

Pressemappe

**Kurz, kess und Kult – Sonja De Lennart und die Caprihose**

**17. Juli bis 20. September 2015**

**im**

**tim | Staatliches Textil- und  
Industriemuseum Augsburg**

## **PRESSEINFO**

<b>Inhalt</b>	<b>Seite</b>
<b>Ausstellung Caprihose – Presstext kompakt</b>	<b>03</b>
<b>Ausstellung Caprihose – Presstext ausführlich</b>	<b>05</b>
<b>Ausstellung Caprihose – Gruppenführungen</b> (gebucht und öffentlich)	<b>15</b>
<b>Ausstellung Caprihose - Eintrittspreise, Öffnungszeiten</b>	<b>16</b>

**Fotomaterial zur Ausstellung im Pressebereich unter: [www.timbayern.de](http://www.timbayern.de)**

## **PRESSEINFO**

### **(Presstext kompakt)**

## **Kurz, Kess und Kult – Sonja De Lennart und die Caprihose**

### **Ausstellung im Staatlichen Textil- und Industriemuseum Augsburg (tim)**

**17. Juli bis 20. September 2015**

Die Capri-Kollektion wird 70! Den runden Geburtstag dieser weltberühmten Modeartikel „mit Schlitz“ feiert das Staatliche Textil- und Industriemuseum Augsburg (tim) in einer Sonderausstellung.

Vom 17. Juli bis zum 20. September 2015 lädt das tim die Besucher auf eine spannende Zeitreise ein, zurück zum modischen Karrierestart der Caprihose. Die Schau spannt den Bogen vom Atelier der jungen Modeschöpferin Sonja De Lennart im München der Nachkriegszeit bis zu den ersten Touristenwellen über den Brenner an italienische Strände der 1950er Jahre und weiter bis nach Hollywood. Beim Streifzug durch die Ausstellung können Museumsbesucher einen Blick in ein Modehaus der Nachkriegszeit werfen und sie treffen dabei auf zahlreiche prominente Capri-Trägerinnen. Die Erfolgsgeschichte der Caprihose begann in einer Zeit, in der Hosen tragende Frauen häufig noch misstrauisch beäugt wurden. „Hosenweiber“ widersprachen dem gängigen mütterlich-weiblichen Frauenideal der Nachkriegszeit. Als die junge Modeschöpferin Sonja De Lennart kurz nach Kriegsende ihre Capri-Kollektion schneiderte, trug sie die „gewagte“ Hose vorsichtshalber zunächst nur während eines Capri-Urlaubs am Strand. Es dauerte jedoch nicht lange, bis die innovativen Kollektionen Sonja De Lennarts aus ihrem Münchner Salon „Maison Haase“ zum Stadtgespräch wurden. An Beinen von Schauspielerinnen wie Ingrid Bergmann und Audrey Hepburn fand die Caprihose den Weg auf Kinoleinwände und in Modezeitschriften – und von dort aus in immer mehr Kleiderschränke.

Eng geschnitten und an der Wade geschlitzt, avancierte das dreiviertellange Kleidungsstück zur koketten Ferien- und Freizeitbekleidung für die moderne Frau, die Ende der 1940er Jahre immer häufiger berufstätig war. Das sommerliche Beinkleid symbolisierte die Sehnsucht nach Sonne, Süden und Sorglosigkeit. Wie viele andere Capri-Produkte wurde auch die Caprihose zum Inbegriff des damals begehrten Reiseziels Italien. Ab den 1960er Jahren setzte sich die Caprihose schließlich als weltweites Modephänomen durch. Seitdem taucht sie immer wieder in den Kollektionen von Modeschöpfern auf.

## **PRESSEINFO**

Mit dem Blick auf die Caprihose beleuchtet die neue Sonderausstellung des tim die Nachkriegszeit und die Wirtschaftswunderjahre in Deutschland aus einer neuen Perspektive. Zahlreiche Stücke aus den ersten Kollektionen Sonja De Lennarts zeugen von den modischen Idealen, Frauenbildern, Hoffnungen und Träumen der damaligen Zeit und vermitteln den Besuchern eindrucksvoll das Lebensgefühl einer ganzen Generation.

Die Ausstellung übernimmt das tim vom „Geburtshaus Levi Strauss Museum“ in Buttenheim.

## **PRESSEINFO**

**(Presstext ausführlich)**

### **Kurz, kess und Kult – Sonja De Lennart und die Caprihose**

Von Dr. Tanja Roppelt

#### **Kleidung der deutschen Frau in der Nachkriegszeit**

Die nationalsozialistische Ideologie hatte Hosen für Frauen weitgehend abgelehnt. Hosentragende Schauspielerinnen wie zum Beispiel Marlene Dietrich standen für eine Modernität, die bei den Nationalsozialisten Misstrauen hervorrief. Denn die verunglimpften „Hosenweiber“ entsprachen nicht dem vom Regime propagierten Frauenbild. Wehrmichtsangehörige mussten sogar mit Strafen rechnen, wenn sie sich mit hosentragenden Frauen in der Öffentlichkeit zeigten. Die wachsende Akzeptanz der nationalsozialistischen Ideologie verbannte die Hose allmählich aus der weiblichen Garderobe. Dagegen favorisierte man eine sachlich-praktische, bisweilen militärisch anmutende Kleidung.

Aufgrund der eklatanten Mangelwirtschaft, die mit dem Zweiten Weltkrieg einherging, sahen sich Frauen in Deutschland immer mehr gezwungen, neben ihren abgetragenen Textilien auch Männerkleidung zu tragen. Unmittelbar nach dem Krieg führte die allenthalben spürbare Materialknappheit zu ganz neuer Kreativität: Aus den feldgrauen Uniformen der Kriegsheimkehrer entstanden Kostüme, und karierte Lazarettdecken verwandelten sich in Dirndl. Fallschirmseide diente als Stoff für Blusen oder Hochzeitskleider. Aus Fallschirmseilen wiederum ließen sich Socken und Pullover häkeln. Manche Hakenkreuzfahne fand sich in ein (rotes) Sommerkleid umgearbeitet. Ausgediente Luftschutzdecken boten Stoff für graue Wintermäntel.

Die zahlreichen Zwänge des Krieges und des folgenden Wiederaufbaus hatten notgedrungen bei vielen Frauen zu einer bislang ungekannten Selbstständigkeit geführt. Mit der Rückkehr der Männer aus dem Krieg geriet allerdings die weibliche Emanzipation wieder in die Defensive. Zahlreiche Frauen ließen sich – nicht selten bereitwillig – in die überkommene häusliche Rolle zurückdrängen. Die so verstandene Weiblichkeit fand nicht zuletzt auch in der bevorzugten Kleidermode Ausdruck, die in den 1950er Jahren insbesondere die weiblichen Formen betonte.

## PRESSEINFO

### **Mode und Frauenbild der „Wirtschaftswunderzeit“**

Nach dem Zweiten Weltkrieg akzentuierte die Damenmode – bis Anfang der 1960er Jahre – insbesondere die weiblichen Formen. Fraulich-elegante Nachmittags- und Abendkleider sowie pflegeleichte Kostüme ersetzten die schlichte Kleidung der Kriegszeit. Der „New Look“ von Christian Dior mit weiten, wippenden Röcken und breiten Gürteln, die die Taille betonten, dominierte die Nachkriegsmode. Das Idealbild der Frau jener Jahre verlangte unbedingte Einsatzbereitschaft, Verantwortungsgefühl, Einfühlsamkeit, Hilfsbereitschaft, Mütterlichkeit und gepflegte Schönheit. Das öffentliche Tragen von Hosen galt hingegen als unschicklich.

Es war vor allem der wirtschaftliche Aufschwung, der in Deutschland die 1950er Jahre prägte, in denen sich zugleich eine gesellschaftliche Neuorientierung abzeichnete. Im Bereich der Mode erlebte dieses Jahrzehnt eine bislang ungekannte Vielfalt an Entwicklungen, Neuheiten und Stilrichtungen. Der Kreativität der Designer schienen keine Grenzen gesetzt. Nach den entbehrungsreichen Kriegs- und Nachkriegsjahren sehnte sich „frau“ nach Kleidern aus anschmiegsamen und edlen Materialien. Im Zeichen der Überflusgesellschaft wurde an Stoff kaum mehr gespart.

Seit der zweiten Hälfte der 1950er Jahre nahmen immer mehr Frauen Beschäftigungen in der wachsenden deutschen Industrie an. Haushaltstechnische Innovationen wie Mixer, Staubsauger oder Waschmaschinen halfen, ihre Doppelrolle als Berufstätige und Hausfrau zu bewältigen.

In das neue Frauenbild fügte sich auch die Damen-Hose, die sich – ausgehend von den Vereinigten Staaten – seit den späten 1940er Jahren zur modernen Ferien- und Freizeitkleidung entwickelt hatte. Mit ihrem seitlichen Reißverschluss und körperbetontem Zuschnitt unterschied sie sich jedoch deutlich vom männlichen Gegenstück.

## PRESSEINFO

### **„Kennst Du das Land, wo die Zitronen blüh'n“ – Die Italiensehnsucht der Deutschen**

Über Jahrhunderte hinweg galt Italien für Deutsche als ein idealisiertes Traumland, das mit der Leichtigkeit des Lebens, überbordender Kultur und sonnigem Klima in Verbindung gebracht wurde. Bereits im Mittelalter hatten zahlreiche Handelskontakte bestanden. Im 17. Jahrhundert führten sogenannte Kavaliertouren viele Adlige nach Italien. Johann Wolfgang von Goethes „Italienische Reise“ von 1786 weckte vor allem bei Künstlern ein verstärktes Interesse an Italiens Landschaft. Im 19. Jahrhundert ließen sich immer mehr Bildungsbürger in den sonnigen Süden locken. Beim Massentourismus des 20. Jahrhunderts stand dann jedoch die Erholung von der Mühsal des Arbeitslebens im Vordergrund der Italienreise.

In den 1950er Jahren stellten Auslandsreisen anfangs noch einen Luxus dar, der sich aufgrund von Geldmangel, Visumzwang, Devisenbeschränkungen und erschwerten Verkehrsverbindungen kaum erreichen ließ. Erst der wachsende Wohlstand, die Massenmotorisierung und die Lockerung der Devisenbeschränkungen setzten nach und nach eine Reisewelle nach Italien in Gang. In der öffentlichen Vorstellung entwickelte sich das südliche Land – nicht zuletzt angeregt durch populäre Spielfilme – zum Inbegriff für Urlaubsfreude.

Für viele Ferienwillige blieb der Italienurlaub jedoch lange Zeit nur ein Traum. Erst in den 1960er und 1970er Jahren bildete sich mit zunehmendem Wohlstand die Reise in den Süden zu einem Massenphänomen heraus. Aufregende Touren über die Alpen im vollgepackten VW-Käfer oder der Genuss der ersten originalen Spaghetti gehören heute zum kollektiven Gedächtnis einer ganzen Generation.

## PRESSEINFO

### **„Bella, bella, bella Marie ...“ – Capri als begehrtetes Urlaubsziel**

Nur wenig mehr als zehn Quadratkilometer misst die Insel Capri im Golf von Neapel. Noch heute steht ihr Name gleichbedeutend für Urlaubs- und Italiensehnsucht. Mit dem Aufkommen des Massentourismus rückte Capri in immer greifbarere Nähe deutscher Reisewilliger. Capri zog kollektive Sehnsüchte auf sich, die nach dem „Süden“, nach „Bella Italia“ oder nach der „Leichtigkeit des Seins“ verlangten. Das 1943 erstmals veröffentlichte Lied „Caprifischer“, besser bekannt durch eine spätere Version von Rudi Schurike, steht beispielhaft für dieses Idealbild. Bis heute kommt der Name „Capri“ einem Markenzeichen für italienisches Lebensgefühl gleich. Bereitwillig setzt daher die Werbung bis in unsere Tage auf seine Aussagekraft.

Der Grundstein für das romantische Capri-Bild wurde im 19. Jahrhundert gelegt. Bei einem Schwimmausflug „entdeckte“ der deutsche Maler und Schriftsteller August Kopisch 1826 die heute weltberühmte Blaue Grotte an Capris Küste. Sein 1838 veröffentlichtes Buch über die Entdeckung und der 1856 publizierte Erlebnisbericht „Capri, Eine Einsiedelei“ von Ferdinand Gregorovius weckten das Interesse an der Insel, die sich als ein beliebtes Reiseziel nicht nur für die deutsche Bildungselite entwickelte. Zu den zahlreichen berühmten Besuchern zählten Hans Christian Andersen, Kaiser Wilhelm II., Theodor Fontane, Wladimir Iljitsch Lenin, Liz Taylor oder auch Joseph Beuys.



## **PRESSEINFO**

### **Die Modeschöpferin Sonja De Lennart – Die ersten Jahre**

Sonja De Lennart kam 1920 als Tochter eines Industriellen in Breslau zur Welt. Nach dem Besuch einer Wirtschaftsschule entdeckte sie ihre Leidenschaft für Modedesign. Trotz starken Widerstands von Seiten ihres Vaters entschied sie sich, in Berlin Textilingenieurwesen zu studieren. Der Zweite Weltkrieg und die Flucht in den Westen raubten allerdings der Familie die bisherige Existenzgrundlage. Unmittelbar nach dem Krieg, noch im Jahr 1945, eröffnete Sonja De Lennart zunächst im bayerischen Weilheim und dann in München ihre erste Boutique unter dem Namen „Salon Sonja“. Die zielstrebige De Lennart begann, erfolgreich eigene modische Kleidung herzustellen. 1950 zog das Familienunternehmen in der Metropole Bayerns von der Salvatorstraße in die Maximilianstraße um. Der Möglichkeit, auf der Münchner Handwerksmesse ein von ihr selbstentworfenes Kleid auszustellen, verdankt Sonja De Lennart ihren beruflichen Durchbruch. Die Nachfrage nach ihren Modellen wuchs stetig. Schnell begann sie mit der Herstellung weiterer Modelle nach eigenen Entwürfen. Im Jahr 1955 eröffnete Sonja De Lennart ihr neues, wesentlich vergrößertes Modehaus in der Münchner Theatinerstraße. Der neue Name „Maison Haase“ bezog ihren Ehemann, Mainrath Haase, ein. Aus den Namen Mainrath und Sonja entstand zudem das französisch klingende „Maison“. Zu den Kunden zählten nationale und internationale Berühmtheiten aus Film und Theater wie Ingrid Bergmann, Gary Cooper, Maria Schell, Curd Jürgens oder Klaus Kinski.

## **PRESSEINFO**

### **Nicht von der Stange – Die Arbeit einer Modeschöpferin nach dem Krieg**

Die Herstellung von Mode war im Deutschland der Nachkriegszeit noch stark von individueller Handarbeit geprägt. Nach persönlicher Beratung, Entwurf, Vermessen, Anprobe und Stoffauswahl dauerte es etwa eine Woche, bis die Kundin ihre Neuerwerbung in Empfang nehmen konnte. In dieser Zeit durchlief das Kleidungsstück eine ganze Reihe verschiedener Fertigungsschritte. Aus dem umfangreichen eigenen Stofflager wählte Sonja De Lennart gemeinsam mit dem Kunden die zu verarbeitenden Stoffe aus. Die Materialien kamen größtenteils aus Mailand und Lyon. Besonderheiten und Neuheiten, z.B. den sogenannten „Everglaze-Stoff“, bezog De Lennart unter Mithilfe der eigenen Verwandtschaft direkt aus den Vereinigten Staaten. Der Schnitt des Kleidungsstückes entstand zunächst aus Papier. Für Stammkunden fertigte das Modehaus die Schnitte aus Gaze, die sie dann für spätere Projekte aufbewahrte. Dann stand der Stoff-Zuschnitt an. Den ersten Heftvorgang führte die Schneiderin mit der Hand aus, was mögliche Änderungen bei der anschließenden Anprobe durch die Kundin erleichterte. Anschließend erfolgte die Fertigstellung des Kleidungsstückes. Bei der Abholung probierte die Kundin das fertige Textil noch einmal an. Vor Ort ließen sich letzte Änderungswünsche sofort umsetzen. Auf diese Weise konnte Sonja De Lennart selbst auf ausgefallenste und anspruchsvolle Kundenwünsche eingehen.

## PRESSEINFO

### **Von „Salon Sonja“ bis „Maison Haase“**

Im Jahr 1945, unmittelbar nach dem Krieg, eröffnete Sonja De Lennart zunächst in Weilheim, dann in München – hier in der Maximilianstraße – ihre erste Boutique: den „Salon Sonja“.

Die ersten verkauften Kleidungsstücke fertigte die Designerin zunächst von Hand aus Vorhängen, Ballonseide oder Decken, da andere Stoffe auf dem Nachkriegsmarkt noch nicht erhältlich waren. Aufgrund des allgemeinen Materialmangels zeichnete De Lennart ihre ersten Modellentwürfe auf die Rückseite von gebrauchtem Papier und schnitt sie auf dem Fußboden zu. Amerikanische Verwandte schickten Pakete mit Stoffen, Nähseide, Reißverschlüssen, Knöpfen und anderen Materialien. Die Großmutter aus Wiesbaden sandte schließlich die erste Nähmaschine.

Zum Kundenkreis des kleinen Modehauses, das anfangs nur mit etwa fünf Schneiderinnen arbeitete, zählten schon bald Schauspieler und Mitarbeiter der benachbarten Theaterhäuser. Ein in Beverly Hills lebender Cousin der Familie, ein Freund von Gregory Peck, akquirierte die erste amerikanische Kundschaft und machte in der Folge den Namen Sonja De Lennart auch in internationalen Filmkreisen bekannt.

Das stets auffallend und innovativ dekorierte Schaufenster zog in München regelmäßig neugierige Blicke von zahlreichen Schaulustigen auf sich. Nicht wenige – darunter auch Designer – kopierten mit Stift und Block die ausgestellten Entwürfe.

Der schnell wachsende Erfolg De Lennarts vor allem bei der „High Society“ machte schon bald größere Geschäftsräume nötig. Das 1955 eröffnete „Maison Haase“ in der Münchner Theatinerstraße entwickelte sich zu einer angesagten Adresse der nationalen und internationalen Modewelt. Mittlerweile beschäftigte die Firma schon 30 Schneiderinnen. Der Laden bot einerseits individuelle Einzelteile an, andererseits schneiderte De Lennart ausgewählten Persönlichkeiten ihre Kleider auf den Leib.

## **PRESSEINFO**

### **Die Caprikollektion von Sonja De Lennart**

Die Geschichte der ersten „Caprikollektion“ begann im Jahr 1945. Sonja De Lennart wählte diesen Namen, da ihre Familie traditionell eine Vorliebe für die Insel Capri hegte. Sonja selbst ließ sich darüber hinaus von dem Lied „Isle of Capri“ inspirieren. In der Modewelt sorgte die Caprikollektion – für die Modeschöpferin eine Verkörperung der Sehnsucht nach Ruhe, Meer, Sonne und Lebensfreude – für Furore. Die Kollektion bestand anfangs aus einem roten Kunstledermantel mit weit schwingendem Rock und breitem Gürtel. Beide Elemente – schwingender Rock und breiter Gürtel – prägten in der Folgezeit die „Capri-Mode“. In der Silhouette setzte sich diese deutlich von der bis dahin vorherrschenden, schmal geschnittenen Mode der Kriegszeit ab.

Ein besonderes Erkennungszeichen von Sonja De Lennarts Kreationen bestand in dem „Schlitzchen“, das alle Kleidungsstücke, ob Abendkleid, Rock, Hose oder Hut zierte. Die Caprikollektion von 1945 umfasste Mantel, Rock, Bluse, Gürtel und Hut. Im Laufe der Zeit versah De Lennart ihre Entwürfe mit immer mehr Schick. 1950 trug die österreichische Schauspielerin und spätere Regisseurin Erni Mangold eine Kreation von Sonja De Lennart, die aus Capri-Rock, Bluse und Gürtel bestand, in einem ihrer Filme. Bald strömten Schauspieler und Berühmtheiten zu Sonja De Lennart, um sich mit ihrer zukunftsweisenden Mode einzukleiden. Auch Kostümausstatter verschiedenster Filmgesellschaften ließen sich in den folgenden Jahren von De Lennart inspirieren. Sie erwarben Entwürfe oder übernahmen deren Ideen für ihre Filmprojekte. Modelle De Lennarts sind unter anderem in den Filmen „Arlette erobert Paris“ (Erni Mangold), „Vater sein dagegen sehr“ (Marianne Koch), „Wenn die tollen Tanten kommen“ (Ilja Richter und Rudi Carell) zu sehen.

## **PRESSEINFO**

### **Sonja De Lennarts Caprihose**

Kurz nach dem Krieg schneiderte Sonja De Lennart für sich selbst eine Hose, die, entgegen der bis dahin gängigen „Marlene-Dietrich-Hose“, einen engen, figurbetonten Schnitt aufwies. Sie kreierte das Stück als winterliches Pendant zu dem roten Kunstledermantel aus ihrer Caprikollektion. Allerdings wagte sie noch nicht, sich mit dem Beinkleid in der Öffentlichkeit zu zeigen, da enge Hosen im modemäßig konservativen München als unschicklich galten.

Ein paar Jahre später, bei einem Urlaub auf Capri, trug De Lennart am dortigen Strand erstmals eine Sommervariante des „gewagten“ Kleidungsstücks und erregte dadurch einiges Aufsehen. Damit die Hose nicht nass wurde, kürzte sie sie weiter ein. Die Caprihose von Sonja De Lennart war geboren. Schon bald entdeckten verschiedene Filmstars der damaligen Zeit das neue Kleidungsstück für sich und setzten sich so an die Spitze eines bis heute währenden modischen Trends. Die neuartige Hosenform leistete nicht zuletzt einen Beitrag dazu, dass Frauen nach den entbehrungsreichen Kriegsjahren ihre sinnlich-erotische Ausstrahlung neu entdeckten. Die österreichische Schauspielerinnen und Sängerin Erni Mangold posierte bereits 1948 mit der Wintervariante und einer dazu passenden Karo-Jacke. Ein Jahr später zeigte sich die deutsche Schauspielerinnen Mady Rahl mit Sonja De Lennarts Sommer-Caprihose in der Öffentlichkeit.

## **PRESSEINFO**

### **Die Caprihose**

Das Mode- und Kostümllexikon von Reclam bringt die Charakteristika der Caprihose auf den Punkt: Sie „ist eine modische Freizeithose für Mädchen, die in den 1950er Jahren aufkam. Sie ist knöchel- bis wadenlang, um die Hüften bequem geschnitten und unterhalb der Knie extrem eng, so dass ein seitlicher kleiner Schlitz an jedem Hosenbein notwendig wurde. Dieser blieb entweder offen oder wurde mit Knöpfen oder einem Reißverschluss geschlossen. Darüber trug man oftmals einen passenden Wickelrock, um ‚gesellschaftsfähig‘ zu sein. Andere Begriffe sind: Fischerhose, Kosarenhose, Piratenhose, Torero hose.“

Von den 1960er Jahren an setzte sich die Caprihose als ein weltweites Modephänomen durch. Einen wichtigen Beitrag hierzu leistete die US-amerikanische Kostümbildnerin Edith Head, die Audrey Hepburn für den Film „Sabrina“ mit einer Caprihose ausstattete. In den späten 1950er Jahren vertrieb der bekannte italienische Designer Emilio Pucci in seinem Laden auf der Insel Capri das wadenlange Beinkleid ebenfalls unter dem Namen „Caprihose“. Bis heute behauptet sich dieses Kleidungsstück erfolgreich in der Modewelt.

## **PRESSEINFO**

### **Gruppenführungen**

#### **Führungen für Erwachsene /Schulkassen ab 8. Jgst.**

##### **Kurz, kess und Kult – Sonja De Lennart und die Caprihose**

70 Jahre Capri-Kollektion - kommen Sie mit auf eine spannende Zeitreise! Zum modischen Karrierestart der Caprihose geht es in der Ausstellung vom Atelier der jungen Modeschöpferin Sonja De Lennart im München der Nachkriegszeit mit den ersten Touristenwellen über den Brenner an italienische Strände der 1950er Jahre und weiter bis nach Hollywood. Beim Streifzug durch die Ausstellung werfen Sie einen Blick in ein Modehaus der Nachkriegszeit und treffen dabei auf prominente Capri-Trägerinnen. Zahlreiche Stücke aus den ersten Kollektionen Sonja De Lennarts zeugen von den modischen Idealen, Frauenbildern, Hoffnungen und Träumen der damaligen Zeit und vermitteln Ihnen eindrucksvoll das Lebensgefühl einer ganzen Generation.

Bis 25 Teilnehmer (ab 26 Teilnehmer wird die Gruppe geteilt)

Führungsgebühr: 50 Euro zzgl. Eintritt

Führungsgebühr für Schulklassen: 45 Euro inkl. Eintritt

Dauer: ca. 1 Stunde

Tel. Hotline für Führungsbuchungen: 0821-81001-50

#### **Öffentliche Führungen an ff. Sonntagen:**

26. Juli 2015

09. und 23. August 2015

06. und 20. September 2015

Start jeweils um 11.00 Uhr

Dauer : ca. 1 Std.

Teilnahme: 4,- Euro zzgl. Eintritt

## **PRESSEINFO**

### **Caprihose - Eintrittspreise, Öffnungszeiten**

#### **Eintritt Sonderausstellung:**

Regulär: 4,- Euro

Ermäßigt: 3,- Euro

#### **Kombiticket mit Dauerausstellung:**

Regulär: 6,- Euro

Ermäßigt: 5,- Euro

**Öffnungszeiten Museum:** Dienstag bis Sonntag 09.00 Uhr bis 18.00 Uhr, montags geschlossen