

OPEL

FÜR JEDEN KÄUFER DER PASSENDE WAGEN

MODELLE 19 28

Die Opelwagen sind keine „Massenfabrikate“. Daß ihre Preise dennoch nicht zu unerbittlich sind, ist das Ergebnis einer in ihrer zentralen Zweckmäßigkeit wohl einzig dastehenden Herstellungsweise. Ob einfache Gebrauchswagen oder luxuriöse Sechszylinder, alle sind sie mit der gleichen Liebe und der gleichen Sorgfalt hergestellt, die das Hauptmerkmal deutscher Werkmanntätigkeit bilden. 28 Modelle in 30 Formen und Farben bieten die Gewähr, jeden individuellen Bedarf und Geschmack zu treffen, jeden noch so hohen Anspruch auf Leistung und Bequemlichkeit zu erfüllen. Sie besitzen jene saubere Gestalt, jene unermüdete Treue, die selbst schwierigsten Straßen zu spalten scheint. Über 1000 Opel-Wagen wurden allein in den letzten Wochen auf Grund einer Preisermäßigung festgestellt, die mehr als 100.000 km (d. h. 10mal um die Erde) zurückgelegt haben und unbekümmert weiter ihre Dienste tun. Der hohen Qualität entspricht die Wirtschaftlichkeit. Steuersätze sind auf letzte Ausgaben, Betriebs- und Haltung auf das kleinste Maß gebracht. Buchungen belegen, daß der jährliche Verschleiß am Opelwagen im Durchschnitt nicht einmal 1,- beträgt.

FAHREN SIE OPEL!

Zylinderzahl	Leistung	Preis
4	10 PS	Mk. 3050,-
6	10 PS	Mk. 4300,-
6	15 PS	Mk. 4500,-
6	15 PS	Mk. 3950,-

Opel

FÜR JEDEN BETRIEB DER PASSENDE WAGEN

AUF DER INTERN. LASTWAGEN-SCHAU DER LEIPZIGER MESSE

Unter den deutschen Lastwagen — bekanntlich des Auslandsmarktes weit überlegen — ist Opel der wirtschaftlichste

- 4 PS Lieferwagen Mk. 3050,-
- 10 PS 3/4 To. Pritschenwagen Mk. 4300,-
- 10 PS 3/4 To. Kastenwagen . Mk. 4500,-
- 1 1/2 To. Chassis Mk. 3950,-

2 TO. 6 ZYL. MK. 5800.-

Inserate

Entwurf MAX BITTROF Design

Advertisements

Text Dr. K. A. KROTH Copy

stilistische Eigenart eine starke Aufmerksamkeits-
erregung, die für die Werbewirksamkeit seiner
Entwürfe entscheidend ist. Daß diese allem Neben-
sächlichen abholde Einstellung besonders für die
industrielle Reklame geeignet ist, leuchtet ohne
weiteres ein (Arbeiten für Opel).

Daß Bittrofs Stil aber auch für andere Geschäfts-
arten er olgreich werben konnte, daran ist haupt-
sächlich die frappierende Selbstverständlichkeit
seiner Arbeiten schuld. Seine Kühnheit besteht
darin, daß er sich in hohem Grade von der Ver-
pflichtung der Umgebung, von der »Atmosphäre
der Branche« freimacht. Deshalb spüren wir in
seinen Entwürfen (z. B. Weihnachtspackungen 1927
für Nestor-Gianaclis-Zigaretten) den feinen Reiz,
den die innere Spannung zwischen dem Milieu
(sagen wir: Welt des Tabaks) und der Wucht der
graphischen Gestaltung in uns hervorruft.

Oft haben Bittrofs Inserate und Prospektseiten
trotz ihres kleinen Formates etwas Plakatartiges an
sich, weil sie nach rein kompositorischen Gesetzen
entworfen sind und nicht von einem vorgeschrie-
benen Charakter abhängig waren. Dem Sinn
moderner Lebensauffassung entsprechend sind

apparent that this attitude, free of all ballast, must
be peculiarly well adapted for advertisement, espe-
cially industrial advertising. (See the work done
for Opel.)

The astonishing matter-of-factness of his work
is principally to blame for the fact that Bittrof's
style could plead successfully for other branches
of business. His boldness lies in the fact that he is
able to a very large degree to free himself from
the obligations of the surroundings, from the
"atmosphere of the business". This is why in such
work as his designs for Nestor Gianaclis cigarettes
(Christmas wrappings, 1927) we feel the delicate
charm which arises from the internal tension
between the surroundings (as we may say the
tobacco world) and the power of the graphic pre-
sentation.

In spite of their small format, Bittrof's adver-
tisements and pages of prospectus often have
something of a poster nature, since they are
designed according to purely compository laws
and are not dependent upon a character which has
been already prescribed. In accordance with the
modern view of life, these works, which are purely