

Die berühmtesten Künstler erhielten den Auftrag, Bilder zu schaffen, die den »Empire Geist« zum Ausdruck bringen und Nachfrage nach den heimatlichen Produkten schaffen. Plakate und Anzeigen wurden alle drei bis vier Wochen gewechselt. Außerdem belegten wir umfangreiche Stände auf allen bedeutenden Ausstellungen. Hier werden englische Erzeugnisse ausgestellt, um das Publikum zu veranlassen, diese Waren zu verlangen.

Wir schaffen Schaufenster- und Innenplakate für die Detail-Geschäfte. Wir schicken Redner im ganzen Lande herum, die zum Publikum über das Reich und seine vorzüglichen Erzeugnisse sprechen.

Das Empire Marketing Board ist erst seit zwei Jahren in Funktion. Schon heute zeigt sich deutlich, daß der Import aus den britischen Kolonien und Dominions beträchtlich gestiegen ist.

Ein so großzügiges Experiment konnte nur deshalb gelingen, weil die Minister unseres Kabinetts die modernsten Methoden zur Förderung der Wirtschaft studiert haben. Diese Empire Campaigne ist das Prototyp so mancher Feldzüge auf nationaler und internationaler Basis. Ähnliche Maßnahmen werden in Zukunft nicht nur von England, sondern auch von anderen Nationen unternommen werden.

Die Propagierung der Existenzberechtigung des Völkerbundes schreit förmlich nach der Geschicklichkeit eines Reklamefachmannes.

Meine Herren! Jetzt werden Sie sich fragen: Was für Eigenschaften braucht eigentlich der erfolgreiche Reklamemann?

Der Mann, der alle Eigenschaften in idealer Weise vereinigt, ist eine Idealgestalt! Er existiert nicht! Zuerst müssen wir einen Mann finden, der unbestechlich wie ein Richter ist, um das Problem klar und gerecht zu durchschauen. Leidenschaftlich wie ein Dichter muß er sein, um Wünsche nach unseren Erzeugnissen wecken zu können. Er muß die Phantasie des Künstlers besitzen, um das Auge zwangsläufig auf das zu lenken, was wir zu sagen haben. Aber wo können wir den Mann finden, der all diese Eigenschaften in sich vereint? Wo ist der Richter, der ein Dichter ist? Oder der Künstler, der ein Richter ist? Nein, meine Herren! Dieser Weg ist fast unbeschreitbar. Um alle diese Eigenschaften zu finden, brauchen wir eine Gruppe von Männern.

Die Reklame steigt immer mehr und mehr auf denselben Rang, welchen der Rechtsanwalt oder der Bankier heute einnehmen. Dies liegt aber nicht nur an der wachsenden »efficiency«, Verständnis

und Uebung der Reklameleute. Es liegt an der nackten Notwendigkeit wirtschaftlicher Tatsachen, also an einem Bedürfnis unserer modernen Civilisation. Und das führt mich wieder zurück zu dem Punkt, in dem der schöpferische Künstler ins Spiel kommt. Man braucht ihn heute notwendiger als je. Man braucht ihn täglich stärker, aber — er muß an seine Aufgabe von einem neuen Gesichtspunkt aus herangehen. Er ist nicht länger einfach ein reiner Künstler. Er muß ein schöpferischer Berater sein, wie ich es nennen würde. Er darf seine Aufgabe nicht vom Gesichtspunkt des Fabrikanten aus betrachten. Er muß sie von derselben Seite wie der Verbraucher sehen. Meine Herren! Sie müssen stets im engsten Kontakt mit dem Publikum stehen. Der Künstler darf nicht länger der Agent des Fabrikanten sein. Er ist der doppelköpfige Janus. Er muß sich nach zwei Seiten orientieren. Er steht also vor zwei Pflichten. Ueberall da, wo schöpferische Arbeit verlangt wird, stehen die Schöpfer vor zwei Aufgaben. Gleichgültig, ob es sich um den Bau eines Hauses, um die Konstruktion eines Autos oder um das Schaffen eines Werbefeldzuges handelt.

Man muß zugeben, daß es früher unmoralisch war, wenn ein Künstler seine Talente prostituierte, um den Verkauf eines gleichgültigen oder schädlichen Artikels zu fördern. Der Künstler kann heute eine Revolution der menschlichen Gesellschaft hervorrufen. Er kann Unglück und Verzweiflung in ungezählte Familien bringen, wenn er seine Fähigkeiten in den Dienst einer schlechten Sache stellt. Heute bringt die inländische und die internationale Presse Millionen von Anzeigentexten täglich. Die Verantwortung des reklame-treibenden und des schöpferischen Künstlers ist eine riesengroße. Deshalb betrachte ich diese nicht mehr länger als Handlanger des Fabrikanten oder selbst als Berater von offiziellen oder unoffiziellen Körperschaften. Wir müssen deshalb einen besonderen Beruf schaffen! Einen Beruf mit den Grundsätzen und dem Standesbewußtsein des Arztes, des Rechtsanwalts oder anderer fest gegründeter Berufe. Den Beruf des schöpferischen Reklame-mannes, der die Probleme scharfsichtig vor sich sieht, der die Probleme unvoreingenommen durchschaut, der die Probleme löst im Rahmen seiner Verpflichtungen und Verantwortungen, visionär, aufbauend, staatsbürgerlich.

Kein Zeitungsverleger sollte eine eigene Abteilung zur Schaffung von Kundenreklame haben. Die Zeitung sollte niemals die Stelle des Reklame-beraters einnehmen, denn der richtige Reklame-