Mitteilungen:
REICHSVERBAND
DEUTSCHE REKLAMEMESSE E.V.
Schriftleiter: Dr. A. Krentz – Geschäftsstelle: Berlin W 35, Kurfürstenstr. 149.

Dr. THEODOR ASSHEUER

DIE ANNONCENEXPEDITIONEN AUF DER REKLAMESCHAU BERLIN 1929

Die Reklameschau 1929 hat in ihrem Gesamtbild etwas gemeinsam mit dem mannigfachen, auffälligen Nebeneinander, mit dem scheinbaren und doch so einprägsamen Durcheinander eines gut aufgemachten Anzeigenspiegels.

Bei einem Gang durch die Haupthalle der Reklameschau drängte sich dem Betrachter auch die Vorstellung von der wichtigen verbindenden und anregenden Funktion auf, die die Annoncen-Expeditonen als Mittler zwischen Angebot und Nachfrage, zwischen Herstellung und Verbreitung aller Standardwerbemittel ausüben.

In schon äußerlich sehr hervortretenden Ständen haben einzelne führende Annoncen-Expeditionen die Besonderheit der jüngsten Entwicklung ihres Unternehmens und den Umfang ihrer gegenwärtigen Dienste für den Reklameverbraucher veranschaulicht.

Die Arbeitsweise vieler Annoncen-Expeditionen ist in ein charakteristisches Stadium getreten, seit sie von der bloßen Anzeigenvermittlung zur Pflege aller wichtigen Reklamezweige, zur Durchführung ganzer Werbefeldzüge für den Reklamegroßverbraucher, zur Lieferung von Reklame von der Idee bis zur Streuung für bestimmte Markenerzeugnisse übergegangen ist. Eigenartig ist es, zu beobachten, wie diese vertikale und horizontale Konzentration im Reklamewesen nicht gleichartig, als bloßer Ausfluß der Kapitalsstärke, erfolgt, sondern sich bei jedem einzelnen Unternehmen nach der einen oder anderen Richtung hin besonders ausprägt. Dazu kommt, daß die Gebrauchsgraphik, die sonst mit allem fertig wird, vor der Aufgabe, die Leistungen einer Annoncen-Expedition sinnfällig darzustellen, nahezu versagt. Denn diese Leistung ist in ihrem Wesen nach eine geistige; die äußerlich erkennbaren Vorgänge der Expedition usw. sind nur das Substrat dieser ungegenständlichen Leistung, die zurückgeht bis auf die allmählich gewordene allumfassende Organisation der Annoncen-Expedition und die in ihr gesammelte Erfahrung. Eine jede von ihnen verlieh auch der Eigenart Ausdruck, mit der die einzelnen Annoncen-Expeditionen die moderne Arbeitsweise auffassen, die in dem Begriff „Service" gipfelt.

Die schwierige Aufgabe, die geistig-organisatorische Arbeit einer Annoncen-Expedition plastisch greifbar aufzuzeigen, ist in dem ersten Stande auf einfachstem Wege gelöst. Das Innere des Standes, dessen Wände von Musterinseraten der großen Markenerzeugnisse ausgefüllt sind, für das Unternehmen wirbt, wird eingenommen von einem riesigen Tisch, auf dem ein Werbefeldzug in einzelne Vorgänge zerlegt ist.

Man sieht, wie jemand zur Annoncen-Expedition kommt, deren Service-Abteilung seine Ware erklärt und über seine bisherige Propaganda und seine zukünftigen Pläne berichtet. In einer eingehenden Produktanalyse werden nun von der Service-Abteilung die reklametechnisch verwertbaren Verkaufspunkte der Ware ergründet, in einer gleichzeitigen

SLUB Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id39789187.19290120/107
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT