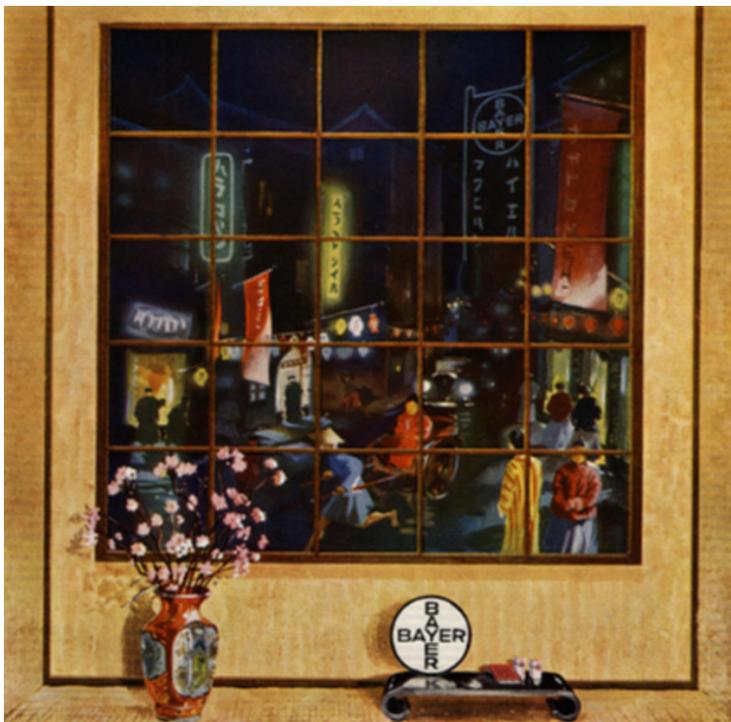


Bayer-Werbung: deutsche Erzeugnisse in der ganzen Welt (1937)

Kurzbeschreibung

Obwohl das Regime Ende der 1930er Jahre wirtschaftliche Autarkie anstrebte, war die deutsche Wirtschaft nach wie vor in hohem Maße darauf angewiesen, Absatzmärkte für ihre Exporte zu finden, um Einnahmen zu erzielen und das Wachstum anzukurbeln. Gerade wegen der offiziellen Autarkiepolitik wurde der Export umso wichtiger für die innere Stabilität und die Finanzierung einer Reihe von Regierungsprogrammen, insbesondere während des bevorstehenden Krieges. Deutsche Konsum- und Gebrauchsgüter genossen bereits ein hohes internationales Ansehen, da das Prädikat „Made in Germany“ für hohe Qualität stand. Die deutsche Chemieindustrie, zu der auch synthetische Arzneimittel gehörten, genoss ein besonders hohes Ansehen, wie diese Werbung für Bayer-Pharmazeutika aus dem Jahr 1937 zeigt. In einer Reihe von Plakaten, die Schaufenster nachstellten, nutzte der Konzern Bayer – Erfinder des Aspirins – seine internationale Anziehungskraft in einer Reihe von Reklamebildern, welche die Orte darstellten, an denen eine Aspirinflasche oder das Bayer-Logo zu finden war. Eine Anzeige zeigte Bayer-Tabletten im amerikanischen Westen, eine andere in der mexikanischen Wüste, und eine, die hier abgebildet ist, stellte die Verbreitung von Bayer-Produkten in Asien dar. Zusammengenommen ermutigten die Anzeigen die Deutschen, sich über die Reichweite deutscher Produkte im Ausland Gedanken zu machen, um ihnen ein Gefühl des Stolzes zu vermitteln und sie daran zu erinnern, dass Deutschland in der Welt immer noch als Quelle von Qualitätsprodukten galt.

Quelle



Quelle: Werbeplakat, 1937. Grafiker/in unbekannt. Bayer Archiv Leverkusen.

Empfohlene Zitation: Bayer-Werbung: deutsche Erzeugnisse in der ganzen Welt (1937),
veröffentlicht in: German History in Documents and Images,
<<https://germanhistorydocs.org/de/deutschland-nationalsozialismus-1933-1945/ghdi:image-5224>>
[12.05.2024].