



Toleranz, die sie bewiesen, hat in London und von London aus vorbildlich gewirkt. So sehr es nämlich überraschen mag, London ist durch die Arbeit dieser Männer heute alles andere als „engstirnig englisch“. Man hat gerne große Könnern auch anderer Nationalitäten entweder in London festgehalten oder von London aus oft mit Aufträgen bedacht. Man hat vor allem nicht vergessen, daß die Tätigkeit der Werbeleitung bei der London Transport nur eine Aufgabe hat: den Dienst an der Öffentlichkeit. Nur, daß man diesen Dienst verdoppelte. Nicht allein, was man dem Publikum durch Werbung, durch Plakate, Anzeigen, Druckschriften zu seinem Nutzen mitteilte, sondern auch wie man es tat. So ist hier eine heute noch nicht in vollem Umfang zu übersehende Erziehungsarbeit geleistet worden, die der Allgemeinheit zugute kam.

Ähnlich, ja, manchmal noch gewagter und weit experimentierender betätigten sich die leitenden Persönlichkeiten der Shell-Mex Company, Jack Beddington, John Betjeman und G. V. Nye, mit Versuchen, die oft witzgeladen, oft aber auch hart an der Grenze des Verständlichen waren. Sehr neuzeitlich, obzwar zurückhaltender und vor allem liebevoll in der Typographie, ist das Werk C. F. Snowden Gamble's für die Imperial Airways, und auch die Postbehörde zeigt seit einigen Jahren sehr beachtliche Leistungen. Nicht minder verdienen die zahllosen humorvollen, amüsanten, überraschenden, netten Speisekarten und Einladungen, die W. Buchanan-Taylor auf dem Gebiet der Gastronomie schuf, wegen ihrer erfreulichen Vielfalt in Idee und Ausführung ein Lob.

An zweiter Stelle muß das Werk einiger Agenturen hervorgehoben werden. Die Tätigkeit englischer Agenturen besteht ja nicht nur darin, vielfach ihre Kunden und Besucher durch imposante Räumlichkeiten, voll von tippenden Fräulein, zu beeindrucken und irgendwelche Inserate in die Presse oder Plakate in Druckauftrag zu geben. Das Wesentliche ist neben der ganzen kaufmännischen Verwaltung das Planende und das Schöpferische dieser Firmen. Teilweise haben sie namhafte Künstler fest verpflichtet, teilweise betrauen sie diese von Fall zu Fall. Wenn die „Gebrauchsgraphik“ Sir William Crawford bat, einen Beitrag für dieses Heft zu schreiben, so hat sie damit zugleich die markanteste Persönlichkeit aller schöpferischen Agenturen symbolhaft herausgestellt. Weitere Namen zeigen die Beispiele in dieser Ausgabe.

Aber auch der wenigen guten Druckereien muß gedacht werden. Denn auch sie sind schöpferisch. Sie begnügen sich nicht damit, einen Druckauftrag recht und schlecht auszuführen, sie bemühen sich, das Werk mit Liebe und Hingabe zu vollenden. Sie haben einen schönen Stolz. Sie steigern den Ruf bester alter Handwerkerkunst durch die äußerste Beherrschung der neuzeitlich technischen Hilfsmittel. Nicht viele