

Mitteilungen:
REICHSV ERBAND
DEUTSCHE REKLAMEMESSE E.V.

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

MAX RIESEBRODT
VIZEPRÄSIDENT DES KONTINENTALEN REKLAMEVERBANDES

DIE REKLAMESCHAU BERLIN 1929 UND DER
WELT-REKLAMEKONGRESS

DIE Veranstalter der Reklameschau 1929 Berlin, nämlich der Reichsverband Deutsche Reklamesmesse EV. und das Ausstellungs-, Messe- und Fremdenverkehrsamt der Stadt Berlin, haben in großzügiger Weise vor längeren Monaten ihre Pläne über die Veranstaltung der Reklameschau 1929 umgestoßen, um deren Abhaltung zurzeit des Welt-Reklame-Kongresses in Berlin zu ermöglichen. Alle Beteiligten wissen, daß hierbei große Schwierigkeiten zu überwinden waren, und deshalb verdienen die Veranstalter den lebhaftesten Dank aller, die an den Herbstkongressen dieses Jahres und an der Werbung überhaupt interessiert sind.

In den 25 Jahren des Bestehens der International Advertising Association waren die alljährlichen Generalversammlungen mit einer Ausstellung bzw. Messe verknüpft, die, mehr oder minder gelungen, einen größeren oder kleineren Überblick über das Werbegeschehen der Zeit bzw. einen Ausschnitt aus der Werbung des Kongreßlandes bot. So hängen auch die deutsche Reklameschau 1929 Berlin und der Welt-Reklame-Kongreß, die 25. Generalversammlung des Welt-Reklame-Verbandes, innig zusammen. Alles, was in den Plenarsitzungen des Welt-Reklame-Verbandes und in seinen besonderen Fachgruppensitzungen durch erste Vertreter des Faches mündlich vorgetragen und erörtert werden wird, soll durch die Reklameschau 1929 eine eindringliche praktische Ergänzung erfahren. Man soll nicht Vorschußlorbeeren reichen; aber wer die Vorbereitungen zur Reklameschau verfolgt hat, weiß schon jetzt,

daß sie für die werbliche Welt nicht nur Deutschlands, sondern Europas und darüber hinaus ein Ereignis allerersten Ranges sein wird. Sie soll den Besuchern der zahlreichen werblichen Kongresse im August — und es finden ja außer dem Welt-Reklame-Kongreß noch die Generalversammlung des Kontinentalen Reklameverbandes und die Hauptversammlungen zahlreicher deutscher werblicher Organisationen statt — einen umfassenden Überblick über die geschichtliche Entwicklung, über die Praxis, die Industrie, die Kunst und die Wissenschaft der Reklame darbieten. Die ausländischen Besucher werden in den Sonderausstellungen der einzelnen Staaten und Länder die Reklame ihrer Heimat wieder finden; der Schwerpunkt aber liegt darin, daß den Werbefachleuten aus dem In- und Auslande gezeigt werden wird, wie sich die deutsche Werbung, und zwar in allen ihren Teilen bis in die feinsten Verästelungen, bis zum heutigen Tage präsentiert.

Wenn ich sage, daß der Welt-Reklame-Kongreß und die Reklameschau zusammengehören, so scheint mir das in doppeltem Sinne zutreffend zu sein. Wie hätte man es verantworten sollen, so ungewöhnlich zahlreich besuchte Zusammenkünfte von Werbefachleuten der ganzen Welt vorüberziehen zu lassen, ohne ihnen einen Begriff von dem Gesicht der deutschen Reklame zu geben, und wo wäre andererseits eine bessere Gelegenheit, das Weltparlament der Reklame tagen zu lassen, als anläßlich dieser großangelegten deutschen Reklameschau? Die Veranstalter der Reklameschau sind an ihre Aufgaben zwar mit großen Idealen