



GRAY-O'REILLY

R. H. Macy & Co.,
Inc., Dept. Store

men, die für die Entwürfe verantwortlich gezeichnet haben. Dann tritt ein Ausstellungs-Komitee zusammen, das sich zum größten Teil aus Art Directors — Mitgliedern des Klubs — zusammensetzt und das Material sichtet. Beide, Aussteller und Komitee, können ihre Ansicht durchsetzen ohne Kompromiß oder Rücksichtnahme auf geschäftliche Notwendigkeiten. Diese Auswahlmethode gibt dem schöpferischen Gebrauchsgraphiker das Vorrecht des Künstlers, seine weniger gelungenen Arbeiten auszuschalten und nur diejenigen auszustellen, die seine künstlerische Auffassung erfüllen.

Die Ausstellung wird zum Spiegel einer Reklamekunst, wie sie dauernd nur in einer idealen, glücklicheren Welt möglich wäre, in einer Welt ohne dickköpfige Kunden und ohne schlechte Zeiten. Und gerade hierin liegt der Vorteil und der Nutzen der Ausstellung für den interessierten Betrachter, ganz gleich, ob er Kunststudent ist oder ein Künstler, der den Markt untersuchen will, ob Geschäftsmann, der nach einem neuen, ihm gefälligen Stil sucht, Art Director, der seine eigenen Ansichten über die gegenwärtige Richtung bestätigt wissen will, oder vielleicht sogar der unwahrscheinliche zukünftige Geschichtsschreiber unserer Reklame-Zivilisation.

Aber sobald die Ausstellung abgebaut ist, geht damit die geschlossene Uebersicht über das Chaos der Reklamekunst verloren. Und darum haben es sich die Art Directors zur Aufgabe gemacht, das Jahrbuch herauszugeben. Es enthält sämtliche Entwürfe der Ausstellung, und wir hoffen, daß es als dauerndes Dokument den unschätzbaren Eindruck festhält, wie wir ihn beim Besuch der Ausstellung empfangen haben.