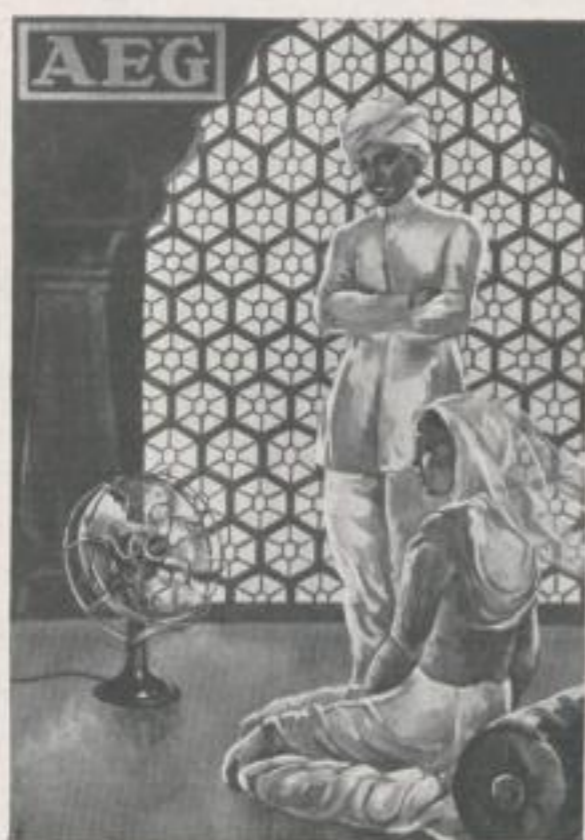




*Die naturalistische Lösung.* Das flatternde Taschentuch in der Hand eines frischen Mädels. Hier ergeben sich bereits Schwierigkeiten bei der Verteilung auf dem Weltmarkt, weil der ausgesprochen germanische Typ vielen Kunden fremd ist. Diese Tatsache kann bei nationalistischer Einstellung kaufhemmend wirken, und auf besonderen Wunsch der Außenstellen mußte ein Teil der Auflage mit einer schwarzen Perrücke überdruckt werden.



*Weiteres Beispiel einer naturalistischen Anzeige.* Eine europäische Köchin freut sich über den künstlich abgesaugten Wrasen. Auch hier Schwierigkeiten bei der internationalen Verwendung. In Ländern anderer sozialer Auffassung als bei uns bzw. in den europäischen Kulturstaaten hat die Herrschaft, d. h. der Kunde, kein Verständnis gegenüber einer derartigen Fürsorge für das Hauspersonal. Es widerstrebt ihm, die untergeordnete Klasse als Werbesubjekt auf dem Plakat zu sehen.



*Die nationale Anzeige.* Ein indischer Maharadscha bringt seiner Frau den kühlenden Ventilator aus Europa. Der wehende Schleier deutet den Luftzug an. In allen Ländern, wo die Menschen sich nach Farbe und Rasse scharf sondern, bleibt die Verwendung des Bildes ausgeschlossen.