



DER REKLAMEBALL BERLIN 1931

hat in diesem Jahre über den Rahmen einer gewöhnlichen Ballveranstaltung hinaus eine ganz besondere Bedeutung. Gerade diesem Ball wurde auf Grund der allgemeinen Lage eine wenig günstige Erfolgsprognose gestellt. Herr Oskar Konski, der Organisator der Berliner Reklamebälle seit ihrem Bestehen, ließ sich jedoch nicht beirren und setzte trotz der schweren Zeit mit verdoppelter Werbung ein, mit dem Erfolg, daß der Besuch stärker war als je in einem Jahr zuvor. Das ist um so bemerkenswerter, als alle übrigen, regelmäßigen Ballveranstaltungen in diesem Jahr sehr unter der wirtschaftlichen Situation zu leiden haben. Die Reklameleute haben also dadurch den Beweis erbracht, daß auch in wirtschaftlich schweren Zeiten richtig geleitete Propaganda zum Erfolge führen muß.

An den Saaldekorationen und Festdrucksachen waren beteiligt die Herren: Adam, Ahlers, Prof. Arpke, Heim, Hertwig, Kenan, Stiller, Wiertz

Den Text des Almanachs schrieb Herr Leo Laps und andere, den für die Damen- und Herrenspende Herr Strix

Herren- und Damenspenden stifteten die Firmen: Deutsche Aktiengesellschaft für Nestle-Erzeugnisse, Berlin W 57; W. Vobach & Co., G. m. b. H., Berlin-Leipzig; Verlag der »Funk-Woche«, Berlin-Schöneberg; Pertrix A. G., Berlin

SW11; Haus Bergmann Zigarettenfabrik A. G., Dresden; W. Büxenstein, Berlin SW48

Der Druck stammt von den Firmen:

W. Büxenstein, Allgemeine Verlags- und Druckereigesellschaft m. b. H., Berlin SW48; Druckerei »Szaró«, Verlag »Funk-Woche«, Berlin-Schöneberg; Gebr. Hartkopf, G. m. b. H., Berlin SW19; Meisenbach Riffarth & Co. A. G., Berlin-Schöneberg; Kunstanstalt Weylandt, G. m. b. H., Berlin NO 16; Klischees: Frischeisen, Berlin S 42