



Besonders zahlreich erschienen die Franzosen



Herr Andreassen aus Kopenhagen, eine bekannte Erscheinung auf allen intern. Kongressen, verläßt m.d. charmanten Frau Monterossi die erste Tagung



Herr Munk aus Prag ist sichtlich erfreut über den großen Erfolg seines Hauptreferats



Dr. Knapp, Berlin, fand neues Material f.d. Opposition



Voll Sitzungen zu leisten sein wird, sondern vielmehr in den Aussprachen der Fachgruppen.

Der nächste Kongreß findet annähernd um die gleiche Zeit im Jahre 1931 in Wien statt, und der neue Präsident, Herr Direktor Trebitsch, Wien, bekam die Anregung mit, allergrößtes Gewicht bei der Organisation des nächstjährigen Kongresses auf die Aussprachen der einzelnen Fachgruppen zu legen.

Die Verhandlungen begannen am 7. Juli 9 Uhr vormittags. Das Präsidium der ersten Versammlung führte der belgische Arbeitsminister van Caeneghem zusammen mit den Herren E. Damour, Paris, (der Gründungspräsident); L. Th. Léger (Belgien) Präsident des Kongresses; M. Riesebrodt, Berlin, Vizepräsident; Sekretär Baratte, Paris, und als Dolmetscher Herr Kaminker, Paris.

Nach den üblichen Begrüßungen gab Herr Fr. Munk, Tschechoslowakei, einen langen Bericht über das Verhältnis zwischen Staat und Reklame in den 17 dem Kontinentalen Reklameverbände angeschlossenen Ländern. Er wies darauf hin, daß sich der Wirkungskreis der Staatsgewalt täglich überall erweitere, und daß es deshalb Aufgabe aller Werbe- und Verkaufstechniker sei, danach zu trachten, daß staatliche Bestimmungen der Werbearbeit helfend, aber nicht behindernd zur Seite stehen müssen. Er behandelte das Verhältnis der Behörden zur Reklame, beleuchtete die Behinderung der Reklame durch Steuern und Zölle, insbesondere die Belastung der Plakate und Lichtreklame in den einzelnen Ländern durch Steuermaßnahmen, dann das Wesen des Staates als Inhaber von großen Reklameträgern. Ferner gab er einen Überblick über die in den einzelnen Ländern bestehenden gesetzlichen Maßnahmen unter Berücksichtigung des Urheberrechtes und des unlauteren Wettbewerbes, des weiteren über die staatlichen Monopolrechte und die postalische Behandlung der Reklamesendungen in den einzelnen Ländern. Zum Schlusse berichtete er noch über die amtlichen Reklamemaßnahmen und das Fachschulwesen in den einzelnen Ländern. Seine Ausführungen stellten eine ausgezeichnete Materialsammlung für die Weiterarbeit des Kontinentalen Reklameverbandes dar.

Im Anschluß an Fr. Munk sprach Prof. Dr. Seyffert von der Universität Köln über das Werbewesen an den deutschen Hochschulen. Prof. Seyffert gab zunächst einen kurzen Abriss der geschichtlichen Entwicklung der deutschen Reklame und wies auf die große Anzahl der einzelnen Persönlichkeiten hin, die das deutsche Werbewesen im stärksten Maße fördernd beeinflußt haben, noch bevor sich die einzelnen Hochschulen forschend und lehrmäßig mit der Werbelehre befaßten. Dann gab Prof. Seyffert einen Überblick über die deutschen Forschungsstellen an den einzelnen Universitäten und über die Lehrmethoden der Handelshochschulen. Er wies dabei auch auf