

Marktanalyse die Absatzmöglichkeiten und Wettbewerbsverhältnisse festgestellt. In einer zweiten Konferenz werden dem Interessenten als Ergebnis dieser Voruntersuchung die Erfolgchancen und der erforderliche Mittelaufwand genannt. Dann erfolgt die Aufteilung des von ihm bewilligten Etats auf die fallweise bestgeeigneten Werbemittel nach dem Grundsatz der größten Wirkung bei geringsten Kosten.

Dann beginnt die eigentliche reklameföcherische Arbeit: die Festlegung der tragenden Werbeidee, die Formulierung der Texte, die zeichnerische Gestaltung der Bildidee und der Textaufteilung, des sogenannten lay-outs. Diese Entwürfe werden in einer dritten Konferenz dem Kunden erläutert. Gibt er seine Zustimmung, so werden die Reinzeichnungen vorgenommen, die drucktechnische Ausführung überwacht und die Streuung der Werbemittel eingeleitet. So läuft die Propaganda in alle Städte und Länder und setzt sich um in Verkaufserfolge.

An einem anderen Stande ist das Schauprinzip die Darstellung des vollen Umfanges der Erfahrungen und Leistungen einer großen Annoncen-Expedition, wobei sie zum Mittel der Abstraktion durch die schematisch aufgerissene Systematik greifen mußte.

In der Form eines großen Dreibildes war die Tätigkeit der Annoncen-Expedition als eines umfassenden Reklameunternehmens mit der besonderen Einstellung auf den Dienst am Kunden im Mittelfelde den Anforderungen der Verlage und Inferenten auf den Seitenfeldern gegenübergestellt. Der Kreis der Erfahrungen, der die Ware, den Markt, die Reklamemethoden und Reklameorgane umzieht, ist in zwölf Sektoren aufgeteilt, die die wesentlichen Unterstufen aufführen. Wie in der Praxis, kann auch hier auf der drehbaren Scheibe dem Beschauer

die jeweils notwendige und gewünschte Erfahrungsreihe aufgeschlossen werden. Nach gleichem Verfahren waren auf dem Mittelstisch in kreisförmiger Anordnung auf 12 Feldern die vier Hauptreklamearten: Anzeigenreklame, Plakatreklame, Funkreklame, Standortreklame in ihren Unterarten aufgeführt. Der ganze Stand gab so dem Beschauer, der weniger auf rasches Erfassen als auf gründliche Betrachtung eingestellt war, eine umfassende Systematik der geistigen Arbeit einer großen Annoncen-Expedition.

Die gleiche schwierige Aufgabe, die hochwertigen ungegenständlichen Leistungen ihres Geschäftszweiges aufzuzeigen, hat eine andere Expedition von einer dritten anschaulichen Seite gelöst. Auch hier ermöglichte die Beschränkung auf einzelne hervorstechende Wesenszüge ihrer Arbeit einen Blick in die Tiefe und den Wert derselben und vermittelte das Bewußtsein von der Gediegenheit der Kenntnisse, von der Gründlichkeit der Erfahrungen, die dem Inferenten durch den ehrlichen Makler zur Verfügung stehen, den er in der Annoncen-Expedition sich verpflichtet. „Service“ wird von dieser Firma aufgefaßt unter dem Gesichtspunkt weitester objektiver Information des Interessenten über das Reklamewesen auf der gesamten Fachliteratur des In- und Auslandes, über den Reklamemarkt durch die von ihr herausgegebenen „Marktzahlen für Reklameverbraucher“ und das „Plakat-Handbuch“, das Standardwerk des von der Firma gepflegten Spezialgebiets. Die symbolischen Initialen „ja“, die aus der in Rot und Weiß gehaltenen Flächenaufteilung des künstlerisch sehr wirkfamen Standes hervorleuchten, sind zugleich ein Wahrzeichen des optimistischen Aufbaugesistes, der die Arbeit des gesamten Berufsstandes der Annoncen-Expeditionen beherrscht.

## VERANSTALTUNG DES REICHSVERBANDES DEUTSCHE REKLAME-MESSE E.V. AM 2. DEZEMBER IM HOTEL ESPLANADE

Aus Anlaß des Abschlusses der Reklamechau hatte der Reichsverband Deutsche Reklame-Messe e. V. gemäß einem Beschlusse seines Hauptausschusses zu einem Herren-Essen geladen.

Eine große Anzahl von Mitgliedern und Gästen waren dem Rufe des Reichsverbandes gefolgt.

Der Vorsitzende des Reichsverbandes, Herr Decher, begrüßte in launiger Weise Mitglieder und