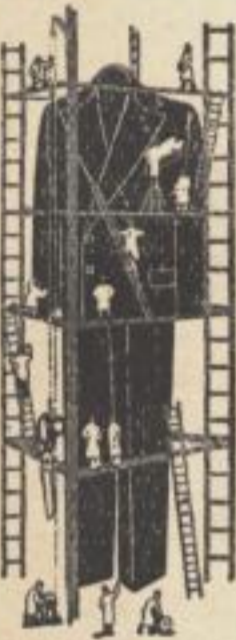


Der Anzug seiner Wahl!

Gar mancher prüfet sorgenvoll,
Wie er den Anzug kaufen soll,
Ob Fertigkleidung von der Stange,
Die sitzt nie recht — es wird ihm bange,
Ob einen Anzug schick nach Maß,
Potttausend, ja das wäre was,
Und freudig geht es dann zum Meister,
Poststraße 5, Kurt Müller heißt er.

Das Kleid macht den Herrn!

Das ist 'mal so in uns'rem Land,
Wünscht einer über Dich Bescheid,
Dann sieht er erst nach Deinem Kleid.
Es kündigt deutlich Art und Stand.
Der Anzug läßt gar manches seh'n;
Ist er verbraucht und ungepflegt,
Wird schlechtes Zeugnis abgelegt.
Vor Kennern kannst Du nicht besteh'n.
Doch trägst den Anzug Du korrekt,
Nach Maß gemacht, nicht von der Stange,
Dann Freund, dann sei Dir niemals bange,
Du bist dann „wer“ und machst „Effekt“.



Wer sich einen
Schicken Anzug
bauen lassen
will, der wende
sich an Meister
Harst, Poststr. 1
Moderner Stil
Solide Arbeit
Mäßige Preise

**Die neuzeitliche
Rüstung
mein Herr**

ist der moderne Maß-
anzug. — Nur im reprä-
sentablen Anzug wird
man Erfolge und Siege
erringen. — Anzüge
besten Qualität liefert
preiswert

P. Krone, Bachstr. 1
Herren-Maßgeschäft



So

**können Sie
nicht gehen!**

Lassen Sie Ihre
Anzüge bei
**Hoffmann
Kurze Str.**
schneiden und
knorke werden
Sie aussehen



Die Matern zu den Figuren sind zu je Mk. 2.— vom EMZ-Verlag zu beziehen

Regeln für die Abfassung der Anzeigen

- 1. Grundregeln für die Ausstattung eines Durchschnittsinserates.**
Mit wenig Worten viel sagen, jedes überflüssige Wort ausmerzen, um dem flüchtigen Zeitungsleser keine unnütze Bemühung zuzumuten und sich Geld zu sparen, denn jedes Wort kostet Geld. Es gilt der Satz: In der Kürze liegt die Würze. Trotzdem darf das Inserat natürlich nicht den Eindruck des Kleinlichen und Knausrigen machen. Das wäre verkehrt. Das besonders Beachtenswerte ist durch hervortretende Schrift herauszuheben und mit einer fesselnden Schlagzeile dem Inserat ein Blickfang zu geben. Das gesamte Satzbild muß einen gefälligen Eindruck machen.
- 2. Eigenartige und deshalb auffällige Ausstattung — humoristische und poetische Inserate.**
Die Eigenart der Ausstattung — mag sie irgendwie erreicht werden —, hat den Zweck, der Anzeige neben anderen Beachtung zu sichern. Ein auffälliges Kleid ist nicht nur bei Menschen, sondern auch bei Anzeigen ein sehr bemerkbares Unterscheidungsmerkmal. Diese Note der Auffälligkeit seinem aus Papier und Druckschwärze bestehenden Verkäufer mit auf den Weg zu geben, ist das Ziel. Aus unseren Beispielen erkennen wir, wie diese Auffälligkeit nicht nur durch eigenartige Schriften und starke Umran-

nung erreicht werden kann, sondern auch umgekehrt, durch kleine Schriften, wenn ihnen durch eine Umrahmung mit unbedruckter Papierfläche eine Kontraststellung gegenüber den Anzeigen der Umgebung gegeben wurde. Diese Anzeigen verschaffen sich durch die neutrale weiße Papierzone quasi Ellenbogenfreiheit. Poetische und humoristische Anzeigen eignen sich im besonderen für Werbungen, die der großen Menge gelten, nicht für Angebote an die sogenannte elegante Welt. Unser Beispielmateriale zeigt bezügliche Muster.

- 3. Bebilderte Anzeigen.**
Eine Bebilderung empfiehlt sich in manchen Fällen, besonders wenn man durch ein Klischee einen wirkungsvollen Blickfang erreichen kann. Für den flüchtigen Leser wird noch immer das Bild, und sei es nur eine einfache und des öfteren wiederkehrende Firmenmarke, auffällig werden und sich Beachtung erzwingen, selbst wenn die textlichen Anempfehlungen nicht gelesen werden. Jeder kann das bei der Lektüre seiner Zeitung an sich selbst kontrollieren. Da also mit dem Bild, das a's Zeichensprache verstanden sein will, gegenüber den ausschließlich textlichen Anzeigen ein Vorsprung für die Beachtung geschaffen ist, sollte man es anwenden.
- 4. Anzeigen mit Preisangaben — Angebote von Sondervorteilen.**
Wer mit seinem Geschäft Vorteile irgendwelcher Art zu bieten hat, sei das nun die besondere

**MASSANZUG IST KLASSE
KONFEKTION IST MASSE!**

Wie die Reklame-
worte wirken, wenn
sie in großer und
auffälliger Schrift an-
gewendet werden