



De Vos en de Kalkoenen

Wie alzmaar zit te letten op de rare dingen die hem allemaal kunnen overkomen, valt vroeg of laat aan zijn eigen angst ten prooi.

Wijheid is het, zich een veilige plaats op de markt te verzekeren door een weldoorn-

Fabel van La Fontaine, af te niet het trouw verhaal van de honger kalkoenen, die, vorig zittende in den boom, zich noch lezen verlaadden over den slimmeste van hen als maar naar Reinhard om te zien en op zijn hangmaakijken en kunnen te letten jordat ze van verstandheid de een na de ander van de takken kunnen.

dachte advertentie-campagne in de dagbladpers. Laat de concurrentie dan maar haar verkoop- en reclame-kunstjes vertoonen – als men zich maar niet uit zijn evenwiche laar brengt en goed aan zijn courantenreclame vasthoudt, zal men dra ontwaren, dat men aan den veiligen kant zit.

DE NEDERLANDSCHE DAGBLADPERS

Das Centraal Bureau voor Courantenpubliciteit van de Nederlandsche Dagbladpers hatte den Einfall, in einem Werbefeldzug für das niederländische Zeitungswesen Gustave Doré einzusetzen. Graphik von 1860 für den Werbedienst 1938! Schon ein flüchtiger Blick beweist, daß dieser Einfall kein Wagnis, sondern einfach eine ausgezeichnete Idee ist. Es wurden „Illustrationen zu Lafontaines Fabeln“ verwandt — das moralische Gleichnis der Fabeln selbst leitet im Text zu einem Appell an den Leser über. Die auftretenden Figuren aber sind

The Central Bureau voor Courantenpubliciteit van de Nederlandsche Dagbladpers had the idea of making use of Gustave Doré in a publicity campaign for Dutch newspapers. Graphic work of 1860 for the publicity service of 1938! A cursory glance suffices to show that this idea was not a venture, on the contrary it was an excellent brain wave. Illustrations of Lafontaine's Fables were used—the moral of the fable itself leads to an appeal to the reader in the text. The figures which appear have been placed by Doré's master hand in the ageless

G.DORÉ
EIN LEBENDIGES
VERMÄCHTNIS
A LIVING HERITAGE