

GEGENÜBER DEM JÜLICHS-PLATZ

It might well be assumed that precisely the most prominent firms, makers of proprietary goods, would make a point of securing the best advertising artists procurable for organising their publicity appeal. Quite the reverse. The publicity departments of such concerns are all too frequently dominated by fear of too individual a style, and have, moreover, the tendency to hanker after a kind of insipid naturalism according to foreign pattern, unfortunately, however, without its attaining the virtuosity of its prototype. In the new appeal for the "Rote Farina Marke", a somewhat rare and "venturesome" attempt has been made to create a new and individual style with the assistance of the advertising artist, Fritz Biermann. It is a well-known fact that most proprietary firms are disinclined to engage the services of an artist with such characteristic handwriting, and particularly one who, like Biermann, has won a high reputation as the designer of fascinating book-jackets, and has had no experience in designing advertisements for proprietary articles. It is, however, just this freshness and spontaneousness peculiar to his nature which guaranteed the Farina advertising appeal a new and arresting aspect that, once seen will never be forgotten. The graphic form of the composition is no longer an end in itself but becomes, purely and simply, the medium for expressing the substance of the idea. The draughtsman is at once the scene painter and the presenter of these small dramas we call "advertisements". They keep strictly to

Advertisements



„Farina gegenüber“ bezaubert die Frauen um Napoleon

Farinas Bücher vom Jahre 1811 berichten über eine Sendung „à Son Altesse 'Impératrice au Palais Impériale des Tuilleries“ in Paris. Daraus geht hervor, daß Napoleons zweite Gemahlin, Marie Louise, die Tochter des österreichischen Kaisers Franz I., ur-echtes Kölnisch Wasser gebrauchte. Zwei Jahre vorher hatte Napoleons Schwester Caroline, die Königin von Neapel, Farina beauftragt, jeden Monat eine Kiste „Eau de Cologne“ zu senden, und auch Napoleons Schwester Pauline, die Gattin des Fürsten Borghese, die eine Meisterin raffinierter Toilettenkünste war, ließ sich oft das vielbewunderte Duft-



*Im dritten
Jahrhundert
modern*

Elixier kommen. Dieses ur-echte Kölnisch Wasser war aber nicht nur bei den Bonapartes Mode, sondern nicht minder bei Napoleons Gegnern: Kaiser Alexander I. von Rußland, Major von Scharnhorst, der Staatskanzler Fürst von Hardenberg und viele andere bestellten bei „Farina gegenüber“. So spiegelt sich Weltgeschichte in seinen Büchern. Farinas Schöpfung, das Kölnisch Wasser, hat den Wandel von zwei Jahrhunderten überdauert, ohne sich zu ändern. Noch immer wird es nach dem gleichen Geheim-Rezept hergestellt wie vor 229 Jahren. Es erfrischt und entzückt heute Millionen Menschen. Damit man es von anderen unterscheidet, trägt es die

Rote Farina Marke

FEINHALS

* UR-ECHT KÖLNISCH WASSER *