



N<sup>o</sup> 1

Die Freude, die wir, Raucher am Tabak haben, liegt zum guten Teil begründet in der Anregung unserer Gedanken. Wir sehen im Geiste die Küsten ferner Länder, aus denen der Tabak stammt und die hohen goldverzierten Schiffe, die ihn früher verfrachtet haben. Die hölzernen Segler sind längst von der See verschwunden, aber der Tabak, den sie nach Europa brachten, hat im mazedonischen Küstenland einen neuen Nährboden gefunden. Hier wurde aus der amerikanischen Tabakpflanze durch ständige Veredlung ein Tabak herangezogen, der heute zu dem Kostbarsten gehört, was die Erde hervorbringt. Aus diesem Orienttabak werden unsere Zigaretten ausschließlich verfertigt.

Haus Neuenburg

Inserat

ILLUSTRATION J. KISSNER

Advertisement

zum Ausdruck bringen wollen. Vorläufig fällt, besonders bei den amerikanischen Inseraten, die gegenseitige Ähnlichkeit stärker ins Auge als die Individualität. Das ist umso auffallender, als wir wissen, wie ausgesprochen nach verschiedenen Richtungen die Charaktere der leitenden Persönlichkeiten auch dort auseinandergehen.

Es ist vorauszusehen, daß die Übertragung amerikanischer Verkaufsmethoden auf die Reklame Europas noch stärker werden wird. Vielleicht haben wir es aber nicht nötig, alle Entwicklungsstadien durchzumachen: wir könnten z. B. den Säuglingszustand der gegenseitigen Ähnlichkeit überspringen und bei verbesserter Technik die Gesichter unserer zum Teil recht alten Firmen behalten. Es wäre jedenfalls schade, wenn sie sich verwischen sollten. Für den, der in ihnen zu lesen versteht, geben sie — wie die Gesichter der Menschen — Aufschluß über den Charakter ihrer Besitzer, und wenn schon ein Mensch, der unter seinesgleichen verschwindet, um seine Lage nicht zu beneiden ist, so muß diese Situation für ein geschäftliches Unternehmen unerträglich sein. Nach einer jahrzehntelangen Folge von Inseraten haben viele Firmen in den Augen des Volkes Gestalt angenommen, haben

the characters of the leading personalities diverge to a very considerable extent.

Probably the adoption of American sale's methods by European advertisers will continue. Yet it may not be necessary for us to pass through all the stages of American evolution in that line. We might, for instance, eliminate the infant stage of analogy and — by means of an improved technique — save the agesanctioned "faces" of our firms. There would be undoubted cause for regret should these facial characteristics be obliterated. He who is able to read them, can — just as in the faces of men — discover the real character of their owners. As there is little reason to be envious of a man who is engulfed by his fellows, so firms which submerge in the crowd are faced with an intolerable situation. After decades of advertising a great many firms have acquired such distinct features in the eyes of the public that the "faces" by which they are known and recognised, whether attractive or not, cannot be erased with impunity.

It is only possible in single cases to decide whether these external "faces" correspond with the inner value of the firm and with the quality of the products, and how strong the influence of