

Entwurfsskizzen angefertigt worden. Um seine Meinung befragt, bemängelte ein Graphiker die Auffassung aller. Mr. Crawford widersprach und führte viele Argumente für diese Auffassung ins Treffen. — Bald darauf fand eine große Konferenz statt, in der dem Klienten die Skizzen vorgelegt wurden. Ihm gefielen einige besonders, die auch zur Ausführung bestimmt wurden. Kaum war man so weit, so sagte Mr. Crawford: »Nun wird Herr X. erklären, warum er alle Skizzen schlecht findet.« Der Graphiker tat dies, fand beim Klienten aber keine Gegenliebe. Es blieb bei den gefaßten Beschlüssen. — Einige Tage später ließ Mr. C. den Graphiker in sein Zimmer bitten und zeigte ihm eine Serie neuer Skizzen, die in dessen Sinne gemacht worden waren. »Sie haben doch recht gehabt«, sagte er, »wir wollen die Entwürfe nun in dieser Art ausführen«. (Allerdings mußte erst der Klient für die neuen Skizzen gewonnen werden.)

Daß bei einer derartigen Arbeitsweise viel versucht und viel durchdacht werden muß, bis alle Maßnahmen einer größeren Reklame festgelegt sind, ist klar. Endlich kommt aber doch der Tag, wo alle entscheidenden Faktoren einig sind.

Dann beginnt die endgültige Durchführung, die ich als Beispiel mustergültiger Organisation (sie ist hauptsächlich das Werk von Mr. Crawfords Teilhaberin Miss Sangster) gerne genau beschrieben hätte. Leider habe ich aber den mir vom Herausgeber reservierten Raum schon überschritten und kann daher nur einige Punkte herausgreifen.

Die Graphiker und Werbeschriftsteller werden mit technischen Angelegenheiten und Terminen nicht belästigt. Ihre einzige Aufgabe ist, etwas Gutes zu schaffen. Entsteht Zeitknappheit, so ist es Sache des Abteilungsleiters, die Hilfe freier Mitarbeiter heranzuziehen: was ziemlich häufig geschieht.

Für die Durchführung aller technischen Maßnahmen sorgt die im Souterrain befindliche technische Abteilung. Diese läßt Plakate, Prospekte, Kataloge, Werbebücher drucken, bestellt Klischees etc. Als Vertreter dieses Abteilungsleiters sitzt im Büro des Leiters ein Assistent. Er achtet, daß

die Entwürfe und Texte zur rechten Zeit für unten bereit sind und daß andererseits alle Andrucke und Bürstenabzüge von unten nach oben zur Begutachtung kommen usw.

Es sind also wieder zwei Stellen, die für die ordnungsgemäße Erledigung des Technischen verantwortlich sind. Diese doppelte Kontrolle reduziert Versehen auf ein Minimum trotz der großen Produktion des Hauses. (Es werden bei Crawford fast 150 Fest-Angestellte beschäftigt. Arbeitszeit 7 Stunden täglich, Sonnabends 3<sup>1/2</sup>.) Also ein erträgliches Maß.)

Über die technische Abteilung und ihre Einrichtungen, über die Übersee-Abteilung und insbesondere über die verschiedenen Ateliers und die in ihnen tätigen Künstler (die mit größter Hochachtung von den Leistungen der deutschen Gebrauchsgraphik reden), hätte ich gerne mehr gesagt. Aber . . .

\*

Mr. Crawford hat in Berlin eine eigene Reklame-Agentur eröffnet. Diese Tatsache ist bedeutsam. Erstens für die deutschen Produzenten, die einen Warenabsatz in England und seinen Dominions erstreben: denn Mr. Crawford will nicht nur englische und deutsche Waren in Deutschland, sondern auch deutsche in England propagieren. Zweitens für unsere deutschen Reklame-Agenturen. Wenn es nämlich Mr. Crawford gelingt, der Berliner Filiale den Geist seines Londoner Hauses einzuhauchen, so werden die deutschen Büros viele und wertvolle Anregungen erhalten. (Speziell wir Graphiker wollen hoffen, daß sich die Leiter deutscher Werbebüros und vielleicht auch die deutschen Verlagsanstalten die Art, wie in England künstlerische Kräfte zu freudiger Mitarbeit herangezogen werden, als Vorbild dienen lassen!)

\*

Im Begriffe, diese Zeilen der Redaktion zu übersmitteln, erfahre ich, daß Mr. Crawford am 3. Juni, dem Geburtstage des Königs von England, in den britischen Adelsstand erhoben wurde und nun Sir William Crawford K. B. E. heißt.

So werden bedeutende Männer des Werbewesens in England gewürdigt!