



TECHNOSEUM

Landesmuseum
für Technik und Arbeit
in Mannheim

Schmerz lass nach

Drogerie-Werbung der DDR

Eine Ausstellung des Deutschen Hygiene-Museums Dresden im Landesmuseum

16. September bis 1. November 1992

In der Werbung für Drogerieprodukte zeigt sich eine verwirrende Warenpalette, die allen Bedürfnissen der Menschen in der frühen DDR Rechnung trug. Vom luxuriösen Präsentkarton über die primitive Behelfsverpackung bis hin zum losen Verkauf war für jeden Anspruch und jeden Geldbeutel etwas zu haben. Die Grundlage für dieses Angebot war die Konkurrenz einer Vielzahl kleiner, halbstaatlicher und staatlicher Hersteller, die oft schon in irgendeiner Form vor dem Krieg existierten. Aufbauend auf dieser wirtschaftlichen Basis war es dem Handel anfangs möglich, sich an Kundenwünschen zu orientieren. Im Laufe der Zeit mussten jedoch immer öfter Engpässe, technische Schwierigkeiten oder administrative Entscheidungen durch Improvisation und auch Substitution ausgeglichen werden. Das Jahr 1972 brachte dann mit der Verstaatlichung der kleinen privaten und halbstaatlichen Betriebe und der Einrichtung großer marktbeherrschender Kombinate - oft genug Alleinhersteller - einen jähen Abbruch des bunten Treibens. Werbung wurde auf dem Binnenmarkt zur Ausnahme. Den Kunden war ohnehin oftmals die Möglichkeit genommen, sich zwischen mehreren Produkten zu entscheiden.

Literatur

Schmerz laß nach. Drogerie-Werbung der DDR, Deutsches Hygiene-Museum, Dresden (Hg.), Dresden 1992
ISBN 3-928710-01-x

Projektleitung

Dr. Wolfgang Kromer

Gestaltung

Walter Branner (Landesmuseum)
Thomas Gubig & Sebastian Köpcke (Deutsches Hygiene-Museum, Dresden)