

Mon plaisir

Erstellt am Donnerstag, 12. März 2020 09:10 - Zuletzt aktualisiert am Mittwoch, 05. August 2020 07:48

Veröffentlicht am Donnerstag, 12. März 2020 09:10

Geschrieben von Oliver Lang



„Weiße Dame“, Düsseldorf, Persil Waschmittel, Entwurf Kurt Heiligstaedt, Emailplakat um 1920

Sonderausstellung vom 21. März - 22. November 2020

Werbung und Verpackung von 1900 bis 1930

Deutsche Reklame - 100 Jahre Werbung und Verpackung ist der Titel einer Kollektion, die ausschließlich auf die Initiative eines privaten Sammlers zurückgeht. Innerhalb von fast vier Jahrzehnten zusammengetragen, präsentiert sie einen Ausschnitt historischer Warenverpackungen und Werbeträger aus dem Zeitraum von 1850 bis 1950.

Schwerpunkt bei der Auswahl der Exponate für die Ausstellung im Schlossmuseum Arnstadt lag dabei auf der Zeit um 1900 und den „goldenen“ 20er Jahren. Zusammengetragen wurden Produktverpackungen und Werbeobjekte zum einen von Herstellern, die Kriege, Weltwirtschaftskrise und Nachkriegszeit nicht überstanden, zum anderen aber von großen deutschen Marken, die allen historischen Umwälzungen getrotzt haben und heute wie vor 100 Jahren alltägliche Begleiter sind. Die Exponate sind Alltagsgegenstände, die den Schutz ihres Inhalts bei Transport und Lagerung beziehungsweise ihrer Verkaufsförderung dienen sollten und oftmals nur auf begrenzte Lebensdauer ausgelegt waren. Dass diese Stücke uns heute noch Zeugnis geben können, liegt in ihrer Zweitverwendung bzw. Zweckentfremdung.

Dienten die Dosen, nachdem ihr Inhalt aufgebraucht war, als Behältnis für Nägel und Schrauben auf dem Speicher oder im Keller, als Behältnis für Kleingeld oder Liebesbriefe im Schreibtisch, so haben viele Schilder als nützliches Blech zum Abdichten des Daches in Garten und Scheune oder verspielter Zierrat einer Garage überlebt. Besonderes Augenmerk beim Sammeln galt dem hohen ästhetischen Reiz einzelner Stücke, dem besonderen zeittypischen

Mon plaisir

Erstellt am Donnerstag, 12. März 2020 09:10 - Zuletzt aktualisiert am Mittwoch, 05. August 2020 07:48

Veröffentlicht am Donnerstag, 12. März 2020 09:10

Geschrieben von Oliver Lang

Erscheinungsbild und der Umsetzung eines unverwechselbaren Markenauftritts. Wichtige Grafiker und Designer des 20. Jahrhunderts wie Gipkens, Klinger, Erdt, von Suchodolski, Bernhard, Hohlwein, Margold oder van de Velde finden sich mit ihren Entwürfen in dieser Ausstellung wieder.

Die „dreidimensionale Verführung“, die gestaltete Warenverpackung aus Blech steht nicht ohne Grund im Mittelpunkt. Schließlich war sie es, die Ende der 1970er Jahre die Neugierde des Sammlers bereits im Kindesalters reizte, ergänzt durch Plakate, Emailleschilder, Pappaufsteller und Reklameträger anderer Art blieb die Dose, der „wandernde Werbeträger im Hosentaschenformat“, immer Mittelpunkt sammlerischer Leidenschaft. Dabei sind die wenigsten Gegenstände dem Sammler „zugefallen“. War am Anfang der elterliche Dachboden ein scheinbar unerschöpflicher Fundus, wurde die Suche, das Aufspüren neuer alter Stücke schnell ausgedehnt auf Nachbarn und Verwandte. Oft mussten Matchboxautos und Süßigkeiten als Tauschobjekt angeboten werden, damit ein schönes Stück mit orientalischer Szenerie in die Hände des Sammlers kam. Bis heute bieten Trödelmärkte, Sammlerbörsen und Auktionen im In- und Ausland Gelegenheit seltene Stücke zu erwerben.

Die Ausstellung „Kunst verkauft“ widmet sich einer Kulturgeschichte zum Anfassen.

Ausstellungsgespräche und Führungen

Insofern es die gesetzlichen Bestimmungen in Hinblick auf die Corona-Pandemie erlauben, werden folgende Veranstaltungen durchgeführt:

Ausstellungsgespräche mit Christian Hühn

Freitag, 26. Juni 2020, 15.00 Uhr

Freitag, 31. Juli 2020, 15.00 Uhr

Freitag, 25. September 2020, 15.00 Uhr

Tag des offenen Denkmals

Sonntag, 13. September 2020, 14.00 Uhr

Führung mit Musik und Kaffee