

Zwei Inserate aus dem Werbefeldzug der Trylisin-Werke
 Originell in der Idee und übersteigter Realismus. Der starke Blickfang des Bildes und das Schlagwort leiten auf einem Umwege zum sehr wirkungsvollen Angebot

Ihr Hut - mein Herr!

Ein hervorragender Hut,
 ohne Zweifel, Sie sehen
 zu dem aus.
 Aber wie steht's, wenn
 Sie ihn annehmen?
 Wie steht es um Ihren
 Haarwuchs?
 Es steht gar um Ihren
 Haarwuchs!
 Dann nehmen Sie Tryli-
 sin, damit der Kummer
 mit dem Kopfschmerz
 nicht erst anfängt.
 Es wird möglich um Ihren
 Haarwuchs!
 Dann nehmen Sie ein
 reds Trylisin, damit die
 Haare wieder wachsen.
 Haare sind kein sanges-
 Trübsal, auf was immer es
 Ihnen überlegenheiten
 angetragene biologische
 Präparate. Es wird
 auf ein Wort und Haar-
 wuchs möglich, denn das
 Haar zu einem wach-
 tum bringt.

Das kleine Fläschchen RM 1,00
 Das große Fläschchen RM 3,00
 Preis vom Pharm. Abt. 2,50

Eine glänzende Sache,
 so ein Zylinder. Aber was nützt der schönste
 Zylinder, wenn der Kopf darunter blanker ist
 als der Hut. Denn manch einer, leider, be-
 handelt seinen Hut besser als seinen Kopf.
 Trylisin, Tag für Tag Trylisin, verhindert, daß
 auch der Kopf eine glänzende Sache wird.
 Trylisin, Tag für Tag Trylisin, führt der Kopfhaut

alle Wirk- und Nährstoffe zu, die das Haar zu
 seinem Wachstum braucht. Trylisin gebrauchen,
 das heißt, sich selber mal was Gutes tun.
 Die Schuppen verschwinden,
 der Haarausfall hört auf,
 die Haare wachsen wieder.

Halbes Fl. RM 1,94, großes Fl. RM 3,24, wachst. Fl. - Gr. - Fl. RM 7,50.

Advertisements from the advertising campaign
 of the Trylisin-Werke
 Original in idea and exaggerated realism. The strong
 eye-trap of the pictures and the slogan lead in a
 round-about manner to a very effective offer

still remained loyal to the press as a means of advertising must at any rate ask himself what purpose could still be served by advertising. Figures of circulation had completely changed, and what is far more important, the character and composition of the readers had changed too. The advertiser had necessarily lost all control of the effect of his propaganda. The press crisis must lead to the crisis in advertising.

What of the future of the advertisement? Here, too, both the economic and intellectual aspect of the press and of advertising must be taken into consideration. Economically speaking, in the immediate future, the advertiser will be able to survey the possibilities of success for his advertising with a thoroughness never before possible in Germany. The publication of circulation figures, the regulations as to price and discounts, the control exercised by the advertising council will all facilitate the correct calculation of an advertising campaign and the control of the measure of