

Einmaliges Kochen
fertig ist die Wäsche.



Dieses Plakat ist deshalb so bemerkenswert, weil es das erste Plakat unseres Hauses ist, das alle Voraussetzungen, die wir heute an ein wirkungsvolles Plakat zu stellengewohnt sind, weitestgehend erfüllt: Es wird *angenehm empfunden*, *überzeugend* werden die *Vorzüge* des *angebotenen Fabrikates hervorgehoben*, und die *farbige Zusammenstellung* — *weiße Wäsche auf knallig rotem Grund*

So begann die Einführungsarbeit für Persil!

Man hat schon damals keine Mühe und Kosten gescheut, dem neuen Fabrikat Freunde zu werben, und daß hierbei auch das Plakat nicht fehlen durfte, war auf Grund der gemachten guten Erfahrungen nur naheliegend.

Als erstes Persil-Plakat können wir das „Katz-plakat“ ansprechen, von dem es in einem zeitgenössischen Bericht heißt, daß es bei der Einführung des damals noch „modernes Waschmittel“ genannten Persil „sehr gute Dienste geleistet hat“.

Es folgen im Laufe der nächsten Jahre in buntem Wechsel das sogenannte „Korb-Plakat“ sowie das „Spitzen-Plakat“, denen man ebenfalls eine gute Wirkung und einen entsprechenden Erfolg nachrühmt, während dieses von dem vielfach falsch aufgefaßten „Teufel-Plakat“ leider nicht uneingeschränkt gesagt werden kann, da es, wie der Chronist mit leisem Bedauern vermerkt, „in verschiedenen Gegenden Deutschlands nicht den Beifall gefunden hat, den man von diesem Plakat erwartete“. Durchaus begreiflich, wenn man hört, daß sich gut-katholische Bäuerinnen beim Anblick des Leibhaftigen, des dahinstürmenden Gottseibeius voller Entsetzen bekreuzigt haben sollen . . .

Dagegen wird das gedanklich eigenartige Plakat „Wäsche wasche Dich selbst“, mit dem den Haus-

— ist außerordentlich *auffällig, blickfangend*.

Wirklich, ein gutes Plakat, dessen Wirkung in einer späteren Auflage noch gesteigert wurde, als man sich dazu entschloß, den Text „Henkel's Bleich-Soda“ durch den Wortlaut „Mit Henkel's Bleich-Soda gewaschen!“ zu verbessern.

Als Vertreterin eines dahingegangenen Frauenideals tritt uns im nächsten Bild eine gut aussehende Waschfrau mit aufgeschürzten Röcken und „angenehmen Rundungen, dort wo sie am Platze sind“, ein Bleich-Soda-Paket in der erhobenen Hand, entgegen; als Plakat ebenfalls der Beachtung wert, weil es eines der ersten Henkel-Plakate ist, in dem die Packung in den Vordergrund gerückt wird, und da auch die farbige Gestaltung gut ist, gilt von ihm das gleiche, wie das bereits von dem Wäscher-mädel-Plakat gesagte: ein gutes Plakat der Vorkriegszeit!

Der 6. Juni 1907 hat in der Geschichte unseres Hauses eine besondere Bedeutung, denn an diesem Tage bringt die „Düsseldorfer Zeitung“ eine kurze Text-Anzeige, in der den Düsseldorfer Hausfrauen mitgeteilt wird, daß „in allernächster Zeit das neue Waschmittel ‚Persil‘ auf den Markt“ kommt. „Passen Sie auf“, so schließt diese denkwürdige Bekanntmachung, „Annoncen geben bekannt, wann ‚Persil‘ zu haben ist“.

