

11. E. A. Krüger & Friedeberg, Berlin
(für die Reklame-Beleuchtungs-Industrie), einstimmig

12. Herr Ernst Growald, Berlin
(für die selbständigen Reklameberater und Reklamebureaus), einstimmig

Das sind aus 12 verschiedenen Ausstellergruppen 16 Vertreter. Dazu kommen gemäß *einstimmigem* Beschluß:

1 Vertreter des Bundes Deutscher Gebrauchsgraphiker BDG.

1 Vertreter des Verbandes Deutscher Reklamefachleute VDR.

1 Vertreter des Ausstellungs- und Messeamtes der Deutschen Industrie,

so daß der gewählte »Hauptausschuß für Reklame-messen« aus 19 Mitgliedern besteht.

III.

Die gewählten Mitglieder des »Hauptausschusses für die Reklamemessen« sollen in den einzelnen Verbänden ihrer Branche (soweit solche bestehen) eine entsprechende Propaganda für die Vereinheitlichung der Reklamemessen machen und die Verbände zum Anschluß an die Idee bewegen. — Nach etwa $\frac{3}{4}$ Jahren soll eine neue endgültige Wahl des Hauptausschusses stattfinden, für dessen Mitglieder Vorschläge zu machen sind.

IV.

Der jetzt gewählte Hauptausschuß (siehe Beschluß II) tritt am Mittwoch, den 17. März 1926 in Berlin zusammen, um folgende Tagesordnung zu erledigen:

1. Beratung und Festlegung der Zusammensetzung des »Aktionsausschusses« (Anmerkung: Die Durchführung einer jeden beschlossenen Ausstellung oder Messe soll in die Hände eines kleineren Aktionsausschusses gelegt werden, der sich aus Vertretern der Industrie, des Verbandes deutscher Reklamefachleute, des Bundes deutscher Gebrauchsgraphiker, zusammensetzt. Die betreffenden Persönlichkeiten werden für jede Veranstaltung von Fall zu Fall gewählt und es ist beabsichtigt, hierbei auf die gegebenen zeitlichen und örtlichen Verhältnisse entsprechende Rücksicht zu nehmen,
2. Beratung über das finanzielle Risiko bei den künftigen deutschen Reklamemessen.

3. Besprechung des Planes einer nächsten deutschen Reklamemesse.

4. Beschlußfassung über die Aufbringung und Tragung der entstehenden Verwaltungskosten der Ausschüsse für die Vereinheitlichung des Ausstellungs- und Messewesens der deutschen Reklame-Industrie. (Anmerkung: Der Jahresbeitrag dürfte sich pro Firma zwischen M 10.— bis M 60.— bewegen.)

5. Festsetzung der nächsten Plenarsitzung.

V.

Die zusammengeschlossenen Firmen erhalten einen Bericht der heutigen Versammlung. Die Firmen werden gebeten, eine Erklärung abzugeben, mit welcher sie sich zu den Beschlüssen der heutigen Versammlung einverstanden erklären und diese als verbindlich anerkennen. Der Ausschuß faßt diese Verbindlichkeitserklärungen aktenmäßig zusammen und fordert solche auch von neuen, hinzutretenden Firmen ein.

Die Geschäftsstelle des Ausschusses verbleibt bis zum Zusammentreten des gewählten Hauptausschusses beim vorbereitenden Ausschuß:

Berlin W 35, Potsdamer Straße 122c,
Meißner & Buch.«

Am Mittwoch, den 17. März 1926 fand dann die eingangs erwähnte Sitzung des Neunzehnerausschusses statt, in welcher der oben genannte Verband gegründet wurde, gleichzeitig wurde beschlossen, im Jahre 1928 die erste deutsche Reklamemesse zu veranstalten. Prof. Frenzel erhielt den Auftrag, festzustellen, welche Städte sich in Deutschland überhaupt zur Abhaltung einer Reklamemesse eignen, des Weiteren wurde ein vorläufiger Arbeitsausschuß zur Ausarbeitung von Plänen für diese deutsche Reklamemesse 1928 eingesetzt; ihm gehören an: Ernst Growald, Professor H. K. Frenzel sowie je ein Vertreter des Bundes Deutscher Gebrauchsgraphiker und des Verbandes Deutscher Reklamefachleute.

Die Geschäftsführung des Verbandes liegt auf einstimmigen Beschluß der Versammlung in den Händen der Firma Meißner & Buch. Die Anschrift lautet: Reichsverband Deutsche Reklamemesse, Berlin, Potsdamer Straße 122c. (Meißner & Buch). Alle Informationen werden von dort erteilt, und alle Beitrittserklärungen sind dorthin zu richten.

Frenzel