# Vom Krisenartikel zum Hausfrauentraum : die Geschichte des GF-Kochgeschirrs 1933-1968

Autor(en): **Eggimann, Franziska**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Ferrum : Nachrichten aus der Eisenbibliothek, Stiftung der Georg Fischer AG**

Band (Jahr): **87 (2015)**

PDF erstellt am: **20.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-513861

**Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

**Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

**http://www.e-periodica.ch**

Franziska Eggimann

# Vom Krisenartikel zum Hausfrauentraum: Die Geschichte des GF-Kochgeschirrs 1933–1968

## Aus dem Konzernarchiv der Georg Fischer AG

Die von GF 1933 bis 1968 produzierten emaillierten Gusseisenpfannen erfreuen sich noch heute grosser Beliebtheit unter Freunden der guten Küche. Wie kam es dazu, dass ein Industrieunternehmen, das für Fittings, Lkw-Räder oder Giesserei- und Werkzeugmaschinen berühmt war, ein so artfremdes Produkt wie Kochtöpfe in sein Angebot aufnahm? Hier wird die wechselvolle Geschichte des GF-Kochgeschirrs erzählt, anhand der Memoiren des damaligen Reisevertreters für Handelsguss und vor dem wirtschaftlichen und politischen Hintergrund, der schliesslich für die Einführung und den Erfolg dieses Produkts verantwortlich war.

The enameled cast iron pans that GF produced between 1933 and 1968 are still very popular among devotees of good cuisine. How did an industrial company that was famous for its fittings, truck wheels, castings and machine tools get involved in producing something so completely different as pots and pans? This is the colorful story of GF cooking utensils, based on the memoirs of GF's former traveling salesman for commercial cast iron products, along with the economic and political background that was ultimately responsible for the launch and success of this product range.

**Das farbenfrohe GF-Kochgeschirr in der Eisenbibliothek.**
(Foto: Anna Nyman)

Seit dem Tag der offenen Tür 2014 unter dem Motto «Iron Ladies» präsentiert das Konzernarchiv der Georg Fischer AG in der Eisenbibliothek auch farbige Gusspfannen und -töpfe aus dem eigenen Bestand. Sie wecken bei Besucherinnen und Besuchern immer wieder helle Begeisterung und nostalgische Erinnerungen: an das sonntägliche Mittagessen bei der Grossmutter mit der ganze Familie um einen reich gedeckten Tisch, an die eigene GF-Pfanne, die aus dem Haushalt der Eltern gerettet worden war und bis heute täglich im Einsatz ist, oder an das Lieblingsessen am Kindergeburtstag. Es ist erstaunlich und eindrücklich, wie starke Emotionen ein scheinbar so profaner Gegenstand wie ein Kochtopf auslöst. Doch Essen war und ist eine sehr emotionale Angelegenheit – im Englischen gibt es dafür speziell den Begriff «comfort food».

## Erinnerungen eines Reisevertreters

Georg Fischer (im Folgenden «GF») produzierte und vertrieb dieses «Objekt der Begierde» von 1933 bis 1968. Wie kam es, dass ein Industrieunternehmen, das damals für Fittings, Lkw-Räder oder Giesserei- und Werkzeugmaschinen berühmt war, ein so artfremdes Produkt wie Kochtöpfe in sein Angebot aufnahm? Die folgende Geschichte des GF-Kochgeschirrs basiert vor allem auf den Memoiren eines Insiders: Alfred Dietzi. Er verfasste 1955, als er mit 76 Jahren (!) aus dem Dienst bei GF ausschied, eine Erinnerungsschrift unter dem Titel «Erinnerungen an 25 Jahre dornenvollen Leidensweg der Verkaufsabteilung Handelsguss und +GF+ Kochgeschirr von Alfred Dietzi, Reisevertreter 1929 bis 1954»[1]. Alfred Dietzi war um einen sachlichen, objektiven Bericht bemüht, machte aber aus seinem Herzen keine Mördergrube, wie der emotionale Titel zeigt.

Ernst Müller, der langjährige GF-Direktor, bezeichnete diese Memoiren in einem handschriftlichen Vermerk als «sehr instruktiv für die junge Generation, weil hier der ihr unbekannte Kampf gegen drohende Arbeitslosigkeit von einem Zeitgenossen geschildert wird. Erworbenes darf nicht leichtfertig einer Konjunkturlaune geopfert werden. Weitsichtiges Durchhalten in guten und in schlimmen Zeiten und damit der Kundschaft zu dienen muss Weg und Ziel sein.»[2] Die Grosse Depression der 1930er-Jahre, auf die Müller rückblickend fast beschönigend als «Konjunkturlaune» verweist, wurde von grossen Teilen der Bevölkerung weitaus bedrohlicher, wenn nicht gar existenzbedrohend wahrgenommen, wie der folgende Abschnitt verdeutlicht.

## Die Zeit der Grossen Depression in der Schweiz und ...

Die Grosse Depression der 1930er-Jahre wird heute als Weltwirtschaftskrise bezeichnet, betroffen waren jedoch vor allem die hochentwickelten Länder in Europa und in Nordamerika. Diese Länder, die vom Ersten Weltkrieg und den monetären Turbulenzen der Folgejahre mehr oder weniger stark betroffen waren, nutzten auch die Wachstumschancen der 1920er-Jahre in unterschiedlichem Ausmass. Die Schweiz befand sich Anfang der 1920er-Jahre in einer vergleichsweise günstigen Position. Im Zeitraum 1922–1929 war das Wirtschaftswachstum deutlich stärker als in Westeuropa und in Skandinavien. Alle Sektoren der Schweizer Wirtschaft waren am Wachstumsaufschwung der 1920er-Jahre beteiligt, der Konjunktureinbruch in den 1930er-Jahren betraf sie hingegen sehr unterschiedlich. In der Exportindustrie war der Wirtschaftseinbruch zunächst deutlich stärker als in der Binnenindustrie.[3]

Max Weber, sozialdemokratischer Wirtschaftspolitiker und späterer Bundesrat und Vorsteher des Finanzdepartements, zeichnete 1938 den Verlauf der Krisenjahre in der Schweiz folgendermassen nach:[4] Auf den Zusammenbruch der Aussenwirtschaft 1929 folgten der Kriseneinbruch in der Inlandwirtschaft und danach die Kredit- und Finanzkrise. Der Einbruch der Binnennachfrage hatte die grössten Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt. Die Wirtschafts- und Arbeitsmarktkrise erreichte im Herbst 1936 ihren Höhepunkt und schwächte sich erst nach einer starken Abwertung des Schweizerfrankens, die der Bundesrat ab dem 26. September 1936 anordnete, ab.

## ... die Konsequenzen für GF

Von der Grossen Depression am stärksten betroffen waren die Branchen des Industriesektors, wie die Daten zu den Stellensuchenden bestätigen.[5] Auch GF sah sich in dieser «schwersten Bewährungsprobe seit ihrer Existenz» gezwungen, Personal abzubauen. Der Gesamtumsatz der Werke in Schaffhausen fiel von 1930 auf 1931 um nahezu einen Viertel und 1932 nochmals um nahezu einen Drittel. Aufgrund der eingebrochenen Auftragszahlen musste der Personalbestand in den Schaffhauser Betrieben von 4068 Köpfen im Monatsdurchschnitt 1930 auf 3180 im folgenden Jahr und 1932 weiter auf 2416 reduziert werden. Der Beschäftigungsgrad fiel dementsprechend auf 45 Prozent des Standes von 1930. 1930 zählte die Stadt Schaffhausen im Vergleich dazu 21 000 Einwohner.[6] Es stand also nicht nur die Existenz eines Unternehmens, sondern einer ganzen Region auf dem Spiel.

Zudem sah sich die Geschäftsleitung gezwungen, im Oktober 1931 auch eine Lohn- und Gehaltsreduktion vorzunehmen, «die nach dem Massstab strenger sozialer Gerechtigkeit durchgeführt und von den Werksangehörigen mit anerkennenswerter Einsicht auf sich genommen wurde».[7]

## Mehr Kundennähe und ...

Die ersten Anzeichen einer Nachfragekrise bemerkte man bei GF 1929, der einschneidende Einbruch erfolgte ab 1931. Vorbeugend bemühte sich das Management, mit vermehrten Kundenbesuchen Aufträge zu sichern. So wurde auf den 1. Juli 1929 auch ein gewisser Alfred Dietzi als Reisevertreter eingestellt. Seine Aufgabe war es, «in allererster Linie Fabriken jeder Art und mechanische Werkstätten in der ganzen deutschen Schweiz zu besuchen, [...] um ganz speziell Serienaufträge für die Maschinenformerei, d.h. [den] sog[enannten] Kundenguss, zu suchen».[8]

Das Graugussgeschäft war erst 1929 mit der Übernahme der Maschinenfabrik Rauschenbach Teil des Fabrikationsprogramms der GF-Werke geworden: «Die Giesserei [war] eingerichtet zur Herstellung von Gussstücken von 30 Gramm bis zu einem maximalen Gewicht von 8 Tonnen.»[9] Die Graugussproduktion teilte sich auf in zwei Fünftel Werkstattguss für die eigene Maschinenbau-Abteilung (Bau von Dieselmotoren, Giessereimaschinen, Holzbearbeitungs- und Landwirtschaftsmaschinen etc.) und drei Fünftel Kundenguss (Teile für Elektromotoren, Kompressoren, Werkzeug-

maschinen etc.). Da nach und nach die Aufträge im Kundenguss ausblieben, wurde 1930 beschlossen, die Produktion auf Handelsguss-Artikel für den Eisenhandel wie Christbaumständer, Kleiderhaken oder Fensterladenrückhalter auszuweiten.

### ... neue Produkte gegen die Nachfragekrise

Dietzi bemerkte bei seinen nun regelmässigen Besuchen bei Eisenwarenhändlern die neuartigen emaillierten Gusspfannen deutscher und holländischer Hersteller, die gemäss der eingeholten Einfuhrstatistiken im Umfang von jährlich 250 Tonnen in die Schweiz importiert wurden. Ein vergleichbares Schweizer Fabrikat gab es nicht. «Dies veranlasste mich als Amateur-Koch meinen Herren Vorgesetzten den Vorschlag zu machen, die Fabrikation solcher [emaillierter] Kochgeschirre unter der Marke +GF+ aufzunehmen.»[10] Anhand der holländischen DRU-Modelle als Vorlagen entwickelte GF eigene Gussformen, die sie auch patentieren liess.[11] Die Emaillierung, die Lagerung, den Versand und teilweise den Vertrieb übernahm die Metallwarenfabrik Zug.[12] Im Sommer 1933 waren die ersten Kinderkrankheiten behoben, und das GF-Kochgeschirr kam auf den Markt.

Alfred Dietzi packte seinen Musterkoffer «mit einer Anzahl Kochgeschirren (ca. 16 kg)»[13] und bereiste damit die Schweiz. Auch an der Schweizer Mustermesse 1934 war er mit einem Sortiment aus inzwischen 13 Modellen für Gas- und Elektroherde in 36 Grössen präsent, und ein Jahr später beteiligte er sich am ersten schweizerischen Ausstellungszug, der zwischen Juni und Oktober 1935 mit 16 ausrangierten SBB-Wagen als fahrende Ausstellung an allen grösseren Bahnhöfen der Schweiz haltmachte: «Der Besuch war überall sehr stark, denn die Schulen wurden zum Besuche aufgeboten», aber auch das Publikumsinteresse war hoch, trotz dem stattlichen Eintrittspreis von einem Franken pro Person.[14] Alle diese Bemühungen zeigten Wirkung, und bald waren die Bestellungen grösser als die Lagerbestände.

**Werbecliché von 1934.**
(Quelle: GFA 1/2895)

**«Der Traum jeder Hausfrau»: Werbebroschüre von 1934.**
(Quelle: Konzernarchiv Georg Fischer AG, GFA 1/2894)

**Nationale Identitätsbildung am Kochherd: Zeitungsinserat 1933.**
(Quelle: GFA 1/2892)

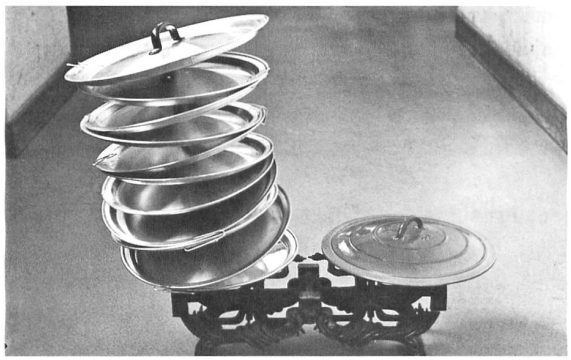
Dank gezielter und umfangreicher Werbemassnahmen berichteten verschiedene Fachblätter, Zeitschriften und Zeitungen über die neue und für das Industrieunternehmen ungewohnte Produktlinie. Sogar die «Neue Zürcher Zeitung» schrieb im November 1933 anlässlich der «Schweizerwoche»[15]:

> «In verschiedenen Schweizerwoche-Schaufenstern sind u.a. Artikel der A.-G. der Eisen- und Stahlwerke, vormals G. Fischer, Schaffhausen, ausgestellt, die schon aus dem Grunde beachtenswert sind, da sie zeigen, wie unsere von der Krise schwer betroffene Exportindustrie mit gutem Erfolg sich bemüht, die Produktion auf den Inlandmarkt umzustellen, um sich und ihre Arbeiter durchzuhalten. Der Zürcher Vertreter der Eisen- und Stahlwerke hat während der Schweizerwoche für den Detailhandel im Hotel ‹Simplon› eine kleine Ausstellung von allerlei nützlichen Dingen veranstaltet, die bisher ausnahmslos aus dem Auslande bezogen wurden, die nun aber von der genannten Firma unter der Marke ‹G.F.› in vollwertiger Qualität produziert werden. Recht nett und, wie demonstriert wurde, unverwüstlich ist ein Sortiment Kochgeschirr von allen Formen und Grössen aus emailliertem Gusseisen, Kasserollen, Auflauf- und Bratpfannen, ebenso auf kommende Festtage Christbaumständer in geschmackvollen Formen.»[16]

## Vom Krisen- zum identitätsstiftenden Kriegsartikel

In allen Wirtschaftsbereichen wurde in dieser Zeit die Werbung in den Dienst einer nationalen Identitätsbildung gestellt. Als angesichts der aggressiven Aussenpolitik des nördlichen Nachbarn immer klarer wurde, dass die Nachkriegs- eine Zwischenkriegszeit sein würde, nahmen auch die Anstrengungen zu, eine leistungsfähige Kriegswirtschaft aufzubauen. Schliesslich belastete jeder unnötige Import die Aussenhandelsbilanz. Der Kontext der Geistigen Landesverteidigung[17] bot den geeigneten Rahmen für die Inszenierung nationaler Identität.[18] In diesem Sinne animierte auch das Korrespondenzblatt des Schweizerischen Vereins der Gewerbe- und Hauswirtschaftslehrerinnen im März 1935 seine Leserinnen dazu, im Unterricht für die GF-Produkte zu werben:

**In der Hauswirtschaftsschule sind GF-Pfannen im Einsatz.**
(Quelle: GFA 16/40591.66)



**Gewichtige Qualität: Ein GF-Gusseisendeckel wird mit elf Aluminiumdeckeln aufgewogen.**
(Quelle: GFA 16/40591.50a)

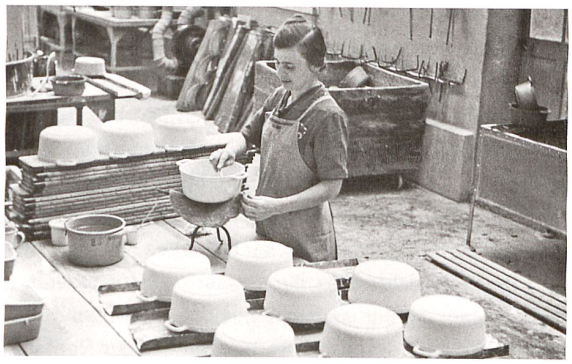
**In einer Verkaufsbroschüre von 1940 wird die Qualitätsprüfung beschrieben: «Bei jeder Kochgeschirr-Kategorie werden in Stichproben Abschreckversuche vorgenommen. Auf der elektrischen Kochplatte werden die Töpfe trocken auf 250° erhitzt um darauf sofort unter dem Wasserhahn abgeschreckt zu werden. Dieser Vorgang wird 100 Mal wiederholt und trotzdem darf nachher weder Email abgesplittert sein noch der Topfboden irgendwie Formveränderungen aufweisen.»**
(Quelle: GFA 1/2885 und GFA 16/40591.46)

> «Die Haushaltungs-Lehrerinnen haben durch den Hinweis auf das Schaffhauser Qualitäts-Kochgeschirr Gelegenheit, in positivem Sinne zur Bekämpfung der Arbeitslosigkeit in der Schweiz beizutragen. Die Fabrikation erfolgt ausschliesslich in der Schweiz und nur durch schweizerische Arbeitskräfte. Die Qualität ist jedem ausländischen Fabrikat ebenbürtig.»[19]

## Stattliche Preise für eine langfristige Investition

Die Qualität hatte ihren Preis: Ein runder Topf mit Deckel für den Gasherd kostete je nach Grösse zwischen 9 und 23 Franken, das gleiche Modell für den Elektroherd sogar zwischen 13 und 26 Franken.[20] Dies waren stattliche Preise verglichen mit dem durchschnittlichen Stundenlohn eines Handwerkers von 2 Franken oder dem Monatslohn eines Büroangestellten von 200 bis 300 Franken.[21]

Doch Kochgeschirr war eine langfristige Investition, was auch aus zwei Broschüren hervorgeht, die GF als



**In einer Verkaufsbroschüre von 1940 wird der aufwendige Herstellungsprozess beschrieben und illustriert: Guss, Emaillierung und Verpackung von Kochtöpfen.**
(Quelle: GFA 1/2885 und GFA 16/40591)

**«Vom Herd direkt auf den Tisch»: Im gleichen Topf kochen und servieren.**
(Quelle: GFA 16/40591.73)

Instruktionsmaterial für die Verkäuferinnen und Verkäufer in den Fachgeschäften bereitstellte:[22] Im einen Heft, das mit rund 60 Fotografien bebildert ist, wird der aufwendige Herstellungsprozess des Kochgeschirrs beschrieben. Die andere Broschüre enthält ein fiktives Verkaufsgespräch, worin die Verkäuferin auf die Vorzüge der langlebigen Pfannen und Töpfe hinweist. Im Zweiten Weltkrieg rückten dann andere Kriterien in den Vordergrund der Werbung: Unter dem Titel «Vom Herd direkt auf den Tisch» wurde die Multifunktionalität und Ästhetik der Töpfe betont, die sich gleichzeitig als Koch- und Servicegeschirr eigneten und so der geforderten Hausfrau die Arbeit erleichterten. Insbesondere die Grillplatten wurden zudem mit dem Argument beworben, damit beim Kochen auf rationierte Speisefette und Butter verzichten zu können.

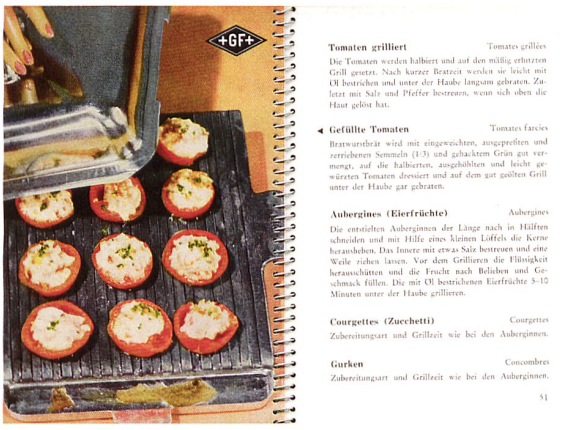
Die Nachfrage nach den Schweizer Qualitätspfannen stieg stetig. Aber die Konkurrenz schlief nicht. Bereits 1934 brachte das Eisenwerk Klus der Firma von Roll eine eigene Kochgeschirr-Linie auf den Markt.[23] Auch der Haushaltgrill, eine Eisenplatte als Aufsatz auf dem Gas- oder Elektroherd, wurde ebenfalls von Konkurrenzunternehmen vertrieben. Dietzi berichtet, dass die Firma Melior einen besonders harten und diffamierenden Kampf um die Käufergunst führte, indem ihre Grill-Demonstranten an den Messeständen «gegen den +GF+ Grill bösartige, unwahre und nicht nachweisbare Mängel [verbreiteten]».[24] Dietzi fand darauf in Herrn Brenneisen, dem Küchenchef der Kantonalen Frauenklinik Zürich, einen kompetenten Fachmann, der die Kritik öffentlich widerlegte und die Vorzüge des GF-Grills anpries.

## Lieferengpässe für den «Lückenbüsser»

Die Kochgeschirr-Abteilung machte ihre Arbeit so gut und die GF-Pfannen waren so begehrt, dass es aufgrund der grossen Bestellmengen sehr bald zu anhaltenden Lieferverzögerungen kam. Als sich die Wirtschaftslage nach ihrem Tiefpunkt 1936 langsam erholte und wieder mehr Aufträge aus der Industrie hereinkamen, stellte Dietzi mit Bitterkeit fest, dass Handelsguss und Kochgeschirrguss «eigentlich nur Lückenbüsser» waren und die Giesserei wieder auf Kundenguss umgestellt wurde, «und zwar mit der Begründung besserer Gusspreise».[25] Die Rolle des Lückenbüssers haftete der Abteilung Kochgeschirr auch in den folgenden Jahrzehnten an. Immer wieder wurde die Produktion zugunsten wichtigerer oder ertragreicherer Aufträge zurückgestellt. Erst wenn sich die Auftragslage erneut verschlechterte, wurde die Produktion des Kochgeschirrgusses intensiviert. In den kurzen Phasen des Aufschwungs konnten aber neben dem Abbau der Lieferrückstände kaum ausreichende Lagerbestände aufgebaut werden, sodass der anhaltenden Nachfrage stets nur mit grossen Lieferverzögerungen von bis zu 18 Monaten Folge geleistet werden konnte.[26]

**Im Zweiten Weltkrieg werden Speisefette rationiert: Zeitungsinserat von 1942.**
(Quelle: GFA 1/2893)

Der Zweite Weltkrieg brachte neue Herausforderungen und Produktionsschwankungen: Zuerst wurde 1941 aufgrund des Mangels an Rohstoffen schweizweit ein behördliches Fabrikationsverbot für nicht dringlich notwendige Artikel verhängt (Verfügung 6E). Darunter fiel auch ein Grossteil des Kochgeschirrsortiments. Nur ein Jahr später wurde die Gasversorgung rationiert, was viele Haushalte dazu zwang, von Gas- auf Elektrokochherde umzustellen.[27] Kochtöpfe für Gas- und Elektroherde unterschieden sich in Bodendicke und -beschaffenheit voneinander. Das Gasgeschirr war auf einem Elektroherd nicht brauchbar, und so nahm die Nachfrage nach Elektrokochgeschirr drastisch zu: Bis Ende 1943 gingen bei GF Aufträge über 120 000 Stück ein, wovon nur zwei Drittel im selben Jahr ausgeliefert werden konnten.[28] Diese Zahl ist umso eindrücklicher, wenn man bedenkt, dass es damals weniger als 1 Mio. Haushalte[29] in der Schweiz gab und GF sich den Markt mit ebenfalls sehr präsenter Konkurrenz teilte.
Auch nach Kriegsende besserten sich die Lieferbedingungen nicht. Es fehlte weiterhin an Brennstoff und ebenso an Facharbeitern, weshalb die Graugiesserei aufgrund des nur reduziert möglichen Betriebes anderen Produkten den Vorzug gab. Dietzi zitiert eine interne Weisung, die er im Juli 1947 von der Giesserei erhielt: «Bis auf weiteres müssen wir sämtliche Aufträge auf Katalogartikel und Kochgeschirr ablehnen. Unter diesen Umständen ist es natürlich vollständig zwecklos, dass Sie noch irgendwelche Aufträge von Kunden entgegennehmen.» Die Kundschaft und die Grossisten waren zunehmend verärgert, sodass viele Firmen zum von-Roll-Produkt aus dem Werk Klus oder zur ausländischen (und nach dem Krieg wieder erhältlichen) Marke DRU wechselten.[30]




**Rezeptbüchlein für das Kochen auf dem GF-Grill, ca. 1955.**
(Quelle: GFA 1/5020)

## Das schleichende Ende eines Verkaufs- und Marketingschlagers

Alfred Dietzi beschloss am 30. September 1955 im Alter von 76 Jahren seine 55-jährige Reisetätigkeit und setzte sich zur verdienten Ruhe. Mit ihm verlor die Kochgeschirr-Abteilung ihren internen Fürsprecher und die Identifikationsfigur nach aussen. Es verwundert deshalb nicht, dass der Umsatz an Kochgeschirr nur ein Jahr später seinen Zenit überschritt und von da an rückläufig war. Ein interner Bericht zur Rentabilität der Kochgeschirr-Abteilung von 1959 wies für die letzten fünf Jahre einen durchschnittlichen Verlust von 14% aus und berechnete, dass zur Erreichung der Gewinnschwelle eine Verdoppelung des Verkaufsumsatzes notwendig wäre. Es wurde deshalb einvernehmlich beschlossen, die Abteilung gelegentlich zu liquidieren, was in den folgenden Jahren schleichend passierte.[31]
Bereits ab 1956 wurde ein Teil des Rohgusses von der Fonderie et Emaillerie SA in Belgien bezogen. 1961 wurde die gesamte Produktion dorthin ausgelagert und GF befasste sich lediglich noch mit dem Vertrieb in der Schweiz. Der Hauptgrund für das Zögern, diesen Produktzweig vom Markt zu nehmen, bestand in der «Werbewirkung des Kochgeschirres als einzigem konsumnahen +GF+ Produkt für das Gesamtunternehmen».[32]
Dieses Argument wog allerdings nicht schwer genug, sodass die Fabrikation und der Vertrieb Ende 1968 endgültig eingestellt und die Modelle dem Werk Klus der von Roll AG verkauft wurden. Die bis heute anhaltende Begeisterung für die GF-Pfannen und ihr noch immer regelmässiger Einsatz (auch in der Küche der Autorin) zeigen, dass die Liebe zu einem Produkt auch weit über ein halbes Jahrhundert anhalten kann.

**Franziska Eggimann**
Franziska Eggimann studierte Geschichte und Germanistik an der Universität Zürich. Davor absolvierte sie in Luzern ein Studium in Hotelmanagement und schloss dieses 2001 als eidg. dipl. Hotelière-Restauratrice HF ab. Sie arbeitete einige Jahre in Italien, unter anderem war sie 2002/2003 Mitinitiantin des Teatro del Sale in Florenz. Von 2008 bis 2013 arbeitete sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin im Reorganisationsprojekt des Klosterarchivs Einsiedeln, wo sie u.a. das Urkundenprojekt leitete und für das Planarchiv verantwortlich war. 2012 konzipierte und realisierte sie in Coleitung die Jahresausstellung der Stiftsbibliothek Einsiedeln «Von Ansichten und Einsichten. Pläne und Karten im Klosterarchiv Einsiedeln». Verschiedene Publikationen und Herausgeberschaften im Rahmen der Tätigkeit im Klosterarchiv Einsiedeln. 2013 übernahm sie die Leitung der Eisenbibliothek und des Konzernarchivs der Georg Fischer AG.

1 Alfred Dietzi: Erinnerungen an 25 Jahre dornenvollen Leidensweg der Verkaufsabteilung Handelsguss und +GF+ Kochgeschirr von Alfred Dietzi, Reisevertreter 1929–1954. Verfasst 1955. Konzernarchiv Georg Fischer AG, GFA 1/577.

2 Ebd., S. 1.

3 Margrit Müller und Ulrich Woitek: Wohlstand, Wachstum und Konjunktur. In: Patrick Halbeisen, Margrit Müller et al. (Hg.): Wirtschaftsgeschichte der Schweiz im 20. Jahrhundert. Basel 2012, S. 91–222, hier: S. 142–145. Diese grundlegende Publikation zur Schweizer Wirtschaftsgeschichte enthält auch eine umfassende Bibliografie.

4 Max Weber: Gegenwartsfragen der schweizerischen Wirtschaft. Bern 1938.

5 Müller/Woitek, Wohlstand (wie Anm. 3), S. 145.

6 Karl Schib: Geschichte der Stadt Schaffhausen. Mit Anhang: Aus der Entwicklung der Stahlwerke Georg Fischer. Thayngen/Schaffhausen 1946, S. 61.

7 Hundertfünfzig Jahre Georg Fischer Werke 1802/1952. Schaffhausen 1952, S. 67–69.

8 Dietzi, Erinnerungen (wie Anm. 1), S. 1.

9 Hundertfünfzig Jahre Georg Fischer Werke (wie Anm. 7), S. 108f.

10 Dietzi, Erinnerungen (wie Anm. 1), S. 3.

11 So wurde z.B. 1939 ein «zum Aufsetzen auf eine Herdplatte bestimmter Grill» als Patent angemeldet, 1955 eine Schneckenplatte für 12 Schnecken oder 1957 ein «Griff an Kochgeschirr zur Isolierung gegen Wärme». GFA 1/2046.

12 Vertragsdossier mit Metallwarenfabrik Zug, GFA 1/577.

13 Dietzi, Erinnerungen (wie Anm. 1), S. 5.

14 Ebd.

15 Die «Schweizerwoche» war eine Gewerbeausstellung, die seit 1917 jährlich im Herbst durchgeführt wurde. Die Ausstellung fand in der ganzen Schweiz im Detailhandel statt und hatte zum Ziel, den Verkauf einheimischer Produkte zu fördern. Vgl. dazu die Berichterstattung in der damaligen Tagespresse.

16 Neue Zürcher Zeitung Nr. 1991 vom 3. November 1933, Ausschnitt im Dossier GFA 1/2975.

17 Als «Geistige Landesverteidigung» wird die von den 1930er- bis in die 1960er-Jahre dauernde politisch-kulturelle Bewegung bezeichnet, welche die Stärkung von als schweizerisch deklarierten Werten und die Abwehr der faschistischen, nationalsozialistischen und kommunistischen Totalitarismen zum Ziel hatte. Mehr dazu bei Marco Jorio: Geistige Landesverteidigung. In: Historisches Lexikon der Schweiz, Bd. 5 Fruchtbarkeit-Gyssling. Basel 2006, S. 163–165.

18 So warb z.B. auch Ovomaltine 1934 mit der Aufforderung «Trinkt mehr Milch! Ihr helft damit Euch und der ganzen schweizerischen Wirtschaft.» Myriam Berger: Ein Schweizer Trunk gegen die Leiden der Zeit. In: Daniel Di Falco et al. (Hg.): Bilder vom besseren Leben. Wie Werbung Geschichte erzählt. Bern 2002, S. 53f.

19 Korrespondenzblatt des Schweizerischen Vereins der Gewerbe- und Hauswirtschaftslehrerinnen, No. 3 vom 10. März 1935, Ausschnitt im Dossier GFA 1/2975.

20 Produktprospekt von 1934, GFA 1/2894.

21 Angaben für Zürich 1939. Lebenskosten in der Schweiz 1930–1940. Zusammenstellung von Doris Schwyzer. In: Dreissiger-Jahre Schweiz. Werbestil 1930–1940. Die alltägliche Bildsprache eines Jahrzehnts. Zürich 1981, S. 97–100.

[22] Das gussemaillierte +GF+ Kochgeschirr und seine Herstellung, 1953, GFA 1/2885. Liebe Verkäuferin, lieber Verkäufer, ca. 1945, GFA 1/577.

[23] Eisenwerk Klus: Kochgeschirre Klus aus feinkörnigem Edel-Gusseisen. Preisliste Nr. 288-L zum Prospekt Nr. 273. Klus 1944.

[24] Alfred Dietzi: +GF+ Grill. Episode oder Tatsachenbericht, 1955, GFA 1/577.

[25] Dietzi, Erinnerungen (wie Anm. 1), S. 6.

[26] Ebd., S. 9 f.

[27] Bis 1941 waren in Schweizer Haushalten nur 154 000 Elektroherde angeschlossen. Allein im Jahr 1944 wurden rund 28 000 Elektrische Kochherde verkauft. Die +GF+ Post Nr. 4, Dezember 1945, GFA 1/2872.

[28] Dietzi, Erinnerungen (wie Anm. 1), S. 8.

[29] Eidgenössisches Statistisches Amt: Statistisches Jahrbuch der Schweiz 1940. Basel 1941, S. 9.

[30] Dietzi, Erinnerungen (wie Anm. 1), S. 10.

[31] Bericht Rentabilität Kochgeschirr, 29. Dezember 1959, GFA 1/577.

[32] Beilage zur 327. Sitzung des Verwaltungsrates von GF am 8. Dezember 1965, GFA 1/577. Diese nicht mehr von GF selber produzierten Töpfe sind daran zu erkennen, dass das Markenzeichen «+GF+» nicht eingegossen ist, sondern lediglich mit dem Deckelknauf aus Kunststoff aufgeschraubt wird.