

wine and where necessary to elucidate them. These aims were the basis of ideas for copy and illustrations for which the publicity expert, Otto Wutschke was responsible. The graphic work connected with the advertisements was done by Ernst Böhm who has shown his mastery of scraper-board technique. On the whole the advertisements have won due appreciation although some critics find them somewhat austere and lacking in that blithesome spirit generally associat-

## Northern Climes

ed with wine. The answer to this is that the note of seriousness marking the style of these pictures has been chosen with a purpose, namely, to avoid awakening any impression of cheap pleasure to be gained from drinking German wine. Actually these advertisements have impressed on the public mind that German wines must not be measured by the usual standards of other foreign products but form a special category by themselves.

Translated by Flora Salmond-Volkmann



## Tusen och en nyanser

Den i varmare länder yppigt växande vinrankan, har i Tyskland undan för undan förädlats till en högvärdig växt. Dess olika arter ha var och en sin särpräglade karaktär; känsligt reagera de för olikheter i klimat och jord. „Wie die Reben, so die Weine.“ Till Er tjänst finnes en mångfald olika vintyper. Ni behöver endast välja: vita eller röda, söta, torra eller eleganta, med mjuk och behaglig arom, spritziga med en fläkt av solmogen syra, friskt upplivande, med naturlig druvsmak... Inget annat vin i världen kan uppvisa en sådan nyans- och bouquetricedom.

*Det gyllene överflödet av karaktäristiska viner har även grundat den tyska sektens rykte. Ur rikedomerna på olika druvsorter, representerande alla vinområden, utväljas de lämpligaste vinerna för denna härligt mousserande nektar.*

