

## PRESSEMELDUNG

März 2018

„STILLE STARS“ in Film und Werbung

**Ausstellung im Porzellanikon in Selb beleuchtet erstmals die stille, aber starke Rolle von Keramikartikeln in Filmen, Werbespots und Zeitschriften**  
**27. Juli 2019 bis 26. Januar 2020**

Wer kennt sie nicht, die noch heute legendären Werbefilme von Dr. Oetker mit Frau Renate aus den 1950er-Jahren oder die klassischen Kellogg's-Werbespots, die uns durch die 1980er-Jahre begleiteten? Und wer erinnert sich nicht gerne zurück an die Kultserien von Pastewka, Stromberg und an die Kinofilme von Loriot bis James Bond. Sie alle haben eines gemeinsam: Die STILLEN STARS. Es gibt kaum eine Film- und Werbeproduktion, die ohne sie auskommt: Teller, Tassen und Figuren, Waschbecken oder Fliesen – als bewusst platziertes Element in Kinofilmen, Werbespots oder auf Zeitschriftentiteln transportieren sie Botschaften, illustrieren einen bestimmten Zeitgeist oder erzeugen ein besonderes Lifestyle-Gefühl. Mit der Sonderausstellung **„STILLE STARS: Keramik in Film und Werbung“** rückt das Porzellanikon – Staatliches Museum für Porzellan vom **27. Juli 2019 bis 26. Januar 2020** diese stummen Darsteller erstmals ins große Rampenlicht und beleuchtet ihren Einsatz und ihre Wirkung in den jeweiligen Medien. Gezeigt werden Filmszenen, Werbeclips und Werbefotos aus verschiedenen Ländern in Europa, darunter Deutschland, England, Spanien, Schweden, Finnland – von den 1930er Jahren bis zum aktuellen Kinofilm heute. Aufwendige Inszenierungen und Medienstationen laden ein, in die bunte Welt der Kinofilme, Werbespots und Hochglanz-Magazine einzutauchen.

Auf insgesamt 600 Quadratmetern Ausstellungsfläche erleben die Besucherinnen und Besucher, in welche vielfältigen medialen Zusammenhänge keramische Produkte eingebunden sind und welche visuellen, oftmals versteckten Botschaften und Codes durch

Porzellanikon in Selb  
Museumsverwaltung

**PRESSEKONTAKT**  
Sabine Reichel-Fröhlich  
Presse und Marketing  
Werner-Schürer-Platz 1  
95100 Selb  
Fon +49 9287 91800-121  
Fax +49 9287 91800-999  
sabine.reichel-froehlich  
@porzellanikon.org

[www.porzellanikon.org](http://www.porzellanikon.org)  
[www.facebook.com/porzellanikon](https://www.facebook.com/porzellanikon)



Wir sind Leadpartner des Projektes:  
Ceramics and its Dimensions



Co-funded by the  
Creative Europe Programme  
of the European Union



sie vermittelt werden. Zu den prominenten deutschen Filmen zählen etwa der Loriot-Klassiker „Pappa ante portas“ mit dem markanten Indisch Blau-Service, das die kleinbürgerliche Welt des Protagonisten Heinrich Lohse illustriert, aber auch die Kultserien „Pastewka“ und „Stromberg“. So begleitete die legendäre „Capitol“-Werbetasse mit der prägnanten Aufschrift „Sorgenfrei“ den Hauptdarsteller Bernd Stromberg von Folge zu Folge durch seinen nicht immer so unbeschwerten Büroalltag. Die „Home Sweet Home“-Teetasse der Londoner Porzellandesignerin Ali Miller wurde nach ihrem Auftritt in der Sherlock Holmes Serie sogar zum Verkaufsschlager.

In **Kultfilmen** wie „Die Legende von Paul und Paula“ (1970/71) mit Winfried Glatzeder oder „Die fetten Jahre sind vorbei“ (2004) mit Daniel Brühl sind ebenfalls Sequenzen zu sehen, in denen Keramik- und Porzellan-Objekte ganz bestimmte handlungsrelevante Aussagen oder Stimmungen transportieren. Anhand ausgewählter Szenen aus dem Kinofilm „Grüner wird’s nicht“ mit Elmar Wepper (2018) und einer eigens dafür konzipierten Ausstellungsstation erhalten die Besucherinnen und Besucher schließlich spannende Einblicke hinter die Kulissen: Die Filmrequisiteurin erklärt passend zu den jeweiligen Filmausschnitten, warum sie welche Keramik-Requisiten für bestimmte Szenen ausgewählt hat.

In **Werbefilm und -fotografie** werden Keramik-Requisiten häufig genutzt, um ein Produkt in Szene zu setzen und ein passendes Lebensgefühl zu transportieren. So etwa im klassischen Persil-Werbespot von 1953 oder bei der erfolgreichen „Zipfelrausch“-Kampagne von Media Markt, bei der neben animierten Gartenzwerge wild tanzende Porzellanfiguren ihren großen Auftritt haben. Auch Kellogg’s setzt in seinem Werbeclip für Frühstücksflocken auf unterschiedliche Keramik-Müslischalen, um den unkomplizierten, gesunden Genuss des Produkts zu bewerben. Besonders häufig zieren Keramik-Objekte die Titelseiten von Lifestyle-Magazinen. Die Fülle und Vielfalt unterschiedlichster Titel mit Keramiken illustriert ein 8 Meter langer „Zeitschriftentunnel“, der die Besucherinnen und Besucher durch die faszinierende, schillernde Geschichte der Werbefotografie führt.

Die Basis für die Sonderausstellung wurde im Rahmen des Projektes „Ceramics and its Dimensions“ gelegt, das durch Mittel des EU-Programms „Kreatives Europa“ gefördert wurde.

## **BEGLEITPROGRAMM**

In einem umfassenden Programm werden verschiedenste Aspekte der Ausstellung zum Mitmachen angeboten: Dabei wird Keramik in Real- und Trickfilmen wirkungsvoll in Szene gesetzt, passendes Geschirr für bekannte Helden und Bösewichte gestaltet und mit Spezialeffekten experimentiert. Sowohl künstlerisch-kreative als auch technische Fragen rund um das Thema Filmproduktion werden anschaulich und spannend behandelt. Eine individuelle Erkundungstour ist mit einer **interaktiven Schnitzeljagd** mittels einer speziellen App möglich. Unter freiem Himmel wird vom 30.07. bis 04.08.2019 auf dem Festplatz des Porzellanikons in Selb eine vielfältige Filmauswahl vorgeführt.

Mehr zum Programm erfahren Sie unter: [www.porzellanikon.org](http://www.porzellanikon.org)