

DIE ENGLISCHE WERBEGRAPHIK ENGLISH ADVERTISING ART

DIE Sprachgemeinschaft zwischen England und Amerika ist sicherlich eine der Grundursachen dafür, daß wir in den beiden großen Ländern sehr viel gleichgerichtete Lebensäußerungen finden. Auch die künstlerischen Mittel der Reklame sind in beiden Ländern absolut wesensverwandt. Dies kommt wohl daher, daß England als erstes Land von den hoch entwickelten amerikanischen Reklamemethoden profitiert hat. Allerdings hat in England die Jahrhunderte alte künstlerische Tradition die Äußerungen der Reklamekunst immer mit beeinflußt und hat es verhindert, daß die Reklamekunst in der photographisch sentimental Auffassung soweit ging wie zeitweise in Amerika. Es ist deshalb sehr interessant, daß neben den amerikanischen Jahrbüchern des Art Directors Club nun auch ein umfassendes Werk über die englische Reklamekunst vorliegt. "Art in Advertising" nennt Percy V. Bradshaw sein Buch. Nahezu achthundert Abbildungen, zum Teil vollfarbig gedruckt, geben einen glänzenden Überblick über die Entwicklung dieses Kunstzweiges in England. Es greift zurück bis auf die seinerzeit besonders auch in Deutschland bahnbrechend wirkenden Plakate der Brüder Beggarstaff; es bringt hervorragende Beispiele des großen englischen Malers Brangwyn, dem sich dann alle die klangvollen Namen der neueren Zeit anschließen. Die künstlerische Gestaltungsart ist ebenso mannigfaltig, wie es die Namen sind, aber selbst da, wo sich stärkstes künstlerisches Temperament in originellen Formen und Gestalten äußert, wird dieses Temperament immer gebändigt durch einen außerordentlich kultivierten Geschmack.

Beim Durchblättern dieses Buches tritt uns trotz der verschiedenartigen Auffassungen eine starke, gleichgerichtete Gepflegtheit entgegen, die ihre Ursache nur in einem gleichgerichteten Lebensstil, gleichgerichteter Lebensauffassungen haben kann.

THE community of speech between England and America is certainly one of the chief reasons why both of these great countries reveal many similar forms and concepts of life. The artistic means and media of advertising made use of in both countries are absolutely and essentially related. This no doubt is, due to the fact that England was the first country to profit from the highly developed methods of American advertising. In England, to be sure, a tradition of art hundreds of years old has always influenced the creations of advertising art and has prevented this art from going so far in the photographic and sentimental conception of things as it the case in America. For this reason we note with peculiar interest that, apart from the American Annual of the Art Director's Club, there is now lying before us a very comprehensive work on English advertising art. This book is entitled "Art in Advertising" and is by Percy V. Bradshaw. There are almost eight hundred illustrations, printed in part in full color, and these afford a splendid survey as to the development of this branch of art in England. It goes back to the epoch-making posters of the Brothers Beggarstaff, which also operated in a revolutionary manner in Germany. It also gives us superb examples of the art of that great English painter Frank Brangwyn, followed by all the well-known names of the present day. The artistic get-up is just as manifold as the names, but even there where the strongest artistic temperament expresses itself in original forms and figures, this temperament is always subdued by an extraordinarily cultivated taste.

In turning the pages of this book, we are confronted, in spite of the various interpretations of things, by a strong sense of this identical cultivated manner, and we must seek its cause in similar conceptions of life and in the harmonious unity from which they arise. It is here that we ex-