

Wir danken Herrn Kurt Sartorius vom Schnaps-  
museum Bönningheim für die Leihgaben.

Texte: Kurt Sartorius

Ausstellungskonzept: Marianne Hasenmayer

**Ort:** Rathaus Spiegelberg (Ortsmitte)

### Öffnungszeiten:

- während der Öffnungszeiten des Rathauses:

Montag: 08.00 – 12.30 Uhr

16.00 – 18.30 Uhr

Dienstag : 08.00 – 12.00 Uhr

Mittwoch: 08.00 – 12.00 Uhr

Donnerstag: 08.00 – 12.00 Uhr

15.30 – 17.30 Uhr

Freitag: 07.00 – 12.00 Uhr

- vom 16. Mai bis 30. September 2010  
am 2. und 4. Sonntag im Monat,  
jeweils von 14.00 Uhr bis 17.00 Uhr.

- am 19. September 2010 von 11.00-17.00 Uhr  
(Tag des Schwäbischen Waldes)

- nach Vereinbarung

- Sonderführungen für Gruppen möglich

### Kontakt:

**Gemeinde Spiegelberg**

Bürgermeisteramt

Rathaus

71579 Spiegelberg

Telefon 07194/9501-0

E-mail [info@gemeinde-spiegelberg.de](mailto:info@gemeinde-spiegelberg.de)

Internet [www.Gemeinde-Spiegelberg.de](http://www.Gemeinde-Spiegelberg.de)

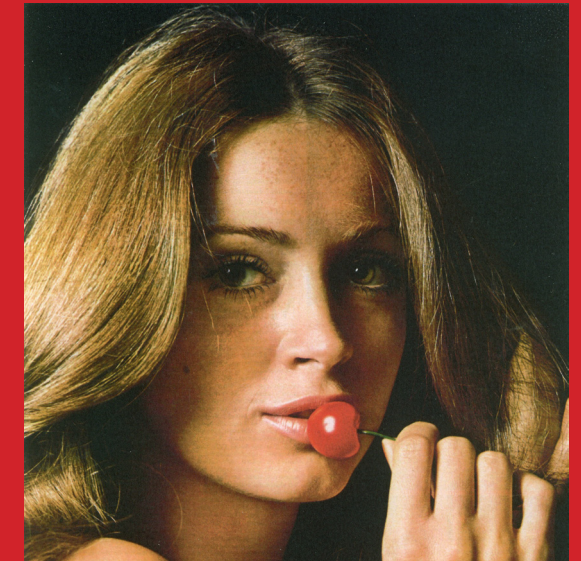
So finden Sie uns:



Wer gerne die Natur erkundet und dabei durch  
traumhafte Wälder wandern und Geschichte  
erleben möchte, dem sei der Spiegelberger Glas-  
wanderweg empfohlen.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

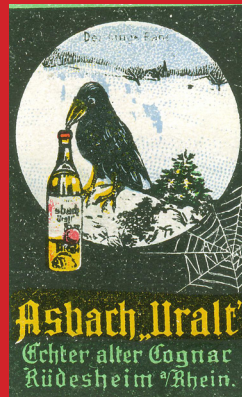
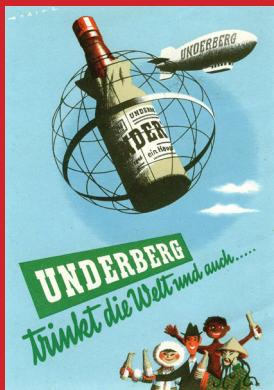
*„Nur Küsse  
schmecken besser“*



*Sonderausstellung über historische  
Alkoholwerbung im Glasmuseum  
Spiegelberg*

*vom 16. Mai bis 30. September 2010*

Werbung macht ein Produkt bekannt und soll zum Kauf anreizen. Die Werbung ist ein Spiegel ihrer Zeit. Die Kaiserzeit, die beiden Weltkriege mit den dazwischen liegenden goldenen zwanziger Jahren, das Wirtschaftswunder mit Goggomobil und Nierentisch, die Provokation der 68er, die Diskowelle und der Hippie look beeinflussten die Alkoholwerbung.

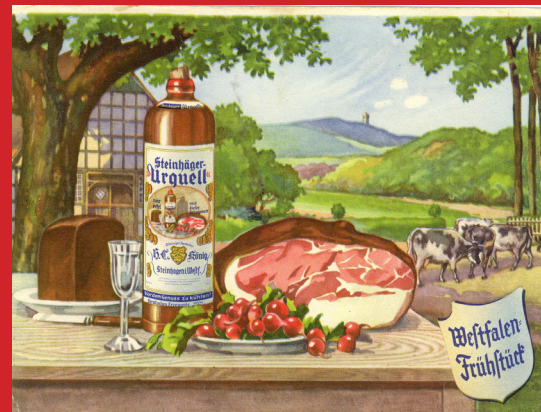


Die Ausstellung zeigt viele Gegenstände der Alkoholwerbung: Emailschilder, Plakate, Postkarten, Werbemarken, Gläser, Flaschen und Werbeartikel sind Zeugen der politischen und kulturellen Veränderungen der letzten 100 Jahre.

Der Kleinbrenner hat sich kaum eine teure Werbung geleistet. Für die großen Destillieren war die Werbung notwendig, um neue Produkte einzuführen und die Absatzzahlen zu steigern. Eine umfassende Werbung setzt eine gleichbleibende Qualität voraus. Dabei gehören die alkoholischen Produkte zu den ältesten Marken.

Eckes Edelkirsch entstand 1931 und bildet mit dem Slogan „Nur Küsse schmecken besser“ den Ausstellungstitel.

Branntweinhersteller geben hohe Summen aus, um zum Konsum anzuregen; natürlich zielt ihre Werbung nicht auf exzessives Trinken. Kaum jemand aber kann sich der psychologisch durchdachten Werbung entziehen, welche Jugend, Erfolg, Anerkennung oder Erotik verspricht. Die Zuordnung gewisser Getränke zu einer bestimmten Lebensart, zu positiven Werten und Empfindungen ist gesellschaftlich anerkannt und verinnerlicht.



Das Getränk, das Geselligkeit und Einbindung in das soziale Leben verspricht, kann auch der Weg in die Einsamkeit sein. Wer Alkoholiker geworden ist, steht am entgegengesetzten Pol der Gesellschaft: arm, krank, bemitleidet, verachtet, ausgestoßen.



Kinder werden spielerisch an die Welt der Erwachsenen und damit auch an den Alkohol herangeführt, wie das Beispiel eines Kinderkauf Ladens mit Schnaps- und Likörfläschchen zeigt.



In der Ausstellung wird der kulturhistorische Aspekt ebenso kritisch beleuchtet wie der gesellschaftspolitische. Letztlich kommt es auf einen verantwortungsvollen Umgang mit alkoholischen Getränken an. Dazu soll diese Ausstellung in erster Linie beitragen.