

„Study success“ steht auf dem Plakat McKnight-Kauffer's. Mit Tausenden von Besuchern wandert dies eindrucksvolle und geheimnisvolle Schlüsselbuch des Erfolges als Katalogumschlag in den Händen der Besucher durch die Säle.

Vor einem richtiggehenden kleinen Häuschen wartet eine Reihe Geduldiger: „Advertisers House“.

Von der Farbe, mit der es gestrichen ist, bis zu der Leselampe; von Kopf bis Fuß, vom Whisky bis zum Radio, von der Mayonnaise bis zur Badewanne . . . es sind alles Markenartikel.

Man geht weiter. Namen tauchen auf: Kanada, Indien, Südafrika, Australien, das ganze große Reich.

Freunde stillen, beschaulichen Kaufens werden den „Laden von 1950“ gedankenvoll verlassen haben. Sachlicher denkende Leute mit Begeisterung und einem vollen Paket. Man tritt ein (im Jahre 1950) und wird kaufendes, laufendes Band. Auf dem Tablett häufen sich Zigaretten, Zahnpasta, Reispudding, Jod und Marmelade.

Dreißig große Agenturen haben Packungen entworfen, die sparsam, einfach in Farbe und Form und vor allem zweckdienlich sind. Als letztes — vor der Kasse — Rosen in Zellophan! Werden sie uns wehmütig ansehen im Jahre 1950 . . . diese zarten Mädchen in Uniform?

DIE OLYMPIER

Die „Society of Industrial Artists“ hat eine Sonderschau von Plakaten, Inseraten, Buchumschlägen, Packungen usw.

Unten in der Ausstellungshalle selbst eine Abteilung mit hauptsächlich ausländischen Arbeiten. Im I. Stock die britischen Entwürfe. Es ist erfreulich durchzuwandern. Hier ist



Ausstellungsplakat Exhibition Poster
Entwurf TOM PURVIS Design

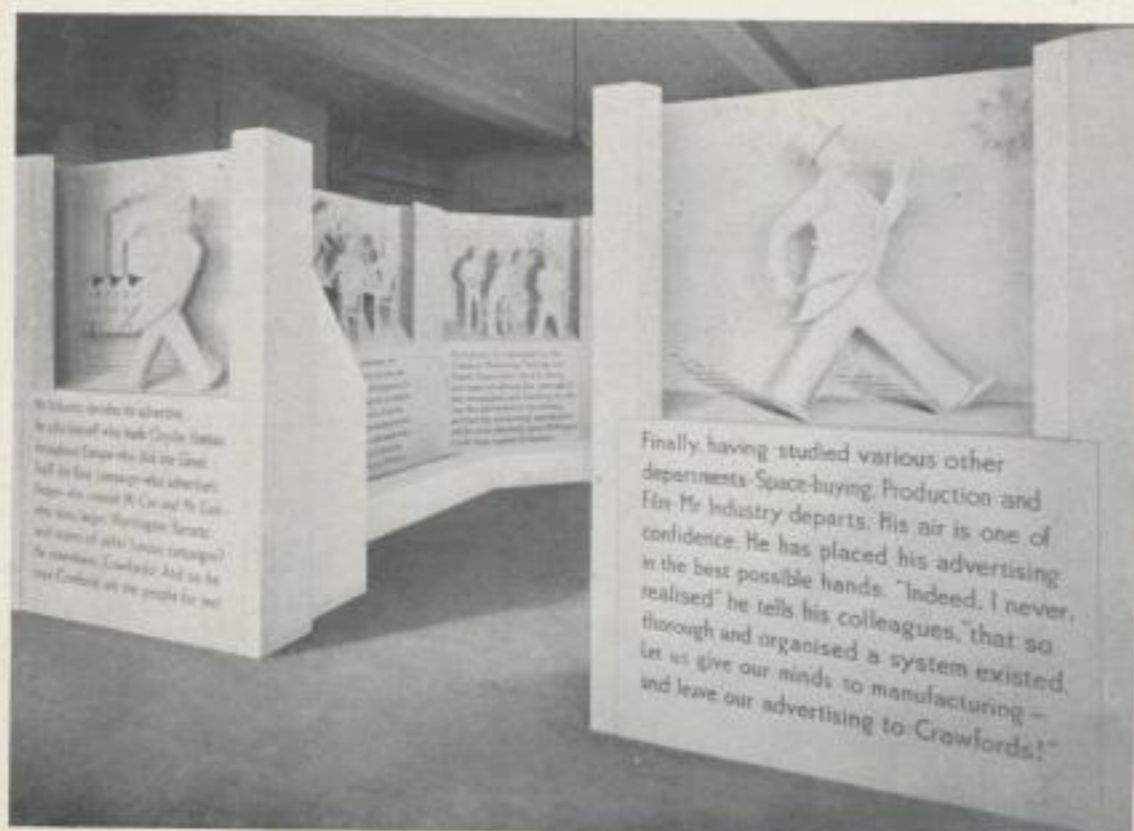


Foto: Logan, London



W. S. Crowfords zeigten die Abenteuer des Mr. Industry in Reliefs
Entwurf: Martha Harris
Eine neuartige Lösung. Fast ohne Farbe, und deshalb beruhigend und etwas Besonderes