



Im letzten Jahrgang brachten wir die Einstellung verschiedener Großindustrieller zur Reklame in unserer Zeitschrift zum Abdruck. Wir setzen diese Publicationsreihe fort und lassen heute einen jüngeren erfolgreichen Unternehmer des gastronomischen Gewerbes und einen Kapellmeister zu Worte kommen.

Last year we published several interviews with prominent business men concerning their attitude towards advertising. We continue this serial and to-day it is the turn of a younger successful man of the gastronomic world and of a conductor.

## FRITZ UNGER: CAFÉ BERLIN, KRUMME LANKE WERBUNG IN DER GASTRONOMIE ADVERTISING GASTRONOMY

Die Bedeutung der Werbung für das gastronomische Gewerbe ist beinahe so alt, wie die Gastronomie selbst. Das Hauszeichen, mit dem ein Lokal — in ältesten Zeiten der Gasthof — sich bekanntmachte, war schon der Beginn der Werbung. Die um die Heiligtümer der Alten sich gruppierenden Gaststätten, in denen die Pilger Unterkunft fanden, unterschieden sich schon durch buntgemalte Schilder. Und bei den großen Festen, die in Ninivé oder Babylon, in Memphis oder Bubastis, in Corinth oder Olympia Zehn-

The importance of advertising for gastronomy is as old as the trade itself. The sign of the house — originally the sign of the inn — was already a beginning in advertising. The pilgrim's inns grouped about sacred spots in ancient days were distinguished one from another by brightly-painted signs. At the great festivals which attracted tens of thousands of strangers to Ninive or Babylon, to Memphis or Bubastic, to Corinth or Olympia, it was the landlords who began advertising by hanging out their house-signs.