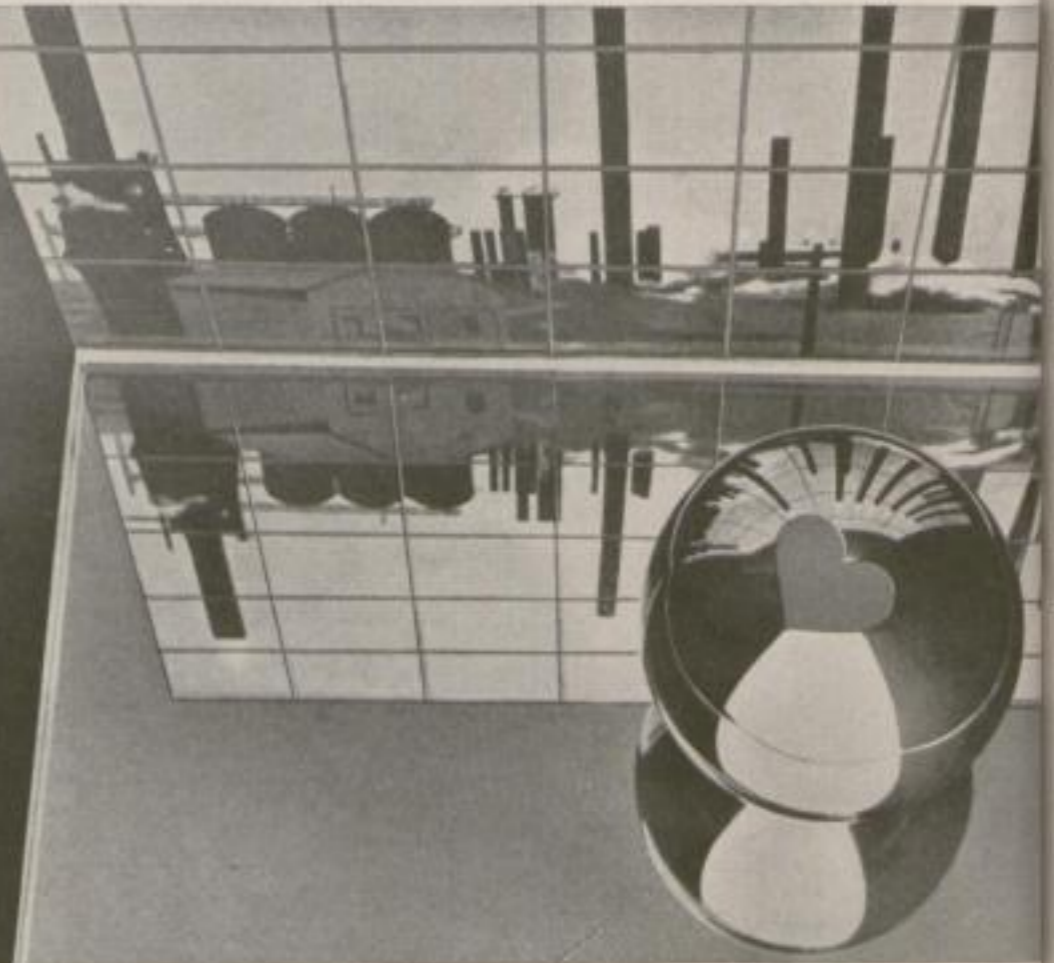


Sachlichkeit des Erzeugens

Herzlichkeit des Werbens

Harmonie des Erwerbens

Die Industrie erzeugt, der Kunde verbraucht. Soweit wäre alles in schönster Ordnung, nur will der Kunde erst geworben, und hat man ihn, erworben sein. Sehen wir in ihm mehr als die Nummer eines „Kundenapparates“, sprechen wir durch „herzliche“ Werbung den Menschen in ihm an! Das Ergebnis ist die harmonische Geschäftsbeziehung. Dies „Buch der Aufmerksamkeiten“ will Helfer dazu sein.



Seiten aus einem Prospekt für Werbegeschenke

Pages from a catalogue for advertising gifts



Note ihren besonderen Reiz. Die zur Sachliebe gesteigerte Sachkenntnis gelangt zu Kompositionen und zu Farbgebungen, wie sie nicht stilvoller denkbar sind. Man betrachte einmal die Vorschläge zur Schaufenstergestaltung für „Melitta“: da ist jeder Einfall auf das Wesentliche gerichtet, aber diese zweckmäßige Einstellung ist mit einem tonangebenden Gefühl für das Gefällige verbunden. So hat der Gesamteindruck bisweilen etwas Lustiges, bestimmt aber etwas sehr Freundliches. Ein kleines „Buch der Aufmerksamkeiten“ zeigt gut arrangierte und gut photographierte Werbegeschenke von ihrer besten Seite. Eine Art Schaffensbekenntnis scheint in den kleinen, geschmackvoll aufgemachten Schriften über und gegen den Kitsch niedergelegt. „Tapete, Kampf dem