

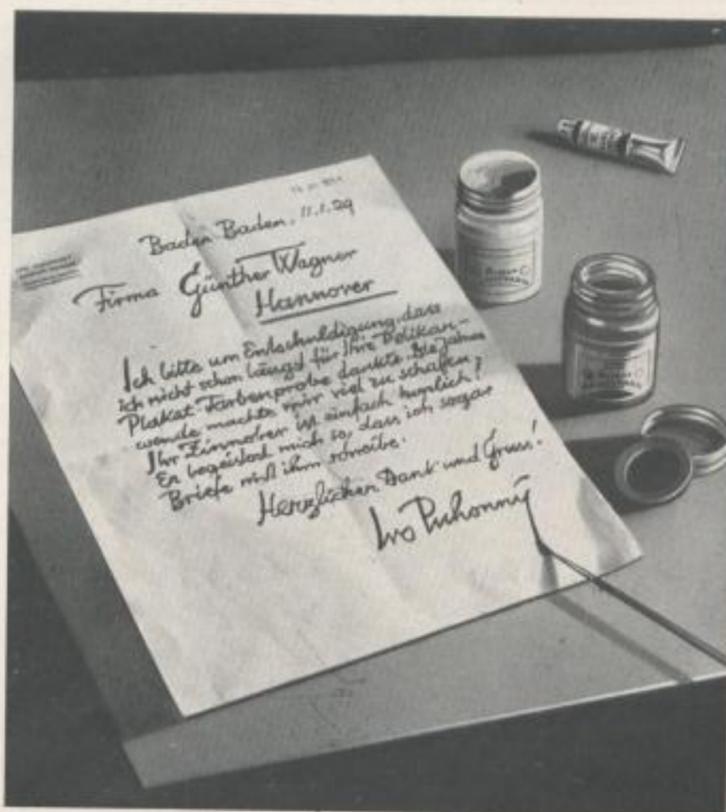
jedem Beschauer sinnfällig gemacht werden. Es ist beabsichtigt zu beweisen, daß, wenn die Kunst der Reklame überhaupt helfen kann, beste Kunst am besten helfen muß. Darin liegt ja wohl auch der Sinn der großen Anstrengungen, die für diese Reklameschau gemacht werden, daß sie Klarheit geben soll über die Richtigkeit aller Reklamewege.

Es kommt dann noch eine besonders wichtige Gruppe, »die Schaufenster« und Ladenstraße«. Das Schaufenster als das wesentlichste Werbemittel des Detailhändlers muß natürlich im Rahmen der Reklameschau besonders behandelt werden, denn es kann sich nicht darum handeln, Dekorationen in den üblichen ausstellungsmäßigen Modellkojen vorzuführen, sondern in Verbindung mit den Schaufensterdekorateuren und Einzelhändlern sollen Branchenschaufenster gestellt werden. Das heißt, es sollen Fenster geschaffen werden, die in der ganzen Architektur innerlich und äußerlich in der Beleuchtung und in ihren Ausmaßen den Erzeugnissen jeder einzelnen Branche angepaßt werden. Es werden also ein vorbildliches Schuh-, Lebensmittel-, Eisenwaren-, Juwelier- oder Goldschmiedefenster usw. nach den neuesten Erfahrungen der Auslage- und Dekorationskunst geschaffen werden.

Die Ausstellungsleitung ist bestrebt, in dieser Schau allen Reklameverbrauchern und allen Laien Anregungen zu geben, wie man die Reklame zu höchster Wirkung bei größtmöglicher Wirtschaftlichkeit bringen kann. Alle Aussteller und Reklamemittelhersteller sollten deshalb schon heute in den Kreisen ihrer Kunden und Interessenten

eine starke Werbung für den Besuch der Ausstellung entfalten, damit die Werbearbeit der ausstellenden Verbände und des Messeamtes auf einen gut vorbereiteten Boden fallen.

Frenzel



Eine der vielen Anerkennungen über Pelikan-Plakatfarben. Kennen Sie diese Farbe noch nicht, so steht Ihnen eine ausführliche Druckschrift Nr. 199 G und eine Probetube zur Prüfung gern kostenfrei zur Verfügung.

GÜNTHER WAGNER, HANNOVER U. WIEN