



zusammen mit dem Nordischen Reklame-Verband eine Kommission bilden, die Vorschläge über die weitere Arbeit der IAA. vorzulegen hat.

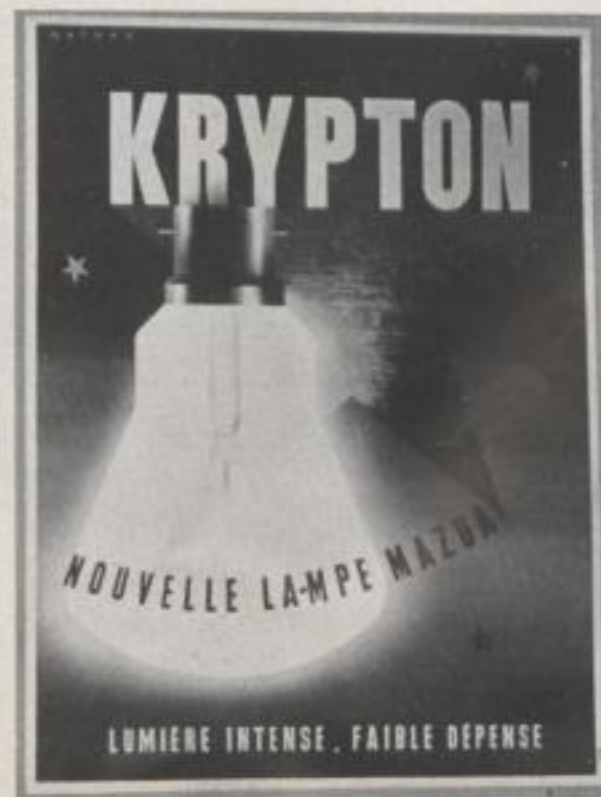
6. Schließlich darf noch berichtet werden, daß auf einen deutschen Vorschlag hin durch den Reichsverband der Deutschen Werbungsmittler die Zusammenarbeit zwischen allen Reklame-Agenturen, Annoncen-Expeditionen und Werbungsmittlern der ganzen Welt in die Wege geleitet werden soll. Der Ausschuß für die internationalen Beziehungen zwischen den Werbungtreibenden und Werbefachleuten, der zunächst die gesellschaftlichen und dann die wirtschaftlichen Beziehungen bearbeitet und dessen Kommission amtlich vom Pariser Reklame-Klub geleitet wird, hat es dem Reichsverband der Deutschen Werbungsmittler überlassen, die Arbeiten in diesem Sinne zu fördern.

Auf dem Berliner Reklame-Kongreß war ein Beschluß zur Bildung einer Kommission für das Studium der Errichtung einer Internationalen Werbekammer und eines Internationalen Werbearchivs angenommen. Dem Ausschuß gehörten an: Deutschland, Frankreich, Italien, Österreich und Polen. Den Vorsitz und das Sekretariat hat Deutschland. Die Tagung in Paris ergab die Beschlußfassung, daß

1. das Büro eine Rundfrage an alle Länder wegen Errichtung einer Internationalen Werbekammer richtet unter Beifügung eines entsprechenden Exposés. Das Ergebnis wird die Grundlage für die weitere Behandlung der Arbeit sichern,
2. das Büro nach dem Normsystem einen Organisationsplan für das Internationale Werbearchiv ausarbeitet. Nach diesem Plan sollen alle Länder nationale Archive einrichten und von den jeweiligen Werbemitteln ein Duplikat treuhänderisch an das Büro zwecks Aufbau eines Internationalen Werbearchivs senden.

Des weiteren wird bei dem Büro eine internationale Kartei errichtet, in der alle Werbesammlungen, Werbebüchereien usw. — gleichgültig, ob sie sich im öffentlichen oder privaten Besitz befinden — registriert werden sollen. Es handelt sich also um die Schaffung einer Zentralsachkartei für das Werbewesen.

Das Büro wird seine Tätigkeit sofort beginnen. Während sich der Internationale Werberat mit Inhalt und Recht der Werbung und hauptsächlich mit der Wirtschaftswerbung als solcher befaßt, wäre es die Aufgabe der internationalen Werbekammer, sich mit den Berufsfragen der Werbefachleute und mit der Technik der Werbung zu befassen.



Plakate aus dem Pavillon de la Publicité
Posters exhibited in the Pavillon de la Publicité