

## H. K. F R E N Z E L :

Although to-day many doubts are loud as to the economic value of large exhibitions, there is yet something about them which cannot be replaced, or its results attained in any other way.

They give inspiration, spurring on to highest achievement and to further development. This "rivalry of rivals" will always be of especial significance for all branches of industry in which art also has something to say. It is only necessary that we should wait for the right moment to institute such things and that their value and importance should be able to make itself widely felt.

The 25<sup>th</sup> World Advertising Congress in sufficient economic justification for the Reklameschau 1929 Berlin.

## K A R L V E T T E R :

Alle Zeichen lassen erkennen, daß diese Veranstaltung, in der zum ersten Male *die Reklame für sich selbst* vor den Millionen des Publikums *Reklame macht*, einer neuen Etappe der deutschen Werbegeschichte das Signal geben wird.

*Diese Schau trifft uns gerade in dem Moment, da Deutschland seine Wirtschaft auf eine neue Basis stellen muß. Der Youngplan mit seinen großen Dauerlasten zwingt uns für den Ertrag deutscher Arbeit eine neue Steigerung zu suchen. Und die muß unbedingt in einer Gesundung des inneren Marktes durch Ausschaltung entbehrllicher Auslandsprodukte und in einer weiteren Hebung des Exports bestehen.*

*Und dazu gehört nun einmal das Rüstzeug, das auf der »Reklameschau 1929 Berlin« dem Beschauer sich zeigt!*

Everything seems to indicate that this show, in which, for the first time, Advertising steps before the million-headed public to advertise itself, will prove a new milestone in the history of German publicity.

This exhibition comes at the very moment when Germany is forced to put her economic affairs upon a new basis. The Young Plan with its heavy permanent burdens, forces us to seek new ways of increasing the productivity of German labor. The only way to do this is to increase exports and banish superfluous foreign products as far as possible from the home market.

The weapons with which this is to be accomplished are displayed before every visitor to the »Advertising Exhibition, 1929, Berlin.«

## P A U L W I N K L E R - L E E R S :

Wir deutschen Gebrauchsgraphiker begrüßen in der »Reklameschau 1929« die erste gemeinsame Veranstaltung der deutschen werblichen Verbände und maßgebenden Firmen des Werbewesens, soweit sie im Reichsverband »Deutsche Reklame-Messe« zusammengeschlossen sind.

Mit der verdienten, zielbewußten Leitung des Reichsverbandes sehen wir die Aufgabe der Reklameschau darin, für die deutsche Werbung zu werben, engere Beziehungen zwischen Reklameverbrauchern und Reklameerzeugern zu schaffen und den Sonderinteressen einzelner Gruppen, die *Zusammenfassung der schöpferischen Kräfte* der deutschen Werbung, — seien sie künstlerischer, wissenschaftlicher, organisatorischer oder technischer Art — gegenüberzustellen.

Innerhalb dieses gemeinsamen Zieles wünschen wir Gebrauchsgraphiker und Werbekünstler auf die *künstlerische Gestaltung* der Werbemittel mit Nachdruck hinzuweisen und sie als *wirtschaftliche Notwendigkeit und kulturelle Forderung* in Erscheinung treten zu lassen.