

# Für die Werbung werben!

## Was das Preisausschreiben des Werberates bezweckt.

T. Z. Berlin, 25. Oktober.

Wie in der Sonnabend-Ausgabe der „Textil-Zeitung“ berichtet wurde, hat der Präsident des Werberates der deutschen Wirtschaft gelegentlich der Reichstagung „Die Deutsche Werbung“ ein Preisausschreiben über das Thema „Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Wirtschaftswerbung, insbesondere als Mittel zur Steigerung des Gesamtumsatzes der Volkswirtschaft“ verkündet. Dieses Preisausschreiben hat folgenden Wortlaut:

„Während in Deutschland die Klagen über unlautere Werbung dank der Einsicht der beteiligten Wirtschaftskreise und der Bemühungen der berufenen Stellen mehr und mehr verstummt sind, begegnet man auch noch heute nicht selten dem Einwande, daß volkswirtschaftlich gesehen, die Werbung durchaus entbehrlich sei, weil sie höchstens den Umsatz von einem Geschäft auf ein anderes umlagern könne. Außerdem wird oft der Vorwurf erhoben, daß die Werbung die Ware verteuere.

Der Werberat hält es für notwendig, diesen Auffassungen durch eine zur allgemeinen Aufklärung geeignete Schrift entgegenzutreten. Um eine solche Schrift zu erlangen, ruft er zur Beteiligung an einem Preisausschreiben über das Thema: „Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Wirtschaftswerbung, insbesondere als Mittel zur Steigerung des Gesamtumsatzes der Volkswirtschaft“ auf.

Die Arbeiten sollen insbesondere die Umstände darlegen, die erkennen lassen, daß die Werbung nicht nur für den einzelnen Betrieb förderlich, sondern für den wirtschaftlichen Fortschritt der Volksgesamtheit unentbehrlich ist. Die sonstigen volkswirtschaftlichen Wirkungen der Werbung, auch die Bedeutung der Werbewirtschaft als Glied der Volkswirtschaft, können demgegenüber in der Darstellung zurücktreten.

Der Werberat der deutschen Wirtschaft beabsichtigt, die beste Arbeit in großer Auflage drucken und unter diejenigen Kreise verteilen zu lassen, bei denen Aufklärung nottut.

Bei Wahrung streng wissenschaftlichen Charakters müssen die Arbeiten daher allgemein verständlich und gefällig zu lesen sein. Erläuterungen durch Beispiele aus der Geschichte der Werbung sind besonders erwünscht.

Es werden folgende Preise ausgesetzt:

- Ein erster Preis von 4000 RM;
- ein zweiter Preis von 2000 RM;
- ein dritter Preis von 1500 RM.

Den Einsendern nicht mit einem Preis ausgezeichneten, bedeutsamer Arbeiten kann das Preisgericht für die entstandenen Aufwendungen eine Entschädigung im Betrage bis zu 500 RM zusprechen.

### Teilnahmebedingungen:

1. Teilnahmeberechtigt ist jeder Deutschstämmige.

2. Die Arbeiten dürfen noch nicht veröffentlicht sein und bis zur Entscheidung des Preisgerichtes auch nicht veröffentlicht werden.

3. Die Arbeiten müssen eine eigenschöpferische Leistung darstellen. Ein Verzeichnis der benutzten Quellen ist anzufügen. Zitate sind unter Angabe der Fundstelle als solche kenntlich zu machen.

4. Die Arbeiten sind in zweifacher Ausfertigung einzureichen. Sie müssen einseitig mit mindestens 5 cm breitem Rand in Schreibmaschinenschrift geschrieben sein. Ihr Umfang soll 300 Schreibmaschinenseiten nicht übersteigen.

5. Die Arbeiten sind lediglich mit einem Kennwort und einer Kennziffer zu versehen. Name und Anschrift des Einsenders sind den Arbeiten in einem verschlossenen, mit dem Kennwort und der Kennziffer versehenen Umschlage beizufügen.

6. Die Arbeiten sind bis zum 1. September 1938 dem Präsidenten des Werberates der deutschen Wirtschaft, Berlin W 8, Unter den Linden 37, portofrei einzusenden.

7. Ueber die Zuteilung der Preise und Entschädigungen entscheidet das Preisgericht unter Ausschluß des Rechtsweges. Das Verfahren innerhalb des Preisgerichtes setzt der Vorsitzende fest.

8. Das Preisgericht besteht aus:

Ernst Reichard, Präsident des Werberates der deutschen Wirtschaft, Ministerialdirektor i. e. R., als Vorsitzendem, sowie den Herren:

Hugo Fischer-München, Stabsleiter des Reichspropagandaleiters der NSDAP., Präsident der Vereinigung „Die Deutsche Werbung“ e. V., Leiter der Reichsfachschaft Deutscher Werbefachleute — NSRDW. — e. V.;

Konrad Gottschick-Berlin, Ministerialrat im Reichs- und Preußischen Wirtschaftsministerium;

Heinz Haake-Düsseldorf, Landeshauptmann der Rheinprovinz, Mitglied des Werberates der deutschen Wirtschaft;

Chr. Adt. Kupferberg-Mainz, Leiter des Reichsverbandes der Werbungtreibenden e. V., Mitglied des Werberates der deutschen Wirtschaft;

Professor Dr. Waldemar Mitscherlich-Halle;

Dr. Karl Ott-Berlin, Ministerialrat im Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda;

Rolf Rienhardt-Berlin, Rechtsanwalt, Stabsleiter der NSDAP., Mitglied des Werberates der deutschen Wirtschaft;

Dr. h. c. Ludwig Roselius-Bremen, Generalkonsul, Mitglied des Werberates der deutschen Wirtschaft;

Professor Dr. Kurt Wiedenfeld-Berlin, Geheimer Legationsrat;

Professor Dr. Wiske mann-Berlin, Rektor der Wirtschaftshochschule Berlin.

9. Die eingereichten Arbeiten werden nicht zurückgesandt.

10. Die Urheber- und Verlagsrechte, einschließlich des Rechts der Uebersetzung in fremde Sprachen, an den mit einem Preis ausgezeichneten Arbeiten gehen auf den Werberat der deutschen Wirtschaft über.“