

Pfaffenhofener Stadtgeschichten

„Meinem geschätzten Kundenkreis zur Kenntnis ...“

Alte Werbeanzeigen als Spiegel der Pfaffenhofener Gewerbegeschichte

*Die gute
Mass-
Kleidung*
**FÜR
HERREN
UND
DAMEN**

*Theodor
Riedl*
*Schneidermeister
Pfaffenhofen/Ilm*



PFAFFENHOFEN A. D. ILM
Guter Boden für große Vorhaben

„Pfaffenhofener Stadtgeschichten“ Nr. 27 | Juni 2023

Herausgeber:

Stadt Pfaffenhofen a. d. Ilm

Hauptplatz 1 und 18

85276 Pfaffenhofen a. d. Ilm

Tel. 0 84 41/78-0

Fax 0 84 41/88 07

E-Mail: rathaus@stadt-pfaffenhofen.de

pfaffenhofen.de | pafunddu.de

pfaffenhofen.de/stadtgeschichten

Autor und Redaktion:

Andreas Sauer M. A.

Satz, Bildbearbeitung und Druck:

Humbach & Nemazal Offsetdruck GmbH

Ingolstädter Straße 102

85276 Pfaffenhofen a. d. Ilm

„Meinem geschätzten Kundenkreis zur Kenntnis ...“

Alte Werbeanzeigen als Spiegel der
Pfaffenhofener Gewerbegeschichte

Inhaltsverzeichnis

Grußwort des Bürgermeisters	4
Zur Einführung	5
1 Anfänge der Werbung vor 200 Jahren: Anzeigen in überregionalen Tageszeitungen und Schaufensterwerbung Versteigerungsinserate und Veranstaltungshinweise der Stadt Ein Landgerichtsarzt und ein Geistlicher als Inserenten Schaufensterauslagen und Werbeschilder als bewährte Werbemittel	6
2 Durchbruch der Anzeigenwerbung im 19. Jahrhundert: Das Amtsblatt des königlichen Bezirksamts als Werbeträger der heimischen Geschäftswelt Aufschwung für das Werbegeschehen durch die lokale Presse Steigende Auflagenzahlen verbessern die Werbetätigkeit Optische Aufwertung von Anzeigen im 19. Jahrhundert mit grafischen Elementen: Inserate werden zum Blickfang – Theaterzettel und Werbeplakate	11
3 Spiegel des Zeitgeists: Zeittypische Gewerbe und Werbeanzeigen erzählen die Geschichte ihrer Epoche Vielfältige Bedeutung von Werbeanzeigen – Pfaffenhofen als Standort der Technisierung – Produkte für Haus und Herd – Besonderheiten des späten 19. Jahrhunderts	18
4 „Patente“ Unternehmer und ihre Geschichte: Innovationen aus Pfaffenhofen und Umgebung Visionäre Unternehmer aus Pfaffenhofen: Reichspatente als Qualitätsmerkmal Auch international erfolgreich: Die Maschinenfabrik Stocker Attraktive Werbeprospekte Pfaffenhofener Unternehmen Der „Werbepionier“ Balthasar Kraft – Direktkundengewinnung durch Joseph Hipp – Exklusive Werbegrafik: Das Unternehmen „Pips“ aus Eutenhofen	23

5	Werbung dokumentiert Wandel: Entwicklung ausgewählter Sparten aus Handwerk und Gewerbe Vom Veloziped zum Automobil: Fortschritt im Verkehrswesen Fashion und gutes Aussehen: Mode im Wandel – „Annonciersäulen“ als neue Werbeträger	32
6	Wachsende Werbemöglichkeiten durch technische Neuerungen Automobile und Flugzeuge im Dienst der Werbung Kinos als Multiplikator von Werbeanzeigen	37
7	Tourismus und Stadtmarketing: Erste Werbebroschüren der Stadt Werbung für das „Tor zur Hallertau“ – Massenmotorisierung und Tourismuswelle führen zu verstärkten Werbemaßnahmen	41
8	Früher wie heute: Werbung im steten Wandel	44
9	Quellen- und Literaturverzeichnis	46
10	Bildnachweis	47

Grußwort des Bürgermeisters

Was heute Werbung in Fernsehen, Hochglanzmagazinen und auf Instagram ist, waren vor 100 bis 150 Jahren Auslagen und einfache Plakate in den Schaufenstern der örtlichen Unternehmen. Etwas später kamen dann Anzeigen in den ersten Wochen- und Amtsblättern hinzu, anfangs in rein textlicher Form, dann mit ersten grafischen Elementen und Bildern.

Die Pfaffenhofener Einzelhändler haben frühzeitig erkannt, wie sie ihre Dienstleistungen und Produkte den Kunden attraktiv vorstellen können. So wurden gerade an Markttagen – damals wie heute dienstags und samstags – die Schaufenster geschmückt und so die Kundschaft über Produkte und Angebote informiert.

Aber auch Vereine waren bereits vor über 100 Jahren aktiv und nutzten das damalige Amtsblatt, um auf ihre Veranstaltungen aufmerksam zu machen. Heute verwenden diese neben ihren Webseiten auch unser PAFundDU-Bürgermagazin.

Ich danke Stadtarchivar Andreas Sauer für seine Nachforschungen und diese Zusammenfassung der Werbegeschichte unserer Stadt. Was wohl die Werbung von heute in 100 Jahren über das Leben in unserer Stadt erzählt?



Thomas Herker
Erster Bürgermeister

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Thomas Herker'. The signature is written in a cursive, flowing style.

Zur Einführung

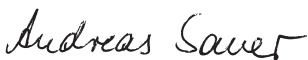
Nicht erst seit heute besitzt die Anzeigenwerbung eine hohe Bedeutung. In einer endlosen Fülle an Farben und Formen, in gedruckten wie in Online-Medien, im Rundfunk wie im Fernsehen und auf Social-Media-Foren begleitet sie einen auf Schritt und Tritt und erreicht den Konsumenten – erwünscht oder auch nicht – sogar auf dem Smartphone.

Dass Werbung schon seit nahezu 200 Jahren eine entscheidende Rolle für das Gewerbe- und Wirtschaftsleben spielt, macht eine Reise durch die Geschichte der Werbung zwischen 1860 und 1960 deutlich. Insbesondere ab Mitte des 19. Jahrhunderts entwickelte sie sich aus schlichten Anfängen heraus zu einem vielfältiger und bunter werdenden Phänomen, das viel über die Produkte und ihre Hersteller sowie über die herrschenden Zeitumstände erzählt.

Das vorliegende Heft möchte die Entwicklungsstufen der Werbung in Pfaffenhofen nachzeichnen und zu einem illustrierten Spaziergang durch 100 Jahre Werbe-geschichte einladen. Vielfach sprechen die Anzeigen für sich und sagen etwas über ihr Zeitumfeld und die Geschäftswelt aus.

Gedankt sei dem bewährten Team bei der Gestaltung dieser Ausgabe der „Pfaffen-hofener Stadtgeschichten“: der Stadt Pfaffenhofen a. d. Ilm für die Herausgabe der Schriftenreihe, der Druckerei Humbach & Nemazal für Layout und Druck, „ideehoch-zwei“ für die Gestaltung des Umschlags, Herrn Marzellus Weinmann für die sorg-fältige Begleitung der Gestaltung sowie Frau Martina Wühr, Frau Imke Delhaes-Knittel und Herrn Florian Erdle für das gewissenhafte Lektorat.

Andreas Sauer



1 Anfänge der Werbung vor 200 Jahren: Anzeigen in überregionalen Tageszeitungen und Schaufensterwerbung

Versteigerungsinserate und Veranstaltungshinweise der Stadt

Die Anfänge der Anzeigenwerbung in Zeitungen reichen bis in das späte 18. Jahrhundert zurück. In größeren Städten und in für den Handel bedeutenden Orten inserierten Geschäftsinhaber bereits ab Mitte des 18. Jahrhunderts in der damals noch sehr dünn gesäten bayerischen Zeitungslandschaft. Außer verschiedene Münchener Blätter nutzten sie vor allem die Kurfürstlichen Intelligenzblätter und die Augsburgener Postzeitung für Anzeigen.

Die aufkommende Herausgabe von Wochenblättern oder Zeitschriften wie dem „Bayerischen Landboten“ bzw. der „Bayerischen Landbötin“ insbesondere ab dem frühen 19. Jahrhundert führte jedoch bald dazu, dass auch Geschäfte und Betriebe in kleineren Städten und Märkten – Pfaffenhofen zählte damals rund 1600 Einwohner – gedruckte Medien als Werbeträger entdeckten.

Die Stadt Pfaffenhofen ließ in diesen Organen Versteigerungsbekanntmachungen von zum Teil bedeutenden Anwesen, deren Besitzer verschuldet waren, abdrucken. Aber auch Inserate von Wirten und Bierbauern, die Festveranstaltungen anlässlich der Königsjubiläen der Wittelsbacher organisierten und zu deren Besuch einluden, nutzten dieses Forum. Die ersten privaten Inserenten waren die Pfaffenhofener Boten, die einmal pro Woche nach München, Augsburg oder Regensburg fuhren und ihre Fahr- und Transportdienste anzeigten.

Anzeige über das Kaufangebot der „Heimer“-Brauerei (später Müllerbräu) aus dem Jahr 1783 mit einigen heute interessanten Angaben zum Besitz:
Die Bräu- und zwei eingebaute Nebenbehäusungen, Pferde- und Viehställe; die außerhalb der Stadt liegende gemauerte Märzenkeller und der darin befindliche, mit einer Mauer umfangene Garten; ein gleich gegenüber entlegener, 2 Tagwerk haltender Hopfengarten; ein vor dem Tor gelegener, mit einer Mauer ringsum eingeschlossener Garten.

[Münchener Intelligenzblatt vom 19. September 1783]

Ediktalcitation.
Nachdem auf beiderseitiges Verbleiben des Martin Höchstls, gewes. bürgerlichen Weingastgeb- und Bierbrauers alhier sei. die sammentliche Gläubiger u. Interessenten das gegiemeinde Ansuchen gestellt, daß das gesamt. Höchstlsche, vorhin Franciscas Pduerische Vermögen, welches in einer frey eigenthümlichen Bräu- und 2 eingebauten Nebenbehäusungen, dann Pferd- und Viehställen, den darauf hastenden Weinwirth- und Bräugerechtigkeiten, dann allen Hausmobiliën, als Bethern, Zinn, Kupfer, so andern. Item der todt- und lebendigen Baumanssahrniß, sammt Bräugeschier. Ferners einen außer der Stadt entlegenen lubrigen gemauerten Märzenkeller, und dem darinn befindlichen mit einer Mauer umfangenen Garten, dann einem gleich gegenüber entlegenen 2 Tagwerk haltenden Hopfengarten; weiters in einem vor dem T. entlegenen mit einer Mauer ringsum eingeschlossenen Garten den 3 Tagwerk groß, und der darselbstigen Behäusung; nicht minder den zur gedachten Bräuanstalt gehörigen 100; Emsch-Feibgründen; 7 1/2 Tagwerk zweymädlig und 3 Tagwerk einmädlig Weiesen, und 25 Zuchart Holzgründen, dann in vorrichtigen Holz, Getreid, und Heu, Hopfen und Malz, so andern bestehet, und über Abzug der Baarschaft auf 30204 Fl. 57 Kr. eiblich geschätzt worden, an den Weisbietenden öffentlich verkauft werden soll. Als wird solches jedermänniglich mit dem Anhang fund gemacht, daß sich die Kaufsliebhaber auf Montag den 20. des nächstkommenden Monats October. auf althiesigen Rathhaus Vormittags von 9 Uhr bis 12 Uhr einfinden, und ihre Kaufsanbothe ad Protocollum abgeben, sohin das weitere gewärtigen sollen, zu welchen Ende man ihnen die vordienige Einsicht des obrigetlich errichteten Inventarij freigeleitet haben will. Ver. den 13 Sept. An. 1783.
Burgermeister und Rädte der kursächs.
Stadt Pfaffenhofen in Baiern.

Joh. Anton Schmaus, Anselm Wörfl,
Stadtschreiber. Amtsbürgermeister.

Feier des Doppeljubiläums
der Posthalterfamilie
Pachmayr – 50-jähriges
Dienstjubiläum des Senior-
chefs und Hochzeitsfeier des
Sohnes und Besitznachfol-
gers – mit einem dreitägigen
Scheibenschießen, das auf
der Anlage an der heutigen
Schützenstraße stattfand
(Bayerische Landbötin vom
29. August 1844)



Einladung
zu einem freien Scheibenschießen,
welches
zur 50jährigen Dienstesfeier
des vormaligen Posthalters **Anton Pachmayr**,
und zur Hochzeitsfeier
des nunmehrigen Posthalters **Ferdinand Pachmayr**
zu Pfaffenhofen a. d. Alm
unter nachstehenden Bestimmungen veranstaltet wird.

I. Preise.

Auf dem Haupt: 1. Preis: 6 bayr. Thaler mit 3 Fahnen. Einlage für 4 Stechschüsse 3 fl.	Auf dem Kranz: 1. Preis: 6 bayr. Thaler mit 3 Fahnen. Einlage für 4 Stechschüsse 3 fl.	Auf dem Stück: 1. Preis: 6 bayr. Thaler mit 6 Fahnen. Einlage für 4 Stechschüsse 3 fl.
---	---	---

Auf der Ehrenschelde 1 Fahne.
Für den Weltpreis:
2 bayr. Thaler und 1 Fahne.
Summa der Besten: 48 fl. und 14 Fahnen.

II. Besondere Bestimmungen.
Dieses Schießen beginnt am Sonntage den 8. September l. J., wird am Montage den 9. fortgesetzt, und endet am Dienstage den 10. abends 6 Uhr, worauf sogleich die Preisfahnen vertheilt werden.
Auf dem Haupt und Kranz kann nur ein Fehlschuß zu 45 kr. auf dem Stück dagegen 100 Schüsse à 15 kr. rückerst werden.
Auf die Ehrenschelde hat jeder Hr. Schütze einen Schuß ohne Einlage.
Den Weltpreis erhält der aus der weitesten Entfernung kommende Hr. Schütze.
Die Schelken sind mit 12 Zoll großem Schwarz versehen und in einer Entfernung von 150 Schritten aufgestellt.
Es wird auf Kölbl geschossen, und die Gewlanke nach der Hälfte der Schußzahl regulirt.
Jeder Hr. Schütze hat 30 kr. Standgebühr und die Einlage sogleich beim Empfang der Schußpfeile zu entrichten.
Die Treibhüte wird sich vorbehalten.
Das Schießen geht unter Leitung der Schützengesellschaft Pfaffenhofen vor sich, und wird sich in allen Fällen an die l. d. Schützenordnung v. J. 1790 gehalten werden.
Hierzu sind alle Schützen und Schützenfreunde freundschaftlichst eingeladen von
Pfaffenhofen a. d. Alm am 24. August 1844.
Anton Pachmayr und **Ferdinand Pachmayr**,
f. Posthalter und l. Schützenmeister.

7744.



Einladung.
2033. Mit obrig-
keitlicher Bewillig-
ung gibt Unterzeich-
neter zur Feyer
der glücklichen
Ankunft Sr.
Majestät
des
Königs Otto
von
Griechenland
in seinen Staaten
im Sommerkeller, Garten
ein
Kegeleschießen
mit folgenden Gewansten.

1. Preis 100 Thlr. nebst Fahne, mit dem Bildniß Sr. Maj. des Königs.
2. Preis 50 Thlr. nebst Fahne, mit dem Bildniß Sr. Maj. der Königin.
3. Preis 25 Thlr. nebst Fahne, mit dem Bildniß Sr. Maj. des Königs Otto von Griechenland.

Ausschnitt aus der Einladungsanzeige des „Pfaffbräu“ Joseph Müller zu einem Kegeleschießen in seinem Sommerkeller anlässlich der „Feyer der glücklichen Ankunft Sr. Majestät des Königs Otto von Griechenland in seinen Staaten“
(Bayerische Landbötin vom 25. Juli 1833)

Bekanntmachung.

Der sehr verehrten Einwohnerschaft von Pfaffenhofen und Umgebung zur gefl. Kenntnisknahme, daß ich mein seit Jahren bestehendes Mehl- und Spezereiwaaren-Geschäft ab 1. Oktober lfd. Jrs. meinem Schwiegersohne

Herrn Anton Schrag

mit allen Aktiven und Passiven übergeben habe.

Indem ich meiner sehr geehrten Kundschaft für das Wohlwollen und Vertrauen, welches mir und meinem Manne sel. seit 32 Jahren geschenkt wurde, meinen herzlichsten und aufrichtigsten Dank ausspreche, bitte ich zugleich, daselbe auch auf meinem Schwiegersohne und meine Tochter Marie zu übertragen und mir ein freundliches Andenken auch in meiner Zurückgezogenheit nicht verjagen zu wollen.

Hochachtungsvoll!

Frau Max Groß' Wwe.

Bezugnehmend auf vorstehende Bekanntmachung, beehre ich mich, der hoch geehrten Einwohnerschaft von Pfaffenhofen und Umgebung ergebenst anzuzeigen, daß ich ab heute das Mehl-, Spezerei- und Zigarren-Geschäft von

Frau Max Groß' Wwe.

durch Heirat mit deren Tochter Marie unter Uebernahme aller aktiven und passiven Beständen übernommen habe und daselbe unter der Firma

Anton Schrag vorm. Max Groß Ww.

fortführen werde.

Es wird unser eifrigstes Bestreben sein, das dem Geschäfte bisher in so reichem Maße geschenkte Vertrauen durch gewissenhafte, reelle Bedienung zu rechtfertigen und bitten die sehr geehrten Kunden uns hierin durch zahlreichen Besuch unterstützen zu wollen.

Die Herren **Raucher** erlaube ich mir besonders auf mein gut assortirtes Lager in Hamburger und Bremer Zigarren, sowie in- und ausländischen Zigarettenfabrikaten, Rauchtabaken etc. aufmerksam zu machen und glaube jedem Geschmacks Rechnung tragen zu können.

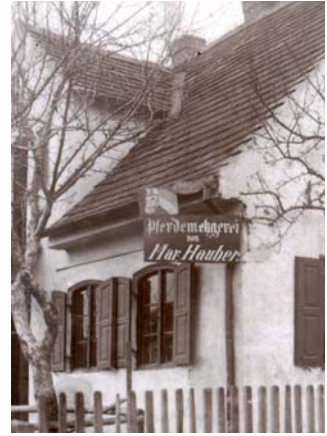
Mit vorzüglicher Hochachtung!

Anton Schrag mit Frau.

Pfaffenhofen a. Elm, den 1. Oktober 1903.



Der Wunsch der Geschäftswelt: Schaufenster mit starker Wirkung auf die Kunden wie bei der Färberei und Wollwarenfabrik König an der Münchener Straße (1930er Jahre)



Werbeschild am Haus der Pferdemetzgerei von Max Hauber an der Hohenwarter Straße (um 1930)



Schaufenster der Mehl- und Spezerei-Handlung von Anton Schrag mit Werbeschildern (ca. 1905)

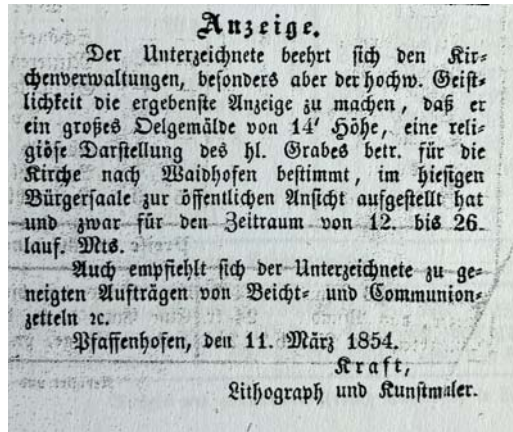
noch kleinen Schaufenster mit der Präsentation der Artikel aus eigener Fertigung sollte die vorbeigehenden potenziellen Käufer zu einem Ladenbesuch und zum Kauf einladen. Besonders am Dienstag und Samstag als traditionelle Pfaffenhofer Markttag, an denen auch zahlreiche auswärtige Besucher in die Stadt kamen, suchte man neue Kunden zu gewinnen. Bedeutung besaßen auch die aus Blech gefertigten, mit aussagekräftigen Symbolen versehenen Firmen- und Zunftsschilder, die die noch zu Beginn des 19. Jahrhunderts des Lesens und Schreibens zum Teil unkundige Bevölkerung auf das jeweilige Handwerk aufmerksam machten.

2 Durchbruch der Anzeigenwerbung im 19. Jahrhundert: Das Amtsblatt des königlichen Bezirksamts als Werbeträger der heimischen Geschäftswelt

Aufschwung für das Werbegeschehen durch die lokale Presse

Ganz neue Möglichkeiten für die Anzeigenwerbung bot die Herausgabe eigener Zeitungen im Landgericht Pfaffenhofen. Besaß das seit 1849 jeweils am Sonntag mit vier Seiten erscheinende „Wochenblatt für den kgl. Landgerichtsbezirk Pfaffenhofen“ noch rein amtlichen Charakter, enthielt das ab 1865 herausgegebene „Amtsblatt für das kgl. Bezirksamt Pfaffenhofen“ erstmals Raum für größere Geschäfts- und Vereinsanzeigen.

Trotz seiner anfangs geringen Auflage von nur rund 300 Exemplaren nutzten es die ersten Geschäftsinhaber der Stadt, die auf den Erfolg der Anzeigenwerbung setzten. Denn das zunächst zweimal wöchentlich erscheinende Amts-Blatt musste von den Gemeinden und Pfarrern abonniert werden. An Gebäuden der 78 (!) Gemeinden des Bezirks sowie an Schaukästen war das jeweils aktuelle Exemplar für die Öffentlichkeit ausgehängt, die neben den tagesaktuellen Nachrichten auch die Werbeanzeigen und Veranstaltungshinweise studierte. Auf diese Weise gewann das Amts-



Frühe und seltene Anzeige im Pfaffenhofener Wochenblatt von Balthasar Kraft, der sehr früh auf Anzeigenwerbung setzte (1854).

Geschäfts-Empfehlung.

Wann sehr verehrlichen Qualitäten einleit. Ich unterzeichneter (Kauf) anzeigen, daß er durch Erweiterung seiner Geschäfte etc. in allen Dingen reichhaltiger werden hat.

Meine Qualitäten erprobter und bewährter Meubel-Anzeige ich mich, unter den Qualitäten in der Stadt und auf dem Wege, besonders in Pf., welche ich eine praktische und gründliche Instructionen erhalten haben.

Tobest ich unter einem Uebel. Gewann seinen Magasin setze, welches ich bei, prägnant und reiche Behienung, und eine un gewöhnlich, Sprache.

Meubel - Magazin

Preise

fein lakirten Meubeln:		fein polirten Meubeln:	
Züder	von 2 - 8 R.	Speisestühlen	von 15 - 20 R.
Stuhlmöbeln	von 5 - 12 R.	Bettstellen	von 15 - 20 R.
Bettstellen	von 3 - 10 R.	Tischstühle	von 7 - 8 R.
Stühle und besetzte Stühle	von 6 - 24 R.	Wandstühle	von 10 - 27 R.
Stühle	von 9 - 15 R.	Schreibtische	von 15 - 18 R.
Wandstühle	von 9 - 11 R.	Ordnunglicher Stuhl	von 4 R. 30 Tr. - 8 R.
Wandstühle	von 9 - 10 R.	Chaiselonge	von 11 - 18 R.
Wandstühle	von 10 - 20 R.	Wandstühle	von 12 - 20 R.
Wandstühle	von 4 - 8 R.	Wandstühle	von 4 R. 30 Tr. - 6 R.
Wandstühle	von 1 - 12 R.	Wandstühle mit Fuß und Rücken	von 30 - 40 R.
Wandstühle	von 15 - 20 R.		
Wandstühle	von 3 - 6 R.		

Alle Meubel jeder Gattung werden auf best. Gebühre mieten oder gekauft.

Paul Karg,
Geschäftsmeister in Pfaffenhofen.

Nach der Erweiterung seiner Geschäftslokaltäten schaltete Schreinermeister Paul Karg eine Anzeige für sein „Meubel-Magazin“ mit dem Warensortiment samt Preisen, das sich vornehmlich an Hausfrauen und Brautleute richtete (1872).

blatt ab den 1860er Jahren große Strahlkraft für die Werbung des heimischen Mittelstands.

Steigende Auflagenzahlen verbessern die Werbetätigkeit

BEKANNTMACHUNG

Die von der kaiserl. königl. österreichischen Regierung ausgeschrieben und garantierte Original-Stats-Lose vom Jahre 1864 mit Gewinnen von fl. 250,000, 200,000, 50,000, 25,000 etc. Kleinster Gewinn fl. 100 bis fl. 200, jährlich 5 Ziehungen, am 15. April, 1. Juni, 1. September, 1. December, 1. März, verkauften wir gegen Einwendung des Betrages von **8 Gulden** als erste Rate, Plan und Prospekt gratis.

Rothschild & Co.,
Postgasse 14, Wien.

Dresch-Maschinen

franco Bahnfracht für fl. 88. —
Garantie 3 Jahr, Probezeit 14 Tage.

Für den Handbetrieb von fl. 88.
Neueste Konstruktion, ging von Offen, Schwungrad von 130 Pfund Gewicht, weiteer Zirkelständer und für den Spitztrieb eingerichtet. Für den Betrieb durch ein Pleß oder Doh von fl. 240 an.
Für den Betrieb von zwei Axeln mit allen Riemen und Riemenscheiben und allem Zubehör von fl. 230 an.
Man wende sich brieflich an die Maschinen-Fabrik von **Moritz Weil junior in Frankfurt a. M.** oder an einen der Herren Agenten.
Solide und tüchtige Agenten erwünscht.

Den Herrn Baumeistern und Bauunternehmern empfiehlt sich ergebenst zu **Dacheindeckung mit Schiefer** an Thürmen und Gebäuden jeder Art sowohl auf Latten als Bretter-Verfahung, in geeigneten Fällen bei fast gleichem Preise der doppelten Ziegelbedachung zur soliden und billigsten Ausführung unter Garantie.
Zugstadt im März 1871.

Ch. Basold.

Dankagung.

Jenen verehrlichen Einwohnern Pfaffenhofens, welche uns in unserer bedrängten und traurigen Lage Unterstützung zukommen ließen sagen wir allen nochmals herzlichsten Dank und möge Gott Sie dafür belohnen.
Hochachtungsvoll ergebenste
Mathias Gail
und dessen Frau Katharina.

Jene Frau dahier, welche meine Ehre auf so ungerichte Weise beschimpfte, fordere ich auf, ihre lügenhaften Aussagen zurückzunehmen oder ich wäre gezwungen gerichtliche Klage zu stellen.

Barbara Bruckmeier.

Ein Anwesen in der Gemeinde Tegernbach, Landgerichts Pfaffenhofen a. M., ist mit oder ohne Inventar, neugebaut, Alles im besten Zustande, aus freier Hand zu verkaufen. Das Uebrige bei Hrn. Notar Hermann in Pfaffenhofen.

Ein besserer Werbeeffect sollte mit auf den Kopf gestellten oder seitlich gedrehten Anzeigen erzielt werden [1871].

Mit dem Ausbau des Amtsblatts auf drei Erscheinungstermine je Woche und nunmehr acht Seiten im Jahr 1884 nahm auch die Werbetätigkeit deutlich zu. Neben zahlreichen Gewerbetreibenden nutzten auch die ersten in Pfaffenhofen bestehenden Vereine das Organ für Veranstaltungshinweise.

Damit entwickelte sich das Amtsblatt zunehmend zum Spiegel seiner Zeit, in dem sich zeittypische Handwerksformen mit den neuesten Produkten präsentierten, technische Neuerungen und Revolutionen angepriesen wurden, aber auch heimische Vereine und auswärtige Veranstalter die „Events“ des 19. Jahrhunderts anzeigten. Ab den 1890er Jahren erhöhte sich die Auflage des Amtsblatts deutlich und belief sich schließlich auf mehrere Tausend Exemplare. Damit hatte rund jeder vierte

Haushalt und etwa jeder zehnte Einwohner im Bezirk Pfaffenhofen die Zeitung, die damals erste Werbebeilagen enthielt, vor sich liegen.

Optische Aufwertung von Anzeigen im 19. Jahrhundert mit grafischen Elementen: Inserate werden zum Blickfang

Die ersten Anzeigen waren noch äußerst schlicht gehalten. Sie besaßen weder ein besonderes Schriftbild noch Verzierungen oder gar gestalterische Elemente. Die sachliche Information über ein Produkt und die Angabe von Preisen sowie des Firmenstandorts waren in der Regel die einzigen Angaben in frühen Inseraten.

Ab Mitte des 19. Jahrhunderts wurde die Werbung zwar noch nicht bunter, doch gewannen die Anzeigen durch künstlerische Gestaltung, die immer mehr verfeinert und vielfältiger wurde, an Attraktivität. Bereits im 19. Jahrhundert wurden Schriftkurse für Geschäftsinhaber angeboten, die das richtige „Layout“ und die Verwendung einer geeigneten Schrift vermittelten.

Die Gestaltung mit verschiedenen Schriftarten und künstlerischen Überschriften und Einrahmungen machte den Anfang. Bald folgten die ersten Abbildungen von Produkten oder typischen Elementen des jeweiligen Handwerkszweigs. Später waren in Form von Rauchbildern erste Abbildungen der Geschäftshäuser oder des Firmengebäudes zu sehen. Die Anzeigen wurden zunehmend zum „Blickfang“ und dienten auf immer abwechslungsreichere Weise der Kundengewinnung.



Der Buchdrucker und Herausgeber des Pfaffenhofener Amtsblatts, Franz Xaver Herzog (1826–1880), brachte künstlerische Elemente in seine Anzeigen ein.



Andreas Bauers Empfehlung als Geschenk zu Weihnachten: Eine Pfaff-Nähmaschine neuester Bauart (1889)



Firmenstempel von Malermeister Albert Finkenzeller (1935)

Kaffee jeden Montag frisch gebrannt * **Zigarren** nur gut gelagerte Ware

Wolle in nur besten Qualitäten und in der grössten Auswahl.
Kravattenseide in allen Farben.
... Frisch eingetroffen ...
Kravatten in grosser Auswahl.
Selbstbinder.
Strumpflängen maschinengestrickt, sehr gut zum Hinstricken.
Knüpfgarn zum Anfertigen von Weibnachtsgeschenken.
Taschentücher weiss und farbig.

Anton Finsterer, Hauptplatz.

Anzeige mit Abbildung des Geschäftshauses von Anton Finsterer am Hauptplatz 25 (1913)

Uhren-Gold-Silber-Musikwaren.
Nähmaschinen, Karli Thallmair, Fahrradwerk.

Sehr vorteilhaftes Angebot in **Firmungs-Uhren** mit Ketten und Stuis 2 Jahre Garantie. Von 65 Mark an.
Halsketten Ohrhinge Uhrenarmbänder
Passende Firmungsgeschenke in allen Preisen
Grammophone mit und ohne Trichter von 200 Mark an
Grammophonplatten von 14 Mark an
Herren- u. Damen-Fahrräder mit Freilauf und prima Bereifung von 900 Mark an
Nähmaschinen versenkbar u. mit Kasten nur erstklassige Marken von 680 Mk an
Prima Laufdecken von 58 Mark an
Entschlände von 18,50 Mark an
Sämtliche Ersatzteile, wie: Glocken, Luftpumpen, Lampen, Sattel, Speichen, Schutzbleche, Pedale etc. zu den allerbilligsten Preisen

Eigene Reparatur-Werkstätte für Uhren, Goldwaren, Fahrräder, Nähmaschinen, Grammophone.
Alte Fahrräder werden frisch emaliert und vernickelt.
Besichtigen Sie in Ihrem eigenen Interesse mein grosses Warenlager.

Karl Thallmair am Hauptplatz 223
Uhren- und Fahrradgeschäft Telefon-Nr. 103

Für **Weihnachten** auf den **Altar**
erlaube ich mir, einen Hochm. Clerus, sowie Kirchenverwaltungen meine in Lindenholz geschnitten oder auf Holz dauerhaft gemalten **Christkinder** (in allen Größen vorrätig) bestens zu empfehlen.
Mein Geschäft für neu anzufertigende kirchl. Einrichtungen jeder Stylart, sowie Renovierungen derselben in empfehlende Erinnerung bringend, zeichnet Achtungsvoll
J. Kirmeier

Anzeige des Kunststaltbesitzers Josef Kirmeier in Pfaffenhofs, der sich wie sein Schwiegervater Balthasar Kraft auf christliche Kunst spezialisiert hatte (1888)

Auch Briefköpfe von Rechnungen der Gewerbetreibenden und Handwerker wandelten sich vom nüchternen Blatt mit den einzelnen Rechnungsposten zu einem ansprechend gestalteten Geschäftsdokument. Auf ihnen waren in einzelnen Fällen die Produktpalette, bald sogar der Geschäftssitz abgebildet.

Unter der Telefonnummer 103 war Karl Thallmair am Hauptplatz 11 erreichbar, der neben Uhren und Fahrrädern auch Musikalien im Angebot hatte (1921).



Carl Hagenmiller

Gewei- & Geweihmbel-Handlung
Waaren- & Bank-Agentur

Pfaffenhofen a. I. I. m.



hlt großes Lager in **Geweihen**: Edelhirsch-, Virginier-, Mexikaner-, Pferde-, Ostindier-, Japan-Hirschgeweihe, Elch- und Rennthiergeweihe, Rehgeweihe in allen Preislagen. Bhkhpfe mit natrlichen oder knstlichen Stangen. Hubertusschmuck.

Anknpfend an vorstehende Anzeige halte ich mich auch zur Lieferung aller Hirschhornwaaren bestens empfohlen z. B. Geweihkrnne, Geweihhalter, Kleiderhalter, Kronleuchter, Kstnerweibchen, Blumenstpfe, Aquarien, Blumenstnber, Wandleuchter und Hunderte anderer Artikel, die jmmlich nach bei mir ausliegenden Photographien hergestellt werden.

Ferner halte ich mich wie seither bestens empfohlen zur Lieferung von **Knigsberger Kohlen-Brikets (Brestkohlen)**

Dieselben sind seit 22 Jahren von mir hier eingefhrt und der ich steigender Absatz ist der beste Beweis fr die Vorzglichkeit dieses mit dem Staatspreise ausgezeichneten Brennmaterials.



Braunkohlen zu technischen Zwecken und fr Zimmerheizung liefere ich in den besten Marken, insbesondere aus dem bhmischen Kohlenbecken, bei Weggonbezug zu konkurrenzfhigen Preisen.

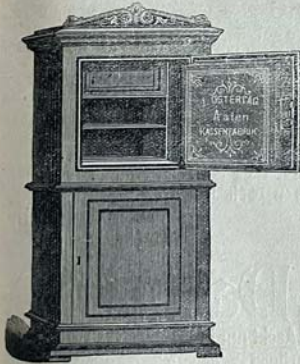
Seit 28 Jahren Vertreter der rhmlichst bekannten **Kassensfabrik von J. Ostertag** in Aalen habe ich hierzr in diesem Zeitraume 30 Geldschrnke geliefert, darunter 2 fr den wohlbl. Stadtmagistrat.



Die Fabrik ist Lieferantin der bedeutendsten Geldinstitute des Kontinents z. B. der Reichsbank, beschftigt 200 Arbeiter und leistet die weitgehendste Garantie fr ihre Fabrikate.

Verlangen Sie im Bedarfsfalle von mir Preisliste und Zeugnisse ber die Widerstandsfhigkeit ihrer Fabrikate bei Feuergefahr und Einbruchversuchen.

Ich vertrete ferner seit vielen Jahren die bedeutendste **Kautschukstempel-Fabrik Deutschlands** und liefere billigst Kautschukstempel aller Art fr alle Zwecke, Kautschuktypen, Medaillons und Kopierstempel, Datumstempel, Handstempel mit Selbstfrbe-Vorrichtung, Monogramm-Stckerei-Vordruckstempel von Kautschuk (Neuheit), Trockenstempel-Pressen, Univerfalkstempelftzen mit unverfiegbarer Stempelfarbe, Vordruckstempel fr Wschstckerei und Vordruckapparate, Waldhmmer, Waldnummernrsten, Wschezeichenstempel, Zhlpfatten von Kautschuk, Zink-Tr- und Firmenschilder, Brennstempel, Fleischendruck-Apparate, Drahtstift-Apparate, Heftmaschinen, Fabrik-Kontrollmarken, Biermarken, Plombenstangen und Bleiplomben zc. zc. Verlangen Sie zur Durchsicht meinen Hauptkatalog. Derselbe enthlt die Preise und Abbildungen von 376 Artikeln.



Mein Katalog ber Buchdruck-Clichs enthlt ca. 30,000 Abbildungen, die sich auf alle nur erdenklichen Geschftszweige beziehen. Jeder Geschftsmann, der seine Annoncen wirkfamer machen will, findet darunter ein geeignetes Clich.



Die Vermittlung von Hypothek-Kapitalien

aus Banl., Stiftungs- und Sparkassengeldern betreibe ich wie seither und halte mich auch in diesem Zweige bestens empfohlen.

Großanzeige des Kaufmanns Carl Hagenmiller, der mit einem Spektrum von Hirschgeweih ber Kohlen und Kassenschrnke bis hin zu Angeboten fr Finanzanlagemodelle ein breites Angebot bereitstellte (1903).

Auswärtige Veranstaltungsagenturen brachten im 19. Jahrhundert Leben in die Stadt. Ein spektakuläres Schiffskarussell sorgte 1889 auf der Freifläche an der Moosburger Straße im Bereich der später errichteten evangelischen Kreuzkirche für reichlich Spaß bei der Bevölkerung.

Moosburger Straße.
Nur noch Samstag, Dultsonntag und Montag.
See auf Land!



Schiffskarussell.
Bei unserer Durchreise nach München haben wir unser Schiffskarussell auf hiesiger Plage aufgestellt und empfehlen wir dasselbe einem geehrten Publikum zur gef. Benützung.
Die Direction.

Einladung.



Zu dem künftigen Montag den 25. ds. Mts. Abends im großen Rathhauseaale dahier zum Besten des Liederkranzes, vom Großherzoglich Badischen Hoforchester

Herrn Carl Nast
unter gefälliger Mitwirkung des Hochw. Herrn Chorregent Allegger (Harmonium) und Herrn Baumann aus Gelsenfeld (Clavier) veranstalteten

CONCERTE

werden hiemit Alle auswärtigen Freunde der Kunst, welche einen schönen und genussreichen Abend erleben wollen, freundlichst eingeladen.

Die Zwischenpausen werden durch Gesangsvorträge des Liederkranzes ausgefüllt und besagt hierüber Näheres das Programm.

Gate Restauration ist besorgt, Eröffnung derselben Abends 6 1/2 Uhr, Beginn des Concertes 7 1/2 Uhr.

Hochachtungsvoll
Liederkranz Pfaffenhofen.
D. Weidlein, Vorstand.

Vorläufer der Rathauskonzerte: Feierliche Einladung der Liedertafel mit dem bekannten Pfaffenhofener Violinisten Karl Nast als Solist (1876)

3 Spiegel des Zeitgeists: Zeittypische Gewerbe und Werbeanzeigen erzählen die Geschichte ihrer Epoche

Vielfältige Bedeutung von Werbeanzeigen



Die Spenglermeister Michael Dittelberger und Xaver Götz warben für Spirituslampen als technische Neuerung und boten auch Kochapparate und Bügeleisen an (1902).

Die Spenglermeister Michael Dittelberger und Xaver Götz warben für Spirituslampen als technische Neuerung und boten auch Kochapparate und Bügeleisen an (1902).

Pfaffenhofen als Standort der Technisierung

Der technische Fortschritt im letzten Drittel des 19. Jahrhunderts mit seinen weitreichenden Auswirkungen schlug sich auch im Anzeigenwesen nieder und gewährt

Post-Omnibus-Wagen-Versteigerung.

1867(2a)
Montag den 18. November h. J. Mittags 12 Uhr
 werden auf der Post in Pfaffenhofen a/Am mehrere 8- und
 10sitzige noch ganz gut erhaltene Post-Omnibus-Wagen versteigert.

Anzeige des Posthalters Ferdinand Pachmayr über die Versteigerung seiner Postomnibusse am Tag nach der Eröffnung der Bahnlinie München–Ingolstadt (Münchner Bote vom 15. November 1867)

Werbeanzeigen sagen viel über ihr jeweiliges zeitliches Umfeld und zeittypische Besonderheiten aus. Über das eigentliche Produkt hinaus dokumentieren Inserate den Zeitgeist, gewähren etwa Einblicke in die Einrichtung und Ausstattung von Wohnungen oder zeigen die Mode, die die Menschen seit dem 19. Jahrhundert trugen.

In einer Zeit, in der sich die Fotografie erst zu etablieren begann, vermitteln sie Bilder des Alltags der Stadtbevölkerung. Zugleich sind Geschäftsanzeigen sichtbare Zeichen der Firmen- und Unternehmensgeschichte der Stadt ab dem 19. Jahrhundert und dokumentieren auch die Existenz nur kurzzeitig bestehender Betriebe.

interessante Einblicke in die damals erfolgende Zeitenwende.

Mit der Eröffnung der Eisenbahnlinie München–Ingolstadt am 14. November 1867 setzten sofort Entwicklungen

ein, die die Stadt veränderten. Bereits am folgenden Tag versteigerte Posthalter Ferdinand Pachmayr (1816–1909) seine Postomnibusse, da er erkannte, dass sein seit einigen Jahren bereits im Rückgang befindliches Postgewerbe nicht mehr konkurrenzfähig sein würde.

Durch die Ansiedlung auswärtiger Maschinenbetriebe, die an der Bahnhofstraße (heute Münchener Straße) Filialen gründeten und Maschinen- und Lagerhallen errichteten, bekam die Stadt im Süden ein völlig neues Gepräge und neue wirtschaftliche Impulse. Geschäftsanzeigen dieser zum Teil nur kurzlebigen Unternehmen zeigen interessante technische Neuerungen und machen die Aufbruchsstimmung des ausgehenden 19. Jahrhunderts deutlich.



Unterzeichneter macht die ergebenste Anzeige, daß er eine große Sendung landwirtschaftlicher Maschinen erhalten habe, und dieselben zu sehr billigen Preisen abzugeben im Stande ist.

a.	2spännige Schweizermaschinen' complet	180—210 fl.
b.	2 " liegende Göppel und Cylinder	200—250 fl.
c.	3 " " " " " "	225—280 fl.
d.	4 " " " " " "	250—300 fl.

e. Breitdrehschleuder mit und ohne Strohhäspel
Handdrehschleuder auf Holz- und Eisensfuß, Schrottmühlen mit Controlapparat.
Futterschneidmaschinen in jeder Größe und zu sehr billigen Preisen:

a.	Handmaschinen	48— 70 fl.
b.	für Göppelbetrieb	70—125 fl.
c.	hohe Futterschneidmaschinen sammt Vorlege	80—140 fl.

Auch liegen stets auf Lager Schinde-Werkzeuge, Schneidzeuge, Hammer, Bohrmaschinen, Bohrratschen etc. etc. zur geizigsten Abnahme und empfehlen sich

Gebr. Winneberger Maschinenfabrik
(36) (Filiale Pfaffenhofen.)

Pioniere der Ansiedlung von Maschinenfabriken waren die Gebrüder Wineberger, die an der Münchener Straße auf Höhe des Bahnhofs eine Niederlassung gegründet hatten und für einige Jahre hier Vertrieb und Werkstatt besaßen (1875).



Neu! Transportabel! Praktisch!

Für Oekonomie
Bester Backofen!

für 6, für 8 und 12 Laib Brod!
Alleinvertreter für den Bezirk Pfaffenhofen
Johann Strasser, Hafnermeister

Der Hafnermeister Johann Strasser besaß die Alleinvertretung von Backöfen für den Bezirk Pfaffenhofen (1904).

Produkte für Haus und Herd



Anzeigen zum Uhren- und Schmucksortiment von Anton Buchner, der sein Geschäft an der Sonnenstraße betrieb (1891/1901).



Ab Ende der 1920er Jahre begann der Rundfunk auch in Pfaffenhofen Fuß zu fassen (1933).



Die Amperwerke forcierten den Ausbau der Elektrifizierung und warben für elektrische Geräte im Haushalt, hier in der Küche der Hebamme Maria Märkl.

(Nachrichten für das Gebiet der Amperwerke E.A. Juni 1932)

Besonderheiten des späten 19. Jahrhunderts

Das ausgehende 19. Jahrhundert, häufig mit verklärtem Blick als idyllische „Prinzregentenzeit“ bezeichnet, war in Wirklichkeit eine sehr bewegte, unruhige Epoche, die in die „Urkatastrophe“, den Ersten Weltkrieg, führen sollte. International sorgten Rüstungsbestrebungen und ein aggressiver Kolonialismus für eine angespannte Lage, im Königreich Bayern und auch speziell im Raum Pfaffenhofen verursachten wirtschaftlicher Niedergang, Versteigerungen von Häusern sowie Kreditskandale massive Probleme.

Eine Reaktion auf diese Entwicklung war die ab den 1870er Jahren stark ansteigende Zahl an Auswanderungen aus dem heimischen Raum, nahezu ausschließlich nach Nordamerika. Gegen Ende des 19. Jahrhunderts emigrierten in einzelnen Fällen ganze Familien. Zugleich wurde die Organisation von Auswanderungen zu einem eigenen Geschäftszweig. Versicherungsagenturen mit Niederlassungen und Agenten in Pfaffenhofen inserierten im Amtsblatt und garantierten eine reibungslose Abwick-



Johann Nepomuk Hochhauser fungierte in Pfaffenhofen als Agent der bekannten Auswanderer-Agentur „Norddeutscher Lloyd“ (1876).



Auch die Münchner Schauspielerinnen und Anlagebetreiberinnen Adele Spitzeder (1832–1895) inserierte wiederholt im Pfaffenhofener Amtsblatt (1872).



Titelseite des Ausstellungskatalogs zur Gewerbeausstellung im Rathaus 1886, die zahlreiche Pfaffenhofener Handwerker als Werbeplattform nutzen



Die Dampfmolkerei Kratzer an der äußeren Münchener Straße setzte auf Werbemarken, um ihren Bekanntheitsgrad zu steigern [ca. 1910].



Firmenschild des bekannten Orgelbaumeisters Martin Binder (1849–1904), der in Pfaffenhofen und später in Regensburg sehr erfolgreich war.

lung der ungewissen Reise in die Neue Welt. Viele Anzeigen zu Zwangsversteigerungen und Bankrotten machen die Not der Zeit auf ihre Weise deutlich.

Eine zweite Reaktion auf die kriselnde Zeit war die Organisation von Gewerbeschauen in Pfaffenhofen. In den Jahren 1886 und 1921, jeweils besonders ausgeprägte Krisenzeiten, fanden in großem Stil zwei derartige Veranstaltungen statt, um dem heimischen Gewerbe eine neue (Werbe-)Plattform zu bieten. Mit Ausstellungskatalogen und Werbeprospekten sowie großen Zeitungsanzeigen gewann die Anzeigenwerbung in diesem Bereich große Bedeutung.

4 „Patente“ Unternehmer und ihre Geschichte: Innovationen aus Pfaffenhofen und Umgebung

Visionäre Unternehmer aus Pfaffenhofen: Reichspatente als Qualitätsmerkmal

Einige Handwerker und Fabrikanten aus Pfaffenhofen sorgten im beginnenden 20. Jahrhundert mit Erfindungen oder Patenten auf ihre Artikel für neue Impulse im städtischen Geschäftsleben. Zugleich nutzten sie die bestehenden Möglichkeiten, ihre Produkte zu vermarkten und auch den überregionalen Markt zu erobern. Damals erschienen die ersten gedruckten Firmenprospekte, die ansprechend, zum Teil bereits farbig gestaltet waren und durch die neue Kunden gewonnen werden sollten. Mehrere Pfaffenhofener Handwerker inserierten im Amtsblatt mit Abbildungen und genauen Beschreibungen ihrer Produkte, wie es Sebastian Dietrich praktizierte, der in der Frauenstraße mit der Herstellung von Dampfkesselanlagen für Viehfutter erfolgreich war.

Der Kupferschmied Michael Dotterweich war mit seinen Kessel- und Brauereianlagen ebenfalls überregional bekannt. Aus dem Raum Nürnberg stammend, hatte sich der angehende Kupferschmied in den 1880er Jahren zunächst für einige Jahre nach Nordamerika begeben, um sich bei dortigen Firmen weiter zu qualifizieren. Nach



Der Ofen- und Herdfabrikant Sebastian Dietrich machte sich mit eigenen Erfindungen einen Namen [1908].



Werbeanzeige für seine Kesselanlage mit Nummer des Reichspatents (1908)



Der erfolgreiche Kupferschmiedmeister Michael Dotterweich brachte Amerika-Erfahrung mit nach Pfaffenhofen und war einer der ersten Geschäftsinhaber mit Telefonanschluss. In seiner Anzeige für Sudhaus-Anlagen und Brauereibedarf sicherte er den Kunden zu: „Besuche kostenlos“ (1934)



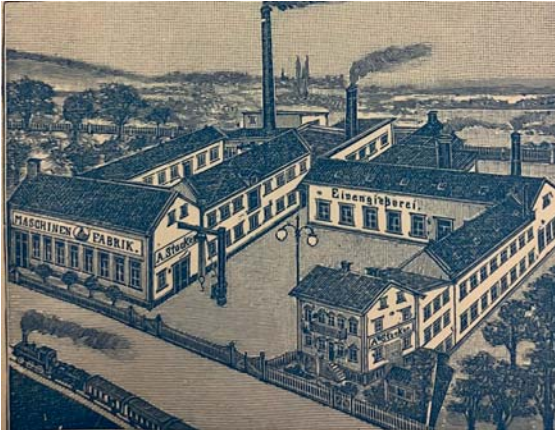
Blick in seine Werkstatt, die sich zwischen Frauenstraße und Stadtgraben befand (um 1935)

seiner Rückkehr arbeitete er in der Kupferschmiede von Sophie Enzinger, von der er das Unternehmen im Jahr 1893 erwerben konnte.

Michael Dotterweich errichtete zwischen Frauenstraße und Stadtgraben ein neues Firmengebäude und entwickelte neuartige Produkte überwiegend für das Brauwesen, auf die er mehrere Patente erhielt. Er war im gesamten deutschen Raum erfolgreich und stattete zahlreiche Brauereien mit seinen Erfindungen aus.

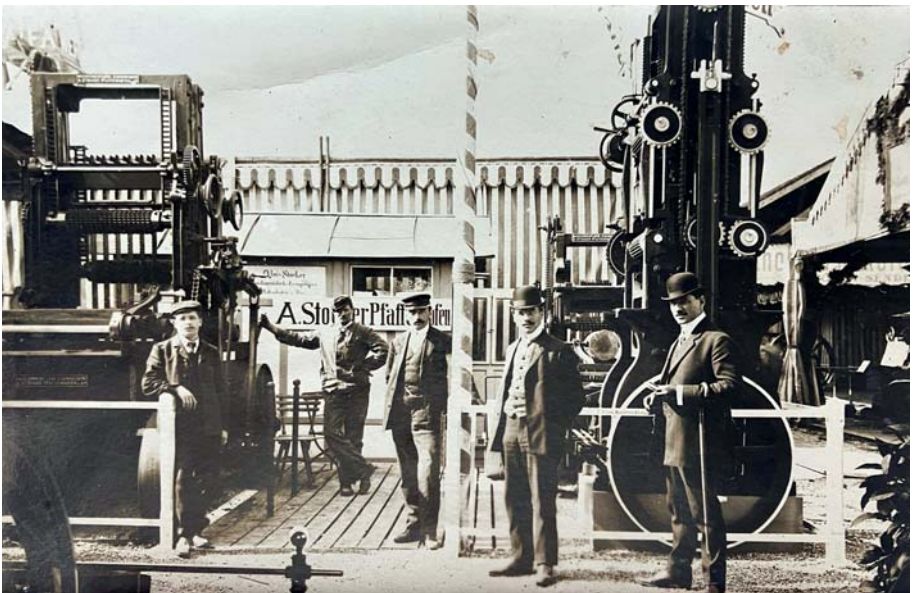
Auch international erfolgreich: Die Maschinenfabrik Stocker

Im Jahr 1886 verlegte Kaspar Stocker (1835–1896) seine Maschinenfabrik von Mitterscheyern nach Pfaffenhofen. In günstiger Lage in Bahnhofsnähe begann er ab diesem Jahr, seine vielfältigen Produkte in großen und modern ausgestatteten Betriebsräumen herzustellen.

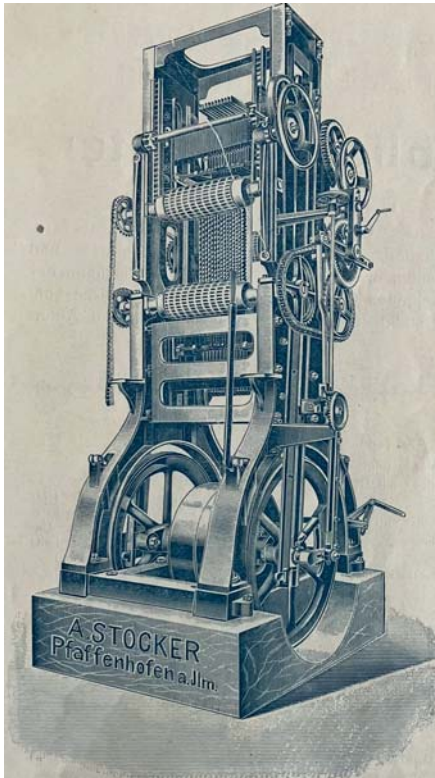


Rauchbild der Maschinenfabrik Alois Stocker mit Gießerei und Dreherei und dem Wohnhaus im Vordergrund rechts (ca. 1909)

Neben Hopfendarren und Sägewerkseinrichtungen, die weit über die Region hinaus verkauft wurden, erlangten die Spaltgatter sogar internationale Bekanntheit. Kaspar Stockers Sohn Alois Stocker (1864–1926) ließ als Nachfolger ansprechend gestaltete Prospekte mit der gesamten Angebotspalette drucken, dies sogar in englischer und in weiteren Sprachen. Das Unternehmen, das als einer der



Stand der Maschinenfabrik auf der Weltausstellung in Paris 1900



Leichter Gang! Hohe Tourenzahl!
Grosse Leistungsfähigkeit!

Stabile Vollgatter

mit Simplex-Schubwerk
zum Vor- und Rückwärtsschneiden.

Einrichtung zum Vor- und Rückwärtstreiben der Stämme
(D. R. G. M. Nr. 328 161).

Kettenantrieb zum Patent angemeldet.

Ringschmierlager an der Hauptwelle und Quertraversen
zwischen den Ständern.



Zu jedem Gatter werden geliefert:

- 2 Stück Baumwägen (Blockwägen),
- 1 Flacheisengleise mit Holzschrauben je nach Gattergrösse,
- 1 unterer Absteller mit Versicherungsstiften, } (Diese sind von der Holz-
- 1 Schwungradbremse, } Berufs-Genossenschaft
- 1 Satz Fundamentschrauben,
- 1 Satz Schlüssel,
- 1 Keiltreiber,
- 1 Schränkeisen,
- 4 Seilrollen und Gewichte zur Druckwalzenbelastung,
- 1 Sägeblatt mit Anfassung,
- 1 Stück Sägeblattkeil,
- 1 Stück Aufлагstahlrahme zum Schönen der Gatterrahme,
- 1 Fundamentplan.

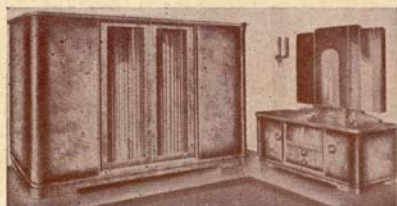
Sägegatter in unterschiedlicher Ausführung machten die Maschinenfabrik zu einem weithin bekannten Unternehmen. (Ausschnitt aus einem Werbesprospekt, 1909)

größten Arbeitgeber Pfaffenhofens bis zu 80 Mitarbeiter beschäftigte, lieferte in zahlreiche Länder Europas und war unter anderem auch auf der Pariser Weltausstellung 1900 vertreten.

Attraktive Werbesprospekte Pfaffenhofener Unternehmen

Verstärkt setzten sich im 20. Jahrhundert Firmenprospekte durch, die an die Haushalte verteilt oder auch den ab 1919 erscheinenden Tageszeitungen beigelegt wurden. Die seit 1889 bestehende Schreinerei und Möbelfabrik, die Franz Birk in der Frauenstraße gegründet hatte, nutzte dieses Medium ebenso wie das Kaufhaus Urban am Hauptplatz, das regelmäßig Prospekte drucken ließ, die heute ansprechende Blicke auf die zeittypische Mode und Accessoires früherer Jahrzehnte gewähren.

Postwurfsendung! — An alle Haushaltungen!



Schlafzimmer „ERIK A“, Birke antik
„KÖLN“, 168 cm, Eiche mit Maser mitt



Bitte kommen Sie bald zu einem
unverbindlichen Besuch



Köln

1954 Launer Verlag Pflanzhafen

Möbelhaus Franz Birk
Pfaffenhofen/Ilm
 Frauenstraße 1 und 32 — Telefon 274
 Bequeme Teilzahlung, Lieferung frei Haus

Als Postwurfsendung verteilter Prospekt
des Möbelhauses Franz Birk aus dem Jahr
1954 für ein gediegenes Wohnambiente

21 4,90
22 12,50
23 19,75
24 10,50
25 8,50
26 10,75
27 1,40
28 7,90
29 3,90
30 14,40
31 8,50
32 10,50
33 3,75

22 Damen-Pullover
Perfekte aus guter Baumwoll-Quellwolle, 1/2, Ärmel und Halskreuz, Rücken aufgesetzte Größe 40-44 4,90

23 Damen-Jacke
paradeislich, modische Bolafarm, in vielen Modellen, aus schöner Woll-Quellwolle 36,50

24 Damen-Pullover
aus schwerer Woll-Quellwolle, modische Form mit Rollkreuz und breitem Peterband, in vielen Modellen lieferbar 19,75

25 Ka-Georgette-Tuch
80/80, als Same Hals- und Kapsel geeignet, in schönen farbigen Blumenmustern 2,45

26 Viererkluch
aus besser drapierfähiger Halbseide in vielen schönen Mustern u. Farbbelegungen, 80/80 cm 7,90

27 Langschol
aus feinstem Textil, in sportl. modischen Formen und Karbonaten und vielen Farbtönen 7,90

28 Modischer Reverskragen
aus bestem Ka-Poplin mit reicher Ansatzein-Gewandung 3,90

29 Modischer Reverskragen
aus Georgette mit wertvoller Atzopten-Gewandung 2,95

30 Damen-Taschenschirm
der besten Original-Fabrik! Bezug aus guter, schwebelater Kunststoffe in modernen Karo-Mustern, mit Druckknopf-Futteral 14,40

31 Damen-Schirm
kräftiger Ka-Bezug in modischer Karo-Mustern, gefälliger Handgriff und Tragehaube 8,50

32 Damen-Modeschirm
kräftige Form, mit schön, modisch karierterem Bezug, mit Holz- oder Imi-Perleknopf-Griff, Griff 23 cm lang, mit Druckknopf-Futteral 10,50

33 Damen-Lederhandschuh
in verschiedenen Ausführungen, mit Einsempelriemen 3,75 und Lochriemen 9,75

Seite aus einem Prospekt des Kaufhauses
Urban mit Utensilien für „Sie“ (1954)



Kunstanstalt für kirchl. Arbeiten
VON
B. Kraft & J. Kirmeier
Pfaffenhofen a. Mu

beehren sich ihr Geschäft einem Hochw. Clerus und Kirchenverwaltungen zur Anfertigung von Altären, Kanzeln, Bet-, Chor- und Beichtstühlen, Kreuzwegstationen, (gemalt und Reliefs), hl. Gräber (Spezialität), Ausmalungen von Kirchen und Kapellen &c. &c. in schöner und stylgerechter Durchführung, in gefällige Erinnerung zu bringen.

Statuen jeder Art und in allen Größen, **Gruppen, Reliefs** aus Lindenholz, kunstgerecht ausgeführt, mit reicher und einfacher Polychromierung, sowie Anfertigung von **Grotten** zu Lourdes-Statuen zu möglichst billigen Preisen.

Die ehrendsten Zeugnisse über die Leistungen der seit 1853 bestehenden Kunstanstalt stehen zu Diensten. Pläne, Farbskizzen und Kostenvoranschläge werden gratis geliefert.

Christuskörper
in Holz und Guss Eisen für Feldkreuze, Kirchhöfe und Schulen, sowie Grabkreuz in größter Auswahl.

F a r b e n
trocken und in Firniß feinst abgerieben, jeder Art, gut trocknend, zum **Selbstanstreichen** für Jedermann.

Anzeige der von Balthasar Kraft im Jahr 1853 in Pfaffenhofen gegründeten Kunstanstalt mit dem immer wieder an den Markt angepassten und erweiterten Programm, das sein Schwiegersohn Josef Kirmeier übernahm [1888].

Ein modern denkender Unternehmer voller Ideen war der Schreiner, Lithograph und Kirchenmaler Balthasar Kraft. Als Multitalent auf mehreren Gebieten machte er sich insbesondere mit der Herstellung von Altären, Heiligen Gräbern und Lourdes-Grotten sogar international einen Namen.

Schon seit 1853, und damit als erster Handwerker inserierte er im Pfaffenhofener Wochenblatt und informierte die Bevölkerung über seine neuesten Arbeiten und seine öffentlich zu besichtigenden Kunstwerke. Darüber hinaus ließ er auch Dankeschreiben seiner zufriedenen Kunden abdrucken und warb auf diese Weise für die Qualität seiner Kunstanstalt an der Scheyerer Straße. Da die Geistlichkeit fester Abnehmer der Wochen- und Amtsblätter war, konnte Balthasar Kraft mit dieser Zeitung ein optimales Forum für seine Anzeigen nutzen.

Direktkundengewinnung durch Joseph Hipp



Teilsicht der Fassade der Konditorei und Wachszieherei mit ansprechender Schaufenstergestaltung (1900)

Eine Pfaffenhofer Erfolgsgeschichte nahm gegen Ende des 19. Jahrhunderts ihren Anfang. Joseph Hipp aus Günzburg hatte im Jahr 1897 die Konditorei und Lebzelterei seines Lehrmeisters Anton Seidl erwerben können und mit dem von ihm entwickelten Kinderzwiebackmehl ein neues Produkt geschaffen, das er im großen Stil zu vermarkten gedachte.

Trotz der von ihm geschalteten Inserate entwickelten sich die Verkaufszahlen jedoch nicht wie gewünscht, sondern stagnierten. Da kam ihm die Idee, auf dem Weg der Direktwerbung aktiv Kundenakquise zu betreiben und den Personenkreis anzusprechen, der für den Erwerb und die Verbreitung des Produkts in Frage kam: Familien mit Neugeborenen und kleinen Kindern sowie Apotheken.

Frühe, handgeschriebene Anzeige für das später so erfolgreiche Kinderzwiebackmehl (1902)



So besorgte sich Joseph Hipp entsprechende Adressen und schrieb die Personen direkt an. Das Resultat war ein durchschlagender Erfolg. Die Nachfrage nach HIPP-Kinderzwiebackmehl stieg stark an und eine Erfolgsgeschichte nahm ihren Anfang.

Exklusive Werbegrafik: Das Unternehmen „Pips“ aus Eutenhofen



Kunstvolle Anzeige des Ateliers Pips für den Salon Ammerer mit fein schattiertem Hintergrund [ca. 1949]

Ein interessantes Kapitel der lokalen Werbegeschichte schrieb ein kreatives Unternehmerpaar im Dorf Eutenhofen. Bedingt durch Flucht und Vertreibung kamen Grete Techert und ihr Mann, der Werbegrafiker Reiner Michelfelder, im September 1945 hier an. Im Zuge des wirtschaftlichen Neubeginns mit der Währungsreform vom 20. Juni 1948 und der steigenden Nachfrage nach Prospekten und Werbeatikeln nahm ihr in einem Nebengebäude eines landwirtschaftlichen Anwesens schon 1946 eingerichtetes werbegrafisches Atelier einen starken Aufschwung.

Trotz der weiterhin schwierigen Zeitverhältnisse gelang es ihnen, Kunden im gesamten süddeutschen Raum zu gewinnen, für die sie hochwertige und künstlerisch anspruchsvolle Werbeanzeigen und Prospekte gestalteten. Auch die Pfaffenhofer Geschäftswelt nahm die Dienstleistungen der Werbeagentur „Pips“ gerne in Anspruch.



Die Anzeige für die Schlosserei Xaver Arzmillers am Platzl zeigt die typischen Merkmale des Gewerbes mit Eisentor, Schlüssel und Amboss und die geschickt platzierten Initialen „X“ und „A“ für den Geschäftsinhaber [ca. 1949].



Auch Malermeister Johann Schober in der Ingolstädter Straße ließ sich ein kunstvolles Motiv gestalten [ca. 1949].

5 Werbung dokumentiert Wandel: Entwicklung ausgewählter Sparten aus Handwerk und Gewerbe

Vom Veloziped zum Automobil: Fortschritt im Verkehrswesen

Anhand bestimmter Geschäftszweige lässt sich über Werbeanzeigen im wahrsten Sinne des Wortes „anschaulich“ die Entwicklung unterschiedlichster Produkte vom 19. zum 20. Jahrhundert abbilden.



Mit der Gründung des „Velociped-Clubs Pfaffenhofen“ im Jahr 1882 erschienen Anzeigen hiesiger Mechaniker als Vertreter für frühe Fahrrad-Firmen wie Hillmann oder Dürkopp (1887).



Wenige Jahre später setzten sich zunehmend Flachräder auf dem Fahrradmarkt durch, wie sie Carl Fisch in der Judengasse (heute Löwenstraße) im Angebot hatte [ca. 1891].

Von technischen Entwicklungen bis hin zu „Fashion“ oder dem Gesundheitsbereich zeigen Inserate die Fortschritte und Veränderungen verschiedener Sparten.

Die Anfänge der Mobilisierung und Motorisierung im Bezirk Pfaffenhofen, die mit der Eröffnung der Bahnlinie München–Ingolstadt 1867 und dem Aufkommen erster „Velozipede“ in den 1870er Jahren ihren Anfang nahm, spiegelt sich in verschiedenen Anzeigen von Fahrradmechanikern und Händlern wider, die für dieses neuartige und anfangs durchaus kritisch betrachtete Verkehrsmittel warben. In den ersten Jahren noch ein Luxusgut, setzten sich Fahrräder Ende des 19. Jahrhunderts langsam bei der Bevölkerung durch.

Erste Automobile fuhren zu Beginn des 20. Jahrhunderts durch die Stadt, zunächst gesteuert von vermögenden Großstädtern aus München. Im Jahr 1909 besaßen auch elf Pfaffenhofener eigene Autos. Zwischen den Weltkriegen begann ihre Zahl langsam zuzunehmen, doch blieb das Automobil vorerst ein Fortbewegungsmittel für wenige. Die Anzeigenwirtschaft ent-



Schon 1929 bot Franz Xaver Stiglmaier die „Ausbildung zu Kraftfahrzeug-Führern“ an.



Bereits in den 1930er Jahren begann eine Motorisierungswelle mit Zweirädern, die bei hiesigen Mechanikern wie hier Max Geiger an der Türliorstraße erworben und repariert werden konnten (um 1935).



Zwar waren in den 1930er Jahren Automobile in der Stadt noch eine Seltenheit, aber Service- und Tankstellen wie hier an der Münchener Straße standen für den durchfahrenden motorisierten Verkehr bereit (um 1935).



Werbeanzeige von Auto HIPP für den Klassiker der 1930er Jahre, den Adler Trumpf Junior (1938)

deckte es in den 1930er Jahren, als die ersten Werkstattbesitzer als Autohändler fungierten und eine Fahrschule in Pfaffenhofen das theoretische und praktische Wissen vermittelte.

Fashion und gutes Aussehen: Mode im Wandel

Mode und gutes Aussehen waren seit dem 19. Jahrhundert regelmäßige Themen, derer sich die Anzeigen- und Schaufensterwerbung gerne und äußerst ansprechend annahm.

**Grosser Korsets-
Räumungs-Ausverkauf!**
Achtung!
Damen!



Um mein Lager noch vollends zu räumen, gebe ich **sämtliche Korsets**, darunter die modernsten Fassons dieser Saison in der Zeit **vom 15. Juni bis 15. Juli 1912** zu bedeutend ermässigten Preisen ab.

Verlangen Sie **Auswahlsendung!**

Versäumen Sie diese Gelegenheit nicht, sich ein **modernes, elegantes Korset** zu wirklich billigem Preis zu kaufen.

Corset Practica
D.R.G.M. 437780

Korset-Spezialgeschäft
Elise Dittlberger, Pfaffenhofen a. l. l. m.

Werbeanzeige aus der Zeit der eng geschnürten Mieder und Korsetts [1912]

Empfehle mich den geehrten Damen von hier und Umgebung zur

Anfertigung moderner Braut-, Ball- und Gesellschafts-Frisuren.



Kopfwaschen nach :: neuesten :: Methoden (elektrisch, Warmlufttrockenapparat)

Grosse Auswahl in künstlichen **Haarersatz, Zöpfen, Einlagen und Curbans.**

Gebe auch gerne Anleitung im Selbstfrisieren.

Wirrhaare werden zu Zöpfen, Einlagen und Curbans verarbeitet oder zu höchsten Preisen gekauft.


Geschätzten Aufträgen siebt entgegen

Hochachtend
Hg. Lohrer,
Friseur.

Pfaffenhofen

Städtische Einflüsse sorgten ab dem späten 19. Jahrhundert für neue Impulse bei der Haarmode und in Fragen der richtigen Pflege. Der Friseur Georg Lohrer verwendete bereits elektrische Warmlufttrockner [1913].

SCHAULE Damen- und Herren-Ausstattung
- Pfaffenhofen am Hauptplatz - **SCHAULE**



Seitdem vergangenen Samstag besitzt der immer mehr modernisierte Pfaffenhofener Hauptplatz - der schon wegen seiner großzügigen Anlage alle Durchfahrenden zum Halten reizt - einen geschäftlich. Anziehungspunkt mehr. Im alten Gasthaus „Zur Post“ hat sich ein neues Geschäft aufgetan, das allen, die gediegen gekleidet sein wollen, eine gute und mit der neuesten Mode gehende Bedienung verspricht: Damen- und Herren-Ausstattung SCHAULE (bisher Löwenstraße 6).

Der neue schöne Laden mit seiner eleg. Schaufenster- und Innenausstattung mußte, um termingemäß eröffnet werden zu können, in Tag- und Nachtarbeit erstellt werden. Die Baumaterialien stammen von der Firma C. u. B. Koch, während den Umbau die Bau-Unternehmung Josef Märli-Fürholzen durchführte. Die Glasarbeiten sind von der Firma Georg Grabmeir und die Beleuchtung vom Elektrohaus Franz Ecker. Ferner waren die Firmen Fritsch (Maler), Amann (Tapezierer) und Anton Kaiser (Holzarbeiten) beteiligt.

Das Herren- und Damen-Modegeschäft Schaule, zunächst in der Löwenstraße ansässig, etablierte sich später in bester Lage am Hauptplatz [1950].



Im 1950er-Jahre-Design und mit der damaligen Rollenverteilung im Haushalt warb die Iilmwäscherei für ihr Angebot.



Gute Laune mit dem richtigen Haarschnitt und zwei Saxophonen für den richtigen Schwung (ca. 1960)



Zwei Generationen lang bediente die Familie Renner ihre Kunden im Geschäft an der Ingolstädter Straße und achtete auf die Verwendung feiner Stoffe (um 1960).



1933 präsentierte Sebastian Urban in dieser Anzeige die Frühlingsmode für „Backfische“ und Damen.

Der Wandel bei der Kleidung für Jung und Alt sowie auch die richtige Frisur für Sie und Ihn oder Errungenschaften der Zahnpflege wird in Anzeigen sichtbar. Von den engen und beinahe gesundheitsgefährdenden, eng geschnürten Korsetten über die „Reformkleidung“ der Zeit nach dem Ersten Weltkrieg bis zum neuen Stil à la Coco Chanel ab den 1950er Jahren finden sich alle Stufen des modischen Wandels, ebenso bei den Frisuren von Bubikopf und Wasserwelle bis hin zu den volumenreichen Schnitten der 1960er Jahre.

„Annonciersäulen“ als neue Werbeträger

Ein ganz neuer Werbeträger, und damit ein Hauch von Großstadtgefühl kam mit den ersten „Annonciersäulen“ in die Stadt, die unter dem Namen „Litfaßsäulen“ bis heute große Popularität besitzen. Diese bereits seit 1854 in Großstädten verbreiteten Werbesäulen waren ab 1926 auch in Pfaffenhofen zu sehen.

An sechs markanten Punkten – am Hauptplatz sowie an Hauptstraßen und Straßenabzweigungen – boten sie Werbefläche für Unternehmen, Vereine und politische Parteien und machten allen Vorbeikommenden das Kulturangebot in der Stadt bekannt. Auf dem Unteren Hauptplatz stellte man zudem eine große Werbetafel auf, die die zahlreichen Marktbesucher über Veranstaltungen informierte.



1926 an der Münchener Straße aufgestellte Litfaßsäule, im Hintergrund das 1933 abgebrochene Söckler-Anwesen (ca. 1930)



An der Scheyerer Straße steht noch heute eine der alten Werbesäulen, die im Jahr 1926 an sechs markanten Punkten in der Stadt aufgestellt worden waren. Eine weitere befindet sich an der Abzweigung der Hochstraße zur Bahnhofsuffahrt (2023).

6 Wachsende Werbemöglichkeiten durch technische Neuerungen

Automobile und Flugzeuge im Dienst der Werbung



Lastwagen mit Anhänger des 1923 gegründeten Brauhauses Pfaffenhofen mit Werbeaufschrift [undatiert]

Auch die Werbestrategen früherer Jahrzehnte suchten stets nach neuen Möglichkeiten, Werbung an die Frau und an den Mann zu bringen. Technische Errungenschaften waren hierfür besonders wichtig, weshalb bald Autos und sogar Flugzeuge und Zepeline in den 1920er und 1930er Jahren für Werbezwecke zum Einsatz kamen. Auch in Pfaffenhofen waren diese neuen Strategien zu beobachten. Laute Marschmusik einer Militärkapelle, die die Bevölkerung in große Unruhe versetzte, kündigte im Sommer 1932 keinen militärischen Durchmarsch, sondern lediglich das Reklameauto einer Zigarettenfabrik an. Damals zogen zudem wiederholt Reklameflugzeuge einer Textilfirma mit großen Werbebannern über der Stadt ihre Kreise. Der Nutzen dieser aufwendigen Werbung wurde damals jedoch stark angezweifelt.



Werbung für einen guten Zweck als Großveranstaltung: Auf dem Oberen Hauptplatz fand etwa 1930 eine Werbeaktion der Firma „Quita“ statt, die vor dem Hintergrund der damaligen Wirtschaftskrise eine gesicherte und gesunde Ernährung für Kinder und Jugendliche zum Ziel hatte.



Auf einer Werbefahrt der besonderen Art befand sich dieser „KdF“-Wagen, der vor zahlreichen Schaulustigen das Sigl-Eck passierte. Das Fahrzeug warb für den geplanten „Volkswagen“, auf den Interessierte in den späten 1930er Jahren einen Sparvertrag abschließen konnten. Der Zweite Weltkrieg unterband jedoch das Projekt „Volkswagen“ (1938).

Kinos als Multiplikator von Werbeanzeigen

Nachdem die Stadt bereits seit 1912 ein Kino besaß, in dem die neuesten Filme liefen, sorgte der Kinoboom der 1950er und 1960er Jahre für die Errichtung zweier neuer Kinos an der Löwen- und an der Frauenstraße.



Am Platzl sorgte der Sattlermeister und Polsterer Johann Riedmair für bequemes Sitzen und Liegen in den Pfaffenhofener Nachkriegshaushalten (um 1955).



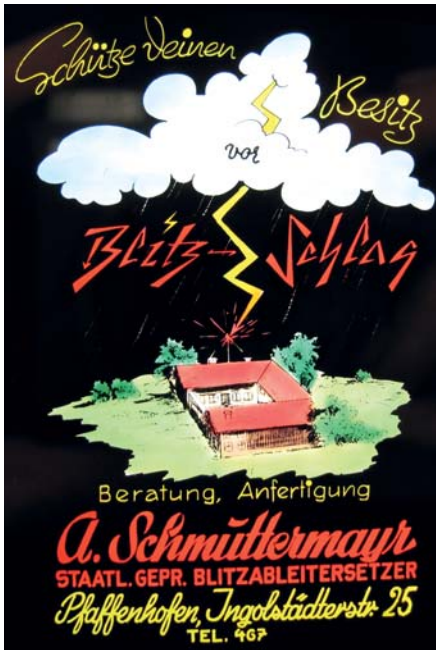
Fröhlich und in Reimen bewarb Metzgermeister Josef Mayer in der Auenstraße seine Wurst- und Fleischwaren (um 1960).



Werbung für ein Stück Motorisierung der 1950er Jahre: Beim Zweiradhändler Josef Kaindel an der Türletorstraße gab es auch die beliebte Kreidler Florett zu kaufen (ca. 1961).



„Vorher zum Möbelkauf“ riet das Einrichtungs- haus Westermaier an der Ingolstädter Straße seinen Kunden (um 1960).



Der traditionsreiche Handwerksbetrieb Schmittermayr warb für Blitzableiter, die das Unternehmen über mehr als 100 Jahre hinweg im Angebot hatte (um 1955).

Beide Häuser konnten zwei Jahrzehnte lang hohe Besucherzahlen aufweisen, was der Werbeindustrie und der Geschäftswelt nicht verborgen blieb. Hier ruhte Potenzial für den heimischen Mittelstand, um neue Kunden auch von auswärts zu gewinnen.

Zahlreiche Unternehmen aus Pfaffenhofen, vereinzelt auch aus umliegenden Orten, ließen Werbeträger mit ihren Produkten erstellen. Diese künstlerisch oft sehr interessant und auch pfiffig gestalteten Bilder wurden vor der Aufführung des aktuellen Kinoprogramms gezeigt. Über ihre eigentliche Aussage hinaus führen sie den Zeitgeist der 1950er und 1960er Jahre vor Augen, präsentieren zeittypische Produkte und die Neuheiten dieser Jahre und vermitteln farbenfroh und in heiteren Bildern das Flair der Nachkriegszeit.

7 Tourismus und Stadtmarketing: Erste Werbebroschüren der Stadt

Werbung für das „Tor zur Hallertau“

<h3>Hotel Müllerbräu</h3> <p style="font-size: small;">erstes Haus am Platze *</p> <p>Weit und breit bekannte Gaststätte Billige Pensions- und Wochenendpreise</p> <p style="font-size: x-small;">Empfohlene Ausschankstätten der beliebten Müllerbräu-Biere:</p> <p>In Pfaffenhofen: „Wittelsbacher-Hof“ mit Garten, Scheyererstraße „Lutherwirt“, Hans Freiberger, Ingolstädterstraße „Salverbräu“, Auenstraße</p> <p>In Immünster: Gartenwirtschaft „Alter Wirt“, Josef Breitter</p> <p>In Reichertshausen: Bahnhofrestauration Math. Fuchs mit gr. Garten</p>	
<h3>Brauhaus Pfaffenhofen a. Ilm</h3> <p style="font-size: x-small;">Akt.-Ges.</p> <p>Brauerei-Gasthöfe:</p> <p>Wohlherrnbräu (Josef Urban) Hauptplatz 13 Telefon-Nr. 1</p> <p>Bortenschlager (Niedermayr) Hauptplatz 39 Telefon-Nr. 61</p> <p>Kramerbräu (Hirschberger) Sonnenstraße 4 Telefon-Nr. 92</p> <p>Pfaffelbräu (Benno Mayr) Hauptplatz 43 Telefon-Nr. 134</p> <p>Gasthöfe und Ausschankstellen:</p> <p>Jungbräu Hauptplatz 15 » Tel.-Nr. 98</p> <p>Gasthof zur Post Hauptplatz 14 » Tel.-Nr. 14</p> <p>Restauration Bachthaler Tel.-Nr. 79</p> <p>Franzbräu Tel.-Nr. 89</p> <p>Franzbräu-Keller</p> <p>Restauration zur Deutschen Eiche</p> <p>Kaffee Georg Guggenbichler</p>	
<h3>Brauerei Bortenschlager</h3> <p style="font-size: x-small;">Telef. 61</p> <p style="font-size: x-small;">Gut bürgerliche Küche « » Schöne Fremdenzimmer Gepflegte Biere u. Weine</p>	
<h3>Kaffee und Weinstube Hipp</h3> <p style="font-size: x-small;">Eigene Konditorei Hauptplatz</p>	
<h3>Brauerei Amberger</h3> <p style="font-size: x-small;">Tel. 22</p> <p style="font-size: x-small;">Gut bürgerliche Küche Gepflegte Biere</p>	<h3>Konditorei — Kaffee Herb</h3> <p style="font-size: x-small;">nächst der Kirche — Angenehmer Aufenthalt — mäßige Preise</p>

Der erste Pfaffenhofener Stadtprospekt aus dem Jahr 1933, der Reisende mit Zug und auf zwei Rädern sowie „Autowanderer“ ansprach, warb auf einer eigenen Seite für die Brauereien, für gute Cafés und Übernachtungsmöglichkeiten in der Stadt.

Im Zuge der zunehmenden Mobilität der Bevölkerung – neben der Eisenbahn und den Buslinien befand sich der Individualverkehr im Aufschwung – setzten die Stadt und die örtliche Gastronomie auf eine Vermarktung der einheimischen Produkte und regionalen Besonderheiten. Mit Autos und Motorrädern durchreisende Personen aus Großstädten sollten die Stadt und ihre einladende Umgebung kennenlernen. Der erste, 1933 herausgegebene Stadtprospekt stellte in Wort und Bild, von Oberlehrer Josef Brückl gestaltet, Reiseziele in der näheren Umgebung vor und listete die damaligen Einkehr- und Aufenthaltsmöglichkeiten auf. Auch der Bereich Erholung und Freizeit mit dem damals vorbildlichen Bad bei der Sägmühle im Süden der Stadt fehlte nicht in der ersten Werbebroschüre.



Aus der Zeit nach 1900 stammen Erinnerungsteller und Gefäße mit Pfaffenhofener Motiven.

Massenmotorisierung und Tourismuswelle führen zu verstärkten Werbemaßnahmen

Mit dem als „Wirtschaftswunder“ bezeichneten gewaltigen Aufschwung in der Bundesrepublik, der ab Mitte der 1950er Jahre alle Bevölkerungsschichten ergriff, begaben sich Millionen von Menschen mit Motorrädern, Automobilen und Wohnwagen auf die Reise in den sonnigen Süden. Pfaffenhofen entwickelte sich dabei zu einem beliebten Hotspot für einen ein- oder mehrtägigen Aufenthalt auf dieser langen Reise.

Die Stadt reagierte ab 1954 darauf mit der Herausgabe von Stadtplänen und Broschüren, die die Sehenswürdigkeiten der Stadt und der Umgebung zeigten, die Stärken der heimischen Gastronomie und Bierbraukunst der damals drei Brauereien herausstrichen oder das idyllisch gelegene, 1949 eröffnete Freibad am Gerolsbach mit dem seit 1953 bestehenden Campingplatz bewarben.

Neben den Stadtbroschüren kamen im Jahr 1960 zahlreiche Werbeartikel und verschiedene Ansichtskarten auf den Markt, die zahlreich an Tagestouristen und die aus verschiedenen europäischen Ländern kommenden Campinggäste verkauft wur-



In der Hochzeit des Campingbetriebes und des beginnenden Massentourismus gab es zahlreiche geteilte Ansichtskarten mit Stadtansichten, die in großer Zahl von Durchreisenden in ihre Heimatorte gesendet wurden (1960).



Von Sigi Braun kunstvoll gestalteter Außentitel einer Werbebroschüre aus dem Jahr 1960 mit beiden Stadtwappen und Sehenswürdigkeiten der Stadt



Der Stadtspiegel aus dem Jahr 1959 enthielt bereits Fotos von Unternehmen und der Gästehäuser und warb damit zunehmend „anschaulich“ für die am Wirtschaftswunder teilhabende Stadt.



den. Man bewarb die aufblühende Geschäftswelt mit modernen industriellen Fertigungsbetrieben wie den Luitpoldwerken (heute Daiichi Sankyo Pharma), der Firma „DB Blaudruck Groß“ oder der stark im Wachsen begriffenen Nahrungsmittelfabrik HIPP an der Münchener Straße, die als bedeutende Arbeitgeber die Stadt als Wirtschaftsfaktor repräsentieren sollten.

Im Jahr 1950 warb die Stadt in schlichter Aufmachung mit einer Broschüre unter dem Motto „Pfaffenhofen am Eingangstor zur Hallertau“, die eine Übersicht über das gesamte Gewerbe und aufstrebende Industriebetriebe wie die Maschinenfabrik Stocker (seit 1886), die Luitpoldwerke (damals am Gerolsbach), die Firma WMH Herion am Ambergerweg, die „Deutsche Blaudruck“ am Münchener Vormarkt oder die aufstrebende Nahrungsmittelfabrik HIPP enthielt.

8 Früher wie heute: Werbung im steten Wandel



Das Fachgeschäft Raschky für Woll- und Strickwaren mit den am Geschäftshaus 1960 neu angebrachten Schriftzügen



Schaufensterauslage für elegante Herrenbekleidung mit dem Hemden-Sortiment „Eterna“ im Kaufhaus Weilhammer (ca. 1960)

Ein Blick zurück auf 100 Jahre Werbegeschichte in Pfaffenhofen veranschaulicht die Vielfalt der Werbekanäle, die in diesem Zeitraum Gewerbetreibende nutzten. Der Wandel von den ersten schlichten Anzeigen bis hin zu Inseraten mit Abbildungen der Werbeartikel oder der Firmengebäude macht die wachsende Bedeutung und das Potenzial der Werbung bereits im 19. Jahrhundert deutlich. Mit neuen technischen Möglichkeiten erweiterten sich die Werbemöglichkeiten ständig. Anzeigen wurden bunter – sie setzten Werbeartikel geradezu „in Szene“ – und der Beruf des Werbegrafikers gewann an Bedeutung.

Eine Rückschau von der Gegenwart aus ins Jahr 1960 wiederum lässt ebenso den ständigen Wandel erkennen; die Werbebranche bleibt dynamisch und entwickelt sich ständig weiter. Und dennoch: Bis heute überlebt haben gedruckte Werbeanzeigen, Prospektbeilagen, einladend gestaltete Schaufenster und sogar die letzten der verbliebenen alten Litfaßsäulen in der Stadt. Somit prägen Kontinuität und Wandel gleichermaßen die Werbegeschichte Pfaffenhofens.



Reichhaltiges Warenangebot der Spenglerei von Ludwig Götz am Hofberg (ca. 1920)

9 Quellen- und Literaturverzeichnis

Quellen

Amtsblatt für das kgl. Bezirksamt Pfaffenhofen, verschiedene Jahrgänge
Bayerische Landbötin, verschiedene Jahrgänge
Bayerischer Landbote, verschiedene Jahrgänge
Der Bayerische Bierbrauer, Jg. 1934
Münchener Bote, Jg. 1867
Münchener Intelligenzblatt, Jg. 1783
Nachrichten für das Gebiet der Amperwerke E.A. Juni, Jg. 1932
Pfaffenhofener Volksblatt, Jg. 1933
Wochenblatt für den kgl. Landgerichtsbezirk Pfaffenhofen, verschiedene Jahrgänge

Literatur

Sauer, Andreas: 125 Jahre Gewerbeschau Pfaffenhofen 1886–2011. Der heimische Mittelstand im Wechselspiel von Wirtschaftskrisen, Aufschwung und technischen Revolutionen, 2011 (Pfaffenhofener Stadtgeschichte(n) 11)
Streidl, Heinrich: Stadt Pfaffenhofen a. d. Ilm, Pfaffenhofen 1979
Streidl, Heinrich: Häuserbuch der Stadt Pfaffenhofen a. d. Ilm, Pfaffenhofen 1982

10 Bildnachweis

Ertl, Hans 44{2}

Familie Stocker 25o, 26

Hipp, Hans 29{2}

Michelfelder, Franz 30, 31{2}

Ponkratz, Heinrich 2

Sauer, Andreas 36re, 41re

Stadtarchiv Pfaffenhofen a. d. Ilm T, 9, 10o re, 10u, 11{2}, 12, 13{2}, 14{4}, 15, 17{2}, 18, 19{2}, 20{3}, 21{3}, 22{2}, 23{2}, 24{2}, 25u, 27{2}, 28, 32{2}, 33{4}, 34{3}, 35{4}, 37, 38o, 39{4}, 40, 41li, 42, 43{3}, 45

Wagenknecht, Heinrich 10o li, 36li, 38u

Andreas Sauer M. A.

Pfaffenhofener Stadtgeschichten

27

Juni 2023

