

V * D * R

Von Konrad Ross, Berlin

Geboren im Jahre 1908 zu Berlin, wurde der VDR von wenigen tatkräftigen und zielbewußten Männern aus der Taufe gehoben. Es waren viele Köpfe und Hände, die in diesen 18 Jahren dazu beigetragen haben, daß sich aus einem Nichts ein großes Etwas herausgebildet hat.

Das Jahr 1925 wird ein Markstein in der Geschichte des Verbandes Deutscher Reklamefachleute sein. Die Reichs-Reklamemesse ist unsere bisher eindrucksvollste Veranstaltung.

Der Verband Deutscher Reklamefachleute bezweckt in erster Linie, das Interesse an der Reklame zu heben und ihr Ansehen als wichtigen volkswirtschaftlichen und kulturellen Faktor zu betonen; damit erfüllt sich automatisch eine andere wichtige Aufgabe: die Förderung der Berufsinteressen und Unterstreichung der Standesehre. Über alles hat er durch den einmütigen Beschluß der letztjährigen Generalversammlung den Leitspruch „Wahrheit in der Reklame“ gestellt. Um diese Ziele zu erreichen, bedient sich der VDR folgender Mittel:

- a) die Verbandszeitschrift „Die Reklame“, die sämtlichen Mitgliedern kostenlos zugestellt wird und die sich von einem kleinen zwölfseitigen Mitteilungsblatt im Jahre 1909 zu einem hochangesehenen und maßgebenden Weltblatt entwickelt hat;
- b) ein Verbandsarchiv mit Plakatsammlung und Bücherei;
- c) Veranstaltung von belehrenden Vorträgen, Lehrgängen und von Versammlungen, Besichtigungen industrieller und gewerblicher Anlagen.
- d) Förderung der hochschulmäßigen Einrichtungen, die auf Ausbildung und Weiterbildung in der Reklame und in ihren Hilfsfächern gerichtet sind. In manchen Städten des Reiches, zuletzt auch in Berlin, sind auf Anregung des Verbandes Werbefachschulen entstanden.
- e) Aufklärung der Öffentlichkeit und der Presse. Hierdurch hat der Verband wiederholt Erfolge erzielt, die für weite Kreise der Reklameher-

steller oder -verbraucher von großem Nutzen waren.

- f) Eingaben an Behörden und gesetzgebende Körperschaften.
- g) Veranstaltung von Preisausschreiben, Wettbewerben, Messen, Ausstellungen.
- h) Statistische Erhebungen über Reklame und Reklamefachleute. Man betrachte das „Handbuch der Reklame“, dessen Neuauflage in bedeutend erweitertem Umfange jetzt erschienen ist und das unentbehrlich für die Arbeit des modernen Kaufmannes bleibt.
- i) Unentgeltlicher Rechtsrat an die Mitglieder in Fach- und Berufsangelegenheiten.
- k) Kostenlose Stellenvermittlung.
- l) Beteiligung an Veranstaltungen und Bestrebungen, die auf die Förderung der Reklame abzielen.

Die Mitgliederzahl des Verbandes Deutscher Reklamefachleute hat sich von Jahr zu Jahr in erstaunlicher Weise vergrößert. Sie reicht heute an die 4000 heran. Seine Mitglieder sitzen nicht nur in Deutschland. In den verschiedenen größeren Städten des Reiches haben sich nach und nach Ortsgruppen, zum Teil auch Landesgruppen gebildet. Augenblicklich bestehen Ortsgruppen in Groß-Berlin, Bremen, Breslau, Dresden, Düsseldorf, Elberfeld, (Bergisch-Märkische Bezirksgruppe), Frankfurt a. M., Hamburg, Hannover, Köln a. Rh., Königsberg i. P., Leipzig, Magdeburg, Münster i. W., Wiesbaden. Im Entstehen ist eine Bezirksgruppe Niederrhein mit Sitz in Wesel, und in Vorbereitung ist die Errichtung von Ortsgruppe in noch 18 weiteren größeren Städten.

Über die zahlreichen Einzelveranstaltungen wird regelmäßig in einer besonderen Rubrik der Zeitschrift „Die Reklame“ berichtet. Einzelne Ortsgruppen bestreiten aus eigenen Mitteln außerdem die Herstellung von Nachrichtenblättern, die zu meist monatlich erscheinen und mehr den lokalen Notwendigkeiten gerecht werden. So kann mit Gewißheit angenommen werden, daß jedes Mitglied in der ihm wünschenswerten Weise über alles Wichtige auf dem Laufenden gehalten wird.