

*"The Voice of man"*

You can light an 'Ivory'-tipped cigarette the wrong end and detect no difference in flavour! The only cigarettes with 'Ivory' tips are the divine

**DE RESZKE**  
**Virginias**  
THE CHOICE FOR THE VOICE

*"Ivory-tipped or Plain"* *Tasty for One Smoking*

Other De Reszke Cigarettes include American, 25 for 1/2; American de Luxe (Black Mark), 25 for 1/2; and Tour (Turkish), 25 for 1/2.

argumente angebracht: »Der edelste Tabak«, »Das hygienische Papier«, »Die tadellose Verpackung«, »Frische«, usw., usw. tauchen natürlich am häufigsten auf.

Auch Texte belehrenden Inhalts hat man im Zigaretteninserat erfolgreich verwendet. So brachte die Turfzigarette im Jahre 1925 zwei Inseratserien heraus, in denen das Publikum über die Vorzüge des Zigarettenabaks aufgeklärt wurde, »dessen Blätter 3 Jahre lang zum Trocknen in Holzfässern gelagert haben«. Ähnliche belehrende Inseratserien brachte die State Express »333« heraus. Die Inseratserie von 1925 sprach eingehend über die Notwendigkeit der sorgfältigen Behandlung des Tabakblattes, die Serie 1926/27 betonte, welche Mengen von Tabak tatsächlich konsumiert werden und wie wichtig es darum ist, wirklich guten Tabak zu rauchen.

Noch auf einige andere Inseratreihen, die mir besonders interessant erscheinen, möchte ich eingehen. Da ist z. B. die Abdulla-Reklame, die seit Jahren wegen ihres glänzenden Humors bekannt

But the education angle as distinctive from the statement of selling points, has also been effectively used.

Early in 1925 "Turf" endeavoured to educate the public by two series underlining the advantage of "three years of drying of tobacco leaves in barrels of wood".

The "333" State Express brand is another example of an educational effort.

The advertisements of a 1925 series gave information as to the importance of removing every partical of the woody central nerve of the tobacco leaf, suggested tests, such as putting the tobacco of two cigarettes (one of these "333") in glasses of water—and seeing the dirt to be found . . . in competition brands. In the 1926—27 series the "333" has once again turned to educational copy, underlining the great quantity of tobacco really consumed and therefore the importance of smoking good tobacco.

There are still a number of interesting series of which I desire to mention the principal.