

Vogue-Dekoration, einfach und vornehm im harmonischen Farbendreiklang grün, schwarz, gold, wendet sich an das bessere Publikum. Mit der Vim-Dekoration wird das Interesse der praktischen Hausfrau getroffen, der Kodakblickfang ist auf Sachlichkeit eingestellt. So sind wohl alle drei Muster in der Ausführung verschieden, aber gleichstrebend im Ziel: dem Publikum die Ware nahezubringen.

Stanzplakate ins Schaufenster!

Stanzplakate überdauern alle Zeitströmungen. Sie gehören heute noch genau so zu den gebräuchlichsten Werbemitteln für Markenartikel wie vor 10 und 20 Jahren. Man findet sie in allen Schaufenstern und ebenso auch in allen Größen und Ausführungen. Als Stehfiguren in Lebensgröße fordern sie dort zur Verwendung von Seife auf, im nächsten Schaufenster sieht man Stanzplakate mit beweglichen Teilen, andere haben Einrichtungen zum Auflegen des Artikels, wieder andere erscheinen als Seitenplakate unmittelbar hinter den Ladentüren, um dem Ladenbesucher gewissermaßen noch im letzten Augenblick einzuhämmern: Verlange X-Zigaretten! In der Hauptsache handelt es sich um figürliche Sujets und ihr Erfolg steht und fällt mit der Auswahl der betreffenden Motive. Es können nur lebenswahre, überzeugende Darstellungen genommen werden, die vollkommen „echt“ wirken. Dann gelingt es ihnen, Wünsche wachzurufen und Käufer in den Laden zu führen. Ein vorzügliches Beispiel von besonders großer, natürlicher und gewinnender Wirkung bilden die nebenstehenden Stanzplakate.

Licht und Bewegung,

wenn diese zwei wichtigen Faktoren in einem Werbemittel vereinigt sind, kann die Wirkung nicht ausbleiben. Dann ist nicht nur ein vorzüglicher Blickfang für das Schaufenster geschaffen, sondern auch ein Werbemittel, das Interesse weckt und zur näheren Beschäftigung mit der propagierten Ware veranlaßt. Wo die sensationelle Lichtreklame

„Sonne im Herzen“ (D.R.P. a.)

im Schaufenster erscheint, wird sie Ansammlungen hervorrufen, denn wo Licht ist, ist auch Leben. Und wo Licht und Bewegung ist, sammeln sich die Schaulustigen. Mit wachsender Begeisterung werden die regelmäßigen Umdrehungen der vierseitigen Plakate verfolgt, der Trieb zum Sehen erwacht und das Interesse an dem betreffenden Erzeugnis wird in eindringlichster Form hervorgerufen. Sehr vorteil-

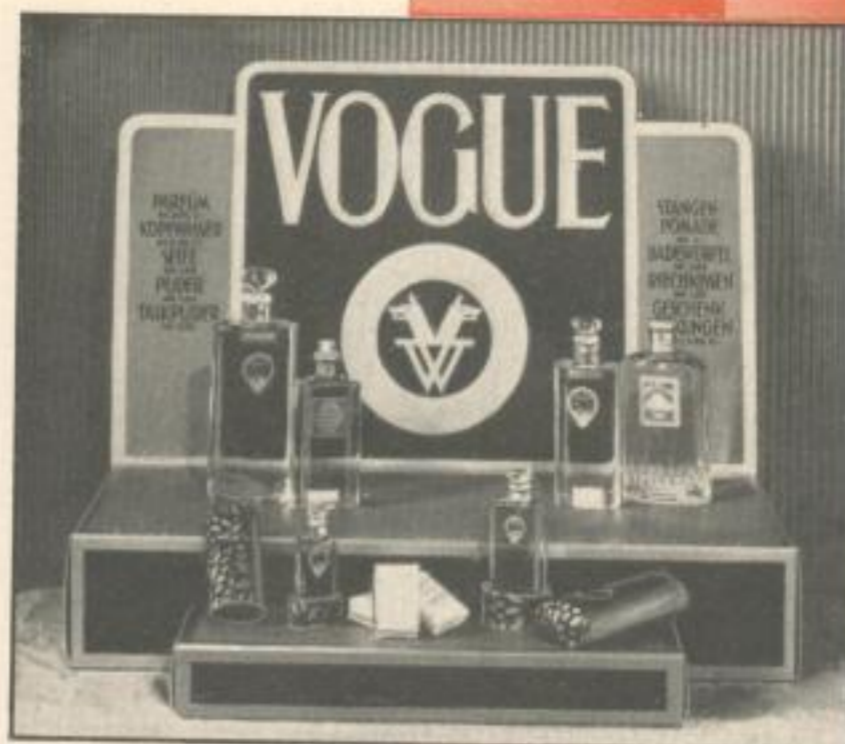


Bild 10



Bild 11



Bild 12

BLICKFANG-DEKORATIONEN