

Illustrationen und Texte notwendig ist. In dieser Hinsicht kann Deutschland viel von uns lernen. Was dagegen die technischen Ausdrucksmittel betrifft, die vereinfachte dekorative Gestaltung der Plakate, so können wir hier von Ihnen lernen.

Nun haben Ausländer hier in Europa Zweigstellen ihrer Reklame-Agenturen errichtet. Ich ziehe in Betracht, daß sie erst kurze Zeit hier sind. Welchen Eindruck haben Sie von der Arbeit dieser Agenturen in Deutschland?

*Der Herausgeber:*

Von allen ausländischen Agenturen, die in Berlin arbeiten, hat bisher den größten Erfolg Crawford gehabt, und zwar ausgesprochen durch die Reklame für den Chrysler-Wagen. Man kann sagen, daß die künstlerische Art dieser Werbung die ganze Reklame der deutschen Automobil-Industrie beeinflusst hat, weil sie die gewohnten Formen der deutschen Reklamesprache übersteigerte. Anders ist es mit der Arbeit der übrigen ausländischen Agenturen. Sie haben die in ihren Heimatländern verwendeten Reklamemittel einfach auf hiesige Verhältnisse übertragen, ohne aber dafür die richtigen Voraussetzungen gefunden zu haben. Einmal lassen unsere Zeitungen und Zeitschriften in der Mehrzahl eine so gute Wiedergabe wie in den amerikanischen Zeitungen und Zeitschriften nicht zu. Ich meine damit, daß die technischen Möglichkeiten unserer Zeitungen und Zeitschriften selbst schon eine andere Bildsprache fordern. Des weiteren hat man auch die Formen der Inserate genau den erfolgreichen amerikanischen Inseraten angepaßt, und sie sind fast alle zu lang im Text. Bei allen Texten merkt man die Übersetzung aus einer fremden Sprache. Sie sprechen von Lebenswerten und von einem Lebensstil, der dem unsrigen fremd erscheint. Man hat also in den meisten Fällen den Eindruck, daß es sich hierbei um etwas Fremdes handelt, und das ist m. E. einer der größten Fehler. Im Betrieb einer ausländischen Agentur selbst sind meistens zu wenig Herren, die unsere Sprache verstehen und die infolgedessen auch wenig Gelegenheit haben, sich über die hiesigen Verhältnisse richtig zu informieren. Ich glaube nicht, daß auf diese Weise ein gesunder Austausch zwischen den verschiedenen Staaten geschaffen werden kann. Die hier auftretenden fremden Agenturen haben dieselben Schwierigkeiten wie der in Amerika auftretende Deutsche, der die englische Sprache nicht beherrscht.

Welchen Weg halten Sie nun für den besten, um diese sich hier zeigenden Mißstände zu beseitigen? Denn auch wir sind der Meinung, daß eine inter-

decoratively—in simplification—in the poster field, we in turn can learn much from you.

Now, foreigners have established here in Europe branches of advertising agencies. I take in consideration that they are only a short time here. What is your impression of their work in Germany?

*The Editor:*

Of all the foreign advertising agencies that are at work in Berlin, the firm of Crawford has had the greatest success up to now, and that particularly with the advertisements designed for the Chrysler car. One may say that the artistic nature of this advertising has had an influence upon the entire German automobile industry, since it exaggerated the well-known forms of the German language of advertising. It is quite a different matter with the other foreign advertising agencies. They have simply transferred the means of advertising customary in their home countries to conditions here, without having found the right preliminaries. For one thing, most of our newspapers and magazines do not permit of such good reproductions as are found in American newspapers and magazines. I mean that the technical possibilities of our newspapers and magazines demand quite another kind of pictorial speech than it is possible to use in good American newspapers and magazines. The form of the advertisements also corresponds exactly to that on the successful American advertisements, and in almost all of them there is too much reading matter. The text has always the peculiar flavor of having been translated. It is a question of values and of a style of living which is quite foreign to our own. In most cases, one has the impression of something strange, and that, according to my way of thinking, is one of the greatest faults. In the office of a foreign agency there are usually too few employees who understand the German language, and who in consequence have too little opportunity to inform themselves properly about conditions here. I do not believe that a healthy condition of exchange between the different states can be created in this manner. The foreign advertising agencies operating here have to deal with the same difficulties which confront the German in America as long as he does not understand the English language.

What do you consider to be the best way to overcome these evils? For we are of the opinion that international work in common is undoubtedly necessary and useful for all parties.