

Die Deutsche Städte-Reklame

Die Deutsche Städte-Reklame war der erste Anschlag-Vertrieb, der das Din-Format einführte, das jetzt für das gesamte Anschlagwesen maßgebend ist.

Die Deutsche Städte-Reklame fand die dem Werbezweck entsprechende Schlüsselzahl: 1 Anschlagstelle für 1000 Einwohner, die heute allgemein gültig ist.

Die Deutsche Städte-Reklame sorgte vom ersten Tag ihres Bestehens für eine dem Wettbewerb voll entsprechende Tarifgestaltung und unbedingte Preistreue.

Die Deutsche Städte-Reklame räumte mit den Werbe-Trägern in Winkeln und Gäßchen auf – ihre Säulen und Tafeln stehen im Verkehr. 1 270 000 RM wurden für diesen Ausbau verausgabt.

Die Deutsche Städte-Reklame führte die prozentuale Beteiligung der Städte ein und sorgte damit für angemessene Einnahmen der Gemeinden. 9.068.267,13 RM führte sie seit 1924 an die Gemeinden ab.

Die Deutsche Städte-Reklame wurde von deutschen Städten gegründet – sie gehört auch heute noch deutschen Gemeinden und ihre Arbeit wird von Vertretern der Gemeinden kontrolliert.

Die Deutsche Städte-Reklame war und ist das vorbildliche Anschlagunternehmen, dessen Arbeit viel dazu beigetragen hat, die Grundlagen für den wirtschaftlichen und werbewirksamen Vogenanschlag zu schaffen.

Deutsche Städte-Reklame GmbH

Hauptstelle Frankfurt a. M. Börsenplatz 11, Fernruf 23747/49. Eigene Geschäftsstellen in: Berlin, Bochum, Braunschweig, Bremen, Danzig, Essen, Frankfurt a. M., Gelsenkirchen, Gera, M-Gladbach, Kassel, Königsberg Pr., Krefeld, Mainz, München, Münster i. W., Zwickau i. Sa.

Gesetzt aus der „Wilhelm Klingspor-Schrift“ von Gebr. Klingspor, Offenbach a. M.