



„Wahre Küsse gibt es nur mit Odol“

Eine Ausstellung im Deutschen Hygiene-Museum in Dresden

Im Herbst dieses Jahres wurde in einer kleinen Kabinett-Ausstellung im Dresdner Hygiene Museum mit Objekten aus dem Odol-Archiv das Thema „Der Kuß“ in Szene gesetzt. Die Schenkung des ehemaligen Firmen-Archivs und Wahl des Ausstellungsortes verweist auf die Verbindung des Dresdner Museums zur Marke Odol: Die Gründung im Jahr 1912 geht auf eine Initiative des Dresdner Industriellen und Odol-Fabrikanten Karl August Lingner (1861–1916) zurück.

Wie auch die Markennamen „Tempo“, „Tesa“ und „Uhu“ kann „Odol“ umgangssprachlich als Synonym für eine Produktgattung benutzt werden.

Karl August Lingner und Richard Seifert hatten das Mundwasser mit dem einprägsamen Namen „Odol“ (zusammengesetzt aus dem griechischen Wort *Odous* für Zahn und dem lateinischen *Oleum* für Öl) 1893 entwickelt und auf den Markt gebracht. In einer Zeit in der Robert Koch und Louis Pasteur gerade die Bakterien als Krankheitserreger entdeckt hatten, fand Odol in allen Gesellschaftsschichten weltweit

Verbreitung. Die unverwechselbare Flasche aus Opalglas mit dem charakteristischen Seitenhals und ihrer in 111 Jahren kaum geänderten

Form gilt als eine der bedeutendsten Designschöpfungen der Markenartikelindustrie. Einprägsame Werbekampagnen wurden von prominenten zeitgenössischen Künstlern wie

Franz von Stuck oder Böcklin gestaltet. Der markante Werbespruch von 1902 „Wahre Küsse gibt es nur mit Odol!“

gab den Impuls, die o.g. Ausstellung um den Kuß zu organisieren, er illustriert werbewirksam die Themen Kuß und Mundwasser. Von 1924 stammt das graphisch reduzierte Ölbild „Odol“ des Amerikaners Stuart Davis, einem Vorläufer der Pop-Art, das im Sommer in der „MoMa in Berlin“-Ausstellung auch in Deutschland zu sehen war.



Ein Pappaufsteller aus dem Jahr 1940 zeigt ein glückliches Paar mit strahlend weißen Zähnen.

Neue Räume für Dauerausstellung

Neben Sonderausstellungen kann das Deutsche Hygiene-Museum seit April 2004 wieder hauseigene Objekte und Leihgaben dauerhaft mit einer ständigen Ausstellung präsentieren. Rund 700 Exponate, darunter die „Klassiker“ der gläsernen Figuren wie dem „Muskelkopf“, „Schmerzensmann“ und „Scheibentorso“ oder auch Architekturmodelle der I. Internationalen Hygiene-Ausstellung 1911 sowie – als älteste Ausstellungsstücke – Figurinen von Verstorbenen aus dem dritten vorchristlichen Jahrhundert. Die bisher eröffneten Räume behandeln die Themenkomplexe: Der Gläserne Mensch (Bilder des Menschen in den modernen Wissenschaften), Leben und Sterben (Von der ersten Zelle bis zum Tod des Menschen), Essen und Trinken (Ernährung als Körperfunktion und Kulturleistung), Sexualität (Liebe, Sex und Lebensstile im Zeitalter der Reproduktionsmedizin).



Im Jahr 1993 zeigt Jürgen Mester mit „Kiss-me!“ zum hundertjährigen Jubiläum Odols im Kunstwettbewerb „Kulturelle Dimensionen einer Marke“ seine moderne Interpretation.

Sabine Tönnies

Deutsches Hygiene-Museum, Lingnerplatz 1, Dresden, Telefon: 0351/ 4846 0; Öffnungszeiten: Dienstag bis Sonntag und Feiertage: 10 bis 18 Uhr, Besucherservice: service@dhmd.de; www.dhmd.de. Dauerausstellung: Das Museum vom Menschen. Sonderausstellungen: Die zehn Gebote: Politik – Moral – Gesellschaft. Internationale Kunstausstellung (bis 2. Januar 2005); Spiel(t)räume (Ende Januar 2005 bis September 2005).



Eine Frau mit Rosen zeigt die Odol-Anzeige aus dem Jahr 1906.



Ein herzerfrischender Kuß für das Kind