

# Firmenbriefköpfe

## Zur Selbstdarstellung Bielefelder Unternehmen im 19. und frühen 20. Jahrhundert

Claudia Selheim

Mit dem 1980 erschienenen Katalogbuch *Fabrik im Ornament* wurde in Deutschland erstmals in größerem Umfang auf Firmenbriefköpfe aufmerksam gemacht.<sup>1</sup> Das damals untersuchte Material kam meist aus dem westfälischen Raum. Der vorliegende Beitrag befaßt sich mit Bielefelder Unternehmen, die sich mit Hilfe von Briefköpfen ihren Adressaten einprägen wollten.<sup>2</sup> Bei diesen populären Druckgraphiken handelt es sich um Auftragsarbeiten, die häufig von ortsansässigen lithographischen Anstalten oder Druckereien gestaltet wurden. Signifikant am Bielefelder Beispiel ist, daß das Gros der überlieferten Briefformulare erst aus der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts stammt. Somit stößt man weniger auf Beispiele aus der Frühphase (1820–1845) des Briefkopfes, wo zumeist Kaufmannssymbole, Allegorien und Vignetten ein Hauptcharakteristikum der Gestaltung bildeten. Die Briefköpfe dieser Zeit waren meist zweckorientiert, sie nannten Ort, Da-

tum, Art der Korrespondenz und des Gewerbezweiges sowie den Namen des Gewerbetreibenden.<sup>3</sup> In der Mitte des 19. Jahrhunderts nahmen Briefköpfe mit Firmenansichten allgemein zu, wobei in der Regel die nebensächliche Ausschmückung erweitert wurde. Im Mittelpunkt des unternehmerischen Interesses stand es, sich mit Hilfe der auf den Briefköpfen wiedergegebenen, vielfach stilisierten Firmenansicht zu repräsentieren. Dabei sollten besonders nicht ortsansässige Kunden beeindruckt sein von der in den Gebäuden zum Ausdruck kommenden wirtschaftlichen Potenz ihrer Geschäftspartner.

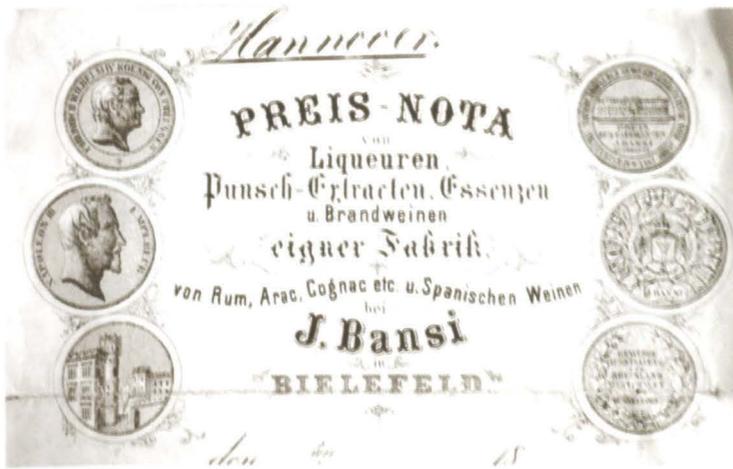
Die Auswahl der hier vorgestellten Briefköpfe erfolgte einerseits aufgrund einer chronologischen Belegdichte, andererseits wurden für die Gestaltung besonders typische und aussagekräftige Briefköpfe ausgesucht. Zudem finden ein wenig in Vergessenheit geratene Firmen Beachtung.

### Der Blick ins Innere

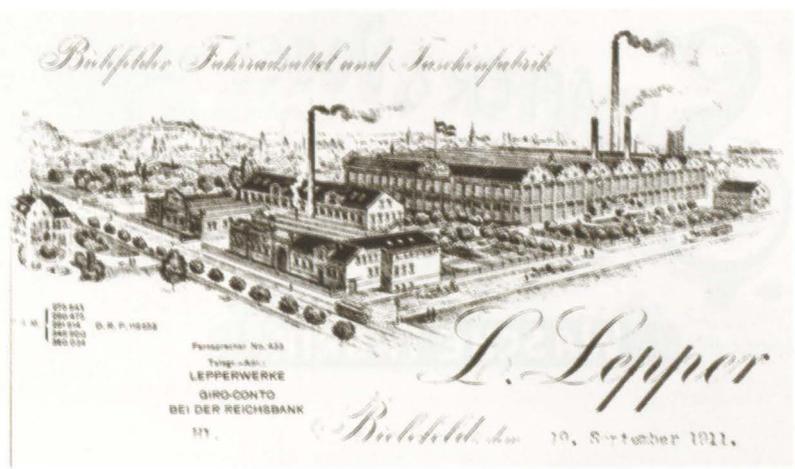
Den Blick in das Innere eines Betriebes gewährte kaum ein Unternehmen. Eine der wenigen Ausnahmen bildete die 1850 gegründete Schablonenfabrik und Prägeanstalt „W. Schlemming“, die so versuchte, eine lebendige Vorstellung von der Firma zu vermitteln. Ein von der lithographischen Anstalt „Gustav Peininger“ aus Bielefeld entworfener Briefkopf von 1894 zeigt in einem Rahmen das in der Viktoriastraße gelegene Firmengebäude.<sup>4</sup> Neben einer von einem Zaun eingefassten Gartenanlage ist das beschauliche Haus des damaligen Firmeneigentümers August Schlemming sichtbar. Im Zentrum der Ansicht stehen das teilweise dreistöckige, mit Zinnen versehene Fabrikgebäude, ein zweistöckiges Sheddachgebäude und ein Gebäudekomplex mit vielen Schornsteinen. Bei aller angestrebten Monumentalität wirkt der Briefkopf bescheiden im Gegensatz zu dem gleichfalls von Peininger stammenden aus dem Jahr 1908.<sup>5</sup> Die gerahmten Ansichten des Schablonsaals, des Kesselhauses, der Dampfmaschine und der elektrischen Anlage sowie des Dampfprägesaales überschneiden sich. Angereichert ist die Briefkopfgestaltung durch ein Spruchband mit dem Firmennamen, durch Blumen und eine Lampe, die vermit-



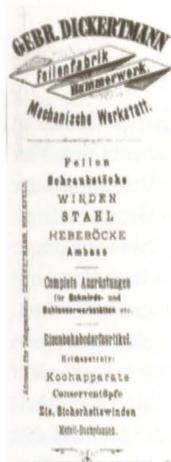
Briefköpfe der Firma W. Schlemming, 1894 und 1908.



Preis-Nota der Firma J. Bansi, um 1860.



Briefkopf Ludwig Lepper, 1911.



Briefkopf und Randleiste der Gebr. Dickertmann, 1883.

tels des sie umgebenden Strahlenkranzes wie eine Sonne wirkt. Sie symbolisiert die Elektrizität. Die wohl übertriebenen Dimensionen der Innenräume werden durch die Abbildung von Menschen gesteigert. Deutlich wird dies bei der Ansicht des Kesselhauses, auf der zwei unbeteiligt wirkende Arbeiter neben dem Dampfkessel wie Miniaturen erscheinen. Bei dem Blick ins Firmeninnere wird der Eindruck hervorgerufen, daß die Personen nicht tätig sind. Eine enorme räumliche Tiefe weisen Schablonen- und Dampfprägesaal durch ihre Perspektive auf. Die Raumhöhe erscheint kaum möglich, wenn man sie mit der Gebäudeansicht auf dem Briefkopf von 1894 vergleicht.

### Vom Produktabbild zur Firmenabbildung

Einfachheit zeichnet den Briefkopf des „Möbel-Magazins der vereinigten Tischlermeister“ Bielefelds von 1857 aus. Auf dem vom zweiten Kassierer Zaunert unterzeichneten Rechnungsformular ist links ein Tisch und rechts ein Stuhl zu sehen.<sup>6</sup> Auf dem Briefkopf des Geschäftes von Zaunert findet sich um 1880 neben seinem Namen die Aufschrift: „Möbel-, Spiegel- und Polster-Magazin/Anfertigung von Möbeln, Spiegelrahmen und Polsterwaren“.<sup>7</sup> Bildschmuck entfiel völlig. Um 1900 war das Unternehmen zu der „Bielefelder Möbelfabrik mit Dampfbetrieb“ angewachsen, was sowohl aus dem Text als auch aus der Wiedergabe einer Fotografie des Geschäftsgebäudes am Niederwall auf dem Briefkopf hervorgeht.<sup>8</sup>

Die Fotografie als Gestaltungselement auf Briefbögen bietet im Gegensatz zu den meist gezeichneten Firmenansichten eine relativ naturgetreue Vorstellung des Firmengebäudes, da die künstlerische Freiheit begrenzt ist.

### Die Geschichte eines Unternehmens auf einem Briefkopf

Präsentierte sich die 1863 als Metzgerei gegründete Bielefelder „Wurst-, Fleischwaren- und Fleischkonservenfabrik Carl von der Nahmer“ um 1900 lediglich mit Fabrikzeichen und schriftlichen Informationen auf den Briefköpfen<sup>9</sup>, so begegnete sie dem Adressaten auf ihren Briefköpfen aus der Zeit um 1910 mit stolz geschwellter Brust.<sup>10</sup> Es handelte sich um eines der wenigen mir bekannten Bielefelder Unternehmen, das Abbildungen seiner alten Geschäftshäuser in den Briefkopf aufnahm. Im Mittelpunkt der Gestaltung steht die Ansicht des damaligen Betriebes mit Schornstein vor der Silhouette Bielefelds. Arbeitete von der Nahmer 1870 als erster Unternehmer in Bielefeld mit Gasmotor, so folgten um 1897 Dampflokomobile, Sondermaschinen und 1907 eine Kühlanlage.<sup>11</sup> Neben dem Kühlraum existierten eine Dampf-Kochküche, zwei Verschneiderräume, ein Wiegeraum, ein Versandraum, das Büro sowie das Ladenlokal. Links auf dem Briefkopf ist in einem rhombenförmigen Rahmen das Geschäftshaus von 1863, ein Fachwerkhaus in der Kreuzstraße 49, abgebildet, rechts am Rand das 1864 bezogene Geschäftshaus an der Obernstraße 28. In der Mitte,

unterhalb der Fabrikanlage, befindet sich in einem schwungvollen Jugendstilrahmen das 1867 eröffnete Geschäftshaus am Gehrenberg 3, hinter dem sich die Produktionsanlagen verbargen. An den Gebäuden spiegelt sich der geschäftliche Aufstieg wider, denn die Firma arbeitete sich von dem als altmodisch erachteten Fachwerkgebäude zum Steingebäude mit einladendem Portal und großzügigem Schaufenster empor.

### Vom Schuhmachergesellen zum Großunternehmer

1889 eröffnete der Schuhmacher Ludwig Lepper (1865–1946) in der Viktoriastraße ein „Maß- und Ladengeschäft“ für Schuhwaren.<sup>12</sup> Mangelndes Betriebskapital veranlaßte Lepper dazu, leere Schuhkartons in die Regale zu stellen. Schon nach kurzer Zeit genügten die Geschäftsräume nicht mehr und Lepper erwarb an der Ecke Viktoriastraße und Turnerstraße ein Grundstück. An dem 1891 bezogenen Wohn- und Geschäftshaus legte er selbst Hand an. Im September 1897 ließ er eine „Fahrradsattel- und Taschenfabrik“ ins Handelsregister eintragen. Den für die Fabrik notwendigen Raum bekam Lepper in einem Hofgebäude des Stellmachers Wehmeier in der Bahnhofstraße. Die wenig repräsentative bauliche Situation sowie die noch unsichere geschäftliche Entwicklung fanden folglich keinen Niederschlag auf dem ersten Firmenbriefkopf, der lediglich die Fabrikmarke, das bekrönte Bielefelder Stadtwappen nebst Monogramm wiedergibt.<sup>13</sup> Als die Produktion bei Lepper anstieg, kaufte er ein Grundstück an der Siechenmarschstraße 46a. Die Baupläne entwarf der Betheler Baumeister Siebold. Die im Oktober 1899 bezogenen Firmengebäude reichten nur vier Jahre für das expandierende Unternehmen aus. 1903 erwarb Lepper Land an der Detmolder Straße, auf dem ein von Ingenieur Ziegler geplanter Bau ausgeführt wurde. 1906 findet sich die Ansicht des neuen Werkes auf dem Briefbogen<sup>14</sup>, aber sie ist wie die Fabrikmarke 1897 in die linke Ecke gerückt. Der Gebäudekomplex wurde in den folgenden Jahren ständig erweitert und schließlich präsentiert sich der Stolz des Besitzers auf den Briefköpfen.<sup>15</sup>



Briefköpfe der Firmen:  
 Schaffer & Vogel, 1905 und 1910.  
 M. C. Vehring, 1905.  
 Gehring & Neuweiser, 1912.



Der Gestalter des Formulars von 1911 vermittelt geradezu den Eindruck, als bestünde Bielefeld aus der Fabrik Lepper sowie aus einer kaum industrialisierten Innenstadt.<sup>16</sup> Einzig die damaligen Wahrzeichen der Stadt bilden eine noch akzeptierte, wenngleich stark in den silhouettenhaften Hintergrund tretende Konkurrenz zur Lepperschen Fabrik mit ihren Schornsteinen. Mächtig erscheint auch die Fabrikantenvilla an der Detmolder Straße, die Lepper auf dem 10.000 m<sup>2</sup> großen Grundstück bauen ließ. Ein Briefkopf aus der Zeit um 1915<sup>17</sup>, inzwischen hieß die Firma „Stahlröhrenwerk L. Lepper“, zeigt zwar dieselbe Perspektive wie der vorherige, aber der Rauch aus den Schornsteinen weht nun in eine andere Richtung und der Gebäudekomplex wurde durch An- und Umbauten ergänzt. 1928 war schließlich alle Zierelemente aus dem Briefkopf verbannt und es hieß nur noch „L. Lepper, Bielefeld“.<sup>18</sup> Selbst auf Produkthinweise verzichtete die Firma mit Weltruf.

### Der Blick in die Welt

Der Ingenieur Wilhelm Vehring benannte seine 1876 gegründete Firma nach seiner Frau Marie-Caroline, „M.C. Vehring“.<sup>19</sup> Zunächst wurde die Herstellung von Geldschranken sowie der Bau von Maschinen für Glasbläser aufgenommen. Ein Briefkopf von 1899 zeigt links einen Putto, der mit der linken gehobenen Hand ein Spruchband hält und seinen rechten Arm auf ein Zahnrad stützt.<sup>20</sup> Das Zahnrad verdrängte das Rad der Fortuna als Symbol und

deutet auf die Mechanisierung hin. Rechts zu Füßen des Puttos ist eine Reihe der Produkte, die Vehring vertrieb, abgebildet. Vier verschiedene Schrifttypen klären zudem über die Produktpalette auf. Verschwiegen wird allerdings, wie es bei dem Gros der Briefköpfe der Fall ist, die Adresse des Unternehmens. Dies wird um so verständlicher, wenn man das bescheidene einstöckige Haus mit Vorgarten in der Wilhelmstraße auf alten Abbildungen betrachtet. Von einem gewachsenen Selbstbewusstsein zeugt der zu Beginn des Jahrhunderts verwendete Briefkopf mit Adresse.<sup>21</sup> Dem nicht ortsansässigen Kunden spiegelt er eine gewisse Weltgewandtheit des Unternehmens wider. Ein Hochseedampfer, der hier auf den Maschinenölimport verweisen soll, und eine Lokomotive mit Tender, die die Fortschrittlichkeit symbolisiert, ersetzen Putto und Produkte. Die Produktpalette wird nur noch durch Worte wiedergegeben. Der Briefkopf von 1907 ist wie der vorherige gestaltet, allerdings findet sich neben der Adresse Wilhelmstraße auch die der Reichspoststraße, der heutigen Friedrich-Ebert-Straße.<sup>22</sup> 1904 konnte dort ein Wohn- und Geschäftshaus errichtet werden. Nachdem die beiden Söhne Wilhelm und Rudolf seit 1920 alleinige Firmeninhaber waren, reduzierte sich die Briefkopfgestaltung auf die Namens- und Ortsangabe des Unternehmens.<sup>23</sup>

Wie auch die Firma Vehring bediente sich die Gewürzhandlung „Gehring & Neuweiser“ (ALBA) 1912 einer Eisenbahn und eines Schiffes im Briefkopf, allerdings befindet sich in der Mitte ein auf Packfässern sitzender Merkur mit Merkurstab und Anker – als Sinnbild für Schifffahrt und Sicherheit – zu Füßen.<sup>24</sup>

### Im Zeichen der Burg

Am 1. April 1886 übernahmen Hermann Schäffer und Heinrich Vogel die 1867 gegründete Wäschefirma „N. Sternberg“.<sup>25</sup> Genauso unscheinbar wie die drei dem Unternehmen zunächst zur Verfügung stehenden Zimmer am Oberntorwall war für einen Briefkopf offensichtlich das 1890 erworbene Haus in der Löbellstraße, dessen Erdgeschoß genutzt wurde. Ende des Jahrhunderts konnte sich das auf Herrenwäsche und Taschentücher spezialisierte Unternehmen einen Neubau an der Kaiserstraße, der heutigen August-Bebel-Straße, leisten. Das Gebäude schmückte fortan die Briefköpfe. Den ersten Briefkopf dieser Art zieren um 1905 florale Jugendstilelemente, beherrschend aber ist das aus der Vogelperspektive wiedergegebene Firmengebäude, welches nicht nur durch die aus dem Schornstein rauchende Fahne des Fortschritts, sondern auch durch eine erhöht über dem Gebäude weit ins Land wehende Reklamefahne bekrönt wird.<sup>26</sup> Die Großzügigkeit des zweigeschossigen Baues betont eine rechts des Komplexes liegende parkartige Anlage, die sich merkwürdigerweise bei der schon 1910 erfolgten Fabrikvergrößerung in diese Richtung auf den Briefköpfen nicht



Carl von der Nahmer, 1910.

verkleinert. Selbst die im Hintergrund sichtbar werdenden Sheddächer der Firma „August Göricke“ können den Ortsunkundigen zur Annahme verleiten, es handle sich um denselben Gebäudekomplex. Neben Spaziergängern als Staffage sind im Vordergrund Fuhrwerke und eine Straßenbahn zu erkennen. Deutlicher, wenngleich im Hintergrund befindlich, ist die Eisenbahn vor den Höhenzügen des Teutoburger Waldes wahrnehmbar. Die Bahn verschwindet um 1910 zugunsten der Wahrzeichen der Stadt auf dem Briefkopf.<sup>27</sup> Im Hintergrund behaupten sich Sparrenburg, das Schützenhaus auf dem Johannisberg, die Hünenburg sowie die Altstädter Nicolai-Kirche.<sup>28</sup> Welch eine Perspektive, wenn man berücksichtigt, daß der Betrachter fast gegenüber der Front der Pauluskirche steht! Sichtbar wird ferner die Erweiterung der Wäschefabrik. Die Ausdehnung erfolgte sowohl in der Höhe um zwei Geschosse als auch in die Breite. Die zunächst in sechs Achsen gegliederte Fassade zur Kaiserstraße weitete sich nach links um eine Achse und nach rechts um drei aus. Die linke Achse ist nur auf dem Briefkopf vorhanden, nicht aber in Wirklichkeit. Das neben dem Schornstein neu entstandene turmartige Treppenhäuser, das alle Firmengebäude überragte, wird nun zum Träger der Reklamefahne. Auffällig ist, daß bei dem Briefkopf von „Schäffer & Vogel“ aus dem Jahre 1905 der Gebäudekomplex so wiedergegeben ist, als handle es sich um ein massives rechteckiges Sheddachgebäude. Auch die nachfolgenden Briefköpfe lassen den Betrachter in diesem Glauben. Lediglich eine Zeichnung im „Buch der Stadt“ von 1926 verdeutlicht, daß es eine hufeisenförmige Gebäudeanordnung war, die Licht in alle Räume ließ. Ein um 1918 gebräuchlicher Briefbogen zeigt eine wenig geänderte Werkansicht.<sup>29</sup> Auf dem Treppenturm ist nun nur noch die Fahnenstange ohne Fahne sichtbar. Ein punktierter Rahmen hebt die Gebäudeansicht vom Briefbogen ab. Um 1920 verdrängte der bloße Namenszug auch bei Schäffer & Vogel die Firmenansicht vom Briefkopf.

#### Eine Medaille zum Zeichen des Ruhms

Vor allem seit der allgemeinen deutschen Gewerbeausstellung in Berlin 1844 erfreuten sich auf Ausstellungen errungene Preismedaillen auf Briefköpfen

zunehmender Beliebtheit. Die Medaillen bestätigten die Warengüte und die Leistungsfähigkeit eines Unternehmens und hoben es zudem von der Konkurrenz ab.<sup>30</sup> Als Werbemittel ließen die ausgezeichneten Firmen die Medaillen auf Briefköpfen etc. abdrucken. Zum Teil konnten die Druckvorlagen schon auf den Ausstellungen erworben werden. Einige Bielefelder Firmen, wie die Likörfabrik „J. Bansi“ zierten ihre Briefköpfe nur mit Medaillen.<sup>31</sup> Letztere hatte aber auch nicht so repräsentative Fabrikbauten wie zum Beispiel die seit 1858 an der Jölllenbecker Straße bestehende Feilenfabrik der Gebrüder Dickertmann.<sup>32</sup> Auf einem Briefkopf von 1883 ist die Fabrik in einem ovalen Rahmen abgebildet, der von vier beidseitig abgebildeten Medaillen aus Moskau, Düsseldorf, London und Wien flankiert wird.<sup>33</sup> Am Rand des Briefbogens findet sich eine Leiste mit den verschiedenen Produkten, wobei die Produktvielfalt durch unterschiedliche Schrifttypen betont wird.

#### Die „alte“ Tracht für das neue Fett

Das in der Wiesenstraße, der heutigen Werner-Bock-Straße, gelegene „Westfälische Margarine Werk“ warb um 1900 mit einer Firmenansicht vor dem Hintergrund Bielefelds sowie mit einer Frau in Tracht.<sup>34</sup> Bielefeld präsentiert sich mit seinen für Qualität bürgenden Wahrzeichen: der Sparrenburg, dem Schützenhaus auf dem Johannisberg und der Altstädter Nicolai-Kirche. Die Stadt scheint ihre Ausdehnung von etwa 1850 bewahrt zu haben und die



Briefkopf Westfälisches Margarine-Werk, 1899.

Industrialisierung ist offenbar mit Ausnahme des Margarinerwerkes an der Stadt vorübergegangen. Vielmehr erstreckt sich zwischen Werk und Stadt eine Weide mit grasenden Kühen, wodurch eine unveränderte Natur suggeriert wird. Neben weiteren Kühen am linken Briefkopfrand hält eine Frau in Tracht ein Faß Westfalia Margarine wie einen Täufling in den Armen. Wenngleich das Werk in Bielefeld ansässig war und es nahegelegen hätte, die dort einst gängige Tracht auszuwählen, bildete man eine Frau in der Festtracht aus Schaumburg-Lippe ab.<sup>35</sup> Die Werbeträgerin ist zudem mit einer Brautkrone bekleidet. Auch auf der Fabrikmarke ist eine Frau in Tracht zu sehen.<sup>36</sup>

Die Firma wollte bei ihren Kunden durch die Bielefelder Silhouette, die Trachten und die Kühe auf dem Briefkopf positive Assoziationen für das Kunstfett hervorrufen.<sup>37</sup> Die Ansicht Bielefelds hebt das Produkt aus der Anonymität der Massenproduktion heraus. Tracht und Kühe konnte der Adressat mit Land, Natur und mit Butter – dem natürlichen Fett – verbinden, wodurch die fabrikmäßige Herstellung des neuen Kunstfettes aus dem Bewußtsein verdrängt werden sollte, wiewohl die Fabrik abgebildet wurde. Letztlich warb man nach dem Motto „sittlich, ländlich, appetitlich“.<sup>38</sup>

Schon das vorgestellte Material verdeutlicht ein Grundprinzip von Briefköpfen: Alle Firmen wollten sich ihren Adressaten gegenüber sehr positiv darstellen. Dabei wurde bewußt übertrieben, und mit der Wirklichkeit nahm man es häufig nicht so genau.

Claudia Selheim • Firmenbriefköpfe • Zur Selbstdarstellung  
Bielefelder Unternehmen im 19. und frühen 20. Jahrhundert

• S. 484 – 487

- 1 Bernhard Korzus (Hg.), *Fabrik im Ornament*. Ansichten auf Firmenbriefköpfen des 19. Jahrhunderts, Münster 1980. Zuvor erschien der Aufsatz von Ellen Soeding-Harkort, *Firmenlithographien des 19. Jahrhunderts*, in: *Tradition* 8 (1963), S. 112–121. Einen Lexikonartikel verfaßte Angelika Marsch, *Briefbogen, verzierte*, in: Christa Pieske, *Das ABC des Luxuspapiers*. Herstellung, Verarbeitung und Gebrauch 1860 bis 1930, Berlin 1983, S. 99.
- 2 Das Material stellte freundlicherweise Herr Claas Niemöller, der im Westfälischen Wirtschaftsarchiv Dortmund recherchierte, zur Verfügung. Im Stadtarchiv Bielefeld ermöglichte die Sammlung „Briefköpfe“ einen schnellen Zugriff, allerdings ist diese Sammlung nicht vollständig, so daß durchaus noch in anderen Archivalien etc. Briefköpfe zum Vorschein kommen können.
- 3 Claus Apel, *Gestalt- und Aussagegewandlungen des illustrierten Firmenbriefkopfes im 19. Jahrhundert*, in: Korzus, *Fabrik im Ornament*, S. 88.
- 4 StadtABi, Briefkopfsammlung, Schlemming 1894.
- 5 WWA Dortmund, Schlemming 1908.
- 6 Privatbesitz.
- 7 StadtABi, Briefkopfsammlung, Zaunert 1880.
- 8 WWA Dortmund, Zaunert 1900.
- 9 StadtABi, Bestand Velhagen & Klasing, Rechnungen 71, von der Nahmer 1900.
- 10 WWA Dortmund, von der Nahmer 1910.
- 11 Carl von der Nahmer. Bielefeld 1863–1913. Festschrift, Bielefeld 1913. Ernst von der Nahmer, *Die Firma Carl von Nahmer*, in: Bielefeld. Das Buch der Stadt, im Auftrage des Magistrates der Stadt Bielefeld bearbeitet von Eduard Schoneweg, Bielefeld, 1926, S. 522 f.
- 12 Ludwig Lepper, *Aus meinem Leben*, Bielefeld um 1928. Die Firma L. Lepper, Bielefeld, in: *Stadtbuch*, S. 334.
- 13 StadtABi, Lepper 1897.
- 14 Ebd., Lepper 1906.
- 15 Der Stolz geht auch aus Leppers Lebenserinnerungen hervor; vgl. Lepper, *Leben*.
- 16 StadtABi, Lepper 1911.
- 17 WWA Dortmund, Lepper 1915.
- 18 StadtABi, Briefkopfsammlung, Lepper 1928.
- 19 M.C. Vehring. 100 Jahre. Festschrift, Bielefeld 1976.
- 20 WWA Dortmund, Vehring 1899.
- 21 WWA Dortmund, Vehring 1905.
- 22 StadtABi, Briefkopfsammlung, Vehring 1907.
- 23 StadtABi, Briefkopfsammlung, Vehring 1930.
- 24 Vgl. StadtABi, Briefkopfsammlung, Gehring & Neiweiser 1912.
- 25 Friedrich Straebner, *Geschichte und Organisation der Firma Schäffer & Vogel*, in: *Stadtbuch*, S. 44 f. StadtABi, Westermann-Sammlung Fotoalbum Nr. 33.
- 26 WWA Dortmund, Schäffer & Vogel 1905.
- 27 StadtABi, Briefkopfsammlung, Schäffer & Vogel 1908.
- 28 Mit den damaligen Wahrzeichen Bielefelds warben beispielsweise auch folgende Unternehmen: die Bielefelder Bierbrauerei „Altwein & Huber“, 1904, die Herrenwäschefabrik „E.F. Banck“, 1908, die Drogenhandlung „Felix Battig“, 1908, das Apparatebauunternehmen „Wilhelm Bitter“, 1897, die Buchdruckerei „F. Eilers“, 1905, die Maschinenfabriken „Huck & Co.“, 1910, „Fischer & Kreke“, 1914, die Druckerei „E. Gundlach“, um 1880, das Tapeten- und Dekorationsgeschäft „Hager & Schweicker“, 1899, die Leinen- und Wäschefabrik „Kahlmann & Engelking“, 1906, die Werkzeug-Maschinenfabrik „W. Kampmann & Kracht“, 1. Jahrzehnt des 20. Jh., die Steppdecken- und Wattenfabrik „Otto Stackmann & Co.“, 1905, die Westfälische Weberei „H. M. Stahel“, 1913, die Bielefelder Keksfabrik „Stratmann & Meyer“, um 1900, die Maschinenfabrik „Carl Vogelsang“, 1901, 1905, die „Westfälische Zeitung“, 1902, die Fordvertretung „Carl Wiegand“, 1930.
- 29 WWA Dortmund, Schäffer & Vogel 1918.
- 30 Uwe Beckmann, *Gewerbeausstellungen in Westeuropa vor 1851*. Ausstellungswesen in Frankreich, Belgien und Deutschland, Gemeinsamkeiten und Rezeption der Veranstaltungen (= Studien zur

Technik-, Wirtschafts- und Sozialgeschichte 3), Frankfurt/M./Bern/ New York/Paris 1991, bes. S. 96.

- 31 Vgl. Claudia Selheim, *Likörfabrik J. Bansi Bielefeld 1823–1960*. Wirtschaft – Werbung – Wohlfahrt (= Schriften der Historischen Museen der Stadt Bielefeld 6), Bielefeld 1995, S. 39.
- 32 Reinhard Vogelsang, *Geschichte der Stadt Bielefeld*. Bd. 2, Bielefeld 1988, S. 39.
- 33 StadtABi, Briefkopfsammlung, Dickertmann 1883.
- 34 WWA Dortmund, Westfälisches Margarine Werk 1899.
- 35 Franz Jostes, *Westfälisches Trachtenbuch*, Bielefeld/Berlin/Münster 1904, Tafel XVIII, und XIX und S. 118.
- 36 Vermutlich wählte man hier die Bückeburger Tracht aus, wie die großen Schleifen an der Haube erahnen lassen.
- 37 Vgl. hierzu: Wolf-Dieter Könenkamp, *Wirtschaft, Gesellschaft und Kleidungsstil in den Vierlanden während des 18. und 19. Jahrhunderts* (= Schriften zur niederdeutschen Volkskunde 9), Göttingen 1978, S. 150. Bernhard Tschofen, „Trotz aller Ungunst der Zeit“. Anmerkungen zu einer zweiten Geschichte der Tracht in Vorarlberg, in: Amt der Vorarlberger Landesregierung (Hg.), *Kleider und Leute*, Katalog zur gleichnamigen Landesausstellung in Hohenems, Bregenz 1991, bes. S. 343.
- 38 Roman Sandgruber, *Bittersüße Genüsse*. Kulturgeschichte der Genußmittel, Wien/Köln/Graz 1986, hier S. 101.

**Bildnachweis:** S. 484 StadtABi, Briefkopfsammlung; WWA Dortmund | S. 485 Historisches Museum Bielefeld; StadtABi, Briefkopfsammlung; StadtABi, Briefkopfsammlung | S. 486 WWA Dortmund; StadtABi; StadtABi, Briefkopfsammlung; Baupolizei 141; WWA Dortmund | S. 487 alle WWA Dortmund.