

"Ivory" tipped or
Plain
20 a shilling

The 'Ivory' tip is the greatest improvement in cigarette-making of our time, and the cigarette it adorns is without question at the very head of its class... the divine De Reszke - of course!

DE RESZKE
Virginias
THE CHOICE FOR THE VOICE

Older De Reszke Cigarettes include American, 25 for 1/6; American in Case (Red Mark), 25 for 1/6; and Time (Turkey), 25 for 1/6.

»Hochwohlgeboren Herrn Bob«; eine der teureren Marken, »de Reszke«, wählte »den Aristokraten«.

»Craven A«-Zigaretten waren, glaube ich, die ersten in der Zigarettenindustrie, die für diese »Köpfe« die Photographie verwandten, und seitdem haben viele Reklametreibende diese Form der Bildarstellung gewählt.

Ein anderer Inserattyp sind die Scherzserien, in der der Reklamekopf eine nette Geschichte erzählt, die freilich an sich mit Zigaretten kaum etwas zu tun hat. Sicherlich hat dieser Typ seine Vorteile, denn jeder hört gerne einen guten Witz, und die Schlagzeile, mit der jede dieser Geschichten endet: »Einen guten Witz und eine gute Zigarette kann man ruhig immer wieder genießen« ist fraglos sehr wirksam.

Selbstverständlich enthalten die meisten Inserate ein oder mehrere Verkaufsargumente und zwar oft in Form von Schlagworten: »Die Zigarette, die als Maßstab dient«, »Die bevorzugte Zigarette«, »Sie bewahrt dich vor Halsweh«, usw. usw. Auch innerhalb des Inserattextes werden oft Verkaufs-

actual photos in cigarette advertising. Since then numerous advertisers have used this form of presenting their claims.

The joke series, in which a "head" tells a good story — but where the main copy has nothing to do with Cigarettes, is another form of this kind of presentation. It has its points however, because everyone loves a good joke and the catch sentence with which each story concludes

"A good story and a good cigarette are worth repeating"

is certainly efficient.

Of course most of the advertisements gave one or more selling points, sometimes transformed into slogans.

"The Cigarette that set a Standard", "The preferred Cigarette", "Prevents Sore Throats" and so on.

Also in copy "selling" points are often given and the "finest tobacco", "the hygienic paper", "perfect packing", "coolness" etc., are, of course, forthcoming in most.