



DAS ABZEICHEN
DES KONGRESSES

(NACH DEM DRACHEN
BENJAMIN FRANKLINS)

DIE 22. JAHRESVERSAMMLUNG DER VEREINIGTEN REKLAMEKLUBS DER WELT

DIE 22. Jahrestagung dieser Organisation hatte für die europäischen Teilnehmer ein sehr interessantes und lehrreiches Vorspiel in New York. Im Bureau der Vereinigten Reklameklubs wurde ich von Mr. Colley empfangen, da Mr. Pearson, der Geschäftsführer der Vereinigung, dem ich die liebenswürdige Einladung zum Kongreß verdankte, nicht anwesend war. Mr. Colley brachte die Unterhaltung sofort auf die Zeitschrift »Gebrauchsgraphik«. Er hält die »Gebrauchsgraphik« für die beste Zeitschrift der Reklamekunst in der ganzen Welt, und die in diesem Zusammenhang gebrauchten Ausdrücke waren so schmeichelhaft für mich, daß ich sie persönlich in meiner eigenen Zeitschrift — bescheiden, wie ich nun einmal bin — nicht gut wiedergeben kann. Es ist aber interessant für uns festzustellen, daß man drüben die künstlerischen Leistungen Deutschlands in der Reklame, und ganz besonders im Plakat, außerordentlich hoch einschätzt; speziell im Kleinplakat kann man auch in Amerika jetzt schon gewisse deutsche Einflüsse feststellen, freilich ohne dabei behaupten zu dürfen, daß diese besonders glücklich sind. Allerstärkstes Interesse haben natürlich in Amerika die ersten großen Hohlwein-Plakate hervorgerufen, und viele offizielle Reklamestellen bezeichnen Hohlwein als den größten Plakatkünstler der Welt. Das bedeutet in Amerika sehr viel, denn

der Amerikaner ist nicht sehr leicht dazu zu bewegen, die Bezeichnung »the greatest of the world« außerhalb der Vereinigten Staaten zu plazieren.

Im Anschluß an die kurze Unterredung im Büro der Vereinigten Reklameklubs folgten wir einer Einladung des Advertising Clubs New York, und Mr. Green, der Präsident dieses Klubs, begrüßte mich mit den Worten: »Es ist mir eine ganz besondere Freude, Sie hier zu sehen als einen Vertreter Deutschlands. Alles, was gewesen ist, ist vergessen, und ich hoffe, daß die beiden großen Brudervölker, Amerika und Deutschland, in aller nächster Zeit wieder in dem gleichen Maße zusammenarbeiten und vorwärtsstreben werden, wie es früher gewesen ist.«

Marcell Knecht, der Führer der französischen Delegation und Herausgeber des »Matin« in Paris, hielt an diesem Tage einen Vortrag, in dem er besonders auf die kulturellen Beziehungen zwischen Frankreich und Amerika hinwies und der Hoffnung Ausdruck gab, daß auch in Zukunft ein stärkerer wirtschaftlicher Austausch zwischen beiden Ländern, besonders in der Reklame, stattfinden würde. Zur gleichen Zeit überbrachte die französische Delegation dem Präsidenten Woodbrige das Kreuz der Ehrenlegion.

Es ist an dieser Stelle doch notwendig, etwas über den Advertising Club von New York zu