



Plakate
von
F. C. Herrick,
London

Posters
by
F. C. Herrick



FOR A WIDE
PROSPECT AT
WHITSUNTIDE

USE LONDON UNDERGROUND

Leben sichlich gewachsen. Es ist ihm gelungen, mit Hilfe einer bestimmten dreidimensionalen Formel ungeahnte Tiefen- und Dichtigkeitswirkungen hervorzubringen. Seine letzten, noch nicht veröffentlichten Arbeiten bedeuten auf diesem Weg einen entschiedenen Fortschritt gegenüber seiner an sich schon recht bemerkenswerten Produktion. Unbedingt wird durch diesen Künstler, der all seine Zeit und sein Talent in den Dienst dieser einen Sache stellt, die Plakatkunst um einen großen Schritt vorwärts kommen.

Ich glaube, die bekanntesten von Mr. Herricks Plakaten sind der „Wembley-Löwe“ und „Wahrheit in der Reklame“, die er beide für den Reklamekongress auf der „British Empire Exhibition“ in Wembley im vorigen Jahre geschaffen hat. Der „Löwe“ hat eine lebhafte Kritik aus allen Lagern hervorgerufen, denn er war weder ein naturalistischer noch ein heraldischer Löwe der gewohnten Art. Sicherlich war er typisch für Mr. Herrick's Auffassung von den Aufgaben des Plakatkünstlers; denn er war nicht nur einfach, fesselnd und an sich charakteristisch, sondern er vermittelte mit seltener Treffsicherheit die Idee einer englischen Reichsausstellung des 20. Jahrhunderts. England hat heute eine Hauptstadt, wo täglich Riesengebäude im ausgesprochenen Charakter des 20. Jahrhunderts entstehen, wo Einfachheit der Linienführung in den

conception of the poster artist's task; for it was no only simple, arresting, and characteristic in itself but it conveyed with curious success the notion of a British Empire Exhibition of the twentieth century. For the Empire to-day has a capital where great buildings of a definitely twentieth century character are rising every day, where simplicity in design, in the things in common use, in clothes, and in decoration have at last superseded the fussy frowziness of nineteenth century paraphernalia. The "Wembley Lion" stood in fact for the Empire's new lease of extended life, that began when the Armistice was signed, in a way that not naturalistic lion with its nineteenth century associations and no heraldic lion with its mediaeval trappings could possibly have gone.

The "Truth in Advertising" emblem is perhaps in some ways the most faultless example of Mr. Herrick's work. It is one of those completely successful things which defy explanation of their instantaneous appeal. The whole thing consists of half-a-dozen lines, any one of which, were it differently disposed, would weaken the composition and detract from its effect. If Mr. Herrick had published no other drawing his place among the first three or four contemporary artists who have elected to serve commerce would be definitely assured.