



Abzeichen der Konvention

INTERNATIONAL ADVERTISING CONVENTION L O N D O N 1 9 2 4

VON F. RANSOHOFF

DELEGIERTER DER GEBRAUCHSGRAPHIK

(SCHLUSS)

Er stimmt mit Mr. Baldwin überein, der im vorigen Jahr behauptet hat, daß in der heutigen Zeit des ewigen Wechsels das Volk mehr durch das Auge aufnimmt als durch den Verstand. Das Plakat ist der große Demagoge, der seine Werbung in allen Straßen, über allen Straßen und unter allen Straßen ausschreit. Es kann eine Welt des Entzückens sein für die Frau, die vom Einholen ermüdet nach Hause kommt, für den Mann, der unter acht schweren Arbeitsstunden seufzt — Jagdbilder, Seebilder, Bilder des Vergnügens über einem Glase Wein, Bier oder Cognac, Bilder des glücklichen Familien- und Ehelebens, Bilder von Weiden und alten Schlössern, Bilder von verliebten und frischen Mädchen, Bilder aus der Geschichte und Bilder, welche Neger, Japaner, russische Fürsten und Piraten darstellen, sind das Feenland der Einbildung, welches selbst auf den gebildeten Menschen die Wirkung nicht verfehlt. Der Hersteller von Plakaten weiß, daß das Publikum Plakate liebt, aber er soll nie vergessen, daß das Publikum auch ein gutes Urteil über die Qualität der Plakate besitzt, daß ein schlechtes Plakat nicht imstande ist, selbst gute Ware zu verkaufen. Der Unterschied im Preise zwischen einem guten und einem schlechten Plakat ist ein ganz geringer. Die Hauptkosten sind sowieso die Miete, welche für ein Plakat, das im gesamten vereinigten Königreich verbreitet werden soll, ungefähr 10000 Pfund Sterling für drei Monate beträgt. Die Billposter Association hat ein Zensoren-Komitee zur Verhinderung unanständiger Plakate geschaffen, und man darf die Hoffnung ausdrücken, daß hervorragende Plakat-

hersteller und Plakatverbraucher sich zusammen-tun werden, um die Ausdehnung der Machtbefugnisse dieses Zensoren-Komitees zu unterstützen.

Es würde zu weit führen, wollten wir noch auf weitere Referate eingehen. Nur sei noch gesagt, daß alle Referate glänzend durchgearbeitet und vorbereitet waren und das Interesse der Zuhörerschaft zu fesseln wußten.

Am Mittwoch mittag gab die Vereinigung des britischen Druckerei-Gewerbes ein Essen im Lucullus-Restaurant, in dem auch der König bei seinen Besuchen der Ausstellung zu speisen pflegte.

Den Abend beschloß eine Sonder-Galavorstellung der National-Opern-Gesellschaft in His Majesty Theater für die überseeischen Delegierten. Die Vorstellung wurde von der englischen Zeitung „Daily Chronicle“ veranstaltet. Für den Empfang, der uns Delegierten die ganze Zeit hindurch in London bereitet wurde, ist noch bezeichnend, daß beim Betreten des Theaters jedem Herrn eine Nelke für das Knopfloch und jeder Dame ein riesiger Nelkenstrauß überreicht wurde.

Am Donnerstag fand die Schlußtagung der Konvention statt. Die Reden standen durchweg auf demselben hohen Niveau, wie die Reden am ersten Tage. Den Vorsitz führte Mr. C. Harold Vernon, welcher in seiner Ansprache die Reklame als das Aschenbrödel des Geschäftes bezeichnete, während er die unwahre Reklame als eine der häßlichen Schwestern brandmarkte. Die unwahre Reklame, deren Kosten leider nicht von dem Schuldigen, sondern von Unschuldigen aufgebracht werden müßten.