

# DIE KULTMARKE PEZ – EIN KURZER EINBLICK IN EINE LANGE GESCHICHTE

**Als der Oberösterreicher Eduard Haas III im Jahr 1927 das erste Pfefferminz-Bonbon fertigte, ahnte er wohl nicht, dass er damit den Grundstein für einen Markenklassiker legte.**

Er nannte seine Marke PEZ, abgeleitet vom deutschen Wort für Pfefferminz – PfeffErminZ. Schon damals hatte das PEZ Bonbon die Form, die es auch heute noch hat. Die Bonbons wurden mit besonders hochwertigem Pfefferminzöl hergestellt und in kleinen Blechdosen verkauft. Seine Zielgruppe sah Eduard Haas III in der gehobenen Gesellschaft und so vermarktete er PEZ als „Das Mint der vornehmen Welt“.

Die Bonbons waren beliebt und verkauften sich gut, doch Haas war noch nicht zufrieden. Die kleinen Blechdosen waren zwar schön und praktisch, aber für ihn noch nicht die perfekte Art Mint zu genießen. **Er suchte nach einer edlen, besonders hygienischen Form, wie Menschen auch Ihrem Gegenüber Bonbons anbieten könnten. So kam er auf die Idee, einen PEZ Spender zu kreieren.**



1949 war es dann so weit: Der vom Erfinder Oskar Uxa entwickelte PEZ-Spender kam auf den Markt. Er hatte die Form eines goldenen Feuerzeugs

und erinnerte damit daran, dass Eduard Haas III PEZ als gesunde Alternative zur Zigarette erfunden hatte. **Dazu passte auch der Slogan der nächsten Jahre: „Rauchen verboten – PEZen erlaubt.“**

**Schon von Beginn an wurde PEZ in erster Linie von PEZ-Ladies beworben. In den 1950er und 60ern, wurde die PEZ-Lady schließlich zur Ikone.** Besonders die Grafiken von Gerhard Brause genießen heute noch Kultstatus. PEZ-Automaten wurden in ganz Deutschland und Österreich montiert und verschwanden erst mit der Einführung des Euro aus dem öffentlichen Raum. Heute sind sie begehrte Sammlerobjekte.

Anfang der 1950er beschloss Haas, dass er mit PEZ auch den Nord-Amerikanischen Markt erobern wollte. **Bei Messeauftritten in den USA stellte er fest, dass insbesondere Kinder von PEZ begeistert waren.** So begann er, PEZ-Bonbons mit Fruchtgeschmack herzustellen. Die Feuerzeug-Form des PEZ-Spenders empfand er als unpassend für die neue Zielgruppe. So kam er auf die Idee, anstatt des „Zündkopfs“ Comic-Köpfe auf die Spender aufzusetzen. **1962 traf er Walt Disney und schloss mit ihm den ersten Lizenzvertrag ab.** Mickey Mouse und Donald gehörten somit zu den ersten lizenzierten Charakteren auf einer PEZ-Box.

PEZ verkaufte sich in den USA so gut, dass 1973 schließlich ein eigenes Werk in Orange, Connecticut errichtet wurde, um PEZ vor Ort herstellen zu können. Zu diesem Zeitpunkt war PEZ bereits auch in Japan erfolgreich am Markt, genauso wie in vielen anderen Ländern der Welt.

**PEZ ist Teil der Pop-Kultur geworden. Das zeigt sich auch daran, dass PEZ-**



**Spender immer wieder in Filmen, Serien und TV-Shows vorkommen und auch von Künstlern gerne als Motiv aufgegriffen werden.** Ganz besonders freute es die Leute von PEZ, als sie in Steven Spielbergs Klassiker E.T. einen PEZ-Spender entdeckten. Und auch, als Audrey Tautou in „Nathalie küsst“ einen PEZ-Spender geschenkt bekam. Oder als ein riesiger Hello Kitty PEZ Spender durch Marvel's „Ant-Man and the Wasp“ flog.

Was macht nun eigentlich die Faszination der Marke PEZ aus? Marketingleiterin Gabriele Hofinger bringt es auf den Punkt: „PEZ vereint zwei scheinbare Widersprüche in sich: Einerseits gibt es sonst kaum Produkte, die sich im Laufe ihrer Geschichte so wenig verändert haben, wie PEZ: die Form der Candies ist gleich wie anno 1927. Der Spender wurde seit 1949 nur geringfügig modifiziert. Trotzdem ist PEZ innovativ. Die Lizenzen sind immer hochaktuell, neue Geschmacksrichtungen werden kreiert und ausprobiert, Sortimentserweiterungen mit Feingefühl vorgenommen.“

Weitere Innovationen sind sicher, und man darf darauf gespannt sein, was sich PEZ als nächstes einfallen lässt...

© & TM by PEZ AG