

Presseinformation

Werbung neu erleben – Deutsches Werbemuseum e. V. öffnet virtuelle Pforten neu

Im Zeitalter der Kommunikation kann man mit kurzen Schlagzeilen, wenigen Worten oder Bildern viel erreichen. Auch Werbung ist Kommunikation – und zwar unter gezieltem Einsatz der Massenmedien. Das Deutsche Werbemuseum e.V. ist wieder aktiv in Frankfurt am Main und präsentiert seine neue Online-Plattform. Unternehmen kennen das Museum vor allem als langjährigen Organisator und Partner von temporären Ausstellungen zum Thema Werbung, das hier einmal ganz anders, nämlich als integraler Bestandteil der Gesellschaft gezeigt wird.

Frankfurt am Main, 07. März 2006 – Je mehr sich die Werbung mit ihren individuellen Slogans, Jingles, Claims oder Zeichen im Bewusstsein der Menschen verankert, desto leichter gestaltet sich die Markenbildung und umso größer wird der Erfolg einer Kampagne gewertet. Das Deutsche Werbemuseum will Kommunikation jedoch nicht werten, sondern sie als kulturellen Bestandteil unserer Zeit zeigen. Gerade weil Werbung Emotionen weckt und vermittelt, ist eine Retrospektive für die meisten wie eine Reise in die eigene Kindheit oder die der Eltern. Die kurzlebigen Zeugnisse der Konsumwelt besitzen dann oftmals einen sympathisch nostalgischen Flair. Denn gerade in schnelllebigen Gesellschaften wirken langlebige Marken in ihrer Beständigkeit wie ein Anker. Beispiele sind Mercedes, Maggi oder Dr. Oetker, die seit Generationen aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken sind.

Eine Ausstellung über Werbung ist auch immer ein „Spiegel der Zeit“, denn sie liefert facettenreiche und wertvolle Einblicke in die Entwicklung unserer Gesellschaft. Dabei ist es nicht nur interessant zu erfahren, mit welchen Bildern und Botschaften versucht wurde, das Kaufverhalten der Konsumenten zu beeinflussen. Werbung ist auch ein Zeugnis für die jeweilig vorherrschenden Werte und Moralvorstellungen. Die Rollenverteilung zwischen Mann und Frau, Vorstellungen über Familie und politische Einstellungen – all das kann mit Werbung auf unterhaltsame Weise gezeigt werden.

Presseinformation

Im Fokus der Betrachtung steht zudem die künstlerische Perspektive. Schon Werke von Henri Toulouse-Lautrec aus dem späten 19. Jahrhundert waren Plakate für Theater und Kabarett. Und wer kennt nicht das berühmte Bild der „Campbell’s Soup“ von Andy Warhol? Sie alle sind Zeugnisse für die immer wieder auftauchende Verquickung von Kunst und Werbung. In Zukunft werden mit dem technischen Fortschritt neue multimediale Wege der Kommunikation beschritten, doch der gegenseitige Einfluss von Kunst und Kommerz bleibt auch weiterhin bestehen und wird sich entwickeln.

Was auch immer die zukünftige Werbung bringen mag, es bleibt spannend! Die Mitglieder des Deutschen Werbemuseums verfolgen mit ihren langjährigen Erfahrungen in der Kommunikationsbranche und mit Unterstützung der Unternehmen das Ziel, Werbung als allgemeines Kulturgut in Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft zu dokumentieren und erlebbar zu machen.

Über das Deutsche Werbemuseum e. V.:

Das Deutsche Werbemuseum e. V. mit Sitz in Frankfurt am Main wurde 1988 gegründet. Als virtuelle Plattform im Internet bietet es Informationen rund um das Thema Werbung an und organisiert temporäre Ausstellungen zu Themen über Werbung. Die sieben Vorstandsmitglieder können auf langjährige Erfahrungen in der Kommunikationsbranche zurückblicken und verstehen sich als kulturelle Förderer und Initiatoren, um Werbung als allgemeines Kulturgut erlebbar zu machen. Die Initiatoren: Heinz-Michael Bache (HMB Networking GmbH), Hans-Jörg Beck-Folten (Rabach Werbeagentur GmbH), Thomas Feicht (INSTANT Corporate Culture), Sabine Klaas (Trimedia Communications Deutschland GmbH), Thomas Koch (tkmStarcom GmbH), Dr. Rudolf Lauda (Rechtsanwaltskammer Frankfurt), Rainer Scholze (NMK-Rainer Scholze GmbH).

Pressekontakt:

Sabine Klaas
Vorstandsmitglied Deutsches Werbemuseum e. V.

Trimedia Communications Deutschland GmbH
Hanauer Landstrasse 175-179, 60314 Frankfurt
Telefon 069-962219-0, Fax 069-962219-96
Mobil 0171-3863437
sabineklaas@fra.trimedia.de