

teilung „Die künstlerische Form als werbende Kraft“ verdanken wir der mühsamen und klugen Arbeit unseres Herrn Paul Winkler-Leers und seinen Mitarbeitern aus dem Bund Deutscher Gebrauchsgraphiker.

Die „Neue Stadt“ ist entworfen worden von Herrn Architekt Leo Nachtlicht und an ihrem Aufbau sind beteiligt die Firmen Osram, AEG. und Atrax G. m. b. H., Berlin.

„Die Ladenstraße — Die Sprache des Schaufensters“ unterstand der Organisation des Herrn Bruno Seydel, dem 1. Vorsitzenden des Bundes deutscher Schaufensterdekorateure.

Allen diesen Herren sei hiermit der herzlichste bleibende Dank und die Anerkennung der Veranstalter der „Reklameschau 1929 Berlin“ ausgesprochen, verbunden mit dem Wunsche, daß ihre große Arbeit auch den Beifall und die Freude der Besucher finden möge, die sie verdient!

Zuletzt, aber nicht an letzter Stelle muß ich der Zusammenarbeit mit dem Ausstellungs-, Messe- und Fremdenverkehrsamt der Stadt Berlin und seiner maßgebenden Herren gedenken. Dieses große und im Gegensatz zu anderen Ausstellungen vollkommen individuell zu behandelnde Projekt erforderte eine außergewöhnliche, von bestem Geist und Willen getragene Zusammenarbeit in allen Fragen. Wir haben mit unseren Plänen beim Ausstellungs-, Messe- und Fremdenverkehrsamt der Stadt Berlin nicht nur jederzeit vollstes Verständnis, sondern auch größte Bereitwilligkeit und weitest. Entgegenkommen gefunden, um die Gedanken und Vorschläge zur Ausführung zu bringen. Wir gedenken gern der angenehmen fruchtbaren Verhandlungen

und Beratungen mit Herrn Direktor Dr. Adolf Schick. Wir haben stets unsere Freude gehabt an der Zusammenarbeit mit Herrn Chefredakteur Karl Vetter, dem Geschäftsführer der „Reklameschau 1929 Berlin“ und seinem Assistenten Bruno Mendel.

Diesen Herren gebührt unser besonderer Dank und unsere lebhaft. Anerkennung für ihre große Arbeit, und wir geben der Hoffnung Ausdruck, daß auch sie in dem Erfolg den schönsten Lohn finden mögen.

Und was wir schließlich noch von ganzem Herzen herbeiwünschen, das ist der Lohn und der Erfolg für die Firmen und Unternehmungen, die hier als Aussteller mit ihrem ganzen Können und Wollen zu einem friedlichen Wettbewerb angetreten sind. Ich glaube, daß Sie, sehr geehrte Damen und Herren, überrascht sein werden von den hohen Leistungen, welche die Industrie Ihnen auf dieser Schau vorführt. Sie werden auch freudig überrascht sein über die Form und die geschmacklich hochstehende Aufmachung des Rahmens, in dem Ihnen diese Leistungsschau dargeboten wird.

Angesichts dieser außerordentlichen Aufwendungen ist eine der vielen Deutungen des offiziellen Plakates der Reklameschau wohl zu verstehen, nach welcher die Industrie scharf nach Aufgaben ausspäht und das Ohr spitzt, um Aufgaben entgegenzunehmen. Wir haben den Optimismus, daß die Hoffnungen nicht enttäuscht werden, sondern daß sich neben dem moralischen Erfolg auch der wirtschaftliche Erfolg einstellen wird in Form einer Belebung des Marktes der Reklame.

In diesem Sinne der „Reklameschau 1929 Berlin“ ein herzliches „Glück auf!“

#### ANLÄSSLICH DER VORBESICHTIGUNG DER »REKLAMESCHAU 1929 BERLIN«

AM 9. AUGUST 1929, HIELT HERR DR. ADOLF SCHICK, DIREKTOR DES MESSE-AUSSTELLUNGS- UND FREMDENVERKEHRSAMTES DER STADT BERLIN, FOLGENDE ANSPRACHE:

Meine sehr geehrten Damen und Herren!

Während in den Ausstellungshallen in dem bereits seit mehreren Tagen und Nächten andauernden fieberhaften Tempo die letzten Arbeiten geleistet werden, um in der kommenden Nacht bis zur morgigen Eröffnung um 11 Uhr vormittags die Reklameschau Berlin 1929 restlos fertigzustellen, dürfen wir die zahlreich erschienenen Vertreter der in- und ausländischen Tages- und Fachpresse heute bereits zu einer Vorbesichtigung der vor der Vollendung stehenden Schau aufs herzlichste begrüßen!

Dem Hauptträger der großen Schau, dem Reichsverband Deutsche Reklame-Messe, in dem sich 12 maßgebliche Verbände der Werbe-Wirtschaft und -Kunst zur Wahrnehmung ihrer Ausstellungs- und Messe-Interessen zusammengeschlossen haben, gilt in dieser Stunde in erster Linie der aufrichtige Dank unseres Amtes für die Wahl Berlins als Veranstaltungsort dieser großen Fachschau. Wenn wir auch glauben, daß Berlin für diese Wahl als größter Produzent und Konsument für Reklame der gegebene Sitz einer Reklameschau aus natürlichen Gründen sein muß, so haben wir doch