

# Die Kultur der Reklame

SCHRIFTFLEITUNG  
HERMANN BEHRMANN

3. Jahrgang

Nr. 1

Januar 1921

## AN UNSERE LESER

Mit Schluß des abgelaufenen Jahres ist Hermann Reckendorf von der Schriftleitung der „Kultur der Reklame“ zurückgetreten, weil seine berufliche Tätigkeit ihm keine Zeit mehr läßt, diesen Teil unserer Zeitschrift führend zu beaufsichtigen und mit Anregungen zu durchdringen.

Als vor zwei Jahren der Plan gefaßt wurde, in einem besondern Teile der Zeitschrift, die bis dahin nur die künstlerische Seite der Reklame gepflegt hatte, die allgemeineren Seiten des Werbewesens und ihre Zusammenhänge mit dem gesamten geistigen und wirtschaftlichen Leben zu behandeln, wie auch die praktische Werbearbeit zu fördern, da wies Reckendorf die Wege, erfand den Namen, schuf mit uns das Programm und übernahm die Schriftleitung. Unsere Leser wissen, wie glücklich sich der Gedanke erwiesen hat. Die Zeitschrift hat so die notwendige Erweiterung erfahren; sie umfaßt heute die ganze Werbekunst in ihren ästhetischen und kulturellen Auswirkungen und ist dadurch wesentlich vertieft worden. Reiche Anregung ist von hier in alle Kreise gedrungen.

Wir sind heute unserm geschätzten Mitarbeiter, dessen Verdienste um unsere Bestrebungen und das gesamte Werbewesen bleibend und allgemein anerkannt sind, bei seinem Ausscheiden den aufrichtigsten Dank für seine erfolgreiche Tätigkeit schuldig. Er bleibt auch künftig Mitglied des Ausschusses und dadurch mit unserer Arbeit eng verbunden.

Der neue Schriftleiter, Hermann Behrmann in Leipzig, bis vor kurzem Leiter der literarischen Abteilung des dortigen Mesamts, ist den Lesern aus einer Reihe von Aufsätzen in der „Kultur der Reklame“ schon bekannt. Er kann heute nichts weiter versprechen, als daß er diesen Teil des „Plakats“ im Sinne des Begründers fortführen will und danach trachten wird, die „Kultur der Reklame“ zu einem Werkzeug der kulturellen Vertiefung des Werbewesens und der Förderung der Werbekunst zu machen.

Der Herausgeber  
des „Plakats“  
Hans Sachs

Der Schriftleiter  
der „Kultur der Reklame“  
Hermann Behrmann