

# Koffer als mobile Plakatwände

CLAUDIA SELHEIM

Kofferaufkleber, zuweilen als Kofferzettel, Kofferetiketten oder Kofferplakate bezeichnet, kamen wohl um 1870 auf. Gaston-Louis Vuitton, Enkel des berühmten Kofferherstellers Louis Vuitton, der 1920 über derartige Aufkleber einen Aufsatz schrieb, definierte sie als kleine gedruckte Plakate, die die Hoteliers zu Werbezwecken auf die Koffer ihrer Gäste kleben.<sup>1</sup> Die Werbeträger gehören in den Bereich der Hoteldrucksachen, wozu 1915 unter anderem Prospekte, Menükarten, Plakate, Reklamemarken, Geschäftspapiere (Briefpapier und Rechnungsformulare) und Geschäftskarten zählten.<sup>2</sup> Als Vorläufer der Kofferaufkleber gelten Hotelkarten, die seit der Mitte des 19. Jahrhunderts gebräuchlich waren und meist eine Hotelansicht zeigten.<sup>3</sup> Gelegentlich informierten sie auch über die Preise des Quartiers.

Das Ursprungsland der Kofferaufkleber ist unbekannt, wiewohl vermutet wird, dass zunächst in Italien Hoteldiener Gepäckstücke damit beklebten.<sup>4</sup> In Frankreich scheint die Tradition an renommierten Häusern im letzten Jahrzehnt des 19. Jahrhunderts aufgegriffen worden zu sein.<sup>5</sup> Nur wohlhabende Touristen konnten sich einen Ferienaufenthalt in einem Hotel leisten, das Kofferaufkleber einsetzte. In diesen Jahren kam der Reisende kaum mit seinem Gepäck in Berührung. Zu Hause halfen Dienstboten beim Packen der verschiedenen Reisebegleiter, die oft die Ausmaße von Truhen hatten. Auch die bequem einzuräumenden Schrankkoffer gingen mit auf Reisen. Gepäckträger, Lohnkutscher oder Dienstboten holten die sperrigen Stücke von der Wohnung des Reisenden ab und transportierten sie mit einer Sackkarre oder Kutsche zur nächsten Bahnstation. Am Urlaubsziel angekommen, möglicherweise mit eingeschobenen Zwischenstationen und dem damit verbundenen Wechsel der Züge und anderer Transportmittel, kümmerte sich entweder das Hotelpersonal oder aber das eigene Personal der Reisenden um das

Auspacken der Koffer. In großen Hotels wurden sie in eigenen Räumen aufbewahrt,<sup>6</sup> und dies war ursprünglich auch der Ort, an dem die Hoteldiener das Gepäck zum Andenken mit den Kofferaufklebern als Visitenkarten des Hauses versahen. Diese Art der Werbung beschränkte sich zunächst auf Palast- und Grand-Hotels. Der scheidende Gast machte schließlich nicht nur Reklame für das Hotel, indem er mit einem beklebten Gepäckstück in die Öffentlichkeit trat und so Fernweh bei Fremden weckte, eben dorthin zu reisen, sondern er dokumentierte auch seinen sozialen Stand durch die Wahl der Herberge.

**Abb. 162:** Reisender mit einem mit Aufklebern bestückten Koffer am Gepäckschalter, aus: „Abfahren...!“ Bilder vom Bahnhofsbetrieb der Deutschen Reichsbahn. Berlin 1929. DB Museum Nürnberg.



Während des Ersten Weltkrieges wurden Stimmen laut, die die Gestaltung der Kofferaufkleber als Stiefkind der Hotelwerbung betrachteten, obwohl sie gerade diesem grafischen Randsegment als Teil der Außenwerbung eine wichtige Wirkung zusprachen.<sup>7</sup> Denn vielfach vermittelte der Kofferaufkleber potenziellen Gästen den ersten Eindruck eines Hotels, wenn sie Reisenden mit derart beklebten Gepäckstücken begegneten. Viele Häuser setzten noch auf ihre inzwischen veralteten Prachtbauten statt auf moderne Errungenschaften, wozu neben von Künstlern entworfenen Inneneinrichtungen auch sanitäre Neuerungen gehörten.<sup>8</sup> Die Kritiker plädierten dafür, die Hotels auf dem Werbemittel in ein besseres Licht zu rücken, und in der Zeitschrift „Das Plakat“ gab man der Hoffnung Ausdruck, dass nach dem Kriegsende eine Neugestaltung der Kofferaufkleber in die Wege geleitet werden könnte.<sup>9</sup>

Das verstärkte Reiseaufkommen sowie die zunehmende Eigenverantwortung für das Gepäck, das nun vielfach aus Handkoffern bestand, führten in den 1920er und 1930er Jahren zu einer Blütezeit der Kofferaufkleber und ihrer Bildmotive (Abb. 162).<sup>10</sup> Offenbar hatte man die Kritiken beherr-

zigt, denn nun zeigten die Aufkleber vermehrt nur die Namen, manche zusätzlich das Signet des Hotels oder aber typische Stadtansichten (Abb. 163).<sup>11</sup> Allerdings gestalteten einige Gebrauchsgrafiker diese Werbemittel weiter mit Hotelansichten.

Die Hoteliers machten mithilfe der Kofferaufkleber Werbung auf Kosten ihrer Gäste, die aber nur selten protestierten.<sup>12</sup> Die Mehrheit der Reisenden nahm diese Art der Werbung mit Gleichmut hin und ließ gegebenenfalls die Koffer von den Aufklebern säubern. Andere schätzten derartige Andenken, „aber wer sich Sammler nennt, ist auch ein bisschen schrullig, mit persönlichen Ansprüchen der verschiedensten Art. Der eine wird dem Gepäckträger erlauben, die Aufkleber dorthin zu kleben, wo er möchte, seinem Koffermacher aber strikt verbieten, die Aufkleber



Abb. 163: Kofferaufkleber des Schweizerhofs in Zürich, Schweiz, um 1925. Germanisches Nationalmuseum, Nürnberg.



Abb. 164: Koffer mit Aufklebern aus einer Familie, Deutschland, 1930–1960. Germanisches Nationalmuseum, Nürnberg.

anzurühren, wenn dieser den Koffer überholt. Ein anderer wird den Aufkleber nur in seinem Beisein anbringen lassen, denn er weiß, dass die Gepäckträger gerne mit ihren eigenen Aufklebern die Werbungen anderer, nicht ihrer Hotelkette angehörender Häuser überkleben“.<sup>13</sup> Nach dieser Einteilung von Gaston-Louis Vuitton muss Marlene Dietrich zu den Sammlerinnen gehört haben, denn Maria Riva, die Tochter der Schauspielerin, berichtet: „Die dunkelgrauen Koffer meiner Mutter waren übersät mit diesen farbenprächtigen Aufklebern, so daß sie aussahen wie kleine konfettibedeckte Elefanten. Meinen Eltern gefielen diese Aufkleber so sehr, so daß wir auf Reisen immer Ersatz inklusive dicker Bürste und Klebstoff dabei hatten, falls irgendein Aufkleber beim Transport abgerissen wurde und ersetzt werden musste.“<sup>14</sup>

Doch beklebte Koffer sind nicht nur Werbeträger, sondern auch kulturhistorische Quellen, an denen die Aufenthaltsorte der einstigen Besitzer abgelesen werden können. Manche Kofferbesitzer haben versucht, Aufkleber renommierter Hotels zu ergattern, in denen sie nie abgestiegen waren, um mithilfe ihres so geschmückten Gepäcks ein höheres Ansehen bei Fremden und Mitreisenden zu gewinnen.<sup>15</sup> In Paris soll es sogar einen eigenen Handel mit Kofferzetteln gegeben haben.<sup>16</sup>

Solche Gepflogenheiten waren einer Apothekerfamilie aus Kulmbach fremd, deren zwei Handkoffer mit Aufklebern etwa zwischen 1930 und 1960 von zwei Generationen benutzt wurden (Abb. 164). Weist der schwarze Koffer aus Leder noch 17 erkennbare Aufkleber auf,<sup>17</sup> so zeigt der andere mit künstlicher Krokonarbung 21 Aufkleber, wobei das Hotel „Quellenhof“ in Arosa gleich zweimal in unterschiedlicher Größe vertreten ist (Abb. 165). Die Familienmitglieder reisten offenbar mit den Koffern auch in dieselben Hotels, wie zehn auf beiden Koffern identische Hotelaufkleber belegen. Die Reiseziele lagen in Italien, Österreich, der Schweiz,

in Frankreich und im heutigen Kroatien. Auf eine besondere Vorliebe für den Wintersport lassen Etiketten verschiedener Hotels in der Schweiz und in den Dolomiten schließen. Das in Rom aufgesuchte Hotel „Nord Nuova“ war erst 1935 errichtet und das in Arosa gewählte Hotel „Quellenhof“ 1931 so umgebaut und modernisiert worden,<sup>18</sup> wie es die Kofferaufkleber, die eine Ansicht des Hotels von Südosten zeigen, wiedergeben. Mithin können die Werbeträger auch eine Datierungshilfe für Gepäck sein. Die Mehrzahl der ausgewählten Hotels scheint nicht der Luxusklasse angehört zu haben, sondern genügte gehobenen bürgerlichen Ansprüchen. Aus den durch die Aufkleber dokumentierten aufgesuchten Orten ergibt sich eine gewisse Weltläufigkeit ihrer Besitzer in den Jahren vor dem Ausbruch des Zweiten Weltkrieges und in der Zeit des Wirtschaftswunders.

Im Gegensatz dazu steht ein mit Koffer- und Souveniraufklebern versehener Koffer aus der ehemaligen DDR, der mit Ausnahme von Reisen an den Plattensee, nach Belgrad und Prag, also in die befreundeten sozialistischen Staaten, die Staatsgrenzen offenbar nicht überschritt (Abb. 166). Das wohl in den 1960er und frühen 1970er Jahren verwendete Exemplar aus Vulkanfaser minderer Qualität ist ein Produkt des VEB Kindelbrück, wie ein Etikett mit dem Firmenlogo am Kofferrand ausweist.<sup>19</sup>

Die Kofferfabrik Kindelbrück war 1911 mit fünf Arbeitern in der gleichnamigen Stadt in Thüringen gegründet worden und fertigte Koffer aus Vulkanfaser und Pappe.<sup>20</sup> Von 1914 bis zu seinem Tod 1937 leitete Robert Haessler das

Abb. 165: Kofferaufkleber des Hotels „Quellenhof“ in Arosa, Schweiz, um 1930. Germanisches Nationalmuseum, Nürnberg.





Unternehmen, das 1926 schon 200 Arbeitskräfte zählte. Bis 1938 stieg ihre Zahl auf 250. Während des Zweiten Weltkrieges stellte die Firma die Kofferproduktion ein und reparierte unter anderem Flugzeugteile. Nach dem Krieg wurden Schuhe, Taschen und Gürtel hergestellt. Angebliche Veruntreuungen führten schließlich zur Enteignung der Firma. 1952 erfolgte ihre Überführung in das Volkseigentum und nun firmierte sie unter VEB Kofferfabrik Kindelbrück. Die Erzeugnisse des als Leitbetrieb eingestuftes Unternehmens entwickelten sich zu wichtigen Exportgütern der DDR (Abb. 167). Mitte der 1960er Jahre exportierte es in 46 Länder, darunter in die Sowjetunion, nach Polen, Afrika, Belgien und Schweden, doch gleichzeitig wurde die abnehmende Qualität der Produkte beklagt. Ferner stand zu befürchten, den Anschluss an den internationalen Markt zu verlieren. Doch die Fabrik konnte sich bis zum Ende der DDR auf dem Markt behaupten.<sup>21</sup>

Doch nicht nur die Firmengeschichte, sondern auch die Aufkleber spiegeln einen Teil der DDR- (Wirtschafts-)Geschichte wider. Neben Hotels in den sozialistischen Nachbarstaaten besuchte der

Besitzer des Koffers vor allem von der Handelsorganisation der DDR betriebene Hotels beziehungsweise Interhotels, die unter der besonderen Kontrolle des Ministeriums für Staatssicherheit standen. Viele der aufgesuchten Hotels eigneten sich gemäß der Werbung der zweiten Hälfte der 1960er Jahre besonders für Tagungen, Kongresse und Konferenzen. Doch als Erich Honecker auf dem VIII. Parteitag der SED 1971 den Ausbau des gewerkschaftlichen Erholungswesens forderte, hatte dies zur Folge, dass 50 bis 80 Prozent der Plätze in den Interhotels der DDR für den gewerkschaftlichen Tourismus zur Verfügung gestellt wurden. Zuvor war es nur der wohlhabenden Bevölkerungsschicht möglich, über das Reisebüro der DDR eine Urlaubsreise mit Aufenthalt in einem Interhotel zu buchen. Die Fünf-Sterne-Häuser dagegen blieben weiterhin meist nur den Gästen aus dem nichtsozialistischen Wirtschaftsgebiet vorbehalten, um so Devisen ins Land zu bringen.<sup>22</sup>

Abb. 166: Koffer aus der DDR mit Aufklebern, VEB Kofferfabrik Kindelbrück, um 1960–1970. Germanisches Nationalmuseum, Nürnberg.

Abb. 167: Werbung der VEB Kofferfabrik Kindelbrück, 1954. Bundesarchiv, Bild 183-25799-0002/ Fotograf: Schmidt.



Die Kofferaufkleber stammen von dem Hotel „Carola“ in Karl-Marx-Stadt (Chemnitz), dem Dresdner Tourist-„Hochhaushotel“, dem „Coburger Hof“ in Berlin, dem „International“ in Magdeburg, dem „Interhotel Leipzig fair“ und dem „Erfurter Hof“ in der gleichnamigen Stadt. Das letzte Hotel war 1904/05 von dem Berliner Architekten Otto March erbaut worden.<sup>23</sup> Zu seiner Bedeutung gelangte es kurze Zeit später unter seinem Geschäftsführer Georg Kossenhaschen, der direkt neben dem „Erfurter Hof“ noch das Hotel Kossenhaschen errichtete. Nach der Sequestrierung der Hotels 1946 wurden beide seit 1948 unter dem Namen „Erfurter Hof“ weitergeführt. Hier verkehrten Mitglieder des Politbüros ebenso wie Schauspieler, unter ihnen Manfred Krug. Einer der berühmtesten westdeutschen Hotelgäste war 1970 der damalige Bundeskanzler Willy Brandt, der mit seinem Auftritt am Fenster des „Erfurter Hofes“ Geschichte schrieb und eine Wende im Verhältnis der beiden deutschen Staaten einleitete. Der Kofferaufkleber, das Signet des Hotels, geht auf einen Entwurf von Fritz Deutschendorf zurück.

Die Souveniraufkleber und Abziehbilder auf dem Kindelbrück-Koffer stammen von Sehenswürdigkeiten und Erholungsgebieten in der DDR sowie aus Prag. Zwei weitere Aufkleber belegen das Reisen mit der 1958 gegründeten Fluggesellschaft Interflug, deren Hauptziele in den sozialistischen Ländern lagen. Das geringe Fluggastaufkommen innerhalb der DDR und die Unwirtschaftlichkeit des Unternehmens führten 1975 zur Einstellung des Inlandflugverkehrs. Der Besitzer des Koffers hatte also wohl noch Gelegenheit, viele der von ihm besuchten Orte per Flugzeug aufzusuchen. Auch wenn der Koffer vermutlich einem wohlhabenden Bürger oder gar einem Parteifunktionär gehört hat, veranschaulicht er signifikant die begrenzten Reismöglichkeiten in der DDR. Doch welche Sehnsüchte bei den Bewohnern der DDR geweckt wurden, be-

zeugt eine Nadelmappe in Form eines Koffers, die mit erfundenen Kofferaufklebern aus Paris, New York, London etc. bedruckt ist – Städte, die bis zum Fall der Mauer 1989 nur in Ausnahmefällen zum Reiseangebot zählten (Abb. 168).

Die zunehmende private Motorisierung in Westdeutschland, insbesondere seit den 1960er Jahren, und in der DDR seit den 1970er Jahren entzogen das nun meist im Kofferraum transportierte Gepäck zunehmend dem Blickfeld der Mitmenschen. Die Kofferaufkleber verloren an Werbewirksamkeit. Reiseunternehmen und Hotels hielten vermehrt mit Foto-grafien illustriertes Prospektmaterial bereit, womit sie weiter Fernweh weckten.

Dennoch hatten Kofferaufkleber meist eine lange Überlebenschance auf dem Gepäck, das vielfach nur ein-, zweimal im Jahr aus dem Keller oder vom Dachboden hervorgeholt wurde. Somit war es, gleich ob Koffer oder Hutschachtel, ein langlebiger, mobiler und überregionaler Werbeträger. Denn anders als auf einer örtlich fixierten Plakatwand klebte der Aufkleber in der Regel dauerhaft auf dem Koffer und ist keiner neuen Werbekampagne ausgesetzt. Er gehörte also zur Dauerreklame, insbesondere falls der Besitzer, wie Marlene Dietrich, selbst für seinen Erhalt auf dem Gepäck sorgte. Und auch wenn der Koffer nicht mehr mit auf Reisen ging, so fiel die Trennung von einem mit so vielen Andenken versehenen Stück schwerer als von einem unbeklebten. Das Gepäck diente oft noch als Aufbewahrungsort für verschiedene Dinge und die Etiketten bildeten weiterhin eine Erinnerung an Hotelaufenthalte und schöne Urlaubstage.



Abb. 168: Nadelmappe, DDR, um 1970. Germanisches Nationalmuseum, Nürnberg.

- 1** Paul-Gérard Pasols: Louis Vuitton. Die Erfindung des Luxus. München 2005, S. 213. Erschienen ist der von Pasols zitierte Aufsatz von Gaston-Louis Vuitton, *Voyage iconographique autour de ma Malle*; im *Bulletin de la Société archéologique, historique et artistique* 1920.
- 2** Linna Eisenmann: Das Stiefkind im modernen Hotelbetrieb. In: *Das Plakat* 1915, S. 103–108, hier S. 103.
- 3** Christa Pieske: Das ABC des Luxuspapiers. Herstellung, Verarbeitung und Gebrauch 1860 bis 1930. Berlin 1983, S. 75 u. 117.
- 4** Helmut M. Bien/Ulrich Giersch: Reisen in die große Welt. Die Kulturgeschichte des Hotels im Spiegel der Kofferaufkleber von 1900 bis 1960. Dortmund 1988, S. 7.
- 5** Pasols 2005 (Anm. 1), S. 213.
- 6** Roland Flückiger-Seiler: Hotelpaläste zwischen Traum und Wirklichkeit. Schweizer Tourismus und Hotelbau 1830–1920. Baden 2003, S. 62, Abb. 72. Auf dem Grundriss des Hotels Schweizerhof in Interlaken ist beispielsweise gut der Raum für die „Bagage“ zu erkennen.
- 7** Eisenmann 1915 (Anm. 2), bes. S. 103 u. 107.
- 8** Eisenmann 1915 (Anm. 2), S. 104.
- 9** Eisenmann 1915 (Anm. 2), S. 106.
- 10** Reisegepäckannahme eines großen Bahnhofs. In: „Abfahren...!“ Bilder vom Bahnhofsbetrieb der Deutschen Reichsbahn. Berlin 1929, S. 5.
- 11** Dr. Leopold: Kofferzettel. In: *Gebrauchsgraphik* 10, 1933, H. 12, S. 50–56.
- 12** Harry Nitsch: Die Kofferetikette. In: Ders.: *Die Reklame des Hotel- und Gastgewerbes der Kurorte und des Fremdenverkehrs*. Wien/Leipzig 1926, S. 138–152, hier S. 148.
- 13** Pasols 2005 (Anm. 1), S. 214.
- 14** Maria Riva: *Meine Mutter Marlene*. München 1992, S. 217.
- 15** Pasols 2005 (Anm. 1), S. 214.
- 16** Leopold 1933 (Anm. 11), S. 54.
- 17** Claudia Selheim: Die mobile Plakatwand. Ein Handkoffer und seine Aufkleber. In: *Kulturgut* 2010, H. 24, S. 1–5.
- 18** Arosa – Die Moderne in den Bergen. Hrsg. von Marcel Just u. a. Zürich 2007, S. 176–179.
- 19** Im Inneren des Koffers findet sich zudem der Stempelaufdruck „III. Wahl“, zugleich ein Hinweis darauf, dass in der DDR nur die minderwertige Ware erhältlich war, die bessere wurde offenbar exportiert.
- 20** Die Ausführungen zur Kofferfabrik Kindelbrück basieren auf dem Artikel: Von der Papiermühle zur Fabrik: Koffer aus Kindelbrück. In: Tamara Hawich: *Manufakturen, Maschinen, Manager. Unternehmer und Unternehmen in und um Erfurt – Geschichte und Geschichten*. Erfurt 2001, S. 61–64.
- 21** Auf der Grundlage des Gesetzes zur Privatisierung und Reorganisation des volkseigenen Vermögens von 1990 wurde die Fabrik in eine GmbH umgewandelt, alleiniger Gesellschafter war die Treuhandanstalt Berlin. Verschiedene sich anschließende Übernahmen durch andere Firmen endeten 1999 mit der Löschung der Kofferfabrik Kindelbrück aus dem Handelsregister.
- 22** Claus-Ulrich Selbach: Der Feriendienst des Freien Deutschen Gewerkschaftsbundes. In: *Endlich Urlaub! Die Deutschen reisen. Begleitbuch zur Ausstellung im Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland*. Bonn 1996, S. 65–76, hier S. 69.
- 23** Die Nummer eins in Erfurt: zu Gast im Kossenhaschen. In: Hawich 2001 (Anm. 20), S. 217–221.