



ERNST GROWALD

Vorsitzender des Arbeitsausschusses der Reklameschau 1929
Chairman of the Working Committee of The Advertising Exhibition, Berlin 1929



KARL VETTER

Chefredakteur und Geschäftsführer der »Reklameschau 1929, Berlin« im Ausstellungs-, Messe- und Fremdenverkehrsamt der Stadt Berlin
Exhibition, Fairs and Tourist Department, City of Berlin and Business Manager of the "Reklameschau 1929, Berlin"



PROF. H. K. FRENZEL

Geschäftsführendes Vorstandsmitglied des Reichsverbandes Deutsche Reklame-Messe und Künstler, Leiter der Reklameschau 1929, Berlin
Active Member of Committee of the National Association for German Advertising Fairs and Art Director of the Reklame Schau 1929, Berlin

ERNST GROWALD:

Reklame-Verbraucher und Hersteller! Fachleute und Laien! Tausend und mehr Hände haben Tage und Nächte geschafft, um zu zeigen, was tausend und mehr Gehirne erdacht und tausend und mehr Menschen- und Maschinenkräfte auf dem so vielfältigen und vielfarbigen Gebiete der alles bewegendem Reklame hervorgebracht haben. Die Reklameschau ruft: Kommen Sie! Schauen Sie, hören Sie und lernen Sie! Die Gelegenheit ist günstig!

Advertising! To All who Advertise—Design Advertisements—Arrange Advertisements. Experts and Amateurs. A Thousand Hands, working day and night, have completed the work of a Thousand Brains, which have toiled to show you what a Thousand Men and machines working with 1000-horse power have achieved in the realm of Advertisement! The Advertising Exhibition calls you: Come one, come all! There is lots to see and lots to learn! Don't miss this great opportunity!

PROF. H. K. FRENZEL:

Trotzdem der wirtschaftliche Wert großer Ausstellungen heute allgemein angezweifelt wird, haben sie doch etwas für sich, was durch keine andere Unternehmung ersetzt werden kann. Sie spornen an zu Höchstleistungen und zur Weiterentwicklung. Besonders bei allen Industrien mit künstlerischem Einschlag wird diese »Konkurrenz der Konkurrenten« immer von großer Bedeutung sein. Es ist nur notwendig, daß wir den richtigen Zeitpunkt für solche Veranstaltungen abwarten und ihr auch nach außen hin Geltung verschaffen.

Durch den 25. Welt-Reklame-Kongreß ist die Reklameschau 1929 Berlin wirtschaftlich vollkommen begründet.