

# Geleitworte:

*Der Präsident der Vereinigten Staaten  
Herbert Hoover:*

Die Reklame ist zu einem der größten Faktoren im Aufbau unserer Wirtschaft geworden, und der Gedankenaustausch mit den Führern in andern Ländern wird, dessen bin ich sicher, der Ansporn zu einem besseren Verständnis der Weltmärkte und der sie begleitenden Probleme sein.

Der wirtschaftliche, gesellschaftliche und internationale Wert der Reklame ist heute so allgemein anerkannt, daß es nicht nötig ist, näher darauf einzugehen. Ich möchte jedoch betonen, daß ich ihren ethischen Wert ebenso hoch einschätze.

Die dem Publikum Tag für Tag schwarz auf weiß wiederholte Erklärung der eigenen geschäftlichen Ziele bringt einen dazu, die eigenen Beweggründe einer Kritik zu unterziehen, die ebenso scharf ist wie die, die man von der Öffentlichkeit erwartet. Hierzu kommen noch die Stellen, die von den Geschäftsleuten selbst ins Leben gerufen worden sind, um die Aufrichtigkeit der Reklame im allgemeinen zu kontrollieren, und die äußerst gute Erfolge gezeitigt haben.

Der bemerkenswerte ethische Fortschritt in der Geschäftswelt, der in den letzten 20 Jahren deutlich zu erkennen ist, ist in nicht geringem Maße das Ergebnis der Selbstprüfung, der sich die Geschäftsleute in ihrer Anwendung der Reklame bereitwilligst unterzogen haben.

+

*Der Reichskanzler Hermann Müller:*

Die nachhaltige Förderung, die die Reichsregierung dem Weltreklamekongreß anläßlich seiner 25 jährigen Jubiläumstagung in Berlin hat zuteil werden lassen, beweist, welch lebhaftes Interesse sie dieser überaus bedeutsamen Veranstaltung entgegenbringt. Mit besonderer Genugtuung begrüßt es die Reichsregierung, daß der Weltreklameverband die zweite Tagung, die er bisher in Europa veranstaltet, nach Berlin verlegt hat. Die Anmeldung von weit über 2000 ausländischen Vertretern läßt erkennen, daß das Interesse an dem Kongreß seit seiner Tagung 1924 in Wembley noch gestiegen ist. Dieses wachsende Interesse erklärt sich aus der Tatsache, daß die Arbeiten des Kongresses einem Problem gelten, dessen Lösung angesichts der Strukturwandlungen der Weltwirtschaft in den letzten 20 Jahren die größte Bedeutung nicht nur für einzelne Völker, sondern für die Menschheit im allgemeinen besitzt. An der Lösung dieses Problems sind vor allem die Zeitungen und die Zeitschriften hervorragend beteiligt. Die tatkräftige Unterstützung, die der Verein Deutscher Zeitungs-Verleger dem Weltkongreß zuteil werden läßt, zeigt erneut, daß die Verleger sich ihrer verantwortungsvollen Aufgabe voll auf bewußt sind.

*Der Reichsaußenminister Dr. Stresemann:*

Die Absicht des Vereins Deutscher Zeitungs-Verleger, aus Anlaß des Welt-Reklame-Kongresses eine Festausgabe herauszugeben, begrüße ich mit Genugtuung. Die weltumspannende Idee der Werbung, der Reklame, ist geboren im deutschen Zeitungswesen und hat ihre erste und nicht zuletzt ihre beste Verbreitung in der Presse und durch die Presse erhalten. Auch heute steht die Werbung durch die Zeitung noch in vorderster Linie.

Dem Welt-Reklame-Kongreß messe ich eine ganz besondere Bedeutung bei, weil ich durch den Weltwerbekongreß eine wesentliche Förderung des gegenseitigen Verstehens unter den beteiligten Völkern erwarte. Die gemeinsame Aussprache über das neutrale Gebiet der Reklame wird die Zeitungsleute aller Welt auf dem Kongreß einander näherbringen und gegenseitiges Verständnis auch auf anderen Gebieten wecken.

Darüber hinaus wird der Welt-Reklame-Kongreß auch für Deutschland eine große Bedeutung haben. In Berlin werden sich die prominentesten Fachleute des Reklamewesens treffen. Gerade diese Männer sind gewohnt, die Dinge, die sich vor ihren Augen abspielen, sei es auf wirtschaftlichem oder kulturellem Gebiet, mit nüchternen Augen zu sehen, denn nur so ist es möglich, das Wesentliche dem Beschauer wirkungsvoll und propagandistisch empfehlend ins Gedächtnis einzuprägen. Die gute Reklame muß künstlerisch sein, um den Blick des Beschauers zu fesseln, sie muß einfach sein, um sich leicht einzuprägen und nicht zuletzt den Kern des zu empfehlenden Objektes wirkungsvoll darstellen.

Dem Welt-Reklame-Kongreß und den deutschen Zeitungsverlegern als Träger der Werbe-Idee wünsche ich für die Tagung vollen Erfolg, verbunden mit der Hoffnung, daß dieser internationale Kongreß, der die besten Beobachter internationalen Wirtschaftslebens zusammenführt, durch die persönliche Fühlungnahme und Aussprache eine gerechte Würdigung deutscher Arbeit und deutschen Strebens mit sich bringt.

+

*Der Arbeitsminister der Vereinigten Staaten  
James I. Davis:*

Weltfriede und Weltwohlfahrt werden mehr und mehr bedingt durch die bestehenden wirtschaftlichen Wechselbeziehungen.

Wir schreiten alle vorwärts mit dem Fortschritt dieser Interessen, und da Sie, als Reklamefachleute, Einblick in jede Abteilung der Geschäftswelt haben, sind Sie in der denkbar günstigsten Lage, als inoffizielle Botschafter unsere Beziehungen mit der Außenwelt zu fördern.

Wie ich aus der Aufstellung Ihres Programms ersehe, sind Sie sich alle als Mitglieder des International Advertising Association der Verantwortung, die auf Ihnen lastet, voll bewußt, und Sie erkennen die Gelegenheit,