



**BERLIN-CHARLOTTENBURG
BISMARCKSTR. 97/98
C1 STEINPLATZ 7108**

sollten und würden; dementsprechend sind mündliche und briefliche Verhandlungen hierüber geführt worden, die aber keine Gegenliebe fanden.

Nachdem jahrzehntlang der Stand der Reklameberater nur durch Einzelercheinungen vertreten gewesen ist, und es außerhalb des engeren Fachkreises auch nur wenige gab, die von deren Dasein überhaupt Kenntnis nahmen, sind in letzter Zeit Reklameberater in größerer Zahl zu verzeichnen, deren Tätigkeit und Erfolge aber nicht immer offen daliegen.

Die *Reklameschau* hätte nun gerade die Gelegenheit geboten, die Arbeit des auch heute noch beschränkten Kreises ernst zu nehmender Reklameberater in der Öffentlichkeit für sich sprechen zu lassen. Umso eigenartiger muß die Ablehnung berühren, selbst als Aussteller aufzutreten. So schreibt einer der Herren z. B.:

„ So habe ich zum Zeitpunkt der Ausstellung ein relativ beschränktes Interesse an der Acquisiton neuer Klienten. Aus diesem Grunde brauche ich keinen Platz in der Ausstellung zu eigenen Werbezwecken“.

Da die Reklameberater nun als Aussteller nicht in dem erwünschten Umfange in Erscheinung treten werden, möchte ich wenigstens der Hoffnung Ausdruck geben, daß sie durch eingehendes Studium der einzelnen Ausstellungsobjekte Nutzen aus der Ausstellung ziehen.

Jedenfalls wird die Ausstellung sowohl in ihrem offiziellen wie in dem industriellen Teil jedem ernsthaft strebenden Reklameberater ein reiches Studiumfeld bieten.

Sehr eigenartig ist die Einstellung einer Anzahl bekannter Reklameverbraucher zu der Abteilung „*Die Volksbelustigung als Reklamehelfer*“ die zeigt, daß diese Firmen an Humorlosigkeit nichts zu wünschen übrig lassen. Denn sie glauben, daß es ihrer „Würde“ schade, wenn ihre Reklamefigur zum Mittelpunkt des Volkswitzes wird. Trotzdem wird auch diese Abteilung der *Reklameschau* voraussichtlich ein eigenartiges und charakteristisches Bild zeigen und auch den Reklameberatern so manche Anregung bieten.

Die Abteilung „*Städte-Monographien*“, die für die Reklameberater von besonderem Interesse ist, wird von der Ausstellungsleitung selbst, also vollkommen unbeeinflußt und objektiv gestaltet. Es ist zu hoffen, daß gerade die *Städte-Monographien* in der nunmehr in Erscheinung tretenden Form die Anregung bieten werden, für sämtliche Städte Deutschlands derartige Monographien zu schaffen.

Für die Reklameberater wird natürlich auch die