

Eine Kultureinrichtung der



Landeshauptstadt  
Düsseldorf



### Stadtmuseum Düsseldorf

Berger Allee 2 40213 Düsseldorf  
Telefon 0211-89-9-6170 Telefax 0211-89-9-4019  
eMail stadtmuseum@duesseldorf.de  
Internet www.duesseldorf.de/stadtmuseum

### Öffnungszeiten

Di bis So 11 bis 18 Uhr, Montags geschlossen

### Eintritt

4€ (ermäßigt 2 €), Happy Hour (freier Eintritt)  
von Di bis So 17 bis 18 Uhr. Für Kinder  
und Jugendliche bis 18 Jahren Eintritt frei

### ÖPNV

Poststraße: 706, 708, 709  
Benrather Straße: U71, U72, U73, U83  
Heinrich-Heine-Allee: U74, U75, U76, U77, U78, U79  
Maxplatz: 726

### Parken

Parkhaus Carlsplatz, Tiefgarage Rheinufertunnel.  
Parkplatz für mobilitätseingeschränkte Besucherinnen  
und Besucher vor dem Eingang des Stadtmuseums.



Plakat aus der BZgA-Kampagne von Marcel Kolvenbach und Guido Meyer bei Prof. Wilfried Korfmacher an der FHD, Illustration Anja Stumpf, 1992



Filmausschnitt aus dem Audi-Spot „Sprungschanze“, BBDO, 1986 © Audi AG



Deutschland wird deutscher, Katharina Sieverding, 1993/2015  
© VG Bild Kunst Bonn Foto: Klaus Mettig © VG Bild Kunst Bonn



Werbeanzeige für Afri-Cola, Charles Wilp, ca. 1970 © Charles Wilp



Schadowstraße, Anselm Faust, 2016

Werbung  
Die Kunst der Kommunikation  
Stadtmuseum Düsseldorf  
18. Februar bis 30. Juli 2017



WER

## Werbung Die Kunst der Kommunikation

Sie ist allgegenwärtig, wirkt unmittelbar auf die Menschen, kann zum Aufreger und Gesprächsstoff werden, spielt mit Farben und Bildmotiven, greift gesellschaftliche Debatten auf, reproduziert Klischees und unterhält oder nervt: Werbung.

Die Ausstellung widmet sich diesem internationalen Phänomen am Fallbeispiel Düsseldorf, einer der deutschen Werbemetropolen. Hierher werden die großen Werbeetats vergeben, hier werden und wurden unvergessliche Kampagnen erdacht.

Die Ausstellung untersucht ihre historischen und gegenwärtigen Facetten. Alles dreht sich dabei um die Fragen: Wie entsteht Werbung? Wer wirbt wie wofür? Wie prägt Werbung das Düsseldorfer Stadtbild? Was macht Werbung mit den Menschen?

Neben dem größeren Zusammenhang werden einzelne bedeutende Persönlichkeiten, wie der Fotograf und Filmer Charles Wilp und der Regisseur Wim Wenders, der nicht nur die große Leinwand bedient, vorgestellt.

Darüber hinaus können sich Besucher experimentell und spielerisch mit den Wirkungsweisen der Werbung auseinandersetzen und erfahren, wie sie manipuliert. Dass zum Beispiel Musik und Düfte wesentlich zum Erfolg von Werbung beitragen, wird an verschiedenen Stationen innerhalb der Ausstellung erfahrbar – unter anderem durch die Werbejingles des Düsseldorfer Komponisten Klaus Doldinger.

Auch die künstlerische Auseinandersetzung mit dem Thema Werbung eröffnet einen weiteren Blickwinkel. Künstler wie der Nouveau Réaliste Raymond Hains oder Katharina Sieverding haben sich auf ihre ganz eigene Art mit Werbung befasst und dabei viel von der Funktionsweise offengelegt.

### Kuratoren der Ausstellung

Dr. Christoph Danelzik-Brüggemann  
Stefanie Weißhorn M.A.  
und ein Team von Co-Kuratoren

## Vorträge und Gesprächsrunden

Donnerstag, 2. März, 19 Uhr

### Sex sells!?

Frau Dr. Berit Völzmann geht in ihrem Vortrag auf die rechtlichen Grenzen sexistischer Werbung ein.

Dienstag, 7. März und 20. Juni, 16.30 Uhr

### Geheime Verführung?

Werbung – wie entsteht sie, wie beeinflusst sie uns? Experten, Zeitzeugen und Autoren behandeln die verschiedensten Aspekte des Themas in einer Gesprächsrunde an zwei Nachmittagen.

Donnerstag, 23. März, 19 Uhr

### Der Mensch auf der Säule

Der Künstler Christoph Pöggeler hält einen Vortrag über das Phänomen der historischen Säulenheiligen und seine Skulpturen auf Litfaßsäulen.

Donnerstag, 11. Mai, 19 Uhr

### Diese Tütensuppe muss sexy werden!

Der Düsseldorfer Fotograf Thomas Herbrich beschreibt in seinem Vortrag auf bissig-witzige Weise das Geschäft der Werbefotografie.

Jeden ersten Sonntag im Monat um 15 Uhr

### Öffentliche Führungen

### Herausgeber

Landeshauptstadt Düsseldorf, Der Oberbürgermeister,  
Stadtmuseum

### Verantwortlich

Dr. Susanne Anna

### Redaktion

Stefanie Weißhorn, Svenja Wilken

### Gestaltung

Daniel Stoffels

## Offene Workshops

Sonntag, 19. Februar, 14 bis 17 Uhr, ab 7 Jahren

### Pop-Art – das ist doch keine richtige Kunst!?

Zunächst ein Schimpfwort, wurde Pop-Art zu einer der wichtigsten Kunstströmungen des 20. Jahrhunderts. Elemente des Comics, der Werbung und der Kunst verschmelzen zu einer neuen Kunstform. Wir lassen unserer Kreativität freien Lauf!

Samstag, 18. März, 14 bis 17 Uhr, ab 16 Jahren

### Werbung und Manipulation – die Unzertrennlichen?

Nach einem Gang durch die Ausstellung untersuchen und diskutieren wir lustige und kontroverse Werbespots der letzten 50 Jahre, die gezielt Klischees einsetzen. Beeinflusst Werbung die Gesellschaft – oder umgekehrt?

Samstag, 3. Juni, 14 bis 17 Uhr, ab 18 Jahren

### Schwerelos im Rausch der Bilder

### Wie Charles Wilp die Werbung revolutionierte

Als einer der ersten modernen Werber verkaufte der Düsseldorfer Fotograf Charles Wilp nicht nur ein Produkt, sondern ein Lebensgefühl. Gemeinsam gehen wir der Geschichte Düsseldorfs als Werbestadt nach und untersuchen seine Afri-Cola-Clips in ihrer Beziehung zum Zeitgeschehen.

### Informationen

Svenja Wilken M.A., Abteilungsleiterin  
Telefon: 0211-89-96172  
eMail svenja.wilken@duesseldorf.de

### Anmeldungen

Melanie Mäder  
Telefon: 0211-89-96495  
eMail melanie.maeder@duesseldorf.de

## Angebote für Schulen

Für Grundschüler

### Bunt, laut, schrill oder doch versteckt?

### Was Werbung alles kann

Wir schauen gemeinsam, was Werbung erreichen möchte und mit welchen Tricks sie arbeitet. Können wir sie erkennen? Anschließend gehen die Schüler und Schülerinnen in Gruppen mit Kameras auf eine Werbe-Safari.

Für Weiterführende Schulen

### Von der lustigen Werbung zur cleveren Manipulation

Wir gehen den Tricks und Klischees, mit denen die Werbung arbeitet, in einem Rundgang auf den Grund. Dann heißt es: Perspektivwechsel! In Gruppen werden Konzepte für die Bewerbung eines fiktiven Produkts entwickelt und kreativ umgesetzt.

### Internet

Für weitere Informationen zum Rahmenprogramm besuchen Sie uns bitte auf unserer Website und auf Facebook, oder informieren Sie sich im Museum.

### Förderung

Die Ausstellung wird im Rahmen der LVR-Museumsförderung durch den Landschaftsverband Rheinland (LVR) finanziell unterstützt.

### Partner

Wir bedanken uns bei allen Kooperationspartnern der Ausstellung und des Stadtmuseums.

**BBDO**

**HSD**

**MOPLAK**  
MEDIEN SERVICE

**LVR**  
Qualität für Menschen

 Landesarchiv  
Nordrhein-Westfalen

 **fiftyfifty**  
Straßenmagazin/Galerie

**MUSENKUSS**  
Kulturelle Bildung in Düsseldorf

**RHEINISCHE POST**

**WDR 3**

 Rheinbahn

**vitrpoint.**

Bund Deutscher Architekten

**BDA**

**SIGMA**