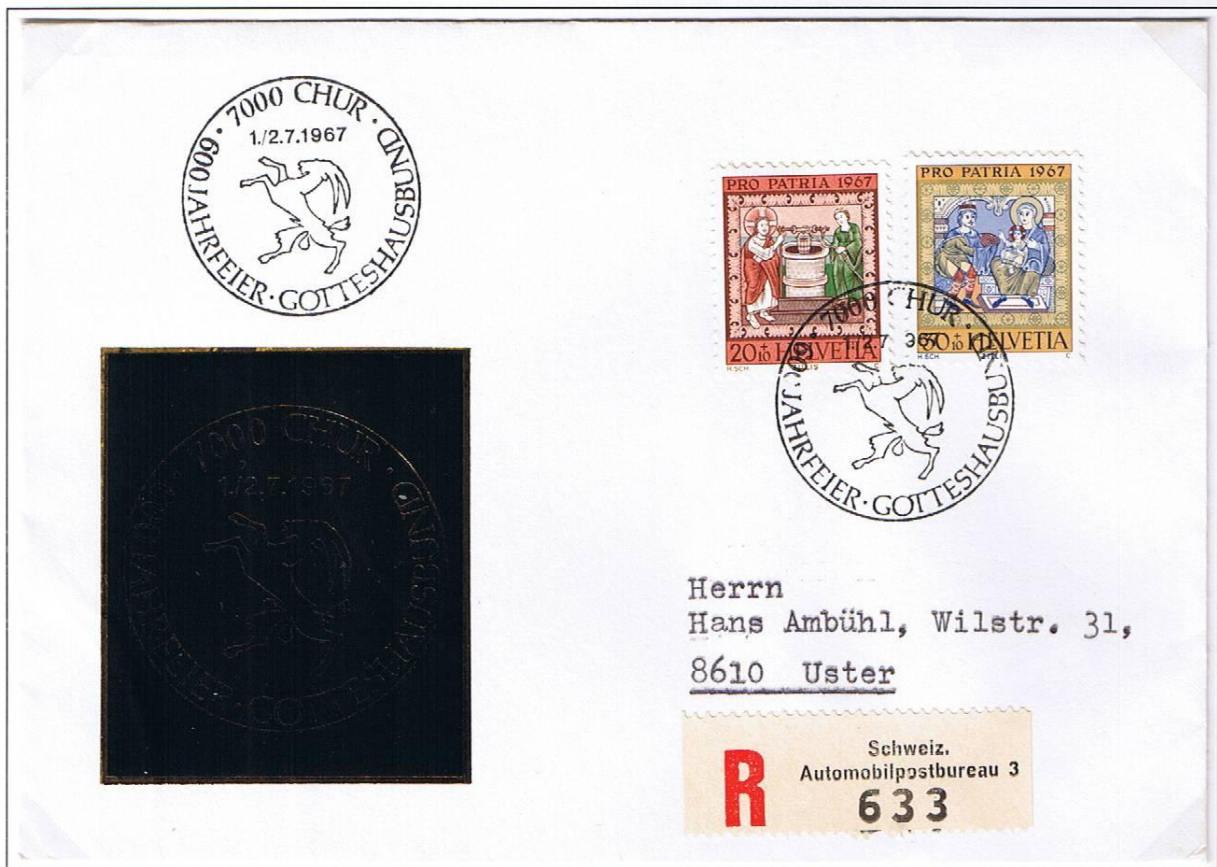


8. Wappenarten - Herkunft und Bedeutung.
8.2 Kirchliche Heraldik - Steinbock-Integration ohne Wappenhelm.

Das kirchliche Wappenwesen, speziell das katholische, ist vom Verzicht auf den als militärisch empfundenen Wappenhelm gekennzeichnet. An dessen Stelle treten die bekannten kirchlichen Rang- und Würdezeichen.



Links: Das Graubündener Kantonswappen (Oberer oder Grauer Bund, Gotteshausbund, Zehngerichte Bund) zeigt den wehrhaften Steinbock des Gotteshausbundes, der auch Wappentier des Bistums Chur (Mitte) und des Hl. Florinus ist (rechts). Markenoberrand und Sonderstempel: Wappenschild jeweils ohne Wappenhelm.



Das Wappen des Bistums Chur, der Landeshauptstadt Chur und des Gotteshausbundes sind gleichen Ursprungs. Die 1367 erfolgte Gründung des Gotteshausbundes geschah, um den Übergang des Landes an Österreich zu verhindern (Zusammenschluß des Domkapitels und der Stadt Chur mit versch. Bischofstälern).

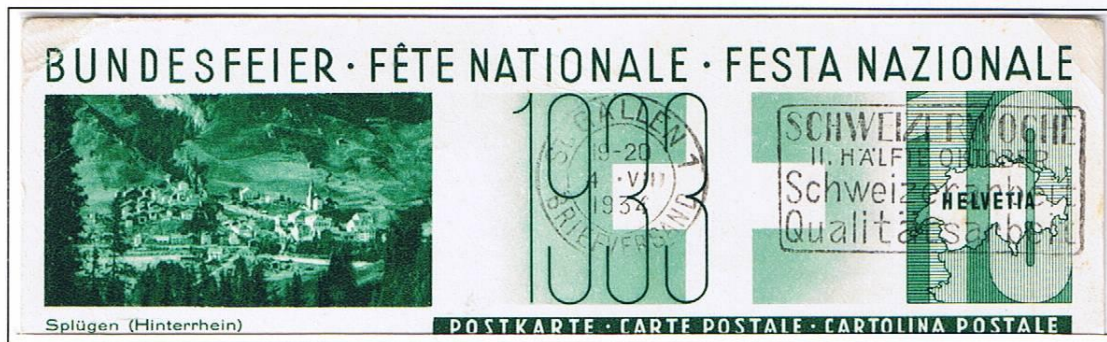
8. Wappenarten - Herkunft und Bedeutung.

8.3 Personen- bis Bundeslandwappen - heute Werbung im Kommunalbereich.

Der Splügenpaß (Passo dello Spluga) liegt 2113 m ü. M. und führt von der Steinbock-Wappen-Stadt Chur nach Chiavenna. Angelegt in der römischen Kaiserzeit, ist er von Mitte Mai bis Ende November befahrbar.



Postbureau Splügen.
Bündnerisches Postschild vor 1848.



Der Ort Splügen war ab 1823 Pferdewechsel- und Umsteigestation mit dem Steinbock im Postschild.
Rückseite Bild von Kammüller „Steinbock betrachtet aus der Höhe Freudenfeuer“ (Brauch seit 1.8.1291).



Die Einzelwappen des Kantons Graubünden sind auch Bestandteile des Postschildes der Kantonalpost Graubündens. Es stellt die Vereinigung von politischen (Bünden) und kirchlichen Wappen dar. Das dreigeteilte Wappen zeigt in der Mitte den wehrhaften Steinbock als Gotteshausbund-Wappen.

8. Wappenarten - Herkunft und Bedeutung.

8.3 Personen- bis Bundeslandwappen - heute Werbung im Kommunalbereich.

Das Beispiel der Grafen von Hohenems, die den Steinbock im Wappen führten, zeigt die Vererbung von Personenwappen über Stadtwappen bis zum Bundeslandwappen, hier Vorarlberg, Wappen vom 20.08.1864.



Oben links das Wappen der Grafen von Hohenems (1613 - 1712), wie es Aufnahme im Wappen von Vorarlberg fand.



Links: Wappen der Familie des Erzbischofes Markus Sittikus von Hohenems (1612 - 1619). Rechts: Stadtwappen von Hohenems, ab 1333 Stadtrechte. Darüber die Burg der Grafen von Hohenems. Steinbock hier tingiert dargestellt.

Ein fürstlich angeordnetes Wappen, ist das der polnischen Stadt Lublin. König Wladyslaw Lokietek, damals noch Fürst, wollte, daß im Wappenschild die „Ernährerin schlechter Zeiten“ und „guter Wein“ gezeigt wird.



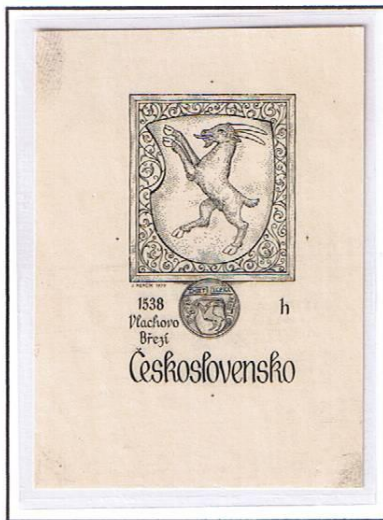
Nach einem Tatarenüberfall war in der Stadt nur eine Ziege verblieben, die die Kinder mit Milch ernährte. Sie war die Grundlage für zur Viehzucht erschwindelter Ländereien der Lubliner. Auf den Hügeln wurde Wein angebaut, der dem Fürsten versprochen war. Wappenschild seit 1401: Weißer Bock mit goldenen Hörnern, auf grünem Rasen und rotem Feld (Bestätigung durch das Ministerium des Inneren 1936).

8. Wappenarten - Herkunft und Bedeutung.

8.3 Personen- bis Bundeslandwappen - heute Werbung im Kommunalbereich.



Stadtwappen der Stadt Vlachov Brezi.



Probedruck (Einzelstockabzug). Anzahl: etwa 2 - 5 Stück. Noch ohne Wertangabe 30 h (siehe oben).



Werbefeld mit Steinbock im Schild (Wappen für das gesamte Kleinwalsertal). Das Zollausschlußgebiet mit Riezler, Mittelberg, Baad und Hirschegg, läßt Frankaturen mit Marken Österreichs oder der Bundesrepublik zu.



Der Maschinenstempel zeigt unten im Werbefeld den Text "Sondertarif" für österreichische und "Postsondertarif" für deutsche Frankaturen.



Wildalpen. Zweigeteiltes Wappenschild in Stempel und Marke (Wildbach u. Steinbock).



Das slawische Wort "bog" = Gott und "jutre" = Morgenröte ist in Jüterbog enthalten. Schild-Tingierung: Farben des Erzbistums Magdeburg, die hier jedoch umgekehrt erscheinen. Original-Wappen: geteilt von Silber über Rot, darin ein springender Steinbock in der Farbe Schwarz mit goldenen Hörnern und Klauen.

8. Wappenarten - Herkunft und Bedeutung.

8.3 Personen- bis Bundeslandwappen - heute Werbung im Kommunalbereich.

Der Steinbock ist eine meist springend dargestellte Schildfigur, die mit knorpeligen, großen Hörnern versehen ist. Diese und die Klauen sind in der Regel immer abstechend tingiert.



1200-Jahr-Jubiläum Hofkirchen, Taufkirchen und Weibern. Hofkirchen mit Bock im geteilten Schild. Rechts: Schwarzdruck von Original-Druckplatte.



Über Turniergesellschaften gelangten dort verwendete Gesellschaftszeichen in die Wappen der Könige, Fürsten und Grafen. Später wurden diese Wappen Bestandteile der Orts-, Gemeinde- und auch Landeswappen.



Auch Unterseen, hier wurden bereits im Mittelalter im Burggraben Steinbock-Bastarde gezüchtet, setzt auf Tradition und übernahm den Steinbock in das Gemeinde- und später Stadtwappen.



SONDERPOSTMARKE

STADTRECHT HOHENEMS 1333—1983

Darstellung:	Das Markenbild zeigt die Burg Glopper und das Stadtwappen
Nennwert:	S 4,—
Vorbezugstag:	11. Mai 1983
Ausgabetag:	27. Mai 1983
Markengröße:	a) Gesamtgröße: 30 × 34,5 mm b) Bildgröße: 26 × 30,5 mm
Farben:	Hellgrau, ultramarin, indigo, rot, gold
Papier:	Weißes Briefmarkenpapier
Gummierung:	Katleim
Zählung:	14 × 14 auf 2 cm; Kammzählung
Entwurf:	Prof. Adalbert Pilch
Druck:	Österreichische Staatsdruckerei; Rastertiefdruck
Auflage:	3 550 000 Marken in Blättern zu je 50 Stück

Seit 1933, mit Verleihung der Stadtrechte, führt die Stadt Hohenems den Steinbock im Stadtwappen. *Schwarzdrucke von Original-Druckplatten, wurden in Bogen gedruckt und dann zu Einzelmarken geschnitten. Die Auflage betrug ab 1982 ca. 1000 - 1500 Stück Schwarzdruckblätter, die an Staatsgäste, hohe Postfunktionäre, Journalisten und Vorstandsmitglieder der Gewerkschaften als „Schmankerl“ verschenkt wurden. Ab etwa 1990 wurden diese Ausgaben eingestellt und Specimenmarken kamen zur Verteilung.*

9. Die geplante Assoziation - Böcke in der Firmenwerbung.
9.1 Übertragene Imagewerbung - Auslegungen nach Hume und Herbart.

Wappenschilder signalisieren Vertrauen und Zuverlässigkeit. Das Nichtvorhandensein derartiger Traditionen, wird durch heraldisch nachempfundene Embleme ersetzt. Ziel ist es, die nach Hume und Herbart begründete A.-Psychologie (Ausnutzung der im Unterbewußtsein vorhandenen Gedankenverbindungen) zu nutzen, die den starken Steinbock mit "Spitzenqualität" und "Ausnahmeerzeugnis" assoziiert.



Das Hohenemser Stadtwappen, war Vorlage für die Gestaltung des Collini-Emblems, Hohenems. Der in dieser Gegend große Bekanntheitsgrad des Steinbocks, wird mit den traditionellen, unterschweligen Aussagen ("König der Berge", "dominierend", "Spitze", "Region unterstützend") gezielt zur Werbung eingesetzt.



Ludwig Müller verwendet den "wehrhaften Bock" unter Bezug auf den Firmensitz in Böckingen, später Heilbronn, und signalisiert dadurch eine langjährige und damit zuverlässige Tradition in Spitzenerzeugnissen. Marke: Lochung "LM". Stempel: Heilbronn-Neckar Nr. 2, 24.08.26.



Lochung "LM".
Ludwig Müller,
(siehe oben)



Der Steinbock über Bergspitzen springend, assoziiert "große Leistungsfähigkeit" und "Genügsamkeit = geringer Verbrauch". Dargestellt wird immer die positive Aufwärtsphase des Sprunges.

9. Die geplante Assoziation - Böcke in der Firmenwerbung.
9.1 Übertragene Imagewerbung - Auslegungen nach Hume und Herbart.



Das französische Produkt "Capricorne" (Steinbock) zeigt den Firmennamen als Leistungsgipfel. Der kraftvoll aufwärts springende Steinbock, stützt die Assoziation für ein hochwertiges Produkt.



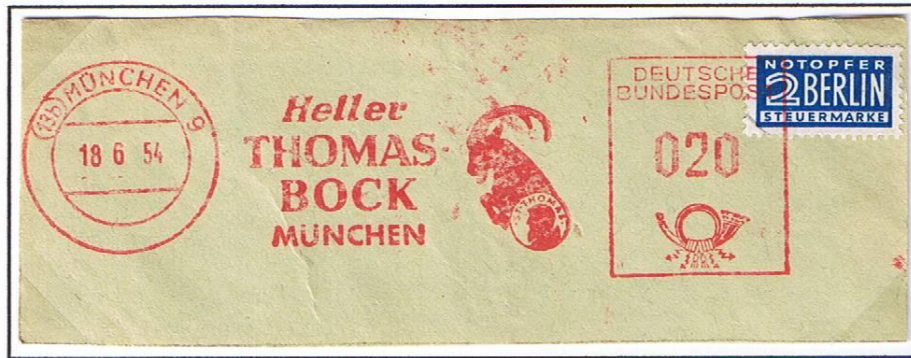
Bildlich-symbolische Signale, übermittelt durch einprägsame Firmensinnbilder, kommen in vielen Branchen vor. Die Firma Cisitalia, Turin, die von 1946 bis 1965 bestand, führte den Steinbock im Wappenschild. Gezeigt wird der wehrhafte Steinbock, der Durchsetzungskraft gegenüber den Mitbewerbern signalisiert. Cisitalia baute Sportwagen unter Verwendung von Fremdfabrikaten, z. B. Fiat, zeitweise auch unter Beteiligung der Firma Porsche. Größter Sporterfolg war im Jahr 1947 der 2. Platz in Mile Miglia.



Neben Firmen verwendete auch ein US-Kriegsschiff den Namen Capricornus (Steinbock), am Schiff auch als Emblem, um Stärke und Kraft auszudrücken. Stapellauf: 14.08.43. Indienststellung: 31.05.44. Außer Dienst: 30.03.48 und erneute Indienststellung am 12.10.50 bis zur Verschrottung 1985.

9. Die geplante Assoziation - Böcke in der Firmenwerbung.
9.2 Das Bocksymbol für Stärke - Bestandteil der Trinkkultur.

Der Ursprung des Doppelbockes, liegt in der ehemaligen Hansestadt Einbeck in Niedersachsen. Mit der Ver-
gabe des Stadtrechtes 1240 durch die Söhne Heinrich des Löwen, war auch ein Braurecht für die Bürger
verbunden. Das im Mittelalter gebraute Bockbier, galt als Luxusware.



Nach München kam das Bockbier 1589, gebraut durch das erste bayerische Hofbräu-
haus. Das "Ainpöckisch Bier" (Münchner Mundart), wurde erst im Laufe der Zeit zum Bockbier.



Lehrlinge, die sich nach Leeren des Fasses "auf den Bock" setzten (Untergestell des Fasses), blieben dort
kleben. Ein Zeichen dafür, daß das Bockbier stark genug war. Die Eder-Brauerei, zeigt den Steinbock mit
Hopfen und Weizen im zweigeteilten gelb-schwarzen wappenschildähnlichen Firmenemblem.



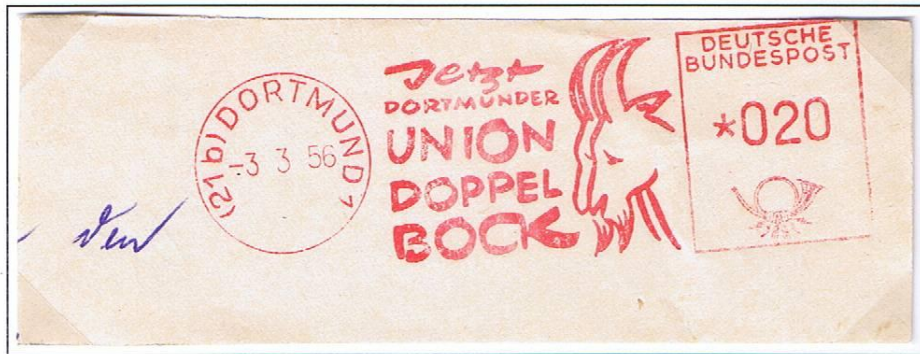
Doppelbock besaß bis 18% Stammwürzegehalt und zwischen 5 - 12% Alkohol.



Obwohl der Bock als Untergestell im Wortlaut nichts mit dem gehörnten Bock zu tun hat, bilden die meisten
Brauereien einen Ziegen- oder Steinbock auf dem Flaschen-Etikett ab. Der Doppelbock zeigt die zweifach
steigende Kampfvariante, die doppelte alkoholische Stärke signalisiert.

9. Die geplante Assoziation - Böcke in der Firmenwerbung.
9.2 Das Bocksymbol für Stärke - Bestandteil der Trinkkultur.

Die traditionelle Stärke des Bockes bezeichnet nicht nur die Biersorte (Doppelbock), sondern fand auch Aufnahme in Firmennamen (Berliner-Bock-Brauerei).



Die Darstellung des Bockes im Zusammenhang mit alkoholischen Getränken reicht in Deutschland weit zurück. Der Bock assoziiert den Übergang seiner Kraft durch Trinken des Doppelbock-Bieres.

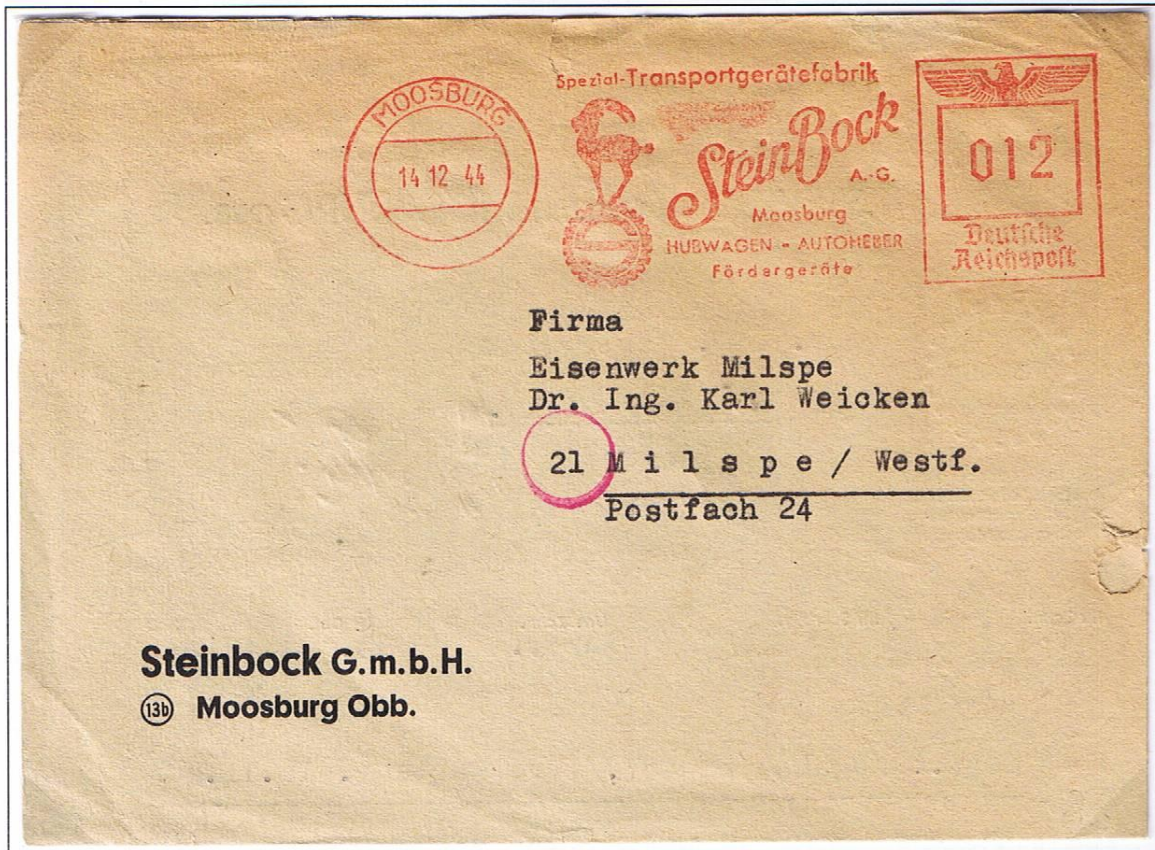


Rückseite (Kopie) der Ganzsache (unten).



Bockbier war das Bier der Brauereien und wurde in Berlin durch Gespann auch flaschenweise ausgeliefert. Ganzsachen d. „Berliner Packetfahrt-Actien-Gesellschaft, wurden bis zum 31.3.1900 befördert. Danach griff das Postmonopolgesetz v. 20.12.1889 und verbot die Beförderung von Postkarten, Briefen, adressierten Drucksachen.

9. Die geplante Assoziation - Böcke in der Firmenwerbung.
 9.3 Steinbock, Moosburg - Symbolverlust im Wirtschaftsbereich.

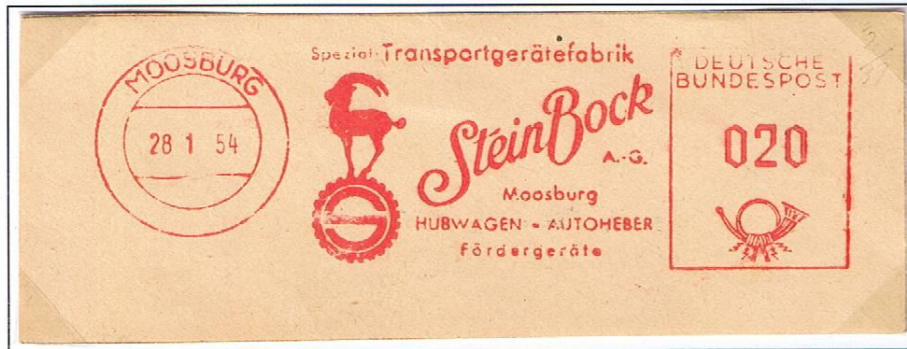


Das Firmenemblem „Steinbock“ verlor innerhalb von 40 Jahren für die Steinbockwerke mehr und mehr seine Wichtigkeit, bis es Mitte der achtziger Jahre für Werbezwecke nicht mehr genutzt wurde. Die Entwicklung des Werbeeinsatzes beginnt mit dem Frankotyp C, gotisch, Wertstempel Typ 5 (ab 1942).



Das über Jahrzehnte benutzte Freistempelgerät erhielt viele verschiedene Wertstempel und Werbeeinsätze. Nach der Kapitulation wurde das Gerät 1946 mit dem Wertrahmen, Typ 18, bestückt.

9. Die geplante Assoziation - Böcke in der Firmenwerbung.
 9.3 Steinbock, Moosburg - Symbolverlust im Wirtschaftsbereich.



Frankotyp C, noch gotisch, Wertrahmen Typ 23. Die Umstellung des Wertkästchens auf „Deutsche Bundespost“ erfolgte ab 1951, die Änderung der Gesellschaftsform „A.G.“ in „GmbH.“ ab 1955 (?).



Die Umstellung der Gesellschaftsform in eine GmbH brachte auch eine textliche Änderung des Werbefeldes mit sich. Die Größe des Firmenemblems bleibt, der Firmenname wird kleiner. Wertstempelziffern jetzt oval. Datumsbrücke gebrochen.

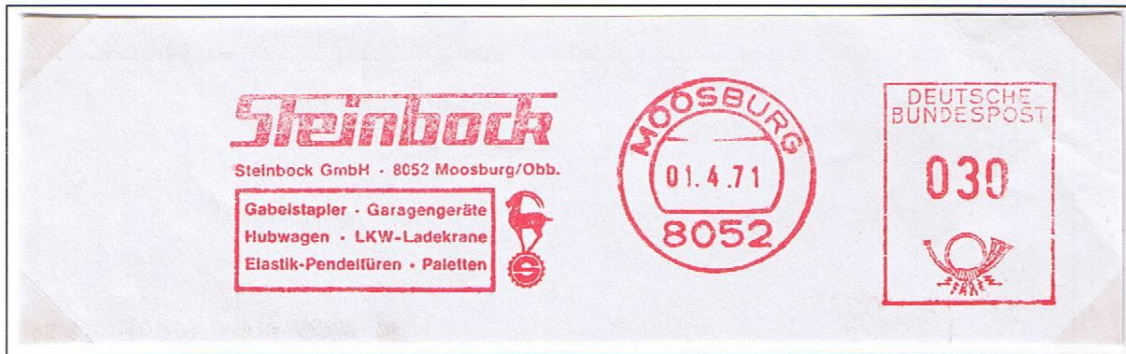


Die Postleitzahl wird eingeführt, dadurch neuer Datumsstempel. Alles andere unverändert.

Bis Ende der sechziger Jahre bleibt der „Steinbock“ als Firmenemblem Mittelpunkt des Werbefeldes und warb „auf dem Gipfel stehend“ und als „König der Berge, jeder Gefahr unter Witterung trotzend“, für die Erzeugnisse des Steinbock-Werkes, Moosburg.

9. Die geplante Assoziation - Böcke in der Firmenwerbung.
9.3 Steinbock, Moosburg - Sybolverlust im Wirtschaftsbereich.

Ab 1970 trat das Firmenemblem „Steinbock“ in verschiedenen Schritten immer mehr in den Hintergrund. Mit der Umstellung der Freistempelgeräte, Tagesstempel jetzt in der Mitte, erfolgte eine völlige Neugestaltung des Werbefeldes.



Rückstellung des Steinbock-Emblems und verstärkte Sortiments hervorhebung. Die Gebühreinstellung ist noch dreistellig, die Ortsangabe „Moosburg“ ohne Zusatz „a d ISAR!“.



Im neugestalteten Werbeklischee ist das Steinbock-Emblem im Ladegut auf dem Gabelstapler kaum noch erkennbar. Jetzt: „Moosburg a d Isar“ im Stempelkopf.



Totale Weglassung des Steinbock-Emblems, welches ab den vierziger Jahren in allen Werbeklischees eine mehr oder minder dominierende Rolle gespielt hat.

Nach der Fusionierung mit der Firma Boss, erfolgte 1985 eine erneute Umstellung des Werbeeinsatzes. Die Firmenbezeichnung lautete nun „Steinbock Boss / Steinbock GmbH“, ab etwa Anfang 1990 „Steinbock Boss GmbH“. Das Wertkästchen ermöglicht nun eine vierstellige Gebühreingabe. Das alte „Posthorn mit Blitzen“ weicht ab etwa 1990 dem „stilisierten Posthorn“. Das Werbefeld verändert sich abermals, ohne jedoch das Steinbock-Emblem wieder zu aktivieren.