Koloniale Darstellungen in der Werbung und bildenden Kunst

Koloniale Darstellungen in der Werbung sowie bildenden Kunst während der Kolonialzeit – in Deutschland von etwa 1884 bis 1918 – spielten eine zentrale Rolle bei der Vermittlung kolonialer Ideologien. Die Kunst und Werbung jener Zeit präsentierten Kolonien häufig als exotische, ungezähmte Länder, die von der deutschen „Zivilisation“ profitieren sollten.

In der bildenden Kunst wurden Darstellungen von „Schwarzafrika“ oft mit Klischees von primitiven, unterwürfigen Bevölkerungen verbunden, während europäische Kolonialherren als „Zivilisatoren“ inszeniert wurden. Dies zeigte sich neben Gemälden auch in zahlreichen Postkarten und in der Werbung, welche die kolonialen Machtverhältnisse glorifizierten.

In der Werbung, insbesondere bei den sogenannten „Kolonialwaren“, wurden Produkte aus den Kolonien (wie Kaffee, Kakao oder Gewürze) als exotisch und hochwertig inszeniert. Diese Darstellung sollte das Bild einer prosperierenden Kolonialwirtschaft unterstützen und den Konsum von diesen Waren als Teil des zivilisierten Lebensstils fördern. Solche Darstellungen dienten nicht nur dem wirtschaftlichen Gesichtspunkt, sondern sollten auch die politische Legitimation des deutschen Kolonialismus unterstreichen. Die Gewalt, Ausbeutung und das Leid in den betreffenden Ländern wurden dabei meistens verschwiegen.

Insgesamt trugen diese Darstellungen dazu bei, die Haltung und Wertevorstellung in der breiten Bevölkerung zu verfestigen und die koloniale Herrschaft als wohlwollend und notwendig darzustellen.

Auch das Unternehmen Anker warb mit typischen Darstellungen kolonialer Motive. Die Darstellungen zeigen dunkelhäutige Menschen, die aus heutiger Perspektive diskriminierend und verletzend erfahren werden können.
Wir zeigen diese Werke nicht, um die darin transportierten Bilder und Botschaften zu reproduzieren oder zu legitimieren, sondern weil diese das Denken und Handeln einer Epoche vermitteln sollen. Diese Werbung ist als historisches Objekt zu betrachten.