

M I T T E I L U N G E N

ERFOLGE NÜRNBERGER KÜNSTLER!

Bei einem Wettbewerb, den die Städt. Kunsthalle Mannheim zur Erlangung von Entwürfen für neuzeitliche Maskenkostüme ausgeschrieben hat, erhielt Prof. Max Körner, Nürnberg, den ersten Preis, einen zweiten, dritten und vierten Preis und drei Ankäufe zuerkannt. Richard Lindner, Schüler von Prof. Körner, erhielt ebenfalls einen vierten Preis und einen Ankauf. Einige weitere Preise fielen ins Staatl. Bauhaus Dessau (Weimar), nach Heidelberg, Bremen und Offenbach.

Auf der zurzeit in der Mannheimer Kunsthalle stattfindenden großen Ausstellung »Fastnacht einst und heute« ist Nürnberg durch die große Mondkalbfigur und die Mondkalbfestdekorationen von Prof. Körner und Prof. Pöhlmann vertreten, ebenso durch Entwürfe aus den Klassen Körner und Frl. Hoffmann an der Kunstgewerbeschule Nürnberg.

DAS WERBEN – EINE WISSENSCHAFT

Das Institut für Wirtschaftswissenschaft – Universität Frankfurt a. M. – hat mit der Ortsgruppe Frankfurt des Verbandes deutscher Reklamefachleute E. V. ein Zusammenwirken zur Pflege der Werbewissenschaft vereinbart. Alle im Werbewesen Berufstätigen können an den Vorlesungen der Universität über Reklame (Mittwochs von 8–9 Uhr), die Herr Dr. Scheller und Herr Dr. Isaak im Auftrage des Herrn Prof. Hellauer abhalten, teilnehmen. Nichtstudierende haben sich vorher, wie statutarisch vorgeschrieben, bei dem betreffenden Dozenten anzumelden. Sie erhalten gegen RM. 5,— pro Semester und gegen Erstattung des Honorars von RM. 2,50 pro Semester und Stunde einen Besucherschein.

Außerdem veranstaltet die Universität gemeinsam mit dem Verband deutscher Reklamefachleute E. V. populärwissenschaftliche Vortragskurse, die allen Interessenten offenstehen. Diese Vortragsabende werden öffentlich angekündigt und zur Hälfte von Dozenten der Universität, zur Hälfte von Männern aus der Reklamepraxis in einem Hörsaal der Universität gehalten.

Daneben ist ein Seminar für Werbewissenschaft in Aussicht genommen in Form gemeinsamer werbewissenschaftlicher Übungskurse. Die Kurse werden ebenfalls abends in einem Hörsaal der Universität abgehalten und sind öffentlich. Dauer eines Kurses je nach dem Hauptthema 4–7 Stunden. In diesen

Kursen werden jeweils besondere Teilgebiete der Reklame behandelt, um ein geschlossenes Bearbeiten der einzelnen Teilgebiete zu ermöglichen.

DIE FRÜHJAHRSS-BUGRAMESSE IN LEIPZIG

Leipzig rüstet sich zur Frühjahrsmesse, insbesondere trifft auch das Deutsche Buchgewerbehaus alle Vorbereitungen, um die graphische Maschinen- und Materialienmesse zum Empfang der Besucher herzurichten. Das Hauptaugenmerk wird dabei auf die Schau von graphischen Maschinen gelegt, die im Deutschen Buchgewerbehaus nun schon bald ein Jahrzehnt ihr Heim gefunden haben. Wer die Entwicklung des buchgewerblichen Messe- und Ausstellungswesens in Leipzig während dieser ganzen Zeit verfolgt hat, konnte erfreulicherweise feststellen, daß hier mit plan- und zielbewußter Hand der Gedanke verfolgt ist, im Rahmen der gesamten Leipziger Messeveranstaltung der graphischen Industrie die Ausstellungs- und Repräsentationsgelegenheit zu schaffen, auf die sie ihrer Bedeutung und Eigenart entsprechend Anspruch erheben darf.

Man darf mit Recht sagen, daß die Ausstellungsleitung stets bestrebt ist, den besonderen Wünschen der graphischen Industrie gerecht zu werden, dies trotz der schwierigen wirtschaftlichen und geldlichen Verhältnisse, die allgemein zur Sparsamkeit zwingen. Das Buchgewerbe, wie die gesamte graphische Industrie, befindet sich ja gerade jetzt in einem so bedeutungsvollen Entwicklungsprozeß nach der technischen Seite hin, daß fortwährend Neuheiten und Verbesserungen an den graphischen Maschinen, Werkzeugen und Materialien herauskommen, und diese Neuheiten werden zum erstenmal jeweils auf der Leipziger graphischen Messe im Buchgewerbehaus der Öffentlichkeit vorgeführt.

Am 5. Oktober 1925 ist die *Progreß-Werbung G.m.b.H.*, Berlin NW 7, Unter den Linden 39, errichtet worden. Die Geschäftsleitung wird gebildet von den Herren Konsul a. D. C. H. Schilling, dem bekannten Ausstellungsfachmann (ehem. Leiter der Deutschen Abteilung der Weltausstellung in San Franzisko) und Dipl.-Kfm. Franz Klaffke, der durch Veröffentlichungen in der Reklamefachpresse schon mehrfach hervorgetreten ist. Das neue Unternehmen befaßt sich mit der treuhänderischen Verwaltung von Werbe-Etats, mit der Werbeberatung, Werbe-Organisation und der Werbedurchführung.