

Der Briefkopf verändert sein Aussehen

Rechnungen sind Bestandteil kaufmännischen Schriftgutes. Die Frage, wie sich dessen Organisation ab der Mitte des 19. Jahrhunderts unter dem Einfluß der Industrialisierung wandelte, ist noch wenig untersucht. Der Unternehmer, der damals einen industriellen Betrieb aufbaute, fand in der Regel eine Schriftgutorganisation vor, die vor allem kaufmännischen Traditionen verhaftet war. Noch das Handelsgesetzbuch von 1897, das von Handelsbüchern und -briefen spricht, läßt diese vorindustrielle Denkweise erkennen.

Im Zeichen der Kommunikationsrevolution des 19. Jahrhunderts vervielfachte sich der Briefwechsel, verkürzte sich durch die Eisenbahn die Beförderungszeit, wuchs der Informationsaustausch durch die neuen Medien von Telegraf und Telefon, förderte die Mechanisierung von Rechnen und Schreiben die Entstehung neuer Mitteilungsformen.

Diese Wandlungen veränderten auch das Aussehen des Hotel- und Firmenbriefkopfes. Zunächst noch bescheiden und rein zweckmäßig gehalten, erreichte er in der Zeit nach der Jahrhundertwende seine aufwendigste Gestaltung, verlor dann aber nach dem ersten Weltkrieg an Bedeutung. Dies schließt nicht aus, daß mittelständische Firmen noch bis in die Nachkriegsjahre nach 1945 Firmenbogen mit aufwendigen Briefköpfen verwendeten, und sei es nur aus der Not heraus, Altbestände an Korrespondenzpapier zu nutzen.

Briefbögen dienen der Repräsentation

Vor der Industrialisierung bestand für Handwerk und Handel sowie das Gasthaus- und Hotelgewerbe ein überschaubares Auftragsvolumen für einen regional eingeschränkten Kundenkreis. Die Notwendigkeit zu einer breiten Werbung war gering.

Diese Situation änderte sich mit dem Aufkommen neuer Märkte als Folge der zunehmenden Produktion recht schnell. Nunmehr kam es darauf an, auch bei persönlich unbekanntem (potentiellen) Geschäftspartnern durch repräsentatives schriftliches Auftreten Wirkung zu erzielen: „Briefbogen und Rechnungsformulare sind für einen Kunden oft der erste Eindruck, den er von einem Unternehmen oder einem Geschäftsmann erhält. Deshalb prägen Geschäftsdrucksachen das Firmengesicht entscheidend mit⁴.