

Die deutschen Zeitungsverlage auf der Reklameschau 1929 Berlin

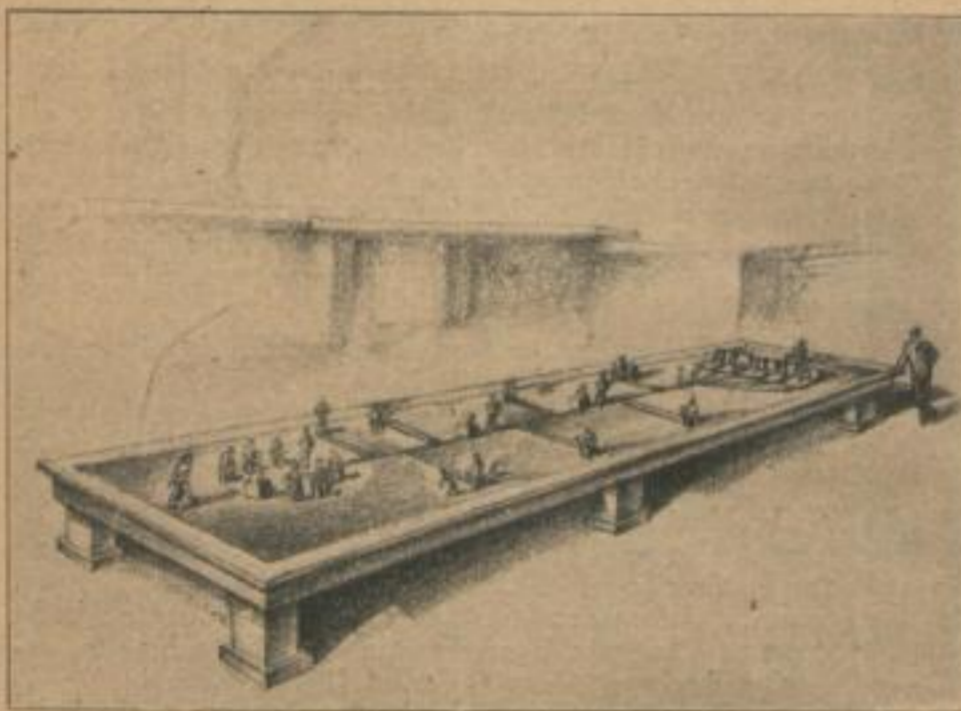
Gleichzeitig mit der Eröffnung des Welt-Reklamekongresses öffnet auch die „Reklameschau 1929 Berlin“ ihre Tore. Diese Ausstellung wird bis zum 8. September dauern. Sie soll den Charakter einer Lehrausstellung tragen, die über alle Mittel des Werbewesens und über den heutigen Stand der Werbetechnik und Werbekunst anschaulich unterrichtet.

Eine Anzahl angesehenen deutscher Zeitungsverlage beteiligt sich an dieser Reklame-Fachausstellung mit eigenen Ständen, in denen die überragende Wichtigkeit der Zeitungsreklame, die Unentbehrlichkeit und die einzigartige Erfolgskraft der Zeitungsanzeige im Vergleich zu allen anderen Werbemitteln sinnfällig dargestellt wird.

Da eine Fülle von Anregungen und Belehrungen in dieser neuartigen und groß angelegten Fachausstellung zu erwarten und ein Besuch der Ausstellung durch möglichst viele Zeitungsverleger und Anzeigenfachleute wünschenswert ist, haben wir Veranlassung genommen, jetzt schon eine kurze Übersicht der Ausstellungsstände der auf der „Reklameschau 1929 Berlin“ vertretenen Verlage zu geben. Eine ausführliche und detaillierte Besprechung folgt in einer der nächsten Ausgaben dieser Zeitschrift.

Rudolf Mosse

Der Ausstellungsstand von Rudolf Mosse verfolgt den Zweck, die Entstehung einer Reklamekampagne von den ersten Plänen bis zur Auswirkung auf das Publikum darzustellen, wobei ein mechanisch betriebenes Modell auf dem hier dargestellten Reklametisch verwandt wird.

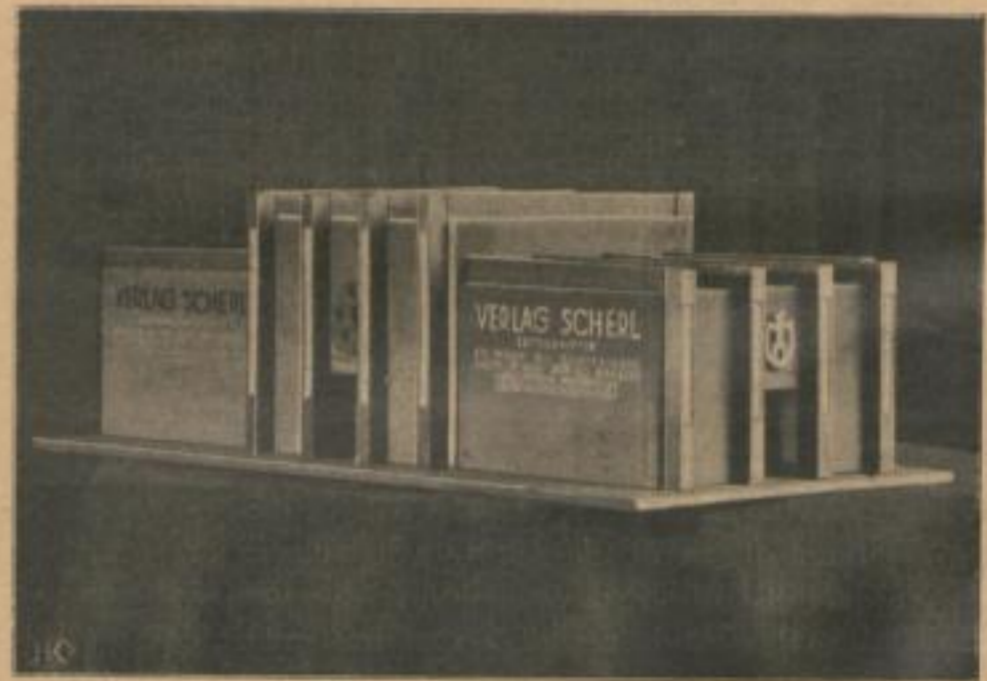


Weiterhin werden Proben aus den zahlreichen Werbefeldzügen der Firma ein anschauliches Bild nicht nur von deren Leistungen und Methoden vermitteln, sondern auch von dem Fortschritt modernen Reklamewesens überhaupt.

Verlag Scherl

Der Verlag August Scherl gibt in seinem Ausstellungsstand in großen Zügen einen Überblick über das Schaffen des Scherl-Konzerns. Daneben gibt er eine statistische Darstellung der Zusammensetzung der Leserkreise seiner Verlagsobjekte usw. — Der Ausstellungs-

stand ist in drei Teile gegliedert. Das Mittelteil ist als Repräsentations- und Leseraum gedacht, während der eine Seitenbau speziell den Anzeigeninteressen gewidmet sein wird. Das zweite Seitenteil des Standes vermittelt ein Bild von der Tätigkeit des Scherlschen Buch- und Kunstverlages, des Scherlschen Adreßbuchverlages, des Auslandsverlages G. m. b. H. usf.



Das große Besucherpublikum dürfte sich besonders für die im Mittelbau des Standes aufgestellte Bildempfangsstation und den Blattfernsehapparat System Lorenz interessieren.

Deutsche Allgemeine Zeitung

Die „Deutsche Allgemeine Zeitung“ will in ihrem Stande zeigen, daß sie ihren Namen „Das große deutsche Wirtschaftsblatt“ mit Recht führt. Eine Landkarte zeigt in anschaulicher Art die Verbreitung der „DAZ“. Die Zusammensetzung des Leserkreises gibt ein sehr klares, marktanalytisches Bild von der Verbreitung