Zeitschrift: Traverse : Zeitschrift für Geschichte = Revue d'histoire

Herausgeber: [s.n.]

Band: 16 (2009)

Heft: 1

Buchbesprechung: Schweizer Schokolade : Industrielle Produktion und kulturelle Konstruktion eines nationalen Symbols 1860-1920 [Roman Rossfeld]

Autor: Meier, Martin

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 12.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

des Nachwuchses zuständig waren. Aussereheliche Geburten hatten auch im untersuchten Zeitraum in aller Regel die soziale Diskriminierung der Mütter zur Folge.

Was den dritten Themenbereich anbelangt, das Agieren in der Öffentlichkeit, zeichnet Ziegler die Realität eines anhaltend von Männern dominierten Handlungsraums nach. Die Frauen verfügten nur über wenig Eigenbestimmung; im untersuchten Zeitraum verstärkte sich die geschlechterdifferente gesellschaftliche Integration. Immerhin kam es mancherorts zu gewerkschaftlicher Organisation der Frauen im Rahmen ihrer Erwerbsarbeit, wo sie ihre Interessen vertraten. Es gelang den Frauen in der untersuchten Zeitperiode jedoch nicht oder nur in Ansätzen, sich politisch zu etablieren. Die Politik erschloss sich ihnen nur auf jenen Gebieten, auf denen die Männer sich aufgrund der ihnen zugeschriebenen Geschlechtscharaktere besondere Eignung erhofften. So erhielten die Frauen auch im Kanton Bern beispielsweise Einsitz in den Kirchen- und Schulkommissionen. Die herkömmliche Geschlechterordnung wurde also auch während der Zwischenkriegs- und der Kriegszeit nicht grundlegend verändert, sie passte sich lediglich an die moderneren Legitimationen an. Es kam zwar verschiedentlich die Forderung nach der Gleichstellung der Frauen auf, da die neu auftretenden gesellschaftlichen Anforderungen nach einer eigenständigeren Stellung der Frauen in der Gesellschaft sowie nach ihrem direkteren Bezug zum Staat verlangten. Gleichzeitig stellte man aber «die natürliche Bestimmung der Frau» nicht infrage. Ziegler ist daher nicht erstaunt, dass die Annahme des Frauenstimmrechts in der Schweiz im Vergleich zu anderen Staaten Europas relativ spät erfolgte; sie wundert sich vielmehr, dass es überhaupt zur Annahme dieser Initiative kam.

Die thematisch breit angelegte Abhandlung bildet einen wichtigen Markstein in einem für die Schweiz noch arg lückenhaften Forschungsbereich. Sie bietet eine Fülle von (auch lokalgeschichtlich) spannenden Ergebnissen. Wünschbar gewesen wären allerdings eine etwas klarere Strukturierung des mit 17 Seiten eher langatmigen Schlussworts sowie ein Namensverzeichnis, damit sich der Leserschaft die vielen Namen von Personen mit teilweise gesamtschweizerischer Bedeutung auf einen raschen Blick erschlössen.

Karin Huser (Zürich)

Roman Rossfeld
Schweizer Schokolade
Industrielle Produktion und kulturelle Konstruktion eines nationalen Symbols 1860–1920

Hier + Jetzt, Baden 2007, 537 S., 85 Abb., Fr. 78.–

Wie konnte Schokolade um die vorletzte Jahrhundertwende «zu einem Symbol für die Schweiz und einem bedeutenden Faktor der nationalen Identität» (13) werden? Dieser Frage geht Roman Rossfeld in seiner Dissertation auf den Grund. Der umfangreiche, reich illustrierte (teils farbig) und mit einem ausführlichen statistischen Anhang versehene Band versteht sich nicht nur als ein Beitrag zur Schweizer Wirtschafts- und Unternehmensgeschichte, sondern auch zur «Konstruktion nationaler Identität (und Alterität) um 1900». (11) Die Eckdaten ergeben sich aus dem Aufschwung der Schokoladeindustrie nach 1860 und den strukturellen Umwälzungen der Branche nach dem Ersten Weltkrieg. Das Buch beruht weitgehend auf Quellen der Firma Suchard (im *Musée d'art et d'histoire* in Neuenburg), dem grössten Archiv der Branche, insbesondere auch mit einer umfangreichen Sammlung an historischem Werbematerial.

In der Einleitung werden zunächst die verschiedenen Herangehensweisen an das

Thema beschrieben. Zum einen soll die Arbeit eine «Ernährungsgeschichte als Kulturgeschichte» (18) sein: Konsum ist nicht nur ein notwendige, physiologisch erklärbare Nahrungsaufnahme, sondern bedeutet auch soziale Abgrenzung, Verinnerlichung eines «Image» (des Nahrungsmittels) oder gar Aufbau einer (von der Werbung vorgegebenen) Identität, hier speziell einer nationalen Identität («Schweizer Schokolade»). Zum anderen will der Autor «Unternehmensgeschichte als Marketinggeschichte» (22) schreiben. Dieser innovative Ansatz erlaubt es ihm, den Fokus nicht (nur) auf die Produktions-, sondern auch auf die Absatzseite eines Unternehmens zu legen. Wie das Marketing selbst, so hinkt auch die Forschung zur Marketinggeschichte im deutschsprachigen Raum der internationalen Entwicklung hinterher. Umfangreiche Arbeiten zu einzelnen Unternehmen fehlen fast vollständig – das vorliegende Buch soll die Lücke für diese Branche auffüllen. Es gelingt dem Autor in diesem Abschnitt, einen kurzen, aber dennoch anschaulichen Überblick über die wichtigsten Arbeiten und Ansätze der Marketingtheorie wie der Marketinggeschichte zu geben.

Die Materialfülle der beiden Hauptteile kann hier nur angedeutet werden. Der erste Teil («Vom Handwerk zur Industrie») erzählt die Geschichte der Schokoladenproduktion in Gegensatzpaaren: vom manuellen Handwerk zur mechanischen Herstellung, von der Trink- zur Essschokolade, vom Genuss- zum Nahrungsmittel. Drei Faktoren gelten als Grund für den Aufschwung der Schweizer Schokolade: die Erfindung der Milchschokolade nach 1875, die Erfindung der Conchiermaschine (Rührwerk, das die Schmelzschokolade ermöglichte) und die hohe Qualität der Schokolade. Rossfeld streut immer wieder Exkurse ein, die man auf den ersten Blick nicht hier erwarten würde. Beispielhaft seien die Anmerkungen zur Milchwirtschaft im vierten Kapitel erwähnt. Wie Milchwirtschaft mit Industrialisierung und Urbanisierung zusammenhängt, hat auf den ersten Blick mit der Geschichte der Schokoladeindustrie wenig zu tun, ebenso die Tatsache, dass Milch (und Käse) erst gegen Ende des 19. Jahrhunderts zu einem Nahrungsmittel für breite Bevölkerungsschichten ausserhalb der alpinen Zonen wurden. In diesem Zusammenhang wird auch die Geschichte von Kondensmilch und Milchpulver und die damals verbreiteten Praktiken wie die Milchverfälschung dargestellt – das Thema «Milch» fliesst sozusagen als Nebenerzählung ein in die Entwicklung der Milchschokolade und deren Akzeptanz beim Publikum. Die Erhöhung des Milchanteils und die Reduzierung des teuren Kakao- und Zuckeranteils verbilligte die Produktion (und verbesserte gleichzeitig die Qualität). Mit der Milch führte die Schokoladeindustrie einen Rohstoff ein, der sich optimal als «natürlich», «gesund» und «schweizerisch» vermarkten liess.

Im zweiten Teil behandelt der Autor die «Die Entwicklung des Marketings seit den 1860er Jahren». Auch hier wieder eine Fülle von Material, das klug und verständlich vorgestellt wird. Zuerst wird die Entwicklung der Firma Suchard S. A. (und ihrer Vorgänger) behandelt – also die eigentliche Firmengeschichte. Ein weiteres Kapitel zeigt, wie die Firma ab 1870 neue Zielmärkte für die Schokolade erschliessen konnte: Die Soldaten und die Arbeiter. Die Entwicklung von Markenartikeln, die vertikale Marktdurchdringung, der Aufbau von Werbeabteilungen und einer Absatzorganisation sind weitere ausführlich geschilderte Punkte. Interessant ist, dass es den Schweizer Schokoladenproduzenten gelang, gleichzeitig Massenproduktion und höhere Qualität durchzusetzen. Der Übergang von der Produktions- zur Marketingorientierung hatte zur Folge, dass die Fabrikanten den Zwischenhandel

zurückdrängten und selbst die Distribution übernahmen. Es war nun das einheitliche beworbene Produkt oder besser: die Marke, die im ganzen Verkaufsgebiet die Qualität garantierte (und nicht mehr der Handlungsreisende).

Das letzte Kapitel (mit farbigen Abbildungen alter Reklameplakate) zeigt anschaulich den Wandel des «Image», das die Schokoladenmarken transportieren sollten. Waren ursprünglich Fabrikansichten oder die exotische Herkunft des Kakaos (Plantagen mit schwarzen Arbeitern) Sujet der Plakate, so traten später die Konsumenten in den Vordergrund: Schokolade als Nahrungsmittel für Hausfrauen (und für die von ihnen betreuten Kinder). Mit der Milchschokolade kam das Sujet «Milch» und die dazugehörigen Assoziationen auf: «Alpen», «Natur», «ländliche Welt». Aus einem exotischen und aristokratischen Luxusprodukt wurde ein gesundes Naturprodukt aus den Alpen für breite Bevölkerungsschichten – die junge Industrie hatte es geschafft, zumindest symbolisch auf eine weit zurückreichende Tradition zu verweisen.

Im Schlusswort ist der Autor ehrlich genug, zuzugeben, dass in dem von ihm untersuchten Zeitraum die von der modernen Marketingtheorie geforderte Marketingstrategie (Marketingmix der vier «P»: *product, price, promotion, place*) nur in Teilbereichen sichtbar sei. In der Fachliteratur wird der eigentliche Marketingschub im deutschen Sprachraum erst auf die 1960er- und 70er-Jahre angesetzt – insofern handelt es sich in der hier besprochenen Periode um Marketing *avant la lettre*. Rossfeld hat kürzlich (Tagung *Marketingwissenschaft und Unternehmensstrategien*, 2008, Besprechung in *H-Soz-u-Kult*) darauf hingewiesen; und auch in einem neuen Sammelband für Marketinggeschichte spricht er davon, dass die Marketinggeschichte nicht linear, sondern je nach Branche in Schüben verläuft (Hartmut Berghoff, *Marketinggeschichte*, Frankfurt a. M. 2007, Besprechung in *H-Soz-u-Kult*). Dies ist meine einzige kleine Kritik an Rossfelds Buch: Der fehlende Vergleich mit anderen Industrien – als Leser weiss man nicht, ob die beschriebenen Phänomene nun «schokoladetypisch» sind oder ob sie idealtypisch für die allgemeine Industriegeschichte stehen. Gerne hätte man mehr erfahren, wie die Entwicklung in anderen wichtigen Schweizer Branchen verlief (Textil, Uhren, Maschinen, Chemie) – aber das ergäbe mindestens ein weiteres Buch.

Abgesehen von dieser kleinen Kritik (die eher als Anregung für weitere Forschung zu verstehen ist) kann man Rossfelds Buch nur loben – von der Anlage her eine klassisch-wirtschaftsgeschichtliche Arbeit, allerdings mit einer anregenden Ausweitung des Schwerpunkts auf die Marketinggeschichte und mit Exkursen in die Ernährungsgeschichte. Der Autor verfällt glücklicherweise nicht in einen kommunikationstheoretischen oder diskursanalytischen Jargon (was ja bei dieser Thematik möglich gewesen wäre), sondern erfasst in gut strukturierter und verständlicher Form einen wichtigen Aspekt der schweizerischen Wirtschaftsgeschichte – das Buch ist trotz seiner Materialfülle (in doppeltem Sinn) genussvoll zu lesen.

Martin Meier (Bern)

Peter Kaiser, Bruno Meier (Hg.)
100 Jahre Usego
Eine Spurensuche

hier + jetzt, Baden 2007, 188 S., Fr. 38.–

Mit den Arbeiten von Uwe Spiekermann zu Deutschland oder Katja Girschik, Albrecht Ritschl und Thomas Welskopp zur Schweiz (beziehungsweise der Geschichte der Migros) wurden der Gross- und Detailhandel in den letzten Jahren vermehrt zu