RUF DER WERBUNG

DEUTSCHER REKLAMETAG BERLIN 1932

AM 19. UND 20. MÄRZ

Staat, Religion, Wissenschaft, Kunst, Wirtschaft, Technik, alles ist undenkbar, ohne daß ein Zusammenschließen, ein Beziehungsschaffen, ein Austausch von Gedanken, Gütern und Werten vor sich geht. Grundbedingung jeder Kultur ist eine organisierte Gemeinschaft, die lebensvolle Beziehungen zwischen den Kulturträgern schafft. Somit wird jede Art von Beziehungschaffen, das heißt Werbung, zu einem Mittel des Kulturfortschrittes. Der Gegenstand der Werbung ist dabei gleichgültig, sei er politischer, kultureller, religiöser, charitativer oder wirtschaftlicher Natur, sei es ein gewerblicher oder literarischer, ein hygienischer oder künstlerischer Zweck, sei es Ware oder Weltanschauung.

Betrachtet man die Werbung so als einen Kulturfaktor, so wird man sie auch ethisch gerechtfertigt finden, zumindestens jede Werbung, die es ernst meint mit sich und dem Umworbenen. Und aus der ethischen Grundlage der Werbung ergibt sich die Forderung, die der Werbende an sich selbst zu stellen hat:

Immer daran zu denken, wie groß und gefährlich die Macht der öffentlichen Meinung ist, die er beeinflussen will. Nur mit großem Verantwortungsgefühl der Allgemeinheit gegenüber kann der Mensch das Ziel jeder Werbung erreichen: Führer zu sein. Nur der Verantwortungsvolle wird nicht zum Sklaven, sondern zum Beherrscher der vielfältigen Werbetechnik werden. Vom werbenden Blick bis zu dem in Hunderttausenden verbreiteten Leitartikel, vom Händedruck bis zur Rotationsmaschine.

In wirtschaftlich schweren Zeiten ist es immer wieder notwendig, nicht nur auf die kulturelle Mission der Werbung hinzuweisen, sondern ganz besonders darauf, daß nur die Werbung in der Lage ist, Wege zu weisen, die aus der Not herausführen. Deswegen haben sich die Werbeverbände entschlossen, am 19. und am 20. März 1932 eine große Kundgebung unter dem Motto „Ruf der Werbung" zu veranstalten. Am 19. März werden prominente Führer der Industrie und des Handels vor der Fachwelt über die Bedeutung der wirtschaftlichen Werbung sprechen. Abends findet am 19. März eine parlamentarische Zusammenkunft statt, bei der eine Aussprache zwischen den Führern des Staates, der städtischen Behörden, den Wirtschaftsführern und den Werbeverbänden stattfinden soll. Die Veranstaltung findet ihren Abschluß in einer großen Rundfunkkundgebung, in der die prominenten Führer aller Kultur- und Wirtschaftszweige über die Werbung sprechen werden.

Der Vorbereitende Ausschuß:

Wilhelm Decher,
Reichsverband Deutsche Reklamemesse
Generalsekretär Dittmar, DRV.
Karl Firneisen,
Reichsverband Deutsche Reklamemesse
Professor H. K. Frenzel,
Kontinentaler Reklameverband u. BDG.
Edmund Heilpern, DRV.
Wolfgang Henkel, DRV.
Egon Juda (BDG.),
Bund der Werbeberater
Dr. A. Knapp, DRV.
Professor Knöpfke,
Direktor der Funkstunde A.-G., Berlin
Oskar Konski, DRV.
Otto Ernst Sutter, DRV.

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id36789218 7-19320010/96 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT