

Entwurf

A. RADEMACHER

Design



### Mit Bedacht rauchen!

Rauchen Sie bitte einmal Ihre Zigarette mit Bedacht und achten Sie darauf, welcher Zug Ihnen am besten schmeckt.

Auch der Tabakfachmann bildet sich bei der Prüfung einer Zigarette noch keine Meinung nach dem ersten Zug; denn die beste Lagerung kann oft nicht verhindern, daß der Tabak an den Enden etwas trocken wird. Ist dies der Fall, so entwickelt sich das Aroma erst richtig vom dritten Zug an. Deshalb raucht der Fachmann die Zigarette zu Ende, bevor er ein Urteil abgibt.

Wenn der letzte Zug nicht hält, was die Zigarette anfangs verspricht, so liegt es daran, daß die Mischung aus unreifen oder unedlen Tabaken besteht. Steigert sich dagegen der Genuß während des Rauchens und erreicht er gewissermaßen seinen Höhepunkt mit dem letzten Zuge, dann war es eine gute Zigarette.

Dürfen wir Sie bitten, diese Rauchprobe einmal mit einer HAUS NEUERBURG-Zigarette zu machen? Sie werden finden, daß Sie am Rauchgenuß um so mehr Freude haben, je aufmerksamer Sie Ihre Zigarette rauchen.

HAUS NEUERBURG O.H.G.

### DER LETZTE ZUG viel wichtiger als der erste!

Für die Beurteilung der Qualität einer Zigarette ist der letzte Zug wichtiger als der erste. Selbst bei der besten Lagerung ist es nicht zu vermeiden, daß der Tabak an den Enden etwas trocken wird. Deshalb kann sich das volle Aroma etwa vom dritten Zug an erst entwickeln.

Für die Güte der Mischung gibt es alsdann ein untrügliches Merkmal: Das Aroma einer guten Zigarette steigert sich fortgesetzt bis zum letzten Zuge, während das Aroma unedler Tabake meist schon nachläßt, wenn die Zigarette zur Hälfte geraucht ist.

Dürfen wir Sie bitten, diese Rauchprobe einmal mit einer HAUS NEUERBURG-Zigarette zu machen.

HAUS NEUERBURG O.H.G.



Erst am dritten Zuge an  
entwickelt sich erst das  
volle Aroma

Trotzdem die Photographie sehr viel zur Banalisierung der Reklamebilder beigetragen hat, lassen sich doch immer wieder Wirkungen erzielen, die durchaus befriedigend sind, besonders wenn der Inseratenraum groß genug und der Photograph seine Aufgabe versteht.

Although the photographer has done a great deal to increase the banality of advertisements, it is still possible to achieve effects which are entirely satisfactory, especially when there is enough space at command and the photographer understands his task.