

# KOLONIALE REKLAMESAMMELBILDER DES "LIEBIGS FLEISCHEXTRAKT"

WS 2016/2017, Proseminar: Die Sozialwissenschaften dekolonisieren - Post- und dekoloniale Theorie zur Einführung, Dozent: Sebastian Manuel Garbe

*Alexandra Steffens*

*Geographie B.Sc, 2. Semester*

## 1. Einleitung

Im Zuge des Proseminars „Die Sozialwissenschaften dekolonisieren – Post- und dekoloniale Theorie zur Einführung“ nimmt der Kurs an dem Projekt „Gießen postkolonial“ teil, um die koloniale Vergangenheit Gießens aufzuzeigen. Folgendes Essay, geht dabei auf die Reklamesammelbilder des Unternehmens LEMCO (Liebig’s Extract of Meat Company Limited) ein und untersucht die Verbindung zum Kolonialismus, welcher bis ins 20. Jahrhundert reichte (KELCH, 2012) und somit Einfluss auf die Liebig Bilder nehmen konnte. Kolonialismus bedeutet: „Auf Erwerb und Ausbau von Kolonien gerichtete Politik unter dem Gesichtspunkt des (...) Nutzens für das Mutterland bei gleichzeitiger politischer Unterdrückung und wirtschaftlicher Ausbeutung der abhängigen Völker“ (DUDEN, 2017). Es wird geprüft, ob koloniales Gedankengut über die Sammelbilder transportiert wird. Falls dies der Fall ist, behandelt das Essay die Frage, wie sich der Kolonialismus in den Motiven dieser bemerkbar macht. Justus Liebig ist Namensgeber der Universität Gießen und reicht damit in die postkoloniale Gegenwart, weswegen er auch einen Teil der Untersuchung ausmacht.

## 2. Hauptteil

### 2.1 Die Geschichte des Liebig Fleischextraktes

Justus Liebig wurde 1803 in Hessen geboren und war einer der angesehensten Chemiker seiner Zeit. Bevor er zu großer Bekanntheit kam studierte er unter anderem in Paris, wo er mit einem der bedeutendsten Chemiker, Gay-Lussacs, zusammenarbeitete. Später wurde er 1825 zum ordentlichen Professor an der Landesuniversität Gießen benannt. Er erfand dort den experimentellen Unterricht, die verbesserte Elementaranalyse, die Isomerie, die Radikaltheorie und die Mehrwertigkeit (LIEBIG-MUSEUM, 2017). Doch es sollten nicht Liebigs einzige Erfindungen bleiben. Er stellte fest, dass Fleisch mit Wasser gelöst werden kann und die dabei entstehenden Stoffe zu einem Pulver weiterverarbeitet werden können (FOCUS ONLINE, 2007). Da für 1kg Fleischextrakt 32kg Fleisch benötigt werden, war das Produkt zunächst nur für Adlige zugänglich. Später willigte Liebig Max von Hoffmann ein, welcher das Fleischextrakt in seiner



Abb. 1: Fabrik in Fray Bentos, Quelle: Judel

Hofapotheke verkaufte, diesem den Namen „Liebig's Fleischextrakt“ zu geben (JUDEL, 2003) und so von der Popularität seines Namens zu profitieren. Als das Produkt immer mehr Reichweite erzielte wurde auch Georg Christian Giebert auf dieses aufmerksam. Der Eisenbahningenieur las Liebigs „Chemische Briefe“ und schilderte ihm, dass es in Uruguay große Rinderherden gab, von denen allerdings nur Fell und Fett verwendet wurden. So bat sich Liebig die Möglichkeit große Mengen zu einem verhältnismäßig günstigen Preis im Vergleich zu Europa zu produzieren (WILLOWEIT, 2009). Er verhandelte mit Giebert und machte ihn mit dem Herstellungsprozess des Extraktes vertraut. Sie einigten sich, dass er das Genussmittel in Südamerika unter Liebigs Namen und Qualitätskontrollen herstellen dürfe. 1862 öffnete so die Fabrik in Fray Bentos, einem Hafenbecken des Rio Uruguay. Drei Jahre später wurde aufgrund des enormen Erfolgs die Aktien Gesellschaft „Liebig's Extract of Meat Company Limited“, kurz LEMCO, gegründet (JUDEL, 2003).

## 2.2 Reklamesammelbilder

Die Reklamesammelbilder traten vermehrt Ende des 19. Jahrhunderts auf und wurden Produkten aus dem Alltag beigelegt. Bestehend aus Karton und bedruckt mit bunter Farbe, dienten sie als Sammelobjekt und waren besonders bei Jüngeren beliebt (HESSEN (POST)KOLONIAL, 2015). Ein wichtiger Punkt der angesprochen werden muss ist, dass es zu dieser Zeit kaum informationsliefernde Medien gab. So waren die Sammelbilder in gewisser Weise also auch eine Art der Informationsbeschaffung und der Erziehung oder wurden zu propagierenden Zwecken genutzt (MÜCKLER, 2016).

Einer der Vorreiter von Sammelbildern ist das Unternehmen LEMCO, welches seine Bilder in vielen Ländern wie zum Beispiel Deutschland, Frankreich, USA und Belgien herausgab. Sie bestehen aus verschiedenen Sätzen die jeweils 6 unterschiedliche Abbildungen beinhalten. Thematisch aufeinander abgestimmt, enthalten sie auf der Vorderseite ein Motiv und der Rückseite einen Informationstext oder Werbung.



Abb. 2: Das Geschenk für den König – 1891, Quelle: colecteo



Abb. 3: Wenn Negerkinder naschhaft sein, Fallen in Extract hinein! - 1887 Quelle: colecteo  
Quelle: colecteo



Bereits auf Abbildung zwei kann man den Einfluss des Kolonialismus deutlich erkennen. Ein damals klassisch westlich gekleideter und aussehender Mann, als einziger herrschaftlich auf einem Esel sitzend, ist von arbeitenden, dunkelhäutigen Menschen umgeben. Seine dargestellte Überlegenheit wird neben der erhöhten Positionierung, auch an der vergleichsweise spärlichen und urtümlichen Bekleidung der anderen Männer deutlich.

Ein weiteres Merkmal der kolonialen Sammelbilder war die karikative Darstellung des „Negers“. Er wurde häufig mit einem großen Kopf und einem verhältnismäßig kleinen Körper gezeigt, wie in Abbildung drei zu beobachten ist (HESSEN

Abb. 4: Hindernissreiten - 1906  
Quelle: colecteo

(POST)KOLONIAL, 2015). Obwohl die Liebig Bilder zu manch anderen Bildern wie zum Beispiel dem Bilderbogen „Knecht Ruprecht in Kamerun“ noch gar harmlos erscheinen, transportieren sie doch koloniales Gedankengut und tragen so zur Haltung der Menschen zur damaligen Zeit bei.

Ein Grund für die teilweise weniger offensiv kolonial gestalteten Motive könnte sein, dass Sammelbilder auf vielen Teilen der Erde begehrt waren und es so eine Art indirekten Rassismus benötigte, damit Käufer aus anderen Kulturen nicht abgeschreckt wurden. Zum Großteil waren Bilder von Pflanzen oder Tieren, Alltagsgeschehnissen und auch geschichtliche Motive abgebildet (COLECTEO, 2011). Mit diesen Bildern konnte das Exotische und Fremde ins eigene Heim gebracht werden (HESSEN (POST)KOLONIAL, 2015).

Dennoch sind sie aus heutiger Sicht diskriminierend und gesellschaftskritisch zu betrachten. Das scheinbare Wissen, dass Länder des globalen Nordens über den „Anderen“, den globalen Süden, verbreiten und

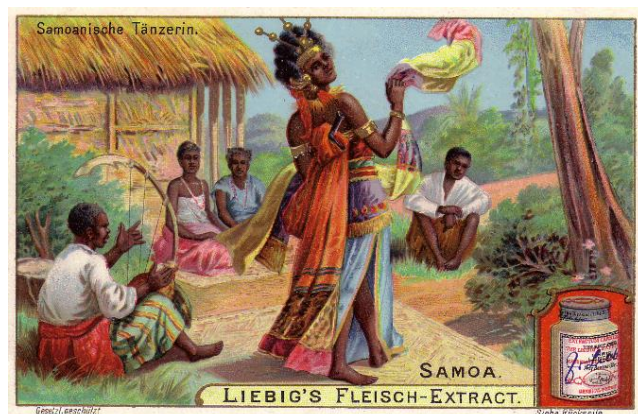


Abb. 5: Samoanische Tänzerin -1901 Quelle: Mückler



als Wahrheit propagieren, war gesellschaftlicher Duktus. Sammelbilder sind eines der Medien, welche damals das koloniale Denken im Kopf der Menschen verankerten.

Ein Beispiel für den Orientalismus ist Abbildung 5. Dort ist eine samoanische Tänzerin zu sehen, welche zur Musik tanzt. Links am Rand sitzt ein Mann der auf einer Bogenharfe spielt. Das Geschehen in diesem Bild wirkt wie ein traditioneller Brauch dieser Kultur. Die Bogenharfe war in dieser Kultur zu jener Zeit jedoch noch gar nicht bekannt (MÜCKLER, 2016). Das Bild verdeutlicht beispielhaft, dass der „Westen“ in seinem Weltverständnis kein tatsächliches Wissen über den „Anderen“ verwendet, sondern ihn stets nur aus seiner eigenen, subjektiven Perspektive betrachtet (NANDI, 2009).

### 3. Fazit

Die in dieser Arbeit aufgeführten Bildbeispiele zeigen, dass das Unternehmen LEMCO koloniale Bildsprache für seine Sammelbilder verwendete. In der damaligen Gesellschaft akzeptiert, ist diese Haltung in der modernen Gesellschaft nicht mehr tragbar. Über die heutige Situation der Positionierung des Westens gegenüber anderen Kulturen muss gesagt werden, dass Aussagen über den „Anderen“ heutzutage überaus kritisch und vorsichtig getroffen werden. Miriam Nandi schreibt im Buch „Postkoloniale Soziologie“: „Immer häufiger wird historisch Verantwortung für die Fehler übernommen, die der Westen mit seinem Anderen begangen hat“. Auch ein Unternehmen wie LEMCO sollte daher seine Vergangenheit reflektieren und eine klare Position beziehen.

Grundsätzlich zeigt die Analyse, dass das Thema der Kolonialisierung insbesondere durch die Herabstufung der „Anderen“ und die Inszenierung des Fremden transportiert wird. Auch heutige Reporter sollten sich beispielsweise die Reklamesammelbilder ins Gedächtnis rufen, wenn sie Aussagen und Bilder über fremde Kulturen verbreiten und sich über die tatsächliche Wahrheit ihrer Arbeiten Gedanken machen. Dieses Essay zeigt, dass auch Hessen und seine Unternehmen vom kolonialistischen Denken beeinflusst waren und das Thema der Reklamesammelbilder von Liebig für das Projekt „Gießen postkolonial“ von Bedeutung ist.

## Literaturverzeichnis

**Colecteo** (2011): Sammelgebiet Liebig Bilder.

<http://www.colecteo.com/liebigInfo> (04.04.2017).

**Duden** (2017): Kolonialismus. <http://www.duden.de/node/692252/revisions/1106385/view> (03.04.2017)

**Focus online** (2007): Fleischextrakt: Die Ära der Tütensuppe beginnt.

[http://www.focus.de/wissen/mensch/geschichte/erfindungen/tid-5371/fleischextrakt\\_aid\\_51356.html](http://www.focus.de/wissen/mensch/geschichte/erfindungen/tid-5371/fleischextrakt_aid_51356.html) (02.04.2017).

**Hessen (post)kolonial** (2015): Reklamesammelbilder.

[https://www.inst.uni-giessen.de/hessen-postkolonial/doku.php?id=de:koloniale\\_repraesentationen:reklamesammelbilder](https://www.inst.uni-giessen.de/hessen-postkolonial/doku.php?id=de:koloniale_repraesentationen:reklamesammelbilder) (03.04.2017).

**Judel, G. K.** (2003): Die Geschichte von Liebig's Fleischextrakt. S.3,S.10, S.13

[http://geb.uni-giessen.de/geb/volltexte/2004/1381/pdf/SdF-2003-1\\_2b.pdf](http://geb.uni-giessen.de/geb/volltexte/2004/1381/pdf/SdF-2003-1_2b.pdf) (02.04.2017).

**Kelch, F.** (2012): Zeit online: Europäischer Kolonialismus.

<http://blog.zeit.de/schueler/2012/03/30/kolonialismus/> (02.04.2017).

**Liebig-Museum** (2017): Die Person Liebig: Leben und Werk.

[http://www.liebig-museum.de/justus\\_liebig/index.php](http://www.liebig-museum.de/justus_liebig/index.php) (02.04.2017).

**Mückler, H.** (2016): 19th and early 20th century trade cards about Oceania as tools of information, education and propaganda for European colonial powers. Universität Wien. S.7

**Nandi, M.** (2009): Am I that Other? Postkoloniale Intellektuelle und die Grenzen des

Postkolonialismus. In: Reuter, Julia/Villa, Paula-Irene (Hrsg): Postkoloniale Soziologie.

Bielefeld. Transcript. S. 91-114

**Willoweit, D.** (2009): Denker, Forscher und Entdecker: Eine Geschichte der Bayerischen Akademie der Wissenschaften in zwanzig Portraits: C.H.Beck, 1. Ausgabe. S.100