

## 1941-1942

Kriget rasar i Europa och Marknadsföreningen ligger lågt. Under 1942 har man dock en programpunkt som hade lockat deltagare även idag - hemligheten bakom klassikern "Tag det rätta - tag Cloetta"!



Carl Gustaf Carlsson: Magnus Fredrik i Malmö

### ETT NYTT FOLKUPPBÅD FÖR ETT STARKT SVERIGE

DAG OCH NATT smidas vapen till värn för Sveriges fred och frihet. Mån, beredda att gå till yttersta för fosterlandet, vaka vid gränserna, på havet och i luften. Vårt samhälle är inriktat på att skaffa landet det bästa försvar vi inom måttet av vår förmåga kunna åstadkomma. Ett starkt Sverige väcker fram uppförfingar och mödor.

V varje svensk måste vara med i Tredje Försvarslånet och skaffa de 100-tals millimeter, som ytterligare krävas till värn för Sveriges fred och framtid.

### TREDJE FÖRSVARSLÅNET

#### LÅNEVILLKOR

Största Summa Tredje Försvarslånet: 100 000 000 kr. Lånet delas ut i 100 000 000 kr. Lånet delas ut i 100 000 000 kr. Lånet delas ut i 100 000 000 kr.



Lånet delas ut i 100 000 000 kr. Lånet delas ut i 100 000 000 kr. Lånet delas ut i 100 000 000 kr.

#### 1941

låg föreningens verksamhet i stort sett nere, av förståeliga själ. Ett par programpunkter anordnades dock, med något avslagna rubriker; "Vad man läser och inte läser i tidningen", "Marknadsundersökning" och "210.000 hushåll i stöpsleven"

#### 1942

var medlemsantalet 133 aktiva, 23 passiva och en ständig medlem, Carl Ravén. "Varumärkets historia, dess utveckling och juridiska betydelse", "Den inre propagandan" och "Hur reklamen tjänar vårt dagliga bröd" var några av detta års programtitlar. Här dyker också en klassiker upp; AB Cloettas reklamchef Sven Aurelius berättade om "Hur man får folk att TA DET RÄTTA - TA CLOETTA!"

Så hade de första tio åren i Helsingborgs Reklamförening förflutit. Det var brinnande krig i hela världen och ingen visste vid denna tidpunkt hur det skulle sluta ...