

# „Donnerwetter – tadellos!“

## Fotoalbum zur Erinnerung an das „1. Lothringische-Feldartillerie-Regiment No. 33“ und andere Werke des Lederkünstlers Georg Hulbe

BLICKPUNKT SEPTEMBER. Das Museum erwarb jüngst eine Sammlung mit Adressmappen und Galanteriewaren aus der Zeit von Historismus und Jugendstil. Sie enthält eine Reihe Arbeiten der „Kunstgewerblichen Werkstatt für Lederarbeiten“ Georg Hulbes, darunter ein Fotoalbum mit Offiziersportraits des 1. Lothringischen Feldartillerie-Regiments. Es erinnert an das Wilhelminische Kaiserreich, in dem Hulbe ein gefragter Kunstgewerbler war und zudem als Unternehmer höchst erfolgreich wirkte. 1898 bemerkte die Zeitschrift „Deutsche Kunst und Dekoration“, er sei *„unstreitig der bedeutendste und leistungsfähigste Lederkünstler der Jetztzeit“*.

### Wiederentdeckung des Lederschnitts

Eigentlich hatte Hulbe Kunstmaler werden wollen, jedoch auf Wunsch des Vaters, eines Kieler Vergolders und Lackierers, 1868 eine Buchbinderlehre begonnen und 1876 in seiner Heimatstadt eine eigene Buchbinderei mit angeschlossenem Ladengeschäft eröffnet. Er spezialisierte sich auf die Lederarbeiten seines Handwerks. Sie boten seinem gestalterischen Talent Spielraum. 1878 erhielt er auf der Landes-Gewerbe-Ausstellung in Hamburg einen Ehrenpreis aufgrund seiner technischen und künstlerischen Meisterschaft in den Fächern der Buchbinderei, insbesondere auf dem Gebiet des skulptierten Leders und des Ledermosaiks. Hulbe kam mit einem Mitglied der Preisjury in engeren Kontakt, und zwar mit Justus Brinckmann, dem Direktor des 1877 eröffneten Hamburger Museums für Kunst und Gewerbe. Er sollte zum wichtigen Mentor des kreativen Buchbinders werden.

Der gelernte Jurist war von Ideen Gottfried Sempers sowie des englischen Reformers William Morris und der Arts- and Crafts-Bewegung inspiriert. Er befasste sich zunächst als Kunstkritiker mit kulturellen Themen. Bereits 1866 hatte der damals 23jährige in den „Hamburger Nachrichten“ zur Gründung eines Kunstgewerbemuseums in der Hansestadt aufgerufen, wobei ihm Institute wie das Londoner South Kensington Museum (gegründet 1852), das Österreichische Museum für Kunst und Industrie in Wien (gegründet 1863) oder das Deutsche Gewerbemuseum in Berlin (gegründet 1867) vor Augen standen. Die Kunstgewerbemuseen, die nach der ersten Weltausstellung 1855 in London an vielen Orten Europas entstanden, wollten mit ihren Sammlungen exquisiter künstlerischer und kunsthandwerklicher Werke *„veredelnd auf die Geschmacksbildung“* der Bevölkerung wirken und Kunstgewerbe-Produzenten gestalterische Anregungen geben. Gegenüber der Anonymität und ästhetischen Beliebigkeit industrieller Massenproduktion setzten sie sich zum Ziel, den Sinn für die Qualitäten des Erbes handwerklicher Traditionen und mit ihm *„die Einsicht des Volkes in den geschichtlichen Entwicklungsgang der Kunstindustrie zu fördern“*, wie es Brinckmann 1866 formulierte. Kunstgewerbe wurde zu einem Medium, um

in der durch die Industrialisierung grenzübergreifend in Gang gesetzten Konsumgesellschaft kulturelle und wirtschaftliche Fragen zu beleuchten.

Wahrscheinlich durch Brinckmann angeregt, zog Hulbe im Januar 1880 von Kiel nach Hamburg, wo er das Museum für Kunst und Gewerbe intensiv zur Fortbildung nutzte. Er untersuchte gestalterische Techniken mittelalterlicher Ledereinbände, so am Nürnberger Hasenjagdeinband von 1475, den Brinckmann gerade erworben hatte, erstellte Kopien portugiesischer Lederstühle sowie anderer historischer Lederarbeiten der Sammlung und erarbeitete sich auf diese Weise die lange in Vergessenheit geratene Technik des Lederschnitts. Zum Markenzeichen seiner Werkstatt wurden neben geschnittenen und getriebenen Dekors mit größter Kunstfertigkeit ausgeführte Prägungen und Punzierungen.

### Kunstgewerbler im Deutschen Kaiserreich

Hulbe offerierte eine breite Palette von Gebrauchs- und Luxusartikeln in Leder: Schreibmappen, Portefeuilles, Schatullen, Adressmappen, Erinnerungsalben, Bilderrahmen, Paravents, Möbel und Tapeten. Seine Produkte waren durchgängig handwerklich hochwertig gearbeitet und erzielten auf nationalen sowie internationalen Ausstellungen Preismedaillen, so etwa 1884 in London, 1885 in Antwerpen, 1888 in Brüssel, 1893 auf der Weltausstellung in Chicago oder 1900 auf der in Paris.

1886 erhielt der ausgezeichnete Kunstgewerbler den Titel „Hoflieferant Sr. Kaiserlichen und königlichen Hoheit des Kronprinzen des deutschen Reichs“, woraufhin Kaiserin Augusta für ihren Gemahl bei Hulbe Lederstühle anfertigen ließ. Ihr Enkel Friedrich Wilhelm wurde ebenfalls Hulbe-Kunde. 1888, im Jahr seiner Krönung zum Kaiser Wilhelm II., bestellte er bei ihm Ledertapeten für sein Arbeitszimmer im Berliner Schloss und Hulbe avancierte zum „Hoflieferanten Sr. Majestät des Kaisers“. All das trug dazu bei, dass der Erfolg der Hamburger Werkstatt im jungen Deutschen Reich nahezu unaufhaltsam war. Bürger, die auf sich hielten, folgten dem Beispiel des Kaisers – Lederwaren kaufte man bei Hulbe –, was eine kontinuierliche Expansion seiner Firma zur Folge hatte. Sie eröffnete Verkaufsfilialen in Wiesbaden, Frankfurt am Main, Dresden und Berlin, hatte Erfolge im Exportgeschäft und beschäftigte um 1900 weit über 200 Mitarbeiter.

Hulbe war eine Größe der deutschen Kunstindustrie. 1895 hatte er den bedeutenden Auftrag zur Anfertigung von Lederstühlen für den Sitzungssaal des Reichstages in Berlin erhalten, zwei Jahre später lieferte er die gesamte Lederausstattung für das neue Rathaus in Hamburg. Als besondere Spezialität offerierte er in Leder gearbeitete Wappen; die Familie von Bismarck ließ bei ihm den Stammbaum ihres Hauses anfertigen. Auch auf dem Gebiet der sogenannten „Goldenen Bücher“ profilierte sich seine Werkstatt. Zu den Städten, deren Gästebü-



Georg Hulbe. (Kiel 1851–1917 Hamburg-Bergedorf). Deckel der Adressmappe für den Vereinsbruder einer Hamburger Schützengesellschaft, um 1892. Bezeichnet unten mittig „GEORG HULBE HAMBURG-BERLIN“. Pappe, bezogen mit dunkelbraunem Leder, geprägt, geschnitten, punziert, teilvergoldet, bemalt, teilweise mit Lüsterfarben, an den Ecken Einschnitte für die (fehlenden) Beschläge. Inschriften „1867-1892“, „Einigkeit macht stark, drum haltet fest zusammen“, „Üb Aug und Hand fürs Vaterland“, H. 1,5 cm, Br. 40 cm, T. 55,5 cm. Inv.-Nr. HG 13127. Erworben 2008.

cher bei Hulbe entstanden, zählte 1897 Nürnberg. Der nach einem Entwurf von Friedrich Wanderer gestaltete Einband, auf dem Landsknechte, Wappen und im Hintergrund die Stadt mit der alten Kaiserburg dargestellt sind, wurde zum Nürnberg-Besuch Kaiser Wilhelms II. und des Prinzregenten am 2. September 1897 fertiggestellt.

Schon mit dem Material Leder traf Hulbe den Zeitgeschmack des Historismus. Wurzeln seiner künstlerischen Bearbeitung liegen im Handwerk von Gotik und Renaissance und deren Formen hatten im Kunstgewerbe der Gründerzeit Konjunktur. Hulbes Lederarbeiten waren höchst geeignet, „authentische Tradition“ zu suggerieren. Bisweilen wurde dem etwas nachgeholfen; durch entsprechende Oberflächenbehandlung konnte dem Leder leicht der Anschein hohen Alters und damit des „Altüberkommenen“ verliehen werden.

### „Einigkeit macht stark“

Neogotik und Neorenaissance wurden im kaiserzeitlichen Deutschland in Anknüpfung an Ideen der Nationalromantik des frühen 19. Jahrhunderts bekanntlich als „altdeutscher“ Stil rezipiert. Er diente in dem 1871 unter preußischer Vormacht gegründeten deutschen Nationalstaat als integrierender Repräsentationsstil und nicht zuletzt als Ausdrucksträger nationalstolzer Gefühle. Zu Hulbes Kundenkreis zählten patriotische Vereine, die er in seiner Werbung ansprach. In einem seiner Firmenprospekte aus den neunziger Jahren ist die Ehrengabe einer Hamburger Schützengesellschaft für einen Vereinsbruder abgebildet, der 1892 sein 25jähriges Schützenjubiläum gefeiert hatte. Das bei Hulbe entstandene Präsent bestand aus einem mit modelliertem Leder belegten Eichenholzschrankchen im altdeutschen Stil, bekrönt von einem Pult zum Aufstellen einer Prunkmappe mit den Grußadressen an den Schützenbruder. Von der aufwändigen Ehrengabe, die wie ein patriotischer Hausaltar wirkt, ist der Deckel der Adressmappe erhalten geblieben und wurde vom Germanischen Nationalmuseum erworben. Als gängiges Schützensignet taucht unterhalb des Vereinswappens in der Deckelmitte ein Wildschwein vor einer Zielscheibe auf. Seitlich wird das Wappen von Zierleisten mit einer Fülle von Dekorelementen gefasst, darunter Tannenzapfen, Eichenlaub, Gewehre, Pulverhörner, Pistolen sowie Bänder mit den Inschriften, „Einigkeit macht stark, drum haltet fest zusammen“ und

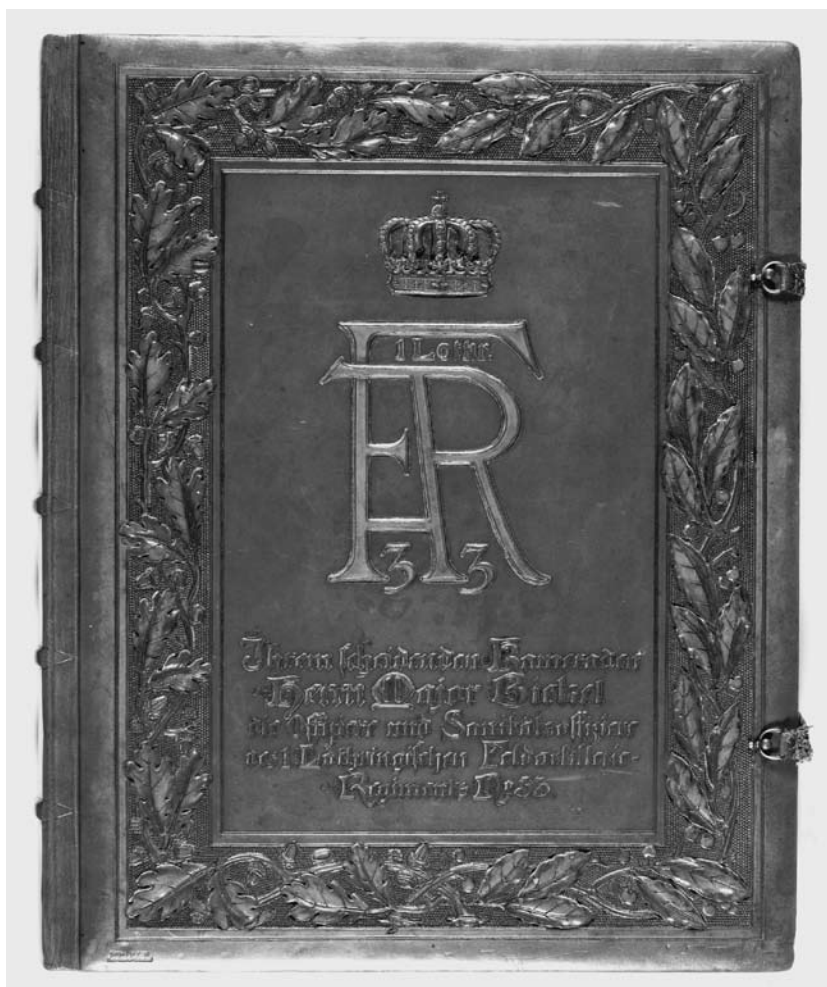
„Üb Aug und Hand für Vaterland“. Sie erinnern an den Gründungsmythos des jungen Deutschen Kaiserreichs, der sich aus dem gemeinsamen Sieg deutscher Staaten über Frankreich rekrutierte. Auf den nicht mehr vorhandenen Silberecken des höchst prachtvoll gestalteten Mappendeckels war das Hamburger Wappen sichtbar, „von Eichenlaub umrankt“, wie dem Text in Hulbes Prospekt zu entnehmen ist.

Mit Eichenlaub und Lorbeer ist das Fotoalbum verziert, das Major Bickel zu seinem Abschied vom „1. Lothringischen Feldartillerie-Regiment No. 33“ von dessen Offizieren und Sanitätsoffizieren überreicht bekam, wie die in feinstem Lederschnitt ausgeführte Inschrift auf dem Einband besagt. Über ihr prangt das von der Kaiserkrone überragte Monogramm der Feldartilleriebrigade, die dem XVI. Armeekorps, einem Großverband der Armee des Deutschen Kaiserreichs, unterstand. Der Truppenverband war in Metz stationiert, das mit einem Teil Lothringens und dem Elsaß nach dem Deutsch-Französi-

schen Krieg 1870-71 an das Deutsche Kaiserreich gefallen war, das im Anschluss an den siegreich beendeten Krieg gegründet wurde.

Das Fotoalbum enthält eine Ansicht von Metz, auf der vor der Silhouette der vor dem französischen Stadt mit der berühmten Kathedrale ein Kasernenhof mit Geschützen zu sehen ist, und dazu, passend zur Nummer der Truppenabteilung, 33 Erinnerungsportraits. Ähnlich wie in der Gabe an den Hamburger Schützenbruder wird in dem Album eiserner Zusammenhalt zelebriert, hier durch die sogenannten „Kaiser-Wilhelm-Aufsteiger“, die Barttracht der Kaisertreuen, mit der

Georg Hulbe. (Kiel 1851–1917 Hamburg-Bergedorf). Fotoalbum zur Erinnerung an das 1. Lothringische Feldartillerie-Regiment No. 33, gewidmet Major Bickel, um 1890. Bezeichnet auf Vorderdeckel (außen) unten links „GEORG HULBE HAMBURG-BERLIN“. Pappe, bezogen mit rötlichbraunem Leder, geprägt, punziert, geschnitten, teilvergoldet. Inschriften „1. Loth FR 33“ (ligiert), „Ihrem scheidenden Kameraden, Herrn Major Bickel, die Offiziere und Sanitäts-offiziere des 1. Lothringischen Feldartillerieregiments No. 33“. Einbandinnenseiten und Vorsatz kaschiert mit Buntpapier in Golddruck mit Greifen- und Koggen-Motiv, H. 4,5 cm, Br. 33 cm, T. 40,2 cm. Im Album in Passepartouts mit Goldschnitt 33 fotografische Portraits, und 1 fotografische Ansicht von Metz. Inv.-Nr. HG 13218. Erworben 2008



Ansicht von Metz aus dem Erinnerungsalbum für Major Bickel. Bromsilberabzug, ca. H. 21 cm, Br. 33 cm.



Vier Portraits aus dem Erinnerungsalbum für Major Bickel. Bromsilberabzüge, je ca. H. 8,5 cm, Br. 5,2 cm.



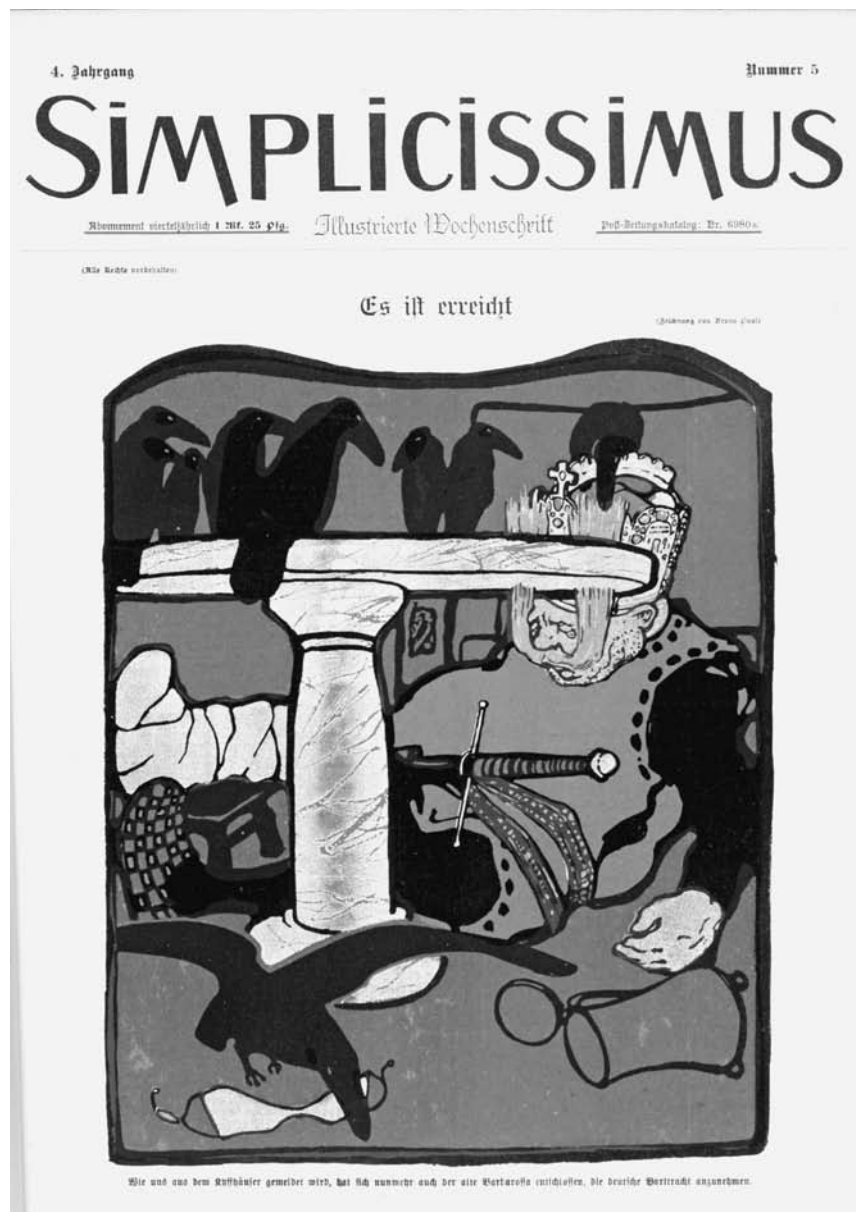
sich die Offiziere stolz vor der Kamera präsentieren.

### „Es ist erreicht“: der deutsche Bart

Die nach dem Vorbild der patriarchalischen Barttracht Wilhelms I. hochgezwirbelten Schnurrbärte wurden als politisches Symbol der Kaisertreue und der Konformität seit der späten Regierungszeit des Kaisers zunehmend populär. Während der Regierungszeit Wilhelms II. mit seinen Großmachtvisionen trat der „Aufsteiger“ dann unter dem Namen „Es ist erreicht“ einen wahren Siegeszug an – was Bruno Paul als Thema einer Karikatur für das Münchner Satireblatt *Simplicissimus* aufgegriffen hat. Hier wird sogar ein alter Geist der Nationalromantik, der Kaiser Barbarossa im Kyffhäuser von der neuen deutschen Bartmodewelle erfasst. Sie reißt ihn regelrecht vom Stuhl, wobei der Marmortisch, in den sein Bart hineingewachsen ist, während er wie in einem Dornröschenschlaf von einer Wiederkehr der Herrlichkeit des alten Reiches träumte, unverhofft zum wilhelminischen Bart-Trainer wird.

Die kühn empor schnellende Form seines Bartes bei dieser Ankunft in der Wirklichkeit spielt auf die Barttracht Wilhelms II. an. Mit seinem faible für pompöse Auftritte ließ er den Schnurrbartenden, die bei seinem Großvater noch nahezu dezent hochgezwirbelt waren, schneidig eine zu zwei rechten Winkeln aufsteigende Form verleihen. Der Hoffriseur François Haby, so ein zeitgenössischer Bericht, „musste jeden Morgen um 7 Uhr im Schloss erscheinen“ und „den Hohen Herrn auf allen seinen Staatsbesuchen (...) begleiten, um dem Bart die künstlerische Form zu verleihen.“ Heinrich Mann hat sie in seinem Roman „Der Untertan“ literarisch verewigt und mit ihr Habys Berliner Friseursalon, in dem sich sein Protagonist Diederich Heßling per Bartmodellage dem „Gesicht der Macht“ angleichen lässt.

Haby, ein 1880 aus Königsberg nach Berlin zugewanderter Hugenotte, der in der Mittelstraße einen florierenden Salon betrieb und obendrein „Fabrikant feinsten Parfümerien und kosmetischer Präparate“ war, nutzte die Popularität von Kaiser und Reich als Werbeträger für seine Herrenkosmetik-Produkte. Um „Aufsteigern“ den nötigen Halt zu geben, vertrieb er die Barttinktur „Es ist erreicht“, die dem Bart seinen Namen gab, dazu eine hinter den Ohren zu befestigende Bartbinde, um ihn in die zackige „Wilhelm II.“-Position zu bringen. Einen weiteren Renner startete Haby mit seiner Bartpomade „Donnerwet-



Bruno Paul. (Seiffhennersdorf 1874–1968 Berlin).

**Es ist erreicht!**

„Wie uns aus dem Kyffhäuser gemeldet wird, hat sich nun auch der alte Barbarossa entschlossen, die deutsche Barttracht anzunehmen.“

In: *Simplicissimus*, 4. Jahrgang (1899–1900), Nr. 5 (Titel).

Sign. 20 L. 2703 h. Geschenk des Verlages Albert Langen, München, 1900.

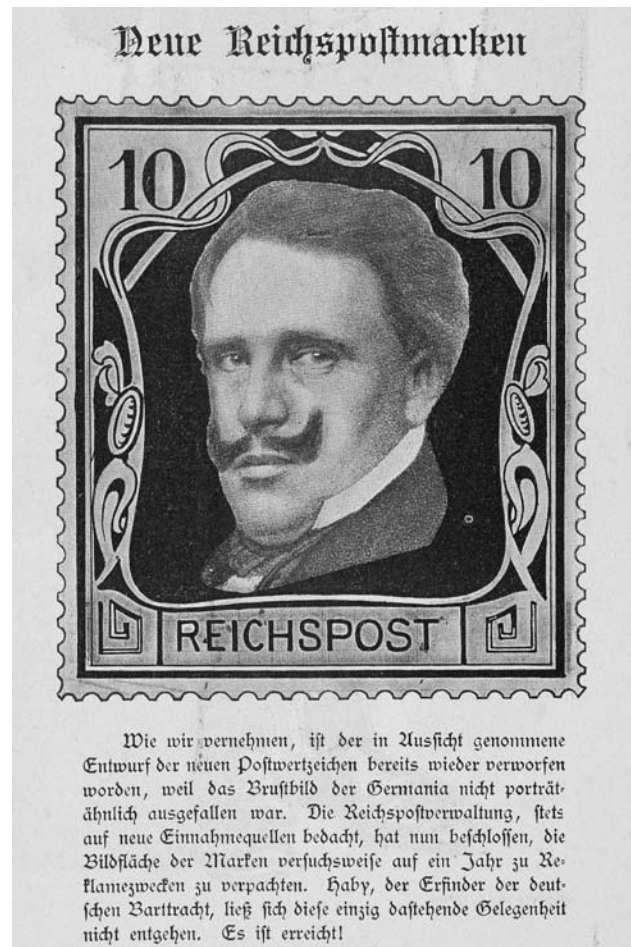
ter – tadellos!“. Der *Simplicissimus* befasste sich mit seinem medial recht wirkungsvoll kommerziell betriebenen Patriotismus in einer Satire mit der Überschrift „Neue Reichspostmarken“.

Habys gewitzte Werbeslogans, die ihn und viele seiner Produkte weit über Berlin hinaus bekannt machten, trugen dazu bei, dass der Kaiser-Wilhelm-Aufsteiger zu einem klassenübergreifenden *dernier cri* der Bartmode wurde, den die vielen Annoncen unzähliger Hersteller für Bartbinden, Bartpomaden und Bartwuchsmittel in damaligen Zeitschriften bekunden und der nicht nur bei unbedingten Anhängern des preußischen Hohen-





Kaiser Wilhelm II., 1905. Fotopostkarte. Berlin: Verlag Gustav Liersch & Co.



In: *Simplicissimus*, 4. Jahrgang (1899–1900), Nr. 37, S. 295.  
Sign. 20 L. 2703 h. Geschenk des Verlages Albert Langen, München, 1900

zollernkaisers ankam.

#### Weltläufige Unternehmer

Habys Erfolg beruhte darauf, dass er Trends der Zeit erfasste und als kreativer Vertreter seines Handwerks urbaner Vielfalt und Modernität gegenüber aufgeschlossen war. Während er den chauvinistischen Bartkult des Historismus bediente, ließ er seinen Friseursalon, in dem „ganz Berlin“ ein- und ausging, 1901 von dem belgischen Jugendstilkünstler Henry van de Velde gestalten. Georg Hulbe – der seinen Bart übrigens wie sein Freund Brinckmann ungetrimmt naturbelassen trug – wandte sich ebenfalls dem Jugendstil zu. Er arbeitete mit Künstlern wie Peter Behrens und Heinrich Vogeler zusammen und präsentierte seine Werkstatt 1900 auf der Pariser Weltausstellung höchst erfolgreich mit Jugendstilarbeiten. In seinen Hamburger Verkaufsniederlassungen veranstaltete er nach 1900 Kunstausstellungen. Hulbe wollte seinen Kunden nicht nur Kunstgewerbe verkaufen, sondern ihnen auch moderne künstlerische Entwicklungen nahe bringen. So konnten die Hamburger in seinem 1903 eröffneten Kunstgewerbehaus Ausstellungen z. B. mit Arbeiten Heinrich Vogelers, japanischen Kunstblättern, Zeichnungen von Mitarbeitern des „Simplicissimus“ und der „Jugend“ besichtigen und schließlich auch mit Bildern

der expressionistischen „Brücke“-Maler, die in ihrem Manifest das Primat der Individualität verkündeten.

► URSULA PETERS

Literatur:

Anja Katthöfer: Georg Hulbe. Ein Kunsthandwerker im Zeitalter des Historismus. In: Nordelbingen, Band 67, 1998, S. 113-149. - Christina Wietig: Der Bart. Zur Kulturgeschichte des Bartes von der Antike bis zur Gegenwart. Diss. Universität Hamburg 2005. - „Donnerwetter - tadellos!“. Zur Geschichte des Frisierhandwerks. In: Monumente. Online Magazin der Deutschen Stiftung Denkmalschutz, Januar 2006.

Wollen Sie auch so einen **schneidigen Schnurrbart**?  
 Dann gebrauchen Sie den berühmten **Barterzeugungsbalsam** [178]  
**Fixolin**  
 das ist das **beste Mittel, den Bart hervorzurufen.**  
 Preis p. Dose M. 1,50  
 Porto 20 Pf. gegen Nachn. ob. Vorhereinsendung zu beziehen von  
**Paul Koch, Neuenrade i. W. 252.**



**Kikolin!**  
 wirkt staunenswerth mit 17 Jahren **Flotter kräftiger Schnurrbart**  
 gegen Nachn. od. Eins. v. 3.— Mk. m. Gebrauchsanweisung nur echt bei **F. Kiko, Herford, Parf.-Fabrik.**



Garantiert • **Plumeyers** • unschädlich!  
**Bartwuchsbeförderer**  
 ist ein unvergleichliches Mittel zur Erreichung eines schönen Schnurrbartes der **„Manneswürde“** [109]  
 er wirkt da, wo auch nur die **kleinsten Härchen** vorhanden sind, denn Haare pflanzen kann man noch nicht; man brauche daher nur meinen natürlich wirkenden **Bartwuchsbeförderer** geg. Einleitung von 2 u. 3 Mark u. Porto. **Plumeyer, Berlin, Friedrichstrasse 90.**



**Kennen Sie Apollin?**  
**Apollin** ist der **beste Barterzeuger** der Welt. Wirkung wunderbar und überraschend! **Kolossale Nachbestellungen!** Ihr Apollin ist ausgezeichnet, alle anderen angewandten Mittel waren zwecklos. Nach Gebrauch einer Dose Apollin **Stärke** erhielt ich meinen jetzigen **stolzen Schnurrbart**, schreibt Herr **Carl W. in B.** Preis per Dose **Stärke I M. 2.—, Stärke II M. 3.—, im ungünstigsten Falle Stärke III M. 5.—.** Porto 20 Pfg. gegen Nachnahme oder Voreinsendung mit **Gebrauchsanweisung und Garantie.** Nur allein zu haben bei dem **weltberühmten Haarspezialisten** [286]  
**Friedr. Hepping, Neuenrade No. 15, Westfalen.**



**Dr. med. Earlet's Papillostat**  
 für „Erhöhung der Erzeugungsfähigkeit von **Haarpapillen**“, vom Kais. Patentamt zum Deutschen Reichs-Gebrauchsmuster erhoben. Dem schwachen **Schnurrbart** zur Vergrößerung und practisch verschönernden Pflege.  
 Preis je nach Grösse und Stärke M. 3, 5, 7 und 8. Direct zu beziehen von  
**Dr. R. Th. Meienreis, Dresden-Blasewitz, Sa.**



Jed. Schnurrbart erh. sof. u. dauernd e. eleg. Form **nur d. Bart-Fixer** (ges. gesch.). Der Schnurrbart erscheint voll, natürl. Die Haare kleben nie zusammen. Fl. M. 1.25. Nur b. d. Fabrikant. **Franz Schwarlose, Berlin, Leipzigerstr. 56, Colonnaden.**



Wünschen Sie, dass Ihr **Schnurrbart** **größer und voller** erscheinen soll und daß derselbe eine **stetige schneidige Form** hat, so befeuchten Sie denselben, ehe Sie eine Schnurrbartbinde anlegen, mit meinem **„Probatum est“** verbessertes **Schnurrbartbindenwasser.** Die Wirkung dieses Präparates ist **überraschend.** „Probatum est“ enthält kein Fett und keinen Siedestoff, befördert außerordentlich das **Wachstum** des Bartes; das Haar bleibt weich und geschmeidig. Zu beziehen, per Flasche M. 1.50, durch alle besseren Friseur-Geeschäfte und Drogerien oder gegen Einleitung von M. 1.70 franko (bei Nachnahme 20 Pfg mehr) von **Paul Koch, Gelsenkirchen, No. 62.**



**Ein krammer Schnurrbart** ist der Stolz jedes Jünglings. **Ohne Schnurrbart kein Russ! Türkischer Bartwuchs-Balsam.**  
 Schnell, sicher. Dose M. 2,50. **Paul Bosse, Berlin W. 30, Winterfeldplatz.**



Garantiert • **Plumeyers** • unschädlich!  
**Schnurrbart**

Thiele Jedem gratis mit, wie ich mit 18 Jahren meinen schneidigen Schnurrbart erlangte. Garantie für Erfolg.  
**K Ü H N E, Magdeburg, Breitweg 21.**



Anzeigen für Bartpomade, Bartbindenwasser und Bartwuchsmittel. In: Simplicissimus, 3. Jahrgang (1898-1899) und 4. Jahrgang (1899-1900). Sign. 20 L. 2703 h. Geschenk des Verlages Albert Langen, München, 1900.