



1) PRINCE OF WALES, 2) LOU E. HOLLAND, Präsident der amerikanischen Reklameklubs, 3) C. HAROLD VERNON, Präsident der britischen Reklameklubs, 4) Der Maler SIR LAWRENCE WEAVER K. B. E., F. S. A., künstlerischer Leiter der Wembley-Ausstellung

Notwendigkeit der Reklame für die Regierungen. — »Wir sind die einzigen Leute neben den Prinzen«, erklärt er uns, »die keiner Reklame bedürfen. Wir sind genug Reklame in uns selbst.

Wenn alle Völker und Klassen sich besser verstehen würden, dann wäre die Zeit gekommen, zu der es keine Kriege mehr gibt. Zu keiner Zeit sind die Bedürfnisse der Welt größer gewesen als heute.«

Der Vorsitzende der amerikanischen Reklameklubs, Mr. Lou E. Holland, gibt nunmehr die Botschaft des amerikanischen Präsidenten bekannt, welche dieser an die Konvention gerichtet hat und die wie folgt lautet:

»Ich wäre Ihnen dankbar, wenn Sie den Delegierten der Vereinigten Reklameklubs der Welt meine besten Wünsche und herzlichsten Grüße überbringen würden. Es ist mir bekannt, daß das Wahrzeichen der Organisation das Wort „Wahrheit“ trägt. Gerade dieses Wort stellt die einzige wahre Basis dar, auf der sich eine freundschaftliche Verbindung zwischen Verkäufer und Käufer schaffen läßt, und die im weitesten Sinne dazu beiträgt, das Einvernehmen zwischen den Nationen zu stärken. Ich bin sicher, daß die Versammlung von führenden Männern der Geschäftswelt zur Klärung vieler Dinge beitragen wird, ebenso wie auch dazu, jedes Mißverständnis, das aus einer Unkenntnis der tatsächlichen Verhältnisse entstehen kann, hintan zu halten.  
Calvin Coolidge«.

Nach Verlesung der Botschaft erwähnt Mr. Holland, daß die Vereinigung vor 20 Jahren begründet wurde und daß sich ihr bis jetzt 313 Clubs mit einer Anhängerschaft von 31000 Personen angeschlossen haben. Das Evangelium, das

sie alle verkünden, ist die Wahrheit in der Reklame und die Ehrlichkeit im Geschäftsleben. Die Frauen und Männer der Reklameverbände haben sich stets das Wohlgehen der Menschheit angelegen sein lassen.

Dann wird Herr Harry Tipper eingeführt, der Vorsitzende des allgemeinen Programmkomitees. In einer langen Rede berichtet er über den Geist der Konvention. Er erklärt uns, daß die Reklame eigentlich erst in den letzten Jahren zur vollen Blüte gelangt ist und daß sie notwendig wurde durch die Vermehrung der Bevölkerungsziffer der verschiedenen Nationen.

»Die Produktion war — nach dem spanisch-amerikanischen Kriege — etwas zurück hinter den Möglichkeiten, welche durch die Bedürfnisse geschaffen waren. Es war von äußerster Wichtigkeit, die Gütererzeugung so zu beschleunigen, daß die neuhinzugekommenen Millionen befriedigt werden konnten. Massenerzeugung löste das Problem und Massenreklame befaßte sich mit der Frage der schnellen Verteilung. Männer, die in der Reklamebewegung tätig waren, fanden sich in die Notwendigkeit versetzt, anderen Kenntnisse zu übermitteln, durch Methoden, die selbst vielfach auf wenig festen Unterlagen ruhten. Sie sahen bald ein, daß die Zuverlässigkeit der Reklame von großer Wichtigkeit war für das Aufblühen des Geschäftes. Aus diesen Verhältnissen heraus wurden die Vereinigten Reklameklubs gegründet, die Zentralkörperschaft, mittels welcher die örtlichen Vereinigungen gemeinsame Probleme studieren konnten. Vom ersten Tage an hat die Vereinigung ihre Verpflichtung gegenüber dem Publikum mindestens so ernst genommen, wie ihre