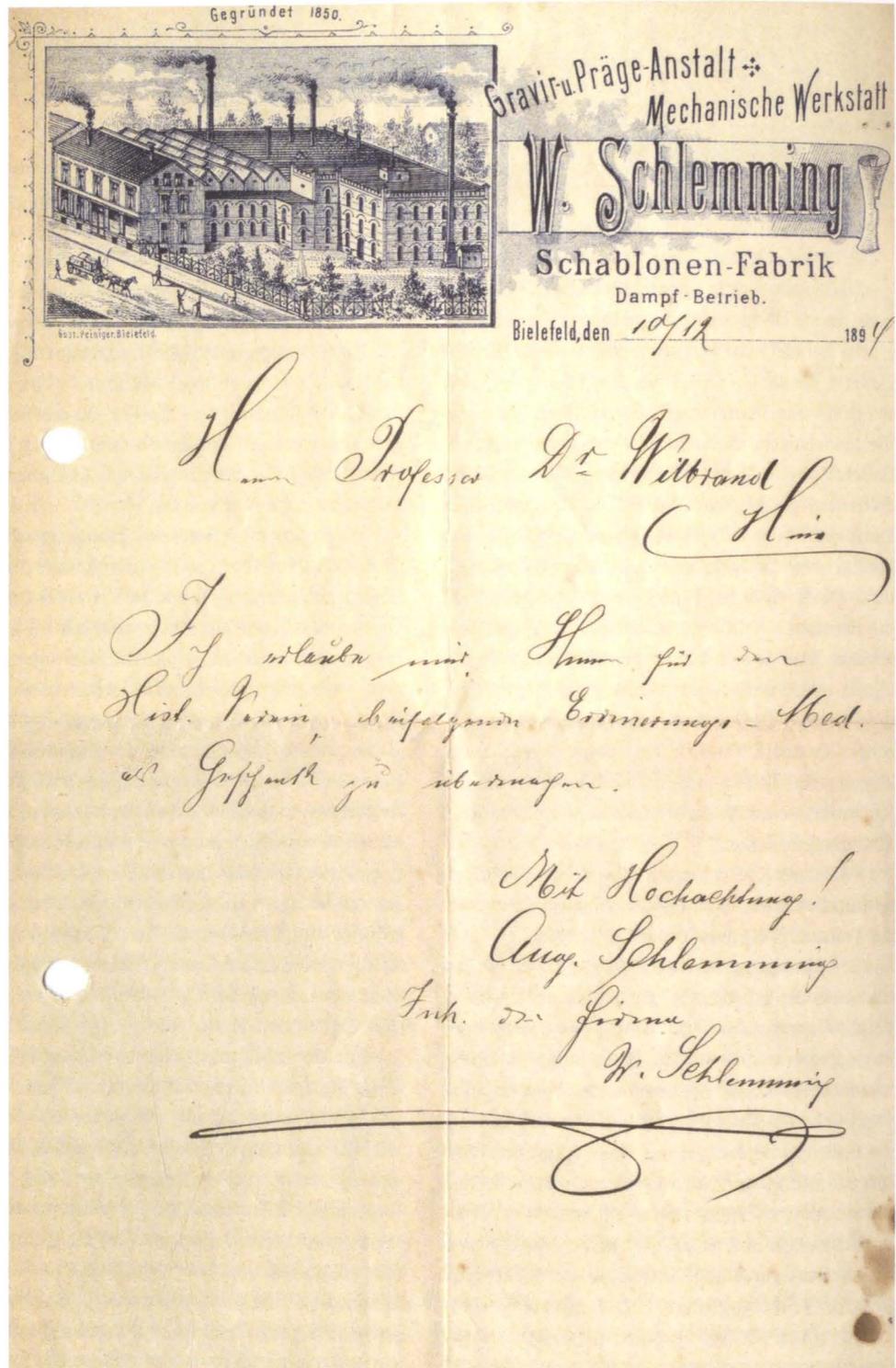


Firmenbriefköpfe Bielefelder Unternehmen im 19. und frühen 20. Jahrhundert

Unternehmerische Selbstdarstellung

Claudia Selheim

Das 1980 erschienene Katalogbuch *Fabrik im Ornament* machte in Deutschland erstmals in größerem Umfang auf den Quellenwert von Firmenbriefköpfen aufmerksam.¹ Das untersuchte Material kam vorwiegend aus Westfalen. Der vorliegende Beitrag beschränkt sich auf Briefköpfe Bielefelder Unternehmen.² Bei diesen populären Druckgrafiken handelt es sich um Auftragsarbeiten, die häufig von ortsansässigen lithografischen Anstalten oder Druckereien gestaltet wurden. Die Auswahl der hier vorgestellten Briefköpfe erfolgte einerseits aufgrund einer chronologischen Belegdichte; andererseits wurden für die Gestaltung besonders typische und aussagekräftige Beispiele ausgesucht. Zudem finden einige fast vergessene Bielefelder Firmen Beachtung.



Briefkopf W. Schlemming, 1894.
Quelle: Stadtarchiv Bielefeld

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. Hans-Hermann Stopsack, Ulrich Biroth: *Köpfchen zeigen ... Firmenbriefköpfe aus dem Märkischen Sauerland. Firmenansichten aus dem 19. und beginnenden 20. Jahrhundert* (Veröffentlichungen des Heimatbundes Märkischer Kreis), [Altena] 1997. Margit Spiegel: *Wiesbadener Firmenbriefköpfe aus der Kaiserzeit 1871–1914. Fabrik- und Hotelansichten auf Geschäftsschreiben und Rechnungen. 50 Beispiele mit Firmenporträts*, Wiesbaden 2003.



Briefkopf W. Schlemming, 1908.

Quelle: Westfälisches Wirtschaftsarchiv Dortmund

Der Blick ins Innere: Kaufmannssymbole, Allegorien, Vignetten

Signifikant am Beispiel Bielefeld ist, dass das Gros der überlieferten Briefformulare erst aus der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts stammt. Somit stößt man kaum auf Belege aus der Frühphase (1820–1845) des Briefkopfes, als Kaufmannssymbole, Allegorien und Vignetten ein Hauptcharakteristikum des Schmucks bildeten. Die Briefköpfe dieser Zeit waren meist zweckorientiert, nannten Ort, Datum, Art der Korrespondenz und des Gewerbezweiges sowie den Namen des Gewerbetreibenden.³ In der Mitte des 19. Jahrhunderts nahmen Briefköpfe mit Firmenansichten allgemein zu, wobei in der Regel die Ausschmückung erweitert wurde. Im Mittelpunkt des unternehmerischen Interesses stand es, sich mit der auf den Briefköpfen wiedergegebenen, vielfach stilisierten Firmenansicht zu repräsentieren. Dabei sollten besonders ortsunkundige Kunden von der in den Gebäuden zum Ausdruck kommenden wirtschaftlichen Potenz ihrer Geschäftspartner beeindruckt werden.

Den Blick in das Innere eines Betriebes gewährten kaum Unternehmen auf ihren Briefköpfen, denn meist waren die Innenräume weniger eindrucksvoll als die Fassaden. Eine Ausnahme bildet die 1850 gegründete Schablonenfabrik und Prägeanstalt W. Schlemming, die 1908 versuchte, eine lebendige Vorstellung der Firma zu vermitteln. Ein von der lithografischen Anstalt Gustav Peininger aus Bielefeld um 1890 entworfener Briefkopf zeigt in einem Rahmen das in der Viktoriastraße gelegene Fir-

mengebäude.⁴ Neben einer von einem Zaun eingefassten Gartenanlage ist das beschauliche Haus des damaligen Firmeneigentümers August Schlemming zu sehen. Im Zentrum der Ansicht stehen das teilweise dreistöckige, mit Zinnen versehene Fabrikgebäude, ein zweistöckiges Sheddachgebäude und ein Gebäudekomplex mit vielen Schornsteinen, die den Einsatz von Dampfkraft und eine hohe Produktivität versinnbildlichen. Bei aller angestrebten Monumentalität wirkt der Briefkopf bescheiden im Gegensatz zu dem gleichfalls von Peininger stammenden aus dem Jahr 1908.⁵ Die vier gerahmten Ansichten des Schablonensaals, des Kesselhauses, der Dampfmaschine mit der elektrischen Anlage sowie des Dampfprägesaales überschneiden sich. Ergänzt wird die Briefkopfgestaltung durch ein Spruchband mit dem Firmennamen, durch Blumen und eine Lampe, die aufgrund des sie umgebenden Strahlenkranzes wie eine Sonne wirkt. Letztere symbolisiert die Elektrizität. Die wohl übertrieben wiedergegebenen 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. Der Blick ins Firmeninnere ruft den Eindruck hervor, als seien die Personen untätig. 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.

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, sodass durchaus noch in anderen Archivalien etc. Briefköpfe zum Vorschein kommen können.

3 Claus Apel: *Gestalt- und Aussagewandlungen des illustrierten Firmenbriefkopfes im 19. Jahrhundert*, in: *Fabrik im Ornament*, S. 88.

4 Stadtarchiv Bielefeld, s. Bestand 300,2 / Briefköpfe, Schlemming 1894.

5 Westfälisches Wirtschaftsarchiv Dortmund, K 3, IHK zu Bielefeld, Schlemming 1908.

Vom Produktabbild zur Firmenabbildung: Unternehmensgeschichte auf Briefköpfen

Einfachheit zeichnet den Briefkopf des *Möbel-Magazins der vereinigten Tischlermeister* Bielefelds von 1857 aus. Auf einem von dessen zweiten Kassierer Zaunert unterzeichneten Rechnungsformular sind links ein Tisch und rechts ein Stuhl zu sehen.⁶ Ein Briefbogen des Geschäftes von Zaunert trägt um 1880 neben dem Namen nur die Aufschrift: „Möbel-, Spiegel- und Polster-Magazin/Anfertigung von Möbeln, Spiegelrahmen und Polsterwaren“.⁷ Der Bildschmuck, der eine visuelle Vorstellung von den Produkten vermittelte, entfiel völlig. Um 1900 war das Unternehmen zur „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.⁸ Die Fotografie als Gestaltungselement auf Briefbögen bietet im Gegensatz zu den meist gezeichneten Firmenansichten eine realitätsnahe Vorstellung des Firmengebäudes, da die künstlerische Freiheit begrenzt ist.

Die 1863 ursprünglich als Metzgerei gegründete Bielefelder Wurst-, Fleischwaren- und Fleischkonservenfabrik Carl von der Nahmer präsentierte sich um 1900 lediglich mit Fabrikzeichen und schriftlichen Informationen auf ihren Briefköpfen.⁹ Um 1910 nahm sie Abbildungen ihrer alten Geschäftshäuser in den Briefkopf auf und reflektierte so öffentlich die eigene Geschichte.¹⁰ 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 1897 eine Dampflokmobile und 1907 eine Kühlanlage.¹¹ Neben dem Kühlraum existierten eine Dampfkochküche, zwei Verschneideräume, 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 der Firmensitz konnte von dem als altmodisch erachteten Fachwerkgebäude in ein modernes Steingebäude mit einladendem Portal und großzügigem Schaufenster verlegt werden.

Vom Gesellen zum Großunternehmer: Ludwig Lepper

1889 eröffnete der Schuhmacher Ludwig Lepper (1865–1946) in der Viktoriastraße ein Maß- und Ladengeschäft für Schuhwaren.¹² Mangelndes Betriebskapital veranlasste ihn, leere Schuhkartons in die Regale zu stellen. Kurze Zeit später genügten die Geschäftsräume nicht mehr und Lepper erwarb an der Ecke Viktoriastraße/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.¹³ Als die Produktion anstieg, kaufte Lepper ein Grundstück an der Siechenmarschstraße 46 a. Die Baupläne legte der Betheler Baumeister Siebold vor. Die im Oktober 1899 bezogenen Firmengebäude reichten dem expandierenden Unternehmen nur vier Jahre aus. 1903 erwarb Lepper Land an der Detmolder Straße, auf dem ein Neubau errichtet wurde. 1906 findet sich die Ansicht des neuen Werkes auf dem Briefbogen,¹⁴ die wie 1897 die Fabrikmarke in die linke Ecke gerückt wurde. Der Gebäudekomplex wurde in den folgenden Jahren ständig erweitert und schließlich präsentiert sich der Stolz des Besitzers auf den Briefköpfen.¹⁵ Der Gestalter des Formulars von 1911 vermittelt geradezu den Eindruck, als bestünde Bielefeld nur aus der Fabrik Lepper sowie aus einer kaum industrialisierten Innenstadt.¹⁶ Wohl die Wahrzeichen der Stadt bilden noch eine akzeptierte, wenngleich stark in den silhouettenhaften Hintergrund tretende Konkurrenz zur Lepperschen Fabrik mit ihren rauchenden Schornsteinen. Mächtig erscheint auch die Fabrikantenvilla an der Detmolder Straße, die auf dem 10.000 m² großen Grundstück gebaut wurde. Ein Briefkopf aus der Zeit um 1915,¹⁷ inzwischen hieß die Firma Stahlröhrenwerk L. Lepper, zeigt zwar dieselbe Perspektive wie der vorherige, aber der Rauch aus den Schornsteinen weht in eine andere Richtung und der Gebäudekomplex wurde durch An- und Umbauten ergänzt. 1928 war schließlich jegliches Zierelement aus dem Briefkopf verbannt und es hieß nur noch „L. Lepper, Bielefeld“.¹⁸ Selbst auf Produkthinweise verzichtete die Firma von Weltruf nun.

6 Privatbesitz.

7 Stadtarchiv Bielefeld, Bestand 300,2 / Briefköpfe, Zaunert 1880.

8 Westfälisches Wirtschaftsarchiv Dortmund, K 3, IHK zu Bielefeld, Zaunert 1900.

9 Stadtarchiv Bielefeld, Bestand Velhagen & Klasing, Rechnungen 71, von der Nahmer 1900.

10 Westfälisches Wirtschaftsarchiv Dortmund, K 3, IHK zu Bielefeld, 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 Magistrats 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: *Buch der Stadt*, Bielefeld 1926, S. 334.

13 Stadtarchiv Bielefeld, Lepper 1897.

14 Ebd., Lepper 1906.

15 Der Stolz geht auch aus Leppers Lebenserinnerungen hervor; vgl. Lepper, um 1928.

16 Stadtarchiv Bielefeld, Lepper 1911.

17 Westfälisches Wirtschaftsarchiv Dortmund, K 3, IHK zu Bielefeld, Lepper 1915.

18 Stadtarchiv Bielefeld, Bestand 300,2 / Briefköpfe, Lepper 1928.



Briefkopf Schäffer & Vogel, 1910.

Quelle: Stadtarchiv Bielefeld

Der Blick in die Welt: der Ingenieur Wilhelm Vehring

Der Ingenieur Wilhelm Vehring benannte seine 1876 gegründete Firma nach seiner Frau Marie-Caroline „M. C. Vehring“.¹⁹ Zunächst produzierte man Geldschränke sowie Maschinen für Glasbläser. Ein Briefkopf von 1899 zeigt links einen Putto, der mit der gehobenen linken Hand ein Spruchband hält und seinen rechten Arm auf ein Zahnrad stützt.²⁰ Das Zahnrad verdrängte das Rad der Fortuna als Symbol und deutet auf die Mechanisierung hin. Rechts zu Füßen des Puttos sind eine Reihe der von Vehring vertriebenen Erzeugnisse 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 umso 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 20. Jahrhunderts verwendete Briefkopf mit Adresse.²¹ Dem nicht ortsansässigen Kunden täuscht er eine gewisse Weltgewandtheit des Unternehmens vor. Ein Hochseedampfer, der hier auf den Maschinenölimport verweist, und eine Lokomotive mit Tender, die neben der Fortschrittlichkeit die günstige Verkehrslage symbolisiert, ersetzen den Putto und die wiedergegebenen Produkte. Letztere werden nur noch schriftlich erwähnt. 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.²² 1904 wurde dort ein Wohn- und Geschäftshaus errichtet. Nachdem die Söhne Wilhelm und Rudolf seit 1920

alleinige Firmeninhaber waren, reduzierte sich die Briefkopfgestaltung auf Namens- und Ortsangabe.²³

Wie die Firma Vehring bediente sich die Gewürzhandlung Gehring & Neiweiser (ALBA) 1912 einer Eisenbahn und eines Schiffes im Briefkopf, um die Handelsbeziehungen und die gute Verkehrsanbindung anzuzeigen. In der Mitte befindet sich ein auf Packfässern sitzender Merkur mit Stab und Anker – als Sinnbild für Schifffahrt und vor allem Sicherheit.²⁴

Im Zeichen der Burg: die Wäschefabrik Schäffer & Vogel

Am 1. April 1886 übernahmen Hermann Schäffer und Heinrich Vogel die 1867 gegründete Wäschefirma N. Sternberg.²⁵ Genauso unscheinbar wie die drei dem Unternehmen zunächst zur Verfügung stehenden Räume am Oberntorwall war für einen Briefkopf offensichtlich das 1890 erworbene Haus in der Löbellstraße, dessen Erdgeschoss die Firma nutzte. 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, beherrscht wird er durch das aus der Vogelperspektive wiedergegebene Firmengebäude, das 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.²⁶ Die Großzügigkeit des zweigeschossigen Gebäudes betont eine rechts des Komplexes liegende parkartige Anlage, die sich merkwürdigerweise bei der schon 1910 erfolgten Fabrik-

19 M. C. Vehring. 100 Jahre. Festschrift, Bielefeld 1976.

20 Westfälisches Wirtschaftsarchiv Dortmund, Vehring 1899.

21 Westfälisches Wirtschaftsarchiv Dortmund, K 3, IHK zu Bielefeld, Vehring 1905.

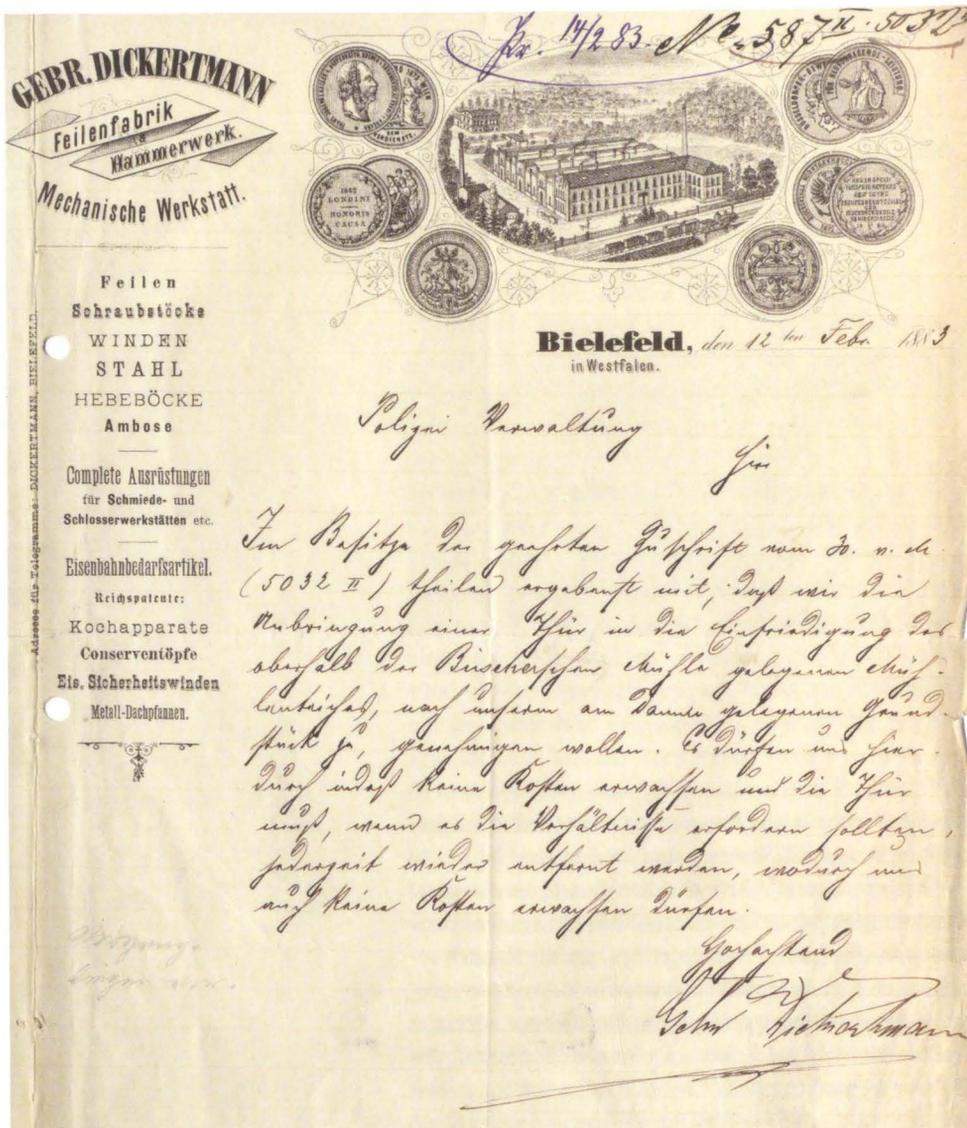
22 Stadtarchiv Bielefeld, Briefkopfsammlung, K 3, IHK zu Bielefeld, Vehring 1907.

23 Stadtarchiv Bielefeld, Bestand 300,2 / Briefköpfe, Vehring 1930.

24 Vgl. Stadtarchiv Bielefeld, Bestand 300,2 / Briefköpfe, Gehring & Neiweiser 1912.

25 Friedrich Straebner: Geschichte und Organisation der Firma Schäffer & Vogel, in: Buch der Stadt, Bielefeld 1926, S. 446 f. Stadtarchiv Bielefeld, Westermann-Sammlung, Fotoalbum Nr. 33.

26 Westfälisches Wirtschaftsarchiv Dortmund, K 3, IHK zu Bielefeld, Schäffer & Vogel 1905.



Briefkopf Gebr. Dickertmann, 1883.
Quelle: Stadtarchiv Bielefeld

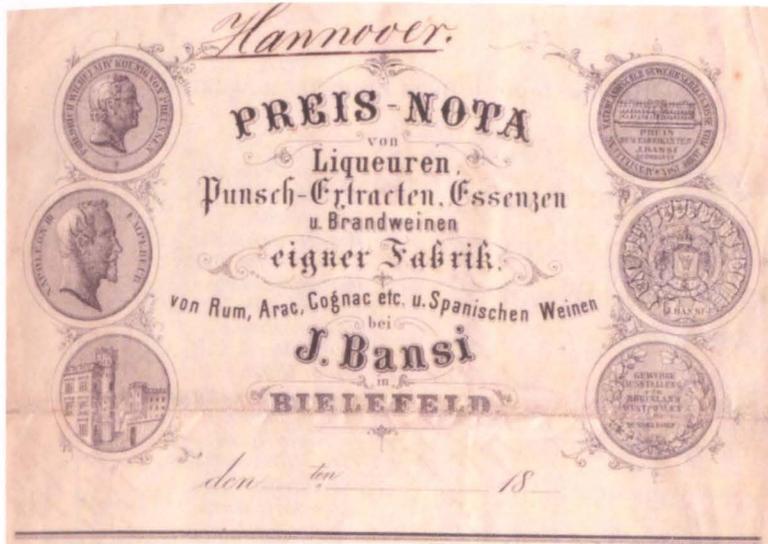
27 Stadtarchiv Bielefeld, Bestand 300,2 / Briefköpfe, Schäffer & Vogel 1908.

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 & Krecke, 1914, die Druckerei E. Gundlach, um 1880, das Tapeten- und Dekorationsgeschäft Hager & Schweicker, 1899, die Leinen- und Wäschefabrik Kahlmann & Engelking, 1906, die Werkzeugmaschinenfabrik W. Kampmann & Kracht, 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 Westfälisches Wirtschaftsarchiv Dortmund, K 3, IHK zu Bielefeld, Schäffer & Vogel, 1918.

vergrößerung in diese Richtung auf den Briefköpfen nicht verkleinert. Selbst die im Hintergrund sichtbar werden den Sheddächer der Firma August Göricke können den Ortsunkundigen zu der Annahme verleiten, es handele 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 macht um 1910 den Wahrzeichen der Stadt auf dem Briefkopf Platz.²⁷ Im Hintergrund behaupten sich Sparenburg, das Schützenhaus auf dem Johannisberg, die Hünenburg sowie die Altstädter Nicolaikirche.²⁸ 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 die 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 war nur auf dem Briefkopf vorhanden, nicht aber in Wirklichkeit. Das neben dem Schornstein neu entstandene turmartige Treppenhaus, das alle Firmengebäude wie der Turm einer Burg überragte, wurde nun zum Träger der Reklamefahne. Auffällig ist, dass bei dem Briefkopf von Schäffer & Vogel aus dem Jahre 1905 der Fabrikkomplex so wiedergegeben ist, als handele es sich um ein massives rechteckiges Gebäude. Auch die nachfolgenden Briefköpfe lassen den Betrachter in diesem Glauben. Lediglich eine Zeichnung in dem 1926 erschienenen Buch der Stadt verdeutlicht, dass es eine hufeisenförmige Gebäudeanordnung war, die Licht in alle Räume ließ. Ein um 1918 gebräuchlicher Briefbogen zeigt eine wenig geänderte Werkansicht.²⁹ 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.



Preis-Nota der Firma J. Bansi, um 1860.
Quelle: Historisches Museum, Bielefeld



Briefkopf Westfälisches Margarine-Werk, 1899.
Quelle: Westfälisches Wirtschaftsarchiv Dortmund

Eine Medaille zum Zeichen des Ruhmes: die Likörfabrik J. Bansi

Vor allem seit der allgemeinen deutschen Gewerbeausstellung in Berlin 1844 erfreuten sich auf Ausstellungen errungene Preismedaillen auf Briefköpfen zunehmender Beliebtheit. Sie bestätigten die Warengüte und die Leistungsfähigkeit eines Unternehmens durch berufene Stelle und hoben es von der Konkurrenz ab.³⁰ Als Werbemittel ließen die ausgezeichneten Firmen die Medaillen auf Briefköpfe, Etiketten etc. drucken. Zum Teil konnten die Druckvorlagen schon auf den Ausstellungen erworben werden. Einige Bielefelder Firmen wie die Likörfabrik J. Bansi zierten ihre Briefköpfe nur mit diesen Auszeichnungen.³¹ Das Unternehmen konnte für Drucksachen auch nicht auf derart repräsentative Fabrikbauten wie die seit 1858 an der Jöllenbecker Straße bestehende Feilenfabrik der Gebrüder Dickertmann zurückgreifen.³² Auf ihrem Briefkopf von 1883 ist das Fabrikgebäude in einem ovalen Rahmen abgebildet, der von vier beidseitig dargestellten Medaillen aus Moskau, Düsseldorf, London und Wien flankiert wird.³³ Am linken Rand des Briefbogens erscheint eine die Erzeugnisse aufführende Liste, unterschiedliche Schrifttypen betonen die Produktvielfalt.

Die alte Tracht für das neue Fett: das Westfälische Margarine-Werk

Das einst in der Wiesenstraße, der heutigen Werner-Bock-Straße, gelegene Westfälische Margarine-Werk warb um 1900 mit einer Firmenansicht vor dem Hintergrund Bielefelds und einer Frau in Tracht.³⁴ Bielefeld wird mit seinen für Qualität bürgenden Wahrzeichen prägnant: der Sparrenburg, dem Schützenhaus auf dem

Johannisberg und der Altstädter Nicolaikirche. Die Stadt scheint ihre Ausdehnung von etwa 1850 bewahrt zu haben und die Industrialisierung ist offenbar mit Ausnahme des Margarinewerkes an der Stadt vorübergegangen. Vielmehr erstreckt sich zwischen Werk und Stadt eine Weide mit grasenden Kühen, wodurch 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 Kleidung auszuwählen, bildete man eine Frau in der Festtracht aus Schaumburg-Lippe ab.³⁵ Die Werbeträgerin ist zudem mit einer Brautkrone bekleidet. Auch auf der Fabrikmarke erscheint eine Frau in Tracht.³⁶ Die Firma wollte bei ihren Kunden durch die Bielefelder Silhouette, die Trachten und die Kühe auf dem Briefkopf positive Assoziationen für das Kunstfett hervorrufen.³⁷ 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 Kunstfettes aus dem Bewusstsein verdrängt werden sollte, wiewohl die Fabrik abgebildet wurde. Letztlich warb man nach dem Motto „sittlich, ländlich, appetitlich“.³⁸

Das vorgestellte Material verdeutlicht ein Grundprinzip von Briefköpfen: Alle Firmen wollten sich gegenüber ihren Adressaten positiv darstellen, weshalb besonders bei der Wiedergabe von Gebäuden übertrieben und idealisiert wurde. Der Realitätsgehalt spielte eine untergeordnete Rolle.

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 am Main, 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*, Band II, Bielefeld 1988, S. 39.

33 Stadtarchiv Bielefeld, Bestand 300,2 / Briefköpfe, Dickertmann 1883.

34 Westfälisches Wirtschaftsarchiv Dortmund, K 3, IHK zu Bielefeld, Westfälisches Margarine-Werk 1899.

35 Franz Jostes: *Westfälisches Trachtenbuch*, Bielefeld, Berlin, Münster 1904, Tafel XVIII und XIX u. 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.