

SG

Oktober 2016

Opak-schwarze Vase als Kopf eines Mohren Hersteller unbekannt, Deutschland?, nach 1960?

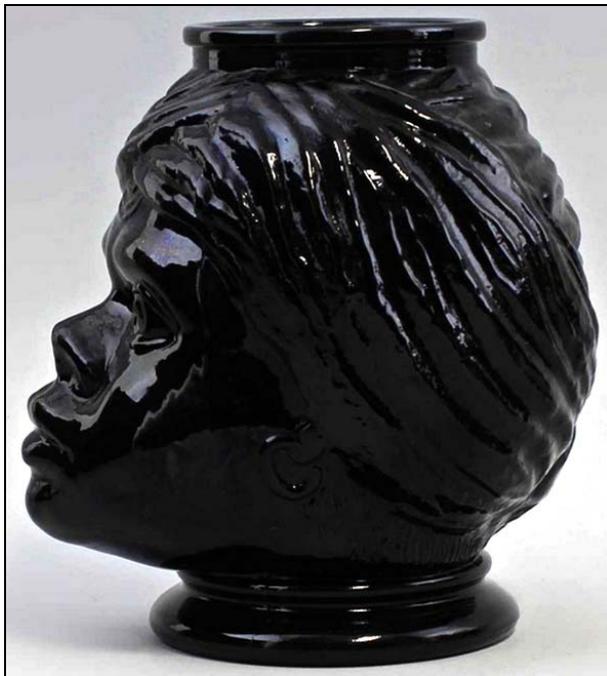
Gefunden von Gerd Mattes, herzlichen Dank!

Los 35089

Mohrenkopf-Vase

alt, schwarzes Glas, formgepresst,
in Gestalt eines Mohrenkopfes mit Turban
H 20 cm

Abb. 2016-2/60-01 (Maßstab ca. 50 %)
Vase als Kopf eines Mohren
opak-schwarzes, form-geblasenes Glas, H 20 cm
Auktionshaus Jena, DE 07743 Jena
Auktion Kunst, Antiquitäten, Varia, 15.10.2016, Los 35089
Hersteller unbekannt, Deutschland?, nach 1950 ...
<https://lot-tissimo.com/de/i/11459730/p/9> (2016-10)

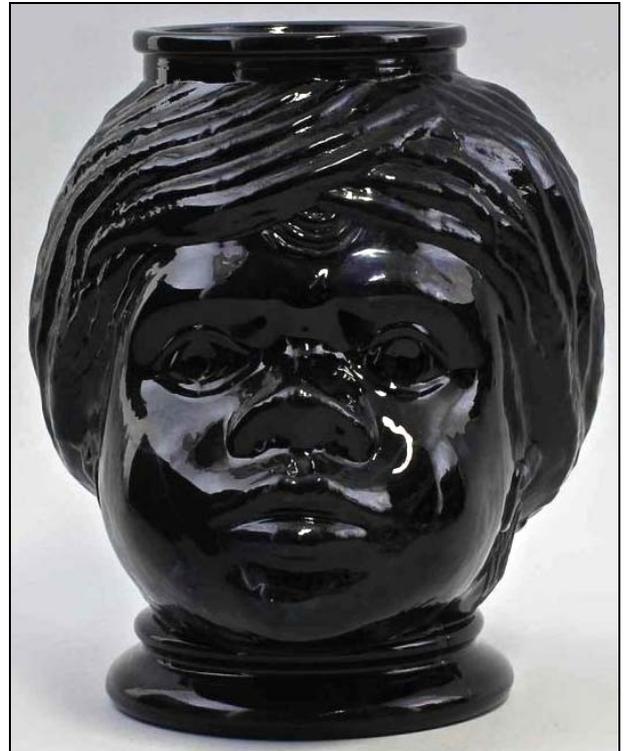


Auktionshaus Jena
Saalstr. 8 a
DE 07743 Jena
TEL +49 (0)3641 229526
MAIL info@auktionshaus-jena.de
Auktion Kunst, Antiquitäten, Varia, 15.10.2016

Wikipedia DE: Sarotti-Mohr

Sarotti ist eine deutsche Schokoladenmarke, die seit **1998** im Besitz der **Stollwerck** GmbH in Köln ist, die wiederum selbst **2002** von der **Barry Callebaut** GmbH übernommen und **2011** an die belgische Unternehmensgruppe **Baronie** verkauft wurde.

Heinrich Ludwig Neumann eröffnete **1852** in **Berlin** in der Friedrichstraße die „**Confiseur-Waaren-Handlung Felix & Sarotti**“ und verkaufte größtenteils importierte Konditorwaren aus Paris.



Im Jahr **1881** übernahm Hugo Hoffmann das Geschäft. Der Konditor hatte bereits seit **1868** einen Betrieb zur Herstellung „feiner Pralinen, Fondants und Fruchtpasteten“ und belieferte auch Neumann.

Er führte nach der Übernahme Produktionsstätte und Laden in der **Mohrenstraße** zusammen und verkaufte die Produkte von nun an unter dem Namen „**Sarotti**“.

Die **Wortmarke** „**Sarotti**“ wurde **1894** angemeldet. In den Folgejahren expandierte das Unternehmen weiter. Die Zahl der Angestellten stieg von 162 auf 1.000 an und die Produktionsstätten wurden auf den Nachbargrundstücken erweitert. **1903** entstand die „**Sarotti Chokoladen und Cacao Aktiengesellschaft**“.

Die beiden Unternehmer starben in den Jahren **1911** und **1912**. Hugo Hoffmanns Sohn Max übernahm die Leitung. **1913** wurde die neue Produktionsstätte in Tempelhof mit etwa 2.000 Mitarbeitern eröffnet. Im **Ersten Weltkrieg** ging die Produktion zurück, die Zahl der Mitarbeiter sank auf die Hälfte.

Das Produktsortiment reichte von feinen Schokoladenwaren, Pralinen, Kakao, Marzipanerzeugnissen und Fondants bis zu Likören. **1929** übernahm die Schweizer Aktiengesellschaft **Nestlé** die Mehrheit an der Sarotti AG. Nach **1945** wurde **Wilhelm Koppe**, der während des Zweiten Weltkriegs als SS-Obergruppenführer, General der Waffen-SS und der Polizei für den **Holocaust im westlichen Teil Polens** mitverantwortlich war, Geschäftsführer. **1969** kämpfte die Firma aufgrund

eines wenig innovativen Produktsortiments mit sinkenden Erlösen.

1998 übernahm die **Stollwerck** GmbH die **Traditionsmarke**, die allerdings nur auf dem deutschen Markt bekannt ist. Im Juli 2011 wurde Stollwerck (mit der Marke Sarotti) an den belgischen Süßwarenhersteller Sweet Products / **Baronie** verkauft.

[...]

1918, im Jahr des **50. Firmenjubiläums**, tauchte der **Mohr als Markenfigur** zum ersten Mal auf, und zwar auf Verpackungen in Gestalt von **drei Mohren mit Tablett**. Diese Darstellung zählt zu der **bekanntesten Werbestrategie der ausgehenden Kolonialzeit**, in der die bildliche Werbung im Entstehen war. Dabei erfreute sich bei vielen deutschen Firmen die Abbildungen von **Afrikanern**, die oftmals zwar für ihre **Exotik** bewundert wurden, aber auch immer als „**Minderwertige**“ und „**Wilde**“ gezeichnet wurden. Die Exotik sollte die deutsche **Bevölkerung im Kaiserreich an ihre Kolonien** erinnern, aber auch als Blickfang dienen, um die Kauflust zu steigern. Zwei Jahre später wurde der Grafiker Julius Gipkens damit beauftragt, ein neues Firmenlogo zu entwickeln; der Eintrag im Markenregister erfolgte **1922**.

Der **Sarotti-Mohr** wurde in den **1960-er** Jahren durch Fernsehspots zu einer **populären Werbefigur**, mit der die Marke bis heute verbunden wird. Er wurde oft kritisiert, da manche in der Figur des **Diener rassistische Stereotype** sahen. **2004** wurden daher alle Produkte

umfangreich neu gestaltet, der **Sarotti-Mohr** wich dem „**Sarotti-Magier der Sinne**“. Statt eines Tablett in der Hand wirft die Figur auf einer **goldenen Mondsichel Sterne** in die Luft, außerdem hat der **Magier eine goldene Hautfarbe**.

Abb. 2016-2/60-02

Der Sarotti-Magier, der auf einer goldenen Mondsichel Sterne in die Luft wirft (2016-10) (Wikipedia DE)



Siehe unter anderem auch:

WEB PK - in allen Web-Artikeln gibt es umfangreiche Hinweise auf weitere Artikel zum Thema: suchen auf www.pressglas-korrespondenz.de mit GOOGLE Lokal →

www.pressglas-korrespondenz.de/aktuelles/pdf/pk-2004-2w-geisel-zylinderhut.pdf

www.pressglas-korrespondenz.de/aktuelles/pdf/pk-2016-1w-duboucarre-vase-fuellhorn-mohr-1900.pdf

www.pressglas-korrespondenz.de/aktuelles/pdf/pk-2016-2w-sg-vase-mohr-de-1960.pdf

Wikipedia DE: [Sarotti \(Sarotti-Mohr\)](#)



Abb. 2016-2/60-03; Google Bilder Sarotti-Mohr (2016-10)

