfürsten in Neuyork überbringt, auf fahrende Züge springt, Flugzeuge in der Luft wechselt, um dann zum Lohne Teilhaber zu werden; für zwei Stunden steht die abgehetzte Arbeiterfrau, die nie das Weichbild ihrer Stadt verlassen hat, an den Gestaden des Mittelmeeres, wo ein ewigblauer Himmel sich wölbt, und von der Klippe her klingen die süßen Töne neapolitanischer Weisen.

Ja, das ist Kitsch. Kann man ihn bekämpfen? Nein! Sowenig wie man die Courths-Mahler bekämpfen konnte, die Militärhumoreske, die verlogene



Operette, ja, sowenig man den Traum selbst bekämpfen kann. Man kann etwas herumdoktern. Man kann sogenannte „Auswüchse“ beschneiden, den Schmutz unterdrücken, die bare Lüsternheit, die offensichtliche Unmoral, aber man trifft nie den Feind ins Herz. Während die Öldruckbilder über dem Sofa, die Totenkopfbierseidel, die Nur-ein-Viertelstündchen-Schlummerrollen im Aussterben begriffen sind, erfaßt der Film immer weitere Kreise. Menschen verbringen ihre Abende vor der Leinwand, deren Eltern es abgelehnt hätten, sich eines Federhalters zu bedienen, in den eine Ansicht des Königsees eingebaut war, oder ein Taschenmesser zu benutzen mit der Aufschrift „Gruß aus Dresden“.

Es scheint, daß der Kitsch in unserer Zeit nicht auszurotten ist. Schlägt man ihn hier tot, sofort erscheint er in neuer Gestalt an anderer Stelle. Eine traurige Feststellung, wenn man sich des Kampfes erinnert, den Lichtwark in Hamburg, Wichert und Hartlaub in Mannheim, Osthaus in Hagen, Pazaurek in Stuttgart, Storck in Karlsruhe, um nur diese zu nennen, dann endlich der Werkbund im Laufe von rund fünfundzwanzig Jahren gegen den Kitsch geführt haben. Vielleicht war der Grundfehler der, den Menschen von der ästhetischen Seite her beeinflussen, durch das Auge in die Seele gelangen zu wollen, ein Fehler, der eben in der Generation begründet ist.

Legt der Negerhäuptling den Papierkragen wieder ab, aus der Erkenntnis heraus, daß sein echter Bronzeschmuck die Würde seines Amtes, das Wesen seines Stammes, seiner „Kultur“ besser darstelle, wächst im europäischen Menschen das Gefühl für ständische Gebundenheit, für Herkommen und feste Form, kehrt er aus seinem Schweifen über alle Grenzen wieder zu dem Wenigen zurück, das allein nottut, so hört auch der Kitsch sofort auf. Wir wollen uns demnach nicht um den bronzierten Apoll von Belvedere unter der verstaubten Palme im Salon kümmern. Er interessiert uns so wenig wie die gelben Schuhe, die der Herr Sekretär am letzten Sonntag zum schwarzen Gehrock getragen. Es sind Privatangelegenheiten. Wir können sie einstweilen zurückstellen.

Kitsch ist für uns nur von Belang, wenn er öffentlich ist, das heißt wenn er Staat oder Kirche zu repräsentieren sucht. Wo die Nation sich selbst darstellt, darf kein Kitsch sein, und es ist auch keiner da, wenn sie wirklich zu Worte kommen kann. Riegl hat einmal den tiefsinnigen Gedanken vom „Kunstwollen“ eines Volkes ausgesprochen, jenem irrationalen Agens, das sich zu objektivieren strebt, streben muß. Dieses Kunstwollen ist nie kitschig. Historisch fällt es uns leicht, es aufzuzeigen. Immer feinere Instrumente hat die Wissenschaft dazu ausgebildet.

Schwerer ist die Frage für den Mitlebenden. Denn wenn auch der Geist eines Volkes konstant bleibt, die Form, in der er sich darstellt, ändert sich. Ihn in jedem Gewande zu erkennen, darum handelt es sich, den großen Künstler zu spüren, der allein der Mund des Volksgeistes sein kann. Unbewußt und doch zielsicher gestaltet er. In ihm verbindet sich die Kunstkraft der Ahnen, die Formvorstellung vieler Generationen mit den Sehnsüchten der eigenen Zeit; aber nicht mit den offenliegenden der Straße, nicht mit den Wunschträumen jener Seelen, die sich beim Zinkguß-



Colleoni und von der flimmernden Leinwand ihre Erfüllung holen, sondern mit jenen Sehnsüchten, die verborgen sind, in den Tiefen des Volkes schlummern, und die die führenden Geister ahnend künden. Zwischen dem großen Künstler und den Massen, die ihre Träume in den Kaufhäusern fürs kleine Glück erfüllen, besteht immer eine tiefe Kluft. Man kann sie nicht überbrücken. Weder kann man dem Künstler etwas abhandeln, ihn zur größeren „Verständlichkeit“ überreden, noch kann man die Massen kraft einer „Erziehung des Auges“ oder des „Ohres“ an ihn heranführen; denn wie schon oben gesagt: es ist nicht das Auge, das unreif ist, sondern der Mensch. Ihn gälte es umzubilden. Hier aber kommen wir auf ein ganz anderes Thema, das nicht unseres Amtes ist.

Kehren wir zu unserer Aufgabe zurück. Es gibt zweierlei Arten von Kitsch: den gewollten und den ungewollten. Den ersteren machen kalt-schnäuzige Fabrikanten für ein wohlberechenbares Publikum. Da gibt es patriotischen, religiösen, sozialen und erotischen Kitsch. In diese vier Kategorien dürfte sich so ziemlich alles einordnen lassen. Er erscheint gedruckt, gesprochen, gefilmt, durch Hand oder Maschine geformt, in jedem denkbaren Material. Den ungewollten Kitsch erzeugen die Auchkünstler, Menschen, die jenen oben näher bezeichneten Massen entstammen und deren technische Fähigkeit sie in die Lage versetzt, die eigenen Wunschträume sich selbst zu erfüllen, anstatt die narkotischen Tränke fertig vom Dritten zu beziehen.

Beide Gruppen, die „Fabrikanten“ wie die „Massen“ — wir dürfen im weiteren diese Schlagworte der Kürze halber verwenden —, sind sehr gefährlich, wo es sich um die Vergebung öffentlicher Kunstaufgaben handelt. In allen Denkmalsausschüssen, Kunstvereinen, Kunstkommissionen sind die „Massen“ bestrebt, ihrem Mann, Fleisch von ihrem Fleisch, Geist von ihrem Geist, den Auftrag zuzuweisen. Da wird der Held heldenhafter, die Schönheit süßer, der Schmerz rührender. Würde der echte Künstler das Gefühl bändigen durch die Form, so wird hier die Form aufgelöst durch das Gefühl, das schrankenlos walten zu lassen als ein besonderer Vorzug erscheint. Der Hang zum Sentimentalen, der Wunsch zu rühren und gerührt zu werden, das Bestreben zu „verherzigen“, Ideen, Dingen und Menschen ihre Kanten zu nehmen, dies alles macht kitschige Gefühlslage und somit die kitschige Kunstproduktion aus, wie sie die öffentlichen Aufträge ständig bedroht.

Auf wenigen Gebieten aber ist die Gefahr größer als auf dem der Kirchenkunst. Hier stehen „Fabrikanten“ und „Massen“ Schulter an Schulter als mächtige Streiter einigen ganz Wenigen gegenüber, deren Position so schmal und unsicher ist wie auf einer Klippe in der Meeresbrandung. Süßigkeit und Tränenseligkeit scheinen gleichsam als Motto auf Schriftbändern über den Häuptern der Verbündeten zu schweben. Alle unerfüllten Sehnsüchte flackernder Seelchen wollen hier befriedigt werden. Welch schöner, eleganter Mann ist der Heiland! Wie ist sein Bart sorgfältig gelockt, das Gewand zierlich gefältelt! Wer wird glauben, daß er viele lange Stunden am Kreuze hängt und alle Leiden der Menschheit seit ihrem Anbeginne vor seinem Geist vorüberziehen? Er scheint frisch pomadisiert



aus einem Friseurladen zu kommen. Und gar die Mutter Gottes! Welches süßes Gesichtlein. Wie bräutlich lieblich. Und wie schön ist sie angezogen. Das viele Gold. Damit ist nicht gespart am himmelblauen Mantel, am Kopftuch, am Kleid. Gewiß, es ist alles nur Gips, hübsch bunt angestrichen. Viel kosten durfte es nicht, aber im Laden in der Stadt, gegenüber der Kirche, war sie zu haben, wo weitere fünfundzwanzig auf dem Regal aufgereiht stehen. Dem Herrn Pfarrer hat sie auch gefallen. Und der muß es doch wissen.

Soll man fortfahren, aufzählen die Zuckergußheiligen mit ihren frisierten Köpfen, ihrer ranzigen Verzückung, ihrer entmannten Weinerlichkeit, ihrer verstohlenen Erotisierung? Wir kennen sie alle. Es sind die Brüder und Schwestern der Filmhelden! Wir finden sie auf jenen Ansichtspostkarten, wo der Geliebte von der Braut Abschied nimmt, das Mädchen sehnsuchtsvoll am Fenster lehnt, wir finden diese ausgelaugten charakterlosen Puppengesichter auf allen Sofabildern seit des Trompeters von Säckingen Abschied bis zu den amerikanischen Filmstars unserer Tage. Es ist dieselbe Familie.

Aber geht uns auch der Salon von Frau Müller und der Schreibtischschmuck des Herrn Schulze nichts an, die Kirchenkunst geht uns sehr viel an. Nicht weil wir glauben, daß die Andacht vor einem Machwerk geringer sei als vor einer Madonna Raffaels oder Bellinis, dies gewiß nicht. Aber weil in der Kirchenkunst der Katholizismus sich selbst darstellt, und weil der Katholizismus weder weichlich, noch süßlich, noch tränenselig, noch verlogen ist, weil dies darzutun in unsern Tagen besonders nötig ist.

Gewiß, es sind Bestrebungen im Gange, die ihren Ausgang im Willen Roms haben, die Gipskunst aus den Kirchen zu entfernen, nur wirkliche Kunstwerke aus echtem Material dort zu dulden; es werden auch vonseiten der Commissione per l'Arte Sacra in Rom seit einiger Zeit kunsthistorische Kurse für Geistliche abgehalten, um diese in die Lage zu versetzen, auf Grund von Kenntnis und Schulung zu urteilen. Aber damit ist erst ein Anfang gemacht. Das meiste bleibt noch zu tun.

Vor allem wäre das gewaltige Feld der Devotionalkunst ins Auge zu fassen. Hier handelt es sich um alles das, was von den Fabriken maschinell massenweise hergestellt wird, also um die Kruzifixe, Statuetten, Altärchen, Plaketten und Medaillen, sowohl um solche in kleinem und kleinstem Format als auch um jene größeren, die auf Pult und Wand als Zimmerschmuck dienen. Weiter um die Heiligenbilder für das Gebetbuch, die Erinnerungsblätter an die erste Kommunion, an die Priesterweihe, an liebe Tote, um das Vortextbild des Gebetbuches und endlich um die Illustrationen des Erbauungsbuches. Wir wissen wohl, daß es Gesellschaften und Verlage gibt, die mit aner kennenswertem Eifer, mit Opferfreudigkeit und Mut durch das Gute, das sie darbieten, das Schlechte zu verdrängen suchen, wir wissen aber ebenso wohl, daß sie an einem Danaidenfasse schöpfen. Denn gegen sie steht der Chor der Fabrikanten, die an der Gängigkeit ihrer Ware interessiert sind, an der Auswertung ihrer Klischees, und die an Moral — von Geschmack sei gar nicht geredet — nicht ein Jota anders zu bewerten sind als ihre Brüder, die jene mehrfach zitier-



ten Postkarten produzieren oder die Totenkopfbierseidel und die Zinkguß-Colleonis. Man macht sich schwerlich eine richtige Vorstellung, welchen Schaden diese Devotionalkunst stiftet, wie sie die Gebildeten, die Männer abstößt, den Andersgläubigen eine Zielscheibe des Witzes und Hohnes darbietet, wie diese geneigt sind, das Wesen des Katholizismus in solchem Kitsch zu sehen, der sich an den katholischen Zentren, an den Wallfahrtsorten und leider ganz besonders mit wahrhaft unwiderstehlicher Wucht in Rom aufdrängt.

Man hat vor wenigen Monaten in der Ewigen Stadt eine internationale Ausstellung religiöser Kunst geschlossen. Sie hätte Abhilfe schaffen können. Aber sie tat es nicht. Sie ging am Thema der Devotionalien einfach vorüber. Hier aber ist vor allem einzusetzen. Die einzelnen bischöflichen Behörden mußten Wettbewerbe ausschreiben mit festumrissenen Themen: die Medaille eines bestimmten Heiligen, ein Kruzifix in umgrenztem Format, ein Mutter-Gottes-Bild in Mehrfarbendruck für die Schlafstube, das Erinnerungsblatt an die erste Kommunion, um nur diese herauszugreifen. Die preisgekrönten Werke werden mit besonderer Empfehlung einzelnen Fabriken überlassen, die dann die Auswertung im großen vornehmen. Nicht die kostbare Einmaligkeit des Kunstwerkes, wie es auf den Ausstellungen zu sehen ist, tut not, auch nicht die begrenzte Ausformung des modernen Bronzebetriebs; das ist alles zu teuer, ist nur für wenige zugänglich und kommt nicht auf gegen die Serienerzeugung der Fabriken. Nein, Serienerzeugung gegen Serienerzeugung! Und glaubt jemand, eine Fabrik würde nicht zugreifen, wenn ihr die bischöfliche Behörde eine Medaille oder ein Kruzifix, ein Gebetbucheinlegeblatt empfiehlt, das sie bei einem von ihr selbst veranstalteten Wettbewerb preisgekrönt hat?

Wie wird man sich nun diese Kunst wünschen dürfen, die die kirchliche Empfehlung erhält und die den Weg ins breite Publikum gehen soll? Wird es jene erregte, sich selbst übersteigernde Ausdruckskunst sein, die das Kennwort „expressionistisch“ trägt? Kaum. Nicht weil wir glauben, daß diese Ausdruckskunst weniger wertvoll wäre, nicht als ob in ihr religiöses Ringen, extatische Glut, sich anbietende Zerknirschung nicht würdig dargestellt werden könnten, aber weil wir meinen, daß sie doch im Grunde einer allzu persönlichen Auffassung der Heilstatsachen entspringt, wie sie vielleicht dem Protestantismus eigen, wie sie sich jedoch mit der Traditionsgebundenheit der katholischen Kirche nicht vereinbaren läßt. Da das katholische Dogma einmal gefundene, geoffenbarte, schlechthin verbindliche objektive Wahrheiten darstellt, so wird auch die sie versinnbildlichende Kunst in ihrer Form einen absoluten, schlechthin verbindlichen, objektiven Charakter tragen müssen. Gewiß besteht die Gefahr, daß sie nun nach der andern Seite in eine matte Nachahmung des Alten abgeleitet — und die deutsche Abteilung auf der internationalen Ausstellung kirchlicher Kunst in Rom zeigte mehr Beispiele hiervon, als erwünscht sein konnte —, hier aber läge eben die Aufgabe der Preisrichter, durch ihre Wahl die Wege zu weisen. Es ist eine moderne katholische Kirchenkunst durchaus möglich, ja es ist da und dort schon eine solche vorhanden, die weder Mittelalter und Renaissance kopiert noch sich in abwegigen Verzerrungen und



Besonderheiten verliert. Sie ist ebensowohl Tochter der Vergangenheit, als Mutter der Zukunft. Sie hat das Eigentümliche, Charakteristische, das sie dem Menschen des Tages zugänglich macht, und besitzt trotzdem die Strenge, die Absolutheit der großen Form, die sie mit der Sphäre des Ewigen, Unbedingten verbindet. Sie zu unterstützen, ihr den Weg ins Volk zu bahnen, all den doppelt verzuckerten Süßigkeiten gegenüber, die den Markt überschwemmen, das ist eine Aufgabe, die heute mehr denn je zuvor sich dem denkenden Katholiken aufdrängt.

Aber man braucht dabei nicht stehen zu bleiben. Der aktive Kampf gegen den religiösen Kitsch sollte unterstützt werden durch eine systematische Verbreitung des wertvollen religiösen Kunstgutes der Vergangenheit. Wie viele von denen, die jene bunten Bildchen und Zuckerpüppchen im Devotionalienladen kaufen, wissen etwas davon, daß täuschende Reproduktionen der Dürerschen Passion, des Marienlebens, der Apokalypse für wenige Pfennige zu haben sind, daß deutsche Verlage die herrlichsten Gemälde von Raffael, Bellini, Grünewald, Altdorfer, von Memling und Van Eyck, ja von jedem der großen alten Kirchenmaler in Mehrfarbendruck hergestellt haben, daß die schönsten Stücke deutscher Kirchenplastik von den Gipsformereien unserer Museen vervielfältigt und zum Verkauf gestellt sind. Da gibt es für jede Kasse, für jede Verwendung, für jeden Geschmack. Man veranstalte doch einmal eine solche Ausstellung von Reproduktionen und sende sie durchs katholische Land, auch in die Städtchen und Dörfer. Jeweils der Pfarrer soll sich ihrer annehmen, kleine Vorträge vor den Bildern für seine Gemeinde halten oder halten lassen; der Lehrer wird ihm dabei helfen. Es wird verkauft, nachbestellt, erworben. So wird vieles gleichzeitig erreicht: gute religiöse Kunst wird gefördert, die ernsthaften Verleger werden angespornt, Anregung wird dem Gemeindeleben zugeführt, und der Kitsch wird verdrängt. Mit Freuden werden sich die einschlägigen Verlage in den Dienst der Sache stellen. Man soll nur einmal anfangen.

## Kulturbericht

Von Jakob Overmans S. J.

### I.

**M**an darf nicht meinen, der Islam als Religion habe seine Werbekraft verloren. Der bengalische Missionar Victor Courtois S. J. berichtete im „Bulletin des Missions“ der belgischen Benediktinerabtei Saint-André (Juni 1934, S. 54 ff.), daß die 77 Millionen Mohammedaner Indiens einflußreiche Organisationen zur Verbreitung ihres Glaubens unterhalten. „Wirkliche Missionare durchheilen das Land oder gehen in die Fremde, um den Islam zu predigen. Der Ahmadiya von Lahore hat Werbestellen in Woking (England), Berlin, Wien gegründet und eine neue Stiftung für eine Mission in Spanien gemacht. Amerika, Australien und Afrika haben ebenfalls ihre Missionare. In verschiedenen Sprachen sind Riesenaufgaben von Werbeschriften erschienen, die unentgeltlich verbreitet werden. Neue Anhänger werden selbst in hohen Gesellschaftskreisen gewonnen.“ — Um-