



L. Levisson
holländischer Delegationsführer



Slavoboj Tusar
Delegationsführer der Tschecho-Slowakei



Dr. L. Th. Leger
belgischer Delegationsführer

Agentur in New York und Präsident des Programm-Komitees der International Advertising Association, Berlin, um mit weiteren ihm bekannten Persönlichkeiten der deutschen Reklame-Führung zu nehmen. Die Besprechungen galten in der Hauptsache dem Kongreß 1929 und zwar wurden die Voraussetzungen für die Abhaltung eines derartigen Kongresses durchgesprochen. An den Verhandlungen nahmen damals teil Generalsekretär Rose vom Verband Deutscher Reklamefachleute, Herr Direktor Birnbaum von der »Ala«, Reklameberater Dr. Kauffmann, Berlin, und Prof. H. K. Frenzel, Berlin.

Schließlich fanden dann im September vorigen Jahres anlässlich der Hauptversammlung des Verbandes Deutscher Reklamefachleute in München weitere Besprechungen statt, zu denen Herren aus Frankreich, England, Dänemark, Holland, der Schweiz und anderen Staaten erschienen waren. Es wurde nun eine federführende Stelle für Deutschland beim VDR (Verband Deutscher Reklamefachleute) eingerichtet, der der Vorsitzende des VDR, Herr Direktor Riesebrodt, vom Deutschen Werbeclub Herr Mertz, vom Reichsverband Deut-



sche Reklamemesse Prof. H. K. Frenzel angehörten. Die federführende Stelle lud dann 28 deutsche Verbände zu Vorbesprechungen ein. Von Paris aus war ein Statuten-Entwurf vorbereitet worden sowie auch der Gründungskongreß. Am 22. Mai trafen sich dann die Vertreter von 15 europäischen Staaten in Paris.

Der Verlauf des Kongresses

Hauptaufgabe des Kongresses war es, Zweck und Ziel des Verbandes zu bestimmen, sie in den Statuten zu verankern und die Durchführung des gestellten Arbeitsprogrammes zu sichern. Die Verhandlungen nahmen mehrere Tage in Anspruch und führten dann zu dem Zusammenschluß. Der Verband erhielt die Bezeichnung »Union Continentale de la Publicité Kontinentaler Reklame-Verband Continental Advertising Association«

Als Zweck des Verbandes wurde in Artikel 3 der Satzungen bestimmt: Der Zweck dieses Verbandes ist es, die Zusammenarbeit zwischen den Reklameverbänden Kontinental-Europas zu fördern und ganz allgemein die Entwicklung des Werbewesens zu unterstützen