

	<p>Object: Der vorteilhafte Einkauf. intershop</p> <p>Museum: Stadtmuseum Dresden Wilsdruffer Straße 2 01067 Dresden +49(0)351 4887301 sekretariat@museen-dresden.de</p> <p>Collection: Werbebilder &amp; Gesellschaft</p> <p>Inventory number: SMD_SD_1998_00441</p>
--	---

## Description

Seit 1974 durften die Bürger der DDR, die über D-Mark verfügten, im Intershop einkaufen. Das Preisniveau orientierte sich im Gegensatz zu den Delikat- und Exquisitläden an der Bundesrepublik Deutschland.

## Detailed description

Die Mischung der Tabake, Markenvielfalt und Markennamen, Werbebilder und Packungsdesign spiegeln soziale, politische und wirtschaftliche Entwicklungen. Sie zeigen die Zigarette als transnationales Produkt.

Von der Papirossi-Tabakkultur im 19. Jahrhundert sprechen russische und polnische Namen. Die lange dominante Orientzigarette wird für den europazentrierten Blick auf die Welt mit exotischen Bildern beworben. Einfachverpackungen und Einheitsmischungen weisen auf Notzeiten hin, Preisklassen und die Unterscheidung in Konsum- und Markenzigaretten auf soziale Unterschiede bei den Konsumenten.

Im Nebeneinander von Werbebildern der Moderne und nationalistischen Kampagnen wird die Trennung politisch-sozialer Milieus in der Weimarer Republik sichtbar. Marken und Designs verdeutlichen auch die Besonderheiten der NS-Tabakpolitik, der Besatzung nach 1945, der DDR-Gesellschaft und verweisen auf den „Geschmack der großen, weiten Welt“.

## Basic data

Material/Technique:	Druck, Papier
Measurements:	H/B: 19 x 21 cm

## Events

Created	When	1975
	Who	
	Where	
Edited	When	
	Who	Intershop
	Where	

## Keywords

- Catalog
- Tobacco