

15.

JAHRBUCH
AMERIKANISCHER
REKLAMEKUNST



Jedes neue Jahrbuch amerikanischer Reklamekunst wird nicht ohne Spannung erwartet. Wir Europäer wähen uns zwar in bezug auf künstlerische Dinge in unerreichbaren Höhen und haben selbst gegenüber den besten amerikanischen Leistungen immer ein abschwächendes „Aber“ bereit. Gegenwärtig liegt jedoch nicht der geringste Grund vor, auf dem Gebiete der Reklamekunst den schulmeisternden Zeigefinger zu erheben. Vergleichen wir z. B. eins der ersten Jahrbücher mit dem Inhalt des soeben erschienenen, so haben wir eine Entwicklung vor uns, die kaum irgendwo auf dem Kontinent eine Parallele findet. Es ist nicht so sehr die Einzelleistung, die diesen Eindruck vermittelt, der ungewöhnlich hohe Durchschnitt aller Arbeiten aus den verschiedensten Gebieten zeugt von einer großen Aufgeschlossenheit gegenüber künstlerischen Dingen.