

Das Sunlight-Institut Olten

Autor(en): **Meier, Leonie**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Oltner Neujahrsblätter**

Band (Jahr): **76 (2018)**

PDF erstellt am: **11.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-736929>

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.

Das Sunlight-Institut Olten

Leonie Meier

In der Sammlung des Historischen Museums Olten befinden sich fünf Haushaltungskunde-Kurse, die vom Sunlight-Institut Olten herausgegeben wurden. Bei der Inventarisierung der Objekte warf dieses Institut Fragen auf: Handelte es sich um einen Verlag? Einen Club oder Verein? Ein Marketinginstrument, dem mit dem Begriff «Institut» ein seriöser Anstrich verliehen wurde? Die Recherchen förderten keine Informationen über Zweck, Form oder Organisation des Instituts zutage. Auch wann es gegründet wurde – sofern eine Gründung im rechtlichen Sinne überhaupt stattfand – ist unklar. Die Firmenjubiläumsschrift 1898–1948 erwähnt es mit keinem Wort. Einen kleinen Hinweis lieferte das im Stadtarchiv Olten eingelagerte Firmenarchiv: Unter den «Selling Schemes» figuriert ein ab 1925 laufendes «Educational Scheme» mit drei Fernkursen in «Haushalten», «Kleidermachen» und «Putzmachen». Der Name Sunlight-Institut wird dort zwar nicht genannt, doch erschienen jene drei Kurse schliesslich unter dessen Namen. Abgesehen von diesem Puzzleteilchen erwiesen sich die Recherchen als Fehlanzeige. Die Geschichte des Instituts lässt sich also nur auf indirektem Weg erschliessen.

Die Haushaltungskunde-Bücher scheinen, den noch erhaltenen Hinweisen nach zu urteilen, das wichtigste Tätigkeitsfeld des Instituts gewesen zu sein. Neben den drei bereits genannten Kursen erschienen die Bände «Erziehung» sowie «Ergänzungen», in denen es unter anderem ums Flecken, Kindergarderobe, Gartenarbeit

und die Haltbarmachung von Lebensmitteln geht. Alle fünf Kurse umfassten jeweils zwölf Lektionen. Die einzelnen gebundenen Lektionenhefte konnten je in einen (zur Verfügung gestellten) farbigen Kartoneinband eingebunden werden. Zum Erhalt einer Kurslektion musste die Kundin zwölf Coupons von Produktverpackungen der Sunlight-Marken Lux, Vigor, Vim, Twink, Sunlight oder Araby an das Institut senden, wobei bestimmte grosse Packungen doppelt zählten. Für eine gewisse Zeit berechnete auch Sodex-Bleichsoda zum Bezug. Entweder war auf einem Verpackungsteil die Aufschrift «Institut Sunlight» aufgedruckt, der als Coupon abgerissen werden konnte, oder es musste die ganze Verpackung eingesandt werden. Inhaltlich ist jedes Lektionenheft einem Thema gewidmet und in Unterthemen gegliedert, Autoren sind keine genannt. Zahlreiche Zeichnungen und Schwarzweissfotografien ergänzen den Text, vereinzelt sind auch Musterschnittbögen vorhanden. Die Kurse sind leicht verständlich, übersichtlich strukturiert und stark auf das Praktische fokussiert.

Etwas anders aufgebaut ist der Kurs «Erziehung», hier enthalten die einzelnen Hefte je einen Artikel verschiedener Autoren und Fachleute wie Dr. Ernst Probst, Leiter der Erziehungsberatungsstelle des Kantons Basel-Stadt. Behandelt werden unter anderem die Themen Spielzeug, schwererziehbare Kinder, Berufswahl, Sport und Hygiene. Die Firma Sunlight scheute bei den Inhalten (die sie mit Sicherheit absegnete) offensichtlich auch vor kontroversen Themen nicht zurück: Marie Stei-



Kursbände und Einzelheft des Sunlight-Instituts Olten, ca. 1926–1932

Wie beziehe ich die Kurshefte?

Von den untenstehenden Produkten weisen Lux, Vigor, Vim, Sunlight-Würfel, Sunlight-Doppelstück, Lux-Toilettenseife und Sodex-Bleichsoda einen Packungsteil auf, welcher die Aufschrift „Sunlight-Institut“ trägt (bei den Vimbüchsen die Deckelchen). Von diesen Packungen ist nur der gestempelte Coupon einzusenden.

Von Araby-Seife und Twink, die diesen Stempel nicht tragen, müssen die ganzen Packungen eingesandt werden.



Unsere Packungen oder Packungsteile mit der Aufschrift „Sunlight-Institut“ gelten:

Lux, gross	= 2 Coupons	Twink	= 1 Coupon
Lux, klein	= 1 Coupon	Sunlight-Würfel	= 1 Coupon
Vigor, gross	= 2 Coupons	Araby-Toiletten-	
Vigor, klein	= 1 Coupon	seifen-Wickel	= 2 Coupons
Vimdeckel, gross	= 2 Coupons	Lux-Toilettenseifen	= 1 Coupon
Vimdeckel, klein	= 1 Coupon	2 Sodex-Bleichsoda	= 1 Coupon
Sunlight-Doppel	= 1 Coupon		

Packungen oder Packungsteile mit der Aufschrift „Sunlight-Institut“ im Werte von 12 Coupons berechtigen zum Bezuge einer Lektion. Für das Handbuch für Schneiderei ist der Wert von 24 Coupons erforderlich.

Anleitung zum Bezug von Kursheften

ger-Lenggenhager hält in ihrem Artikel – wenn auch in der dritten Person – ein flammendes Plädoyer für die Gleichberechtigung der Frau im Staat, während Dr. Ruth Speiser das Augenmerk auf die Rechte der Frau legt und eine Liste unentgeltlicher Rechtsauskunftsstellen für Frauen beifügt. In der «Schweizerischen Lehrerinnenzeitung» vom Mai 1929 wird das Buch wärmstens empfohlen, allerdings auch dem ambivalenten Gefühl dazu Ausdruck verliehen, dass eine Firma pädagogisches Material herausgibt: «... wir Bürger des alten Europa empfinden vielleicht ein gewisses Unbehagen gegenüber der Pädagogik im Geschäft oder dem Geschäft in der Pädagogik. Wenn wir aber die Hefte studieren, so erkennen wir, dass ihr Inhalt so hervorragend wertvoll ist, dass es uns schliesslich Hauptsache bleiben muss, dass er weiteste Verbreitung finde, sei es auch auf einem neuen und ungewohnten Wege.»

Diese Bedenken sind heute, da Firmen wie Swissmilk oder Nestlé Unterrichtsmaterialien finanzieren und verteilen, noch genauso berechtigt wie damals. Nichtsdestotrotz wird der pädagogische Anspruch der Sunlight-Bücher erfüllt. Die Hefte dürften für junge Frauen, die ohne Mutter oder weibliche Verwandtschaft aufgewachsen waren oder deren «häusliche» Ausbildung vernachlässigt worden war, eine grosse Hilfe gewesen sein. Einige Inhalte wie etwa die Herstellung der eigenen Haushaltstextilien oder aufwendige Waschverfahren sind heute naturgemäss überholt, trotzdem könnten auch junge Menschen der



Grosser Würfel der Seife Sunlight mit dem Aufdruck des Instituts

modernen Gegenwart aus den Kursen durchaus einiges an praktischem Wissen über die Führung eines eigenen Haushaltes herausziehen. Andererseits ist das Selbermachen heutzutage wiederum in Mode, und die Kursinhalte in gewissen Teilen immer noch bzw. wieder aktuell.

Bezüglich der heiklen Vermischung von Inhalten und Firmenwerbung stehen die Sunlight-Bücher ebenfalls nicht schlecht da. Die Hefte selbst scheinen nur vereinzelt Produktwerbung zu enthalten, so besteht etwa im Heft zum Selbermachen von Spielzeug ein Vorschlag darin, aus Vim-Packungen ein Eimerchen und ein Sandsieb zu basteln. Die Kartoneinbände tragen Werbung für Toilette- und Wäscheseifen (teilweise mit Rabattaktionen), diese ist jedoch deutlich als solche zu erkennen. Die Werbeaussage, es handle sich um «kostenlose» Unterrichtshefte, darf hingegen als schamlos bezeichnet werden. Für einen einzigen kompletten Kurs waren bis zu 144(!) Coupons notwendig. Die Kurskosten waren demnach horrend, was aber durch die starke Stückelung nicht auffiel – eine Strategie, die noch heute von Firmen eingesetzt wird. Es dürfte selbst bei vielköpfigen Familien einige Zeit gedauert haben, um alle Sunlight-Kurse zusammenzubekommen; sie waren in der Tat ein wirksames und vor allem sehr langfristiges Kundenbindungsinstrument. Trotzdem scheinen sie sich grosser Beliebtheit erfreut zu haben. Zumindest ein Teil erschien in einer zweiten Auflage und nebst deutsch auch in französisch. Zudem vermeldet ein (leider undatierter) Rundbrief des Instituts bereits 20'000 Mitglieder im ersten Halbjahr seines Bestehens. Ob diese beeindruckende Zahl der Wahrheit entspricht,

*Unsere
schriftlichen*

SCHNEIDERN

*Gratis-
Unterrichts-
Kurse*

KOCHEN

*werden
Ihnen
vom*

ERZIEHEN

*Sunlight-
Institut
Olten*

PFLEGEN

zugesandt

UND ANDERES

*Verlangen Sie Prospekt
beim
Sunlight-Institut Olten
Abtg. N. S.*

Werbeanzeige für das Sunlight-Institut Olten aus dem «Nebelspalter», 1930

muss dahingestellt bleiben. In jedem Fall fordert das Institut darin seine Mitglieder in blumigen Worten auf, Freundschaftswerbung für die Haushaltungskundekurse zu betreiben, und stellt ihnen für jede Neuanwerbung eine Gratislektion in Aussicht.

Ein weiteres Objekt in der Sammlung des Historischen Museums weist ebenfalls das Sunlight-Institut als Herausgeberin aus: Das Sunlight-Märchenbuch von 1930, verfasst vom Schweizer Schriftsteller Johannes Jegerlehner und illustriert von dessen Sohn. Es scheint sich auch hier um echte Kindergeschichten ohne Anspielungen auf Sunlight-Produkte zu handeln. In der Einführung werden die kleinen Leser jedoch direkt angesprochen und dazu aufgefordert, dem Sunlight-Institut zu schreiben, wie ihnen die Sunlight-Märchen gefallen haben, was vielleicht spätere Kontaktaufnahmen zu Werbezwecken zur Folge hatte. Neben der Frau, Hausfrau und Mutter sollten nun wohl auch die Kinder als künftige Konsumentinnen und Konsumenten gewonnen und mit der Firma eng verbunden werden.

Neben den Sunlight-Büchern und den Coupons auf den Sunlight-Produkten tritt das Institut sporadisch in der Firmenwerbung in Erscheinung. Einige Reklamen aus den Jahren 1926 bis 1932 enthalten neben der eigentlichen Produktwerbung den Hinweis «Das Sunlight-Institut bietet Ihnen viele Vorteile. Schreiben Sie uns, und wir sagen Ihnen wie Sie Mitglied werden können». Worin diese Vorteile bestanden, ist nicht erläutert, auch sind nie eine Kontaktadresse oder sonstige Informationen angegeben. Ebenso vage bleiben die Werbeanzeigen in einer Mappe im Firmenarchiv, denen jeweils ein kurzer Hinweis auf das Sunlight-Institut angefügt ist. Interessanterweise betrieb der deutsche Sunlight-Konkurrent Henkel in späteren Jahren in Zürich und London ein Persil-Institut, dessen Tätigkeitsbereiche jedoch sehr viel klarer ersichtlich sind. Neben Wasch-, Mode- und Filmvorführungen betrieb es zeitweise eine Waschmaschinen-Ausstellung und lud Kundinnen zu Rundfahrten ein. Inwiefern Bezüge oder Parallelen zum Sunlight-Institut bestehen, liess sich bisher nicht eruieren.

Im Bereich des Marketing war die Firma Sunlight seit jeher stark und innovativ – so agierte sie beispielsweise sehr früh mit Werbefilmen – und setzte beträchtliche Summen für die Werbung ein. Im Sunlight-Institut vereinigte sie mehrere auch heute weit verbreitete Kundenbindungsinstrumente: Bonussystem, Kundenclub, Rabattangebote und Freundschaftswerbung. Dennoch scheint dem Sunlight-Institut Olten kein langfristiger Erfolg beschieden gewesen zu sein. So wenig fassbar es für die Zeit seines Bestehens bleibt, so unspektakulär verschwindet es wieder in der Versenkung. Für die Zeit nach 1932 liessen sich keine Hinweise mehr finden.

Stadtarchiv Olten, Firmenarchiv Lever, FA-015

Sabine Flaschberger, «A bar of soap is a piece of hope». Die Savonnerie Sunlight Olten 1898–1929, in: Jahrbuch für solothurnische Geschichte, Bd. 80 (2007).