

# DIE REICHS-REKLAME-MESSE

Von Dr. Adolf Schick, Direktor des Berliner Messeamtes

Ziemlich spät tritt in der Entwicklung des Messewesens der Nachkriegszeit das Reklamegewerbe in den Ring der Messe-Industrien ein. Das ist kein Zufall, sondern die Folge der gerade in letzter Zeit außerordentlich gesteigerten Bedeutung des Reklamewesens für den Wiederaufbau deutscher Wirtschaft. Es ist ganz klar, daß alle am Werbewesen beteiligten und interessierten Kreise das Bedürfnis empfinden, diesen unverkennbaren Aufstieg ihres Gewerbezweiges auf einer großen Schau zur Darstellung zu bringen. Es lag nahe, diesen Gedanken mit einer großen Ausstellung von längerer Dauer zu verwirklichen. Wenn der Verband Deutscher Reklamefachleute sich entschlossen hat, die Erzeugnisse der Reklame-Industrie zunächst auf einer Messe von kürzerer Dauer und mit typischem Verkaufscharakter zu zeigen, so trägt er den Bedürfnissen des Augenblicks Rechnung, der für die Aussteller sofort in die Erscheinung tretende wirtschaftliche Erfolge verlangt. Es wird der Zukunft überlassen bleiben müssen, in einem, vielleicht nicht allzu fernen Zeitpunkt dann die große Reklameausstellung folgen zu lassen, für die jedenfalls die Reklame-messe Wegbereiter ist.

Wenn der Verband Deutscher Reklamefachleute E. V. Berlin zur Veranstaltung der großen Reichs-Reklamemesse gewählt hat, so ist diese Wahl sicherlich nicht allein darauf zurückzuführen, daß der Verband seinen Sitz in Berlin hat. Andere gewichtigere Gründe mußten zu dieser

Entscheidung führen. Berlin als Metropole des Reiches, als Viermillionenstadt im Herzen Europas gelegen, hat, das kann man ohne Überhebung sagen, auf dem Gebiete des Reklamewesens im Hinblick auf die Absatzmöglichkeiten der Industrie wohl die größte Bedeutung aller deutschen Städte. Schon der be-

scheidene, aber gut gelungene Versuch einer Reklamemesse in kleinerem Ausmaß, den die Ortsgruppe Groß-Berlin des Verbandes Deutscher Reklamefachleute im letzten Jahre unternommen hat, zeigte, daß das Interesse der Berliner Wirtschaft, insbesondere aber auch die Anziehungskraft Berlins auf die Reklame-Interessenten des Reiches eine starke ist. Es besteht kein Zweifel, daß die Wiederholung dieser Veranstaltung auf der breiten Basis, die die Zusammenarbeit mit dem Berliner Messeamt gestattet, Beachtung bei allen deutschen am Werbewesen interessierten Kreisen finden und auch den Blick des Auslandes auf den Aufschwung der deutschen Reklame lenken muß.

Alle Vorbedingungen für einen Erfolg der Reklamemesse sind gegeben. In einem ausstellungstechnisch neuartigen, überaus reizvollen Gebäude, dem Hause der Funkindustrie, das bei der großen Deutschen Funkausstellung Hunderttausende von Besuchern in seinen Räumen sah, können alle Möglichkeiten einer Reklamemesse ausgeschöpft werden. Der 138 m hohe Funkturm, der anlässlich der Reichs-Reklamemesse dem Verkehr übergeben werden soll, wird als Reklameturm den Vorzug der Neuheit und somit eine ganz besondere Anziehungskraft haben. Große Verbände der Wirtschaft haben ihr Interesse für die Reichs-Reklamemesse dadurch bekundet, daß sie anlässlich derselben Führungen für ihre Mitglieder, die gleichzeitig Abnehmer der Reklame-Industrie sind, durch die Messe in Verbindung mit fachtechnischen Vorträgen über Neuerungen im Reklamewesen veranstalten. — So ist zu hoffen, daß dank der vereinigten Anstrengungen aller Kreise der Werbeindustrie die Reichs-Reklamemesse zu einem Ereignis wird, das in ideeller wie materieller Beziehung Aussteller und Besucher zufriedenstellen wird.