



Art der Darstellung: Erzielung der Werbewirkung in erster Linie durch vorbildliche Darstellung der Ware selbst, in zweiter Linie durch Darstellung ihrer Anwendung. Letzteres kann wohl besser durch Text erzielt werden, wozu auch die Rückseite verwendet werden soll.

Zweck des Prospektes: Soll in großer Auflage in der Hauptsache Familien- und Mode-Zeitschriften beigelegt werden, zum kleineren Teil Händler-Fachblättern und die Kauflust in diesen Kreisen anregen.

Eigenschaften usw. der Ware:

Der Harburger Schneestiefel gewährt seinem Namen entsprechend bei Schnee und schlechtem Wetter einen besseren Schutz als der gewöhnliche Gummischuh. Er bietet aber auch Wärme durch seine Stoffoberteile und sein Stoff-Futter. Der Schneestiefel ist der bequeme Überziehtiefel bei der Abendtoilette auf dem Wege zur Gesellschaft, zum Ball, ins Theater. Das lästige Wechseln des Schuhzeuges in der Garderobe wird vermieden. Der Schneestiefel schützt die empfindlichen Stoffe des Gesellschaftsschuhes (Lackleder, Seide, Samt, Tuch, Sämischleder usw.) vor Feuchtigkeit, Schmutz und Beschädigung.

Die jetzige Mode des niedrigen und meistens weit ausgeschnittenen Schuhs macht den Schneestiefel zu einem notwendigen Gebrauchsgegenstand, um nicht nur das Schuhwerk, sondern vor allem auch den Strumpf vor Schmutz zu schützen.

Der geringe Schutz, den der moderne Halbschuh dem Fuß bietet, hat Erkältungen und Rheumatismus zur Folge. Der wärmende und schützende Schneestiefel ist das Vorbeugungsmittel.

Allgemeines: Dieser Schneestiefel ist in fast allen Ländern zu einem regelrechten Gebrauchsartikel geworden, während er sich in Deutschland noch wenig eingebürgert hat und vom größten Teil der Bevölkerung noch als Luxusgegenstand

