

Diese Entwicklung der Zeitung ist für die Möglichkeiten einer Reklame größer geworden. Erstens, weil mit der Entpolitisierung die Annonce nicht mehr durch die politische Haltung des Blattes psychologisch beschwert wird. Zweitens, weil der Leserkreis einzelner Zeitungen größer und die Zahl der Zeitungen selbst kleiner geworden ist. Einige Zahlen mögen als interessant hier angeführt werden.

Im Jahre

1850	gab es in Deutschland	1500	Zeitungen
1885	" " " "	3069	"
1906	" " " "	4138	"
1914	" " " "	4221	"
1926	" " " "	3356	"

Leider haben wir hier nur eine Statistik bis 1926. Das Zurückgehen der Zeitung beweist nicht, daß das Interesse an ihr geringer geworden ist. Im Gegenteil die Abonnentenzahl ist gestiegen. Die oben angegebene größere Konzentration auf einzelne Zeitungen kann lediglich und allein der Grund sein.

MARS



**der Stift der
Anspruchsvollen**
Staedtler-Stifte seit 1662!

J. S. STAEDTLER / MARS-BLEISTIFTFABRIK, NÜRNBERG

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

MITGLIEDERVERSAMMLUNG AM 24. NOVEMBER 1930

Die Eröffnung der Mitgliederversammlung erfolgte um 17 Uhr 15 Minuten durch Herrn Decher.

Nach Erledigung der notwendigen Formalitäten wurde in die Tagesordnung eingetreten und der Vorsitzende erstattete im Namen des geschäftsführenden Vorstandes den nachstehend folgenden Geschäftsbericht über das Jahr 1929.

Irgendwelche Wortmeldungen zu diesem Bericht erfolgten nicht.

Das Jahr 1929 war vollkommen ausgefüllt durch die Vorbereitung und Durchführung der Reklameschau 1929 Berlin, welche vom 10. August bis 8. September zusammen mit dem Welt-Reklamekongreß stattfand. — Ueber diese erste große Veranstaltung des Reichsverbandes ist Ende des Jahres ein

ausführlicher Bericht des geschäftsführenden Vorstandes erstattet und veröffentlicht worden.

Diesen Darlegungen wäre folgendes ergänzend hinzuzufügen: Wenngleich die stark fortschreitende geschäftliche Depression eine Auswirkung der Reklameschau sehr behinderte, kann doch erfreulicherweise festgestellt werden, daß bis in die neueste Zeit hinein zahlreiche Rückfragen nach Ausstellern und ausgestellten Artikeln einliefen oder auch Kataloge der Reklameschau angefordert bzw. versandt wurden. Im Besonderen wurde nach Geschenk- und Spezialreklameartikeln gefragt.

Zu den vielen Lehren, die aus der ersten Reklameschau des Reichsverbandes gezogen werden konnten und die in dem