

POLITIKEN

BILLIGE TILBUD

RESTER ULDNE STOFFER
Kjolemaal
Kjolemaal
Kjolemaal

DAME OVERTØJ
Lange
Kjolemaal
Kjolemaal

KJOLER
Kjolemaal
Kjolemaal
Kjolemaal

LAMPER
Lamp
Lamp
Lamp

FLYTNING
Flytning
Flytning
Flytning

CROME & GOLDSCHMIDT
Altid det bedste billigt

DE KAN KOBE DEN for mindre end 2000 Kr.
DE KAN HOLDE DEN for 22-24 kr. om Ugen
DE KAN KØRE DEN for 2,5 kr. pr. Kilometer

OPEL 6
GENERAL MOTOR
AUTOMATISK

18aargig Pige dræbt, Modern sad ved Rattet

Udbetaling

Vorbildlich klar und ruhig ist der Inseratenteil der dänischen Zeitung „Politiken“. Auch die Verbindung zwischen Inseraten- und Textteil ist gut, denn beide halten sich ungefähr das Gleichgewicht. Die geschäftlichen Angebote stören nicht beim Lesen der Tagesnachrichten und die Schlagzeilen der Tagesnachrichten übertönen nicht die Inserate.

Really a pattern of what such things should be, in its quietude and clarity, is the advertising section of the Danish newspaper "Politiken". The connection between [advertising matter and text is also good, for the two are mutually well-balanced. The business offers do not irritate the reader of the news items and the news headlines do not overwhelm the advertisements.

leben förmlich in einer Angstpsychose. So kann es aber nicht weitergehen. Jeder Geschäftsmann sollte trotz aller Enttäuschungen jeden Tag so beginnen, als wenn er eben an diesem Tage sein Geschäft begründet hätte. Der ganze Optimismus, mit dem er damals bei der Begründung seine Arbeit begann, ist heute an jedem Tage aufs Neue erforderlich. Alle Reklameleute, die ernsthaft an die wichtige Funktion ihrer Arbeit im Wirtschaftsleben glauben, werden sich endlich einmal zu einer Tat aufraffen müssen. Reklameentwerfer, Drucker und Verleger, die für sich selbst keine Reklame machen, zeigen damit, daß sie an die Wirkung des von ihnen gepredigten Evangeliums nicht glauben. Sie gleichen jenen Predigern, die ausrufen: „Richtet Euch nach meinen Worten, aber nicht nach meinen Taten!“

Dieser Appell „An Alle“ soll zum kritischen Nachdenken anregen. Mutlose waren noch nie Führer einer Entwicklung, sondern immer nur Bremsen, Steine am Bein. Banales hat noch nie begeistert, sondern immer nur ermüdet und stumpf gemacht. Revidieren wir alle zur Schablone erstarrten Methoden. Denn die Gewohnheit ist eine schlechte Pflegemutter der Reklame. Pioniere sein! Neues Land erobern! Freude ausstrahlen! Durch Schönheit und Geist neue Lebensfreude erwecken! Freude am Schönen lebt in irgend einer Form selbst im primitivsten Menschen. Das sind die wahren Aufgaben der Reklame! Damit beantwortet sich die an den Anfang gestellte Frage: „Wo geht die Reklame hin?“ von selbst. Dann wird „Reklame der Schlüssel zum Wohlstand der Welt!“.