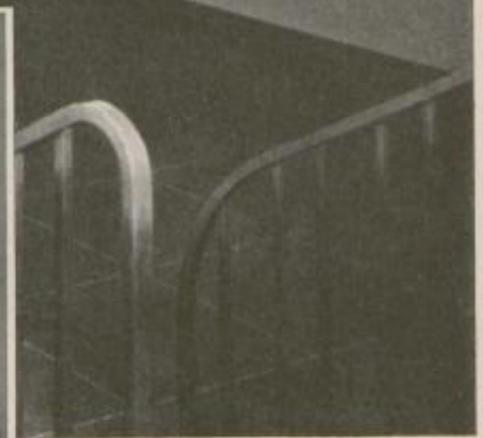
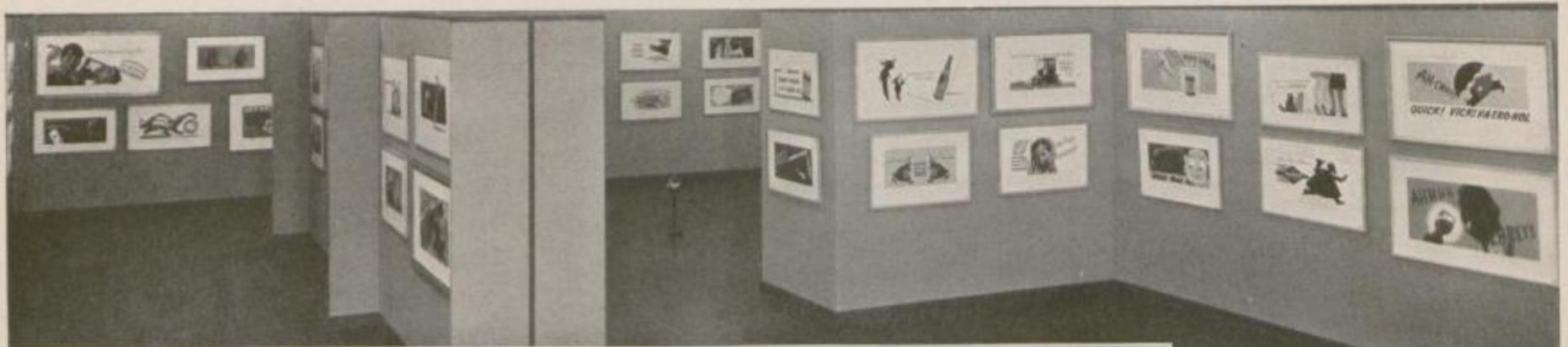


AUSSTELLUNG EINES PLAKATWETTBEWERBES DER OUTDOOR ADVERTISING ASSOCIATION NEW YORK

OUTDOOR ADVERTISING DESIGN AWARD COMPETITION AND EXHIBITION



Preisgericht des Außenreklame-Wettbewerbs in New York

Von links nach rechts:
Walter D. Teague
H. K. McCann
Henry T. Ewald
Raymond Loewy

Im Bild auf der rechten Seite:
Ernest Elmo Calkins
Paul B. West

Preisrichter waren außerdem:
Mr. B. Barton, Mr. P. L. Cornell,
Mr. T. Jones, Mr. J. Sic,
Dr. E. G. Steinhof

Die Plakatwerbung in Amerika unterscheidet sich von der europäischen besonders dadurch, daß die Plakate thematisch und in der stilmäßigen Gestaltung keine selbständigen Werbemittel sind, sie müssen sich vielmehr nach Form und Inhalt dem Gesamtwerbeplan angleichen. Die große Freiheit, die dem europäischen Plakatkünstler gewährt wird, ist seinem amerikanischen Kollegen versagt. Die amerikanische Industrie verlangt eine Gleichrichtung aller graphischen Werbemittel. Handel und Werbung müssen als eine unverkennbare Einheit hervortreten. Daraus ergibt sich, daß in der Funktion der amerikanischen Reklameagenten dem künstlerischen Leiter eine der wichtigsten Aufgaben zufällt. Er ist für den Entwurf und die Ausgestaltung aller Werbemittel verantwortlich, in den meisten Fällen ist er selbst ein Künstler. Sein Lay-out und die von ihm getroffene Auswahl der Künstler machen ihn zum eigentlichen Schöpfer der Werbung.