

# Reklam bladet : råd och rön från Hellmans reklam- och annonsbyrå, Stockholm

*nivå3 76 Ay Br.*



National Library  
of Sweden

Filmnöt.  
Svecht  
Dr  
764y

# REKLAM BLADET



N:o 1

1915



— Lätt att komma ihåg! —  
Låt oss få inkomma med offert!  
Hellmans Reklam- och Annonsbyrå

# KRIGET

BÖR SKAPA FÖRETAGSAMHET.  
GÖR REKLAM FÖR HVAD NI SÄLJER.  
EXPERTER PÅ REKLAMTRYCK ÄRO:  
**ZETTERLUND & THELANDERS**  
BOKTRYCKERI-AKTIEBOLAG  
SKEPPSBRON 40 - STOCKHOLM  
ALLM. TEL. 12 01 - RIKS TEL. 69 55



# REKLAM BLADET

N:o 1

1915

## *Lönar sig annonsering?*

**D**enna fråga framställes ofta av flertalet affärsmän. En del annonsering betalar sig och en del inte. — Det beror på.

Vi kunna tala om två klasser av annonsering. — Den som är bra och den som inte är bra. — Den som betalar sig och den som inte betalar sig.

Den, som verkligen kan uppgöra annonser som löna sig, frågar aldrig efter om de betala sig eller inte. — Detta vet han.

En affärsman sitter ofta grubblande och biter på sin penna under försök att räkna ut vad hans annonsering kostat honom och vad han verkligen fått genom den. När han är på detta humör, erkänner han vanligtvis att hans annonsering ej lönat sig.

Ingen affärsman har råd att betala för en annonsering som inte lönar sig — och det är få som göra det i längden.

Annonseringen skall så att säga tala till en stor publik. Bra annonsering är den som är övertygande.

En sådan annonsering hjälper upp affärerna.

*Det, som ej kan annonseras om, är i sanning märkvärdigt. Det, som är märkvärdigt, uppmärksammas ovillkorligen i en annons.*



En effektiv annonsering lockar allmänheten till affären och tvingar den att se på varorna.

En god annonsering lönar sig, därför att den är förklarande, övertygande och tvingande. Den väcker intresse och nyfikenhet och tvingar allmänheten att tänka väl om artikeln de kommit för att se. När denna artikel har tilldragit sig uppmärksamheten är det naturligtvis också andra saker i samma affär som fångla allmänhetens intresse.

Det bästa sättet att annonsera är att annonsera mycket med riktiga annonser.

## Kanske

har Ni en vara som passar för affärsmän och reklamintresserade. Annonsera då om denna vara i Reklam-Bladet, som sprides i 5,000 ex. just till denna köpekrets. Ett nummer utkommer i månaden. Infordra vår offert. God rabatt vid längre annonsering.



Att **X** gånger

skriva  
samma  
brevtext  
är  
tidsslöseri

**Opalograph**

*mångfaldig hand- o. maskinskrift medelst Opalglasplatta.*

*Tusentals skarpa kopior i vilken färg som helst från ett original.  
Demonstreras kostnadsfritt och utan köptvång efter påringning.  
Prospekt och tryckprover gratis.*

**OPALOGRAPH-COMPAGNIE - STOCKHOLM C.**

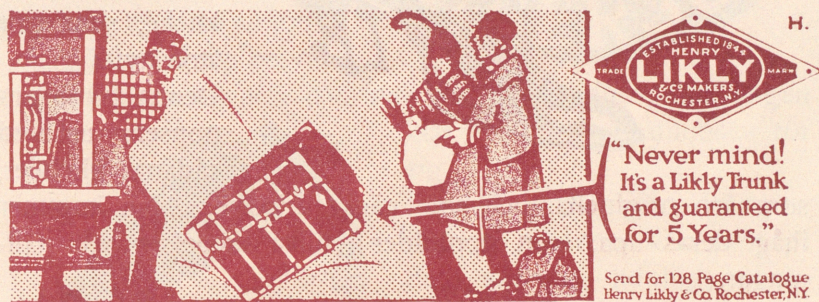
*Kungsgatan 54 - Riks och Allm. Tel. 5740*



## Olika sätt att annonsera.

Jämför man de svenska annonserna i allmänhet med utlandets, förefaller det, som låge vi långt efter ifråga utstyrsel och reklamvärde.

Visserligen göres ibland ansatser att komma över medelnivån, men sorgligt nog förekommer detta ytterst sällan.



Ett par prov från utlandets press visa tydligt, vad som kan göras. Se vi t. ex. på annonsen för »Likly», så är den rolig och utmärkt tecknad, och man får genast en idé om att varan tål stötar och är stark.

Annonsen för »Stiller» å nästa sida är synnerligen effektiv. Namnet och den vara som utbjudes inetsas ovillkorligen i minnet.

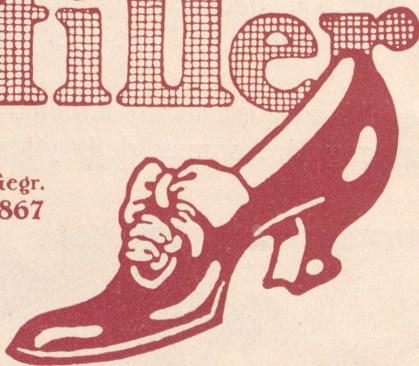
Bland de svenska tecknade annonserna hava vi nog en del som kunna tävla med de utländska ifråga tydlighet och reklamvärde.

*Om Ni ämnar annonsera, så annonsera genom oss. — Bäst och Billigast*

HELLMANS Reklam- och Annonsbyrå  
Regeringsg. 13 — Stockholm

# Stiller

Gegr.  
1867



Vidstående ovala kliché "O. P." uppmärksammas varhållst den än placeras.

Den lustiga kråkan för Oxygenol är också en liten kliché, som gör stor nytta.

Denna firma annonserar just med sådana klichéer,

som äro originella, och som väcka intresse. Man kommer ihåg deras apa, som uppträder i olika skepelser och ställningar.

Baltics-annonsen är en mycket effektiv annons som även den uppmärksammas var den än placeras i tidningsspalterna.

Dessa svenska klichéer visa, det man på mycket små och billiga utrymmen kan få fram god effekt.



Skrivmaskinsaffären

## YOST

# YOST

— N:o 20 —

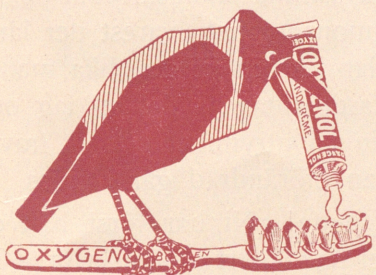
*Maskinen med vackraste skriften, enkel och solid, mjuk och tyst.*

**YOST-WAHL** kombi-  
nerad  
*skriv- och räknemaskin, den bästa.*

*Översättningar: merkantila, tekniska, litterära och vetenskapliga. — Duplicering. Renskrivning. —*

40 Drottninggatan 1 tr., Stockholm  
Rikstel. 10591 - Allm. Tel. 9596

En sådan riktigt tecknad kliché uppväger mångdubbelt en stor annons på ett par tre spalters bredd och ett par decimeters höjd, fullproppad med text. Det är ju ytterst sällan man läser igenom en massa text i en annons, och gör man sig besvär därmed har man ofta när



man hunnit till slutet ändå ingen klar idé varom annonsen rör sig.

I ett kommande nummer skola vi närmare visa prov på den svenska tidnings-annonseringens goda och dåliga annonser. Att ej prov på några dåliga annonser inkommit i detta

nummer beror ej på att de saknas, tvärtom, de äro de övervägande. Ni kan själv se efter i tidningsspaltarna. Kanske Eder egen annons kommer som avskräckande exempel, eller vi skola hoppas motsatsen.



*Behöver Ni en Reklamchef, så annonsera om detta i REKLAM BLADET, som sprides till alla Reklam-Experter.*

*Upplagan är 5.000 ex. Låg taxa.*

## *Ett par ord.*

Sedan man beslutat sig för en annonskampanj i och för införandet i marknaden av en ny vara eller för att öka avsättningen av en redan marknadsförd artikel, bör man först och främst noga överväga vilken specialfirma för annonsering, som skall anlitas. Sedan detta val är gjort, och annonssumman fastslagen fördelas denna senare på olika annonsorgan, tidningar, tidskrifter e. d., varefter annonsören insänder sina manuskript till annonsfirman.

I de flesta fall insändes detta samma manuskript af denna direkt utan omskrivning till annonsorganet, varest det lämnas upp till sätteriet. Här delar faktorn ut de olika manuskripten till sina sättare. Sättaren tittar på det ett tag och mäter ut vilka stilar som gå in på utrymmet och så travar han upp annonsen, vilken sedan oförändrad går i präss.

Ärade annonsör! Tänk på detta! Ni har först haft ett stort besvär med uppsättandet av Edert manuskript. Ni lämnar det förtroendefullt till annonsbyrån, som ju bör vara expert på området och denna ignorerar helt och hållet Edra intressen, genom att överlämna stiliseringen till en mer eller mindre intelligent sättare. Det är alltså beroende på den tur Ni har om Edert manuskript hamnar i händerna på en typograf som förstår sätta upp en annons riktigt.

Annonsbyråns hela arbete är alltså endast att skriva ut en order och sedan hämta sin provision.

Utlandets flesta annonsbyråer däremot, stå till tjänst med goda råd åt annonsören, ja, de begära endast få veta vilken artikel annonsen skall behandla, varefter de uppgöra en lämplig annons och se till att den blir väl uppsatt och förmånligt placerad.

Vi hava nu efter utländskt mönster anlagt vår byrå efter dessa principer. Vi gå ej i de gamla fotspåren. Vi åtaga oss hela organisationen av Eder försäljning. Vi garantera Eder ökad omsättning, ty vi veta huru Edra annonser skola vara uppställda. Detta kan Ni förvissa Eder om genom att försäkra Eder om vår medverkan. Detta kostar ej något

extra. Ni får samma priser och samma rabatter, Ni förut haft, men Ni får också något annat och det är goda, lönande annonser och en garanterad ökad omsättning. Vi stå till tjänst med råd och alla de upplysningar Ni kan önska.

Ring endast *Riks eller Allm. 6844* och vi skola ställa våra tjänster till Edert förfogande.

HELLMANS  
REKLAM- OCH ANNONSBYRÅ  
13 REGERINGSGATAN 13

---

## *Några råd för annonsören.*

Försök inte att beskriva hela lagret i en enda annons.

Påstå inte det som är osanning.

Tvinga ingen att svara på Edra annonser.

Tro inte att en annons tillfredsställer alla.

Överdriv icke beträffande värdet av Edra varor.

Var inte löjlig på någon annans bekostnad.

Tro ej att världen tar slut om affärerna gå trögt någon dag.

Annonsera ej angående affärs-svårigheter.

Fordra ej att allmänheten skall läsa det som blivit uteglömt i Eder annons.

Grubbla ej över förra årets resultat.

Lita ej på att annonsen skall göra allt. Man fordrar naturligtvis något av annonsören.

Förstör ej en god annons genom att omedelbart efter utkomma med en sämre.

Disputera ej i annonsen med en konkurrent angående varor.

Uttala ej i Eder annons det, som Ni tänker vid nedstämda ögonblick.

Sluta ej med att annonsera därför att dagen varit mindre givande.

Tro ej att Ni har gjort allt vad i Eder förmåga står, genom några få annonser.

---



Detta märke i förminskad skala på en annons  
skall säga Eder det annonsören varit förutse-  
ende nog att vända sig till den enda annons-  
byrå, som verkligen kan uppställa en annons  
så att den ökar omsättningen.

Vi avvakta Eder påringning till oss.

**6844**

Riks och Allm.

# RYSSLAND

VI FÖRMEDLA ANNONSER TILL  
ALLA RYSKA TIDNINGAR OCH  
TIDSKRIFTER. SPECIELLT  
LÄMPADE FÖR FABRIKANTER,  
EXPORTÖRER OCH AGENTER.

DÅ VI HAVA RYSK FACKMAN,  
SOM FÖRESTÅR DENNA VÅR AV-  
DELNING, GARANTERA VI SAK-  
KUNNIGT URVAL AV TIDNINGS-  
ORGAN

KORREKT ÖVERSÄTTNING GRATIS

RIKS OCH ALLM. TELEFON 68 44

**HELLMANS REKLAM. OCH ANNONSBYRÅ**  
REGERINGSGATAN 13 · STOCKHOLM

## *Reklamchefen.*

En reklamchef som förstår sin sak är guld värd. Men de äro få som göra detta.

Om Ni har en reklamchef som verkligen kan något, så försök behandla honom rätt.

Ni bör själv tänka på att god reklam har något av konst i sig, och ej endast är vanligt kontorsarbete.

Vill Ni draga största nyttan av honom så lämna honom i fred, och låt honom utarbete sina egna idéer. Dessa bliva i allmänhet allt bättre ju längre han får arbeta i sitt fack, ty smaken tränas och utvecklas.

Ni skall inte förestava honom för trånga gränser, såvida Ni ej själv är idérik och då kan Ni i stället spara in hans lön. Ty ett av Edra biträden kan då utarbete Edra idéer, så att de bliva tillfyllest för klichéanstalten eller tryckaren. Men om Ni själv ej har gott om idéer, utan är hänvisad till Eder reklamchef, så låt honom som sagt vara i fred. Edra inlägg verka endast störande, med den ena lilla detaljändringen efter den andra. Om Ni själv har något storstilat uppslag, så bör Ni delgiva honom detta och låta honom taga hand om saken på hans sätt och efter hans smak.

En god reklamchef skall ej endast vara en idéfödare, utan han skall även på ett konstnärligt sätt omsätta idéen i praktiken.

Låt honom gärna arbeta oregelbundet, desto mera osökt och otvunget blir utförandet.

---

*Glöm ej bort, att Edra annonser skola sälja Edra varor. Gör dem därför så tilltalande, att de ersätta den bästa säljare.*

*Om Ni ej kan detta, så anlita oss.*

HELLMANS REKLAM- OCH ANNONSBYRÅ

Om Ni har en ny vara som Ni vill driva fram i marknaden, så konferera med honom. Visa honom den praktiska användningen, framhåll de fördelar varan har och låt honom sedan släppa sin fantasi lös.

Var ej rädd, om en idé på Eder verkar för fantasirik. Tänk på, att bland den stora läsande allmänheten just sådana saker slå an.

Reklam måste få landvinning inom nyheternas område. Man skall ej endast fasthålla vid gamla idéer. Kanske just dessa även mötte motstånd på sin tid hos en lika försiktig general som Ni.

Nej, reklam måste bliva ny, jämt och ständigt. Annars fascinerar den ej.

Just detta, att ej behandla reklamchefen som en särskild kraft och ej lämna hans fantasi fritt spelrum, förstör honom och kan han då ej lämna Eder den hjälp Ni väntat av honom.

## SMUTSIGA FINGRAR

UNDVIKAS OM MAN ANVÄNDER EN

## JUPITER I.

BÄSTA PÄNNFORMERINGSMASKIN

*BEGÄR EN TILL PÅSEENDE OCH PRÖVNING*

EMIL SANDBERG

STOCKHOLM SÖ.

RIKS 8688

## *Annonsplanen.*

Ett gott resultat av Eder annonsering är ej alltid beroende på den summa Ni anslår för ändamålet.

Reklamens verkan beror endast på det sätt den uppgöres, vilka idéer som användas och valet av de organ varigenom Ni träder i förbindelse med den köpande allmänheten.

Gör först klart för Eder vilken publik Ni i huvudsak vill nå. Sätt Eder in i denna publikis tänkesätt och uppgör Edra annonser därefter.

Ni skall välja olika tidningar för olika varor. Ni skall ej annonsera om arbetskläder i en högerpolitisk tidning, ej om damkläder i en facktidning för transportarbetare. Nog tyckes det som vore dessa exempel allt för påtagliga, men faktum är att dylika banala felgrepp förekomma. Ofta till och med. Kanske har Ni själv någon gång brutit emot dessa enkla regler, och sedan Eder annonsering utgått, har Ni med grämlse överraskats av det dåliga resultatet, ehuru Ni annonserat för så och så många tusen kronor.

Alltså, annonsera med verklig eftertanke. Knappast något konto kan lättare bliva förlustbringande än just annonskontot.

Ni skall i Edra annonser stegra intresset, tills allmänheten fått klart för sig att just Eder vara är den som är värd att köpas och att den måste köpas.

---

### ORGANISATION

*av Eder affär är en nödvändighet.  
Vi stå till tjänst med uppslag och  
idéer.*

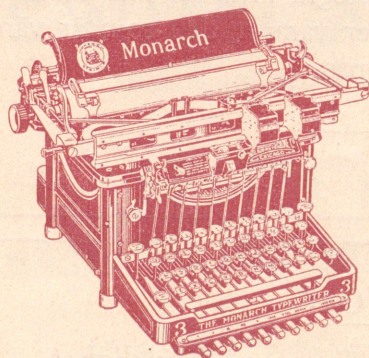
HELLMANS

## Var originell.

Det lönar sig att vara originell, att hava skyltar som äro enastående och effektiva, att hava skyltfönster som äro inbjudande, att anordna interiören så, att den fångslar uppmärksamheten, även om varorna på hyllan måste omplaceras ganska ofta. Detta behöver ej förorsaka stora kostnader. En väl upplyst och renlig affär tilldrager sig allmänhetens uppmärksamhet. Håll därför all målning ren och belysningen kraftig. Kopiera ej Edra konkurrenters metoder att skylta. Om Ni saknar idéer, anlita någon som har sådana.

En del mindre affärer påstå att de äro för små för att tidningsannonsering skulle löna sig. Detta är alldeles fel. Det finns ingen affär som är så liten att den ej behöver annonsera.

Så hava vi en grupp affärsmän, som anse att annonsering är onödig för dem, därför att deras affär är så och så många år gammal. Även detta är fel. Upphöra de med sin annonsering händer det lätt att konkurrenten snett över gatan plockar bort deras kunder just genom sina annonser.



### Monarch-Wahl

Kombinerad Skriv-  
och Räkнемaskin

ALLT  
FÖR  
KONTORET  
BÄST

Hos

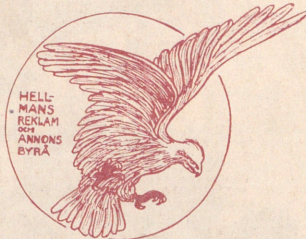
A.-B. Affärssystem

Kungl. Hovleverantör  
DROTTNINGG. 44

Telefoner 8996



Reklam Bladet utkommer varje månad. (Se rekv.)



HELLMANS  
REKLAM- OCH ANNONSBYRÅ

REGERINGSGATAN 13  
STOCKHOLM

*Vi förmedla annonser  
till alla tidningar både i  
Sverige, Norge, Danmark,  
Finland och Ryssland*

*Uppgöra originella och  
effektiva annonsförslag*

*Infördrå vår offert.  
Riks och Allm. tel.*

**6844**