

W. S. CRAWFORD / LONDON

DAS PLAKAT THE POSTER

Wir freuen uns, Herrn W. S. Crawford, einen der bedeutendsten englischen Reklame-Fachleute, als Mitarbeiter gewonnen zu haben, und geben hier eine kurze Charakteristik seiner Persönlichkeit:

W. S. C R A W F O R D X E S Q U

war Präsident des Bildungsausschusses der Internationalen Reklamekonvention von 1924. Er war Vize-Präsident und einer der führenden Geister der großen Englischen Reklame-Ausstellung in White City 1920. Er war 1921 Präsident des "Thirty Club" von London und er ist auch der Vize-Präsident des Londoner "Publicity Clubs". Mr. W. S. Crawford hat mit viel Energie- und Zeitaufwand der Geschäftswelt das Verständnis für die große Macht der Reklame erschlossen. Er war Mitglied des Propaganda-Komitees, das 1920 vom Wohlfahrtsministerium gebildet worden war, war vier Jahre lang europäischer Vize-Präsident der Vereinigten Reklameclubs der Welt und ist Mitglied des Reichswirtschaftsrats.



was Chairman of the Programme Committee of the International Advertising Convention 1924. He was Vice-Chairman and one of the chief moving spirits in the great British Advertising Exhibition held at the White City in 1920. In 1921 was President of the Thirty Club of London and is also Vice-President of the Publicity Club of London. Mr. W.S. Crawford has spent much energy and time in bringing to the minds of business men an understanding of the great power of advertising. He was a member of the Committee of Propaganda formed by the Ministry of Health in 1920. Was European Vice-President of the Associated Advertising Clubs of the World for four years, and is a member of the Imperial Economic Committee.

WEENN sich jemand eines Tages in einem ihm bisher fremden Lande befände, über dessen Bevölkerung er nichts weiß, dann könnte er — vorausgesetzt, er ist ein nachdenklicher und aufmerksamer Beobachter — einen sehr klaren Begriff von der Einstellung und dem Temperament dieses Volkes lediglich durch die Betrachtung der Plakate an den Anschlagflächen bekommen. Es würden in diesem Lande natürlich dieselben Dinge verkauft werden wie in seiner eigenen Heimat: Seifen und Rasiermesser, Autos und Kleider, Zigaretten und Weine. Aber in der Art, wie sie angeboten werden, würde ein Unterschied zutage treten, und gerade dieser Unterschied ist es, aus dem sich auf die Gewohnheiten und die ganze Einstellung eines Volkes schließen lässt.

In Amerika z. B. würde er bei eingehender Beobachtung auf jeder Anschlagfläche die bildmäßig genaue Wiedergabe, einen alles durchdringenden Realismus, eine moderne, materialistische, rein praktische Strömung ausgedrückt finden. Man zeigt und zeichnet nichts aus der Vergangenheit, alles aus der

IF a man were to find himself one day in one of the civilised countries of the world, in which he had never been before, and knowing nothing of its people, he could, if he were an observant and reflective being, obtain a very fair idea of the national outlook and temperament simply by studying the posters on the street hoardings. There would be the same things to be sold, of course, as in his own country. Soaps and razors and motor-cars and clothes and cigarettes and wines. But in the manner of their selling there would be a difference which is no more nor less than the difference in national habits and outlook.

In America, for instance, he would see behind each hoarding, in the attention to detail, the perfect reproduction, the all-pervading realism, a race modern, materialistic, efficient and practical. Not drawing so much from the past as from the present. Deeply pre-occupied with everyday life.

Again, in England, more under American influence than any other Continental country, but less practical and materialistic in outlook than America,