

bereits veröffentlichten Bericht schon aufgeführt wurden, sind manche hinzugekommen. Vor allem sind wir uns klar darüber, daß die Durchführung einer solchen Veranstaltung künftighin in den Einzelheiten wesentlich klarer und straffer zu organisieren ist.

Der festumrissene Ausstellungsplan wäre zu zerlegen und die Ausstellungsleitung hätte die Durchführung der einzelnen Abteilungen von Grund auf, nach vorher einzureichenden Plänen bzw. Vorschlägen in fachlich bzw. fachlich dafür zuständige, absolut zuverlässige Hände zu legen. Es wäre gleichgültig, ob dafür Verbände oder Einzelpersonen hinzugezogen würden, aber auf alle Fälle wären diese für die planmäßige, rechtzeitige Durchführung der übernommenen Abteilung *voll und ganz verantwortlich* zu machen. Auf diese Weise würde auch eine umfassendere, stärker interessierte Zusammenarbeit aller in Frage kommenden Kreise zu erzielen sein.

Des weiteren müßten nach unserer Meinung in der Heranziehung und Behandlung der Besucher neue Wege gefunden und besprochen werden. Es ist in dieser Hinsicht zu sehr nach der alten, schließlich auch für jede Gastwirtsmesse üblichen Methode verfahren worden. Ein neues vorbildliches System der Besucherwerbung gehört zu einer Reklameschau, und nur ein solches wird die in Frage kommenden *geschäftlich wertvollen* Kreise beeindrucken.

Alle Gedanken und Vorschläge, die ausgetauscht sind und auftauchen werden, finden ihre Aufzeichnung und werden bei den Vorarbeiten für ein neues Unternehmen aufmerksamste Prüfung finden. Der Vorstand bittet die Mitglieder des Reichsverbandes um erhöhte Mitarbeit in dieser Hinsicht. Gerade jetzt wären solche Ideen angebracht, weil sie dann von Grund auf mitverarbeitet werden können, während es später bei vorangeschrittener Arbeit schwierig, ja oft unmöglich ist, einen Vorschlag — sei er auch noch so gut — in den Bau einzuordnen.

Damit, meine Damen und Herren, ist nun nicht gesagt, daß bereits mit großem Eifer an der nächsten Reklameschau gearbeitet wird. Bei den heutigen wirtschaftlichen Verhältnissen und den unsicheren Ausichten für die Zukunft ist es wohl nicht möglich, ein neues größeres Unternehmen zu einem bestimmten Zeitpunkt festzusetzen. Aber dem Hauptauschuß wird in Kürze ein umfangreiches Exposé zugehen, auf Grund dessen alsdann ein grundlegender Plan geschaffen werden kann. Details sind erst *dann* möglich, wenn die wirtschaftlichen Ausichten klarer geworden sind. Außerdem ist die Reklame, wie wir wissen, schnellen und großen Wandlungen unterworfen. Solchen Wandlungen ist auch der Rahmen unterworfen, in dem eine Reklameausstellung gezeigt wird. Auf alle Fälle kann eine neue Veranstaltung erst dann fest beschlossen werden, wenn sie eine bestimmte Aussicht auf Erfolg zuläßt.

Aber wir wollen vorbereitet sein, denn ein großer Fehler bei der Reklameschau 1929 Berlin, der uns um manche Wirkung gebracht hat, war die durch die Vorverlegung arg beschnittene Zeit und der damit verbundene ungeheuer überhastete Aufbau. Die nächste Sache muß unbedingt als eine *ausgereifte* hingestellt werden.

Als Abschluß der Reklameschau wurde Anfang Dezember ein Essen im Hotel Esplanade Berlin, veranstaltet, zu dem die Mitglieder sowie die bei der Durchführung der Ausstellung tätigen Persönlichkeiten eingeladen waren. Die kleine Feier verlief bei starker Beteiligung recht gut; ein Bericht darüber ist in den Mitteilungen des Reichsverbandes erschienen.

Zu gleicher Zeit, in der die Reklameschau 1929 Berlin vorbereitet und veranstaltet wurde, veranstaltete die Städte-Reklame Frankfurt/M. in München, gemeinschaftlich mit dem dortigen Magistrat eine Internationale Plakatschau. Man versuchte, entgegen der unsererseits mit einem Herrn der Ausstellungsleitung bei dessen Besuch in Berlin getroffenen Absprache, die fehlenden Mittel durch Vermietung von Ausstellungsständen zu beschaffen. Infolgedessen mußte die Beschickung für unsere Mitglieder gesperrt werden.

Die Mitgliederzahl des Reichsverbandes ist im Berichtsjahr um fünf gestiegen. Es schieden aus: drei Firmenmitglieder und es kamen hinzu acht, demzufolge zählt der Reichsverband heute zwölf Verbände und 54 Firmenmitglieder.

Die Arbeit des Reichsverbandes nach dem Abschluß der Reklameschau ist eine etwas stillere, nicht so sehr in die

Oeffentlichkeit dringende. Aber ihre Wichtigkeit für Reklamewirtschaft und die Reklameindustrie soll auch an dieser Stelle nochmals betont werden. Der Reichsverband ist bekanntlich feinerzeit gegründet worden, um Auswüchse und Ueberwucherungen im Ausstellungs- und Messewesen der Reklame zu verhindern und zweck- und ziellose Veranstaltungen zu unterbinden. Die Wirtschaft soll dadurch vor *unnützen* Ausgaben bewahrt werden und dieses Ziel ist seit dem Bestehen des Reichsverbandes nachweislich durchaus erfüllt worden. Es machen sich immer wieder Organisationen, Aemter, sogar Privatpersonen auf, um Reklamemessen und -ausstellungen zu veranstalten. Der Reichsverband prüft jeden einzelnen Fall und versucht, entweder diese Unternehmungen auf eine für die Wirtschaft richtige Basis zu bringen, oder es wird, wenn das nicht gelingt, die Sperre ausgesprochen. Es ist die Absicht, auch in der folgenden Zeit auf dem bisher gegangenen Wege fortzufahren, weil er sich für die Allgemeinheit bewährte.

Sie sehen aber aus den Ihnen zugegangenen Anträgen des geschäftsführenden Vorstandes auf Aenderung der Satzungen, daß die Absicht besteht, die Tätigkeit des Reichsverbandes über den bisherigen Kreis hinaus zu erweitern. Wir wollen in der Lage sein, auch zu anderen Fragen des Messewesens und der Werbewirtschaft, die nicht *direkt* mit Messen und Ausstellungen zu tun haben, Stellung zu nehmen, bzw. in solche Angelegenheiten handelnd einzugreifen.

Dadurch soll in keiner Weise die Kompetenz anderer Verbände angetastet werden; im Gegenteil, wir wollen uns den anderen Organisationen möglichst zur Seite stellen, um den gemeinsamen Interessen dienenden Aktionen größere Stoßkraft zu verleihen.

Wir danken auch an dieser Stelle unseren Mitgliedern und dem Hauptauschuß des Reichsverbandes für die bisherige ausgezeichnete Zusammenarbeit sowie für das uns geschenkte Vertrauen, und hoffen, daß der Reichsverband in gleicher Form weiterarbeitet zum Wohle des einzelnen und zum Wohle der Wirtschaft!

Herr Dr. Krentz verlas den Kassenbericht für das Geschäftsjahr 1929. Die Kassenprüfer, Herr Direktor Lang in Firma Francken & Lang G. m. b. H., Berlin, und Herr Max Pauly im Hause Edler & Krißche, Hannover-Berlin, erklärten, die Bücher in vorbildlicher Organisation und mustergültiger Ordnung gefunden zu haben. Sie bestätigten die Richtigkeit des Kassenberichtes und beantragten Entlastung des Vorstandes. Diese Entlastung wurde von der Versammlung einstimmig ausgesprochen.

Zu Punkt 5 der Tagesordnung: „Neuwahl des Hauptauschusses laut § 11 der Satzungen“ stellt Herr Direktor Sternheim (Deutscher Buchdrucker-Verein E. V., Berlin) den Antrag, die bisherigen Mitglieder des Hauptauschusses in ihrer Gesamtheit durch Zuruf wiederzuwählen.

Dieser Antrag wurde von der Versammlung einstimmig genehmigt.

Der Vorstand gab der Versammlung sodann zur Kenntnis, daß sich die Zahl der Ausschußmitglieder um zwei vermindert habe und dafür Anträge bzw. Vorschläge vorhanden seien, nach denen folgende Firmen als Ergänzung des Hauptauschusses hinzugewählt werden sollten:

- Francken & Lang G. m. b. H., Berlin W 15, vertreten durch Herrn Direktor Lang.
- Zeitschrift „Neue Dekoration“, Berlin, vertreten durch Herrn Georg Fischer.
- Falk Reklame Aktiengesellschaft, Berlin, vertreten durch Herrn Direktor Erich Falk.

Die Zuwahl dieser drei Firmen in den Hauptauschuß wurde von der Versammlung nach kurzer Debatte einstimmig vorgenommen.

Nach einem Antrag des geschäftsführenden Vorstandes sollte der § 2 der Satzungen künftighin folgende Fassung haben:

Zweck des Vereins ist:

1. Bekämpfung von Auswüchsen im Ausstellungs- und Messewesen in der deutschen Reklame.
2. Die Veranstaltung von Ausstellungen und Messen, die in das Gebiet der Reklame fallen.
3. Die Wahrung der allgemeinen Interessen der Reklamewirtschaft.

Auf einen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb ist der Zweck des Vereins nicht gerichtet.