

*Mitteilungen:*  
REICHSV ERBAND  
DEUTSCHE REKLAMEMESSE E.V.

*Schriftleiter: Dr. A. Krenz - Geschäftsstelle: Berlin W, Potsdamerstr. 122 c.*

GEGENWARTS- UND ZUKUNFTSAUFGABEN DER  
GRAPHIK ALS MITTEL DER REKLAME

VON FR. W. SCHMIDT

GENERALSEKRETÄR DES VEREINS BERLINER BUCHDRUCKEREIBESITZER E. V.

DIE in diesem Sommer in Berlin veranstaltete Reklameschau gewinnt erhöhte Bedeutung durch ihr zeitliches Zusammentreffen mit der 25. Jahrestagung der International Advertising Association (Weltreklameverband) und des Kongresses der Europäischen Reklameverbände. Der Reklameschau ist somit ein klares Ziel gewiesen: die würdige Darstellung des deutschen Werbewesens vor den Fachleuten der ganzen Welt. Wird diese Aufgabe glücklich gelöst, so ist der deutschen Wirtschaft im Kampfe um den Weltmarkt ein unschätzbare Dienst geleistet.

Sinn und Zweck jedweder Reklame in Schrift wie in Bild ist Werbung von Warenkäufern durch Erweckung öffentlichen Interesses. »Öffentlich« ist hier im weitesten Sinne zu verstehen. Die Reklame wendet sich nicht an die begrenzte Öffentlichkeit deutscher Käuferscharen, sie will vielmehr aus allen Völkern der Erde Käufer heranziehen. Im Zeitalter der Weltwirtschaft sucht die deutsche Industrie Absatzmärkte überall, sie muß es tun, da die deutsche Nation, in zu engen Raum eingeschlossen, mit drückenden Schuldverpflichtungen belastet, Industrieerzeugnisse in immer steigendem Maße zur Ausfuhr bringen muß, wenn sie nicht an Atemnot eingehen will. Da Deutschland an Naturschätzen arm ist, kommen für die Ausfuhr in der Hauptsache Fabrikate in Betracht. Je schärfer der Wettbewerb auf dem Weltmarkt einsetzt, desto mehr kommt es auf eine einwandfreie, hochwertige Qualität der deutschen Erzeugnisse an und auf die sorgsame und planmäßige

Entwicklung deutscher Spezialitäten. Die jetzt lebhaft auf Rationalisierung und Normung gerichteten Bestrebungen unserer Industrie erleichtern die Erreichung dieses Zieles. Doch die Güte der Ware allein gewährleistet noch nicht ihre denkbar weiteste Verbreitung; vielmehr müssen ihre Vorzüge der Öffentlichkeit sinnfällig verkündet werden, so daß jeder als Verbraucher in Betracht kommende Mensch sich durch Kauf von der vorzüglichen Qualität überzeugen kann. Hier beginnt die Aufgabe der Reklame: in Schrift und Bild, kurz und bündig, klar und anschaulich die wesentlichen und die einzigartigen Eigenschaften der Ware aufzuzeigen.

Unter den vielen Ausdrucksmitteln der Reklame sind Schrift und Bild auch heute noch die wesentlichsten. In diesem Sinne ist die Graphik die Waffenschmiede der Reklame. Buchdruckerkunst, Vervielfältigung von Schriften und Zeichnungen, dient der Verbreitung (was wörtlich dasselbe ist wie Propaganda), der Wissenschaft, der Literatur, der Kunst; sie ist seit der Großtat des deutschen Meisters Gutenberg unentbehrliches, hauptsächlich Ausdrucksmittel menschlichen Geistes, notwendige Voraussetzung zweckhafter und wirksamer Geistesarbeit, nicht wegzudenkendes Veranschaulichungsmittel aller Geisteskämpfe. Auch die Kämpfe um die Absatzmärkte werden heutzutage mit geistigen Waffen ausgetragen. Schrittmacher und Pionier der Industrie in diesem Kampfe ist die geistgewappnete Reklame. Ihr hat die Graphik die Rüstkammer zu füllen.