

	<p>Objekt: In der Arbeitspause die wohlverdiente Zigarette aus dem Konsum</p> <p>Museum: Stadtmuseum Dresden Wilsdruffer Straße 2 01067 Dresden +49(0)351 4887301 sekretariat@museen-dresden.de</p> <p>Sammlung: Werbebilder & Gesellschaft</p> <p>Inventarnummer: SMD_SP_1981_03829</p>
--	--

Beschreibung

Die Vereinigung Volkseigener Betriebe Tabak umfasste zur Zeit der Gründung der DDR (1949) nahezu die gesamte tabakverarbeitende Industrie; die letzten Unternehmen im Privateigentum wurden nach und nach in die Zentralplanung einbezogen. Die Gemeinschaftsreklame der sächsischen Konsumgenossenschaften bewarb nun auch nicht mehr eine Zigarettenmarke, sondern war vornehmlich gegen den noch immer bedeutsamen privaten Einzelhandel gerichtet.

Ausführliche Beschreibung

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“.

Grunddaten

Material/Technik:

Papier

Maße:

H/B: 59,3 x 41 cm

Ereignisse

Hergestellt	wann	1949
	wer	Horst Naumann (1908-1990)
	wo	
Gedruckt	wann	
	wer	Buchdruckwerkstätte Gutenberg GmbH [Dresden]
	wo	
Herausgegeben	wann	
	wer	Verband Sächsischer Konsumgenossenschaften
	wo	

Schlagworte

- Plakat
- Tabak