



# Kunst und Keksdose

—  
125 Jahre  
Bahlsen  
—

Herausgegeben von  
Tobias Hoffmann

Bröhan-Museum,  
Landesmuseum  
für Jugendstil, Art Deco  
und Funktionalismus

wienand

# Inhalt

—



- 6 **Vorwort** Dr. Tobias Hoffmann
- 8 **Grußwort** Werner M. Bahlsen
- 12 **Ein Unternehmen als Gesamtkunstwerk – die künstlerische Warenverpackung der Firma Bahlsen zur Zeit Hermann Bahlens 1889–1919**  
Alexandra Panzert
- 74 **Reklame kann unter Umständen Kunst sein. Die künstlerisch gestaltete Warenverpackung bei Bahlsen in der Zeit von 1919 bis 1945.**  
Martel Schwichtenberg, Kurt Schwitters und die große Unbekannte  
Felix Brusberg
- 104 **Eva Grossberg – Die künstlerisch gestalteten Blechdosen der Zeit von 1949 bis 1989** Felix Brusberg
- 118 **Ein Gespräch mit Eva Grossberg**
- 128 **Anhang** Katalognummern, Auswahlbibliografie, Bildnachweis, Impressum, Dank

# Ein Unternehmen als Gesamtkunstwerk – die künstlerische Warenverpackung der Firma Bahlsen zur Zeit Hermann Bahlsens 1889–1919

Als Hermann Bahlsen (1859–1919) im Jahr 1889 die „Hannoversche Cakes-Fabrik H. Bahlsen“ ins Handelsregister eintragen ließ, begann in Europa die Entwicklung einer Kunstströmung, die schon bald den Namen Jugendstil erhalten sollte. Sie war eng verbunden mit dem Ideal der Zeit um 1900, Kunst und Leben miteinander zu verbinden. Der Fabrikant Hermann Bahlsen agierte auf vielen Ebenen nach dieser Idee: Die Kunst spielte im Unternehmen eine wichtige Rolle, sei es durch die Ausstattung vieler Bereiche der Fabrik mit Gemälden und Skulpturen, Plakatwerbung, Schaufensterdekoration, sei es durch die Verpackung seiner Produkte.<sup>1</sup> Diese waren seit dem Ende des 19. Jahrhunderts durch den Jugendstil geprägt und erhielten zu Beginn des neuen Jahrhunderts durch die Handschrift verschiedener Künstler ein unverwechselbares Design. Dabei wurde auf einen einheitlichen Stil verzichtet, sondern durch immer wieder komplett neue, aber höchst anspruchsvolle Gestaltung Aufmerksamkeit erregt. Weit über Hermann Bahlsens Lebenszeit hinaus spiegelten die Verpackungen die Kunstströmungen des jeweiligen Jahrzehnts wider.

— — Als Hermann Bahlsen zum Fabrikanten wurde, hieß der Keks noch *Cakes* und war kein Massen-, sondern ein Luxusprodukt. In Deutschland gab es einige kleine Keksfabriken und feine Backwaren vom Konditor – die schmackhaften englischen oder französischen *Cakes* und *Biscuits* waren durch Einfuhrzölle sehr teuer. Hermann Bahlsen stammte aus einer alten hannoverschen Tuchhändler- und Goldschmiedefamilie, war in den 1880er Jahren als Zuckeraufkäufer für eine englische Firma tätig gewesen und durch Englandaufenthalte mit englischen Butterkeksen vertraut. Am Ende des Jahrzehnts bot sich ihm die Chance, selbst als Unternehmer tätig zu werden. Er wurde Teilhaber des „Fabrikgeschäfts englischer Cakes und Biskuits“ von H. Schmückler, der sich aufgrund finanzieller Schwierigkeiten 20.000 Mark von Bahlsens Mutter geliehen hatte. Ein Jahr später zahlte Bahlsen den vormaligen Besitzer aus und begann, seine eigene Geschäftsidee



**Abb. 1**  
Ansicht des Stammhauses  
der Firma Bahlsen in Hannover,  
Architekt Karl Siebrecht,  
Fotografie von 1928

umzusetzen.<sup>2</sup> Er wollte die schmackhaften englischen *Cakes* auch in Deutschland etablieren und damit hochwertige Dauerbackwaren herstellen, die jedoch durch den Standortvorteil billiger waren. Auch die gesellschaftlichen Entwicklungen sollten seiner Idee zu Gute kommen. Der Ausbau des Eisenbahnnetzes ging voran, das Reiseaufkommen stieg. Ein leicht zu transportierender und zudem für breite Schichten erschwinglicher Butterkeks war das ideale Produkt für diese Situationen – setzte aber eine Verpackung voraus, die neuen Anforderungen an Hygiene angepasst war.

— — Bahlsens Cakes-Fabrik wurde ein voller Erfolg: Die Zahl der Mitarbeiter wuchs innerhalb von weniger als fünf Jahren auf einhundert an. Im Jahr 1893, nach einem Brand in der Bäckerei, bezog man einen Neubau an der späteren Podbielskistraße, 1911 dann den Bau von Karl Siebrecht, der auch heute noch die Verwaltung des Konzerns beherbergt (Abb. 1). Technische Innovationen begleiteten die frühe Entwicklung der Fabrik: Im neuen Gebäude standen 15 Meter lange Kettenöfen, die eigens in Glasgow angefertigt worden waren, bereits im Jahr 1905 nutzte Bahlsen das Fließband, um die Keksproduktion zu optimieren.

— — Nach Hermann Bahlsens Strategie sollte die Ware bequem in der Handhabung und hygienisch verpackt sein, sich länger frisch halten und durch ihr Aussehen die Aufmerksamkeit des potentiellen Käufers erregen. Die Verpackung hatte in diesem Geschäftskonzept einen hohen Stellenwert und sollte möglichst luftdicht und klein gestaltet sein. Und noch etwas spielte bei der Vermarktung eine Rolle: Auch wenn der Genuss der Kekse für viele erschwinglich sein sollte, so musste er doch dem Konsumenten das Gefühl vermitteln, Teil eines luxuriösen Lebensstils zu sein. So begann die Firma Bahlsen sehr bald, die Keksdosen aus Blech wie kleine Schatzkästchen zu gestalten, die künstlerisch stets auf der Höhe der Zeit waren. Durch künstlerische Mittel sollten die Waren ästhetisch überhöht werden und damit zur Steigerung des Umsatzes beitragen.<sup>3</sup>



**Abb. 2**  
Fabrikneubau von Karl Siebrecht,  
Abbildung im Jahrbuch des  
Deutschen Werkbundes 1912



— — Die Verpackungen der Firma Bahlsen sind eng verbunden mit der Entstehung von Markenartikeln und der Verbreitung der ersten Warenverpackungen überhaupt. Als im 19. Jahrhundert durch die Industrialisierung immer mehr Menschen in die Stadt zogen, wuchs der Anteil der Bevölkerung, die auf Fremdversorgung angewiesen war.<sup>4</sup> In den Kaufmannsläden wurde individuell bedient, und es gab kaum abgepackte Waren, sondern Säcke, Tonnen oder Korbflaschen, in denen die Waren lagerten und dann abgewogen und verpackt wurden. Der Käufer konnte das Produkt also direkt in Augenschein nehmen.<sup>5</sup> Fertig abgepackte Produkte waren selten, zudem waren dies meist Luxusprodukte, bei denen das Öffnen der Hülle etwas Besonderes darstellte.<sup>6</sup> Als Bahlsen mit der Produktion der Backwaren begann, war es üblich, Kekse in Kisten oder Tonnen zu liefern und lose zu verkaufen. Der Nachteil für den Verkäufer: Es blieb ein Rest „Bruchkekse“ übrig. Mit dem Verkauf einer verpackten Ware konnte man das vermeiden. Bahlsen erkannte die Vorteile der Verpackung, die außerdem die Möglichkeit bot, Informationen über den Inhalt zu vermitteln sowie eine unverwechselbare Aufmachung und Werbung erlaubte.<sup>7</sup> In den ersten Jahren verpackte Bahlsen seine Kekse in einfache Papierhüllen, die optisch zwar ansprechend waren, jedoch technisch noch zu wünschen übrig ließen.<sup>8</sup> Erst die TET-Packung sollte 1904 einen Durchbruch auf diesem Gebiet bedeuten und wegweisend für Philosophie und Entwicklung des Unternehmens werden.

— — Die Verbindung des nützlichen Aspektes der Verpackung mit der künstlerischen Aufmachung machte Bahlsen schnell bekannt und brachte ihm Lob und Bewunderung ein:

*„Und doch tat ihm die Kunst Propagandadienste von geradezu unschätzbarem Wert. Frei und freudig band sie seine Warenverpackungen zu höchst wirksamen Auslagen, schmückte den Tisch, auf dem sie auftauchten, empfahl die Ware dem Gaumen und charakterisierte die Firma schlagend und eindeutig, wie es sich ein reklamebedürftiger Kaufmann nur wünschen mag.“<sup>9</sup>*

— — Neben Pappverpackungen waren es Blechdosen, in denen die *Cakes* auf den Markt kamen. Sie stellten eine edlere Form der Verpackung dar, konnten den gedeckten Kaffeetisch zieren, als Geschenkdose dienen und auch nach dem Verzehr der Kekse genutzt werden. Zunächst hoben sich die Blechdosen Bahlsens in ihrer Gestaltung wenig von den Dosen anderer Firmen ab. Konventionelle Motive dominierten die Behältnisse: Abbildungen der Fabrik oder des Leibniz-Hauses in Hannover, Putti oder Kinder und Frauen, die überdimensionierte Kekse-Produkte vorzeigten (Kat. 1). Zudem wurde der Firmen- und Produktname groß und vorherrschend auf der Dose angebracht. Die Gestalter dieser frühen Dosen sind namentlich nicht bekannt, doch immerhin war der Jugendstil grundlegend für das Design und sollte als moderner Stil zeigen, dass die Produkte Bahlsens auf der Höhe der Zeit waren. Die Zusammenarbeit mit Künstlern entwickelte sich erst nach und nach. Auf der Weltausstellung 1893 in Chicago waren die Produkte um eine Kinderplastik von Roland Engelhard herum inszeniert.<sup>10</sup> Das erste künstlerisch gestaltete Plakat, „Kind mit Goldfischglocke“, der Entwurf eines Pariser Künstlers, erschien 1894.<sup>11</sup> Um 1900 entstanden Dosen, die von Künstlern gestaltet wurden. Heinrich Mittag (1859–1920) und Ludwig Vierthaler (1875–1967) schufen die frühesten individuellen Blechdosen. Der Name „Bahlsen“ verschwand aus der äußeren Gestaltung der Dosen – eine außergewöhnliche und einmalige

**Kat. 1**  
Blechdose,  
Entwurf unbekannt,  
vor 1897











**Kat. 27** Blechdose, Entwurf unbekannt, um 1904

**Kat. 29** Blechdose, Entwurf unbekannt, um 1911

**Kat. 26** Blechdose, Entwurf unbekannt, um 1910

**Kat. 28** Blechdose, Entwurf Heinrich Mittag (zugeschrieben), um 1911

**Kat. 30** TET-Packung, Entwurf unbekannt, nach 1900

**Kat. 31**  
TET-Packung,  
Entwurf Heinrich Mittag,  
um 1911

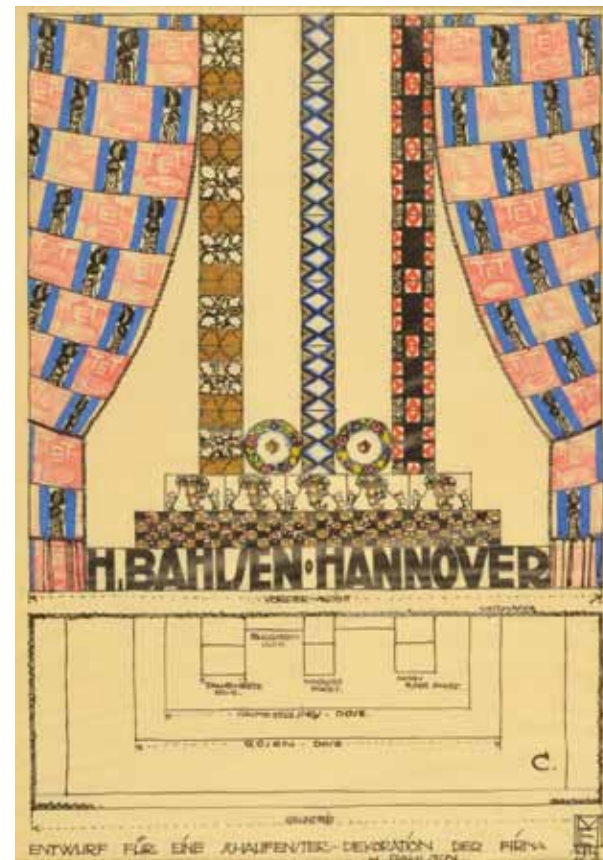
**Kat. 32**  
Keksschachteln,  
Entwurf Mela Köhler,  
1914–16







**Kat. 67**  
Ella Margold,  
Entwurfszeichnung für  
eine TET-Packung,  
1916



**Kat. 68**  
Emanuel Josef Margold,  
Entwurfszeichnung  
für ein Schaufenster,  
1914

**Kat. 69**  
Emanuel Josef Margold,  
Entwurfszeichnung  
für ein Schaufenster,  
1914

