

Indianer auf Werbebriefumschlägen



Massachusetts: Irokese mit Pferd und Tasche der Fa. Iroquois Bag aus Springfield auf Werbeumschlag um 1890

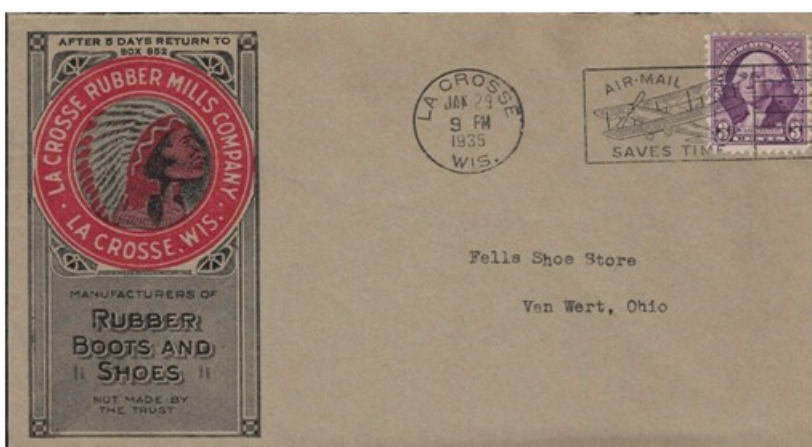
als Werbesymbole für ihren Tabak.

Da europäische Holzschnitzer und Eisen gießer jener Zeit nie zuvor echte Indianer gesehen hatten, glichen die von ihnen angefertigten Figuren mehr schwarzen Sklaven mit Federkopfschmuck und exotischen Gesichtszügen. Sie wurden „Black Boys“ genannt oder „Virginians“. Es dauerte geraume Zeit, ehe die europäischen Werbefiguren für Tabakläden etwas authentischer aussahen. Erst gegen Ende des 18. Jahrhunderts fanden sie als echte Indianer Einzug in der Tabakwerbung in den USA.

Im 20. Jahrhundert begannen Angehörige der 566 durch die US-Bundesregierung staatlich anerkannten Indianerstämme,



Colorado: Werbeumschlag der Fa. Hunt aus Denver 1909 mit Abbildung eines Indianers mit Pfeil und Bogen



Wisconsin: Werbeumschlag der La Crosse Gummifabrik für Stiefel und Schuhe aus Gummi von 1935 mit Emblem eines Indianerkopfes

bis 1955 und aus verschiedenen US-Bundesstaaten. Sie mögen ein Spiegelbild einer inzwischen überholten Einstellung gegenüber amerikanischen Ureinwohnern sein.

Schon vor Jahrhunderten, als ein Großteil der Bevölkerung in Europa und den USA noch Analphabeten war, verwendeten Ladenbesitzer Symbole oder bildliche Darstellungen, um auch des Lesens unkundige Käufer anzulocken. Bereits im 17. Jahrhundert benutzten englische Tabakläden (der englische Seefahrer und Entdecker Walter Raleigh hatte Virginia für die englische Krone in Besitz genommen und die aus den Tabakblättern gerollten Zigarren Virginias genannt und Tabakpflanzen aus der Neuen Welt nach England gebracht) aus Holz geschnitzte oder aus Metall gegossene Indianer

sich gegen stereotype Darstellungen als Karikaturen missbraucht zu fühlen und setzten sich zur Wehr. Ihre Ablehnung, als Indianer nicht ernst genommen zu werden, begründen sie mit ihrer Sensibilität gegenüber missverständlichen Darstellungen ihrer eigenen Gebräuche wie dem Rauchen von Tabak als Genussmittel anstelle zu zeremoniellen Anlässen. Andere beklagen Darstellungen als „noble Wilde“, als „indianische Prinzessin“ oder als unauthentische Stereotypen, die den Anschein erwecken, als wohnten sie noch immer in Tipis und trügen noch immer Kopfschmuck aus Adlerfedern und schmückten sich nur mit Halsketten.

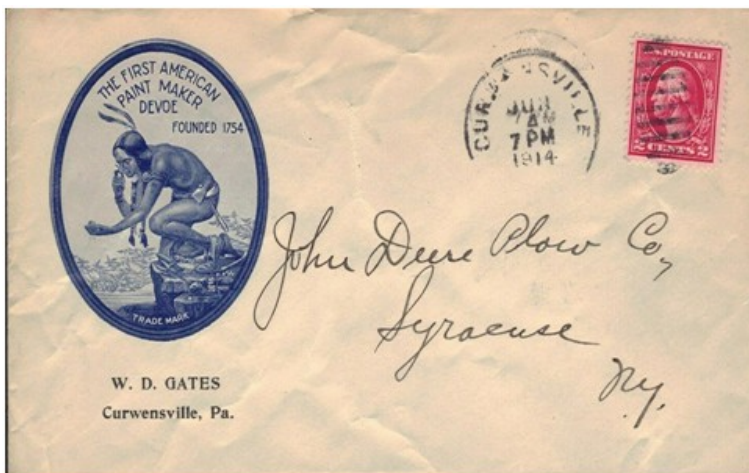
Die von mir erfassten Werbeumschläge stammen aus dem Zeitraum von 1880



Wisconsin: Werbeumschlag für Moores Indianerschmuck, Mineralien, Fossilien und seltene Antiquitäten aus Cameron 1939 mit Darstellung eines Indianers mit Kopfschmuck



Hölzerne bemalte Darstellung eines indianischen Häuptlings aus dem 19. Jahrhundert zu Werbezwecken für Tabakerzeugnisse



Pennsylvania: Werbeumschlag des ersten amerikanischen Farbenherstellers Devoe aus Curwensville 1914 mit Darstellung eines Indianers



Ohio: Indianerhäuptling auf Werbekarte für Heurechen als frühe Postkarte aus Canton, Ohio 1880 versendet

Quellen:

- https://www.ebay.de/sch/m.html?ssPageName=STRK%3AMEFSXS%3AMESOI&_ssn=covercrazy2&_pgn=3&_skc=100&rt=nc
- https://en.wikipedia.org/wiki/Cigar_store_Indian
- <http://www.cigarstoreindians.com/galleries/complete-list.html>

Heiko Deckert