Купите чаю «Караван»!

Нынешний год объявлен перекрестным годом Германии в России и России в Германии. В рамках проводящихся мероприятий в Москве в Государственном историческом музее прошла крупная выставка «Русские и немцы — 1000 лет истории, искусства и культуры».

Исторические связи народов России и Германии более глубоки, нежели связи России с другими европейскими нациями. Достаточно вспомнить императрицу Екатерину II, немку по рождению, вошедшую в нашу историю как Екатерина Великая.

Долгое время законодательство Российской империи запрещало иностранцам записываться в гильдейское купечество, и единственным выходом из ситуации было принятие русского подданства. Многие прибывшие в Россию из германских земель находили здесь свою новую Родину. Сохраняя культурные и религиозные связи со своей исторической Родиной, они принимали русское подданство и становились в случае коммерческого успеха частью русской экономической элиты.

Говоря о вкладе этнических немцев в развитие российской торговли и промышленности, невозможно не упомянуть Торговый дом «Вогау и Ко» — гигантский многопрофильный концерн, торговавший всем: от лаков и красок до хлопка, металла, чая и сахара.

Создатель фирмы Филипп Максимилиан фон Вогау (1807–1880), который называл себя на русский манер Максимом Максимовичем, родился и получил образование во Франкфурте-на-Майне (*фото 1*). В 1827 г. он приехал в Россию и начал свою деловую карьеру с должности рассыльного. В течение 13 лет Вогау двигался по карьерной лестнице, внимательно изучая особенности коммерции в России. После удачной женитьбы на дочери владельца красильной фабрики Франца Рабенека Максим Максимович Вогау в 1840 г. открыл торговую контору. Первоначально основным направлением деятельности Вогау была торговля промышленными красителями, но природное чутье и видение рынка заставили его обратить внимание на чайную торговлю. Позже правильный анализ рыночной конъюнктуры позволил Вогау войти в число главных

Лифлянд Леонид Иосифович — коллекционер, исследователь.
Соколов Иван Алексеевич — историк, кандидат исторических наук.

Фото предоставлено Л.И. Лифляндом

игроков на рынке торговли хлопком, углем и черными и цветными металлами.

В 1848 г. Максим Максимович записался в русское подданство, что открыло ему путь в русское гильдейское купечество и дало возможность торговать чаем через Кяхту. Чайная торговля в то время позволяла быстро приумножить капитал.

Спустя 11 лет М.М. Вогау и ревельский купец В.Д. Лютер учредили Торговый дом «Вогау и Ко», просуществовавший до середины 1918 г. Фирма за эти годы чрезвычайно разрослась и участвовала в 24 предприятиях легкой, пищевой и тяжелой промышленности с основным капиталом в 90 млн руб. и торговым оборотом в 120 млн руб.

Вогау занимали достойное место в банковской сфере, будучи в числе соучредителей Московского учетного банка, Русского для внешней торговли банка и Рижского коммерческого банка. На рынок страхования Вогау вошли, создав в 1872 г. весьма успешно действовавшее страховое общество «Якорь».

Их интересы в области промышленности были весьма разнообразны. Вогау были в числе учредителей Товарищества ситценабивной фабрики А. Гюбнера в Москве, участвовали в строительстве хлопкоочистительного завода в Средней Азии, создании Общества водоснабжения и газификации Москвы. Знаменитая советская Магнитка выросла во многом на месте заводов, принадлежавших ранее клану Вогау.

И все же одним из важнейших первоначальных истоков финансового благополучия Вогау была чайная торговля. В России в середине XIX в. существенно увеличилось потребление чая, Максим Максимович, правильно оценив это, организовал крупные оптовые закупки чая в Кяхте.

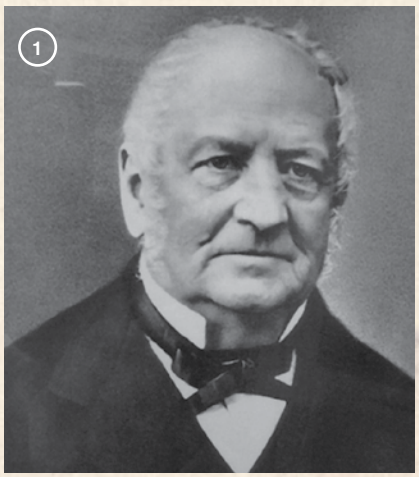
Это было время торговых и таможенных войн: страны пытались защитить свои рынки и обеспечить преимущество «отечественным производителям» и торговцам. С 1822 по 1861 г. в Российской империи действовал запрет на ввоз чая по западным границам. Чай можно было легально ввозить только через приграничную Кяхту. Такое положение дел способствовало развитию русских национальных чаеторговых компаний, но удерживало цены на чай на достаточно высоком уровне ввиду отсутствия конкуренции с англичанами и представителями других морских держав.

Разумеется, чай в этот период продолжал поступать в Россию из Европы контрабандным путем, причем в немалых объемах. Особенно усилился нелегальный ввоз чая из Европы после 1843 г., когда западные державы добились открытия китайских портов, что вызвало падение цен на чай для европейских компаний.

Снижение закупочных цен на чай в Китае, повлекшее за собой соответствующее понижение цен на европейских рынках, увеличило привлекательность контрабандного ввоза чаев из Европы в Россию. В 1861 г. правительство дало разрешение на импорт вывозившихся из Китая морем так называемых кантонских чаев, которое сопровождалось понижением пошлин на кяхтинские чаи, то есть ввозившиеся в Россию караванами через Кяхту. И уже в 1865 г. возникло Лондонское отделение фирмы Вогау, занятое в основном закупкой чая.

С 1 января 1869 г. вступил в действие новый пониженный таможенный тариф, стимулировавший чайную торговлю, и на российский рынок пошел все увеличивающийся поток доступного по цене чая.

Так возникла новая для российского чайного рынка реальность: возможность закупать чай на Лондонской чайной бирже и напря-



Максим Максимович Вогау

Развесной чай под казенной бандеролью

мую в местах его производства: в Китае, а позднее — в Индии и на Цейлоне, доставлять чай морем, что было и дешевле, и быстрее.

Это привело к кардинальным переменам на отечественном чайном рынке. Успех таких фирм, как «Преемник Алексея Губкина А. Кузнецов и Ко», «Высоцкий и Ко» и «Вогау и Ко», объясняется в основном тем, что они первыми массово переключились на закупки «кантонского чая» на Лондонской чайной бирже и благодаря его дешевизне захватили значительную долю российского рынка (*фото 2*). Смелость в смене поставщиков и ставка на новые маршруты принесли колоссальную прибыль этим фирмам.

А значение караванной доставки чая через Кяхту медленно, но неуклонно стало снижаться. Долгий, иногда превышающий год срок доставки, неблагоприятные климатические условия, когда перепад температур превышал 60 градусов по Цельсию, — все это не лучшим образом влияло на качество такого деликатного товара, как чай.

С началом в 1891 г. строительства Транссибирской железнодорожной магистрали древнему «кяхтинскому торгу», с которым долгие годы ассоциировалась караванная торговля, был вынесен окончательный приговор. А спустя всего два года разросшееся чаеторговое дело Торгового дома «Вогау и Ко» было выделено в отдельную фирму — в 1893 г. появилось Товарищество «Караван» (*фото 3*). Броское, запоминающееся название понравилось потребителю, несмотря на его неактуальность.

«Караван» был семейным предприятием — все паи товарищества принадлежали клану Вогау, в который вместе с носителями этой фамилии входили связанные с ним тесными родственными узами члены семей Марков, Банза, Шумахеров, Руперти. Правление Товарищества «Караван» возглавлял представитель третьего поколения «русских» Вогау Гуго Маврикиевич Марк — внук Каролины Вогау, сестры основателя фирмы Максима Максимовича Вогау.

Центром чайной торговли для «Каравана» стала Москва. Развески чая располагались в Москве, Одессе, Уфе и Самарканде. По уровню технического оснащения и механизации Московская чаеразвесочная фабрика «Караван» была одной из самых передовых в стране (*фото 4, 5*).

Вывеска Товарищества «Караван»

Магазины фирмы и ее торговые представители имелись во многих крупных городах, разбросанных по всей Российской империи. Фирменные магазины располагались в самых «козырных» торговых местах, таких как, например, Невский проспект в Санкт-Петербурге или Арбатская площадь в Москве (*фото 6*).

Ежегодно оборот Товарищества «Караван» по продаже чая и сахара составлял не менее 35 млн руб., а выплата государственных пошлин превышала 5 млн руб. При этом годовой объем развески чаев был свыше 10 млн фунтов, то есть более 50 млн пачек.

Развеска чая в Московской развесной

Ящичная мастерская при Московской развесной

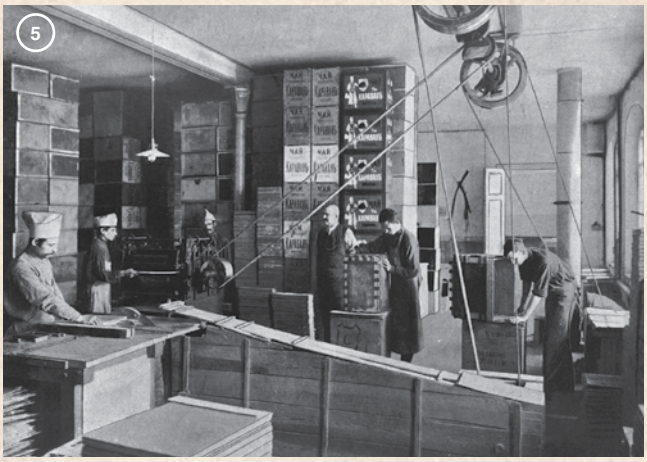


Фото предоставлены Л.И. Лифляндом

Магазин «Вогау и Ко»

Прейскурант Товарищества «Караван»

Таблица 1

Объем основных капиталов крупнейших чаеторговых фирм Российской империи на начало XX в.

Позиция	Фирма	Основной капитал, руб.
1	«Высоцкий и Ко»	10 000 000
2	«Преемник Алексея Губкина А. Кузнецов и Ко»	10 000 000
3	«С. Перлов»	2 500 000
4	«Петра Боткина сыновья»	1 800 000
5	«Караван»	1 500 000
6	«Братья Поповы»	1 500 000
7	«В. Перлов»	1 200 000
8	«Медведев»	600 000
9	«Климушкин»	300 000

Таблица 2

Рейтинг доходности паев крупнейших чаеторговых фирм на начало XX в.

Позиция	Фирма
1	«Петра Боткина сыновья»
2	«Высоцкий и Ко»
3	«Преемник Алексея Губкина А. Кузнецов и Ко»
4	«Караван»
5	«Климушкин»
6	«Медведев»
7	«В. Перлов»
8	«С. Перлов»
9	«Братья Поповы»

Таким образом, в начале XX в. Товарищество «Караван» по всем параметрам входило в число шести крупнейших российских чаеторговых компаний, значительно опережавших всех своих конкурентов, а по части искусства продвижения на рынок своего товара определенно занимало лидирующие позиции (*табл. 1, 2*).

Большое внимание уделялось упаковке. В красочном прейскуранте товарищества столетней давности представлено удивительное даже для наших дней разнообразие ее видов. Чай «Караван» продавался расфасованным в бумажные пачки, стеклянные и даже хрустальные чайницы, деревянные и жестяные коробочки (*фото 7*). Среди последних встречались весьма причудливые. Так, в одну из них был встроен патентованный механизм для просмотра модных в начале XX в. стереоскопических открыток (*фото 8*). Это очень нравилось детям, и они с малых лет запоминали название фирмы.

Для упаковки чая специально заказывали (иногда даже за границей) чайники, чашки с блюдцами и сахарницы, на которых почти всегда помещались рекламные надписи. Чай давно израсходован, а упаковка оставалась в хозяйстве и еще долгие годы служила покупателю, напоминая ему о достоинствах фирмы-производителя, стимулируя покупать именно ее продукцию. Переворачиваешь блюдце, поднимаешь крышечку чайника — в глаза бросается название

Деревянная чайница

Чайная упаковка с механизмом для просмотра стереоскопических открыток

9. Стакан
10. Монетница
11. Чайник
12. Чашка и блюдце
13. Пепельница

фирмы. Некоторые из этих предметов, к счастью, сохранились до наших дней (*фото 9–13*).

Реклама размещалась порой в самых неожиданных местах: на дне стакана, на лотке для денег в кассе фирменного (и не только) магазина, на пепельнице, благо что в начале XX в. борьба с курением еще не началась.

А вот с торговой маркой дела у «Каравана» обстояли менее удачно. Лев с товарного знака Торгового дома Вогау в «Караван» не перепрыгнул, а вновь созданные марки особого успеха не имели. Это касается и марки круглой формы с идиллическим домиком и марки восьмиугольной формы с тремя буквами РТК (Русское Товарищество «Караван»), рядом с которой тот же домик фигурирует уже в качестве элемента дизайна, и лаконичной эмблемы, состоявшей просто из двух букв ТК — Товарищество «Караван» (*фото 15–17*).

14. Рекламный поднос Товарищества «Караван»

Для России распространение чая среди широких слоев населения с конца XIX в. имело важный дополнительный аспект. Нарождающуюся чайную культуру попытались использовать как средство против распространения пьянства среди населения.

Одновременно с введением питейной монополии были учреждены попечительства о народной трезвости, призванные «распространять среди населения здравые понятия о вреде неумеренного употребления крепких напитков... открывать чайные, народные читальни» и т.п. Деятельность органов попечительства приобрела довольно широкий размах, причем не только в столицах и крупных городах, но и в глубинке, о чем свидетельствует скромная афиша любительского спектакля в земской чайной-читальне села Вичуга Костромской губернии.

Пропаганда трезвости вопреки явной казенной выгоде должна была стать важной акцией государства, православной церкви и общества. Разумеется, чайная реклама ухватилась за этот новый мотив — борьбу за народную трезвость. Вот как видели «план спасения» авторы стихов на рекламном подносе Товарищества «Караван» (*фото 14*):

В деревне Красные канавки
Гуляли шибко мужики
И пропивали в винной лавке
Свои последние портки.
Что день, то жизнь идет плачевней.
Не знают бабы, как им быть...
.....
В ту пору по дороге в Думу
К ним депутата Бог занес.
Он слышит вой, дивится шуму
И бабам делает запрос.
Гражданки добрые, скажите,
Я слышу крик, а не слова,
Иль завоевывать хотите
Вы с бою женские права?
.....
Член Думы им с улыбкой кроткой,
Не медля, дал спасенья план.
Чтоб мужики расстались с водкой
Купите чаю «КАРАВАН»!
Прошло три месяца, настала
В деревне райская пора —
Мужья пьют водку очень мало
И много нажили добра.

Правда, на деле эффект от попытки вытеснить пьянство потреблением чая был ничтожным. Пьянство в какой-то мере сумел пе-

Фото предоставлены Л.И. Лифляндом

15. Фанерный ящик Товарищества «Вогау и Ко»

16. Жестяная чайница с фирменной торговой маркой «РТК» — Русское Товарищество «Караван»

17. Жестяная чайница с фирменной торговой маркой «ТК» — Товарищество «Караван»

Чайная развесочная Товарищества «Караван». Оценка ущерба после «немецкого погрома» в 1915 г.

реборoть только «сухой закон», принятый в 1914 г. после начала Первой мировой войны.

Заложниками этой войны стали «русские немцы». И не только подданные Германии и Австро-Венгрии, но и вполне политически лояльные этнические немцы, многие десятилетия состоящие в российском подданстве. Не избежали печальной участи Вогау и их ближайшие родственники — многие были заинтересованы в переделе рынков, где они успели прочно укорениться. Чаеразвесочная фабрика и ряд магазинов Товарищества «Караван», правление фирмы «Вогау и Ко» на Варварке, жилые дома Вогау и их родственников по улице Воронцово поле и в соседних переулках, их имения в районе Лосиного острова и по Савеловской железной дороге были разгромлены и сожжены во время майских погромов 1915 г. (*фото 18*).

В 1916 г. в ходе «борьбы с немецким засильем» над фирмой «Вогау и Ко» был установлен правительственный контроль, рассматривался даже вопрос о национализации, правда, безрезультатно. В этих условиях Вогау сами ликвидировали дела, и фирма практически перестает существовать уже в 1916 г. А после прихода к власти большевиков были национализированы все предприятия торговли и промышленности независимо от этнического происхождения их владельцев.

Многим представителям клана Вогау удалось с частью капиталов перебраться в Европу. А судьба тех, кто остался в Советской России, сложилась в основном трагично. Мало кто избежал репрессий. Так, Борис Андреевич Вогау — популярный писатель, известный под псевдонимом Пильняк, друг Анны Ахматовой, был расстрелян в 1938 г. В том же году в тюрьме погиб старший сын Гуго Маврикиевича Марка Максим.

Смена экономической модели в России позволила немецким компаниям и отдельным предпринимателям вернуться в Россию. Кто знает, может, после долгой остановки «Караван» продолжит свой путь?

Агитационная марка против немецкого засилья

ЭС

ПЭС 12131/21.09.2012