Einkaufen in der Stadt Zürich um die Jahrhundertwende

Autor(en): **Witzig, Heidi**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizerische Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialgeschichte = Société Suisse d'Histoire Economique et Sociale**

Band (Jahr): **15 (1998)**

PDF erstellt am: **23.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-872013

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

Heidi Witzig

Einkaufen in der Stadt Zürich um die Jahrhundertwende

Distributions- und Transportsysteme

«Die Stadt Zürich besitzt in ihrer neuen Gestalt und Form noch einen offenen Gemüsemarkt auf der sog. Gemüsebrücke, ein weiterer, ebenfalls offener Gemüsemarkt wickelt sich an der Bahnhofstrasse und deren Einmündungen, sowie am Rathaus- und Sonnenquai ab, während ein anderer Teil der Nahrungsmittelverkäufer als Hausierer die Stadt durchzieht. […] [Obwohl] dieser Zustand von vielen Einwohnern auch heute noch als hinreichend bezeichnet wird, weil er früheren Anforderungen genügt haben mag, so glaube ich, dass wir doch in jene Periode eingetreten sind, die ein mehreres und tatkräftige Einschreiten zur Verbesserung wünschbar macht, die geeignet sind, die Stadt Zürich bezüglich des Nahrungsmittelmarktes auf denjenigen Rang zu stellen, den ihr selbst kleinere Städte streitig gemacht haben.» Der Verfasser dieser 1895 – zwei Jahre nach der Stadtvereinigung – erschienenen Streitschrift machte sich für den Bau einer zentralen Markthalle stark, von welcher er sich die «Zentralisirung der Verkehrs mit Nahrungsmitteln unter erweiterten Kontrollbedingungen» versprach.[1] Interessant für unser Thema ist die Analyse des Autors, in der Stadt Zürich herrsche noch in den 1890er Jahren ein im wesentlichen offener, dezentraler Lebensmittelmarkt und ein feinmaschiges Verteilsystem mit verschiedenartigsten Transport- und Verkehrsströmen.

Konsultieren wir biografische Quellen, bestätigt sich diese Einschätzung nicht nur – sie ergeben ein noch wesentlich differenzierteres Bild. Die Hauptmärkte auf der Gemüsebrücke, entlang der oberen Bahnhofstrasse und auf dem rechtsufrigen Rathausquai waren Verkaufsstellen der Bauernfamilien der Umgebung. Jede Woche transportierten die kleinen Limmatschiffe mit umlegbarem Kamin, «Dampfschwalben» genannt, Bäuerinnen aus den Seegemeinden an die Anlegestelle am Weinplatz. «Es setzte jeweilen einen regelrechten Trubel ab, bis am frühen Morgen die vielen, grossen Körbe voll taufrischer Gemüse ausgeladen waren. Die immer über viel Zeit verfügenden ‹Eckensteher› vom Zentral fanden sich alle dort ein, um den Bauernfrauen beim Transport ihrer Ware auf den Markt an der Bahnhofstrasse behilflich zu sein.»[2] Der 1881 geborene Heiri Gysler, welchem wir eine lebendige Beschreibung des Lebens im Zürich der 1880er und 90er Jahre verdanken, half beim Transport der schweren Körbe über die enge, steile Strehl-

gasse hinunter zur Bahnhofstrasse so viel wie möglich mit. Der Lohn bestand in der Regel aus einigen Äpfeln. Bauern und Bäuerinnen aus den umliegenden Dörfern, aus dem Limmattal oder dem Zürcher Oberland kamen auf dem Landweg mit verschiedensten Gefährten, vom Pferdefuhrwerk bis zum zweirädrigen Handkarren. Die Wochenmärkte waren mit enorm viel Klein- und Kleinsttransport und Verkehr verbunden. Auch die mit der Bahn transportierten Güter wurden auf verschiedene Arten weiterverteilt. Im Umkreis des Vorbahnhofs siedelten sich Fuhrhaltereien mit Pferdegespannen an; und um die Güterhallen der Nordostbahn wuchs «Zürichs grüner Bauch», ein «kunterbuntes Durcheinander» von kleingewerblichen Engrosläden mit Früchten und Gemüsen, Magazinen und Lagern.[3]
Die Käuferinnen von Gemüse, Früchten und Blumen auf dem Markt waren meist «Hausfrauen der nächsten Gassen der Altstadt», ferner Damen aus entfernteren Quartieren (vor 1893 handelte es sich noch um Dörfer) mit ihren Dienstmädchen, welche die Einkaufskörbe zu tragen hatten. Der 1883 geborene Robert Faesi, Kind einer alteingesessenen wohlhabenden Zürcher Familie, begleitete jeweils seine Mama vom heimatlichen Selnauquartier an den Bahnhofstrassemarkt, «angetan mit einer geflochtenen Hutte auf dem Rücken, um die Gemüse und Früchte zu verstauen».[4] Erst gegen elf Uhr tauchten «ärmere Fraueli» auf, um kurz vor Marktende günstiger einzukaufen.[5]
Die Marktpreise waren Gegenstand erbitterter Kontroversen seit den 1870er Jahren. Im «Tagblatt» veröffentlichte die Witwe Elisabeth Pfister ein Inserat, betitelt «Ein Wort über den Zürcher Gemüsemarkt», in welchem die sogenannten Vorkäufer angeprangert wurden, welche «vom Morgen früh an dem Pflanzer entgegengehen und wenn irgend möglich das Schönste und Beste vorab von ihm kaufen» und mit Margen von 50–60% auf dem Markt weiterverkauften. Das Inserat endete mit dem Aufruf, entweder die Gemüsehändler erst ab einer bestimmten Zeit zum Markt zuzulassen, oder aber einen Gemüse-Konsumverein zu gründen. Zwar existierte eine Polizeiverordnung, welche den «Vorkäufern» erst ab 10 Uhr den Einkauf gestattete, doch war diese Verordnung unter Hinweis auf die Gewerbefreiheit erfolgreich angefochten worden. Da der bereits existierende Konsumverein Zürich nicht in den Gemüseverkauf einsteigen mochte, schritt die Initiantengruppe – neben Elisabeth Pfister «ungefähr 200 Familienvorstände» – zur Gründung eines Gemüsevereins und 1878 des Lebensmittelvereins Zürich.[6] Eine zentrale Verkaufsstelle für Früchte und Gemüse wurde in Zürich nie verwirklicht.
Neben den Märkten versorgten sich städtische KundInnen direkt bei Bauern aus weiter entlegenen Dörfern durch sogenannte Boten. Diese fuhren mit ihren grossen segeltuchbespannten Fuhrwerken täglich in die Stadt; aus Regionen links der Limmat zum Münsterplatz, aus Regionen rechts der Limmat zum Hirschenplatz. Besonders dienstags und freitags blieb auf diesen Plätzen kaum noch eine Fahr-

rinne frei. Die Boten versorgten die Pferde in den Ställen der umliegenden Gasthöfe und liessen die bestellten Waren durch die schon erwähnten «Eckensteher», oder durch Knaben in der Stadt verteilen. Nur grosse Bestellungen wie beispielsweise Holz oder Kartoffeln wurden von den Boten selbst ins Haus gebracht. Der Verdienst für die Kleinverteiler bestand von seiten der Boten in Naturalien: Äpfel, Birnen, ein Stück Bauernbrot, oder sogar ein Stück Speck. «Je nach Kundschaft» erhielten die Transporteure am Ziel ein Trinkgeld.[7]

Anders als die Wochenmärkte boten die jährlichen Mai- und Martinimärkte eine breiteste Palette von Konsumprodukten. Seit 1882 fanden sie am Hirschen- und Seilergraben statt und dehnten sich stark aus. Man hätte «zeitweise dem herbeiströmenden Publikum beinahe auf den Köpfen gehen können», beschrieb Heiri Gysler den Andrang.[8] Die Anbieter des Martinimarkts kamen aus der Landschaft, und Hauptkunden waren ländliche Bauernfamilien, welche sich mit Kleidern, Schürzen oder Schuhen sowie Haushaltgegenständen versorgten. Dazu kamen ein breites Angebot von landwirtschaftlichen Geräten und ein Viehmarkt. Für StädterInnen gehörten die Töpfer aus dem Unterland, die Kellen- und Zainenmacher von Sternenberg oder die badischen Bauern mit ihren meterhohen Pyramiden aus Spitzkabis zum traditionellen Bild des Jahrmarkts, so gut wie die Gaukler, Moritatensänger, Marktschreier und der «Billige Jakob». Das «Rufen und Lachen, Schreien und Markten» schuf die traditionelle Marktatmosphäre. Dem gegenüber kamen dem jungen Adolf Maurer die «vornehmen, sauberen Läden» des Limmatquai und der Bahnhofstrasse «todlangweilig» vor.[9] Was dem Zürcher Martinimarkt jedoch besondere Attraktivität, sozusagen städtisches Flair verlieh, waren die «jeweiligen Novitäten» wie beispielsweise eines der ersten Walzengrammophone, oder die ersten Modellierbogen des 1889 erbauten Eiffelturms.[10] Auch Modeartikel gehörten dazu. Die junge Verena Conzett kaufte mit ihrem Zwanziger ein Paar weisse Manschetten mit eingesetzter Stickerei, welche von ihrer noch ländlich geprägten weiblichen Verwandtschaft als zu auffallend empfunden wurden – typisch hochmütiger «Modeaffe».[11] Auch die Zuckerbäcker mit weissen Schürzen und hohen Mützen boten neben den traditionellen Süssigkeiten wie Süssholz, Bärendreck, Magenbrot oder türkischem Honig Raffinessen an. So die «knallroten, etwa zehn Zentimeter langen Quittenwürstli für fünf Rappen, die grossen, herrlich duftenden ‹Zürimurre› und die zehnräppigen faustgrossen Mohrenköpfe».[12]

Fungierten die Märkte als zentrale Verkaufsstellen, in welchen ein personalintensives, ununterbrochenes Hin- und Wegtragen herrschte, existierte daneben ein regelmässiges und reichhaltiges Verkaufsangebot von Haustür zu Haustür. Neben dem traditionellen Angebot der Scherenschleifer, Pfannen- oder Schirmflicker und HausiererInnen wurden auch Produkte des täglichen Bedarfs wie Eier, Fegsand oder Milch von Haus zu Haus angeboten. Während der Eierverkauf Sache von

Frauen aus der ländlichen Umgebung war, bot der zum Putzen wichtige Fegsand auch armen Stadtkindern Verdienstmöglichkeiten. Der 1874 geborene Hans Meierhofer sammelte zusammen mit seinen Geschwistern auf Steinmetzplätzen abgemeisselte Steinbrocken; diese wurden mit einem schweren Hammer zerschlagen und dann in die gewünschte Feinheit gesiebt. Anfänglich trugen die Kinder ihren Fegsand in Leinensäcken auf der Schulter. Später baute ihnen der Vater aus einer Makkaronikiste und zwei Rädern aus der Alteisenhandlung einen Handwagen. Sie hatten ihren festen KundInnenkreis. Die Meierhofer-Kinder waren nicht die einzigen, welche mit diesem Nebenerwerb wesentlich zum Haushaltbudget beitrugen.[13] Für die BewohnerInnen der Altstadt wurden zudem bis zur Mitte der 90er Jahre täglich Ziegenherden von Fluntern oder Hirslanden ins Niederdorf getrieben. Dort melkten die Bäuerinnen die Milch direkt in die Gefässe, welche die Kundinnen mitbrachten; ein Halbliterbierglas kostete 5 Rp. Vor Ostern wurden auch kleine Zicklein verkauft; der zukünftige Festbraten wurde dann «irgendwo im Hof hinter dem Haus in einer Kiste» bis zum Metzgen aufbewahrt.[14]
Ausser diesen Basisprodukten wurden auch Haushaltgegenstände und Luxusprodukte vor der Haustüre angeboten. Einmal im Jahr hausierte ein Fuhrwerk aus dem «Chelleland», also dem Zürcher Oberland, mit Kellen, Holzzubern, geflochtenen Körben oder Waschzainen. Im Sommer schoben Glacéverkäufer und im Winter Marroniverkäufer ihre Handkarren durch die Gassen und Strassen der Stadt.[15]
Neben den Hausverkäufen existierte ein ausgedehntes Hausliefersystem – alles zu Fuss, nach der Jahrhundertwende vereinzelt auch mit dem Velo –, mit Körben, Hutten oder Handkarren. Die Milchmänner schleppten frühmorgens ihre Milchkarren zur Kundschaft. Laut Heiri Gysler hatten die BewohnerInnen in Mehrfamilienhäusern oft vier oder fünf verschiedene Milchmänner.[16] Auch Brot wurde ins Haus geliefert. Im vornehmen Haushalt von Kurt Guggenheims Eltern an der Gartenstrasse wurde für Briefträger, Milchmann und Bäcker ein Korb durch den Lichtschacht im Treppenhaus hinuntergelassen.[17] Auch die auf wohlhabende Kundschaft spezialisierten Geschäfte des gehobenen Konsums lieferten ihre Waren auf Bestellung ins Haus. Die Konditorei Sprüngli beispielsweise lieferte ihre Produkte für Bankette und Hochzeitsfeiern in die ganze Schweiz; die Versandabteilung – auch die Belieferung der umliegenden Kundschaft per Ausläufer – wurde seit den 1850er Jahren systematisch ausgebaut. Die bekannte Metzgerei Otto Ruff benützte ihre Ausläufer «mit der Firmenbezeichnung am Velo, mit Metzgerbluse und weisser Schürze und der Hutte auf dem Rücken» in den Jahren vor dem Ersten Weltkrieg als eigentliche Werbeträger.[18]
Im weiteren existierte ein relativ dichtes Netz von Verkaufsläden mit Produkten des täglichen Bedarfs. Nur die Metzgereien waren traditionell zentralisiert. Seit der Errichtung des monumentalen Schlachthauses Walche gegenüber dem Bahn-

hof 1863 war die Fleischhalle auf der Gemüsebrücke für den Verkauf neu errichtet worden. Die alteingesessenen Metzger hatten ihre Verkaufsstände in der Fleischhalle. Daneben existierten zahlreiche Metzgereien in den Quartieren, wo auch selbst geschlachtet und gewurstet wurde.[19]

Der grösste Teil der Verkaufsläden befand sich fein verteilt in den Quartieren. Sie waren klein, eng und nur überlebensfähig als Familienbetrieb. Laut Heiri Gysler waren die Läden «meist düster, mitunter sogar dunkel. Die billigste Beleuchtung war die Petroleumlampe.» In dem Raum drängten sich die grossen Petroleumbehälter, Zucker-, Salz- und Kartoffelsäcke; auf dem Ladentisch der Butterstock, auf dem hinteren Regal «neben Bodenwichse, Papierkragen und -manschetten die hölzernen ovalen Schachteln mit der Schuhwichse, daneben ein Korb mit Salat und eine ganze Reihe ‹aufgesetzter› Fünfpfünder Brot». Die Ladenöffnungszeiten richteten sich nach der Kundschaft. Die Arbeiter holten ihren Znüni schon vor sechs Uhr morgens, und abends konnte bis 22 Uhr Vergessenes eingekauft werden; am Sonntagmorgen wurden die Läden «um die Ecke … geradezu bestürmt um Käse, ‹Serbila› und Brot. In der Regel trug dann das Männchen hinter der überladenen Theke eine frische, grüne Schürze, oder die Ladeninhaberin hatte sich, statt ein Allwetterhäubchen aufzusetzen, die Haare wieder einmal sauber gekämmt – ein untrüglicher Beweis, dass es Sonntag war».[20] Die Stammkundschaft der kleinen Quartierläden kaufte praktisch nur «aufs Büchli»; einmal monatlich wurde abgerechnet. Der 1883 geborene Adolf Maurer beobachtete nach der Jahrhundertwende eine deutliche «Entwicklung aus winkligen, unendlich bescheidenen Anfängen durch eine zweite Generation, die ihre fachliche Ausbildung auswärts erworben hatte, zu grösseren, leistungsfähigeren Betrieben».[21] Zweifellos zeitigte die Konkurrenz des Konsumvereins und des Lebensmittelvereins, wie auch der seit der Jahrhundertwende aufstrebenden Spezialgeschäfte, eine gewisse Wirkung, v. a. bezüglich Ladengrösse, Präsentation und Hygiene. Doch waren auch diese Verkaufsläden noch relativ klein. Der LVZ hatte bei seiner Gründung 1878 nur sieben einfache Verkaufsstände, welche von 16 Verkäuferinnen und zwei «Gewerbsknechten» betrieben wurden.[22] 1880 folgte der erste Laden, 1900 waren es 66 und 1910 77; 1904 hatte der LVZ 150 Angestellte.[23] Auch die Spezialgeschäfte waren noch klein und wurden in der Hauptsache vom Besitzerpaar geführt. Die alteingesessene, 1864 gegründete Firma Schwarzenbach beispielsweise, führend im Verkauf von Kolonialwaren und geröstetem Kaffee, beschäftigte erst ab 1892 Angestellte.[24] Auch in grösseren Geschäften wie der Konditorei Sprüngli oder dem Südfrüchtehandel Corrieri arbeiteten die Frauen selbstverständlich mit, und die Söhne genossen ihre Ausbildung häufig im elterlichen Betrieb.

Die Non-food-Geschäfte waren bezüglich Verteilung und Transportsysteme ähnlich strukturiert wie die Lebensmittelgeschäfte. Im Bezirk Zürich arbeiteten 1880

152 FeilträgerInnen (92 Männer, 60 Frauen), 48 Knochen- und LumpenhändlerInnen (26 Männer, 22 Frauen), und 860 «andere Handelsleute» (799 Männer, 61 Frauen) im – modern ausgedrückt – Secondhandverkauf. Sie waren praktisch alle selbständigerwerbende Einzelpersonen – häufig alte Frauen – oder Paare. Feilträgerläden waren bei der ärmeren Bevölkerung sehr begehrt, «oft geradezu Retter in der Not». Neben Kuriositäten waren dort ganze Wohnungsausstattungen für wenig Geld erhältlich. Sie hatten ihre Verkaufsräume in kleinen Schuppen und Hintergebäuden der Altstadt.[25] Die Alteisen-, Papier-, Knochen- und Lumpensammler hatten ihre Lager meist in der Nähe des Güterbahnhofs. Sie verkauften ihre Produkte hauptsächlich wiederverwertenden Firmen, doch war besonders Alteisen auch bei ärmeren Familien begehrt. Mancher Handkarren oder umgebaute Kinderwagen – unentbehrliches Utensil beim bezahlten Transport von Kleinwaren – war mit Material vom Alteisenhändler zusammengebastelt.[26] HauptlieferantInnen dieser Händler waren arme Knaben und Mädchen, welche systematisch die städtischen Kehrichtgruben entlang der Badenerstrasse durchsuchten und alles Verwertbare verkauften oder für den Familienbedarf sammelten.[27]

Relativ billige Tuch- und Kleidergeschäfte konnten sich auch an zentralen Geschäftslagen halten. So stand die Frawa, die Französische Warenhalle seit 1870 an der Gerbergasse, in unmittelbarer Nähe der Bahnhofstrasse. Das Angebot an Textilmanufakturwaren des «Mittelgenres» besass einen treuen Kundinnenstamm von «Hausfrauen».[28] Das 1874 an der Stüssihofstatt errichtete Herrenkonfektionsgeschäft von Gustav Naphtaly verkaufte ab 1903 Kleidungsstücke zum Einheitspreis. Ein Herrenkleid oder ein Mantel kosteten 35 Fr.[29] Der später von den Warenhäusern propagierte Grundsatz des «Grosser Umsatz – kleiner Nutzen» wurde von diesen Einheitspreisfirmen bereits praktiziert.

Die Verkaufsgeschäfte des gehobenen Bedarfs verschoben sich seit den 1880er Jahren vom alten Geschäftszentrum rechts der Limmat zusehends an die Bahnhofstrasse. Viele hatten sehr bescheiden begonnen. So beschäftigte das Seidenhaus Grieder 1889 eine Verkäuferin, einen Laufburschen und zwei Mustermacherinnen; das Spielwarengeschäft Oscar Weber wurde 1881 von den beiden Geschäftsinhabern allein geführt.[30] Im Laufe der folgenden Jahrzehnte dehnten sich die meisten dieser Verkaufsgeschäfte stark aus und kauften laufend Immobilien, die an der Wertsteigerung der Gegend teilhatten. Auf dieser Kapitalbasis eröffneten sie seit 1900 die grossen Einkaufshäuser, welche die berühmten Innensichten gewährten.

So erhielt die Bahnhofstrasse erst im Laufe der 1890er Jahre ihr Gepräge als Flaniermeile des Sehens und Gesehenwerdens. Das erste «Warenhaus sämtlicher Bedarfsartikel» der Schweiz war das Geschäft von Julius Brann (später Oscar Weber), das seine Tore 1896 öffnete und 1900 an die Bahnhofstrasse verlegt

wurde. Wie beim 1881 in der Nähe gegründeten Spielwarengeschäft Franz Carl Weber spielte die Präsentation der Waren in Schaufenstern erstmals eine wichtige Rolle und erwies sich als Publikumsmagnet. Das 1899 eröffnete Warenhaus Jelmoli war bereits als eigentlicher «Glaspalast» konzipiert. «Schöne Schaufenster» präsentierte Seiden-Grieder, der 1913 seine riesigen Verkaufsräume am Paradeplatz eröffnete, das alte Seidengeschäft Henneberg an der oberen Bahnhofstrasse mit seiner berühmten elektrischen Beleuchtung und 46 Schaufenstern, oder ab 1913 auch der Lebensmittelverein Zürich im neu erstellten St. Annahof. Der Zürcher Chronist Samuel Zurlinden beschrieb 1915 das «Erlebnis Bahnhofstrasse»: «Die Bahnhofstrasse strahlt besonders an den Abenden vor Weihnachten in märchenhaftem Glanze. Unermessliche Reichtümer an Gold und Silber, Samt und Seide sind in den lichtdurchfluteten Läden ausgebreitet, und sogar bis tief in den Boden hinab reichen die Riesenmontren [Schaufenster], und es locken von unten die schimmernden Stoffe, wenn nicht gar in dem unterirdischen Schaufenster eine leibhaftige Wehntalerin am klappernden Webstuhl sitzt oder ein Türke an seinem echt orientalischen Teppich knüpft.»[31]

Mentalitäten und Leitbilder

Die grossen Mehrheit der städtischen Bevölkerung kaufte Lebensmittel und Gebrauchsgegenstände in den umliegenden kleinen Läden und bei Haus-zu-Haus-VerkäuferInnen. Das vielfältige und kostbare Angebot der «Bahnhofstrasse» konnten sie sich nicht leisten. Und doch war dieses Angebot präsent; es konnte jeden Tag in den Schaufenstern besichtigt werden und prägte, auch via Reklame, die Vorstellungen von «städtischem Konsum». Diese typisch städtische Diskrepanz erzeugte auch typisch städtische Mentalitäten. Ich werde im folgenden drei konstitutive Aspekte mit ihren schicht- und geschlechtsspezifischen Differenzierungen beleuchten: Grad der Informiertheit über das gesamte Angebot und die Preise; reale oder symbolische Teilhabe am Konsum; Befriedigung von traditionell-kollektiven oder individuellen Konsumbedürfnissen im Alltag und bei Festen.
Den wichtigsten Zugang zu Informationen und symbolischer Teilhabe boten die Schaufenster. Für unbemittelte Knaben beispielsweise waren Spielwarengeschäfte besonders attraktiv. Die Schaufenster von Franz Carl Weber an der Bahnhofstrasse oder Emil Freudwiler an der Strehlgasse waren oft belagert von Knaben, welche jeden Gegenstand ausgiebig diskutierten und das für sie unerreichbare Angebot auswendig kannten. Hans Meierhofer erinnert sich, dass er und seine Kameraden sich jeweils «nach und nach in ein derartiges Entzücken» versetzten, dass sie sich beim fiktiven Verteilen der Eisenbahnen, Kranen, Bleisoldaten und Baukasten

ernstlich «in die Haare gerieten».[32] Diese jugendliche Begeisterung vor den Schaufenstern, die sich mit dem für sie unerreichbaren Angebot vertraut machte und es sich sozusagen einverleibte, war offenbar erwünscht. Alljährlich veranstaltete das Warenhaus Jelmoli eine Kinderbescherung mit Originalsamichlaus.[33] Auch die Zuckerbäckereien stellten an Weihnachten oder Ostern ihre kostbaren Nougat- und Marzipanfiguren ins Schaufenster, wo sie «sehnsüchtig» angestaunt wurden.

Mädchen scheinen eine geringere, oder eine andere Übersicht über das städtische Angebot gehabt zu haben. Blieben sie vor den Schaufenstern der gehobenen Tuch- und Bekleidungsläden stehen, um sich zu informieren? In den Erinnerungen von Verena Conzett, Olga Meyer oder Anny Klawa erfahren wir sehr wenig über ihre symbolische Teilhabe am städtischen Angebot. Und doch wissen wir gerade aus den Erinnerungen von Verena Conzett, dass auch Frauen ärmerer Kreise sehr wohl der Mode der «Bahnhofstrasse» zu folgen versuchten.

Symbolische Teilhabe war auch für erwachsene Frauen und Männer ein Identifikationsangebot. Das Knabenschiessen beispielsweise, einer der grössten Festanlässe der Stadt, trennte im alten Kasino Sihlhölzli das Publikum. Die Gastwirtschaft war reserviert für «Honoratioren und Behördemitglieder», wo sie «ungestört und ungesehen bei langen Batterien geleerter Weinflaschen beisammensassen. Der grosse Teil der Bevölkerung sass in der mächtigen, halboffenen Halle an langen, primitiven Tischen und Bänken» und wurde mit Bier, Schüblingen und Cervelats mit Brot bewirtet. Beim Wäldchen hinter der grossen Halle war Platz für diejenigen, die ihre Wolldecken und ihr Essen selbst mitbrachten und gratis mitfesteten. Das Fest dauerte für die Männer bis in alle Nacht hinein, während die Frauen mit ihren Kindern gelegentlich nach Hause gingen.[34]

Das städtische Vergnügungsangebot stand nicht allen gleich offen. Das Panoptikum, das erste Kino und weiteren Sensationen kosteten Eintritt; Erwachsene durften nicht sich nicht einfach einschleichen wie Knaben. Doch gab es auch Gratisvergnügen. Die beliebten sonntäglichen Promenadenkonzerte im Musikpavillon der Stadthausanlagen standen allen offen, und Unerreichbares wie beispielsweise die Kurkonzerte im Hotel Baur au Lac konnte von der Strasse aus genossen werden. Mit Adolf Maurer und seiner Mutter standen an schönen Sommerabenden oft «eine stattlich Schar Leute» vor der Umzäunung und lauschte den Melodien. Auch seine Mutter genoss diese Freuden sehr; immerhin reichte das Repertoire von Mozart und Verdi bis zu volkstümlicher Musik.[35]

Das Paradieren auf der Bahnhofstrasse am Sonntag war ebenfalls ein wichtiges Moment der symbolischen Teilhabe. Die Bahnhofstrasse war eine der wenigen asphaltierten Strassen der Stadt, zusätzlich aufgewertet durch die seit 1882 betriebene Tramway, im Volksmund «Rösslitram» genannt.[36] Nicht nur das luxuriöse Angebot, sondern auch das gehobene Publikum präsentierte sich den Flanieren-

den sozusagen hinter Glas, im Wienercafé Steindl (heute Handar), im Café Sprüngli, wo Frauen auch ohne männliche Begleitung im «Erfrischungsraum» sitzen durften, oder im Wienercafé des St. Annahofs.[37] «An der Bahnhofstrasse war es ja damals schon immer interessant», fasste Adolf Sennrich diese Teilhabemöglichkeit zusammen.[38] Das Publikum auf der Strasse genoss dieses Schauspiel und präsentierte sich seinerseits im «stolzen» Sonntagsstaat.[39] Vermutlich befanden sich an Sonntagen und Abenden hinter den Caféfenstern wie auf der Strasse mehr Männer als Frauen – im Gegensatz etwa zu Markttagen. Symbolische wie reale Teilhabe, vermittelt über das städtische Sehen und Gesehenwerden war eine überwiegend männliche Angelegenheit. Indiz dafür ist etwa der sehr bemerkenswerte Umstand, dass das Seidenhaus Grieder – immerhin überwiegend auf weibliche Kundschaft ausgerichtet – zur festlichen Eröffnung seines Bahnhofstrassegeschäfts an einem Sonntag nur Männer einlud.[40]
Zur symbolischen Teilhabe und zum Genuss von «Extrafreuden» boten sich auch die Literaten- und Nachtcafés an. Diskussionen über Politik oder Kultur waren auch für Leute mit wenig Geld im stilvollen «städtischen» Rahmen möglich und wurden auch von Vertretern der Arbeiterbewegung wahrgenommen. Jacob Lorenz beispielsweise genoss seine Zeit als Sekretär Herman Greulichs um 1910 in Zürich zusammen mit seiner jungen Frau in vollen Zügen. «Es waren ja keine luxuriösen Vergnügen. Zürichs Nachtcafés hatten damals ihren Charme. […] Man suchte aus seinem Leben ein Fest zu machen, ohne spiessbürgerlich zu versumpfen.»[41]

KonsumentInnenalltag

Als der 1874 geborene und in Zürich aufgewachsene Hans Meierhofer seine Mutter verlor, wurde er in einer Bauernfamilie auf der Zürcher Landschaft untergebracht. Er stellte sich vor, auf dem Land könne er endlich einmal genug essen, da dort Brot, Speck, Schinken, Butter und Honig «umsonst» seien. Sein Fazit war jedoch ernüchternd. Die Ernährung war «eine so einförmige und primitive, dass man schon damals in manchen Arbeiterfamilien nicht damit getauscht hätte».[42]
Die prägenden Konsumgewohnheiten Hans Meierhofers – weniger einförmig und primitiv essen – waren typisch für städtische Knaben. In der Stadt genossen hauptsächlich ärmere Knaben und Männer den individuellen Konsum «zwischendurch». Diese individuelle «Extrafreude» unterschied sich grundsätzlich vom alltäglichen Konsum und auch vom traditionellen Festkonsum. Wie beschrieben, gab es für Boten- und Transportgänge häufig Äpfel, Brot oder sogar ein wenig Wurst, welche sofort gegessen wurden. Bestand der Lohn in Geld, wurde ebenfalls etwas zum Sofortverzehr gekauft. Spitzenreiter waren Wurstwaren wie Cerve-

lats, und Süssigkeiten – natürlich nicht vom Zuckerbäcker, sondern vom gewöhnlichen Bäcker.[43] Zu den beliebtesten «Extrafreuden» gehörte der Kauf eines grossen Sackes «Verbrochenes». Zerbrochene Süssigkeiten waren in jeder Bäckerei und auch Zuckerbäckerei erhältlich. Am begehrtesten war das «Verbrochene» von Sprüngli, weil die Zusammensetzung «abwechslungsreicher war als anderswo». Bei Sprüngli wie in anderen Geschäften spielte es zudem eine wichtige Rolle, von wem die Knaben bedient wurden. Es gab nämlich «gute» oder geizige Fräuleins bei Sprüngli, und nicht alle MeisterInnen in den Bäckereien waren gleich freigiebig.[44] Auch Spielzeuge waren nicht unerreichbar, standen doch zahlreiche 25- oder 75-Rappen-Basars oder auch bei der beliebten Ramschabteilung des Spielwarengeschäfts Feralli zur Verfügung.[45]

Möglichst genauer Überblick über das Angebot und eigenen Verdienst schufen Möglichkeiten des individuellen Konsums, welcher sowohl den Hunger wie auch das Bedürfnis nach «Extrafreuden» zu stillen vermochte. Wie stand es damit bei den Mädchen aus ärmeren Familien? Diese verdienten ihr Geld weniger mit «Umherschweifen» auf der Suche nach Transportaufträgen. Sie arbeiteten häufig in der Wohnung, indem sie der Mutter bei Heimarbeiten helfen oder stricken mussten, kleine Geschwister hüteten oder den Haushalt machten. Natürlich kauften sie am Martinimarkt auch Süssigkeiten oder die von Verena Conzett erwähnten schönen Manschetten. Doch welches waren ihre Gelegenheiten, sich individuelle «Extrafreuden» zwischendurch zu leisten? Diese Frage muss wie diejenige ihrer symbolischen Teilhabe vorläufig offen bleiben.

Auch das traditionelle Knabenschiessen war eine Quelle unendlicher «Extrafreuden» – für Knaben. Diese erhielten gegen eine Einschreibgebühr von 50 Rp. nicht nur eine Bratwurst mit kostbarer «Zürimurre» und zwei Karussellbillete; sie konnten auch Preise gewinnen, die den üblichen Rahmen bei weitem sprengten. Neben Körben mit Esswaren und Süssigkeiten, oder praktischen Stoffen und Papierkragen lockten die «butzten» (geputzten) Fränkler, Zweifränkler oder sogar der fünffränkige Schützentaler. Natürlich durfte kaum ein Knabe aus ärmeren Familien diese Geldstücke selbst behalten, aber ein Zwanziger oder Fünfziger war immer noch zufriedenstellend. Mädchen besassen diese Chancen nicht; sie sassen zusammen mit den Eltern an den Festtischen und waren auch für Karussellfahrten oder Bratwurst auf ihre Eltern angewiesen.[46]

Die Konsumgewohnheiten der Erwachsenen aus wenig bemittelten Kreisen waren ebenfalls auf Kurzfristigkeit und Informiertheit angelegt. Männer konnten sich individuelles Konsumieren eher leisten als Frauen. Arbeiter und Angestellte kauften vor Arbeitsbeginn noch eine Zwischenverpflegung oder liessen sich von Kindern zum Znüni Cervelats und Bier holen. Häufig tranken sie auf dem Weg zur Arbeit noch ein Gläschen Schnaps; beim Paradeplatz gab es eine spezielle Schnaps-

bude für die zahlreichen Bankangestellten.[47] Dank der langen Öffnungszeiten konnten auch Frauen praktisch jederzeit etwas gerade noch Benötigtes im Laden holen. Hinweise auf regelmässigen Konsum für individuelle «Extrafreuden» habe ich bisher kaum gefunden. Meist bemühten sich Frauen um den Überblick über möglichst billigen Konsum für die Familie. Anny Klawa erinnerte sich, dass sie jeweils die von der Mutter in Heimarbeit genähten Hemden zur Firma Guggenheim an der Löwenstrasse brachte. Mit dem Erlös kaufte sie vier Cervelats aus der Pferdemetzgerei; diese waren dunkler, aber billiger.[48]

Zu den Gewohnheiten des individuellen Sofortverdienens und -konsumierens gehörte auch die genaue Kenntnis der Preise. So waren nicht nur Hausfrauen informiert, sondern auch arme Knaben. Fast stereotyp erscheint uns heute die Aufzählung, welches Produkt wieviel gekostet, und wo man zum gleichen Preis noch etwas mehr erhalten habe. Und doch war auch hier der Überblick entscheidend, um die verschiedenen Möglichkeiten des Verdienens und Konsumierens optimal auszunützen. Interessant wäre in diesem Zusammenhang die Frage, wie weit Familien mit Rückhalt auf der Landschaft noch andere, traditionelle Konsumgewohnheiten kannten. In vielen Erinnerungen tauchen bäuerliche Verwandte auf, welche einen Korb Kirschen oder Äpfel mitbrachten, den man nicht voll zu bezahlen brauchte.

Die städtischen Kundinnen und Kunden der Bahnhofstrasse-Läden ihrerseits waren die reale Konsumentenschaft des vielfältigen städtischen Angebots. Der nüchterne familiale Alltagskonsum wurde traditionell unterbrochen durch einen rituellen Festkonsum. Im repräsentativen Haushalt von Robert Faesis Eltern wurden «alltägliche-einfache und die als Ausnahme sie überhöhende festlich-gastliche» Lebensform wie allgemein üblich getrennt. Im Alltag ging es «fast puritanisch» zu. Der Salon wurde nur bei Visiten und Diners geöffnet; dann aber erschienen all die Delikatessen von Zuckerbäckern, Südfrüchtehändlern, Traiteurs und Metzgern auf dem Tisch.[49] Die alltägliche Kleidung hatte zwar nüchtern zu sein, aber von gediegener Qualität, und stammte von den besten Schneiderläden. Weihnacht war die Zeit des üppigen Kaufs. Was die «Turnachkinder» in Ida Bindschedlers Lebenserinnerungen unter dem Weihnachtsbaum vorfanden, stammte aus den besten Läden der Stadt und war in seiner üppigen Vielfalt selbst für die Autorin «fast zuviel».[50]

Die Konsumgewohnheiten der reicheren Schichten waren ebenfalls geschlechtsspezifisch geprägt. Neben dem traditionellen Festkonsum im familialen Rahmen gab es individuelle «Extrafreuden» für die Dame wie für den Herrn, vom Apéro respektive Kaffee- oder Teegenuss «zwischendurch» bis zum Einkauf in den Warenhäusern oder in den Mode- und Seidengeschäften.

Für Männer scheinen Schuhe ein wichtiger Distinktionspunkt gewesen zu sein. Schon Adolf Maurers Vater las am Zustand des Schuhwerks ab, «was einer ist»,

und Kurt Guggenheims Vater trug prinzipiell nur handgenähte doppelsohlige Schuhe.[51] Frauen hingegen waren eher abhängig von Modeströmungen und kauften entsprechend ein. Interessant wäre eine vertiefte Untersuchung des Schuhkaufs auch bei Frauen. Das führende Schuhgeschäft Dosenbach richtete sich mit seinem Angebot von Fabrikschuhen bis zur Jahrhundertwende an «breite Volksschichten». Als diese Schuhe immer bessere Qualität erlangten und auch der Mode zu folgen begannen, gewann Dosenbach auch eine zahlungsfähige und anspruchsvolle Kundschaft.[52]

Zusammenfassend lauten die Thesen: Dem vielfältigen und differenzierten städtischen Konsumangebot stand ein ebensolches Distributions- und Transportsystem gegenüber, welches Quelle verschiedenster Verdienstmöglichkeiten und individuellen Konsums war. Die Konsummentalitäten wie auch die realen Konsumgewohnheiten waren geschlechts- und schichtspezifisch geprägt, doch lassen sich einige konstitutive «städtische» Elemente erkennen. Ich habe sie untersucht unter dem Aspekt der Informiertheit über das Angebot, der symbolischen oder realen Teilhabe, und des individuellen Konsums, welcher, im Gegensatz zum traditionellen Alltags- und Festkonsum, individuelle «Extrafreude» vermittelte.

Anmerkungen

1 J. A. Engeler, *Begründung betreffend die Notwendigkeit einer Zürcher-Markthalle, deren Bau und Organisation*, Zürich 1895, 8 f.
2 Heiri Gysler, *Einst in Zürich. Erinnerungen an Zürich vor der ersten Stadtvereinigung*, 3. Aufl. Zürich 1967, 146.
3 Hans-Peter Bärtschi, *Industrialisierung, Eisenbahnschlachten und Städtebau*, Basel 1983, 245.
4 Robert Faesi, *Erlebnisse Ergebnisse. Erinnerungen von Robert Faesi*, Zürich 1863, 22.
5 Adolf Maurer, *Die Sonne scheint auch in der Stadt. Jugenderinnerungen eines Zürchers*, Basel o. J., 88 f.
6 *75 Jahre Lebensmittelverein Zürich 1878–1953*, Zürich 1953.
7 Heiri Gysler, *Einst in Zürich*, 54–57.
8 Ebd., 71.
9 Adolf Maurer, *Die Sonne scheint auch in der Stadt*, 110.
10 Heiri Gysler, *Einst in Zürich*, 96.
11 Verena Conzett, *Erstrebtes und Erlebtes. Ein Stück Zeitgeschichte*, Zürich 1929, 57 f.
12 Heiri Gysler, *Einst in Zürich*, 72.
13 Hans Meierhofer, *Fahrt durchs Leben*, Affoltern a. Albis 1954, 20 f.
14 Heiri Gysler, *Einst in Zürich*, 3. 195 f.
15 Ebd.,56. Adolf Maurer, *Die Sonne scheint auch in der Stadt*, 39.
16 Heiri Gysler, *Einst in Zürich*, 110.
17 Kurt Guggenheim, *Die frühen Jahre*, Zürich 1962, 8.

18 E. Hermann, *Ein Jahrhundert Zürich und die Entwicklung seiner Firmen*, Zürich 1946, Bd. 1, 104. 312.
19 Adolf Sennrich, «Aussersihl vor 1914 und anderes mehr», in: *Aussersihler Geschichte(n)*, Zürich 1985, 60.
20 Heiri Gysler, *Einst in Zürich*, 121. 109.
21 Adolf Maurer, *Die Sonne scheint auch in der Stadt*, 134.
22 *Lebensmittelverein Zürich, Allgemeine Konsumgenossenschaft. Jubiläumsschrift zum 50-jährigen Bestehen*, Zürich 1928, 15.
23 *75 Jahre Lebensmittelverein Zürich 1878–1953*, Zürich 1953, ohne Seitenzahlen. Im Schnitt kamen auch nach 1900 auf eine Filiale gut zwei Angestellte. Diese Zahlen belegen, dass das sich Erscheinungsbild des LVZ wenig von demjenigen der übrigen Detailhandelsläden unterschied. Grösser war jedoch der Umsatz, welcher 1903 3,976 Mio. Fr. betrug. Auch die Firma Denner beschäftigte 1897 in über 30 Filialen der Stadt und Umgebung lediglich 55 Personen, vgl. E. Hermann*Ein Jahrhundert Zürich*, 188.
24 E. Hermann, *Ein Jahrhundert Zürich*, 196. 342.
25 Heiri Gysler, *Damals in Zürich*, 5, 132–134.
26 Hans Meierhofer, *Fahrt durchs Leben*, 21.
27 Ebd., 198–200.
28 E. Hermann, *Ein Jahrhundert Zürich*, 234–235.
29 Ebd., 265 f.
30 Ebd., 342. Felix Frick, *Franz Carl Weber. Wegbereiter zum europäischen Spielwarenfachhandel* (Schweizer Pioniere der Wirtschaft und Technik Bd. 37), Zürich 1983, 13.
31 Samuel Zurlinden, *Hundert Jahre. Bilder aus der Geschichte der Stadt Zürich in der Zeit von 1814 bis 1914*, Zürich 1915, Bd. 2, 395.
32 Hans Meierhofer, *Fahrt durchs Leben*, 18.
33 Adolf Sennrich, «Aussersihl und anderes mehr», 57.
34 Heiri Gysler, *Einst in Zürich,* 159 f., 165.
35 Adolf Maurer, *Die Sonne scheint auch in der Stadt*, 140 f.
36 Adolf Sennrich, «Aussersihl und anderes mehr», 59.
37 1909 wurde der «Erfrischungsraum» in den ersten Stock verlegt, und die gesamten Schaufenster präsentierten Confiseriewaren.
38 Adolf Sennrich, «Aussersihl und anderes mehr», 65.
39 Adolf Maurer, *Die Sonne scheint auch in der Stadt*, 53.
40 «Denn wären unsere Damen angeschwirrt, so gäbe es überall Stauungen, Pausen des Entzückens, Kritiken, Berechnung, Anbetung, etc.», wie die Neue Zürcher Zeitung kommentierte, vgl. *Chratz und Quer. Sieben Frauenstadtrundgänge in Zürich*, Zürich 1995, 20.
41 Jacob Lorenz, *Erinnerungen eines simplen Eidgenossen*, Erlenbach-Zürich, Leipzig 1935, 244.
42 Hans Meierhofer, *Fahrt durchs Leben*, 41.
43 Heiri Gysler, *Einst in Zürich*, 74–76.
44 Hans Meierhofer, *Fahrt durchs Leben*, 17. Adolf Maurer, *Die Sonne scheint auch in der Stadt*, 132. Heiri Gysler, *Einst in Zürich*, 116.
45 Heiri Gysler, *Einst in Zürich*, 96.
46 Ebd., 156–169.
47 Ebd., 42.
48 Annette Frei, *Die Welt ist mein Haus. Das Leben der Anny Klawa-Morf*, Zürich 1991, 36 f.
49 Robert Faesi, *Erlebnisse, Ergebnisse*, 17 f.

50 Ida Bindschedler, *Die Turnachkinder im Winter*, Zürich 1957, 129.
51 Adolf Maurer, *Die Sonne scheint auch in der Stadt*, 33; Kurt Guggenheim, *Die frühen Jahre*, 39.
52 E. Hermann, *Ein Jahrhundert Zürich*, 199 f.