

# museen koeln

## Kölnisches Stadtmuseum

### Made in Cologne – Kölsche Marken im Stadtmuseum

Was ursprünglich zur Abwehr fremder Marken gedacht war, geriet schnell zu einem Qualitätssiegel. Die Erfindung der Warenkennzeichnung durch das britische Handelsmarktgesetz von 1887 war der Beginn der englischen Formel von »Made in...«. Da waren Kölner Marken schon längst auf dem Weltmarkt vertreten und überzeugten durch Ihre Qualität, sei es als Eau de Cologne, Viertakt-Motor, Telegraphenkabel oder Schokolade. Viele Kölner Produkte folgten im 20. Jahrhundert, und noch heute zeugen eine Reihe von Unternehmen mit dem Vertrieb ihrer Waren, dass sie Kölner Unternehmen sind und damit auch Köln in der Welt vermarkten.



Brandsiegel der Heringsröder Köln, 16. Jh., Kölnisches Stadtmuseum, Foto: Rheinisches Bildarchiv Köln

#### Ein Wappen bürgt für Qualität

Eine Frühform der Marke war das in römischer Zeit auf Kölner Produkten verbreitete Zeichen »C.C.A.A.« (Colonia Claudia Ara Agrippinensium). Im Mittelalter wurde der »Kölner Brand«, mit dem in Köln gehandelte Waren gekennzeichnet wurden, zum international erkennbaren Qualitätssiegel. Im frühen 15. Jahrhundert entwickelten sich die drei Kronen zur Marke für die Stadt.

#### Das Wasser von Köln

»Ich habe einen Duft gefunden, der mich an einen italienischen Frühlingmorgen erinnert, an Bergnarzissen, Orangenblüten kurz nach dem Regen. Er erfrischt mich, stärkt meine Sinne und Phantasie.« Mit diesen Worten pries Johann Maria Farina 1708 seinem Bruder Baptist sein »aqua mirabilis« an, das als »Eau de Cologne« weltberühmt werden sollte. Seine Zutaten sind bekannt, die genaue Mischung jedoch ist ein streng gehütetes Geschäftsgeheimnis. Unverwechselbar ist neben dem Duft auch das Markenzeichen: Seit 1925 ziert eine rote Tulpe die Flacons von Farina.

#### Eine süße Kölner Versuchung

Stollwerk-Schokolade ist eines der ältesten Kölner Markenprodukte. 1839 eröffnete Franz Stollwerk eine Mürbewaren-Bäckerei in der Blindgasse. Unter seinen fünf Söhnen wuchs das Unternehmen im letzten Viertel des 19. Jahrhunderts im Severinsviertel zu einem industriellen Großunternehmen heran, das vor dem ersten Weltkrieg mit über 5000 Beschäftigten schließlich der größte Schokoladenproduzent Europas war. Stollwerk beschritt mit seinem Schokoladenautomat noch im 19. Jahrhundert neue Wege des Vertriebs und der Werbung, seine »Alpia« wurde bereits 1906 als Marke eingetragen.



Kölnischer Motorwagen Vis-à-Vis, Kölner Motorwagen-Fabrik GmbH, Kölnisches Stadtmuseum, Foto: Rheinisches Bildarchiv Köln

#### Motorenstadt Köln

Im Jahre 1876 erfand Nikolaus August Otto in Köln den nach ihm benannten Viertaktmotor – eine neue Motorentechnik, die von Köln aus die Motorisierung der Welt einleitete. Köln galt im späten 19. Jahrhundert als das Technikzentrum für begabte Ingenieure. Die »Kölner Motorwagen-Fabrik GmbH« baute mit dem »vis-avis« schon 1901 ein erstes Serienauto, und mit Elektroautos waren Kölner Unternehmen sogar bereits 1889 erfolgreich. So hatte Köln als Motorenstadt schon eine längere Tradition, als Henry Ford und Oberbürgermeister Konrad Adenauer 1930 den Grundstein für die Fordwerke in Niehl legten.

Literatur: *Made in Cologne. Kölner Marken für die Welt.*

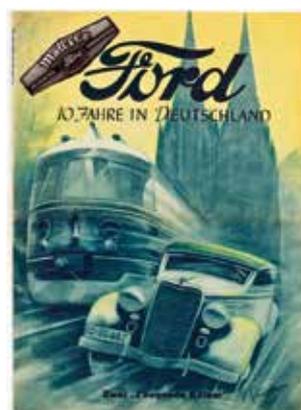
Hrsg.: Mario Kramp, Ulrich S. Soénius, J.P. Bachem Verlag 2011.

# museenkoeln

## Plakatieren erlaubt!

Wie könnte eine Werbung für Sidol (Putzmittel), afri-cola, Ford, Kölnisch Wasser und Co. heute aussehen? Wähle ein Produkt aus dem Kölnischen Stadtmuseum aus (siehe Fotos) und entwerfe dein eigenes Werbeplakat.

1. Schau dir dafür Werbeplakate in deiner Umgebung und auch im Internet an. Welche Mittel nutzten sie, um auf sich aufmerksam zu machen? Wie unterscheiden sie sich von den Plakaten im Kölnischen Stadtmuseum, die Du auf den Fotos siehst?
2. Überlege, wie du dein Produkt präsentieren willst. Vor welchem Hintergrund soll das Produkt gezeigt werden, welche Farben willst du verwenden?
3. Entwickle einen Werbeslogan, also einen Satz oder eine Botschaft, mit der du das Produkt bewerben willst.
4. Experimentiere mit Form, Farbe und Schriftgröße, bis du mit dem Ergebnis zufrieden bist.
5. Bring nun Bild und Schrift auf deinem Plakat zusammen. Du kannst zeichnen, malen, einen Computer oder die Collagetechnik benutzen, indem du Bilder oder Wörter aus Zeitschriften und Zeitungen ausschneidest.



Fotos  
Oben: Sidol Plakat 1950er, Henkel AG und Co. KGaA, Konzernarchiv  
Unten links: afri-cola Werbeschild, 1930–1950, Kölnisches Stadtmuseum, Foto: RBA  
Unten mittig: Ford-Anzeige, Foto: RBA  
Unten rechts: 4711-Anzeige aus dem Jahre 1972, Kölnisches Stadtmuseum, Foto: Rüdiger Müller

# museenkoeln

## Forschungsauftrag: Typisch kölsch?

Kölsch, Kamelle oder Röttgelchen?  
Welches Produkt ist für dich typisch kölsch?

1. Wähle ein Produkt, z.B. Lebensmittel oder einen Gegenstand aus dem Alltag, der für dich typisch für Köln ist.
2. Finde möglichst viel über den Produkt heraus, z.B. :
  - Wo wird es hergestellt?
  - Seit wann kann man es kaufen und wo?
  - Aus welche Zutaten oder Materialien besteht es?
  - Wo kommt es her?
  - Wer hat es erfunden?
3. Dokumentiere deine Forschungsergebnisse.  
Du kannst schreiben oder zeichnen, Fotos und Filme machen oder Gespräche mit dem Handy aufnehmen.
4. Präsentiere deine Forschungsergebnisse der Klasse.



Stollwerck-Anzeige aus dem Jahre 1977, Kölnisches Stadtmuseum,  
Foto: Rüdiger Müller