



Gepflegtheit zu geben. / Wer in bezug auf sein Parfüm wählerisch und anspruchsvoll ist, wird gern auf alle aufdringlichen Duftmittel verzichten und sich zu dem „Echten Lavendel-Wasser“ bekennen, dessen zarter Duft stets eine besondere, interessante Note verleiht. „Echtes Lavendel-Wasser“ gehört zu den wenigen Parfüms, die auch von Herren benutzt werden können. / Ein kleines Quantum „Echtes Lavendel-Wasser“, dem Bade zugesetzt, ist von wunderbar erfrischender Wirkung auf die Haut. In Ermangelung eines Bades stellt eine Abreibung des Körpers mit Lavendel-Wasser eine unvergleichliche Nervenaufrischung dar. Es ist nicht nur ein exquisites Parfüm, das unseren Sinnen schmeichelt und sie gefangen nimmt, sondern vor allem auch im besten Sinne des Wortes ein Schönheitsmittel. Nichts kann der Anmut und Eigenart der Frau förderlicher sein, als eine regelmäßige Pflege der Haut mit „Echtem Lavendel-Wasser“. / An heißen Tagen und in überfüllten Räumen erquickt uns „Echtes Lavendel-Wasser“ als Zerstäubungsmittel, den Nervösen und Abgespannten hilft es zu neuen und freundlicheren Bildern und Gedanken, und verschafft den Sporttreibenden Kühlung und Erfrischung, eine Wirkung, auf die man nicht mehr verzichten will, wenn man sie einmal erlebt hat.



*treatment of even the most insignificant graphic detail is so conscientious that we often imagine that we are looking at a real specimen of Biedermeier art.*

*Simon's work is a further proof of the fact that every form of art has its place in advertising, if it be the fruit of serious artistic purpose, and when the manufacturer is courageous enough to treat the designs with the same earnestness, when making commercial use of them.*

H. K. Frenzel

Translated by E. T. Scheffauer

ERICH M. SIMON

*cess, above all in advertising art? Kommerzienrat Sichler of the Lingler Works in Dresden, who has made a contract for several years with Erich M. Simon, recognized exactly the service this art could render him in booming cosmetic preparations. Precisely with such wares, it is a question of winning the confidence of the consumer, and if a cunningly contrived picture can suggest the idea that these things have proved their value all through a century, or that they at any rate represent the accumulated experience of a century, then we already have the proof of the value of such advertising in the ban of tradition. The principal attraction of such pictures, however, lies in the fact that they are entirely different from anything which has been previously used in this sphere of advertising, and that their quiet and gentle contemplative quality is bound to inspire confidence. The*

