

## PRESSEMITTEILUNG

### Sonderausstellung zum zwanzigjährigen Jubiläum des Mauerfalls: „Marken und Verpackungen der DDR“ in Heidelberg

Für viele ist es zwischenzeitlich unvorstellbar, dass es noch vor 20 Jahren zwei deutsche Staaten mit völlig unterschiedlichen Systemen gab: Die marktwirtschaftlich orientierte Bundesrepublik Deutschland im Westen, die kommunistische Deutsche Demokratische Republik im Osten.

Mit der Sonderausstellung „Marken und ihre Verpackungen in der DDR (1949 – 1989)“ präsentiert das Deutsche Verpackungs-Museum in Heidelberg ein Stück Alltagsgeschichte des nicht mehr existierenden kleineren sozialistischen Bruderstaates. Vom 9. Dezember 2009 bis 9. März 2010 werden Markenartikel und Verpackungen gezeigt, die jenseits der Zonengrenze im Osten zwischen 1949 und 1989 im Verkaufsregal standen.

Auf den ersten Blick mag es überraschen, dass auch die DDR das Phänomen der Werbung kannte. Als ab 1971 (nach dem Amtsantritt von Erich Honecker) die letzten Privatbetriebe verstaatlicht und zu Kombinatzen zusammengelegt wurden, wurde die Werbung endgültig zum reinen Instrument der Staatspropaganda. Bevor sie dann mit Beschluss des Ministerrats ab 1975 ganz verboten wurde, war jedoch Inlandswerbung durchaus ein Teil der Alltagswirklichkeit in der DDR. Dies nicht wie im Westen zur Prägung einer Markenidentität, sondern um den Markt zu



Das Deutsche Verpackungs-Museum im Innenhof der Hauptstraße 22, Heidelberg  
(Bildquelle: Deutsches Verpackungs-Museum)

#### Ihr Heidelberg Marketing-Presskontakt:

Heidelberg Marketing GmbH Steffen Schmid Ziegelhäuser Landstr. 3 D-69120 Heidelberg  
Tel +49(0)6221 – 14 22 20 Fax +49(0)6221 – 14 22 22  
[schmid@heidelberg-marketing.de](mailto:schmid@heidelberg-marketing.de) [www.heidelberg-marketing.de](http://www.heidelberg-marketing.de)

steuern. Nachdem beispielsweise zu viele Kapazitäten im Geflügelsektor aufgebaut worden waren, entstanden Slogans wie „Ei und Ei ist Vielerlei!“ oder „Hühnerfleiß zum Sommerpreis: Nimm ein Ei mehr!“.

Auch dem Markenartikel begegneten die Bürger im Sozialismus, wenngleich selten. Denn gute exportfähige Ware, die gegen Devisen im Ausland verkauft werden konnte, war offiziell stets ausverkauft.

Dazu gehörten Produkte wie Radeberger Pilsener, Rotkäppchen-Sekt oder das Fit-Spülmittel, die den Sprung in den wiedervereinigten Einzelhandel erfolgreich gemeistert haben und in der heutigen Bundesrepublik wohlbekannt sind. Die Hersteller konnten auf die starke Markenbindung im Osten aufbauen, die Qualitätsprodukte selbst unter den Bedingungen der Planwirtschaft erreicht haben.

„Einige der DDR-Marken sind heute erfolgreiche Marktführer in ihren Produktkategorien. So widersprüchlich, so interessant kann Verpackungs- und Markengeschichte sein“, erklärt Museumsdirektor Hans-Georg Böcher.

Eine besondere, durch die Teilung bedingte, Situation entstand, wenn eine Marke auf beiden Seiten der Grenze weitergeführt wurde. Ein Beispiel hierfür ist das Waschmittel „Fewa“, das bereits seit 1938 die Werbefigur „Johanna“ etabliert hatte, die stets mit rundem Kopf, knallrotem Haar und Kittelschürze auftrat. Nach dem Krieg entwickelten sowohl die westdeutsche Henkel KGaA in Düsseldorf, als auch der Grafiker und Künstler Horst Geil (1919-1970) in der DDR die Werbefigur der „Johanna“ weiter. Horst Geil



Markenwerbung der DDR (zur Devisen-Gewinnung im Export), DDR 1961-1966.  
(Bildquelle: Deutsches Verpackungs-Museum / Stefan Kresin)

**Ihr Heidelberg Marketing-Presskontakt:**

Heidelberg Marketing GmbH Steffen Schmid Ziegelhäuser Landstr. 3 D-69120 Heidelberg  
Tel +49(0)6221 – 14 22 20 Fax +49(0)6221 – 14 22 22  
[schmid@heidelberg-marketing.de](mailto:schmid@heidelberg-marketing.de) [www.heidelberg-marketing.de](http://www.heidelberg-marketing.de)

modernisierte 1948 die Figur und entwickelte einen eigenen, sehr modernen Werbestil für die VEB Fettchemie Chemnitz. „Johanna“ war in der DDR nun sogar nackt zu sehen, ganz in Vorfreude auf ihre frisch gewaschenen Perlon-Dessous.

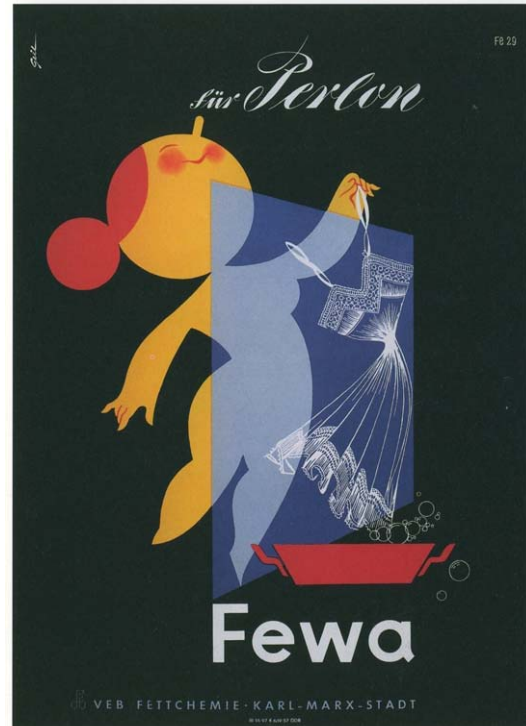
„Die deutsche Teilung brachte eine ungewöhnliche Situation für solche Marken mit sich, die von da an schismatisch geführt wurden. Spaß macht es heute natürlich, solche Entwicklungen zu vergleichen“, so Museumsdirektor Hans-Georg Böcher.

Spannend auch ein weiterer „Systemvergleich“ mittels zwei Kinderkaufäden aus beiden Teilen Deutschlands. Sie leisten, mit Original-Verpackungen bestückt, Aufklärung über die Drogerie-Warenwelt des geteilten Deutschlands. Ihr Design nebeneinander gestellt, die Beschaffenheit der Packungen im Vergleich – das Beispiel verdeutlicht gut das Anliegen dieser Ausstellung: interessante und ungewöhnliche Einblicke in die Warenkunde und Konsumkultur des Ostens zu bieten.

## Das Deutsche Verpackungs-Museum in Heidelberg

Seit der Eröffnung im Jahr 1997 stellt das Deutsche Verpackungs-Museum in Heidelberg als erstes und einziges Museum seiner Art die Kulturleistung der Verpackung in den Mittelpunkt.

Warenverpackung ist stets auch ein Spiegel der kulturellen Entwicklungen einer Gesellschaft. Die Veränderung von Produktdarbietungen zeigt somit gleichzeitig den Wandel des Alltagslebens im Laufe der Zeit.



Die fidele DDR-Johanna, Werbeplakat der DDR, Entwurf von Horst Geil, Karl-Marx-Stadt 1957 (Bildquelle: Deutsches Verpackungs-Museum)

### Ihr Heidelberg Marketing-Presskontakt:

Heidelberg Marketing GmbH Steffen Schmid Ziegelhäuser Landstr. 3 D-69120 Heidelberg  
 Tel +49(0)6221 – 14 22 20 Fax +49(0)6221 – 14 22 22  
[schmid@heidelberg-marketing.de](mailto:schmid@heidelberg-marketing.de) [www.heidelberg-marketing.de](http://www.heidelberg-marketing.de)

Die Funktion der Verpackung bleibt dabei unverändert: Als „äußeres Gewand“ eines Markenartikels leistet sie einen Beitrag zur Differenzierung und Prägung von Markenidentität.

Dieses „Gewand“ kann sehr unterschiedlich gestaltet sein. Die Exponate im Deutschen Verpackungs-Museum reichen von traditionsreich bis ausgefallen-originell.

Nicht nur die Ausstellungsstücke präsentieren Klassiker und Meilensteine der Markengeschichte auch der charmante Standort des Museums – die ehemalige „Nothkirche“ inmitten der Heidelberger Altstadt – hat Historie.

Das Deutsche Verpackungs-Museum bildet gleichzeitig ein großes Netzwerk der Menschen hinter den Marken. Die Mitgliederliste des Fördervereins liest sich wie das "Who-is-Who" der deutschen Marken- und Verpackungswirtschaft. Insbesondere der jährlich stattfindende "Deutsche Verpackungsdialog" ist ein großer Branchentreffpunkt mit hochkarätigen Rednern und Teilnehmern.

### **Deutsches Verpackungs-Museum**

Hauptstraße 22 (Innenhof)

69117 Heidelberg

Telefon: 0 62 21/2 13 61

Telefax: 0 62 21/65 8414

[www.verpackungsmuseum.de](http://www.verpackungsmuseum.de)

### **Öffnungszeiten**

Mi-Fr: 13.00 -18.00 Uhr

Sa/So/Feiertage: 11.00 -18.00 Uhr

Mo-Di geschlossen (außer feiertags)



Logo des Deutschen Verpackungs-Museums  
in Heidelberg  
(Bildquelle: Deutsches Verpackungs-Museum)

### **Ihr Heidelberg Marketing-Presskontakt:**

Heidelberg Marketing GmbH Steffen Schmid Ziegelhäuser Landstr. 3 D-69120 Heidelberg  
Tel +49(0)6221 – 14 22 20 Fax +49(0)6221 – 14 22 22  
[schmid@heidelberg-marketing.de](mailto:schmid@heidelberg-marketing.de) [www.heidelberg-marketing.de](http://www.heidelberg-marketing.de)

### **Eintrittspreise**

Erwachsene 3,50 €

Schüler, Studenten, Behinderte 2,50 €

Heidelberg-Card: 3 Euro

### **Führungen**

30 € (plus Tickets)

Termine für Führungen nach individ. Vereinbarung

(Tel.: 06221 – 166 776 oder per Fax 06221 -  
658414)

### **Kontakt Medien/Presse:**

Schott Relations GmbH

Lindenspürstraße 22, 70176 Stuttgart

Tel. 0711 / 16 446-16, Fax 0711 / 16 446-11

[uta.keilhauer@schott-relations.com](mailto:uta.keilhauer@schott-relations.com)

Die **Heidelberg Marketing GmbH** ist für die einheitliche Vermarktung von Kultur, Wissenschaft, Tourismus und Einzelhandel in Heidelberg zuständig. Zu ihren Aufgabengebieten gehören außerdem Kongress- und Tourismusarbeit sowie die Ausrichtung von Veranstaltungen wie dem Heidelberger Herbst, Weihnachtsmarkt und der Schlossbeleuchtung.

### **Ihr Heidelberg Marketing-Presskontakt:**

Heidelberg Marketing GmbH Steffen Schmid Ziegelhäuser Landstr. 3 D-69120 Heidelberg

Tel +49(0)6221 – 14 22 20 Fax +49(0)6221 – 14 22 22

[schmid@heidelberg-marketing.de](mailto:schmid@heidelberg-marketing.de) [www.heidelberg-marketing.de](http://www.heidelberg-marketing.de)