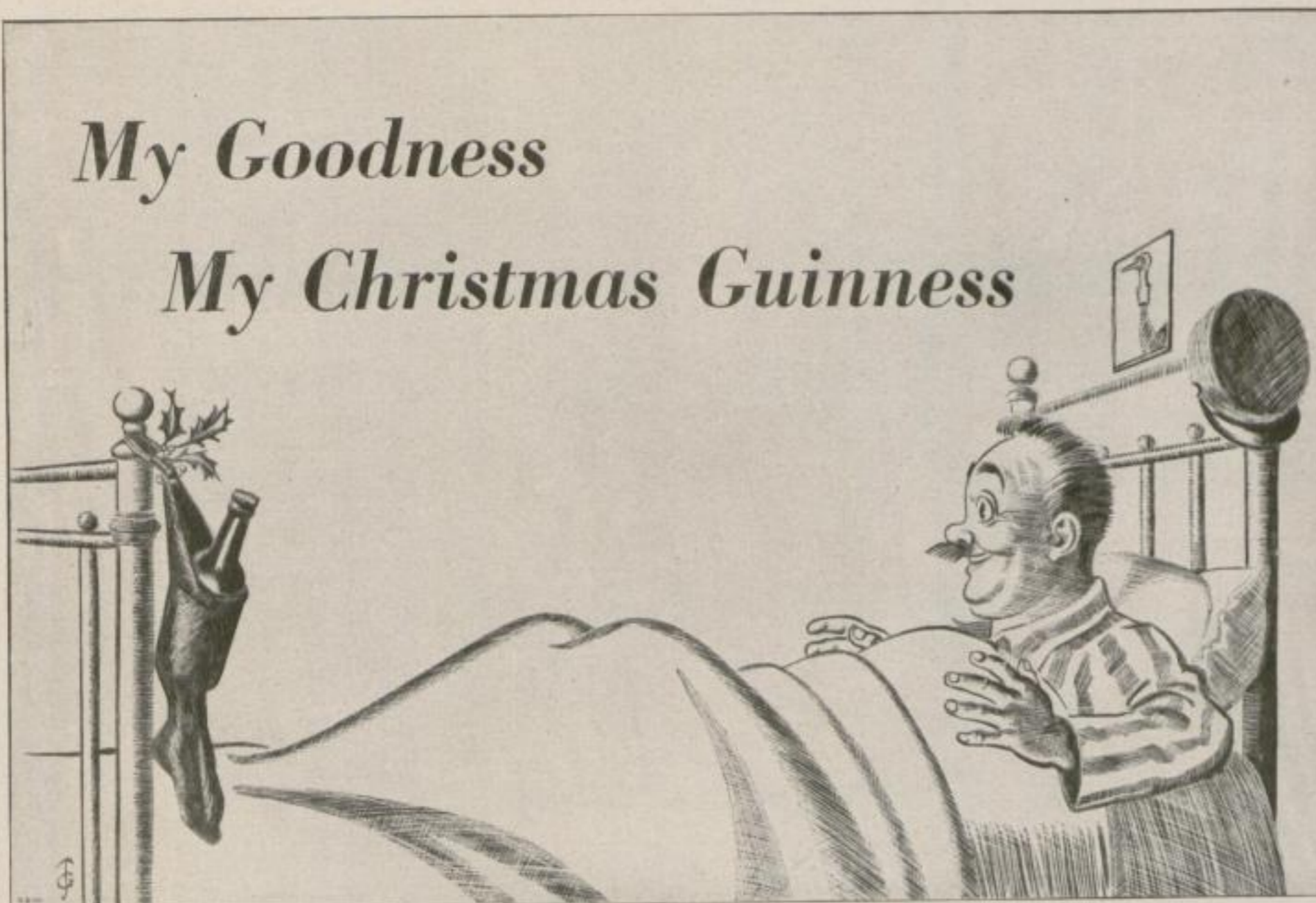


# Humoristische Englische Werbung

Die Frage, ob Humor in der Werbung angebracht oder gar empfehlenswert sei, ist umstritten. Claude Hopkins, jener vielgerühmte, doch ebenso überschätzte wie überholte amerikanische Reklame-Apostel (Nummer eins jeder

besseren Werbebibliothek), sagt nein. Der Kauf von Gegenständen und Diensten, so meint er, sei für den Umworbenen eine todernste Sache, denn man verlange von ihm ein Geldopfer. Folglich müsse auch die Werbung, mit Ausnahme viel-



## BRITISH HUMOROUS ADVERTISING

The question whether humour in advertising is appropriate or even to be recommended, is a debated point. Claude Hopkins, that much praised though equally overestimated and outdistanced American apostle of advertising (number one in all the better advertising

libraries), says no. In his opinion, the purchase of articles and services, representing a money sacrifice on the part of the buyer, is something deadly serious. It follows, therefore, that with the possible exception of the amusement industry, advertisements must be seriously convincing.