



Design

A U S T I N C O O P E R

## MARGINAL NOTES AND HERESIES

BY OTTO ERNST SUTTER

notion unless it be as apparent, as audible, as effective as it must become in order to be really attractive? To be sure, no promising beginning of a campaign without an idea! But at the best the very finest beginning is nothing more than—a beginning!

Propaganda must always be a synthesis, a conglomeration of all propagandistic possibilities. But a synthesis, of the points of view which speak for a certain goods, for an idea, for some industrial product or for a political

policy can only be built up upon a clear analysis of the wishes to which the publicity campaign is intended to appeal.

Even for the most successful advertising it remains true that brevity is the soul of wit. Nevertheless, when it is not possible to explain the matter simply and clearly in one sentence, it is better to use two, three or even four!

Be witty at any price—nowhere does such an ambition fail its end so completely as when applied to the composition of an advertisement.

Propaganda which is not at first discovered to be propaganda is not always so successful as one might think. It is frequently necessary in advertising to say what one means plainly and distinctly—just to prevent the suspicion arising in the buyer that he is being caught unawares, a suspicion fatal to success in advertising.

geführt werden können, kann nur auf klärender Analyse der Wünsche aufbauen, an die mit der Werbung appelliert wird.

Auch für zugkräftige Reklame gilt, daß des Geistes Würze sich in der Kürze zeige. Was sich aber in einem Satz nicht einfach und klar formulieren läßt, soll man ruhig zwei oder drei, wenn nötig, vier Sätzen anvertrauen!

Um jeden Preis geistreich sein wollen—nirgends rächt sich solcher Ehrgeiz mehr als bei der Gestaltung einer Reklame.

Propaganda, der man gar nicht anmerkt, daß sie Propaganda ist, braucht nicht immer so erfolgreich zu sein, wie man annehmen möchte. Häufig muß in der Reklame ganz deutlich und ungeschminkt ausgesprochen werden, worum es sich handelt—nur damit nicht der Verdacht der Bauernfängerei aufkommt, der jeder Werbung abträglich ist.

