

WER LIEFERT ENTWÜRFE?

*You can
obtain
designs from?*



Figürlich!
Emil Törfel BERLIN SW 61, PLAN-UFER 30



**Realistic
Art**



W. ZEISING MALER UND RADIERER
DRESDEN . N. 6 NIEDERGRABEN 5



**FRITZ
MÜLLER**
ENTWÜRFE
BERATUNG
DRESDEN
NÜRNBERGERPLATZ 4

**SCHLAGKRÄFTIG
WIRKENDE ENTWÜRFE**
für Mehrfarbendruck
Bernard Horner
DAYNECOURT-STUDIO
18, ADDISON STREET
NOTTINGHAM, ENGLAND

* FREI

AS VORNEHME
PACKUNGEN
SCHWABE
LEIPZIG C 1 STÜNZERSTR.

SCHRIFT
INSERATE
PROSPEKTE
ERICH RÖSSLER
LEIPZIG C 1 RIEBECKSTR. 16
PLAKATE,
PACKUNGEN

*Wenig
oder
Nichts*

wird heute verkauft, das nicht durch
Drucksachen propagiert würde. Da-
bei kommt es natürlich sehr auf das

„**WIE**“

an, denn der Käufer will sehen, was er
erwerben soll. Schönheit oder prak-
tische Vorteile des zu verkaufenden
Gutes müssen betont werden, der
Druck muß zeigen und überzeugen.

Ist es nicht von jeher die Farbe, die
die Aufmerksamkeit weckt und fesselt?
Das Auge kauft zuerst, das darf man
nicht vergessen. Wie wirklichkeitsnah
sind die Gegenstände des in diesem
Heft befindlichen Werbeblattes der
Firma GEBR. HARTMANN,
DRUCKFARBENFABRIKEN,
Halle-Ammendorf. Der Buchdruck er-
reicht die bevorzugten Eigenschaften
des Tiefdrucks und zeigt zwischen Tiefe
und Lichtern jene weiche Modulation,
die an die plastische Wirkung alt-
meisterlicher Stuckmalerei erinnert.
Zum Druck wurde eine der bekann-
ten Plastik-Zweittonfarben verwendet.

WERBE-PLASTIK

WERBEPLASTIK
KUPOR-WERK G.M.B.H.
MÜNCHEN 25

2 FÜR DIE WERBUNG
UNTRENNBARE BEGRIFFE

HEINRICH ENGELHARDT

PAPIERGROSS-
HANDLUNG

GROSSLIEFERANT VON
ZEITUNGS-, ZEITSCHRIFTEN-
UND TIEFDRUCKPAPIEREN

BERLIN SW 11, HALLESCHES UFER 10
DUSSELDORF, KLOSTERSTRASSE 34-36