

**SYMPOSIUM**  
**28. MAI 2015, 10 – 18 UHR**



Reklamemarken verschiedener Firmen, ca. 1910-1913,  
 Schenkung von Peter-Hannes Lehmann  
 © Jüdisches Museum Berlin, Fotos: Jens Ziehe

# Sammelwut und Bilderflut

## WERBEGESCHICHTE IM KLEINFORMAT

Das Symposium geht in mehreren Vorträgen unterschiedlichen Aspekten der Konsum- und Unternehmensgeschichte in Deutschland während des Kaiserreichs und der Weimarer Republik nach. Anhand einzelner Fallbeispiele aus der Mode-, Tabak-, Metall- und Luxuswarenbranche sowie auf Basis der werbegrafischen Bestände des Jüdischen Museums Berlin wird der Blick auf Firmennetzwerke, Produkte, Kundschaft und Reklamestrategien gerichtet und danach gefragt, welche Perspektiven und Erkenntnisse die Untersuchung dieser Themen für die Geschichte der Juden in Deutschland eröffnet.

- WANN** ————— 28. Mai 2015, 10-18 Uhr
- EINTRITT** ————— frei
- SPRACHE** ————— Deutsch und Englisch
- ORT** ————— Jüdisches Museum Berlin  
 Großer Saal, Altbau 2. OG
- ANMELDUNG** ———— Tel. 030-25993 488 oder [reservierung@jmberlin.de](mailto:reservierung@jmberlin.de)

Jüdisches Museum Berlin  
 Lindenstraße 9-14  
 10969 Berlin

Tel. 030-25993 300  
 Fax 030-25993 409

**VERKEHRSVERBINDUNGEN**

U1, U6 Hallesches Tor  
 U6 Kochstraße  
 Bus M29, M41, 248

[www.jmberlin.de](http://www.jmberlin.de)  
[facebook.com/jmberlin](https://facebook.com/jmberlin)  
[twitter.com/jmberlin](https://twitter.com/jmberlin)



## PROGRAMM VORMITTAG

---

**10 Uhr Begrüßung und Einführung**

Aubrey Pomerance  
Leitung Archiv, Jüdisches Museum Berlin

---

**10.15 Uhr Advertising Jewish: From Poster Stamps to the Star of David**

Dr. Gideon Reuveni  
Director of the Centre for German Jewish Studies, University of Sussex  
Vortrag in englischer Sprache

By the turn of the twentieth century, the promotion of specific products to Jewish consumers had become an integral part of the marketing strategies of many Jewish and non-Jewish producers and retailers. Well-known corporations like Nestlé (Switzerland), Dr. Oetker (Germany), Kaffee Hag (Germany), Bata Shoe Organization (Czech); Jelen-Schicht (Poland) and Carmel wine (Palestine), launched special campaigns to attract Jewish consumers, presenting their goods as particularly suitable for Jewish households. This tendency was not confined to the realm of food consumption but entailed, for example, musical recordings and picture postcards featuring synagogues, historical sites, and rabbinical luminaries. Shipping companies such as Lloyd and Hamburg-Amerika-Linie, insurance businesses like Allianz (Germany) and Phoenix (Austria), and hotels and recreation resorts all over Europe advertised their services to Jewish consumers. My presentation will provide a brief overview of this marketing campaign, demonstrating how by the early twentieth century consumerism had become a crucial part of the Jewish experience.

---

**11 Uhr Nicht nur Highlights. Werbegrafik in einem kulturhistorischen Museum.**

Dr. Iris Blochel-Dittrich  
Leitung Sammlungsdocumentation, Jüdisches Museum Berlin

Anders als kunst- oder designhistorische Sammlungen orientiert sich das Jüdische Museum Berlin in Erwerbs- und Ausstellungspraxis von Werbegrafik nicht zwangsläufig am Kanon qualitativ hochrangiger Werke. Neben »bekannten Größen« wie Lucian Bernhard oder Julius Klinger stehen gleichwertig wenig bekannte Grafiker wie Leonhard Fries oder Ivan Seligmann, und neben Fragen künstlerischer Qualität biografische und historische Zusammenhänge wie Ausbildungs- und Arbeitsmöglichkeiten, das Verhältnis zwischen Künstler und (potentiellem) Auftraggeber und der Einfluss biografischer Brüche auf das Werk – und nicht zuletzt seine Rezeption im Museumskontext. Der Vortrag veranschaulicht die Bandbreite der Sammlung anhand von Beispielen und zeigt, unter welchen unterschiedlichen Perspektiven Werbegrafik als Museumsgut im Kontext der Inhalte des Jüdischen Museums Berlin von Interesse wird.

---

**11.45 Uhr Die ostjüdische Tradition der deutschen Zigarettenindustrie**

Dr. Sandra Schürmann  
Wissenschaftliche Mitarbeiterin im BMBF-Forschungsverbund »PolitCIGs - Die Kulturen der Zigarette und die Kulturen des Politischen«, Museum der Arbeit Hamburg

Die »orientalischen« Wurzeln der deutschen Zigarettenindustrie sind wohlbekannt. Dass sich unter den Pionieren der Branche einige jüdische Unternehmer fanden, ist ebenfalls nicht neu. Der Vortrag nimmt diese Spur auf und versucht anhand von Zwischenergebnissen aus der laufenden Forschung eine erste Einordnung in die Geschichte der Juden in Deutschland. Josef Garbáty-Rosenthal, die Familie Rochmann, aber auch eine Reihe heute kaum noch bekannter Hersteller aus den ersten Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts sind Beispiele für eine weitgehend unerforschte Traditionslinie der deutschen Zigarettenindustrie: Jüdische Immigranten aus Osteuropa gründeten an Standorten wie Dresden, Berlin, Wiesbaden, Saarbrücken oder München gegen Ende des 19. Jahrhunderts meist kleine bis mittelständische Unternehmen. Viele dieser Betriebe verschwanden infolge des Konzentrationsprozesse in der Tabakbranche während der 1920er Jahre, bevor die noch verbliebenen in der NS-Zeit zerschlagen wurden. Anhand von überlieferten Verpackungen, Werbemitteln und Dokumenten werden einige dieser Unternehmensgeschichten rekonstruiert und vorgestellt.

---

**12.30 Uhr Mittagspause**



## PROGRAMM NACHMITTAG

---

**13.30 Uhr Vom Viehhändler zum Hofjuwelier:  
die Familie Rosenau aus Bad Kissingen**

Michal Friedlander

Kuratorin für Judaica und Angewandte Kunst, Jüdisches Museum Berlin

Die fränkische Kleinstadt Kissingen entwickelte sich im 19. Jahrhundert zu einem mondänen Badeort. Monarchen, Adelige und bekannte Schriftsteller waren unter den Badegästen der Saison vertreten; mehr und mehr auch Angehörige des neu entstehenden Großbürgertums – Katholiken, Protestanten und Juden. Der Kissinger Goldschmied Simon Rosenau gründete dort ein florierendes Juweliergeschäft, aus dem im Lauf der Jahrzehnte ein international agierendes Familienunternehmen wurde. Anhand von Quellenmaterial und originalen Objekten fragt der Vortrag danach, inwieweit die Rosenaus ihre geschäftlichen Aktivitäten mit ihrem traditionellen jüdischen Lebensstil vereinbaren konnten. Darüber hinaus bettet er die Geschichte dieser jüdischen Unternehmerfamilie in die Branchengeschichte des Juwelierhandels ein.

---

**14.15 Uhr Netzwerker der Mode(rne).  
Das Modehaus Herrmann Gerson und die Familie Freudenberg 1889 - 1935**

Dr. Gesa Kessemeier

Mode- und Zeithistorikerin, Ausstellungskuratorin und wissenschaftliche Autorin

»Herrmann Gerson, Berlin« – Vor hundert Jahren klang dieser Name weltweit nach Luxus und Exklusivität. Gerson am Werderschen Markt war das berühmteste Mode- und, mit seinem Möbelhaus an der Werderstraße, auch Inneneinrichtungskaufhaus Deutschlands. 1839 von Herrmann Gerson gegründet, gehörte es seit 1889 der Familie Freudenberg. Der Vortrag gewährt Einblick in die spannende wissenschaftliche Recherche und aufwendige Rekonstruktion der Geschichte des Modehauses, die bis vor kurzem nicht aufgearbeitet war. Mit unternehmerischem Geschick und modischem Weitblick machten die Freudenbergs das Unternehmen über drei Generationen zum bedeutendsten der Berliner Modeindustrie. Sie arbeiteten eng mit führenden Modeschaffenden, Künstlern und Architekten des Deutschen Werkbundes, dem Pariser Mode-Visionär Paul Poiret oder Künstlern wie Max Pechstein oder Rudolf Belling zusammen. Firma und Familie waren bis in die 1920er Jahre hinein bestens vernetzte Visionäre moderner Mode und Raumkunst und stehen beispielhaft für die Hochzeit der Berliner Konfektion Ende des 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts, ebenso wie für die Blüte der zumeist jüdischen Modewarenhäuser.

---

**15 Uhr »Bedenke - Rosenhain Geschenke«**

Leonore Maier

Kuratorin für Alltagskultur, Jüdisches Museum Berlin

Die 1864 gegründete Berliner Luxus- und Lederwarenfirma Albert Rosenhain gehörte zu den alteingesessenen Spezialgeschäften in der Leipziger Straße in Berlin, einer der wichtigsten Geschäftsstraßen der boomenden Reichshauptstadt. Etliche Familiennachlässe im Jüdischen Museum Berlin enthalten Produkte, die bei Albert Rosenhain, dem „Haus der Geschenke“, gekauft und in die Emigration mitgenommen wurden – vor allem Brieftaschen und Geldbörsen, die klassischen Bar Mizwa-Geschenke. Aus dem Jahr 1930 sind über 700 Glückwunschschriften an Egon Fürstenberg, den langjährigen Chef und Schwiegersohn des Gründers und Namensgebers der Firma Albert Rosenhain zu seinem 70. Geburtstag und 50jährigen Geschäftsjubiläum erhalten geblieben. Sie wurden dem Museum als Dauerleihgabe von der Familie überlassen. Der Vortrag nimmt die gesellschaftlichen Netzwerke und Geschäftsbeziehungen von Egon Fürstenberg und der Firma Rosenhain auf Basis dieses einzigartigen Quellenmaterials in den Blick und interpretiert sie im Kontext eines halben Jahrhunderts Geschichte des Berliner Wirtschaftsbürgertums.

---

**16.00 Uhr Abschlussdiskussion**

---

**16.30 Uhr Kleiner Empfang**

Gelegenheit zur Ausstellungsbesichtigung von »Sammelwut und Bilderflut. Werbegeschichte im Kleinformat« sowie zum informellen Austausch im Rafael Roth Learning Center