

nenten des Fachs aus aller Welt vereinigt, teilnehmen. Diesen Damen und Herren gilt unser besonderer Gruß, und wir verbinden damit die Hoffnung, daß unsere Ausstellung Ihnen ein eindrucksvolles Bild von der Praxis der deutschen Werbung verschaffen möge:

Meine Damen und Herren! Die Arbeit des Reichsverbandes Deutsche Reklame-Messe, in dem heute 12 maßgebende Verbände des Fachs sowie die führenden Firmen der Reklame-Industrie vereinigt sind und dem das deutsche Ausstellungs- und Messeamt von Anfang an beratend zur Seite stand, begann im Jahre 1925 mit dem Grundsatz, regulierend in das Ausstellungs- und Messewesen unseres Gebietes einzugreifen. Wir waren und sind der Meinung, daß die Bedürfnisse die Führung behalten müssen, und daß dieses Prinzip auch die Richtschnur unseres Handelns für die Zukunft bleiben soll. Wir sind vorsichtig zu Werke gegangen und haben durch stete Einmütigkeit innerhalb unseres Mitgliederkörpers erreicht, daß zunächst eine Ausstellungspause von vier Jahren geschaffen wurde. Während dieser Zeit haben wir die „Reklameschau 1929 Berlin“ vorbereitet und schließlich in Gemeinschaft mit dem Ausstellungs-, Messe- und Fremdenverkehrsamt der Stadt Berlin so durchgeführt, wie sie nun vor Ihnen steht.

Es gibt wohl keinen Berufszweig, der so mit dem Leben der Menschen verbunden ist als die Reklame. Jeder Mensch ist entweder Objekt oder Subjekt der Reklame. Darum geht die Reklame heute alle an. Wir möchten deshalb dem großen Publikum beweisen, daß gute, wahre, ernstzunehmende Reklame keine unangenehme, sondern eine erfreuliche, wertvolle Erscheinung des Lebens ist; es soll die veraltete Vorstellung, daß Reklame die Wirtschaft und den Verbraucher belasten, durch Aufklärung beseitigt und gezeigt werden, daß die Propaganda dem Geschäfte dient. Die Ausstellung ist darum auch nicht nur für die Großverbraucher der Reklame zugeschnitten, sondern sie soll jedem die Möglichkeit geben, sich auf diesem Gebiete selbst zu helfen. Aus diesem Grunde haben wir gewissermaßen noch einmal von vorn angefangen; es wird gezeigt, was die geschichtliche Vergangenheit uns an Reklamematerial überliefert hat. Die Leistungsschau der Industrie zeigt die Gegenwart, und in den einzelnen Ausstellungsgruppen haben wir versucht, das zusammenzufassen, was wir für die Zukunft und die wirtschaftliche Entwicklung der Reklame als richtig erkannt zu haben glauben.

Es war auch unser Wunsch, allen Berufsgruppen zu helfen, und wenn die „Reklame-

schau 1929 Berlin“ hier und da noch eine Lücke aufweist oder manches nicht in der Form zur Darstellung gelangen konnte, wie wir es gewünscht hätten, so sei auch an dieser Stelle nochmals betont, daß sie geschaffen worden ist, damit alle aus ihr lernen sollen, *auch wir selbst!* Und allen, die uns aus der ersten Ausstellung Gelerntes bei der nächsten Ausstellung Verwertbares zur Verfügung stellen bzw. sachliche, gesunde Kritik üben, erklären wir angesichts der alles umfassenden Aufgaben der Reklame:

*Wer uns und unseren Bestrebungen hilft,
hilft sich selbst!*

Meine Damen und Herren! Ich erfülle so dann mit besonderer Freude die Ehrenpflicht, der Stellen und Männer zu gedenken, durch deren persönliche, aufopfernde Arbeit das vor uns stehende Werk geworden ist. Dem vom Reichsverband Deutsche Reklame-Messe eingesetzten Arbeitsausschuß, dem zwei maßgebende Herren der Presse und ein Delegierter der Hauptgemeinschaft des deutschen Einzelhandels beitraten, unter Führung seines Vorsitzenden, Herrn Ernst Growald, oblag die Bestimmung der Form und Gestaltung der „Reklameschau 1929 Berlin“, deren Durchführung dann in zahllosen Sitzungen und Einzelbesprechungen mit den maßgebenden Herren des Ausstellungs-, Messe- und Fremdenverkehrsamtes der Stadt Berlin beraten wurde. Die Ausführung der einzelnen attraktiven Abteilungen wurde in die Hände fachkundiger Persönlichkeiten gelegt:

So grüßt uns in dieser „Alten Stadt“ ein Meisterwerk unseres Vorstandsmitgliedes *Professor Frenzel*, der außerdem als künstlerischer Beirat für die gesamte Reklameschau wirkte und in allem eine Arbeit leistete, die in ihrem Ausmaß und ihrer Qualität nicht hoch genug gewertet werden kann.

Für die Durchführung der „Historischen Abteilung“ haben wir den besten Kenner alter Gebrauchsgraphik, Herrn *Senatspräsident Walter von Zur Westen* gewonnen, der die verborgensten Schätze historischer Reklamemittel in das Licht der Ausstellung setzte.

Die *Eigenreklame der Länder und Städte* wurde durch Herrn *Bodo Ronnefeld* organisiert und aufgebaut.

Die *Reklamebücherei*, in welcher die hauptsächlichsten Erscheinungen der Literatur unseres Fachs in geschlossenen Werken und Zeitschriften zusammengetragen ist, hat Herr *Johannes Schmiedchen* geschaffen und katalogisiert.

Die hochinteressante und umfangreiche Ab-