

JUL 57



In der Reklame gibt es nur einen Weg, um im Unterbewußtsein des Kunden die fest umrissene Vorstellung vom „Charakter“ einer Ware zu schaffen: Einheitlichkeit — Einheitlichkeit — Einheitlichkeit! Auch der Prospekt muß diesen harmonischen Zusammenklang mit der gesamten Werbung ergeben.

BRAWFORDS

BERLIN W 35 POTSDAMER STR. 117

PARIS-BÜRO:
RUE AUBER 9

LONDON-BÜRO:
233 HIGH HOLBORN