Ideen aus, denen die Masse nur zu folgen bereit ist, wenn sie ihr geläufig sind. Das gute Bild ist viel unmittelbarer, es schaltet die geistige Arbeit der Bildvorstellung, die beim Wort erforderlich ist, aus und wir werden von der Bildatmosphäre viel leichter und häufiger gefangengenommen als durch die Sprache. Das Wort in der Werbung ist immer eine „stumme Malerei". Nur selten wird es gelingen, durch Worte diese hauchfeine erotische Spannung, die in diesen Bildern liegt, zu erreichen. Man ahnt und erlebt den Duft des Parfums viel stärker durch die Blume in der Hand der Dame als etwa durch die Abbildung einer Parfumflasche. Die Bilder geben als Ganzes die Atmosphäre der kultivierten Dame und sind in ihrer Eigenart die besten Parfuminserate der letzten Jahre.

H. K. Frenzel

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id39789218 7-19300100/62 gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG UNIVERSITÄT ERFURT