

KAMPAGNE

# **Lumpen her – Wir schaffen Kleider!**

AUFTRAGGEBER

**Württemberg-Baden, Bayern, Hessen**

INITIATIVE

**Wirtschaftsamt Stuttgart**

AGENTUR

**Gestaltungsring, Stuttgart**

LAUFZEIT

**1946**

KREATION

**Walter Müller, Werner Dirlewanger  
(Gestalter)**

WERBEMITTEL

**Plakate, Kleinanzeigen**

LEIHGEBER

**Sammlung Grübling**

KAMPAGNE

## **Es gibt wieder**

UNTERNEHMEN

**Henkel KGaA (Fewa), Unilever Deutschland GmbH (Sanella), Beiersdorf AG (Nivea)**

AGENTUR

**Hanns W. Brose, Frankfurt (Fewa)**

LAUFZEIT

**1948–1949**

WERBEMITTEL

**Plakate, Anzeigen (Nivea)**

LEIHGEBER

**Werksarchiv Henkel (Fewa), Beiersdorf AG (Nivea), Münchner Stadtmuseum (Sanella)**

KAMPAGNE

**Ein großer Augenblick!  
Endlich wieder Persil mit  
echtem Seifenschaum**

UNTERNEHMEN

**Henkel KGaA**

AGENTUR

**Plakate: unternehmensintern**

**TV-Spots: Theo Rausch, McCann, Frankfurt**

LAUFZEIT

**1950 und 1956**

WERBEMITTEL

**Plakate, Anzeigen, Kino- und TV-Spots**

BESONDERHEIT

**1. TV-Spot im deutschen Fernsehen  
(3.11.1956) mit den Komödianten Liesl**

**Karlstadt und Beppo Brem**

LEIHGEBER

**Werksarchiv Henkel**

KAMPAGNE

## **Im Asbach Uralt ist der Geist des Weines**

UNTERNEHMEN

**Asbach GmbH (seit 2002 Underberg GmbH)**

AGENTUR

**1936–1950 Hanns W. Brose, Frankfurt**

**1950–1962 Erich Wohlfahrt, Rüdesheim**

**Ab 1963 unternehmensintern**

**Ab 1959 TV-Spots Theo Rausch, McCann, Frankfurt**

LAUFZEIT

**Seit 1936; Produktionsstopp 1943–1949**

WERBEMITTEL

**Anzeigen, Plakate, TV-Spots**

BESONDERHEIT

**In TV-Spots mit dem erweiterten Slogan beworben: „Wenn einem so viel Gutes widerfährt, das ist schon einen Asbach-Uralt wert. Im Asbach Uralt ist der Geist des Weines.“**

LEIHGEBER

**GfK, Germanisches Nationalmuseum, Sammlung Grübling, Underberg GmbH**

KAMPAGNE

## **Soziale Marktwirtschaft**

AUFTRAGGEBER

**Die WAAGE e.V., Gemeinschaft zur  
Förderung des sozialen Ausgleichs, Köln**

AGENTUR

**Hanns W. Brose, Frankfurt**

LAUFZEIT

**Herbst 1952–Herbst 1965**

WERBEMITTEL

**149 Anzeigen, 6 Plakate, 6 Kinospots (davon  
einer mit Lorient und Eugen Roth, 1960)**

BESONDERHEIT

**Bei der Großanzeige „Der Klassenkampf  
ist zu Ende“ handelt es sich um das  
Korrektorexemplar des Zweiten Vor-  
sitzenden Fritz Jacobi**

LEIHGEBER

**Kultur- und werbegeschichtliches Archiv  
(KWAF), Sammlung Grübling**

KAMPAGNE

## **Samstags gehört Vati mir!**

AUFTRAGGEBER

**Deutscher Gewerkschaftsbund (DGB)**

ANLASS

**1. Mai 1956, Nachdruck 1988**

KREATION

**Paul Reiff (Grafiker)**

WERBEMITTEL

**Plakat**

BESONDERHEIT

**Im Kampf um die 35-Stunden-Woche druckt die DGB-Jugendzeitschrift „ran“ 1988 das Plakat mit einem aktualisierenden Zusatz nach: „Basta! und 35 Stunden für alle!“**

LEIHGEBER

**Archiv der sozialen Demokratie,  
Sammlung Grübling**

KAMPAGNE

# **Mach mal Pause – trink Coca-Cola!**

UNTERNEHMEN

**Coca-Cola GmbH, Essen**

AGENTUR

**Die Werbe G.m.b.H., Essen**

LAUFZEIT

**1955–1963, Plakate von 1955 und 1963  
(Insert)**

WERBEMITTEL

**Plakate, Anzeigen, Audio-Spots, TV-Spots**

LEIHGEBER

**Sammlung Grübling, Coca-Cola, Atlanta  
(Spots)**



KAMPAGNE

## **Neckermann macht's möglich!**

UNTERNEHMEN

**Neckermann Versand KG, Frankfurt a.M.**

AGENTUR

**McCann, Frankfurt, danach hausinterner  
Werbedirektor bis 2005**

LAUFZEIT

**Ab 1960**

WERBEMITTEL

**Anzeigen, Plakate, TV-Spots**

LEIHGEBER

**Hessisches Wirtschaftsarchiv e.V. (Plakat  
1960er-Jahre), Historisches Museum  
Frankfurt (Katalog 1954), Dieter Fehrenz  
(TV-Spots 1960er-Jahre)**





KAMPAGNE

## **Der Duft der großen weiten Welt**

UNTERNEHMEN

**Reemtsma Cigarettenfabrik GmbH,  
Hamburg**

AGENTUR

**Graphisches Atelier Fritz Bühler, Basel**

LAUFZEIT

**1959–1971**

KREATION

**Burkard Waltenspül bis 1964 (Grafiker)**

WERBEMITTEL

**Plakate, Anzeigen, Kino- und TV-Spots**

BESONDERHEIT

**Künstlerische Werbeplakate und Anzeigen**

LEIHGEBER

**Sammlung Grübling, Museum der Arbeit  
Hamburg (TV-Spots)**

HINWEIS

**Diese historische Zigarettenwerbung zeigt nicht die heute gültigen (Packungs-) Warnhinweise.**



SLOGAN

**Er läuft und läuft und läuft**

UNTERNEHMEN

**Volkswagen AG, Wolfsburg**

AGENTUR

**Doyle Dane Bernbach, Düsseldorf  
Ab 1970 Gerstner, Gredinger + Kutter,  
Düsseldorf**

LAUFZEIT

**1963–1985**

KREATION

**David Herzbrun und Claus Harden (Text),  
Werner Butter ab 1969 (Text),  
Charles Wilp (Fotograf 1962 und 1963)**

WERBEMITTEL

**Plakate, Anzeigen, TV-Spots**

BESONDERHEIT

**3 Plakate zur Verabschiedung des Käfers  
vom europäischen Markt 1985**

LEIHGEBER

**Advision, Sammlung Grübling,  
Prof. Dr. Tietenberg**



KAMPAGNE

**sexy-mini-super-flower-  
pop-op-cola - („alles ist in  
AFRI-COLA...“)**

UNTERNEHMEN

**F. Blumhoffer Nachfolger GmbH, Köln**

AGENTUR

**Charles Wilp, Düsseldorf**

LAUFZEIT

**1968-1974**

WERBEMITTEL

**Plakate, Anzeigen, TV-Spots (ca. 20)**

BESONDERHEIT

**2 Layoutanzeigen mit Korrekturen von  
Mitarbeitern von Charles Wilp, 1969  
Gold- und Silbermedaille der Inter-  
national Advertising Association,  
New York; 1972 Einzelausstellung auf der  
documenta 5, Kassel; Afri-Cola-Flasche,  
handsigniert von Charles Wilp**

LEIHGEBER

**Ingrid Schmidt-Winkeler (Anzeigen,  
Layouts, TV-Spots, Afri-Cola-Flasche),  
Sammlung Grübling (Plakat „Blumenkind  
Jenny“)**

KAMPAGNE

# **Pack‘ den Tiger in den Tank! / Es gibt viel zu tun. Packen wir’s an!**

UNTERNEHMEN

**Esso**

AGENTUR

**McCann, Hamburg**

LAUFZEIT

**1964–1968 / 1974–1984**

KREATION

**Thomas Ukert (PR-Text), Hartmut Müller-  
Trollius (Text)**

WERBEMITTEL

**Anzeigen, TV-Spots, Plakat**

BESONDERHEIT

**Die erste Anzeige 1974 endet mit einem  
PR-Text, der danach zum Slogan  
„befördert“ wird.**

**Die Zusammenarbeit zwischen Kunde  
und Agentur umfasst rekordverdächtige  
99 Jahre (1912–2011)**

LEIHGEBER

**Advision, Helmut Gogarten**



KAMPAGNE

**Alle reden vom Wetter.  
Wir nicht.**

UNTERNEHMEN

**Deutsche Bahn, Frankfurt**

AGENTUR

**McCann, Frankfurt**

LAUFZEIT

**1966–1967**

KREATION

**Margot Müller (Text), Gerhard Schneider  
(Art Director)**

BESONDERHEIT

**Der Slogan trifft den Nerv der Zeit. Er hat  
in Werbeanzeigen und auf politischen  
Plakaten zahlreiche Abwandlungen  
erfahren.**

LEIHGEBER

**Advision, Sammlung Grübling**



KAMPAGNE

## **Einer für alle**

UNTERNEHMEN

**W. Mast KG  
(seit 2010 Mast-Jägermeister SE)**

AGENTUR

**GGK, Düsseldorf**

LAUFZEIT

**1971–1988 und von 1998–2001**

KREATION

**Paul Gredinger (Creative Director),  
Wolf D. Rogosky (Text), Theophil Butz (Art),  
Feico Derschow (Foto), Michael Schirner  
(Creative Director) u.v.a.**

WERBEMITTEL

**Anzeigen, Trikots, Sponsoring**

BESONDERHEIT

**Die erste Unikat-Kampagne: Jedes der  
ca. 3.500 Motive erscheint nur einmal.**

LEIHGEBER

**Advision, Helmut Gogarten, Sammlung  
Grübling, Bernd Frank**

KAMPAGNE

# **Milka. Die zarteste Versuchung, seit es Schokolade gibt.**

UNTERNEHMEN

**Jacobs Suchard**

AGENTUR

**Young & Rubicam**

LAUFZEIT

**1971 bis heute**

KREATION

**Ilse Theisen (Texterin), Uwe Ortstein  
(Creative Director), Sandor Szabo  
(Gestalter)**

WERBEMITTEL

**Anzeigen, TV-Spots, Plakate**

BESONDERHEIT

**Die lila Kuh ist eine Werbeikone.**

LEIHGEBER

**Ilse Theisen**



KAMPAGNE

## **Ruf doch mal an**

UNTERNEHMEN

**Deutsche Bundespost**

AGENTUR

**Lintas, Frankfurt**

LAUFZEIT

**1976-1983**

KREATION

**Helmut Böning (Creative Director),  
Sigmar Mücke (Art Direktor),  
Jesse Meyer-Arndt (Text)**

WERBEMITTEL

**Anzeigen, Plakate**

LEIHGEBER

**Museumsstiftung Post- und Telekommu-  
nikation, Helmut Gogarten**



KAMPAGNE

## **Bei ARD und ZDF sitzen Sie in der ersten Reihe**

UNTERNEHMEN

**ARD und ZDF**

AGENTUR

**Young & Rubicam (Y&R) Frankfurt**

LAUFZEIT

**1988-1991**

KREATION

**Bernd Misske (Creative Director),  
Günter Sendlmeier (Text), Heribert  
Burkert (Art Director)**

WERBEMITTEL

**TV-Spots, Plakate, Anzeigen**

BESONDERHEIT

**Überraschend witzige Werbung für  
ein seriöses Produkt (TV-Spots).**

LEIHGEBER

**Hessischer Rundfunk**



KAMPAGNE

## **Marlboro. Der Geschmack von Freiheit und Abenteuer**

UNTERNEHMEN

**Philip Morris**

AGENTUR

**Leo Burnett, Frankfurt (seit 1980 Lürzer,  
Conrad & Leo Burnett)**

LAUFZEIT

**1971–2010**

WERBEMITTEL

**Plakate, Anzeigen (bis 2006), TV-Spots  
(bis 1974), Kinospots (bis 1984)**

BESONDERHEIT

**Die weltweite Kampagne macht Marlboro  
zur meistverkauften Zigarette weltweit.**

LEIHGEBER

**Advision, Helmut Gogarten, Sammlung  
Grübling**

HINWEIS

**Diese historische Zigarettenwerbung  
zeigt nicht die heute gültigen (Packungs-)  
Warnhinweise.**

# **Verbot von Tabakwerbung**

1975	<b>Werbeverbot im Fernsehen und Radio</b>
1984	<b>Werbeverbot im Kino</b>
2003	<b>Warnhinweise auf Zigarettenpackungen</b>
2007	<b>Werbeverbot in Zeitungen, Zeitschriften, Internet</b>

KAMPAGNE

# **Ich geh meilenweit für eine Camel Filter / Der Weg lohnt sich**

UNTERNEHMEN

**R.J. Reynolds Tobacco**

AGENTUR

**1969–1975 Young & Rubicam, Frankfurt**

**1976–1986 BBDO-Team, Düsseldorf**

**1986–1990 McCann-Erikson, Frankfurt**

LAUFZEIT

**1969–1991**

WERBEMITTEL

**Plakate, Anzeigen (bis 2006), Kino-Spots  
(bis 1984), TV-Spots (bis 1974)**

BESONDERHEIT

**Der Erfolg des Camel-Manns ist eine  
Überraschung. Ebenso sein Niedergang.**

LEIHGEBER

**Helmut Gogarten**

HINWEIS

**Diese historische Zigarettenwerbung  
zeigt nicht die heute gültigen (Packungs-)  
Warnhinweise.**



KAMPAGNE

# **Malteserkreuz. Man gönnt sich ja sonst nichts**

UNTERNEHMEN

**Danish Distillers**

AGENTUR

**Wilkens Ayer (heute FCB) Hamburg**

LAUFZEIT

**1985–2003**

WERBEMITTEL

**TV-Spots, Anzeigen, Plakate**

BESONDERHEIT

**Prominente verkörpern die Marke ideal.**

LEIHGEBER

**FCB Wilkens, Advision**



KAMPAGNE

# **Nichts ist unmöglich. Toyota**

UNTERNEHMEN

**Toyota**

AGENTUR

**Baums, Mang, Zimmermann**

LAUFZEIT

**1992-1995**

KREATION

**Thomas Wulfes (Creative-Director)**

WERBEMITTEL

**TV-Spots, Anzeigen, Plakate**

BESONDERHEIT

**Der Slogan wird immer gesungen zitiert.**

LEIHGEBER

**Advision**



KAMPAGNE

**Ich will so bleiben wie ich bin**

UNTERNEHMEN

**Du Darfst. Unilever**

AGENTUR

**Lintas, Hamburg**

LAUFZEIT

**Ab 1980**

WERBEMITTEL

**Anzeigen, TV-Spots**

BESONDERHEIT

**Durch einen Paradigmenwechsel in der Werbestrategie entsteht langfristige Kundenbindung und Umsatzsteigerung.**

LEIHGEBER

**Lintas, Hamburg**

KAMPAGNE

## **Fiat Panda. Die tolle Kiste**

UNTERNEHMEN

**Fiat Automobil AG**

AGENTUR

**Lürzer, Conrad & Leo Burnett**

LAUFZEIT

**1980–1990**

KREATION

**Klaus Küster (Creative director),  
Heinrich Hoffmann (Art director),  
Klaus Ackermann (Text), Olli Tekniepe  
(Text) u.v.a.**

WERBEMITTEL

**Anzeigen**

BESONDERHEIT

**Kleiner Etat, kleine Anzeigen, große  
Wirkung**

LEIHGEBER

**Helmut Gogarten**



KAMPAGNE

## **Schreib mal wieder**

UNTERNEHMEN

**Deutsche Bundespost**

AGENTUR

**Lintas, Hamburg**

LAUFZEIT

**1980–1983**

KREATION

**Günter Sendlmeier**

WERBEMITTEL

**Anzeigen, Poster, Plakate**

BESONDERHEIT

**Direkter Werbeerfolg ist der Erhalt von Arbeitsplätzen.**

LEIHGEBER

**Museumsstiftung Post und Telekommunikation**

KAMPAGNE

**Er lässt fast alles mit sich  
machen. Trabant /  
Fiat Panda. Die tolle Kiste /  
Wo ist der Deinhard?**

UNTERNEHMEN

**VEB Sachsenring Automobilwerke  
Zwickau / Fiat / Henkell & Co. Sekt-  
kellerei KG**

AGENTUR

**DEWAG, Dresden  
Leo Burnett, Frankfurt  
Euro Advertising, Düsseldorf**

LAUFZEIT

**Trabant Plakat 1988, Fiat Anzeige 1989,  
Deinhard Anzeige 1990**

LEIHGEBER

**Dr. Tippach-Schneider, Schindelbeck,  
Advision**

KAMPAGNE

# **Fünf ist Trümpf. Ab 1. Juli**

UNTERNEHMEN

**Deutsche Bundespost. Postdienst**

AGENTUR

**Lintas, Hamburg**

LAUFZEIT

**1992-1993**

KREATION

**Ully Arndt, Rolfs Zeichner**

ZIELGRUPPE

**80 Millionen Bundesbürger**

WERBEMITTEL

**Anzeigen, Plakate, TV-Spots, Hörfunkspots, PR-Aktionen**

POSTLEITZAHLENBUCH

**34 Millionen Exemplare, rund 1.000 Seiten**

BUDGET

**80 Millionen D-Mark**

LEIHGEBER

**Konzernarchiv Deutsche Post DHL Group,  
Museumsstiftung Post und Telekommunikation**

KAMPAGNE

## **Dahinter steckt immer ein kluger Kopf**

UNTERNEHMEN

**Frankfurter Allgemeine Zeitung**

AGENTUR

**Scholz & Friends, Berlin**

LAUFZEIT

**Seit 1995 bis heute**

WERBEMITTEL

**Anzeigen**

BESONDERHEIT

**Meistprämierte deutsche Werbekampagne; Slogan und Motiv mit einer unbekanntem Person hinter der Zeitung existieren bereits seit 1957.**

LEIHGEBER

**Sammlung Grübling, Scholz & Friends, Frankfurter Allgemeine Zeitung**



KAMPAGNE

## **Rent a car**

UNTERNEHMEN

**Sixt GmbH & Co. Autovermietung KG**

AGENTUR

**1987–1990 Springer & Jacoby, Hamburg**

**Seit 1991 Jung von Matt, Hamburg**

WERBEMITTEL

**Anzeigen, Plakate, Werbeaktionen am Flughafen (z.B. Spot Schnecke)**

BESONDERHEIT

**Die Geschäftsführer Jean Remy von Matt und Holger Jung verlassen 1991 Springer & Jacoby und gründen mit dem Startkunden SIXT eine eigene Agentur.**

BUDGET

**5% des Firmenumsatzes investiert SIXT in Kommunikation.**

LEIHGEBER

**Jung von Matt, Sixt**

KAMPAGNE

## **United Colors of Benetton**

UNTERNEHMEN

**Benetton**

LAUFZEIT

**1984–2000**

KREATION

**Art Direktor und Fotograf Oliviero  
Toscani sowie Firmengründer Luciano  
Benetton**

WERBEMITTEL

**Anzeigen, Plakate**

BESONDERHEIT

**Über das Anzeigenmotiv „HIV positive“  
beschweren sich bis zum Jahr 2000 beim  
Deutschen Werberat 289 Personen –  
die mit Abstand höchste Zahl seit seiner  
Gründung 1972.**

LEIHGEBER

**Plakatmuseum Essen**

KAMPAGNE

## **Lucky Strike. Sonst nichts**

UNTERNEHMEN

**British American Tobacco (BAT)**

AGENTUR

**Knopf, Nägli, Schneckenberg, Hamburg**

LAUFZEIT

**1989–2010**

KREATION

**Logo von Raymond Loewy (Redesign 1940)**

WERBEMITTEL

**Plakate, Anzeigen, Kinospots, Promotionaktionen**

BESONDERHEIT

**Selbst die Werbebranche staunt über die immer wieder neuen Motive und die Langlebigkeit der Kampagne.**

LEIHGEBER

**KNSK, British American Tobacco**

HINWEIS

**Diese historische Zigarettenwerbung zeigt nicht die heute gültigen (Packungs-) Warnhinweise.**

KAMPAGNE

## **Bin ich schon drin?**

UNTERNEHMEN

**AOL Deutschland, Hamburg**

AGENTUR

**Grey GmbH, Hamburg**

LAUFZEIT

**1999**

KREATION

**Kreativdirektor Werner Busam**

MOTIVE

**40 Anzeigenmotive, 13 Fernsehspots**

WERBEMITTEL

**TV-Spot, Hörfunk-Spots, Anzeigen mit beigefügter CD-Rom**

BESONDERHEIT

**Die simple aber bestechende Frage, ob man „schon drin ist“, avanciert über Nacht zum Kultspruch.**

LEIHGEBER

**Advision, GREY Germany**



KAMPAGNE

## **Geiz ist geil**

UNTERNEHMEN

**Media-Saturn-Group**

AGENTUR

**Jung von Matt, Hamburg**

LAUFZEIT

**2002-2007**

KREATION

**Constantin Kaloff, Kreativgeschäftsführer**

ZIELGRUPPE

**Männer, 14-44 Jahre, mittlere bis  
höhere Bildung**

WERBEMITTEL

**Beilagen in Tageszeitungen, Aktions-  
angebote, TV-Spots, Rundfunkspots,  
Internetbanner**

BESONDERHEIT

**Bereits Redner im Bundestag sprechen  
von einer „Geiz-ist-geil-Ära“, wenn sie  
das heutige Konsumverhalten meinen.**

LEIHGEBER

**Saturn, Jung von Matt, Advision**

KAMPAGNE

## **Wohnst du noch oder lebst du schon?**

UNTERNEHMEN

**IKEA**

AGENTUR

**weigertpirouzwolf Werbeagentur GmbH,  
Hamburg**

LAUFZEIT

**2002-2007**

KREATION

**Michael Weigert**

WERBEMITTEL

**TV-Spots, Hörfunkspots, Plakate,  
Anzeigen, Katalog (Deutsche Gesamt-  
auflage: 30,1 Mio. Exemplare)**

BESONDERHEIT

**Der Slogan „Wohnst du noch oder lebst  
du schon?“ genießt neben „Nichts ist  
unmöglich“ (Toyota) bei Deutschlands  
Verbrauchern den höchsten Wiederer-  
kennungswert (Studie Handelsblatt, 2010).**

LEIHGEBER

**weigertpirouzwolf, IKEA**

KAMPAGNE

## **Mach es zu deinem Projekt**

UNTERNEHMEN

**HORNBACH-Baumarkt-AG, Bornheim**

AGENTUR

**Heimat, Berlin**

LAUFZEIT

**2009**

WERBEMITTEL

**TV-Spot, Anzeigen, Prospekte, Blog,  
Social Media, PR-Aktionen**

LEIHGEBER

**Heimat**

KAMPAGNE

## **Besondere Geschichten verdienen das beste Netz**

UNTERNEHMEN

**Deutsche Telekom GmbH**

AGENTUR

**DDB Tribal Group, Hamburg**

LAUFZEIT

**2013–2014**

WERBEMITTEL

**Social Media, Anzeige (einmalig erschienen), TV-Spot**

LEIHGEBER

**Deutsche Telekom, Bob und Linda Carey,  
DDB Tribal**

SLOGAN

**Der Hausfrau guter Geist /  
In Güte unerreicht**

UNTERNEHMEN

**VEB Fettchemie und Fewa-Werk  
Chemnitz**

LAUFZEIT

**1948-1956**

KREATION

**Horst Geil (Grafiker)**

WERBEMITTEL

**Anzeigen, Plakate, Werbefilme**

LEIHGEBER

**Bundesarchiv, Werksarchiv Henkel,  
Deutsches Hygiene-Museum**

SLOGAN

**Sammelt Buntmetall für  
unsere Friedenswirtschaft /  
Alttextilien sind wertvoller  
Rohstoff**

UNTERNEHMEN

**Nationale Front des Demokratischen  
Deutschland / Verband Deutscher  
Konsumgenossenschaften**

LAUFZEIT

**1950 / 1956**

KREATION

**Jupp Alt (Gestalter Plakat Sammelt  
Buntmetall)**

WERBEMITTEL

**Plakate**

LEIHGEBER

**Sammlung Grübling, Zentralkonsum eG  
Berlin**

KAMPAGNEN

**Esda – Ein Strumpf der  
Anmut / Bebo Sher /  
Koche mit Liebe, würze mit  
Bino**

UNTERNEHMEN

**VEB Vereinigte Strumpfwerke /  
VEB Bergmann-Borsig / VEB Elektro-  
chemisches Kombinat Bitterfeld**

LAUFZEIT

**1950er-Jahre**

WERBEMITTEL

**Anzeigen, Handzettel, Produktproben**

LEIHGEBER

**Dr. Tippach-Schneider, Stiftung Plakat Ost**

UNTERNEHMEN

**Verband Deutscher Konsumgenossen-  
schaften / Handelsorganisation**

WERBEMITTEL

**Diapositive, Plakate, Werbefilme**

LEIHGEBER

**Zentralkonsum eG Berlin (Dias, Spot und  
Plakat Konsum), Stadtgeschichtliches  
Museum Leipzig (Plakat HO)**



KAMPAGNE

## **In jedem Haus zu Hause**

UNTERNEHMEN

**VVB Elektrische Konsumgüter**

LAUFZEIT

**1950er bis Mitte der 1960er-Jahre**

WERBEMITTEL

**Anzeigen, TV-Spots**

LEIHGEBER

**Dr. Tippach-Schneider, Stiftung Plakat Ost,  
Deutsches Rundfunkarchiv (TV-Spots)**

KAMPAGNE

## **Florena... und Sie fühlen sich wohl in Ihrer Haut**

UNTERNEHMEN

**VEB Rosodont-Werk Waldheim**

LAUFZEIT

**1967-1970**

WERBEMITTEL

**Anzeigen, Plakate, TV-Spots**

LEIHGEBER

**Stiftung Plakat Ost, Deutsches Rundfunkarchiv (TV-Spots)**

KAMPAGNE

## **Kasko – Bevor es zu spät ist**

UNTERNEHMEN

**Deutsche Versicherungs-Anstalt**

LAUFZEIT

**1967 bis Mitte der 1970er-Jahre**

KREATION

**Karl Schrader (Zeichner)**

WERBEMITTEL

**Anzeigen, Werbefilme, Plakate, Handzettel**

LEIHGEBER

**Stiftung Plakat Ost, Deutsches Rundfunkarchiv (TV-Spot)**

WERBEFIGUR

**Minol-Pirol**

UNTERNEHMEN

**VEB Minol**

FILMPRODUKTION

**1960-1967**

WERBEMITTEL

**Anzeigen, Werbefilme**

KREATION

**Heiner Knappe (Gestalter)**

LEIHGEBER

**Dr. Tippach-Schneider, DDR Museum  
(Figur), Deutsches Rundfunkarchiv  
(TV-Spots)**

KAMPAGNE

## **IX. Parteitag 1976 / Gesunde Kost spart Medizin**

DATIERUNG

**Plakat Parteitag 1979 /  
Gesundheitskampagne ab 1972**

WERBEMITTEL

**Plakate, Werbefilme**

LEIHGEBER

**Sammlung Grübling (Plakat), Stadt-  
geschichtliches Museum Leipzig (Plakat  
Gesunde Kost), Deutsches Hygiene-  
Museum (Spots)**

UNTERNEHMEN

**Genex-Geschenkdienst GmbH /  
VEB Vereinigte Wettspielbetriebe**

WERBEMITTEL

**Kataloge, Plakate, Werbefilme, Anzeigen**

LEIHGEBER

**Deutsches Historisches Museum  
(Genex-Katalog 1976), DDR Museum  
(Genex-Katalog 1988), Dr. Tippach-  
Schneider (Anzeigen), Deutsches Rund-  
funkarchiv (TV-Spots)**

KAMPAGNE

**Weine der Freundschaft /  
Trinke nicht wahllos – trinke  
Rotwein**

UNTERNEHMEN

**Ministerium für Handel und Versorgung  
der DDR / Staatliches Getränkekontor  
Berlin**

LAUFZEIT

**1950er bis Mitte der 1960er-Jahre**

WERBEMITTEL

**Anzeigen, Plakate, Werbefilme, Handzettel**

LEIHGEBER

**Stadtgeschichtliches Museum Leipzig  
(Plakate), Zentralkonsum eG Berlin (Spot)**

KAMPAGNE

## **Fisch auf jeden Tisch**

UNTERNEHMEN

**VVB Hochseefischerei Rostock**

LAUFZEIT

**1960–1972**

KREATION

**Erich H. Männel (Grafiker Hering)**

WERBEMITTEL

**Anzeigen, Plakate, Werbefilme, Handzettel**

LEIHGEBER

**Stadtgeschichtliches Museum Leipzig  
(Plakat), Dr. Tippach-Schneider (Anzeigen),  
Deutsches Rundfunkarchiv (TV-Spot)**



KAMPAGNE

**Sei klug wie Nanett, verwende  
Pflanzenfett / Wertvoll, weil  
aus Pflanzenöl**

UNTERNEHMEN

**VVB Öl- und Margarineindustrie  
Magdeburg**

LAUFZEIT

**1959-1965**

WERBEMITTEL

**Anzeigen, Flyer, TV-Spots, Handzettel,  
Plakate**

LEIHGEBER

**Haus der Geschichte Bonn (Flyer),  
Bundesarchiv (Sahna-Plakat),  
Dr. Tippach-Schneider (Handzettel),  
Deutsches Rundfunkarchiv (TV-Spots)**