



Gilbert Hodges
Präsident des Advertising Clubs,
New York



Lord Riddell
London



James W. Brown
New York



Sir William Crawford
Präsident des Internationalen
Kontakt Komitees

durch den Völkerbund ausführen zu lassen. Er kam dabei zu dem Resultat, daß ein derartiger Werbefeldzug, auf der ganzen Welt durchgeführt, in einem Jahre nicht einmal soviel kosten würde wie ein kleiner Panzerkreuzer.

Es ist bekannt, daß der Wahlspruch der International Advertising Association: »Wahrheit in der Reklame« von den Amerikanern mit allergrößtem Ernst verfolgt wird, und so galt eine der wichtigsten Verhandlungsgruppen auch der Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs und des geistigen Diebstahls in der Reklame. Gerade in den letzten Jahren ist auf diesen Gebieten in fast allen Ländern sehr schwer gesündigt worden. Von den Amerikanern sind die Grundideen ganzer Werbefeldzüge kopiert worden, und amerikanische Firmen wiederum haben sehr viel künstlerische Schöpfungen Europas, besonders aus dem Gebiete der Schriftgießereien kopiert. Es ist beschlossen worden, alle diese Erscheinungen auf das schärfste zu bekämpfen und in allen Ländern einen gleichmäßigen Schutz der geistigen und künstlerischen Arbeiten in der Reklame zu sichern. Alle Fachgruppen haben besondere Zusammenkünfte abgehalten, und es sind wichtige Vereinbarungen für fast alle Spezialzweige getroffen worden.

22 verschiedene Staaten waren durch offizielle Delegationen auf dem Welt-Reklame-Kongreß in Berlin vertreten, und die großen wichtigen und fachlichen Verhandlungen wurden durch ein Festprogramm begleitet, dessen Vielgestaltigkeit wohl auch einen Weltrekord darstellte.

Es muß als ein großes Glück für das Gelingen des Berliner Kongresses angesprochen werden, daß der ehemalige Reichskanzler Dr. Hans Luther den Vorsitz des Arbeitsausschusses sowie auch des Ehrenausschusses übernommen hatte. Im Gegensatz zu den anderen Ministern, deren Reden mehr

He arrived at the result that the total costs for such a publicity campaign, extending over the whole world for a whole year would not amount to the cost of a small armoured cruiser.

It is well-known that the Americans take motto of the International Advertising Association, "Truth in Advertising" with intense seriousness, and one of the most important sections of the negotiations was that dealing with the battle against unfair competition and intellectual thievery in advertising. Precisely of late years there have been many sinners in this respect in nearly all countries. The fundamental ideas of whole advertising campaigns have been copied from the Americans, and again American firms have copied many intellectual achievements from Europe, especially in the field of printing types. It has been resolved to combat all these phenomena in the sharpest possible manner, and to secure equal protection for intellectual and artistic creation in advertising in all lands. All groups of experts held especial sittings, and important resolutions for almost all special branches were passed.

No fewer than 22 different states were represented at the World Advertising Congress in Berlin by official delegations, and the great important and expert negotiations were accompanied by a festival program so many-sided that it may well have constituted a world-record in itself.

It must be regarded as a great piece of good fortune for the success of the Berlin Congress that the former Reichs Chancellor Dr. Hans Luther could be secured as Chairmann of the Working Committee as well as of the Honorary Committee. In contrast to the other ministers, whose speeches were concerned more or less with their political attitude to the problems of the day, Dr. Hans Luther conducted the congress in a supremely objective