

Berührt – Verführt

Werbekampagnen, die Geschichte machten

Wir sind „supergeil“ und „schreien vor Glück“, obwohl wir „gar kein Auto haben“ und nur noch „im Kopf umparken“: Es gibt Slogans und Bilder, die sich in das kollektive Gedächtnis schreiben, während andere Werbung in Vergessenheit gerät.

Die populärsten und erfolgreichsten Werbekampagnen von der Nachkriegszeit bis in die Gegenwart werden nun in dieser Ausstellung lebendig. Schauplatz ist die Bundesrepublik Deutschland mit Einblicken in die Werbung der DDR. Gezeigt werden rund 50 Kampagnen – von der Wiedereinführung bekannter Marken im Nachkriegsdeutschland über die Kult gewordene „sexy-mini-super-flower-pop-op-cola“ – alles ist in Afri-Cola“-Werbung aus dem Jahr 1968, den schockierenden Motiven, mit denen Benetton 1992 polarisierte, bis hin zur „Supergeil“-Social-Media-Kampagne von Edeka. Mehr als 350 Plakate, Anzeigen, Objekte, Filme und Interviews machen dabei das Zeitgefühl der jeweiligen Epoche spürbar und verdeutlichen die Wirkkräfte von Gesellschaft, Politik und Kultur auf die Werbung – und umgekehrt. Gleichzeitig blickt die Ausstellung hinter die Kulissen und offenbart Konzepte und Strategien der Macher.

An interaktiven Stationen können die Besucherinnen und Besucher unter anderem ihren Blickverlauf oder ihre Mimik beim Betrachten von Werbemotiven entschlüsseln lassen. Einen Einblick in den internationalen Werbefilm geben die Cannes-Highlights der letzten Jahre. „Auf dem Weg in die Zukunft“ erfahren die Gäste schließlich, wie sich Werbung angesichts neuer Medientechnologien entwickeln wird.

EXKLUSIVPARTNER



KOOPERATIONSPARTNER

HORIZONT
ZEITUNG FÜR MARKETING, WERBUNG UND MEDIEN

tobii **DATARELLA**

Berührt – Verführt

Werbekampagnen, die Geschichte machten

Social Media: #Werbegeschichten

Ausstellungsdauer

31. März bis 27. August 2017

Ausstellungsmagazin

Im Museumsshop für 9,80 Euro und als E-Paper über www.horizont.net/epaper/werbemuseum2015 erhältlich. Eine Kooperation mit HORIZONT – Zeitung für Marketing, Werbung und Medien.

Öffnungszeiten

Dienstag 9 – 20 Uhr
Mittwoch bis Freitag 9 – 17 Uhr
Samstag, Sonntag, Feiertag 10 – 18 Uhr

Eintritt

5 Euro, ermäßigt 3 Euro
Kinder bis einschließlich 17 Jahren frei

Verkehrsverbindungen

U-Bahn U2 Mohrenstraße, U6 Stadtmitte
Bus M48, 200, 265

Museum für Kommunikation Berlin

Leipziger Straße 16
10117 Berlin-Mitte
Telefon (030) 202 94 0
Telefax (030) 202 94 111
mfk-berlin@mspt.de
www.mfk-berlin.de

Ein Museum der Museumsstiftung Post und Telekommunikation

Getragen von der Deutschen Post
und der Deutschen Telekom

Berührt – Verführt



**Werbekampagnen,
die Geschichte machten**

Museum für
Kommunikation
Berlin



Touched – Tempted

Advertising Campaigns that Made History

We want to “just do it”, “think different” and embrace “Vorsprung durch Technik”, and we’re “loving it”. Some brand slogans and images become inscribed in our collective memory, while others simply slide into oblivion.

This exhibition takes a fresh look at the most popular and successful ad campaigns from the post-war years to the present day. The show presents fascinating insights into advertising in Germany during the post-war years of a divided West and East Germany, as well as into nationwide ad campaigns since the Wall came down in 1989. A total of around 50 advertising campaigns are showcased, ranging from post-1945 brand relaunches to the now cult 1968 ad for Afri-Cola as “sexy-mini-super-flower-pop-op-cola”, the shock images in the polarising campaign by Benetton in 1992, and the Supergeil social media campaign by the Edeka supermarket group. Over 350 posters, adverts, objects, film clips and interviews give a vibrant sense of the zeitgeist in the different eras, and highlight how society, politics and culture influence advertising – and vice versa. The exhibition also takes a look behind the scenes of advertising, revealing the plans and strategies of marketing decision-makers.

At interactive displays, visitors can, for example, decode their eye movements or facial expressions while viewing ad images. The highlights from Cannes over the last few years offer a fun insight into international commercials, while the final section of the exhibition examines the impact of new media technologies on future advertising.

FÖRDERER



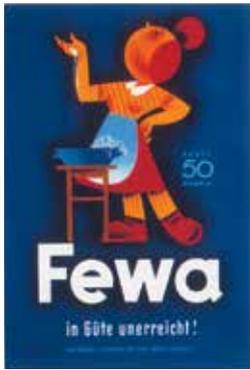
KULTURFONDS
Frankfurt RheinMain



STRÖER



Slogans.de
Die Datenbank der Werbung



1954, Plakat
Fewa in Güte unerreicht!

Die Werbefigur „Waschfrau Johanna“ ist die einzige, die nach dem Zweiten Weltkrieg zeitgleich in Ost und West eingesetzt wird. Nach dem Krieg nimmt die VEB Fettchemie in Chemnitz die Produktion des Feinwaschmittels Fewa wieder auf.
(© Werksarchiv Henkel, 1954)



1974, Anzeige
Trümpfe zum Fest

In der DDR wächst in den 1970er-Jahren die Unzufriedenheit der Bevölkerung mit dem knappen Warenangebot. 1972 wird die Spielart „Tele-Lotto 5 aus 35“ vom staatlichen Glücksspielbetrieb eingeführt. Obgleich die Produktwerbung aus den Medien verschwindet, wird für das Glücksspiel weiter geworben.
(© Lotto Mecklenburg-Vorpommern)



1990, Plakat
Alle reden von Deutschland.
Wir reden vom Wetter.

Die Bundestagswahl 1990 steht ganz im Zeichen der deutschen Wiedervereinigung. Die Grünen stehen dieser kritisch gegenüber und stellen Themen wie sauren Regen und Klimaerwärmung in den Vordergrund. Der Titel spielt mit dem berühmten Werbespruch der Deutschen Bahn aus den 1960er-Jahren. (Heinrich Böll Stiftung / Archiv Grünes Gedächtnis / Büro Grün)



2003, Anzeige
Geiz ist Geil!

„Handels-Kommunikation muss laut sein, spektakulär, motivierend“, so der Sloganerfinder Constantin Kaloff. „Geiz ist geil!“ verstößt gegen kulturelle Konventionen und macht das Laster Geiz zur Tugend mit der Botschaft: Du darfst sparsam einkaufen.
(© Media-Saturn-Holding GmbH)



FÜHRUNGEN

für Einzelbesucher/innen

jeden 1. Dienstag, 18.30 Uhr und jeden 3. Sonntag, 14 Uhr
Museumseintritt (Kinder frei)

für Gruppen

7. – 13. Klasse, Erwachsene
60 Minuten, Schulklassen 40 Euro, Erwachsene 55 Euro
plus 3 Euro ermäßigter Eintritt pro Person
Anmeldung: www.mfk-berlin.de/angebote

Kuratorinnenführung

Echte Kerle – Sexy Ladies. Rollenbilder in der Werbung
Regine Meldt, Projektleiterin Museum für Kommunikation Frankfurt
25.4.17, 18.30 Uhr, Museumseintritt (Kinder frei)

WORKSHOPS FÜR KINDER

90 Minuten, Schulklassen 55 Euro, Hort- und Feriengruppen 40 Euro
Anmeldung: www.mfk-berlin.de/angebote

1. – 3. Klasse

Werbung für Euer Lieblingsding

Niemand kennt Euer Lieblingskuscheltier oder Euren Lieblingsverein?
Dann rührt mit einem Plakat kräftig die Werbetrommel dafür.

4. – 6. Klasse

Radio-Jingle für coole Projekte

Produziert einen Werbeclip für Eure Klasse oder Euren Lieblings-
YouTube-Kanal – und ladet ihn auf unsere Museumsseite.

4. – 6. Klasse

Comic-Clip für clevere Computer-Kids

Als angesagte Werbeagentur bringt Ihr die tollsten Museumsobjekte
an den Mann: mit einem eigenen Comic-Werbeclip.

WORKSHOP FÜR JUGENDLICHE UND ERWACHSENE

90 Minuten, Schulklassen 60 Euro, Erwachsene 70 Euro
plus 3 Euro ermäßigter Eintritt pro Person
Anmeldung: www.mfk-berlin.de/angebote

7. – 13. Klasse und Erwachsene

Höher, weiter, schneller...

Mit welchen Strategien und Tricks arbeitet die Werbewirtschaft?
Werdet selbst zur Werbefachfrau oder zum Werbefachmann und
entwerft Eure eigene Kampagne.

WORKSHOP FÜR LEHRER/INNEN

Teilnahme kostenfrei, Anmeldung unter (030) 202 94 205
**Das Museum als außerschulischer Lernort. Einführung in die Ausstel-
lung „Berührt – Verführt. Werbekampagnen, die Geschichte machten“**
4.4.17, 16 – 18 Uhr

FERIENPROGRAMM

für Kinder von 8 – 12 Jahren, max. 12 Teilnehmer/innen
Museumseintritt (Kinder frei) plus 3 Euro Material
Anmeldung (030) 202 94 205

Das ist der Hit!

Produziere einen Radio-Spot für Dein absolutes Lieblingsding
11.4.17, 14 – 16 Uhr

**Fliegende Autos und sprechende Roboter. Gestalte am PC bunte Comics
für Deine Erfindung der Zukunft**

18.4.17, 14 – 16 Uhr

**Vorsprung durch Schlaueit! Deine coolsten Werbesprüche als Plakat
oder Wandzeitung**

6.6.17, 14 – 16 Uhr

**Wer ist am schnellsten? Sammle Punkte und flitze mit einem Action-
bound durch wunderbare Werbewelten**

27.7.17, 14 – 16 Uhr

**Alle mal hersehen! Für Deinen liebsten Verein oder Filmstar gründest
Du die beste Werbeagentur der Welt**

17.8.17, 14 – 16 Uhr

FERIEN-MEDIEN-WORKSHOP

für Kinder von 12 – 16 Jahren, max. 12 Teilnehmer/innen
Museumseintritt (Kinder frei) plus 4 Euro
Anmeldung (030) 202 94 204

Und Action! Werbeclips mit Stop-Motion selbst animieren

12.4.17, 13 – 16 Uhr

FAMILIENSONNTAG

für Kinder ab 4 Jahren
Museumseintritt (Kinder frei) plus 1,50 Euro Material
**Mein Lieblingsding! Gestalte flotte Sprüche und Plakate mit Stempel,
Schreibmaschine oder Tinte und Feder**
18.6.17, 14 – 17 Uhr

FAMILIENWORKSHOPS

für Kinder ab 9 Jahren und Eltern, max. 10 Teilnehmer/innen
Museumseintritt (Kinder frei) plus 1,50 Euro Material
Anmeldung (030) 202 94 205
Aus Mensch mach Maus! Mit Foto-Morphing am PC funktioniert
23.4.17 und 2.7.17, 14 – 17 Uhr

MUSIK-VORTRAG

Musik und Werbung. Geschichte(n), Gefühle, Plagiate, Prozesse
Prof. Dr. Hartmut Fladt, Musikwissenschaftler und Komponist
30.5.17, 18.30 Uhr, Eintritt frei
Anmeldung erforderlich unter anmeldung.mkb@mspt.de

SLOGAN-SPRECHSTUNDE

Von „Yes we can!“ bis „Geiz ist geil!“.
Warum sprichwörtliche Werbung die Welt bewegt
Dr. Rolf-Bernhard Essig, „Indiana Jones der Sprachschätze“
13.6.17, 18.30 Uhr, Eintritt frei

VORTRÄGE

Ist das Werbung oder kann das weg?
Kommunikation und Werbung im digitalen Zeitalter
Britta Poetzsch, ADC-Präsidiumsmitglied, Chief Creative
Officer Campaign, Track
23.5.17, 18.30 Uhr, Eintritt frei

#weilwirdichlieben. Die Imagekampagne der BVG

Michael Beer, Chef Strategie / Marktforschung, BVG
20.6.17, 18.30 Uhr, Eintritt frei

VORTRÄGE

in Kooperation mit dem Zentrum für Literatur- und
Kulturforschung Berlin

Fleischliches Begehren. Goethe als Werbeträger

Jakob Gehlen
9.5.17, 18.30 Uhr, Eintritt frei

„Du bist Deutschland.“ Diversität als Werbeziel

Dr. Matthias Schwartz und Dr. Dirk Naguschewski
27.6.17, 18.30 Uhr, Eintritt frei

**Schockbilder und subversive Reklame. Werbekampagnen der
anderen Art**

Dr. Stephanie Eichberg
11.7.17, 18.30 Uhr, Eintritt frei