

**Zeitschrift:** Schweizer Pioniere der Wirtschaft und Technik  
**Herausgeber:** Verein für wirtschaftshistorische Studien  
**Band:** 35 (1982)  
  
**Artikel:** Fünf Generationen Steinfels  
**Autor:** Bondt, René  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-1091161>

### **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:** 19.01.2026

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

SCHWEIZER

# PIONIERE

DER WIRTSCHAFT UND TECHNIK



Friedrich Steinfels 1808 – 1872

35

Verein für wirtschaftshistorische Studien  
Zürich



## SCHWEIZER PIONIERE DER WIRTSCHAFT UND TECHNIK

- Band 1 *Philippe Suchard*  
Band 2 *J. J. Sulzer-Neuffert /*  
*H. Nestlé / R. Stebli /*  
*C. F. Bally / J. R. Geigy*  
Band 4 *Alfred Escher*  
Band 5 *Daniel Jeanrichard*  
Band 6 *H. C. Escher / F.-L. Cailler /*  
*S. Volkart / F. J. Bucher-Durrer*  
Band 7 *G. P. Heberlein / J. C. Widmer /*  
*D. Peter / P. E. Huber-*  
*Werdmüller / E. Sandoz*  
Band 8 *Prof. Dr. W. Wyssling /*  
*Dr. A. Wander / H. Cornaz*  
Band 10 *H. Schmid / W. Henggeler /*  
*J. Blumer-Egloff / R. Schwar-*  
*zenbach / A. Weidmann*  
Band 11 *J. Näf / G. Naville /*  
*L. Chevrolet / S. Blumer*  
Band 12 *M. Hipp / A. Bühler /*  
*E. v. Goumoens / A. Klaesi*  
Band 13 *P. F. Ingold / A. Guyer-Zeller /*  
*R. Zurlinden*  
Band 14 *Dr. G. A. Hasler / G. Hasler*  
Band 15 *F. J. Dietschy / I. Gröbli /*  
*Dr. G. Engi*  
Band 16 *Das Friedensabkommen in der*  
*schweiz. Maschinen- und Metall-*  
*industrie / Dr. E. Dübi /*  
*Dr. K. Ilg*  
Band 17 *P. T. Florentini / Dr. A. Gutz-*  
*willer / A. Dätwyler*  
Band 18 *A. Bischoff / C. Geigy /*  
*B. La Roche / J. J. Speiser*  
Band 19 *P. Usteri / H. Zoelly /*  
*K. Bretscher*  
Band 20 *Caspar Honegger*  
Band 21 *C. Cramer-Frey / E. Sulzer-*  
*Ziegler / K. F. Gegauf*  
Band 22 *Sprüngli und Lindt*  
Band 23 *Dr. A. Kern / Dr. G. Heberlein /*  
*O. Keller*  
Band 24 *F. Hoffmann-La Roche /*  
*Dr. H. E. Gruner*  
Band 25 *A. Ganz / J. J. Keller /*  
*J. Busch*  
Band 26 *Dr. S. Orelli-Rinderknecht /*  
*Dr. E. Züblin-Spiller*  
Band 27 *J. F. Peyer im Hof /*  
*H. T. Bäschlin*  
Band 28 *A. Zellweger / Dr. H. Blumer*  
Band 29 *Prof. Dr. H. Müller-Thurgau*  
Band 30 *Dr. M. Schiesser / Dr. E. Haefely*  
Band 31 *Maurice Troillet*  
Band 32 *Drei Schmidheiny*  
Band 33 *J. Kern / A. Oehler / A. Roth*  
Band 34 *Eduard Will*  
Band 35 *Friedrich Steinfels*

Fortsetzung hintere Umschlagklappe



# Fünf Generationen Steinfels

von Dr. René Bondt, Männedorf

Verein für wirtschaftshistorische Studien Zürich



© Copyright 1982 by Verein für wirtschaftshistorische Studien.  
Alle Rechte vorbehalten.  
Herausgegeben vom Verein für wirtschaftshistorische Studien,  
Stockerstrasse 8, 8002 Zürich.  
Herstellung: Bodan AG, Buch- und Offsetdruck, 8280 Kreuzlingen

# Inhalt

<b>«Wer einen Beruf mit Erfolg betreiben will . . .»</b>	<b>7</b>
Viereinhalbtausend Jahre Seife – Ein Wappen vom Habsburgerkaiser – Metzgermeister auf Freiersfüssen	
<b>«Kerzen- und Seifen-Fabrik zum untern Berg»</b>	<b>24</b>
1832 oder 1834? – Die Industrialisierung beginnt – Friedrich I., «Napoleon» am Siedekessel – Das Lehrgeld Mülhausen – Ein Nachfolger wächst heran	
<b>Vom Hirschengraben ins neue Industriequartier</b>	<b>44</b>
«Mein Steckenpferd ist die Buchhaltung nicht» – Zürich im Fabrikbaufieber – Konzentration und Generationswechsel – «Punkt sechs Uhr läutete die Fabrikglocke»	
<b>«Sauerstoffwaschmittel für die Wilden»</b>	<b>61</b>
Persil, die doppelte Herausforderung – Die Monpelas-Story – Erster Weltkrieg: Der Wettbewerb wird neutralisiert – «Schweizerfranken für Schweizerware» – Indianerromantik aus der Heinrichstrasse – Von Preisen, Löhnen, Weihnachtsbescherungen und «Heiritagen»	
<b>Abschied von der Seife</b>	<b>87</b>
Chemie für Waschmaschinen – Eine Fabrik ändert ihr Gesicht – Maga, Floris, Niaxa und all die andern – Wohlstand für alle – «... aber Floris ist besser»	
<b>Eine Fabrik verkauft Fabriken</b>	<b>105</b>
Elektronik und Mama Steinfels – Markt ohne Grenzen	
<b>Die fünf Steinfels-Firmengenerationen</b>	<b>111</b>
<b>Eine Handvoll Literatur</b>	<b>112</b>

«**Wer einen Beruf mit Erfolg betreiben will . . .**»

«Mein lieber Sohn ist unschlüssig, in welcher Berufsart er in Zukunft seinen Broterwerb suchen solle, und legt mir zwey Projecte vor, von welchen das eine die zu erwartenden Vorthelle einer Kerzen- und Seifenfabrik im Grossen, das andere eine durch Actien zu errichtende Bierbrauerey – verbunden mit dem Mehrertrag der Mietzinse für das plein pied, Schopf und etc. im untern Berg – beleuchtet, und ersucht mich, dieselben zu prüfen und ihm meinen Rath und Ansichten darüber mitzutheilen.»

Metzgermeister Heinrich Steinfels, der Schreiber dieser mit dem 24. Februar 1834 datierten Zeilen, wohnte nur ein paar Steinwürfe weit von seinem Sohn Friedrich entfernt. Dennoch erfolgte der Meinungs-austausch vom Haus «Zum Tannen-berg» (heute Neumarkt 8) zum Zürcher Hirschengraben, wo der fünfundzwanzigjährige Junior am 6. Juni 1833 die Liegenschaft «Zum untern Berg» gekauft hatte, mit Papier und Tinte. Eine beschaulichere, belebtere Zeit neigte weit öfter zur schriftlichen Fixierung und zum Briefverkehr als heute – zum Glück für den Chronisten, dem sich schwarz auf weiss die Quellen einer ungewöhnlichen Familien- und Firmengeschichte offenbaren.

Vater Steinfels machte sich die Antwort nicht einfach. Zwei Tage lang erwog er nach eigenem Bekenntnis die beiden Optionen des Jüngeren, der glaubte, auf die eine wie auf die andere Art sein Auskommen zu finden. Dann legte er sich unzweideutig fest. Auf sechs engbeschriebenen Seiten argumentierte Johann Heinrich Steinfels: «Wenn Deine Berechnung über den Ertrag der Seiffe richtig ist, so dass bey Zeiten, wo die Unschlittpreise Jahre lang sich gleicherhalten, 3 Gulden Arbeitslohn per Center kann gewonnen werden, so wäre dies ein Geschäft, das – bey regelmässiger Gewerbeführung 10 bis 20 Jahre ineinandergerechnet – ein brillantes Resultat liefern müsste.» Der herrlichen Aussicht mischt der Schreiber allerdings eine Prise Skepsis bei: «Aber ich fürchte, Deine Berechnung über Ertrag der Seiffenfabrication sey nicht auf ganz sicheres Fundament gestützt und daher zu gewagt.» Wer einen Beruf mit Erfolg betreiben wolle, liest man weiter, müsse diesen zuerst erlernen. Wenn aber dieser Satz richtig sei, «so fragt es sich, auf welche Art kommt das Lehrgeld am wenigsten hoch zu stehen, und die natürliche Antwort wird seyn – man muss das Geschäft anfänglich im Kleinen betreiben. Von der Wahrheit dieses Satzes wirst Du Dich durch die Kerzenmacherey, die in allen ihren Theilen viel einfacher ist, überzeugt haben.»



sich in die Actiengesellschaft einbringen lassen wollen.  
 Wenn Du sichel Lust hast ist sehr gut.  
 Wenn Du keine Lust hast ist das auch nichts. Die Sache ist  
 so das bei Zeiten vor die Thüre gehst und siehst was  
 3 fl. Arbeitslohn per Centner hin gegeben werden, so wie Du  
 Dir schielst, — bei regelmäßiger Arbeit bis 10. bis 20.  
 in einem Jahr, im besten Resultat können man  
 sich das leisten, wenn Willigkheit und Fleiß hinzukommt.

Aus dem Brief, den  
 Heinrich Steinfels am  
 24. Februar 1834  
 seinem Sohn  
 Friedrich schrieb.

Gegenüber der Bierbrauerei – die der alteingesessene Zürcher Bürger und Zünfter auf dem Umweg über feuchtfröhliche Burschenherrlichkeit «hauptsächlich an das Gedeihen unserer Hochschule» knüpft, die er zudem nur «im Grossen» rentieren sieht und deren Raumbedarf den jungen Eigentümer des «Untern Bergs» zur Suche nach neuen, teuren Immobilien nötigen würde – ist das Seifensiederhandwerk nach Meinung des väterlichen Ratgebers das aussichtsreichere Gewerbe. «Die jetzige Crisis für die Kerzen- und Seiffenfabrication hat schon und wird die Concourentschaft vermindern», gibt der Briefschreiber zu bedenken, bei dem der momentane Einbruch im Kerzenmacher- und Seifensiedergewerbe offenbar keine grundsätzliche Irritation verursachte.

Solcher Optimismus war zum einen begründet. Noch war die Kerze als Lichtspender nicht von Gas, Petrol und Elektrizität verdrängt worden. Hinzu kam, dass Unschlitt (Rindertalg) ein sehr landläufiger Rohstoff war, der in jedem Schlachthaus reichlich anfiel – so auch in der Fleischhalle am Limmatquai, wo Johann Heinrich Steinfels, Metzger bereits in der dritten Generation, neben andern Zunftgenossen seine Schlachtbank hatte und wo der 1808 geborene Friedrich, sein einziger männlicher Nachkomme, der das Erwachsenenalter erreichte, sich ebenfalls kurze Zeit als Metzger betätigt haben

Zürcher  
Hirschengraben im  
ausgehenden  
18. Jahrhundert:  
Tuschzeichnung von  
J. C. Uelinger  
(Zentralbibliothek  
Zürich).



dürfte. Was das Seifensieden ums Jahr 1830 betraf, so waren Prophezeiungen schwieriger. In Bern hatte die Fabrikantenfamilie Wildbolz in dem üblicherweise zusammen betriebenen Kerzen- und Seifengewerbe die Pionierrolle hierzulande übernommen. Und als sich in Zürich ein Steinfels beinahe gleichzeitig mit Johannes Sträuli in Winterthur anschickte, dem gleichen Doppelhandwerk zu frönen, gab es an der Limmat bereits die – allerdings mehr schlecht als recht funktionierenden – Seifenmanufakturen Bluntschli und Oertli. Gewichtiger war aber wohl die Tatsache, dass die meisten Hausfrauen damals ihre Waschlauge selbst zubereiteten. Die teure, wohlriechende Toilettenseife stand ihres enormen Preises wegen nur der feinen Dame zu Gebot und stammte in der Regel aus Frankreich, Italien oder Spanien, wo es die exzellenten Olivenöle gab. Der Raffinesse der «Marseillanerseife» hatten die biedereren eidgenössischen Unschlittkocher vorerst wenig bis nichts entgegenzusetzen, da sich ausländischer Rohstoffbezug weder technisch noch finanziell verantworten liess.

Andererseits wuchs das noch nicht sonderlich ausgeprägte Hygienebedürfnis mit der Zunahme medizinischer Grundkenntnisse allmählich auch in den einfacheren Schichten des Volks – zur Freude jener schnell wachsenden Gilde von Seifenherstellern, die sich im frühen 19. Jahrhundert in der

Schweiz etablierte. In einer Schweiz, muss man hinzufügen, die ein gar seltsames politisch-wirtschaftliches Gebilde darstellte. Nach Jahren der napoleonischen Fremdbestimmung und zentralistischen Erneuerungssucht grassierten Hunger, Depression und Restauration, begleitet vom langanhaltenden Ringen zwischen «Kantönligeist» und einem industriell befruchteten Liberalismus. Diesem gelang es zwar bereits 1831, die Handels- und Gewerbefreiheit in der neuen Zürcher Kantonsverfassung zu verankern; vor der Gründung des schweizerischen Bundesstaats 1848 fehlte der liberalen Bewegung jedoch die Kraft, das lähmende Netz der kantonalen Zölle, Masse und Münzen, der Brückentaxen, Weggelder und örtlichen Hoheiten zu zerreißen. Bei soviel internen Hürden – zu denen freilich die Sparsamkeit und fiskalische Enthaltsamkeit der Kantone sowie ein alles in allem friedliches Nebeneinander der eidgenössischen Stände wohlthuend kontrastierte – war an einen namhaften Import und Export über die Landesgrenzen hinweg ohnehin nicht zu denken, zumal der Verkehr zu Land und zu Wasser noch eng begrenzte Kapazitäten aufwies.

### *Viereinhalbtausend Jahre Seife*

Ungestüme Dynamik ging dagegen von den Naturwissenschaften und ihren technischen Anwendungsgebieten aus. Auch die Seifenchemie erlebte im frühen 19. Jahrhundert ihre industrielle Revolution. Bevor indes davon die Rede sein kann, muss unser Blick zurückwandern in die Ur- und Frühgeschichte des Waschens. Am Anfang dieser Historie stehen ausgesprochen natürliche Reinigungsmittel: der fettlösende Speichel, der scheuernde Sand, das Wasser in kaltem oder vorzugsweise erhitztem Zustand. Schafs- und Schweinekot, Rindsgalle und Urin, von den römischen Wäschewalkern (*fullones*) mit Vorliebe benutzt, dienten bei den frühen Kulturvölkern des vorderen Orients dem gleichen Zweck. Auf pflanzlicher Basis wurden die Wurzeln des Seifenkrauts (*Saponaria*), Kastanien- und Bohnenmehl, Kleie und Gerstensauerteig – jeweils mit siedendem Wasser übergossen – als schäumende Lösungsmittel verwendet. Bereits in der Antike war auch die Waschlauge aus Asche und heissem Wasser bekannt, deren gute Wirkung sich durch die ätzende Beigabe von gebranntem Kalk noch steigern liess.

Eine «Seife», fabriziert aus einem Liter Öl und etwa 5,5 Litern Pottasche,



empfiehlt eine sumerische Tontafel aus dem dritten vorchristlichen Jahrtausend zum Waschen von Wolle. Das gleiche Produkt scheint als Salbe in medizinischem Gebrauch gestanden zu haben. Ägyptische Papyri dokumentieren, dass man am Nil eine natürliche Soda (Trona) mit tierischen oder pflanzlichen Fetten durch Erhitzung zu verbinden wusste. Im verschütteten Pompeji fanden die Ausgräber nach fast zwei Jahrtausenden eine vollständige Anlage zur Seifenherstellung. Den Römern gefiel das Produkt allerdings zunächst als Haarfestiger, wie es Cäsars Krieger bei Galliern und Germanen entdeckt hatten und von Plinius dem Älteren (23 bis 79 n. Chr.) in seiner «*Historia naturalis*» beschrieben wurde. Im Jahr 167 beschrieb der Arzt Galenus dann die Seife aus Fett, Aschenlauge und Kalk auch als Reinigungsmedium, das die Haut weich mache und den Schmutz vom Körper und aus den Kleidern löse.

Gar manches, was die Antike entdeckt und erforscht hatte, wurde durch arabische Vermittlung dem europäischen Mittelalter vererbt. Das gilt auch im Falle der Seifenherstellung: Die Mauren, offenbar mit dem Geheimnis der Kaustifizierung von Siedelauge mittels Ätzkalk vertraut, verfügten über die Fähigkeit, feste, konsistente Seife zu fabrizieren und transferierten diese Kunst nach Spanien, wo Olivenöl und die Asche aus Meerespflanzen ein vorzügliches Seifenprodukt ergaben. Die Zentren der Olivenkulturen wurden nach und nach auch Metropolen der Seifenzubereitung am Saum des Mittelmeers: Alicante, Cartagena und Sevilla erlangten in dieser Hinsicht iberische Berühmtheit, in Italien dominierten Savona, Venedig und Genua. Seit dem 16. Jahrhundert war vor allem die provençalische Hafenstadt Marseille das «Mekka der Seife», intensiv gefördert durch den Pariser Königshof. Besonders Ludwig XIV. kümmerte sich höchstselbst um die Aufbereitung feiner, wohlduftender Luxusseife: Sein Finanzminister wurde angewiesen, genuesische Seifensieder abzuwerben, um eine staatlich geschützte französische Seifenindustrie aufzuziehen. Die Kolonialmacht Grossbritannien und die handelsbeflissenen Niederlande zogen mit ähnlichem nationalem Anspruch nach, zumal ihnen die Seefahrt die hochwertigen tropischen Pflanzenöle (Erdnussöl, Sojabohnenöl, Kokosöl, Palmöl) erschloss.

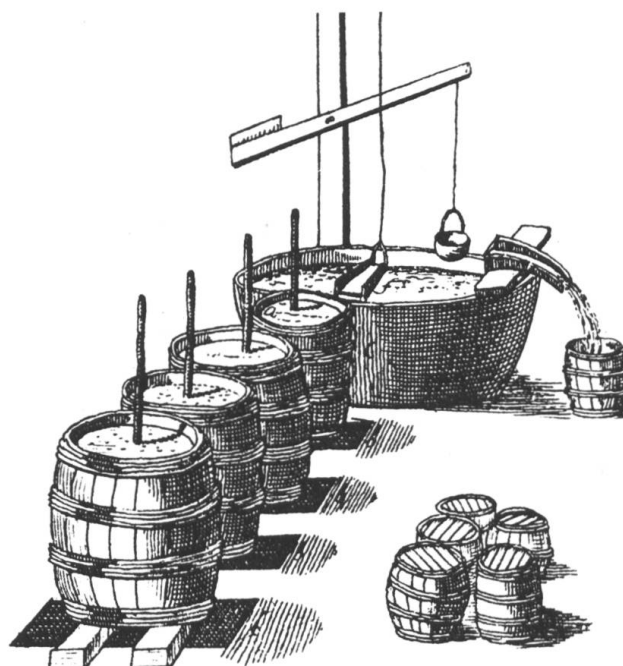
Anders in Mitteleuropa. Hier war das weisse oder marmorierte Produkt nach Marseiller Art ein zu teurer Artikel für die Körpertoilette oder gar fürs Wäschewaschen. An seiner Stelle diente die weiche, dunkle Kaliseife (Schmierseife), hergestellt aus billigen Ölen, als täglicher Haushaltartikel. Daneben war Talg gleichermassen die Basis für die Produktion weisser Seife

und fürs Kerzenziehen, das ja oft unterm selben Dach geschah. Waren ihre Artikel auch weniger edel als jene aus südfranzösischen Siedereien, galt ihr Gewerbe, meistens vom Vater auf den Sohn vererbt, doch als ebenso ehrenwert wie der Stand der Krämer oder der Metzger. Diese waren hiezulande lange Zeit des Seifenfabrikanten wichtigste Partner und wussten aus ihrer Position – die einen als Abnehmer, die andern als Grundmateriallieferanten – häufig Profit zu schlagen. Zünftisch gegliedert waren die Seifensieder in unseren Breiten da und dort bereits im Mittelalter, vielerorts fehlte für Leute dieser Berufsgattung freilich eine gesonderte ständische Ordnung. Überall dort gehörte «der munt're Seifensieder», wie ihn Friedrich von Hagedorn im 18. Jahrhundert besang, zu den populären gewerblichen Figuren, die man indes am liebsten ausserhalb des Stadtkerns arbeiten sah, weil ihr Tagewerk nicht eben Wohlgeruch entfaltete.

Anrühlich war die Seifensiederei manchmal auch in einer andern Weise: Wo man kocht, mixt und pröbelt, mag die Versuchung schon übergross werden, «billigen Wein in teuren Flaschen» zu verkaufen. Unter dem Motto «Die Betrügereien einiger Seifensieder» vermerkt die 1788 vom Berliner Professor *Johann Samuel Halle* in deutscher Sprache herausgegebene, ursprünglich vom Franzosen *Henri Louis Du Hamel* verfasste Schrift «Die Seifensiederkunst» entsprechende Beispiele. Du Hamels illustriertes Büchlein gibt aber vor allem einen famosen Überblick, wie ein Handwerk am Vorabend sprunghaften technisch-chemischen Fortschritts vielerorts aussah und auch noch für Friedrich Steinfels und seine erste Siedebude verbindlich gewesen sein mag. Jede Seife, so schildert unser Gewährsmann vor zwei Jahrhunderten, entstehe «aus der Verdickung eines Öls oder eines Fettes durch ein kaustisches Alkali», wobei «das ausgepresste Öl aus den Mandeln, Haselnüssen, Nüssen, Hanf, Leinsaamen, Rübensaamen, aus Mohnkörnern, der Talg der Thiere, der Fischtrahn» als Grundmaterial dienen können, übertragt freilich von den Produkten «aus reinem Baumöle». Als Laugensalze zur Seifenherstellung empfiehlt Du Hamel «die Sodasche vom Salzkraut» sowie «weisse oder graue Pottasche», die man noch mit ungelöschem Kalk schärfe.

Dem Prinzipiellen folgen die Einzelheiten. In einer bodenständigen Seifensiederei entdeckt der französische Autor ein ganzes Arsenal von Geräten, die er mit enzyklopädischem Fleiss auflistet: Schürhaken, Holzlineal, Rührkrücke, Eisenschaufel, Eisenspatel, Keule, Kalksieb, Maurerkelle, Streichholz, Holzkamm, Messingdraht, Eisenmesser, Kupferpfanne, Eimer, Näpfe, Töpfe – all dies und anderes mehr braucht es zum Feuerschüren,

Seifensiederutensilien  
des 18. Jahrhunderts  
(aus Du Hamel,  
«Die  
Seifensiederkunst»).



Teigrühren, Verstossen, Mischen, Verstreichen, Vorstanzen, Ausstechen und Schneiden.

Die Arbeit der Laugenzubereitung geschieht nach Du Hamel in Fässern oder festen Verschlägen, das eigentliche Seifensieden aber vollzieht sich in grossen Holzkesseln mit eisenblech- oder kupferverstärktem Boden. Dort gerinnt nach einigen Stunden des Kochens die Materie «und wird weiss, wie ein sehr flüssiger Brei. Man unterhält das Kochen acht Stunden, indem man von Zeit zu Zeit schwache Lauge zugiesst. Endlich giesst man innerhalb vier oder fünf Stunden von der zweiten oder Mittellauge nach, worinnen ein Ei nur um zwei Drittheil einsinkt, und davon bindet sich das Öl immer mehr, und nimmt die Gestalt eines dicken Breies an sich. Alsdenn giesset man hurtig zwei oder drei Eimer der schärfsten Lauge zu, wobei man das Feuer gleich stark erhält, indessen dass sich die Seife bildet, und man muss von Zeit zu Zeit versuchen, ob sie genug gekocht ist.» Wenn die Seife «auf dem Glase körperlich wird und von der Kelle sich reinlich ablöset», darf das Sudfeuer ausgehen. Scheidet sich in der Folge die Lauge, lässt sich die schwimmende Seife abschöpfen und in Formkästen füllen. Ist sie dort schliesslich erkaltet und getrocknet, wird sie in Blöcke und Stücke geschnitten. Du Hamel offeriert noch andere Varianten der Saponifikation, gibt aber keiner ausgesprochenen den Vorzug, denn «jeder folgt seiner Methode und macht gute Seife».



Was nützt allerdings die beste Seife, wenn mit ihr die Fertigkeit des Wäschewaschens nicht Schritt hält? Heute, im Zeitalter der Waschvollautomaten, gibt man sich kaum mehr Rechenschaft darüber, wieviel Hausfrauenarbeit sich einst damit verband. Das Treten, später das Schlagen oder Schrubben der Wäsche erforderte Kraft und Ausdauer. Dass weiches Regen- und Flusswasser der Wäsche und dem Waschen zuträglicher waren als das harte Quellwasser, wusste man von alters her. Überhaupt, vor dem eigentlichen Waschprozess wurde tüchtig eingeweicht. Wo geschmeidiges Wasser fehlte, behalf man sich mit Zusätzen von Alaun, Soda und Borax, später vorwiegend mit Bleichsoda. Bevor das chemische Bleichen im Schwange war, liess man die Sonne dieses Werk tun: Flurbezeichnungen wie «Bleiche», «Bleicherweg» oder «Garnhänke» verweisen auf die in aller Regel sehr weitläufigen Felder, auf denen familiäres Waschgut, mehr aber noch die von Lohnwäscherinnen gereinigte Fracht aus Herrenhäusern oder aus Textilmanufakturen ausgebreitet wurde.

Lange Zeit war das Waschen – zunächst am gemeinsamen Trog, dann auf dem Bleichplatz – eine öffentliche und sehr mitteilbare Angelegenheit im Freien. Die langsame, stetige Wohlstandsmehrung im 19. Jahrhundert schuf indes auch hier einen neuen Standard: Es entstand das gemeinschaftliche Waschhaus oder bereits die individuelle Waschküche, in deren Mittelpunkt der Heisswasserbottich zu stehen pflegte. Noch waren primitive «Waschmaschinen», in denen sich Wäsche mit Dampf- oder Muskelkraft treten und drehen liess, eher ein Attribut von Bastlerstuben als von Waschküchen. Mit dem Aufwärtstrend von Technik und Hygiene hielt dagegen die Kleidersitte Schritt: Leibwäsche und Hemden wurden nun Allgemeingut, was sie zuvor keineswegs gewesen waren. Und Mutter machte sich eine Ehre daraus, ausser den sauberen, frisch gebügelten Textilienstapeln auch stets einen kleinen Vorrat an wohlgetrockneten Seifenstücken vorweisen zu können.

Justus Freiherr von Liebig fasste diesen Tatbestand 1844 in einen Satz, der zum geflügelten Wort wurde: «Die Kultur eines Volkes richtet sich nach dem Verbrauch von Seife.» Daran hat sich bis heute wenig, an der Seife selbst aber recht viel geändert. Nicht unschuldig an der Weiterentwicklung waren die Seifensieder, denen mit zunehmendem Wachstum ihrer Manufakturen die Asche- oder Alkali-Komponente auszugehen drohte, während die Öl- und Fettbeschaffung unproblematischer war. Ihr Ruf nach einer synthetischen Soda (Natriumkarbonat) wurde von der Französischen Akademie der Wissenschaften vernommen, die ein praktikables Verfahren zu belohnen

versprach. Der Arzt *Nicolas Leblanc* hatte Erfolg, holte sich am Vorabend der Französischen Revolution die Prämie und schuf die Voraussetzungen für eine fabrikatorische Sodagewinnung, die ein Jahrhundert lang verbindlich blieb – bis zur erfolgreichen Vermarktung des besseren Ammoniak-Soda-Verfahrens durch den belgischen Industriellen Ernest Solvay, der Fresnels lange Zeit schlummernde Soda-Herstellungsmethode auferweckte. Um für die Seifensiederei zu taugen, musste die Leblanc-Soda mit gelöschtem Kalk kaustifiziert werden. Erst als es gelang, Natronlauge durch Elektrolyse aus Kochsalzlösung zu gewinnen, konnte auf diese unangenehme Prozedur verzichtet werden.

Die Oleochemie schlief derweil ebenfalls nicht. Als «Vater der Fett- und Seifenforschung» ist der Franzose *Michel Eugène Chevreul* (1786–1889), übrigens auch ein wichtiger Schrittmacher des Textilfärbens, in die Annalen eingegangen. Er analysierte die Seife auf wissenschaftlich-systematischer Grundlage und fand heraus, dass die dabei verwendeten Neutralfette sich aus «fetten» Säuren und einer flüssigen Komponente alkoholischen Charakters – er nannte sie Glycerin – zusammensetzen. Das Verseifen mit Alkalien (Kalilauge macht das Endprodukt flüssig, Natronlauge macht es konsistent) wurde als Salzbildungsvorgang erkannt. Das Glycerin spielte bei diesem Prozess gar keine Rolle, ging aber als Bestandteil des Nitroglycerins bald seinen eigenen hochexplosiven und martialischen Weg. Darum wurde es in der Folge nicht mehr einfach «versotten», sondern normalerweise separiert und verkauft. Chevreul isolierte sieben verschiedene Fettsäuren, die sich durch mehr oder minder feste (gesättigte) oder flüssige (ungesättigte) Konsistenz unterscheiden und denen er Namen wie Stearin, Olein und Margarin gab. Ein anderer Franzose, *Claude Louis Berthollet*, praktizierte ums Jahr 1800 die chemische Bleiche mittels Chlor und lieferte damit seinerseits einen epochemachenden Beitrag zur Geschichte des Waschens.

Diese und andere Entdeckungen trugen Entscheidendes zur Ausbreitung des Seifengewerbes bei, das freilich im 19. Jahrhundert noch fast durchgehend auf der Stufe des Handwerks stehenblieb – eines Handwerks, zu dem sich Friedrich Steinfels und nach ihm vier weitere Generationen seines Geschlechts bekannten. «Sippentreue», davon war bereits andeutungsweise die Rede, ist allerdings ein weitverbreitetes Charakteristikum in der traditionellen Seifen- und Kerzenmacherei. Damit unterscheidet sich dieser Berufszweig in seinen «dynastischen» Bezügen gar nicht wesentlich von der Tätigkeit des Scharfrichters und Wasenmeisters (Abdeckers) im alten Zürich, dem

das wenig populäre und angesehene, indes gefürchtete und respektierte Amt eine gesellschaftliche Sonderstellung zwischen den Ständen verschaffte – mit der Konsequenz, dass der Henkersdienst meistens vom Vater auf den Sohn überging, demzufolge über Jahrhunderte hinweg immer wieder die gleichen Familiennamen in dieser Charge auftauchen.

### *Ein Wappen vom Habsburgerkaiser*

Was aber gibt überhaupt Anlass, das ehrenwerte Seifensieden mit der weniger honorigen Scharfrichterei in kühne Beziehung zu setzen? Die Antwort ist simpel: weil frühe Vorfahren unseres Friedrich Steinfels Zürichs Missetäter aufs Schafott führten. Die Familie Steinfels ging aus dem Geschlecht jener *Volmar* hervor, die aus Konstanz stammten, 1583 in der Limmatstadt eingebürgert wurden und vom späten 16. Jahrhundert bis zur Suspendierung des Scharfrichterdienstes 1831 ununterbrochen diesem blutigen, aber auch ernsten und verschwiegenen Geschäft im Sold der Obrigkeit nachgingen. Steinfels-Ahnherr ist der 1613 geborene Wundarzt *Johannes Volmar*, dessen Sohn *Johann Heinrich*, ebenfalls Chirurgus, nach einigen bitteren Lebenserfahrungen den Schatten der exekutierenden Altvorderen ein für allemal abschütteln wollte. Obwohl einem der frühen Stände der alten Eidgenossenschaft zugehörig, gelangte er an die allerhöchste Reichsinstanz und bat den Habsburgerkaiser Leopold I., ihm, seinem Vater und seinen Nachgeborenen neben einem eigenen Wappen einen anderen Namen zu verleihen, nämlich jenen der Familie *Steinfels*, die «selbiger orthen ein ehrliches abgestorbenes Geschlecht gewesen» sei.

Weshalb Johann Volmar gerade auf die unterbrochene Linie der Steinfelse von Steinfels kam, ist nicht überliefert. Dagegen blieb die Antwort der kaiserlichen Hofkanzlei zu Wien erhalten. Sie findet sich in einem Wappenbrief vom 12. Dezember 1665 und bringt zum Ausdruck, dass der deutsche Herrscher römischer Nation «mit wohlbedachtem mueth, guettem rath und rechtem wissen besagtem Johann Vollmar diese besondere gnadt gethan» habe – und zwar dergestalt, dass sich «Johann Vollmar iezo Steinfels, seine Erben und Nachkommen zu ewigen zeitten von denen überigen in der Eydtenossenschaft befindenden Vollmar abgesondert» betrachtet dürfen. Die Beschreibung des neuen Wappens hielt fest, dass es sich dabei um einen viergetheilten Schild handeln solle, in dessen linkem oberem und rechtem unterem Feld auf weissem oder silbernem Hintergrund ein einwärtsgewen-

Das  
Steinfels-Wappen im  
kaiserlichen  
Wappenbrief von  
1665.





Hammerschloss  
Steinfels in der  
Oberpfalz.

deter roter Löwe «mit offenem Rachen, vorhausgeschlagener Zungen, für sich geworffenen pränckhen und über sich gewundenen doppelten Schwanz» erscheine, während sich auf den übrigen beiden Schildvierteln auf gelber oder goldener Tönung ein halber schwarzer Adler zeige, «mit offenem Schnabel, rothauschlagender Zungen und von sich Weissenden Waffen». Über dem Schild soll «ein zugethaner Stechhelmb» stehen, seinerseits überhöht von einer Königskrone mit dem Wappenlöwen.

Natürlich wäre es auch im Rahmen einer Firmengeschichte, die in manchen Teilen kongruent ist mit einer fesselnden Familienhistorie, interessant genug, den frühen Trägern und der Breitenwirkung des Namens Steinfels gebührende Rechnung zu schenken. Lassen wir es im Sinne der thematischen Konzentration indes bei ein paar Nachforschungsergebnissen jüngeren Datums bewenden. So besitzt die Bremer *Hansa*-Linienreederei eine Reihe moderner Containerfrachter ähnlicher Bauart, von denen einer als «MS Steinfels» die Meere befährt. Namensgebend, das förderten gezielte Erkundigungen zutage, war in diesem Fall das im oberpfälzischen Kreis Neustadt an der Waldnaab gelegene Schloss Steinfels, dessen behäbiges Gemäuer samt Hauskapelle, Gutshof und Überresten einer Hammerschmiede sich



gegenwärtig im Besitz der Adelsfamilie *von dem Bongart* befindet. Das heutige Hammerschloss, umgeben von Wäldern, Weihern und Mooren, entstand im 17. Jahrhundert auf den Ruinen einer zunächst von den Hussiten beschädigten, dann im Dreissigjährigen Krieg vollends zerstörten Wasserburg. Als Rittergutsbesitzer waren die Hammerherren auf Steinfels auch Inhaber der niederen Gerichtsbarkeit, ein Privileg, das lange Zeit das Geschlecht der Mendl innehatte, bevor Schloss Steinfels in andere – teils adelige, teils bürgerliche – Hände geriet. Am Anfang freilich standen als Burgherren die «Steinfelser», ein Geschlecht, das auch Chronist Josef Meyer in seiner Broschüre «Zur Geschichte von Steinfels» nicht näher einzugrenzen weiss. Man darf indes vermuten, dass damit jene Dynastie eruiert ist, deren Aussterben Johann Volmar zu seinem neuen Namen von Kaisers Gnaden verholfen hat.

Johann Volmar alias Steinfels (1613 bis 1676) avancierte vom strebsamen Studiosus zum geachteten Wundarzt und wurde stolzer Vater von elf Kindern. Eines davon war *Hans Jakob Steinfels* (1640 bis 1701), ebenfalls Arzt, daneben 1688 Zunftmeister, 1690 Obervogt zu Wollishofen und 1691 Gesandter zu Schwyz – ein Mann also, der zu höchsten Ehren und Würden aufstieg. Sein Bruder *Hans Rudolf Steinfels* (1644 bis 1705) brachte es «nur» zum Metzger, hingegen auf zehn Nachkommen, von denen *Hans Heinrich Steinfels*, Apotheker und oberster Salzdiener in Zürich, besonderes Interesse schon darum beanspruchen kann, weil er 1724 wegen Untreue im Salzhaus geköpft wurde. Der Stammbaum verzeichnet das harte Verdikt mit dem lakonischen Vermerk «deconatus» und gibt keinen Hinweis darauf, welcher Volmar seinen weit entfernten Verwandten vom Leben zum Tod beförderte.

Der Delinquent hinterliess drei Kinder aus drei Ehen. Sie wurden mit den Fährnissen der menschlichen Existenz offensichtlich weit besser und tugendhafter fertig. So war etwa *Johann Jakob Steinfels* (1692 bis 1743) seit 1721 Pfarrer im thurgauischen Altnau. Einen seiner vier Söhne, nämlich *Heinrich Steinfels* (1724 bis 1782), zog es wieder zum Metzgergewerbe, wo er es freilich zu höheren Weihen brachte: 1764 wurde er Zunftmeister zum Widder, später Obervogt in Meilen und in Stäfa, 1769 und 1775 auch Sihlherr (Verwalter der städtischen Forsten). Von den zehn Kindern wählte der Zweitjüngste, *Hans Kaspar Steinfels* (1764 bis 1794), gleichfalls die Metzgerei. Sein früher Tod machte *Heinrich Steinfels* (1787 bis 1855) mit sieben Jahren vaterlos; als der Knabe elf war, verheiratete sich die junge Witwe Verena Steinfels-Sigrist wieder und zwar mit einem Zunft- und Berufsgenossen des Verstorbenen, dem Zürcher Metzger-Obmann Wilhelm Nägeli.



*Metzgermeister auf Freiersfüssen*

Heinrichs Stiefvater war ein tüchtiger und bemittelter, doch nüchterner und offenbar ausgesprochen materiell eingestellter Mensch, an den der junge Steinfels keinen vertraulichen Anschluss zu finden vermochte. *Luise Sarauw-Steinfels*, eine Urenkelin des zwei Jahre vor der Französischen Revolution geborenen Heinrich, gibt in ihren hübschen «Jugend- und Familienerinnerungen» hiezu eine Schilderung, die sich freilich aufs Hörensagen beziehen muss: «So wuchs der lebhaft, zu übermütigen Streichen aufgelegte Knabe etwas unbeaufsichtigt heran; dazu mag auch die damalige Zeitlage beigetragen haben, als fremde Kriegsvölker sich auf Schweizer Boden herumstritten und sich der heranwachsenden Jugend allenthalben Gelegenheit zu kleineren und grösseren Abenteuern bot.» Ein anekdotisches Münsterchen fügt die Chronistin gleich bei: «Im denkwürdigen Sommer 1799, als vor den Toren der Stadt Zürich Franzosen und Russen sich schlugen, durchstreifte der junge Heinrich zusammen mit gleichaltrigen Kameraden das Gebiet des Sihlfeldes, wo kurz zuvor ein Gefecht stattgefunden hatte. Dort stiessen sie auf einen zusammengebrochenen Pulverwagen, dem sie einige Säckchen Pulver entnahmen. Auch fanden sie ein wertvolles chirurgisches Besteck. Nach Hause zurückgekehrt, bewunderten die Buben, am Fenster stehend, die schönen Instrumente. Dabei wurden sie von einem (...) russischen Offizier beobachtet, der sofort herüberkam und die Rückgabe des Besteckes verlangte. Inzwischen hatten sich aber die Finder verzogen und nach längerem Suchen entdeckte man sie im Taubenschlag, wo sie, auf den Pulversäcken sitzend – rauchten!»

Der fünfzehnjährige Heinrich Steinfels wurde nach der Zürcher Industrieschule zur Weiterbildung ins Welschland geschickt. Im Pfarrhaus von La Tour-de-Peilz bei Vevey kam er in die Obhut eines pädagogisch geschickten Geistlichen und Mentors, von dem sich der aufgeweckte Jüngling aus der Ostschweiz nach zwei lehrreichen Jahren nur ungern trennte, um nach dem Willen des Stiefvaters, aber entgegen der eigenen Neigung und Veranlagung im heimischen Gewerbe die Metzgerlehre zu absolvieren. Kaum volljährig, gründete Heinrich seinen eigenen Hausstand. Die Eile hatte wohl nicht zuletzt damit zu tun, dass er sich durch die Verehelichung mit Anna Magdalena Wehrli (1786 bis 1851), Tochter des Zürcher Obmanns der Müller, vom harten stiefväterlichen Regiment lösen und als selbständiger Metzgermeister arbeiten konnte.



Anna Magdalena und  
Johann Heinrich  
Steinfels-Wehrli.

«Zu jener Zeit waren die städtischen Metzgermeister, durch die Zunft vor Konkurrenz geschützt, gut situierte, angesehene Leute mit sicherem Einkommen, welche sich vorzugsweise mit dem Einkauf der Tiere befassen und das Handwerkliche des Berufs den Knechten überliessen», berichtet Luise Sarauw. «Auch Urgrossvater Steinfels fuhr oft in solchen Geschäften über Land und hatte anlässlich einer dieser Reisen ein Erlebnis, welches im stillen, den Augen der Umwelt verborgenen Bereich des Herzens für ihn von Bedeutung werden sollte.»

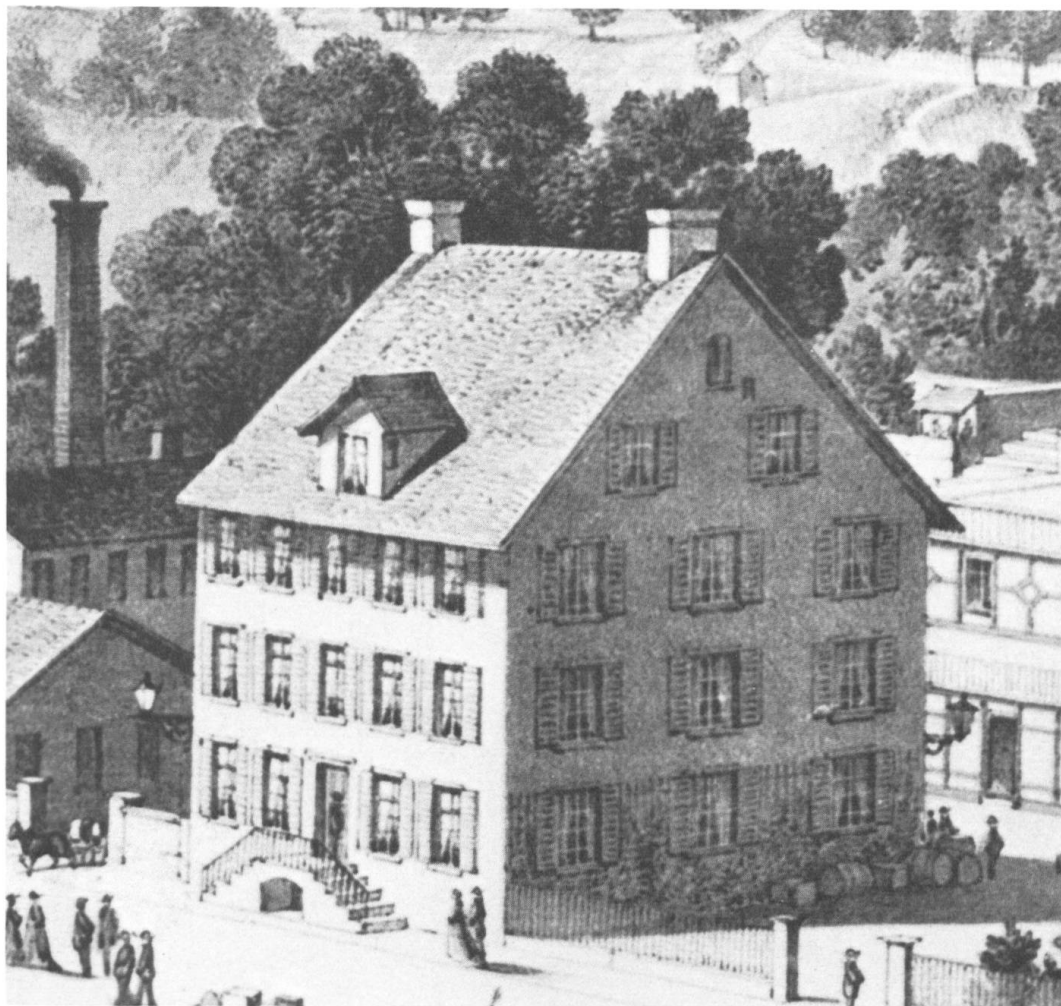
Was nun in der Erzählung folgt, ist die Geschichte einer verhinderten, als platonische Freundschaft aber dauerhaft und still blühenden Liebe – ein Stoff,

der jedem Romancier des 19. Jahrhunderts zur prächtigen Vorlage hätte reichen können: Auf einem Markt in Bremgarten begegnete Heinrich Steinfels-Wehrli anno 1813 die bildhübsche Bernharda Lang aus dem luzernischen Hohenrain, hoch zu Pferd zwei Ochsen dem Markt zutreibend. Der galante junge Metzgermeister, gefesselt von dem anmutigen Bild, anerbote sich, den Verkauf der Tiere zu tätigen, was zu beiderseitiger Zufriedenheit gelang und bei Tanz und Trunk sittsam gefeiert wurde. Nach dieser einmaligen Begegnung entschwand die ländliche Schöne aus den Augen des Zürchers – nicht für immer freilich, denn 28 Jahre später spielte der Zufall Schicksal und trug Heinrich Steinfels zu, die leichtfüssige Tänzerin von einst habe in der Tat, wie er inzwischen herausgefunden zu haben glaubte, der Welt entsagt und sei zur Klosterpriorin aufgestiegen.

Freudig bewegt, jedoch nicht mehr von jugendlichen Gefühlsstürmen getrieben, bemüht sich Metzgermeister Steinfels, mittlerweile ein würdiger Grossvater, in aller Dezenz ums Wiedersehen. Dazu kommt es, über konfessionelle Grenzen hinweg, in der Folge stets aufs neue im Sinne eines permanenten, ehrbaren, geistvollen Gedankenaustauschs und einer Kollegialität, die nach einem Zeugnis der Oberin Bernharda «im Herbst des Lebens ersetzt, was der Liebe im Frühling der Jugend zu geben unmöglich war». Auch als Heinrich Steinfels nach zunehmenden Krankheits- und Altersbeschwerden im Dezember 1855 für immer die Augen schloss, brach der Kontakt zwischen der tiefkatholischen Klosterfrau und dem protestantischen Haus Steinfels nicht ab. Dem Toten hielt sie die Treue, «indem sie ihr Interesse den Seinen zuwandte und seinen Sohn, meinen Grossvater, bat, ihr im Sinne des Verstorbenen die Freundschaft zu bewahren», schreibt Luise Sarauw-Steinfels. «Dies ist geschehen und hat sich auch auf die folgenden Generationen ausgedehnt.»

Es besteht kein Anlass, an dieser unglücklichen «love story» zu zweifeln. Hingegen überliefert Luise Sarauw in ihren postum gedruckten Memoiren einen anderen Sachverhalt ungenau: Ihr Grossvater, Heinrich Steinfels-Wehrli, war nicht, wie man der Lektüre zu entnehmen geneigt ist, der Besitzer der Liegenschaft «Zum untern Berg». Das Patrizierhaus am ländlich-idyllischen, ausserhalb des alten Stadtwalls gelegenen Hirschengraben – der Ende des 18. Jahrhunderts aufgefüllt wurde und dann ein Säkulum lang zweimal im Jahr Schauplatz des letzten Zürcher Jahrmarkts war – gehörte seit seiner Errichtung (vor 1762) zunächst dem Tuchscherer Johann Heinrich Rahn. Dessen Sohn Abraham Rahn veräusserte den «Untern Berg» 1776 wegen

Das  
Steinfels-Wohnhaus  
im «Untern Berg» im  
frühen  
19. Jahrhundert.



Erbschwierigkeiten. Käufer war das Ehepaar Schweizer-Hess, das später nach Paris zog und dort in den revolutionären Wirren sein Vermögen eingebüsst haben soll. Ihm folgte am Hirschengraben 82 – so die spätere Adresse des «Untern Bergs» – Major Schulthess-Oeri, dessen Wohngebäude zusammen mit Waschhaus und Holzschopf ins städtische Grundstückverzeichnis aufgenommen wurde und 1812 wie auch 1832 mit total 14 000 Gulden in Assekuranzauszügen der kantonalen Brandversicherungsanstalt vermerkt ist. Im Juni 1833 schliesslich wurde der Komplex, kurze Zeit später ergänzt durch ein gegen den Zürichberg ansteigendes, ansehnliches Stück Rebland, Eigentum von Rudolf Friedrich Steinfels, dem am 17. September 1808 geborenen Sohn von Johann Heinrich Steinfels-Wehrli.

### «Kerzen- und Seifen-Fabrik zum untern Berg»

Wieviel Friedrich Steinfels, der Stammvater des Zürcher Seifenfabrikanten-Geschlechts, für den Erwerb des «Untern Bergs» inklusive Umschwung zu berappen hatte, lässt sich nur durch Annäherung und Schätzung ermitteln. Der entsprechende Kaufbrief fehlt, hingegen ist manches, das sich um diesen Handel gruppiert, erhalten geblieben. So veranschlagen die Assekuranzauszüge den Wert des Wohnbaues 1834 mit 13 000 Gulden und jenen des dazugehörigen Holzschopfs mit 800 Gulden, während das ebenfalls in Steinfels-Eigentum übergegangene Waschhaus mit 200 Gulden ausgewiesen ist. Das sind exakt die gleichen Zahlen, mit denen der Komplex schon anno 1812 zu Buche stand. Man darf also annehmen, das unmittelbar nach der Handänderung im «Untern Berg» am baulichen Bestand wenig bis nichts verändert wurde: Verheiratet seit 1832 mit Anna Regula Tobler, der einzigen Tochter des begüterten Vogteischlossbesitzers von Flaach, dachte Friedrich wohl zunächst einmal daran, sich am Hirschengraben häuslich einzunisten.



Friedrich Steinfels-Tobler  
(1808–1872) zur Zeit der  
Firmenründung



Es gab ja so vieles anzupacken und zu arrondieren. Da waren einmal jene 20 440 Quadratfuss Rebland, die sich neben und hinter dem Haus «Zum untern Berg» hangwärts hinzogen und die am 7. Februar 1834 dem Kaufmann Johann Caspar Schännis als Umschwung und Landreserve für 2000 Gulden abgekauft wurden. Da war aber auch ein Nachbarschaftsstreit um Grund und Boden, der am 12. Februar des gleichen Jahres vor dem städtischen Friedensrichteramt ausgetragen und am 6. Juni 1835 durch die Zürcher Notariatskanzlei endgültig geschlichtet wurde – in der Weise, dass «dasjenige Stück Land, welches zwischen dem ehemals Schännisschen, nunmehr Steinfelsschen, Streifen einer- und dem Reutlingerschen Hause anderseits liegt, mit Ausnahme eines zwölf Fuss breiten Weges» unentgeltlich an Friedrich Steinfels-Tobler abzutreten war.

Wie sich der junge Steinfels zur Zeit des Umzugs in den «Untern Berg» beruflich betätigte, ist nicht vollends klar. Luise Sarauw glaubt sich zu erinnern, Friedrich habe «die von seinem Vater übernommene Talgsmelzerei und Kerzenfabrik» ausgebaut und als neuen Geschäftszweig die Seifenfabrikation angegliedert. Dieser Darstellung stehen Indizien gegenüber, die sich aus der Buchhaltung des Jahres 1834 ergeben. Sie zeigt, dass der Metzgersohn spätestens im Februar auf eigene Rechnung zu geschäften begann, bis Ende Dezember für 22 193 Gulden 99 374 Mutt (Pfund) Unschlitt (Talg) einkaufte, davon für 2969 Gulden Unschlitt – wohl in geschmolzener Form – wieder veräusserte, den beschafften Rohstoff indes zur Hauptache in der eigenen Kerzen- und Seifenfabrikation verarbeitete. Die Kerzenproduktion florierte übers ganze Jahr so stetig, dass man ihren Anfang mit einiger Wahrscheinlichkeit vors Jahr 1834 datieren kann. Bekannt ist allerdings, dass damals Jacob Huber vom Hard Kerzen im Tausch gegen Unschlitt an den Hirschengraben lieferte. Ob der Seifenhandel im «Untern Berg» auch in die «Prähistorie» gehört, ist dagegen weniger gewiss: Die erste erhaltene Bilanz weist lediglich substantielle Seifenkäufe zwischen Februar und April 1834 aus. Dann tritt eine vierteljährige Pause ein – offenbar zur Vorbereitung der Eigenherstellung, die vermutlich im August jenes Jahres begann und schon 1835 die Kerzenproduktion in Menge und Betrag überrundete, vorläufig allerdings nur eine Talgseife umfasste.

Obwohl sich die umgesetzten Quanten im zweiten zahlenmässig belegten Geschäftsjahr mehr als verdoppelten, wuchsen die Bäume des Jungfabrikanten vom «Untern Berg» noch keineswegs in den Himmel. Bei Unschlittkäufen im Gesamtwert von 22 193 Gulden und einem Totalumsatz von 19 874



Gulden blieb am Ende des «Premierenjahres» 1834 in der Steinfels-Kasse ein fühlbares Manko, das sich indes schon in den folgenden zwölf Monaten in einen bescheidenen Gewinn verwandelte – freilich nur, weil in dem Kleinstbetrieb die Position Löhne nicht in Erscheinung trat. Auch wenn man davon ausgehen kann, dass die wohlhabenden Toblers von Flaach ihrer einzigen Tochter einen gewichtigen Brautbatzen in die Ehe mitgaben und Friedrich Steinfels vom eigenen Vater mehr als nur kostenlose Ratschläge entgegennehmen durfte, liess sich der Wohnort und Werkplatz am Hirschengraben lediglich mit Fremdmitteln gediegen einrichten. «Der dahier verbürgerte Herr Friedrich Steinfels-Tobler», so wurde in einem Schuldbrief von 1833 festgehalten, «verschreibt sich gegen den ebenfalls dahier verbürgerten Herrn Melchior Römer um ein von ihm erhaltenes baares Darlehen von 10 000 Gulden», rückzahlbar innert sechs Jahren. Einen weiteren Kredit über 10 000 Gulden vereinbarte Steinfels am 6. Oktober 1834 mit einem gewissen Matthias von Orell. Und im Inventar vom 31. Mai 1835 findet sich in den Passiven überdies ein «Capital nebst laufendem Zins» in Höhe von 2020 Gulden als Schuld gegenüber «Obmann Müller in hier». Zusammen mit weiteren Bankgeldern in Höhe von fast 25 000 Gulden ergibt sich eine Darlehenssumme von gegen 47 000 Gulden.

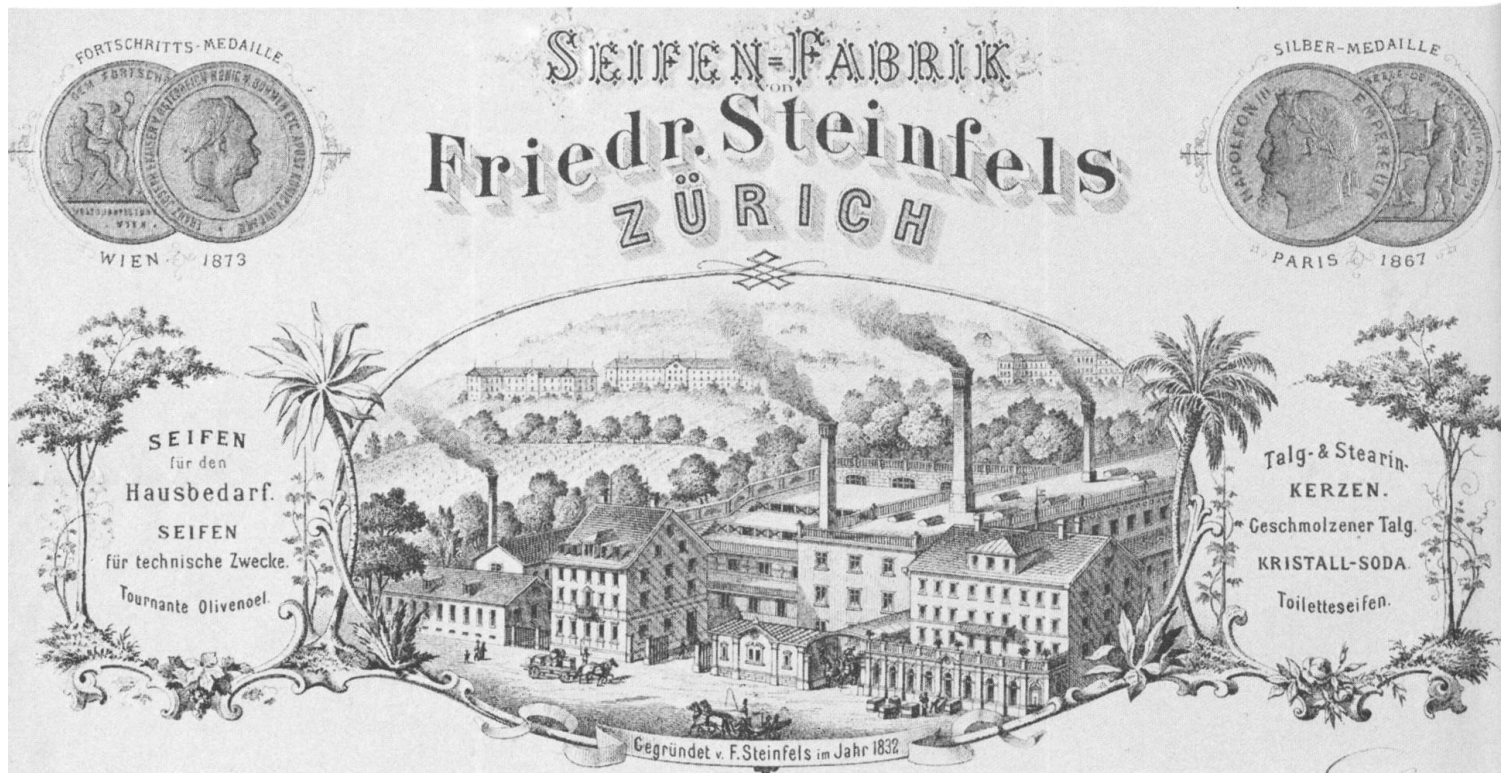
Zieht man verschiedene Quellen bei, tritt recht deutlich hervor, wie der junge Unternehmer mit eigenen und geliehenen Geldern verfuhr. Als Unterpfand nennt der Schuldbrief von 1833 lediglich das eben erst erworbene Haus «Zum untern Berg» sowie «die dazu gehörigen Nebengebäude nebst Hof und Garten». Die Eigenbürgschaft in der Schuldverschreibung des folgenden Jahrs hört sich schon imposanter an: Da figurieren ausser dem Wohnhaus «Nebengebäude, enthaltend eine Kerzenfabrik und Magazin» – Bauten, die «der Kantonal-Brandversicherungsanstalt um die Summe von 14 000 Gulden einverleibt» sind. Weiter wird vermerkt, «dass an der Stelle der Kerzenfabrik und des Magazins früher Waschhaus und Holzschopf standen» und «dass ferner in der Zwischenzeit laut Angabe des Debtors auch am Hause bedeutende Bauten gemacht worden seyn sollen, namentlich die Renovation des ganzen Hauses und die Einrichtung eines neuen Wohnbodens». Als Sicherheiten sind schliesslich auch der ansehnliche Umschwung und «das neue, auf dem ehemals Schännischen und Reutlingerschen Lande stehende Seifensiedereigebäude» aufgeführt. Gemäss dem Inventar von 1835 verfügten Kerzen- und Seifenfabrik über «vier Unschlittkessel und einen Seifenkessel, Kühlbütt und Äscher», die zusammen mit Gebäudekomplex

und Garten, Stall, Remise und Heuboden fast 40 000 Gulden Buchwert darstellen. Die Brandassekuranz registriert im gleichen Jahr die Seifenfabrik allein mit 4500, die im umgebauten Waschhaus etablierte Kerzenmanufaktur mit 1500 Gulden.

*1832 oder 1834?*

Manches Detail aus der ersten Stunde der Steinfels-Seifenfabrikation ist also fassbar. Im Ungefähren jedoch bleibt der Zeitpunkt der eigentlichen Firmengründung. Er geistert darum als Irrlicht durch einen Annalendisput, der ebenso endlos zu werden verspricht, wie er im Grunde müssig ist. Gewiss, Seife gekocht wurde im «Untern Berg» erstmals im Spätsommer des Jahres 1834. Monate vorher hatte Friedrich Steinfels freilich bereits mit Seife gehandelt und noch früher das Kerzenmacherhandwerk – bekanntlich der fabrikatorische «Zwilling» der Seifensiederei – betrieben. Am Anfang aber stand höchstwahrscheinlich der Kauf und Verkauf sowie das Schmelzen von Unschlitt, ein Tätigkeitsfeld demnach, in dem sich der junge Zürcher sein gewerblich-unternehmerisches Rüstzeug holte. Doch wann war das?

Auf diese Frage gaben die verschiedenen Steinfels-Generationen alternierend zwei Antworten. Ein Briefkopf aus dem Jahr 1884, im lithographischen Stil der Zeit mit Ausstellungsmedaillen und Fabrikansicht zum fülligen Tableau erweitert, trägt den Vermerk: «Gegründet von F. Steinfels im Jahr 1832». Nur ein paar Jahre danach verweist ein ähnlich gestalteter Korrespondenzbogen aufs Gründungsdatum 1834. Und wiederum etwas später, aber wohl noch vor der Jahrhundertwende, kehrt die Briefvignette zur Zeile «Gegründet 1832» zurück. Das gleiche Spiel wiederholt sich in Firmensignetten aus der Zeit vor und während des Ersten Weltkriegs. In der Folge legte man sich immer mehr auf 1832 fest und rüstete nach einem Jahrhundert Steinfels-Seifen zum Festakt – weiterhin freilich im Gefühl leiser Verunsicherung, findet sich in der munteren Jubiläumsschrift von 1932 doch dieser Satz: «Mit vollem Recht hätten wir das Jahr 1930 als wiederkehrendes hundertstes Gründungsjahr betrachten können, weil aber die ersten zwei Jahre in der Hauptsache mit Versuchen und mannigfaltigem 'Pröbeln' ausgefüllt wurden, der ordnungsgemässe kaufmännische Betrieb aber erst um 1832 richtig einsetzte, so wurde von jeher auch erst dieses Datum als Gründungsjahr betrachtet und angeführt.» An dieser Konvention hielt man auch 1957 fest, als man im Hause Steinfels noch einmal feierlich ein Vierteljahr-



hundert aufs Firmenzentennarium setzte. Und das Jubeljahr 1982 ordnete sich der gleichen, halbwegs der Mutmasslichkeit, halbwegs der Gewohnheit folgenden Periodisierung unter.

Reizvoller als der «Glaubenskrieg» ums Steinfels-Gründerjahr ist die Tatsache, dass bei der Frühdatierung nicht nur die etwas nebulöse Quellen- auskunft, sondern auch eine gehörige Dosis gewerblichen Konkurrenzzeifers zwischen dem Winterthurer Familienunternehmen Sträuli und der in der gleichen Branche tätigen Zürcher «Seifendynastie» mitwirkte. Die Gedenkschrift «Sträuli & Co. Winterthur 1831–1931» berichtet in vergnüglicher Parallele von alten Briefköpfen und Fakturen, die sich stolz mit dem Gründerjahr 1830 drapierten; doch «Firmenvater» Johannes Sträuli, der von einem Stiefbruder in die Geheimnisse der Kerzenmacherei und Seifensiederei eingeführt worden war, übersiedelte in Tat und Wahrheit erst 1931 von Horgen an die Eulach, um dort im Keller einer Mietwohnung drei Jahre lang Kerzen zu ziehen und dann, nach dem Bezug geeigneter Räumlichkeiten ausserhalb der Stadt, schliesslich auch mit der Seifenherstellung zu beginnen. Steinfels und Sträuli, beide ähnlich strukturiert und lange Zeit führend auf

1832 oder 1834:  
Firmenbelege  
nannten einmal das  
eine, einmal das  
andere Gründerjahr.



ihrem Gebiet im Kanton, nahmen ihre Seifenproduktion offensichtlich fast gleichzeitig auf. Aber es bedurfte hier wie dort erst einer gewissen Selbstsicherheit und kollegialen Verbundenheit über allen Niederungen des wirtschaftlichen Wettbewerbs, bis man sich dies auch gegenseitig neidlos eingestand. Vorher war – das tönt mündliche Überlieferung aus dem Haus Steinfels zumindest an – die Rivalität um das «Erstgeburtsrecht» ein stimulierendes Element im täglichen Existenzkampf zweier Kleinbetriebe von regionaler Reichweite.

### *Die Industrialisierung beginnt*

Mit ihrer unternehmerischen Initiative passen Friedrich Steinfels und Johannes Sträuli ins Bild einer Ära liberal-industriellen Aufbruchs, der nach der Preisgabe des anrühlich gewordenen Söldnergeschäfts, nach der frühen Blüte städtischer Textilmanufakturen mit ihren bäuerlichen Heimarbeitszweigen und nach den verelendenden Zäsuren der Revolutionszeit die Grundlagen für eine sozial aufgeschlossene, trotz Rohstoffarmut technisch-

wirtschaftlich führende Schweiz schuf. Beide gehören sehr wohl zu jenen Industripionieren, «die findig und hartnäckig, fleissig und risikofreudig jede Möglichkeit aufspürten und nutzten, den Veränderungen in der Welt sich anzupassen verstanden und, hart im Nehmen, die zahllosen Schwierigkeiten und Krisen überwandten» (Lorenz Stucki). Zu einer Zeit, da die ausgesprochen föderalistische Eidgenossenschaft noch ein industrielles «Entwicklungsland» war und beim Kopieren ausländischer Erfindungen und Patente keinerlei Skrupel empfand, waren die Pioniere nicht ausnahmslos geniale Tüftler. Die gab es gewiss auch. Doch in grösserer Zahl standen der Erfolgsgeschichte der schweizerischen Wirtschaft im 19./20. Jahrhundert all die kleineren und grösseren «Kapitalisten» Pate, die mit protestantischem Arbeitseifer, Mut, persönlicher Einsatzbereitschaft und patriarchalischem Pflichtbewusstsein, oft auch mit einer bis zum Geiz gehenden Sparsamkeit und einem gegenüber Tieflohnen, 16-Stunden-Tagen und Kinderarbeit weitgehend unempfindlichen Tüchtigkeitsinstinkt ans Werk gingen.

Mag sie auch im familiären Kleinstbetrieb am Hirschengraben mit seiner auf wenige Köpfe beschränkten Anzahl Arbeiter keine Rolle gespielt haben: von der asozialen Kehrseite der glänzenden Medaille sollte in dieser Schrift auch kurz die Rede sein. Etwa davon, dass die überaus lange Verordnung des Zürcher Regierungsrats von 1815, gemäss der Kinder unter neun Jahren in Fabriken nichts verloren hatten und Zehn- bis Sechzehnjährige «nur» 13 Stunden tagsüber arbeiten durften, in der Praxis noch und noch missachtet wurde. Das war nicht die alleinige Schuld abgrundböser Fabrikanten: Der durchaus von liberaler Seite getragenen Idee des Volksschulobligatoriums, die den schlimmsten Auswüchsen der Kinderausbeutung zu wehren versuchte, waren auf der zürcherischen Landschaft gerade jene kleinbäuerlich-konservativen Kreise abhold, die Heranwachsende von jeher auf dem Feld, im Stall, in der Heimarbeiterstube zu beschäftigen pflegten – und die aus Angst vor der neuen mechanischen Herausforderung auch Maschinen stürmten (Brand von Uster 1832), um gleichwohl bald aufs Rad des Fortschritts geflochten zu werden.

Hungersnöte und Missernten blieben nach den drückenden Jahren 1816/17 aus, weil die schlimme Erfahrung die Abkehr von der althergebrachten Dreifelderwirtschaft beschleunigte. Die vom liberalen Regiment geförderte Tilgung der bäuerlichen Grundlasten tat das ihre. Soziale Not blieb freilich während der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts eine allgegenwärtige Begleiterscheinung. Lorenz Stucki beziffert in seinem Buch «Das



heimliche Imperium» den Monatslohn eines Handlangers in der Stadt zur Biedermeierzeit mit 24 alten Franken, denen er folgende Preise gegenüberstellt: 10 Rappen für einen Liter Milch, 35 Rappen für ein Kilo Brot, 60 Rappen für ein Kilo Rindfleisch, 5 Franken für ein Paar Schuhe und 3 Franken monatlich für ein gemietetes Zimmer. Modernen Vergleichen entziehen sich diese Zahlen allerdings. Mancher Arbeiter hielt sich damals ein paar Tiere, die Grossfamilie stellte den (lastenausgleichenden) Normalfall dar, das primitive Wohnen war in aller Regel mietfrei.

Im Fall Steinfels – aber nicht nur dort – kommt hinzu, dass die Arbeiter im gewerblichen Betrieb am Mittagstisch des Meisters freigehalten wurden und dass ihr tägliches Mass Wein ebenfalls «Lohnbestandteil» war. Dennoch, der Fabrikalltag lastete schwer: Mit der Beschränkung auf den 15-Stunden-Arbeitstag (1856), der Abschaffung der Sonntagsarbeit (1858) und der Verfügung, Kinder erst ab zwölftem Altersjahr in den Fabriken zu beschäftigen (1864), leistete der Textilkanton Glarus – späte – Pionierarbeit. Der Kanton Zürich gab sich 1859 ein Fabrikgesetz, das die Arbeitszeit auf 13 Stunden täglich limitierte und amtliche Fabrikinspektoren mit der Kontrolle der Vorschriften beauftragte. Auf eidgenössischer Ebene wurde erst 1877 mit knappem Mehr das erste Fabrikgesetz angenommen.

Wo Licht ist, ist auch Schatten. In der Frühgeschichte der schweizerischen Industrie erweist sich die Umkehr dieses Satzes als ebenfalls zutreffend. Das Dickicht inländischer Zölle, der Wirrwarr an Massen und Gewichten, das komplizierte Nebeneinander zahlreicher Währungen: der ganze Wust von Handelshemmnissen, der mit der Wiederkehr des konservativen Partikularismus fröhliche Urständ feierte, vermochte der Dynamik und dem Einfallsreichtum der jungen Unternehmer auf die Dauer keinen ernsthaften Widerstand mehr zu leisten. Der Bann war gebrochen, besonders nach 1830, als die Wogen der Pariser Juli-Revolution in die Schweiz brandeten, in einer ganzen Anzahl von Kantonen die autoritätsschwach gewordenen aristokratischen Ordnungen fortspülten und dem Liberalismus politisch zum Durchbruch verhelfen. Der Bundesstaat von 1848 wirkte sich mit seiner Vereinheitlichung von Massen, Gewichten und Münzen, aber auch mit dem endgültigen Wegfall der Binnenzölle erst recht wirtschaftlich segensreich aus.

Stimuliert wurden Handel und Wandel durch eine rege Strassenbautätigkeit in der ersten Jahrhunderthälfte. Beschaulich blieb das Ein- und Ausführen von Waren dennoch allemal. Über alpine Saumpfade gelangte beispielsweise die Baumwolle zu den Textilfabriken der Ostschweiz. Auf dem Was-



serweg erreichte nahezu die Hälfte aller Importartikel Basel, das 1833 durch den Rhône-Rhein-Kanal mit Lyon verbunden wurde. Lyon selbst und Mannheim waren als Stapelplätze der Flussschifffahrt für die aufstrebenden schweizerischen Seifenmanufakturen ebenfalls wichtige Bezugsorte: Dort holten sie sich per Fuhrwerk ihre Soda sowie die feinen fremdländischen Öle, die sie bald einmal befähigten, neben den unscheinbaren Produkten aus einheimischen Rohmaterialien ein bescheidenes Sortiment «à la Marseille» anzubieten. Mit Pferd und Wagen wurde auch die Fertigware der Kundschaft zugestellt – wegen der lange Zeit lokalen Geschäftsbasis sogar dann noch, als die Schiene mit Strasse und Wasserweg zu wetteifern begann. Unser Land wurde später als die Nachbarstaaten, indes heftig vom Eisenbahnfieber gepackt: Hatte Basel bereits 1844 Anschluss an die Linie nach Strassburg erhalten, rollte der erste inländische Zug 1847 zwischen Zürich und Baden. 1856 bestand zwischen Zürich und Romanshorn, 1858 zwischen Zürich und Basel, 1859 zwischen Zürich und Chur eine durchgehende Bahnverbindung. 1865 waren bereits 1300 Schienenkilometer verlegt.



Der  
Nord-Süd-Verkehr  
im frühen  
19. Jahrhundert  
– unser Bild zeigt  
Säumer am Splügen –  
war eine  
beschwerliche  
Angelegenheit  
(Zentralbibliothek  
Zürich).

Mit Dampf wurde nicht nur die Eisenbahn betrieben: Dampf als Kraftquelle und Beschleuniger des Siedeprozesses hielt auch Einzug in den Seifenkochereien, wo um die Jahrhundertmitte manch kleiner Fortschritt – bessere Raffination, neue Bleichverfahren, maschinelles Zerkleinern der Seifenblöcke – die Produktqualität hob. In gleicher Richtung wirkte natürlich der wachsende Anteil tropischer Pflanzenöle (Kokosöl, Palmkernöl), der angesichts des rasant gesteigerten Soda-Angebots und des stetig vergrößerten Seifenabsatzes den Mangel an einheimischen Fetten und Talgen auszugleichen hatte. Wann sich Friedrich Steinfels auf dem internationalen Marktplatz umzusehen begann, ist nicht exakt zu bestimmen. Mit Sicherheit geschah dies vor 1850, da die zu jenem Zeitpunkt geführte Korrespondenz schon mit grosser Selbstverständlichkeit über Aktivitäten jenseits der Landesgrenze berichtet.

#### *Friedrich I., «Napoleon» am Siedekessel*

Über die Steinfels-Jahre zwischen 1835 und 1850 liegen nicht allzu viele Kenntnisse vor. Auskunft über die schwierige Startphase im «Untern Berg» geben ein paar Erinnerungsfragmente, einige Rechnungen, etliche Bauhinweise – Mosaiksteine, zwischen denen sich ein wenig Phantasie einnisten darf. Den stetig steigenden Gebäudeschätzwerten wie auch den etappenweisen Anbauten und Raumerweiterungen entnimmt man ein allmähliches Prosperieren und Wachsen des ursprünglichen Kleinstbetriebs. Zum Wohnhaus und zum Holzschopf sowie zur 1834/35 erstellten Seifen- und Kerzenfabrik gesellte sich 1841 ein Kerzenkeller, der später zum Schopfgebäude erweitert, aber 1858 wieder abgetragen wurde, um einer neuen, der alten Werkstätte angegliederten Seifenfabrik Platz zu machen. Ein umfangreiches Projekt datiert aus dem Jahr 1843: Damals wurde ein Komplex aus Schopf, Magazin und Dampfschmelzerei errichtet, hinzu kamen ein weiterer Holzschopf (ab 1854 Kerzenfabrik) und Verbindungsbauten, welche die alte Kerzen- und Seifenfabrik mit dem neuen Kerzenkeller verschmolzen. Das ganze Areal – Wohnhaus und ein paar spätere Ergänzungen eingeschlossen – figuriert in einer Hofbeschreibung aus dem Jahr 1866 mit einem Versicherungswert von 166 200 Franken.

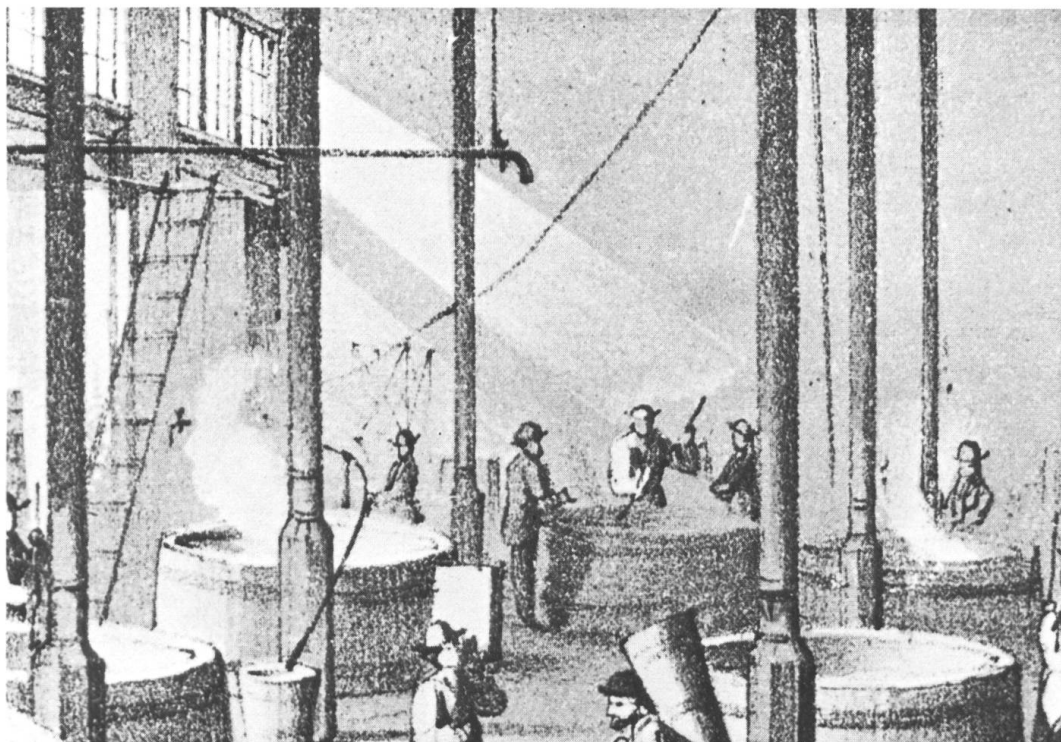
In wesentlich bescheideneren Grössenordnungen bewegten sich die Fakturen jener Zeit, deren schön geschwungene Handschriften ein inniges Ver-

hältnis zur buchhalterischen Akkurateesse, zur hergestellten Ware und zum Kunden verraten. Genau Fr. 244.36 verlangte die «Kerzen- und Seifenfabrik zum untern Berg in Zürich» gemäss erhaltengebliebener Rechnung vom 22. Juni 1844 für drei Kisten Kerzen von den «Gebrüdern Brunner in Solothurn». Eine inhaltlich nicht näher umschriebene Kiste Seife erreichte am 16. März 1846 für Fr. 41.16 den Kunden. Und am 26. April 1859 verrechnete die «Kerzen- und Seifenfabrik von Friedrich Steinfels zum untern Berg in Zürich» eine Kiste Harz- und Kernseife zu Fr. 56.60 – das Einzelstück Kernseife zweiter Wahl zu 38 Rappen.

Das sind nach heutiger Rechnung bescheidene Beträge, damals sahen die Verhältnisse freilich ganz anders aus. Und doch war so ein Stück Seife seinen Preis wert, denn vor der allgemeinen Einführung der Dampfheizung im späteren 19. Jahrhundert gestaltete sich die handwerkliche Herstellung in Siedekesseln über offenem Feuer längwierig und beschwerlich. Plötzliche Verseifungsreaktionen – besonders bei der Verwendung von Kokos- und Palmkernöl gefürchtet – erforderten die volle Aufmerksamkeit des Siedemeisters, der den bei der Saponifikation entstehenden dünnflüssigen Leim durch Zungenprobe auf leicht alkalischen Zustand hin zu überprüfen hatte. Dieser Leim war sodann mittels Kochsalz in schwimmenden Kern und Unterlauge zu trennen; das in der Unterlauge angesammelte Glyzerin galt es auszuschcheiden. Die heikelste Aufgabe erfüllte der Siedemeister beim «Schleifen» der Seife: Innerhalb von drei Tagen sollte sich aus der gewonnenen Seifenmenge ein etwa zehnprozentiger Niederschlag (Verunreinigungen, elektrolytische Überschüsse) lösen – ein Vorgang, der durch Beurteilung der Seife auf Spateln kontrolliert wurde. Das drei bis sechs Tage dauernde Erkalten und Trocknen der Seifenmasse war anschliessend im wahrsten Sinne des Wortes nur noch eine Formsache.

Wenden wir uns für eine Weile vom Kontor und von den Siedekesseln am Hirschengraben ab und der Person des Firmengründers zu. «Friedrich der Erste» war ein Mann, dem standesgemässe Geselligkeit im zünftischen Zürich einiges bedeutete. Und doch gehörte er nicht zu jenen Menschen, die das Leben leicht nahmen. Der berufliche Einsatz, am Anfang ein Kampf ums Bestehen und ökonomische Überleben, liess erst nach, als in den fünfziger und sechziger Jahren das Herz der starken Anspannung nicht mehr gewachsen war und Schonung verlangte. Kuraufenthalte im Brestenberg am Hallwilersee gehörten im höheren Lebensalter zu den regelmässigen Zäsuren. Aber auch als sein Sohn, Friedrich Steinfels-Cramer, 1860 den grösseren Teil

Seifensieden im  
«Untern Berg» um  
die Mitte des vorigen  
Jahrhunderts.



der geschäftlichen Verantwortung übernahm, blieb der Senior ein strenger Ratgeber, nüchterner Kalkulator, sorgenvoller Mahner und enttäuschter Skeptiker, dessen reiche, manchmal schmerzliche Erfahrung sich mitunter recht schroff mitzuteilen wusste. «Grosspapa war eine originelle, wenn auch für die Seinen nicht immer bequeme Persönlichkeit», resümiert Luise Sarauw. «Für seine etwas diktatorische Veranlagung war es charakteristisch, dass er ein grosser Bewunderer von Napoleon I. war.»

Was sich an autokratischer Strenge der nachfolgenden Generation – jedoch nicht den liebevoll verwöhnten Enkeln – mitteilte, erweist sich bei näherem Hinsehen als herbe Frucht einer harten, mit Schicksalsschlägen keineswegs kargenden Lebensschule. Der Tod von Gattin Anna Regula nach nur 13 Ehejahren beraubte drei minderjährige Kinder ihrer Mutter und zwang Friedrich Steinfels, den Haushalt einer ebenfalls verwitweten Verwandten anzuvertrauen. Aus der familiären Vereinsamung flüchtete der

Hausherr im «Untern Berg» mit aller Intensität in den Beruf. Geschäftliche Reisen führten ihn nach Deutschland, Frankreich, England, Ungarn und Serbien – Touren, an die noch nach Jahren «ein Anflug ausländischer Eleganz sowie sein wohllassortierter Weinkeller erinnerten» (Luise Sarauw).

Die Sarauw-Erinnerungsschrift bringt noch manchen menschlichen Zug in die Biographie des Firmen-Stammvaters: «Mit Pferden war Grosspapa von klein auf vertraut; doch erlitt er in seinen Knabenjahren einen Reitunfall, der ihm fast zum Verhängnis geworden wäre. Als er vom 'Grenzstein' aus, einem Rebgut in Höngg, das den Familien Steinfels und Wehrli gemeinsam gehörte, einmal einen Ausritt unternahm, wurde er abgeworfen und ein Stück weit am Steigbügel nachgeschleift. Dabei wurde die Kopfhaut so stark verletzt, dass er von da an ein Toupet tragen musste. So sahen wir Kinder jeden Morgen den Coiffeur Lisch vom Münsterhof erscheinen, um den 'Herrn Major' zu coiffieren und zu rasieren und ihm dabei mit den neuesten Ereignissen aufzuwarten.» Es fügt sich diese Charakterskizze an: «Erholung bot Grosspapa die Jagd, der er in Begleitung seines treuen Jägerknechts Kaspar eifrig im eigenen Revier nachging, solange es seine Gesundheit erlaubte. Ich kann mich erinnern, wie damals Rehe, Hasen und Hühner korbweise heimgebracht und auf den Sandsteinfliesen des Küchenbodens in Reih und Glied gelegt wurden. Diese Jagdbeute gab Grosspapa den erwünschten Anlass, Verwandte und Freunde zum Sonntagessen mit selbstgeschossenem Wildbret einzuladen.» Weitere Geselligkeit pflegte Friedrich Steinfels «in einem Freundeskreis, der sich, wohl in Erinnerung an die Russenzeit, die 'Cosaken' nannte. Regelmässig traf man sich im Hotel 'Schweizerhof', und jeden Donnerstag stand die Kutsche vor dem Haus bereit, um Grosspapa dorthin zu bringen.» Das Sechseläuten bildete für den Widder-Zünfter und seine Angehörigen ebenfalls einen Kristallisationspunkt der Kollegialität und Zerstreuung.

All dies war für Friedrich Steinfels Balsam gegen den betrieblichen Verdross, der sich um die Jahrhundertmitte einstellte. «Das Jahr 1850», hielt der Firmengründer in einem Tätigkeitsbericht fest, «war das Erste in meinem Geschäftsleben, wo ich nicht selber leiten und beaufsichtigen konnte, wo ich mich von einem Associé und Angestellten abhängig machte; ich werde dieses Jahr, welches mich in vielen Beziehungen alt gemacht hat, nie vergessen und möchte meinem Nachfolger meine in diesem Jahr gemachten Erfahrungen vorlegen mit der Warnung: Traue Niemandem und verlass dich einzig auf deine eigene Tätigkeit . . .»



### *Das Lehrgeld Mülhausen*

Was bewog unsern Seifensieder und Kerzenzieher zu dieser bitteren Maxime? Der Umstand, dass der Kauf und der verseifte Import französischer Fette (Unschlitt, Knochenfett, Olein) billiger war als die Produktion in der Schweiz, hatte Steinfels 1849 zum Kauf einer Seifenfabrik im elsässischen Mülhausen veranlasst. Bei einem Umsatz von 3500 Zentnern Fett rechnete er sich einen Vorteil von 35 000 Franken aus, der durch Frachtersparnis bei Lieferungen in die westliche Schweiz zu einem jährlichen Gesamtprofit von 40 000 Franken anwachsen sollte. «Ich hätte somit sehr gute Rechnung machen sollen, und der Anfang im Jahr 1849, wo ich das Mülhausergeschäft nur von meinen Arbeitern betreiben liess, war auch wirklich erfreulich», rechtfertigt Friedrich der Mutige den Schritt über die Grenze. «Durfte ich nicht hoffen, das es noch besser gehen müsse, wenn ich meinen langjährigen Mitarbeiter, Associé und Schwager Kindlimann auf dessen dringenden Wunsch nach Mülhausen gehen lasse, um das dortige Geschäft zu dirigieren? Ich glaubte unbedingt Ja und habe mich hierin furchtbar getäuscht!»

Lockendes Vorbild:  
Produkte der Pariser  
Seifen- und  
Kosmetikmanufaktur  
von 1860.





Besagter Kindlimann, verheiratet mit einer Schwester des Zürcher Seifenfabrikanten, ermunterte Steinfels zum Kauf eines elsässischen Gewerbebetriebes anstelle des gemieteten Lokals – allein, der Herr Schwager, «hauptsächlich nur an persönlichen Genuss, an einen schönen Landsitz denkend, unternahm im Winter noch ganz unsinnige Bauten, weniger für die Fabrikation als vielmehr für den Garten». Das Ende vom Lied: der Mülhauser Geschäftsführer aus der Verwandtschaft fabrizierte mit schlechten Produkten an der Kundschaft vorbei, erwies sich als buchhalterisch unfähig und musste als ein konfuses, krankes Häuflein Elend nach Zürich zurückgeholt werden, wo sich Friedrich Steinfels mittlerweile mit dem «mehrjährigen Mitarbeiter Tobler als Associé» zusammengetan hatte. In der Hoffnung, dem Stammhaus mit den leitenden Herren Tobler und Mösch – einem früheren Konkurrenten – eine solide personelle Basis gegeben zu haben, begab sich Steinfels zur Sanierung der Filiale selber nach Mülhausen – um indes nach der Rückkehr zu erleben, dass auch am «Untern Berg» alles drunter und drüber ging, weil der «eitle Mösch» und die Arbeiter sich nicht vertrugen. Kaum war am Hirschengraben der Friede wieder hergestellt, häuften sich erneut die bösen Nachrichten aus dem Elsass: Der geschäftsuntüchtige Kindlimann, nach einer Erholungspause wieder als Prinzipal ins Mülhauser Unternehmen zurückgekehrt, liess sich angeblich vom «trägen Commis» Engelhard auf der Nase herumtanzen.

Doch nicht genug damit: Will man dem von Friedrich Steinfels verfassten – zweifellos etwas gefühlsgeladenen – Jahresrückblick Glauben schenken, so leisteten sich die Herren Tobler und Mösch auch allerlei Intrigen. Auf den betagten Vater des Firmenchefs einwirkend, versuchten sie aus der Notlage finanziellen Gewinn zu ziehen und gleichzeitig offenbar den Absprung aus dem kriselnden Betrieb vorzubereiten. «Meine Konkurrenten frohlockten und hielten Versammlungen und besprachen die Mittel zu meinem Untergang», erinnert sich Friedrich Steinfels und fügt düster hinzu: «Meine Angestellten wurden theilweise mit ins Complot gezogen.»

Steinfels griff energisch durch. Mitgesellschafter Tobler musste gehen, kaum hatte der Herr im «Untern Berg» die Buchhaltung wieder im reinen und neue Mitarbeiter in Aussicht. Mösch – «der hochmüthige Deutschmichel, der mir, solange ich krank war, so empörende Bedingungen stellte» – hatte allen Anbietungen zum Trotz ebenfalls «den Fleck zu räumen». In Mülhausen glätteten sich mit Hilfe eines neuen Angestellten die Wogen. Dennoch stellte sich der erwartete Reingewinn nicht ein, war am 31. De-

zember 1850 ein Rückschlag von 6233 französischen Franken festzustellen. «Warum fortwährend in Mülhausen nur Rückschläge?», fragt sich unser Fabrikant und Chronist. «Dieser Rückschlag ist mir bis zur Stunde von meinem Schwager noch nicht im mindesten verantwortet worden und hat bey mir viel Nachdenken und sogar Verdacht erregt, an den ich früher niemals dachte.»

Der Verdacht der Übervorteilung, ja eigentlich des Betrugs verdichtete sich für Friedrich Steinfels zur Gewissheit, als er zwei weitere, missliche Jahresrechnungen des elsässischen Betriebs der persönlichen Nachkontrolle unterzog und dabei erhebliche Unregelmässigkeiten an den Tag brachte: Wenn auch in Mülhausen kaum profitabel gewirtschaftet wurde, so liess sich doch bei genauer Prüfung der jährliche Verlust von rund 10 000 Franzosenfranken in einen minimalen Gewinn verwandeln. Begreiflich, dass dem Zürcher Geschäftsmann die Lust verging, sich mit seinem guten Namen für Kindlimanns Lotterwirtschaft zu verbürgen. Am 26. August 1852 gab er dem Unabhängigkeitsstreben des dubiosen Schwagers nach und unterschrieb einen Ausscheidungsvertrag, gemäss dem das französische Etablissement vom «Untern Berg» abgetrennt wurde. Kindlimann wurde sein eigener Herr und Meister, musste freilich eine Schuld von fast 70 000 Francs anerkennen und zur Hauptsache als verzinsliches Darlehen aus dem Hause Steinfels betrachten. Darüber hinaus hatte er sich zu verpflichten, «seine Immobilien weder zu verkaufen noch zu verpfänden» und «sich in keine Association einzulassen», bis die Schuld getilgt wäre. In seiner Nachbetrachtung zum Jahr 1852 kommentiert Friedrich Steinfels die geschäftliche Amputation mit spürbarer Erleichterung und mit dem Nachsatz: «Möge Gott mir seinen Beystand leisten bey meinen fernern Unternehmungen und mich gnädig bewahren, in Zukunft je wieder in eine Association einzutreten!»

Allein, ganz liess ihn das «Kindlimann-Trauma» noch nicht los. 1853 versuchte der Herr Schwager, die Mobiliensätze im Ausscheidungsabkommen anzufechten – nach Meinung von Steinfels aus purer Boshaftigkeit und buchhalterischem Unwissen: «Er urtheilt nur in den Tag hinein ohne Untersuchung, nur um mir Verdruss zu machen und des mir schuldigen Dankes überhaben zu seyn. Das Eine wie das Andere macht ihm wenig Ehre.» In den «Betrachtungen über die Jahresrechnung von 1853» gibt sich der Seifen- und Kerzenfabrikant vom Hirschengraben allerdings nicht völlig unzufrieden: Tiefpreise und hohe Skontierung von Barzahlungen versetzten ihn in die Lage, der gefrässigen Konkurrenz nach zwei, drei Krisenjahren zu enteilen und gleichwohl gewinnbringend zu arbeiten. Mehrfacher Gewinn wäre frei-

lich denkbar gewesen, «wenn ich noch der Gleiche wäre, der ich noch vor sieben bis acht Jahren war». Resignierend fügt unser Betrachter bei, er habe «die Rücksicht für glänzende Geschäfte» seiner Gemütsruhe und Gesundheit unterordnen müssen. Hätte man nicht in grossem Stil kaufen sollen, bevor das Palmöl aus Holland sich rasant verteuerte? Wäre die massive Preissteigerung beim französischen und belgischen Unschlitt nicht Grund genug gewesen, sich frühzeitig im Inland umzusehen? Wie erfreulich hätte sich die Sache gestaltet, wäre der schon 1852 herangereifte Plan, mit jungen, initiativen Mitarbeitern in verschiedenen Landesteilen kleine Talgschmelzereien einzurichten, nicht von dem vermaledeiten Kindlimann hintertrieben worden? – Fragen über Fragen, denen Friedrich Steinfels einmal mehr die hypochondrische Sentenz hinterherschickt, «mich keinem Mensch mehr unbedingt anzuvertrauen».

In den Nachbetrachtungen und Notizen der späten fünfziger Jahre überwiegt weiterhin der kritisch-selbstkritische Tonfall. 1856 etwa, als Steinfels längere Zeit krank und abwesend war, sollen die Siedemeister bedeutende Schäden an der Seifenfabrik angerichtet haben – «theils aus Unkenntnis, theils als Nachlässigkeit; es wurde viel Lauge und Holz verschleudert». Von missratenen Oliven- und Oleinseifen wird berichtet, von schelmischen Zwischenhändlern und andern Halsabschneidern, vom riskanten Geschäft, beim richtigen Lieferanten am richtigen Ort zur richtigen Zeit sich mit Fetten und Ölen einzudecken. Zur Illustration sind Palmöl-Zentnerpreise angeführt, die innerhalb dreier Monate zwischen Fr. 46.73 und Fr. 69.81 schwankten.

Apropos Zahlen: Die Kalkulationen von 1855 sind erhalten geblieben und verdienen es, als kleine historische Standortbestimmung erwähnt zu werden. Es wurden in jenem Jahr rund 1041 Zentner Fett zu Kerzen und zirka 4547 Zentner Fett zu Seife verarbeitet. Steinfels löste im Verkauf gut 470 000 Franken. Davon gingen etwa 8250 Franken für Arbeitslöhne und 3100 Franken für Brennmaterial ab. Allgemeine Unkosten schlugen gerundet mit 39 000 Franken zu Buch, während zur Verseifung Laugen (Salz, Soda, Kalk) für beinahe 31 000 Franken und zum Bleichen von Palmöl «Bichrôme und Säure» für über 5100 Franken nötig waren. Leider fehlen Hinweise auf Rohstoffpreise, Investitionen, Abschreibungen und Steuern, so dass sich nur ein unvollständiges Bilanzbild ergibt. Plastisch genug geht aus den genannten und den daraus ableitbaren Zahlen und Grössenordnungen immerhin hervor, wie klein der Lohn- und Energieanteil und wie gross der Materialwert am damaligen Produkt im Vergleich zu heute war.

### *Ein Nachfolger wächst heran*

Als sich für den kränkelnden Friedrich Steinfels im Lauf der fünfziger Jahre die Nachfolgefrage immer gebieterischer aufdrängte, schimmerten hie und da Liquidationsabsichten durch. Der Firmengründer hing indes mit Leib und Seele an seinem Betrieb und erwog diese Möglichkeit wohl nie sehr ernsthaft, zumal in Sohn Fritz ein Jüngling heranwuchs, der ins Geschäft einzutreten sich anschickte. *Jakob Friedrich Steinfels* – dies sein voller Name – musste nach Schul- und Lehrjahren allerdings erst einmal die Feinheiten der Branche im Seifenzentrum Marseille kennenlernen: 1857 sah sich der Zwanzigjährige in der renommierten *Maison Rodocamachi* um. Im gleichen Jahr dozierte der geschäftserfahrene Vater in «Notizen für meinen lieben Fritz» illustrativ und anschaulich über den Nutzen von Kreditaufnahmen und Wertschriftenanlagen: «Wenn alle Geschäfte gegen Baargeld gemacht werden müssten, so wären von 100 Geschäften, die jetzt wirklich geschlossen werden, 99 unmöglich.» Auch vom Wohl und Wehe der Warenspekulation ist im gleichen Schriftstück die Rede: Will Friedrich der Jüngere «ein guter Spekulant werden», so muss er dem Geldmarkt seine Aufmerksamkeit schenken, muss «in der Buchhaltung ganz sicher werden» und richtig kalkulieren lernen.

Bei Kalkulation und Spekulation bekundete in jenem Jahr 1857 freilich auch der ältere Steinfels einige Mühe. Dass ihn ein Winterthurer Lieferant mit misslicher Soda betrog, dass die befreundeten *Robert Frères* in Marseille mit «ganz schlechtem Palmöl» aufwarteten, dass in der alten Seifenfabrik «viel Lauge unnütz vergeudet» wurde und in der neuen Fabrik «Unordnung und Pfuscharbeit» zu konstatieren waren, dass schliesslich der Jahresgewinn erheblich unter den Erwartungen blieb: alles dies führt Friedrich Steinfels auf bedeutende Bautätigkeit im «Untern Berg» und auf einen längeren Kuraufenthalt zurück – beides Angelegenheiten, die der strengen Aufsicht nicht eben förderlich waren. «Seit May, wo ich nach Brestenberg ging, verlor ich den Faden», bekennt unser Gewährsmann, der den Bilanzbericht mit einer weiteren Variation seiner Grundeinsicht abschliesst: «Willst du, dass dir's geling, schau selber zu dem Ding!» Trotz aller Widrigkeiten hätte sich die Ertragslage am Jahresende wohl stolzer präsentiert, wäre er einer Bitte örtlicher Konkurrenten um gemeinsame Preiserhöhungen nachgekommen. Doch der Hirschengraben-Fabrikant, der sich als einziger auf dem Fettmarkt vorteilhaft eingedeckt hatte, zog nur bei erstklassiger Kernseife mit, während

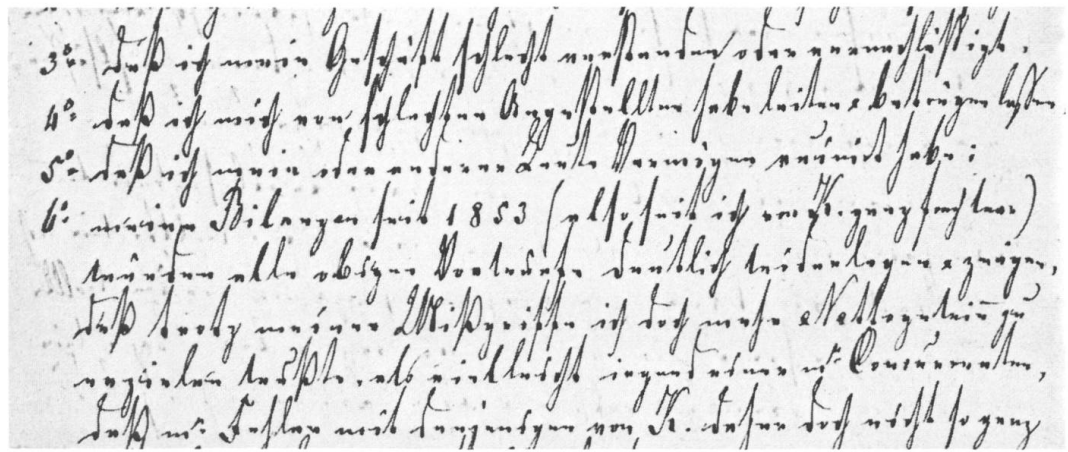
er aus Rücksicht auf die Anbieter im weiteren Umkreis bei allen übrigen Seifenarten dem «Zürcher Kartell» seine Unterstützung verweigerte.

Auch 1858 herrschte im «Untern Berg» nicht eitel Freude. «Es ist jetzt kein Geheimnis mehr, dass mir Fett gestohlen wurde», schimpft Steinfels bei der Beurteilung der Fabrikationsergebnisse. Er sei mit Arbeitern schlecht versehen gewesen und habe mit neuen Schmelz- und Bleichmethoden viel Arbeit, Ärger und Schaden gehabt – mit Methoden allerdings, die sich nachgerade zu lohnen scheinen. Dem vorsichtigen Optimismus fügt der Chronist offene Zufriedenheit an: «In meinen Combinationen und Spekulationen war ich im Jahre 1858 ziemlich glücklich, und ich schreibe dieses Glück viel dem Umstande zu, dass ich den ernsten Willen hatte, Geld zu verdienen, dass ich mich zusammennahm und scharf rechnete und überlegte.» Die Genugtuung schlägt gar um in Übermut: «Die meisten Kunden», liest man da, «sind mir so zugethan, dass ich es wohl wagen darf, während einiger Zeit etwas übertriebene Preise zu fordern.» Das bevorstehende Jahr erfüllt Steinfels freilich mit einiger Sorge, die dem hübschen Jahresgewinn von nahezu 50 000 Franken ein Quentchen Vorläufigkeit beimischt. Sohn Fritz, immer noch in Marseille und zugleich auf Brautschau, erwartet ein weit geöffnetes väterliches Portemonnaie. Vor allem aber hat man sich am Hirschengraben vorgenommen, «die Konkurrenz der Gebrüder Ringier in Lenzburg zu bekämpfen. Jetzt noch sind diese Leute nur bequemes Wohlleben gewöhnt und haben keine Idee vom Gewerbe.» Wie sollten sie auch – der gute alte Kindlimann ist ja nun dort mit von der Partie!

Der Ausblick schliesst, für Friedrich Steinfels typisch, mit einer Gebärde der Resignation: «Von der Thätigkeit und Anstrengung meines Sohnes mache ich von nun an mein Geschäft abhängig; hat Fritz Lust und Liebe zum Geschäft, so will ich ihn gerne mit meiner Erfahrung unterstützen, dagegen mag ich nicht ein Lebenlang den Karren allein durch den Bach schleppen.» Das war nicht in den Wind gesprochen. Ende 1859 konnte der Firmengründer vermerken: «Mit Neujahr nehme ich also meinen lieben Sohn als Associé auf; ich werde ihm – so lange es nötig – mit Rath und That zur Seite stehen, erkläre ihm aber im Voraus, dass ich nicht mehr dafür gemacht bin, andauernde Anstrengung, Kummer und Sorgen hinten und vorn zu ertragen. (. . .) Ich sehe die Zweckmässigkeit ein, eine neue Fabrik am Wasser zu bauen, bevor ich aber zur Ausführung schreite und mein Vermögen so exponiere, will ich mich überzeugen, dass mein Sohn die Energie, Ausdauer und Befähigung besitze, von sich aus das Geschäft vorwärts zu bringen.»



Die markante  
Handschrift  
«Friedrichs des  
Ersten».



Dass Fritz am Hirschengraben schon seit einiger Zeit zum Rechten sah und dabei schwungvoll ans Werk ging, macht ein Brief deutlich, den er am 19. März 1859 dem «lieben Papa» an den Kurort am Hallwilersee schickte. Darin reportiert der Jüngere beruhigend: «Im Geschäft geht Alles ziemlich seinen guten Gang fort. Bis und mit heute sind cirka 800 Zentner Seife verkauft worden, ich glaube die Käufer derselben dürfen zufrieden sein damit: denn unsere ganzen Vorräthe an Seife bestehen durchschnittlich aus ganz gelungenen Sütten. (...) Die Kerzenfabrik kommt nach und nach ebenfalls ins Geleise; wir bekommen jetzt Unschlitt, das Einem Freude macht.»

Durch seine Teilhaberschaft wurde «Friedrich der Zweite» unterschribenberechtigt und hälftig an Gewinnen und Verlusten beteiligt. Die Fabrikgebäude blieben Eigentum des Vaters, dessen Wertschriften einstweilen dem Geschäft dienten. Ein 10-Punkte-Papier, das der neuen Betriebsführung unter der Ägide zweier Generationen detailliert Rechnung trug, wurde vom älteren Steinfels formuliert und vom jüngeren durch Unterschrift akzeptiert. Am 1. Februar 1860 unterzeichneten beide ein weiteres familiäres Dokument; darin wies der Witwer vom «Untern Berg» dem heiratswilligen Nachkommen den ihm «nach Gesetz und Übung» zustehenden Anteil am Muttergut zu und ergänzte Erbschaft, Aussteuerbatzen und Anfangskapital im Betrag von 37 296 Franken aus eigenem Sack auf 50 000 Franken.

Damit waren gute finanzielle Voraussetzungen fürs private und geschäftliche Glück geschaffen. Fritz nutzte die Gunst der Stunde zunächst im persönlichen Bereich: Am 12. Juni 1860 heiratete der Dreiundzwanzigjährige die um ein Jahr jüngere Pfarrerstochter Barbara Louise Cramer. Der Trauung in Oberglatt folgte in Bülach der reichhaltige Hochzeitsschmaus, «bestehend aus Fisch, Pastete, fünferlei Fleisch, Pudding und Dessert» (Luise Sarauw) – all dies zum Preis von fünf Franken pro Person. Doch der Festseligkeit folgten die Pflichten des Alltags auf dem Fuss: «Die Hochzeitsreise musste auf Befehl des gestrengen Herrn Papa mit einer Geschäftsreise verbunden werden. Sie führte das junge Paar den Rhein hinunter, wo verschiedene Fabriken besucht wurden.»



## Vom Hirschengraben ins neue Industriequartier

Eine ausnehmend hübsche Lithographie, die ums Jahr 1870 entstanden sein muss und ein frühes Dokument der Steinfels-Werbung darstellt, gibt Aufschluss über das Fabrikationsprogramm jener Zeit. Neben Seifen für den Hausbedarf, Toilettenseifen, Talg- und Stearinkerzen, geschmolzenem Talg und Kristall-Soda sticht auf dem Blatt vor allem die Kategorie «Seifen für technische Zwecke» ins Auge. Darunter verstand man Olein- und Olivenölseifen, die von der blühenden Textilindustrie und ihren Färbereien in immer grösseren Mengen verbraucht wurden. Die Firma Steinfels witterte das vielversprechende Geschäft frühzeitig und begann 1863 mit der Herstellung jener Textil- oder Industrieseifen, die zuvor teilweise von den Färbereien selber produziert worden waren. Dass Friedrich Steinfels-Cramer erfolgreich zu intervenieren wusste, offenbart die Tatsache, dass im «Untern Berg» schon 1875 mehr als ein Drittel des gesamten Seifenumsatzes (2600 Tonnen) auf Textilseifen entfielen. Damit unterstrich der Repräsentant der zweiten Fabrikantengeneration seinen vornehmlich auf Qualitätsunterschiede bei den Rohstoffen gemünzten Wahlspruch, ein Seifensieder müsse auf allen Sätteln reiten können.

Wie vielfältig das Angebot eingekaufter und verarbeiteter Waren in den Werk- und Lagerräumen am Hirschengraben war, verraten etwa die in sorgfältiger Tintenschrift verewigten Inventare der siebziger Jahre. 1871 werden unter anderem die folgenden Rohmaterialien aufgeführt: Soda-Salz, Kristall-Salz, Pottasche, Salzsäure, Schwefelsäure, Alaun, chromsaures Kali, Olivenöl, Olein, Palmkernöl, Palmöl, Kokosöl, Knochenfett, Talg, Harz, Kattunöl, Leinöl, Erdnussöl, Wasserglas (lösliches Natriumsilikat, als Füllmittel verwendet), Bimsstein, Zinnober, Weingeist, Glyzerin sowie an die dreissig Duftöle und Essenzen. An Fertigprodukten entdeckt man anderseits: Stearin- und Laternenkerzen, Olivenölseife, Marseillerseife, Oleinseife, melierte Seife, Palmölseife, Weisse Seife, Gelbe Waschseife, hellgelbe Harzkernseife, Harzseife, Talgseife, Modelseife, Palmkernseife, «Oeconomie-Harzseife», englische Patentseife, Bartseife, Aarauerseife, Schmierseife, dazu Kokos- und Glyzerinseife teils eigener, teils französischer Fabrikation. Schiefer- und Steinkohlen zum Schmelzen und Feuern, Petrol und Kerzen zum Beleuchten, 11 780 Mass Arbeiterwein von beiden Zürichseeufern sowie Heu und Hafer für «Neger», «John», und «Diavolo», «Flora», «Leda»,

Die Seifenfabrik am  
Hirschengraben vor  
der Eidgenössischen  
Technischen  
Hochschule, um  
1870.



«Fux» und «Othello» – also für die Fuhr- und Reitpferde im Hause Steinfels – rundeten das Bild ab.

Die Produktpalette erfuhr bis zur Jahrhundertwende manche Veränderung und Ausdehnung. Allein, die technische Entwicklung verlief auf dem Seifensektor noch recht linear und gleichmässig – erst zu Beginn des 20. Jahrhunderts setzte ein sprunghafter Prozess ein. Die Ära Steinfels-Cramer, die 1860 begann und 1898 endete, brillierte denn auch nicht mit atemraubenden Entdeckungen: Die Belieferung der Textilindustrie mit spezifischen Seifen, die allgemeine Umstellung auf den Dampfbetrieb sowie die Einführung der Fettspaltung mit Glycerin- und Fettsäure-Destillation in den frühen achtziger Jahren signalisierten die wichtigsten «hauseigenen» Aufwärtsschritte. Markanter war das Breitenwachstum: Die Nachfrage nach Seifen aller Art stieg permanent, erforderte zunächst neue Räumlichkeiten im «Untern Berg», war aber letztlich nur durch ein etappenweises Umlagern der Fabrikation ins damals noch junge Zürcher Industriequartier zu befriedigen.

In der quantitativen Ebene profitierte die allmählich aus ihren gewerblichen Kinderschuhen schlüpfende Seifenfabrikation von der schweizerischen Industriekonjunktur zwischen 1850 und 1900. Diese Konjunktur hatte freilich auch eine sehr wesentliche qualitative Komponente. Ihr Anfang lässt sich fast auf den Tag genau bestimmen: Am 15. Oktober 1855 öffnete die Eidgenössische Technische Hochschule (ETH), deren Hauptgebäude einige Jahre

später eine markante bauliche Kulisse gleich hinter der Steinfels-Unternehmung am Zürcher Hirschgraben abgab, ihre Pforten und bildete anstelle maschinenbegeisterter Tüftler und Amateure in der Folge Ingenieure und Techniker aus. Bahnbrechende Erfindungen und Anwendungsrezepte, Freihandel, Kolonien und Verkehrserschliessungen stimulierten sich gegenseitig. Gleichzeitig entstand ein Kapitalhunger, der Banken, Versicherungen und Rentenanstalten aufblühen liess.

Der Arbeiter teilte mit dem Unternehmer das industrielle Risiko, war aber kaum Nutzniesser der Konjunktur. Hatte er 1830 für ein Pfund Brot durchschnittlich zwei Stunden und vier Minuten arbeiten müssen, so waren dafür 1860 immer noch zwei Werkstunden nötig; erst 1880 verbesserte sich der Vergleichswert deutlich auf fast die Hälfte. Für ein Pfund Rindfleisch veränderte sich innert fünfzig Jahren das Leistungsäquivalent von gut vier auf drei Stunden. 1870 galten übrigens in Zürich folgende Pfundpreise: Kernseife 37 Rappen, Marseillanerseife 56 Rappen, Zucker 48 Rappen, Weissmehl 23 Rappen, Reis 24 Rappen, Emmentaler 78 Rappen. Dass Konjunktur auch Teuerung hervorrief, mögen zwei alte Steinfels-Rechnungen veranschaulichen: 1871 wurde ein erstklassiges Stück Harzseife zu 37 Rappen fakturiert, 1884 kostete derselbe Artikel bereits 57 Rappen – der kapitalistische Glücksritt forderte seine Opfer. Trotz tiefgreifender Klassenunterschiede liessen sich die sozialen Konflikte freilich eidgenössisch-pragmatisch eingrenzen: Gewerkschaftlich-sozialistische Agitation fand in der Schweiz wenig Raum für Demagogie – und «oben» verbarg sich der fleissige Geld-



Friedrich Steinfels-Cramer als Tuschzeichner im Alter von 17 Jahren: Abbildung eines Jugendfreundes.

adel, der mit Ausnahme Alfred Eschers kaum politischen Herrschaftsehrgeiz entwickelte, hinter seinem von alters her eingeübten Puritanismus und Sparsinn.

Genau diese Tugenden waren zwischen «Friedrich dem Ersten» und «Friedrich dem Zweiten» während der zwölf Jahre ihres gemeinsamen Wirkens wohl des öftern der Angelpunkt eines Generationenkonflikts unter dem familiären und geschäftlichen Steinfels-Dach. War der Ältere ein schwer zu befriedigender Haus- und Fabrikherr von gefürchteter Strenge, so sparte der Jüngere seiner Jagd- und Pferdeleidenschaft, seiner Naturliebe und zeichnerischen Begabung neben der ehernen Pflicht angemessene Freiräume aus. Beiden lag der Betrieb am Herzen, doch die unterschiedlichen Naturelle von Vater und Sohn drängten hin und wieder zum Disput, zumal beide im «Untern Berg» wohnten. Das habe sich zwar mehr und mehr geändert, als der Firmensenior konstatieren konnte, «wie das junge Paar in gegenseitigem Einvernehmen und nach besten Kräften seinen mannigfachen Aufgaben gerecht zu werden suchte und wie sich das Geschäft unter Mitwirkung meines Vaters rasch entwickelte», erinnert sich Luise Sarauw.

*«Mein Steckenpferd ist die Buchhaltung nicht»*

Ein gewisses Misstrauen blieb dennoch der Weggefährte des Erfolgs. Es drängte sich beispielsweise Ende 1869 in den Vordergrund, als der Einundsechzigjährige seinem Nachfolger Vorhaltungen wegen nachlässiger Buchführung machte. Sohn Fritz war freilich um eine ausführliche Antwort nicht verlegen: «Ein jeder hat sein Steckenpferd. Das meinige ist nun die Buchhaltung, überhaupt das Bureau-Wesen, allerdings nicht; wenn aber trotzdem jemand behaupten will, ich verkenne die Wichtigkeit einer geordneten Buchführung in einem jeden Geschäft, ich interessiere mich nicht um dieselbe oder ich habe keinen Begriff davon und würde nicht – wenn Noth an Mann wäre – schon aus Pflichtgefühl alles thun, um in unserem Bureau Unordnung zu verhindern, so kennt mich derselbe nicht, oder er will mich nicht kennen.» Weiter meint der Jüngere: «Ich habe im Laufe des Jahres 1869 mehrmals die Jahresrechnung von 1868 nachgelesen und ich konnte zu jeder Minute sagen, wie ich stehe und in was unser Vermögen bestehe. (...) Da gerade in den ersten Monaten dieses Jahres unser Seifenabsatz am grössten war, so stund ich auch meist von Morgens bis Abends spät in der Fabrik; daneben mag ich auch manche Stunde mit dem neuen Seifensieder – aber

jedenfalls nicht zum Schaden des Geschäftes – verplaudert haben.» Dann wird Groll gegen väterliche Schulmeisterei laut: «Da mir mein Vater vor gar nicht langer Zeit meine goldene Uhr samt Kette, die ich (...) neben ihm nur einige Minuten liegen liess, weggenommen hatte, mich dieselbe während 14 Tagen suchen liess und sie mir erst dann zurückgab, da ich stets ängstlich um den grossen Kassenschlüssel bekümmert war, so konnte wohl der Verdacht in mir aufsteigen, mein Vater möchte auch diesen verlorenen Gegenstand aufgehoben haben.»

Stolz vermerkt der jüngere Steinfels in seiner Apologie, man habe trotz eher ungünstiger Verhältnisse «hübsch verdient», was dem Umstand zuzuschreiben sei, «dass wir uns die Erfahrungen der letzten drei Jahre zu Nutze machten, und dass Fabrikation sowohl als Bureau gut bestellt waren, dass gut fabriziert und mit ausserordentlich prompter Bedienung die gute Rundform noch bedeutend vermehrt wurde! Gerade weil ich das Bureau unter der Leitung der Herren Bleuler und Cramer gut besorgt habe, suchte ich für mich ein Arbeitsfeld mehr ausserhalb derselben und ich glaube, meinen gehörigen Antheil an dem Verdienst zu haben, wenn dieses Jahr unser Absatz an Seife um 2 à 3000 Zentner höher als im besten früheren Jahr gesteigert, wenn dabei schön verdient wurde und unser Fabrikat heute (...) sich des besten Rufes erfreut.» Versöhnlich schliesst der Schreiber: «Ich hoffe, mein Vater werde sich durch vorstehende Auseinandersetzungen beruhigen lassen und keinen Grund mehr finden, um das diesjährige Weihnachtsfest nicht in Friede und Ruhe mit uns zu feiern.»

An grundsätzlicher Übereinstimmung liessen es beide Seiten nie fehlen. «Mein lieber Sohn Fritz hat sehr viel Talent, einen guten Beruf, den er kennt; er ist thätig und eingezogen und kann daher – wenn er von schlechten Intriganten nicht genug missgeleitet und hinters Licht geführt wird – sich und seiner lieben Familie eine ehrenvolle Existenz in der Welt bereiten», bekannte der Firmengründer in einer «Testamentlichen Verwendung» vom 3. April 1865. Das Schreiben, in einer Phase prekärer Gesundheit aufgesetzt, um «mein Haus zu bestellen, so lange ich noch bey gesunden Geisteskräften bin», will das ansehnliche Steinfels-Vermögen den beiden übriggebliebenen Nachkommen Fritz und Wilhelmine zuordnen, beschäftigt sich freilich fast ausschliesslich mit der Tochter, einem weiteren Sorgenkind des verhärmten Seniorchefs: «Meine liebe Tochter Wilhelmine hat viele Eigenschaften, um deren Willen sie von vernünftigen und wirklichen guten und ehrlichen Menschen geliebt wird; bey ihr ist eben das Gemüth weit mehr entwickelt

Friedrich  
Steinfels-Cramer  
(1837–1898).



als der Verstand (...). Soll meine arme Tochter nicht eigentlich unglücklich werden in der Welt, so muss ich (...) dafür sorgen, dass sie von vernünftigen und ehrlichen Menschen berathen und geleitet werde, dass sie mit guten Menschen leben kann.» Eine Art familiäre Kuratel müsse über der Bedauernswerten wachen, die «ganz auf die Idee des Heirathens verzichten soll». Tut sie dies, «so wünsche ich, dass sie auf andere Art entschädigt werde, dass sie Chaise und Pferd, auch Loge im Theater halten, dass sie Reisen und Kuren machen könne». Unfähig zur Verwaltung grösserer Geldsummen, soll die ledige Wilhelmine von ihrem Bruder «monatlich die Summe von zwölfhundert Franken» als Einkommen erhalten.

Das Vermögen in beweglicher und unbeweglicher Form, vor allem natürlich die Produktionsstätte, war von jeher dem Firmenerben Fritz zuge-dacht. In diesem Sinne wurde dann auch verfahren, als Friedrich Steinfels der Ältere am 20. November 1872 für immer die Augen schloss. Schon wenige Tage später trafen die Geschwister Steinfels eine Ausscheidung, nach der alle Liegenschaften des Erblassers «in das ausschliessliche und alleinige Eigenthum des Herrn Jakob Friedrich Steinfels, Sohn, übergehen und über ihren Gegenwerth sich die Kontrahenten durch besonderen Vertrag verständigt haben».



So liest man es in einer vom Notariatskreis Wiedikon besiegelten «Eigentums-Zufertigung», die sich im besonderen auf ein Magazingebäude mit Umschwung beim Vorbahnhof in Aussersihl bezog. Dieses «Kräuel-Magazin» – der Name verrät den ausserstädtischen Standort auf altem Allmend- und Weidgebiet links der Sihl – war auf einem 1871 für 10 682 Franken gekauften Bauplatz errichtet worden, diente als Öl- und Fettlager und war ein früher Ableger der Firma Steinfels im Zürcher Industriequartier, das im letzten Viertel des 19. Jahrhunderts allmählich Gestalt annahm.

### *Zürich im Fabrikbaufieber*

Damit greifen wir freilich der Expansion der Seifen- und Kerzenfabrik im «Untern Berg» etwas vor. Aus den Protokollen des Zürcher Stadtrates, ergänzt durch mancherlei andere Dokumente, lässt sich ein recht systematisches Bild der Tätigkeiten im Haus Steinfels gewinnen. Im Zusammenhang mit der neuen Textilseifenfabrikation stand offenbar ein grösseres Um- und Ausbauprojekt, das in den Jahren 1864/65 realisiert werden konnte. Die Zürcher Behörden schenken der Versicherung Glauben, die Herstellung von «Ölseife» werde keinerlei üble Gerüche erzeugen, vermerkten indes, dass bei späterer Umweltbelästigung «nachträglich Genüge zu leisten wäre». Der Testfall trat schnell ein: Bereits am 9. September 1865 wurde Seifenfabrikant Steinfels wegen Rauchimmissionen mit sage und schreibe zwölf Franken Busse belegt. Dieser Vorfall war dem guten Einvernehmen zwischen Stadt und Unternehmung – deren Seniorchef in einigen politischen Kommissionen ein geachtetes Mitglied war – in keiner Weise abträglich, denn 1866 bewilligte der Stadtrat das Gesuch der Firma Steinfels, das Brunnenwasser der benachbarten ETH durch ihr Gelände zu leiten und zu nutzen – dies gegen «eine jährliche Entschädigung von zwanzig Franken je auf Neujahr zahlbar» und unter ausdrücklichem Kündigungsvorbehalt zu jeder Zeit.

Nachdem Zürichs Stadtregierung Ende 1870 dem Verkauf des bereits erwähnten Kräuel-Bauplatzes an Friedrich Steinfels zugestimmt hatte, musste sie sich 1874/75 mit umfangreichen baulichen Änderungswünschen im «Untern Berg» befassen. Anlass zur Modifikation des Wohnhauses und zur Ausweitung der Fabrik gab zum einen der Generationswechsel in der Firmenleitung, zum andern der mit 115 000 Franken getätigte, im April 1873 beurkundete Kauf des östlich an den Hirschengraben-Betrieb anschliessenden Hauses «Zum Freudenberg» samt Hintergebäude und Hofraum. Um die

Anträge auf Umbau der Rückfront, Anbau eines Packraums, Erstellung eines Lagerschuppens und Umgestaltung des Wohnbaues zu begutachten und letztlich zu bewilligen, nahm sich der Stadtrat anderthalb Jahre Zeit. Dann freilich legte man sich mit ganzer Kraft ins Zeug. Das Ehepaar Steinfels-Cramer wich während der Bauarbeiten mit Kindern und Bediensteten ins ländliche Küsnacht aus, wo es den «Exilierten» so gut gefiel, das sie sechs aufeinanderfolgende Sommer dort verbrachten – drei im «Silbergrund» und weitere drei im «Wangensbach», den später eine Zeitlang der jungverheiratete Conrad Ferdinand Meyer bewohnte. Vater Steinfels und die schulpflichtigen Kinder zollten ihrer ausgedehnten Sommerfrische am See werktags Tribut, indem sie am Morgen per Frührschiff in die Stadt und am Abend wieder seeaufwärts fuhren.

1875 vergrösserte der junge Prinzipal vom «Untern Berg» auch die Landreserve im «Kräuel», denn gemäss Kaufbrief vom 26. Februar wurden zum Preis von 1690 Franken «Herrn Artillerie-Hauptmann Friedrich Steinfels, Kerzen- und Seifenfabrikant in Zürich» 340 Quadratfuss (rund 30 Quadratmeter) Wiesland an der Limmatstrasse in Aussersihl übertragen. Im gleichen Jahr verwandelte sich der einst von Weiden, Äckern und Einzelhöfen zur bukolischen Landschaft geformte «Untere Kräuel» offiziell zum Industriequartier. Das Gebiet des heutigen Stadtkreises 5, bis 1787 ein Teil der Gemeinde Wiedikon, dann für ein gutes Jahrhundert selbständiges Aussersihl, seit 1893 schliesslich dem vergrösserten Zürich einverleibt, erwachte mit dem Bahnbau, der Anlage eines speziellen Industriegleises (1883) und der Schweizerischen Landesausstellung, die – ebenfalls 1883 – grösstenteils auf Land «ennet der Sihl» stattfand. Der 1855 gebaute Bahnviadukt nach Wipkingen wurde in den Jahren 1891 bis 1894 in stolzem Bogen erweitert und mit einer Abzweigung nach Letten versehen. Westlich dieser Schienenverbindung veränderte sich die Gegend fast schlagartig. Zählte Aussersihl 1873 ganze 7500 Einwohner, so registrierte man 1888 bereits 20 000 Seelen. 1879 war die erste Wohnkolonie zwischen die neuen Fabrik- und Markthallen gesetzt worden. Strassen- und Brückenbauten, Sportanlagen und Schulen begleiteten das hektische Wachstum.

Es lag nahe, das abseitige Industriequartier durch eine Strassenbahn mit dem Stadtzentrum zu verbinden. Ein entsprechendes Gesuch beantwortete 1890 die damals zuständige Gemeinde Aussersihl zunächst einmal abschlägig. 1895 aber wurde die Bewilligung zum Betrieb eines elektrischen Trams erteilt. In der Zwischenzeit war die Firma Escher-Wyss mit ihrer ansehn-

lichen Belegschaft vom Stampfenbach ins Hard umgezogen, und auch Steinfels hatte die Verlagerung vom Hirschengraben an den Wipkinger Viadukt schon fast vollzogen – Grund genug, die Tramidee in die Praxis umzusetzen. Mit 500 000 Franken Aktienkapital, das von den Bewohnern und Fabrikanten des Industriequartiers in kürzester Zeit gezeichnet wurde und zu dem die Firma Steinfels 7500 Franken beitrug, konstituierte sich am 30. Juli 1896 die *Industriequartier-Strassenbahn-Gesellschaft*. Knapp zwei Jahre danach, am 19. April 1898, war der erste, mit 16 Sitz- und 15 Stehplätzen versehene Wagen der *Elektrischen Strassenbahn Industriequartier* zwischen dem neuerstellten Tramdepot Hardturm und dem Hauptbahnhof unterwegs. 24 Mann Personal sorgten für den täglichen Betrieb zwischen 5.30 und 22 Uhr. Wer die volle Strecke befahren wollte, zahlte 15 Rappen – oder einen Batzen mehr, falls die Reise von Wipkingen nach Höngg weiterging, wo seit Ende August 1898 die *Elektrische Strassenbahn Zürich–Höngg AG* die Fortsetzungsstrecke betrieb. Bereits 1903 erwarb die Stadt für 712 000 Franken die gesamte Privatlinie mit ihrem Wagenpark und liess die altertümlichen Vehikel bald auf Doppelspur rollen.



Die Industriequartier-Strassenbahn um 1900.

Mit dem kleinen Exkurs übers Zürcher Industriequartier und seine Strassenbahn sind wir der Entwicklung im Haus Steinfels vorausgeeilt. Soll der rote Faden nicht abreißen, so muss um ein volles Jahrzehnt zurückgeblendet werden. Obwohl man die Werkräume im «Untern Berg» immer wieder der wachsenden Produktion und Diversifikation angepasst hatte, wurden die Verhältnisse dort für die Arbeiter beengender und auch für die Anwohner unzumutbarer. Was Lärm, Gestank und Verschmutzung betraf, war man im Fabrikzeitalter gewiss nicht allzu zimperlich. Von Friedrich Steinfels-Cramer ist der durchaus zwiespältige Satz überliefert: «Es ist billiger, einen gefehlten Sutt oder, was noch schlimmer ist, einen halb gefehlten Sutt Seife in die Limmat laufen zu lassen, als ihn an die Kunden zu verkaufen!» Regelmässig bei der Gesundheitsdirektion eintreffende Klagen belegen immerhin, dass man sich in der Hirschengraben-Gegend durch die muntere Seifensiederei in wachsendem Masse belästigt fühlte.

In Winterthur, wo die Sträuli-Seifenmanufaktur 1883 einem Grossbrand zum Opfer fiel, hatten geplagte Bürger in einer (allerdings folgenlosen) Bittschrift die Behörden gebeten, den stinkenden und rauchenden Nachbarn vor die Tore der Stadt zu weisen. In Zürich urteilte man nachsichtiger – wohl auch, weil man erkannte, wie nah Nutzen und Schaden beieinanderlagen. «Die Hausfrauen in der Altstadt hatten sich seinerzeit mit Haut und Haaren auf 'ihre' Seifenfabrik eingeschworen, und obwohl schon damals zeitweise nicht gerade ambrosaische Düfte aus dem Gelände strömten, waren die Menschen nicht so mimosenhaft empfindlich, dass sie besonders bei atmosphärischem Druck gleich Polizei und Gesundheitsbehörden in Aufruhr brachten mit ihren Reklamationen», erinnert sich der betagte Heiri Gisler am 4. April 1962 im «Tages-Anzeiger». Er fährt fort: «Für die Hausfrauen war Steinfels ein Begriff, denn in jenen Jahren musste sich die Seifenfabrikation nicht auf das weite Gebiet der raffiniertesten Parfümseifen und der chemischen Wachmittel begeben; das Hauptproblem war immer noch die Seife für die grosse Wäsche. Wenn eine Hausfrau Besuch hatte, zeigte sie ihren Gästen (...) mit Stolz eine pyramidenähnliche Stapelung von gelagerter 'Kernseife', 'Harzkernseife' oder sogenannter 'Marseillaner Seife'.» Lassen wir Heiri Gisler noch etwas weiter von der «guten alten Zeit» am Hirschengraben berichten: «Für uns Buben war diese Fabrik ein wahrer Segen, denn wir konnten Knochen sammeln, soviel wir wollten, anstandslos konnten wir sie bei Steinfels absetzen. (...) Wir waren aber auch oft gar nicht erstaunt, wenn zeitweise der Gestank aus dem Hochkamin bis ins Unerträgliche anwuchs, denn unsere

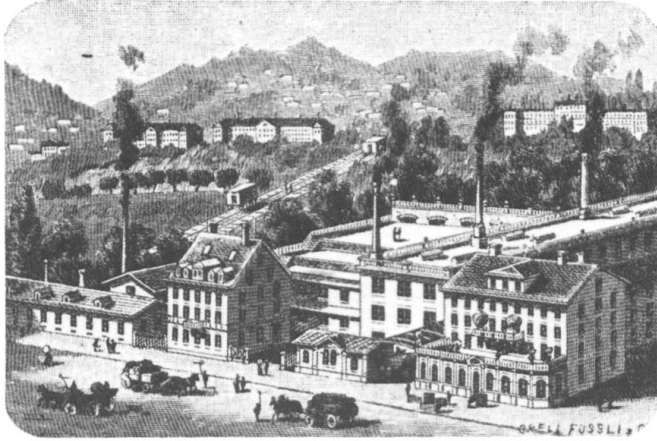
gesammelten Knochen hatten nichts weniger als einen lieblichen Parfümduft.» Ob deshalb – gemäss Gesundheitsprotokoll vom 2. Oktober 1893 – Apotheker Rordorf bei den städtischen Behörden darüber klagte, «dass Herr Seifenfabrikant Steinfels von Zeit zu Zeit ein Präparat fabriziere, dessen Ausdünstungen die künftigen Bewohner seines dicht nebenan stehenden Neubaus starker Belästigung aussetzen würden»?

### *Konzentration und Generationswechsel*

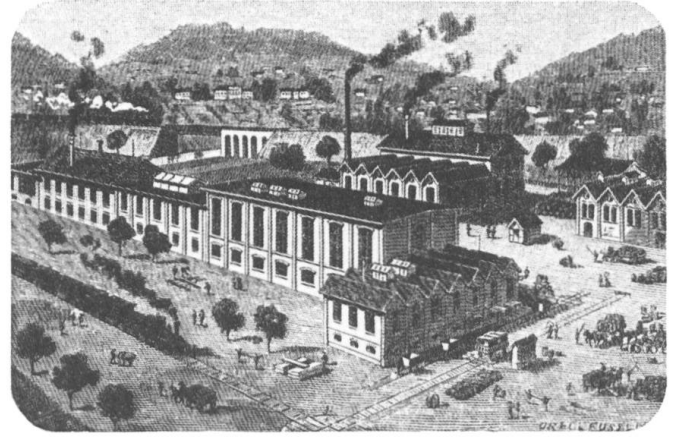
Die Fettspaltung mit Glyzerin- und Fettsäure-Destillation, erprobt in den frühen achtziger Jahren, sowie die Inbetriebnahme eines eingemauerten Dampf- und Schmelzkessels samt Hochkamin 1887 markieren die letzte Ausbaustufe auf dem Steinfels-Areal am Hirschengraben. Während im «Untern Berg» weiterproduziert wurde, begann man einzelne Fabrikationszweige Richtung Industriequartier auszulagern. Vom Magazin im «Kräuel» war bereits die Rede. Hinzu kam eine Toilettenseifen- und Parfümeriefabrik am Sihlquai, installiert in einem der Stadt gehörenden Gebäude, das die Firma Steinfels im Frühjahr 1883 mietweise übernehmen konnte. Zwei Jahre danach wurde im Hard auf eigenem, 1880 dem Bauern Jakob Sigrist abgekauftem Grund mit dem Bau einer neuen Seifenfabrik begonnen, der man in der Folge Fettspalterei und Lager angliederte. Die Zersplitterung des Steinfels-Betriebes rief einer zentralen Spedition an der Limmatstrasse, unweit des Hauptbahnhofs. Von dort zum «Untern Berg» verkehrten die Fuhrwerke sechsspännig, weil die steile Rampe am Central zu überwinden war.

Hirschengraben, Sihlquai, Hard, Limmatstrasse: Dass bei solcher Betriebsdezentralisierung in der Agglomeration Zürich kaum mehr kostengerecht produziert werden konnte, versteht sich fast von selbst. Angesichts der Rezession, die sich in den neunziger Jahren bemerkbar machte, fiel fehlende Rentabilität doppelt fatal ins Gewicht. So kann es nicht verwundern, dass Friedrich Steinfels-Cramer in den letzten Jahren seines Wirkens alles auf die Karte «Konzentration» setzte. Der «Untere Berg» hatte die Wachstumsgrenzen endgültig erreicht und war nurmehr ein störender Fremdkörper in einer innerstädtischen Wohnzone. Gleichzeitig lud das im Hard erworbene Land – ursprünglich 31,5 Hektaren, die zunächst arrondiert, dann durch gewinnbringende Abtretung wieder reduziert wurden – zur Vergrösserung des dortigen Werkareals ein. Man ging folgerichtig vor: Dem Neubau im Industriequartier wurde eine Stearinfabrik, ein Kesselhaus, eine Kerzenfabrik





Steinfels-  
Doppelbetrieb am  
Hirschengraben  
(links) und in  
Aussersihl.



mit Talgsmelzerei sowie ein Büro- und Wohngebäude angegliedert, derweil man den Hirschengraben-Komplex sukzessive stilllegte und am 18. März 1898 zum ansehnlichen Preis von 600 000 Franken vollumfänglich dem Winterthurer Kartographen Jakob Schlumpf verkaufte. Das «Kräuel-Magazin» erwarb 1895 die Firma Welte-Furrer. Im gleichen Jahr konnte das Sihlquai-Logis der Stadt zurückgegeben werden, weil Parfümerie und Toiletteseifenfabrikation ebenfalls im Hard Unterschlupf fanden.

Der neue, vereinigte Fertigungsbetrieb an der Heinrichstrasse durfte sich sehen lassen. Ein zeitgenössisches Monumentalwerk über Zürich, 1896 erschienen, vermerkte stolz: «Die Haushaltungs-, Industrie-, Toiletten-Seifen- und Parfümerie-Fabrik Friedrich Steinfels in Zürich, gegründet 1834, ist das älteste und bedeutendste Etablissement der Branche in der Schweiz (. . .). Die Fabrik arbeitet gegenwärtig mit vier Dampfkesseln, 17 Seifenkesseln von 5000 bis 20 000 Kilos Inhalt, sieben hydraulischen Aufzügen und einem Dampfaufzug, drei grösseren und einer Anzahl kleinerer Dampfmaschinen, Pumpen usw.» Die Jahresproduktion wurde mit 3000 Tonnen angegeben.

In einer Zeit, die geschützte Markenartikel noch kaum und auch Produktwerbung erst in höchst bescheidenem Ausmass kannte, spielte ein solcher Verweis auf die Leistungsfähigkeit einer Firma keine geringe Rolle. Ein anderes propagandistisches Forum boten gewerblich-industrielle Ausstellungen im regionalen, nationalen oder gar internationalen Rahmen: Unternehmen, die etwas auf sich hielten, beschickten diese Messen mit den Erzeugnissen ihres Fleisses und ihrer Präzision – in der Hoffnung, die Expo-



nate auf ihren meist prächtig herausgeputzten, altarähnlichen Pavillons seien jener begehrten Medaillen würdig, mit denen man auf Briefköpfen und Emballagen selbstbewusst auf die Firmenpotenz aufmerksam machen konnte.

Friedrich Steinfels hielt bei solchen Konkurrenzen eifrig mit. 1867 wagte sich der Zürcher Seifenfabrikant mit Gattin und befreundetem Basler Ehepaar in die «Höhle des Löwen» und brachte von der Pariser Weltausstellung eine silberne Auszeichnung heim. Mit einer Fortschrittsmedaille wurde der Eidgenosse an der Wiener Weltausstellung von 1873 bedacht. Ein Vorzüglichkeitsdiplom resultierte aus der Teilnahme an der Zürcher Landesausstellung von 1883; vom «splendid ausgerüsteten Pavillon von Friedrich Steinfels» nahm damals auch der Winterthurer «Landbote» Notiz, weil Konkurrent Sträuli am gleichen Ort ebenfalls vertreten war. Derselben Quelle entstammt folgender Bericht von der Genfer Landesausstellung 1896: «Den Etablissements, welche schon zur Zeit der Zürcher Landesausstellung von 1883 die frühere Alleinherrschaft der Marseillerseife durchbrochen hatten, Steinfels in Zürich und Sträuli in Winterthur, ist seither eine stattliche Reihe anderer zur Seite getreten, und wenn das als Mittelpunkt des Ölhandels und durch althergebrachte Kunstfertigkeit bevorzugte Marseille auch noch nicht ganz aus der Schweiz, namentlich dem westlichen Teil derselben, herausgeworfen werden konnte, so hat das schweizerische Produkt, seitdem es an Güte nicht mehr zurücksteht, doch den heimischen Markt zum grösseren Teil erobert und wird hoffentlich im Fortschreiten nicht innehalten.» Aus Genf kehrte die Firma Steinfels ebenso mit goldener Auszeichnung zurück wie von der Zürcher Gewerbe-Ausstellung 1894 und von der Berner Landesausstellung 1914.

Während derlei Ehrengewinne im wortwörtlichen Sinne die glänzende Seite der Medaille hervorkehrten, war der Seifensiederalltag in einer Ära ausgeprägter Fortschrittsgläubigkeit auch vielen Widrigkeiten und Zwängen unterworfen. So focht Friedrich Steinfels in den Jahren 1892 bis 1894 ein recht zähes Expropriationsgeschäft aus: Die Zürcher Stadtgemeinde erhielt zwar zur Verbreitung der Hardstrasse letztlich den von ihr geforderten, zwölf Meter breiten Streifen Steinfels-Land, doch musste sie wegen einiger fehlerhafter Formalien ziemlich tief in die Tasche greifen. Als die ins Hard dislozierte Firma, die zusammen mit andern Anstössern 1897 bis 1899 die private Heinrichstrasse aus eigener Tasche verlängert und mit einer Kanalisation versehen hatte, bei den Behörden die hohle Hand machte, wurde sie dagegen aus grundsätzlichen Erwägungen abschlägig beschieden. Kulanter



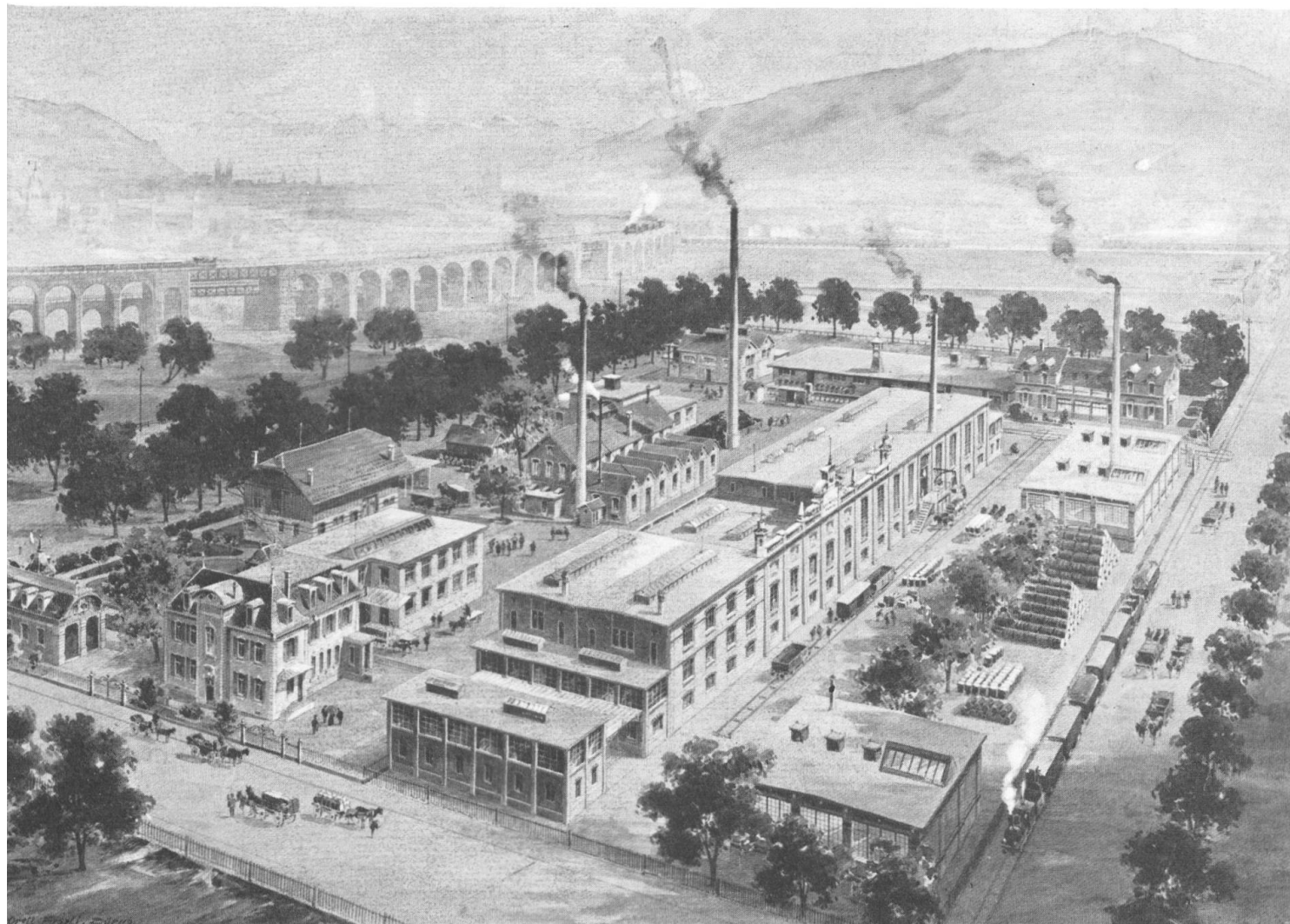
Steinfels-Pavillon an  
der  
Landesausstellung  
1883 in Zürich.

reagierten die kommunalen Instanzen, als Friedrich Steinfels-Cramer 1886 um die Verlängerung des Industriegeleises bis zu seinem Hard-Betrieb und um die Verlegung einer Gasleitung zum Zweck der Werkbeleuchtung ersuchte: Gegen Kostenbeteiligung und Unterhaltsverpflichtung kam die Firma anstandslos zur Sache.

Die letzten Jahre des 19. Jahrhunderts waren im Fall Steinfels eine Ära der Wende. Der Umzug vom Hirschengraben nach Aussersihl signalisierte augenfälliger als manche neue technische Apparatur die Abkehr von der archaisch-kleingewerblichen Betriebsform und den Anschluss an eine zukunftsweisende, bis zur Gegenwart über ausreichende Landreserven verfügende Industriefabrikation. Hinzu kam der Generationensprung: Am 25. August 1898, nur wenige Monate nach der Schliessung und Veräusserung des «Untern Bergs», starb Friedrich Steinfels-Cramer. Nachfolgeprobleme ergaben sich keine, denn drei erwachsene Söhne standen bereit, das väterliche Geschäft zu übernehmen und ab April 1899 als Aktiengesellschaft weiterzuführen: *Heinrich*, der älteste, war schon 1885 in die Fabrik eingetreten, hatte die obligate «Fremdzeit» längst hinter sich und bewährte sich seit manchem Jahr als Siedemeister; *Wilhelm* schickte sich eben an, sein Chemie-studium mit dem Doktorat abzuschliessen; *Hans Leonhard* wurde im Todesjahr des Vaters volljährig und damit geschäftsfähig, dem jungen Kaufmann fehlte nur noch der Schliff der Weltläufigkeit.

*«Punkt sechs Uhr läutete die Fabrikglocke»*

Der dynastische Wechsel gibt Anlass, die Wirkenszeit von «Friedrich dem Zweiten» mit einigen Belegen aus der familiären Chronik anzureichern. Als «Gewährsfrau» dient uns noch einmal Luise Sarauw-Steinfels, die erste Tochter aus der Ehe zwischen Friedrich Steinfels und Barbara Luise Cramer (1838–1919). Sie war drei Jahre alt, als 1864 Brüderchen *Friedrich* (der «erste Fritzli») geboren wurde. Das Schicksal meinte es indes mit diesem Namen nicht gut: 1869 starb der Kleine, und auch *Salomon Friedrich* (der «zweite Fritzli») folgte ihm 1875 als Fünfjähriger ins Grab. Das hinderte Heinrich (1866 bis 1941), von robusterer Natur als die beiden Brüder, freilich nicht daran, sich später ebenfalls Friedrich zu nennen, um gewissermassen die «friderizianische Erbfolge» im Fabrikantenhaus Steinfels zu dokumentieren – eine amtliche Sanktionierung der Umtaufe erfolgte zwar nach wiederholtem Ersuchen, dennoch blieb Möchtegern-Friedrich für Verwandte, Freunde



Steinfels an der  
Heinrichstrasse:  
Die Fabrik als Projekt  
aus Künstlerhand  
zur Zeit  
der Eröffnung.

und Betriebsangehörige zeitlebens der geschätzt-gefürchtete «Heiri». Etliche Jahre jünger als Luise und Heinrich waren «das dunkeläugige, zartbesaitete Anneli und der nachdenkliche, zeichnerisch und musikalisch begabte Willy», beide charakterliche Abbilder der sanften mütterlichen Frohnatur. Nachzügler Hans «war dann äusserlich wieder uns Grossen ähnlich und hielt mit seiner Lebhaftigkeit das ganze Haus in Atem».

In ihren «Jugend- und Familienerinnerungen» rühmt Luise Sarauw die berufliche Umsicht und Tatkraft ihres Vaters. Freilich fügt sie bei, sein reichbegabtes Wesen habe ein völliges Aufgehen im Geschäft nicht zugelassen. «Von seinen Vorfahren hatte er die Freude an Jagd, Pferden und Militär

geerbt. (...) Jagd- und Tierbilder, Geweihe und alte Waffen zierten allenthalben die Räume der Wohnung; Pferde, Jagdhunde und besonders schöne seltene Geflügelrassen wurden in Hof und Garten gehalten. (...) Einen glücklichen Ausgleich fand Papas betont ernstes Wesen in Mamas heiterer Sinnesart (...). Mit ihrer Verheiratung waren unserer Mutter vielseitigere Aufgaben und Pflichten erwachsen, als sie den meisten jungen Frauen zuteil werden. Der Haushalt war von Anfang an gross, war doch neben dem eigenen Tisch noch für die Beköstigung der ledigen Fabrikarbeiter zu sorgen, die in einer zum Hause gehörenden Wohnung Unterkunft hatten. Das brachte auch für die treuen Hausangestellten eine vermehrte Belastung mit sich, die aber das patriarchalische Verhältnis, in dem sie zu unserer Familie standen, nicht beeinträchtigte.»

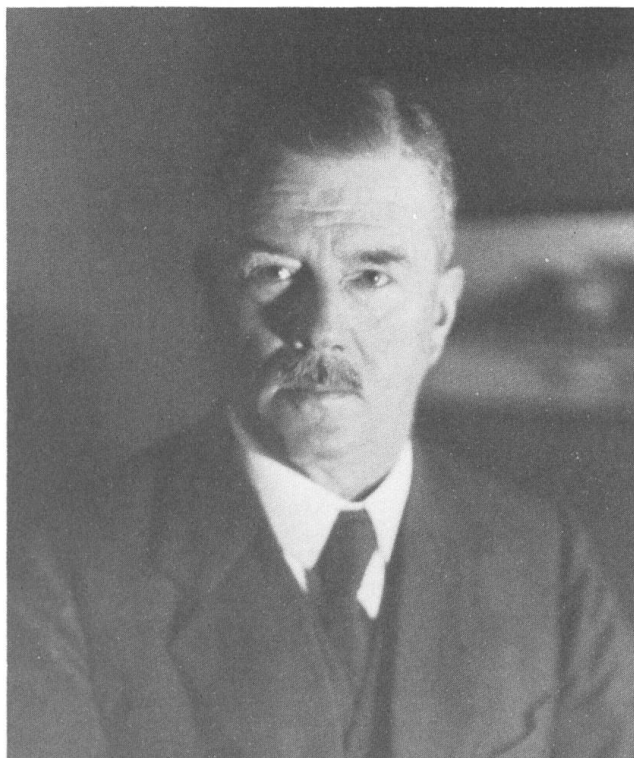
Ein besonderes Andenken bewahrt unsere Chronistin dem «alten Christian», treue Seele, Gärtner und Hausknecht in einem, der «Näherin Jungfer Setti Kitt» und vor allem der «braven, unvergesslichen Kathri Ehrensperger», dem guten Geist in der Küche. Von ihr schreibt sie: «Ihr Tagewerk fing Sommer und Winter um fünfeinhalb Uhr an, da die Fabrikglocke unerbittlich punkt sechs Uhr zum Antritt läutete und die im Nebenhaus wohnenden Arbeiter ihr Frühstück vorher bekommen mussten.» Erwähnung verdienen darüber hinaus «Küfer Anton Stöckli, welchem neben seiner Arbeit für die Fabrik der reichhaltige Weinkeller im tiefen, direkt in den Felsen gehauenen Gewölbe unter dem Wohnhaus anvertraut war», sowie Fuhrmann Alois Gmür, der sonntags die Familie über Land zu kutschieren pflegte.

«Die siebzig Jahre», so weiss Luise Sarauw weiter zu berichten, «führten Papa öfter geschäftlich ins Ausland, sei es, dass er sich in Italien und Frankreich über den Stand der Olivenernte orientieren musste, sei es, dass seine Gegenwart bei der Installation unserer Fabrikerzeugnisse an internationalen Ausstellungen nötig war.» Wie schon 1867 in Paris war Friedrich Steinfels-Cramer auch 1873 an der Wiener Weltausstellung persönlich zugegen. Und ein Gleiches galt natürlich für die bereits erwähnte nationale Leistungsschau von 1883 in Zürich: «Papa war daran mit den Produkten seiner Firma vertreten, und da er unablässig darauf bedacht war, sich im Kontakt mit dem Ausland die neuesten Errungenschaften auf dem Gebiet seines Berufs zu eigen zu machen, erntete er verdiente Anerkennung. In den Anlagen am Platzspitz hatte er einen eigenen, schön ausgestatteten Pavillon errichten lassen, der von seinem steten Streben nach Verbesserung und Vervollkommnung des Fabrikationsverfahrens und vom Aufstieg seines Unternehmens Zeugnis ablegte.»



### «Sauerstoffwaschmittel für die Wilden»

Die Voraussetzungen unter denen die Friedrich Steinfels AG ins neue Jahrhundert eintrat, schienen optimal zu sein. Ein neues Werk stand zur Verfügung, allen Anforderungen zeitgemässer Fabrikation genügend, problemlos ausbaufähig. Und da waren drei junge, dynamische Brüder, deren verschiedenartige Fähigkeiten sie zur partnerschaftlichen Geschäftsleitung prädestinierten. Das familiäre Teamwork funktionierte indes nicht ohne Spannungen: Es widerspiegelte in kleinem Massstab jene hierarchische Ordnung, die im Betrieb an der Heinrichstrasse ebenso stark ausgeprägt war wie die Solidarität innerhalb der «geschlossenen Gesellschaft» aller Mitarbeiter. Heinrich (Friedrich) Steinfels, Kavallerieoffizier und passionierter Jäger wie sein Vater, dazu seit 1894 über seine Gattin Hedwig Saurer mit dem namhaften Arboner Maschinenindustriellen Adolph Saurer liiert, hatte die Vorrechte des frühen männlichen Erstgeborenen auf seiner Seite, etablierte sich aber auch dank seiner beruflichen und persönlichen Autorität sehr schnell als



Heinrich Steinfels-Saurer  
(1866–1941).



«primus inter pares». Er war unumstritten der «Herr» und Patron, der in den konjunkturellen Abwinden und in der Neubauphase der neunziger Jahre hart mit sich selbst und gerecht mit andern das Steuer ergriff. Ihm gegenüber – so ein alter Steinfelsianer – «empfand man nicht nur Ehrfurcht, man hatte Angst».

Auch Hans Steinfels spürte die Respektschwelle manchmal. Der Unterschied an Jahren zwischen Heinrich und dem Jüngsten im Trio, der sich 1902 in Frankreich und in den USA weiteres Rüstzeug holte, prägte fast ein Vater-Sohn-Verhältnis, das durch Gegensätze im beruflichen Bereich noch akzentuiert wurde. Zwischen beiden stand altersmässig und schlichtend Willy Steinfels, ein origineller Denker, der sich trotz profunder chemischer Kenntnisse nicht auf die Dauer in den immer reichhaltigeren Laboratorien festhalten liess; 1917 verliess er das Geschäft, entwickelte in der Folge als Privater gesellschaftliche Aktivität und veröffentlichte 1926 – drei Jahre vor seinem Tod – unter dem Titel «Farbe und Dasein» ein Buch, in dem sich Physik, psychologischer Symbolismus und anthroposophische Philosophie überaus kühn amalgamieren. Die Fettchemie verdankt ihm die jahrelang verwendete Hehner-Steinfels-Glyzerinanalyse.

In der Retrospektive nimmt sich die Steinfels-Ära zwischen der Jahrhundertwende und dem Ersten Weltkrieg friedvoll aus: Es war eine Art Gnadenfrist vor dem Notregime der Kriegsjahre und dem Druck, den ausländische Waschmittelkonzerne mit neuer Technologie und enormem Werbeaufwand auf die Zürcher Seifensiederei und ihren standhaften «Krisenkapitän» ausübten. Doch sorgenfrei war auch diese Periode nicht. «Im Hinblick auf die rapid steigenden Löhne wünscht Heinrich Steinfels, dass das Menschenmögliche getan werden soll, um an Arbeitern zu sparen», vermerkte ein Sitzungsprotokoll im Oktober 1908. Im Mai 1912 wurde im Protokollbuch der Geschäftsleitung festgehalten: «Im Anschluss an Klagen über langsame Lieferung wiederholt Heinrich Steinfels, dass unsere Fabrik im Stande sei, 20 000 Kilo abgesetzte Seife pro Tag zu produzieren und dass er verlange, diese Produktion endlich einmal zu Gesicht zu bekommen.» Eine Häufung von Fehlleistungen, Mängelrügen und Personalwechseln bei den verantwortlichen Siedemeistern lassen auf ein gereiztes Betriebsklima unmittelbar vor dem Krieg schliessen.

Viel zu diskutieren gab damals auch immer noch die Behauptung schweizerischer Qualitätsseifen gegenüber ausländischer Konkurrenz. Trotz Medaillen und Ausstellungsdiplomen, trotz neuer Fabrik und eigenem Labor

war französische Raffinesse ein Kundenmagnet. Auf sie ist offensichtlich der folgende Passus aus der Steinfels-Preisliste von 1899 gemünzt: «Friedrich Steinfels erkennt die Schwierigkeiten, welche sich der weiteren Verbreitung seiner Fabrikate in der Schweiz entgegenstellten und die aus früherer Zeit her datierenden Vorurteile zu Gunsten der ausländischen Parfumerien keineswegs; die bis dahin errungenen Erfolge ermutigen ihn jedoch, auf der betretenen Bahn mit aller Energie und allen ihm zu Gebote stehenden Mitteln weiter zu arbeiten, in der festen Überzeugung und Zuversicht, dass immer weitere Kreise der Tit. schweizerischen Konsumenten ihn in seinen Bestrebungen unterstützen und damit den Beweis leisten werden, dass sie ihr wahres Interesse erkennen.» Ein imposantes Sortiment edler Seifen, duftender Wässer, Pasten und Pulver sollte dem patriotischen Appell Nachachtung verschaffen.

#### *Persil – die doppelte Herausforderung*

Doch die Anfechtung kam im neuen Jahrhundert gar nicht mehr aus Paris und Marseille. Gefahr drohte vielmehr auf dem Feld der alltäglichen Reinigungsartikel, in grossen Mengen von internationalen «Trusts» produziert, die auch in der Schweiz Fuss zu fassen versuchten, wo es damals etwa 70 kleinere und grössere Seifenhersteller gab. 1899 etablierte sich *Sunlight* in Olten als Erbe der Firma *Helvetia*. *Henkel* legte sich 1905 in Pratteln ein eidgenössisches Tochterunternehmen zu. Dass diese beiden Konzerne ihren quantitativen Anteil am schweizerischen Markt forderten, war für die hiesigen Fabrikanten schon Herausforderung genug. Hinzu kam, dass sie auf eine neue Art des Waschens setzten, bei der die herkömmliche Kernseife nur noch eine Nebenrolle spielte, ausmanövriert von konfektionierten Waschmitteln. Den Anfang machte Henkel 1907 mit seinem revolutionierenden *Persil*. Erleichterten andere Hersteller der geplagten Waschfrau das Schrubben mit Kernseife zu jener Zeit allenfalls durch leichtlösliche Seifenspäne in Paketen, so enthielten die *Persil*-Packungen ein Seifenpulver, das «selbsttätig» arbeitete: Es enthielt Perborat, das wesentlich angenehmer und unbedenklicher als Javelwasser Sauerstoff entfaltet und bleicht, sowie Silikat als «Sauerstoffbremse» und Waschkraftverstärker zur Reduktion der strapaziösen Scheuerarbeit.

Das war der Anfang – spektakulär bereits, aber in der Breitenwirkung erst nach dem Ersten Weltkrieg von Bedeutung, als Perborat grosstechnisch

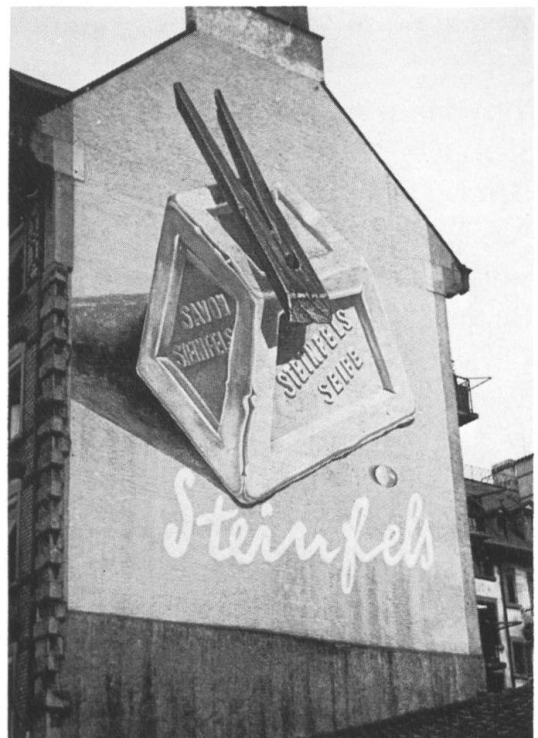
gewonnen wurde und sauerstoffhaltige Waschpulver und Bleichmittel den Markt zu dominieren begannen. Endgültig vom Podest verdrängt wurde die Seife dann während und nach dem Zweiten Weltkrieg. Die Technik des Hydrierens ermöglichte die Veredlung minderwertiger Trane und Öle, was in einer Zeit wachsender Fettverknappung vor allem für die Ernährungsindustrie, jedoch zunächst auch für die Seifenfabrikation wichtig war. Als dann freilich die Mode nach feineren Geweben und die Textilindustrie ihrerseits nach schonenderen Waschmitteln rief, blieb die nicht säurebeständige, nie völlig neutrale und in Verbindung mit hartem Wasser krustenbildende Seife um Längen zurück. Die dank Hydrierung und Sulfonierung gewonnenen Fettalkoholsulfate (Alkylsulfate) erwiesen sich als ideale, weil waschkräftige, säurefeste und hartwasserbeständige Waschmittel. Schliesslich gelang es, das seit 1884 bekannte Oxydationsverfahren zur Umwandlung von Paraffinen in Fettsäuren industriell tragbar zu machen. Dies führte in den fünfziger Jahren zum Siegeszug waschaktiver Substanzen aus Kohle- und Erdölderivaten (Syndets), die sich in verschiedenen Wirkungsbereichen sinnvoll ergänzen.

Bei Steinfels schaute man der Umwälzung im Bereich des Waschens skeptisch und mit anhänglicher Liebe zur «klassischen» Seife, jedoch nicht tatenlos zu. Bereits 1901 propagierte die Zürcher Firma ihrerseits ein Salmiakwaschmittel, dem sie den Namen *Preziosa* verlieh. Aber das war nur *eine* Waffe im Abwehrgefecht an vielen Fronten. Ein anderer Pfeil im Köcher hiess Werbung: 1907 wurde ein «Reklame-Commis» eingestellt – allerdings nicht direkt wegen der ausländischen Konkurrenz, sondern in erster Linie deshalb, weil man Lohnerhöhungen durch bessere Kapazitätsausnutzung kompensieren wollte. Eine frühe Frucht der Propagandatätigkeit bei Steinfels waren dann die bis in die fünfziger Jahre an mancher Ladenfront anzutreffenden blau-gelben Emailschilder, auf denen es etwa hiess: «Steinfels-Seife – weiss und gelb» oder «Steinfels-Seifen sind hier zu haben» oder schlicht «Steinfels-Seife».

Gezieltes Werben setzt gesetzlich geschützte Markenartikel voraus – scheinbar eine Selbstverständlichkeit, die sich im Hause Steinfels freilich erst im Januar 1904 einstellte: Damals wurde der leicht konische, darum «handlich» genannte weisse Seifenwürfel geschaffen, der viele Jahre lang Haupterzeugnis und Symbol des Betriebs an der Heinrichstrasse war. Die griffige Form dieses Produkts entsprang einer Anregung des erfindungsreichen Adolph Saurer; er hatte auch indirekten Anteil an der maschinellen Umstel-



Steinfels-  
Seifenwürfel – der  
erste geschützte  
Markenartikel der  
Firma in älteren  
und jüngeren  
Erscheinungsformen.



lung, die es ermöglichte, anstelle der traditionellen Schnittseifen Würfel zu pressen und damit unkonventioneller gestaltete Stücke anzufertigen.

Um wettbewerbsfähig zu bleiben, muss man fabrikationstechnisch ständig auf dem laufenden sein. Die *Seife- und Parfümerie-Fabriken von Friedrich Steinfels A.G.* (Briefkopf von 1908) gliederten den Neubauten im Hard fast ohne Pause ergänzende Einrichtungen an, ersetzten alte Maschinen, wandten sich neuen Verfahren und Prozessen zu. Die nachstehende Aufzählung ist nur ein lückenhafter Spiegel dieser Aktivitäten, gibt aber eine gewisse Umstellung von den technischen Evolutionen: 1900 neue Glycerin-Einrichtung; 1901 Kauf eines zweiten Autoklaven, Demolierung der alten Glycerinöfen, Versetzung des alten Hochdruck-Dampfkessels und Anschaffung eines Escher Wyss-Dampfkessels; 1902 Ersetzung der hölzernen Seifenrahmen durch eiserne Flachformen; 1903 Kauf einer Riegel-Hobel-Stempel- und Schneidmaschine sowie einer Bandsäge, Einrichtung von Ölreservoirs und Anschaffung von Zisternenwagen; 1905 Neu-einrichtung der Toilettenseifenfabrik und Beginn der Stearinfabrikation (Stearin und Olein wurden durch Pressen getrennt); 1906 Verfahren zur Eindampfung der glyzerinhaltigen Unterlauge, anstelle von Talgkerzen werden bis 1925 Stearinkerzen fabriziert; 1908 Einstellung der seit 75 Jahren betriebenen Talg-schmelzerei; 1909 neue Olein-Destillation in Betrieb; 1911 arbeitet eine automatische Seifenpresse; 1914 60-Kubikmeter-Siedekessel und stehende Seifenformen, auf Rollen für 500-Kilo-Blöcke.





Eines der ersten  
Steinfels-Plakate  
– gleich ein  
künstlerischer Wurf  
in schönstem  
Jugendstil.

Renommierstücke auf dem Novitätensektor waren drei vor dem Krieg angeschaffte, bis 1936 intensiv genützte *Twitchell-Apparaturen* zur Fettspaltung: Sie ersetzten zwei kleine Niederdruck-Autoklaven und hatten den Vorteil, dass in Holzständen unter atmosphärischem Druck gearbeitet werden konnte. Bevor es im Zürcher Hard installiert wurde, unterwarf man das Twitchell-Verfahren allerdings eingehenden Ermittlungen; nachdem ein Augenschein von Dr. Willy Steinfels bei deutschen Seifenfabrikanten positive Eindrücke gebracht hatte, befand Heinrich Steinfels: «Wenn das Twitchell-Verfahren dem Autoklaven-Verfahren gegenüber so mannigfache Vorteile haben soll (vor allem billiger, selbständigere Spaltung und bessere Stearinausbeute von ca. 5%), so sollen möglichst im Laboratorium grössere Versuche gemacht werden.» 1906 begann man an der Heinrichstrasse mit der Twitchell-Spaltung.

Die Summe aller Steinfels-Massnahmen gegen die helvetische Präsenz der frühen «Seifenmultis» gipfelte in der Devise «Kämpfen und mithalten». Doch wenn die fremden Konzerne letztlich obsiegen sollten – was dann? Firmensenior Heinrich Steinfels war realistisch und fürsorglich genug, sich frühzeitig auf diesen hypothetischen Fall einzustellen. Sein Bestreben ging dahin, unternehmerisch zu diversifizieren und familiär vorzusorgen. Als die 1863 gegründete *Eidgenössische Bank*, beim Eisenbahnstreit zwischen Bundesrat Stämpfli und Privatbahnexponent Alfred Escher erstmals ins Gerede geraten, 1892 nach einer Art «Palastrevolution» einen neuen Verwaltungsrat erhielt, sollte auch Heinrich Steinfels mit von der Partie sein; er stieg dann allerdings erst im März 1915 ins Steuerhaus des schlingernden Boots und «vererbte» 1942 seinem Sohn und Nachfolger Fritz das Mandat, welches freilich 1945 erlosch, als die Schweizerische Bankgesellschaft das angeschlagene Geldinstitut übernahm. Unter einem wenig glückhaften Stern stand für das Haus Steinfels auch ihre Teilhaberschaft an der Zürcher *Plantagen-Aktiengesellschaft*, die noch heute unter leicht verändertem Namen als Geschäftsstelle und Dachorganisation existiert: Waren Hoffnungen auf vorteilhafte Rohstoffbezüge von «eigenen» Gummi- und Kokosplantagen in Sumatra von allem Anfang an höchstens ferne Spekulation, so zerschlugen sie sich vollends, als im Zweiten Weltkrieg und danach in den indonesischen Unabhängigkeitskämpfen alle Felder verwahrlosten und die Besitzansprüche hinfällig wurden.

Besonders gelagert war die unternehmerische Verknüpfung, die sich 1894 aus der ehelichen Liaison zwischen Heinrich Steinfels und Adolph Saurers



Tochter Hedwig ergab. Während sich der Maschinenindustrielle aus Arbon für die Zürcher Seifenfabrik interessierte, nahm der Seifensieder aus der Limmatstadt lebhaft Notiz von der Firma am Bodensee. Heinrich Steinfels, den exklusiven Personenautos aus den Werkstätten des Schwiegervaters und seit 1912 auch den Saurer-Lastwagen besonders zugetan, gehörte von 1919 bis zu seinem Tod im Jahre 1941 dem Saurer-Verwaltungsrat an. Auch in diesem Fall nahm Nachkomme Fritz Steinfels, als Kind oft Feriengast in Arbon, 1946 mittelbar den väterlichen Platz ein und bewahrte dem Ostschweizer Unternehmen durch bessere und böhere Jahre die Treue bis 1971, seit 1956 als Vizepräsident des Verwaltungsrates.

Grundsätzlich privaten Charakter hatte und hat das am oberen Zürichsee gelegene Bauerngut Schirmensee, das Heinrich Steinfels im Dezember des Jahres 1906 kaufte. Am Anfang gespöttelt wegen seiner stadtfernen Erwerbung, dachte der Zürcher Fabrikant weiter als seine Zürcher Zunftgenossen: Schirmensee war – genauso wie die 1934 errichtete *Familien-Stiftung Heinrich Steinfels-Saurer* – eine Absicherung gegen unternehmerische Unbill, eine zweite Karte im riskanten geschäftlichen Spiel. Besonders nach 1918, als schweizerische Seifenerzeuger gleich reihenweise Konkurs anmelden mussten, ging von dem hablichen Gut am Sonnenufer beruhigende Wirkung aus. Und als im Zweiten Weltkrieg Steinfels-Mitarbeiter gleichsam kollektiv nach Schirmensee geschickt wurden, um für sich und die Firma eine eigene «Anbauschlacht» zu schlagen, erwies sich der Landsitz nicht nur für die Unternehmerfamilie als Segen.

### *Die Monpelas-Story*

Wieder ganz zurück in den kommerziellen Bereich bringt uns das Stichwort *Monpelas*, das Stoff für ein eigenes Buch abgab und hier nur exkursorisch erläutert werden kann. Es begann alles damit, dass im Haus Steinfels um die Jahrhundertwende die Idee heranreifte, durch Angliederung eines renommierten französischen Seifen- und Parfümerie-Etablissements wieder über die Landesgrenze zu springen. Das Vorhaben wurde am 1. Februar 1902 Tatsache, als das 72 Jahre zuvor von André Monpelas gegründete, später unter seinem Namen weitergeführte Haus mit Verkaufsgeschäft in Paris und Produktionsstätte in Vincennes von den drei Steinfels-Brüdern zu gleichen Teilen erworben wurde. Da man im Hard mit der eigenen Parfümerie et-



Die Zugnummer der Monpelas-Palette: Malacéïne.



welche Mühe hatte, war es keineswegs abwegig, sich im Zentrum der kosmetischen Künste umzusehen.

Ähnlich wie im Falle der kurzlebigen Mülhauser Filiale von Firmengründer Friedrich Steinfels liegen auch in der Monpelas-Story Hoffnungen und Enttäuschungen nahe beieinander. Mochte das französische Etablissement in der Preisliste von 1903 noch von Produkten schwärmen, «qui se vendent dans le monde entier, se recommandent tout particulièrement par leurs qualités hygiéniques et la finesse de leurs parfumes», so gewann Willy Steinfels als «Paris-Kundschafter» schon gleich nach der Übernahme den Eindruck, dass die einigermaßen erfolgreiche *Malacéïne-Creme* «das einzige wirklich brauchbare Produkt der Fabrik darstellt». Obwohl Hans Steinfels in den folgenden Jahren fast dauernd in der französischen Metropole weilte, ergaben sich Verluste über Verluste: Am 14. Juli 1908 bezifferten die Steinfels-Brüder die Monpelas-Investitionen (inklusive Kauf) auf eine halbe Million Franken und stellten fest, dass das Zürcher Haus «durch die ebenfalls nicht rosige Geschäftssituation in der Schweiz fürderhin diese Zuschüsse nicht mehr leisten kann». Von einer Schliessung der Pariser Parfümerie und einer Reduktion auf den Malacéïne-Vertrieb sah man in der Hoffnung auf baldige Rendite durch vermehrte Werbung vorderhand ab.

Doch das Missvergnügen über die ungeratene «Tochter» schwelte weiter und wurde zu allem Unglück auch noch von Gereiztheiten überlagert, die im Frühjahr 1910 zum Eklat zwischen Heinrich und Hans Steinfels führten. Als der Jüngste im Bunde den beiden älteren Brüdern eine Offerte zur alleinigen Übernahme der Filiale machte, verhehlte er nicht, dass bei seinem Vorschlag ausser dem persönlichen Ehrgeiz, das Pariser Geschäft zum Florieren zu bringen, auch der Wunsch nach Selbständigkeit und Befreiung von blosser Befehlsempfängerei eine wichtige Rolle spielte. Heinrich und Willy Steinfels gaben am 14. Juli ausdrücklich ihren Tadel am Fleiss des Bruders zu Protokoll und sprachen vom «schlechten Einfluss von Paris auf die Arbeitslust und Arbeitskraft von Hans», der indes energisch widersprach und die Meinung vertrat, dass man von einem Geschäftsleiter «nur verlangen dürfe, dass er sein Geschäft im Kopfe habe und wisse, was seine Leute treiben». Diese These – die stark an die schriftliche Rechtfertigung des jungen Steinfels-Cramer an die Adresse des Vaters und Firmengründers erinnert – parierte Heinrich mit der Auffassung, «dass neben dem Im-Kopfe-Haben und Disponieren die ständige, persönliche Kontrolle seiner Angestellten, hauptsächlich seines Stabes, eine Hauptaufgabe des guten Geschäftsleiters sei».

Nach einer weiteren stürmischen Sitzung, in deren Verlauf der vermittelnde Willy «eine Unvereinbarkeit zweier Temperamente» konstatierte, legte sich fürs erste der familiäre Wirbel um Kompetenzen, Defizite und Zürcher Geschäftsprioritäten. Im Sinne der organisatorischen Vereinfachung wurde dann Ende 1910 beschlossen, Steinfels- und Monpelas-Parfümerie fallenzulassen, in Paris allein die Malacéine-Serie zu forcieren und in Zürich eine Konzentration auf Toilettenseifen herbeizuführen. Weiteren Plänen – Suche nach finanzkräftigen Gesellschaftern für Monpelas, Handel der französischen Produkte in Drittländern – machten der Weltkrieg und die nachfolgenden Krisenjahre einen dicken Strich durch die Rechnung.

Obwohl der Fabrikationsbetrieb in Vincennes während der zwanziger Jahre erweitert und modernisiert wurde, blieb Monpelas ein Sorgenkind. Weil sich nach dem Ausscheiden von Willy Steinfels das Teilhaberschaftsverhältnis stark zugunsten von Heinrich Steinfels verschoben hatte und Hans Steinfels nun einmal nicht der Mann unternehmerischer Prinzipienreiterei war, verstärkte sich der Einfluss des Zürcher Mutterhauses mehr und mehr – erst recht, als der Pariser Bruder 1931 bei einem seiner regelmässigen Besuche an der Heinrichstrasse einem Herzversagen erlag. Trotz Umstrukturierungen, buchhalterischer Strenge und helvetischem Produktivitätsbewusst-

Hans Steinfels  
(1878–1931).



sein blieben auch in der Folge die Gewinne minim. Zwar gelang es, von der Zürcher Kommandobrücke aus das schlingende Franzosenschiffchen einigermaßen zu stabilisieren, doch forderte eine ausgesprochen rege Konkurrenz mitten in der schweren Depression der dreissiger Jahre zu hohen und trotzdem ungenügenden Werbeaufwendungen heraus.

Nach den schwierigen, von Betriebsunterbrüchen gekennzeichneten Jahren des Zweiten Weltkriegs bemühte sich Friedrich Steinfels-Hirzel, nunmehr Leiter des Zürcher Unternehmens, die Pariser Filiale neu zu beleben und führte zusammen mit der amerikanischen *Kolmar*-Gesellschaft die A-*façon*-Fabrikation von Kosmetika für französische Parfumeurs und Couturiers ein. Seit 1950 residierte dann wieder ein Steinfels permanent in der Monpelas-Chefetage: Sympathisch, lebenslustig und freiheitsliebend wie sein Vater Hans versuchte *Daniel Steinfels*, inzwischen volljährig geworden, eigene Ziele anzusteuern. In Vincennes wurde die Monpelas-Marke allmählich von den amerikanischen *Kolmar*-Produkten verdrängt, die heute von der französischen Steinfels-Linie auch in Deutschland (Offenbach) und Grossbritannien (East Grinstead) lizenzweise fabriziert werden. Zwischen Zürich und Paris wuchs, technisch und menschlich, die Distanz. 1962 zog man hüben und drüben die Konsequenz und nahm durch Aktientausch eine geschäftliche Entflechtung vor: Die Kolmar-Monpelas-Tochter machte sich hundertprozentig selbständig und verzichtete auf ihren 15-Prozent-Anteil am Zürcher Unternehmen. Das Kapitel Paris konnte ad acta gelegt werden.

*Erster Weltkrieg: Der Wettbewerb wird neutralisiert*

Wenden wir nach diesem Ausflug in die Nachkriegszeit den Blick nochmals zurück in die Anfangsphase der Drei-Brüder-Ära. Zu der Zeit, als Heinrich Steinfels erste diversifizierende Vorsorgemassnahmen traf, begannen die Vertreter der schweizerischen Seifenbranche die Fragwürdigkeit individualistischer Einzelkämpfer einzusehen. Am 23. Oktober 1899 konstituierten sich 32 Firmen als *Verband Schweizerischer Seifenfabrikanten (VSS)*, beschworen gleichentags ihre gemeinsamen Interessen gegenüber ausländischer Konkurrenz und eidgenössischen Zollbehörden und wählten Heinrich Steinfels-Saurer zum ersten Präsidenten des bald auf 40 Mitglieder anwachsenden VSS.

Entgegen der ursprünglichen Zweckbestimmung konzentrierte sich der Branchenverein umgehend auf Fragen der Verkaufspreise und Grossisten-Konditionen, um Unterbieter aus den eigenen Reihen oder Aussenseiter mit kartellistischem Gewicht zur Ordnung zu rufen. Eine Bewährungsprobe grösseren Ausmasses waren für den VSS die Krisenjahre des Ersten Weltkriegs. Die erschwerte Rohstoffeinfuhr, die Mitte Dezember 1914 ein schweizerisches Seifenexportverbot zur Folge hatte, führte im März 1915 zur Schaffung einer gemeinschaftlichen VSS-Importstelle (*Office d'importation du Syndicat des fabricants suisses de savon et bougies*), die bis zur Gründung der kriegswirtschaftlichen *Société Suisse de Surveillance (SSS)* gute Dienste leistete. Unter dem SSS-Regime wurde dem als Syndikat formierten Branchenverein der Seifenhersteller ein Einfuhrkontingent aufgrund der Vorkriegszahlen bewilligt. Der VSS selbst verzichtete indes auf feste Zuteilungen und operierte recht erfolgreich, indem er den einzelnen Mitgliedfirmen unter Ausnützung ihrer jeweiligen geschäftlichen Beziehungen maximalen Rohmaterialimport zum Wohl aller empfahl.

Engpässe waren dennoch unvermeidlich. Der deutsche U-Boot-Krieg gegen alliierte Handelsschiffe bewirkte, dass Seefrachten 1917 teuer und spärlich ausfielen. Aber auch auf dem Schienenweg wurde die Transportkapazität knapp. Rar waren neben den Rohmaterialien Kohle und Koks. Für hochwertige Seifen jedenfalls fehlte es so ziemlich an allem. Der VSS schrieb darum seinen Mitgliedern vor, eine 350-Gramm-Kriegsseife zu fabrizieren, die nur 30 bis 33 Prozent Fett enthielt – die Hälfte des Fettgehalts erstklassiger Kernseife. Während dieser Notbehelf nach 1918 schnell wieder verschwand, benützten allerlei Tüftler und Pfuscher die «Verdünnungsdevise»

Im Ersten Weltkrieg wurde eine besondere Kriegsseife fabriziert. Das Bild zeigt deren Prägestempel.



noch lange als Stimulans, um hochwertige Seife in fünf- bis zehnprozentige Seifenlösung zu verwandeln, die erstarrte «Gallerte» kübelweise von Tür zu Tür als Schmierseife zu verkaufen und angesichts der Verfünffachung der Seifenpreise im Lauf der Kriegsjahre nette Gewinne einzustreichen. Derlei Betrügereien, die auch bei Waschpulvern im Schwange waren, veranlassten den Verband Schweizerischer Seifenfabrikanten, einen Minimalgehalt an Fettsäure von acht Prozent zu verlangen. Als neutrale, allerdings vom VSS subventionierte Kontrollstelle wurde im übrigen 1918 der *Schweizerischen Versuchsanstalt* in St. Gallen nach den Abteilungen I und II (Textil- und Lederindustrie) die Abteilung III (Fette und Öle, Seifenindustrie) angegliedert.

Bei Steinfels erkannte man nicht nur die Schwierigkeiten und Hemmnisse, sondern auch den stillen Vorteil der vier Weltkriegsjahre. Ein Geschäftsleitungsprotokoll vermerkte unterm 24. Mai 1916: «Heinrich Steinfels-Saurer wünscht die Gelegenheit der Kriegszeit auszunützen durch sozusagen kostenlose Einführung von Artikeln, welche im Frieden grosse Reklamekosten verursachen würden. In erster Linie käme ein gutes Perborat-Waschpulver, ferner eine Putzseife mit Holzmehl, dann eine Wollwaschseife.» Am 17. Juli des gleichen Jahres wurde von «oben» forciert: «Heinrich Steinfels wünscht, dass die Waschpulver-Fabrikation bis Ende Juli im Betrieb sei, weil im September die Sodafabrik Zurzach voraussichtlich mit ihren Sodalieferungen beginnen wird» – jene Fabrik, welche die schweizerischen Seifenhersteller fortan bei Alkalien auslandunabhängig machte.



Der Wille zur Produkterneuerung hatte sich schon 1914 manifestiert, als die *Zephyr-Rasierseife* aus bestem Kokosfett und Stearin eingeführt und damit der Grundstein für eine dauerhafte und populäre «männliche» Pflegelinie gelegt wurde. Einige Monate vor Kriegsausbruch, nämlich am 3. Januar 1914, war übrigens ein wichtiger personeller Zuzug zu verzeichnen: *Fritz Steinfels*, Heinrichs Sohn und späterer Nachfolger, trat nach Absolvierung der Oberrealschule ins Geschäft an der Heinrichstrasse ein. Unterbrochen von insgesamt sechsjähriger Militärdienstzeit – der 1895 geborene Repräsentant der vierten Firmengeneration gestaltete die Motortransporttruppen wesentlich mit und bekleidete seit 1945 den Rang eines Obersten – wie auch von Weiterbildungsaufenthalten in Frankreich, Grossbritannien und Amerika, diente er unter väterlicher Ägide zwei Jahrzehnte lang als Siedemeister und technischer Leiter, um hernach ein Patron eigener Prägung zu sein: War «Heiri» für die Untergebenen der Haudegen, Dragoner und Jäger, ein Herr und Meister alter, patriarchalischer Schule gewesen, so kam mit «Friedrich dem Vierten» ein Betriebsmann in die Firma, ein strenger Kalkulator, aber kein auf Distanz bedachter «Dynast», vielmehr ein zugänglicher Prinzipal, der den Wandlungen im technischen und zwischenmenschlichen Bereich aufgeschlossen gegenüberstand.

*«Schweizerfranken für Schweizerware»*

«Die Sauerstoffwaschmittel mögen für die Wilden gerade noch gut genug sein, ein wirtschaftlich denkendes und eingestelltes Kulturvolk sollte sie mit Entrüstung zurückweisen.» – Das ist kein Merksatz, der in der Steinfels-Propagandaküche zubereitet wurde, aber das pointierte Zitat eines Berliner Professors wurde Ende der zwanziger Jahre in Inseraten aus der Heinrichstrasse kolportiert und entsprach ziemlich genau der Auffassung von Heinrich Steinfels, dessen Herz für die traditionsreiche Seife schlug. So wurde denn auch in andern Anzeigentexten das professorale Wort paraphrasiert – man nahm im Glaubenskrieg zwischen alten und neuen Reinigungsmitteln eindeutig Stellung: «Mutter sagt, sie will Steinfels. Nach all den schlimmen Erfahrungen, welche sie mit bleichenden, sogenannten selbsttätigen Waschpulvern gemacht hat, will sie nur noch die reine, milde Steinfels-Seife.» Ein weiterer Werbetext arbeitete mit drastischem Vergleich: «Wird die Wäsche mit Steinfels-Seife, die die Gewebe schmiegsam erhält, gewaschen, so bleibt sie mindestens 10 Jahre lang gebrauchsfähig. Werden zum Waschen aber

Steinfels-Areal in den  
zwanziger Jahren.

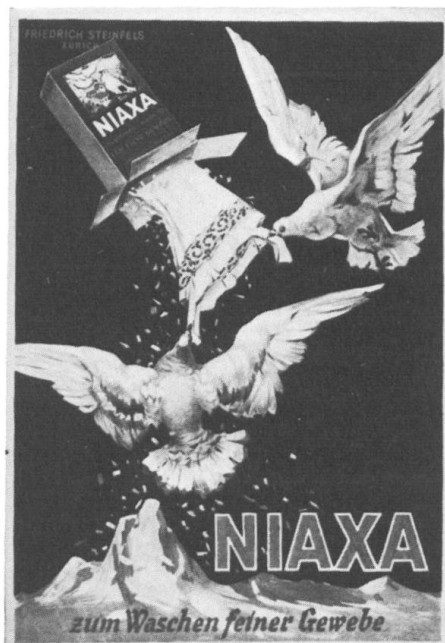


Waschpulver verwendet, die infolge ihrer scharfen Bestandteile die Gewebe angreifen und die Wäsche frühzeitig zugrunde richten, so hält die Wäsche längstens 5 Jahre aus.»

Die Steinfels-Leute waren freilich viel zu klug, ausschliesslich der Sprache des Herzens zu folgen. Den ausländischen Konzernen mit schweizerischer Niederlassung, zu denen sich 1931 auch *Colgate-Palmolive* gesellte, und ihren ausserordentlich aufwendigen, auf Verdrängung ausgerichteten Propagandafeldzügen für das neue, bequeme, freilich auch etwas teurere Waschen begegnete man kämpferisch, jedoch argumentativ: mit hoher Seifenqualität, knapper Kalkulation, vergleichsweise bescheidener, aber origineller und sprachmächtiger Eigenwerbung – und natürlich durch Abwehr mit der Konkurrenten eigener Waffe. Der Haushaltseife, «unserem Brotkorb» (Wochenprotokoll der Geschäftsleitung vom 15. Mai 1933), gab man einmal die Form des Neuen: Auch wenn sich das paketweise Abfüllen zunächst fast archaisch vollzog, *Steinfels-Seife* gab es nicht nur in handlichen Stücken, sondern auch als Späne (bis 1927), Flocken (1927 bis 1970) und Fäden (1936), als *Niaxa-Flocken* (1923 bis 1936), *Niaxa-Fäden* (1937 bis 1951) und *Maga* (1930 bis 1942, der *Benzitseife* entsprechendes Pulver für stark verschmutzte

Wäsche). Und dann hatte man «das Neue» selbst ebenfalls vorrätig: Auf das Salmiak-Waschmittel *Preziosa* folgten gleich nach dem Ersten Weltkrieg das Perborat-Produkt *Waage* (1918 bis 1935) und 1932 das als Tiefpreis-Kampfabartikel lancierte *Jä-Soo*, ein weit zählebigeres «Antipersil» als das 1928 vom Seifenfabrikanten-Verband geschaffene, auch von Steinfels kurzzeitig gefertigte *Nova*-Waschmittel.

Den Werbemillionen, mit denen Henkel sein *Persil* und seit den mittleren dreissiger Jahren Sunlight sein *Radion* den helvetischen Hausfrauen schmackhaft machten, hatte Steinfels ungleich kürzere Spiesse entgegenzusetzen. Schon 1922 hatte das 70 Rappen kostende Bleichwaschpulver *Waage* gegen das fast doppelt so teure *Persil* einen schweren Stand, was man an der Heinrichstrasse auf die Wirkung der Reklame zurückführte, in die Steinfels damals jährlich lediglich etwa 200 000 Franken investieren konnte. Mit 300 000 Franken war das *Jä-Soo*-Werbudget ein knappes Jahrzehnt danach eine gleichermassen bescheidene Angelegenheit, die fast zum Schiffbruch geführt hätte, als Henkel 1933 den preiswerten «Kampf- und Umsatzartikel» aus Zürich mit massiver Gegenpropaganda fast aus dem Feld schlug. Der rührige Reklamechef der Firma Steinfels regte in der Folge eine Gutschein-Aktion als Test an und gab im Mai jenes Jahres dezidiert seine Meinung zu Protokoll: «Es ist nachgerade höchste Zeit, dass wir uns zu einer



Der Werbestil der dreissiger Jahre.

aggressiven Reklame entschliessen. Wir müssen unser Hausrecht als alte Schweizerfirma rigoroser als bisher handhaben.» Diese Auffassung schlug sich werbemässig in einer mit 30 Vergütungsrapen versüssten Aufforderung an die «liebe Hausfrau» nieder, ihre «Schweizerfranken für Schweizerware» auszugeben, denn «in Deiner Hand liegt das Schicksal so vieler Arbeitsloser. (. . .). Für ein grosses Paket Sauerstoff-Waschmittel bezahlst Du heute noch 80 cts., während das schweizerische Produkt *Jä-Soo* zu 60 cts. mit Rückvergütungen erhältlich ist. (. . .) Es liegt uns viel daran, Dich zu überzeugen, dass das schweizerische Sauerstoffwaschmittel trotz des niedrigen Preises mindestens gleich gut ist.»

Als *Jä-Soo* auch 1939 mit 55 Rappen tief unter der Preisschwelle ausländischer Konkurrenzprodukte lag – «weil keine übermässige Reklame gemacht wird» und «weil die Fabrik sich mit einem bescheidenen Gewinn begnügt (sie zahlt keine Dividenden nach dem Ausland)» – und die Zürcher Landesausstellung zu einer Manifestation schweizerischer Leistungs- und Abwehrbereitschaft zwischen Europas politischen Gewitterfronten gedieh, gab sich auch die Steinfels-Werbung im Stil der Zeit. Sie propagierte Seifen-Notvorsorge («Warten Sie nicht. Morgen schon könnte es zu spät sein!»), offerierte ausserdem eine «Landi-Geschenk-Packung» und wurde in ihren «Steinfels-Mitteilungen» sehr vaterländisch: «Die Firma Steinfels ist eine rein schweizerische Unternehmung, deren Besitzer, Leiter, Arbeiter ausschliesslich Schweizer sind. Kein ausländisches Kapital ist an der Firma beteiligt. Sie ist absolut selbständig und vom Ausland unabhängig. Sie ist keine Filiale eines ausländischen Trustes, sondern seit bald 110 Jahren Eigentum einer alten Schweizerfamilie.» Die beigefügte Armbrust unterstrich die wackere Tellen-Mentalität.

Hier gute Schweizerart – dort verwerfliche ausländische Kapitalistengesinnung? Das pathetische Tableau ist zu schön, um ganz glaubhaft zu sein. Bevor Steinfels sein *Jä-Soo* ins Rennen schickte, hatte auch Gottlieb Duttweilers *Migros-Genossenschaft* einen preiswerten «Persiltöter» auf den Markt gebracht: Das Perborat-Waschpulver *Ohä* (ohne Hänkel), das im Namen und in der Verpackungsgrafik so unverblümt auf das populäre Henkel-Produkt anspielte, kam zwangsläufig auch dem Steinfels-Renner *Jä-Soo* ins Gehege. Das war freilich nicht die erste unliebsame Erfahrung der Steinfelsianer mit dem eigenwilligen Duttweiler, der sich vor seiner Migros-Schöpfung mehrfach ohne Fortüne als wirtschaftlicher Glücksritter versucht hatte – unter anderem 1921, als er in seiner Eigenschaft als Rohstofflieferant



Waschpulver von der Heinrichstrasse: Von Preziosa über Waage zu Jä-Soo.

für schweizerische Seifenhersteller Käufer für eine Olivenölfabrik in Malaga suchte und dabei an Heinrich Steinfels gelangte, der sich daraufhin das Objekt im fernen Spanien mehr aus Neugier und Reiselust denn mit echtem Interesse ansah. 1927 kam dann die Migros ins Spiel, zu deren ersten Artikeln Stückseife zu Tiefpreisen gehörte.

1930 wurde der Steinfels-Chronik anvertraut: «Migros macht sich für uns bemerkbar, indem die Verbände stark auf die Preise drücken.» Und 1933 wurde an der Heinrichstrasse festgehalten, die Migros richte «den Detailhandel, mit dem die Existenz unserer Fabrik aufs engste verknüpft ist, zugrunde». Als darum in jenem Jahr «von einem Spezierer» gemeldet wurde, «dass einer unserer Arbeiter nicht nur Lebensmittel, sondern sogar *Ohä* in der Migros gekauft habe», war das Mass voll: Die Steinfels-Geschäftsleitung beschloss, derlei «Übergriffe» nicht zu dulden und auf warnenden Anschlägen in der Firma «die Entlassung Fehlbarer» anzukündigen. Rauhe Sitten, fürwahr, doch kein Einzelfall im damaligen Krisen- und Verdrängungsklima – und auch kein Hinderungsgrund für firmenoffizielle Zusammenarbeit mit Duttweiler während des Zweiten Weltkriegs.

#### *Indianerromantik aus der Heinrichstrasse*

Vom Branchenverband hatten die VSS-Mitglieder in solcher Lage wenig Rückendeckung zu erwarten. Das gemeinsame Sauerstoffwaschmittel *Nova* war ein Fehlschlag. Die Absicht, gegen Ausländerkonzerne und Migros mobil zu machen, endete nur zu oft in internem Disput und kartellistischem Dickicht. Immerhin kam im März 1934 zwischen dem Verband Schweizerischer Seifenfabrikanten und einigen potenten Aussenseitern – darunter der Sunlight AG – eine Preiskonvention zustande, der letztlich die am 14. November 1939 gegründete *Union der Seifenfabrikanten der Schweiz (USS)*, Nach-



folgeorganisation des VSS, entsprang. Wer sich hierzulande gegen die Waschgiganten behaupten wollte, durfte freilich nicht auf solche Solidaritätsbeweise allein bauen. Ein wirksamer Helfer in der Bedrängnis war neben der ökonomischen Sparsamkeit die phantasievolle Vermarktung. Die Firma Steinfels verfügte mit *Ernst Meier* seit 1926 über einen sehr einfallsreichen und aktiven Reklamechef, der sein Handwerk bei der Berner Schokoladenfabrik Tobler gelernt hatte, wo man nach französischem und italienischem Vorbild zur kauffördernden Abgabe bunter Sammelbilder gelangt war. Die gleiche Technik übertrug sich auf Steinfels-Produkte: Ab 1926 wurden den *Waage*-Packungen Blumenbilder beigegeben – 72 verschiedene Motive, die man in ein Album kleben konnte. Obwohl von insgesamt 35 000 Alben rund 4000 Bücher vollständig vorgewiesen und dafür ebensoviele Fotoapparate und Seifenkisten als Sammelprämien verschenkt wurden, ergab sich keine nennenswerte Umsatzsteigerung.

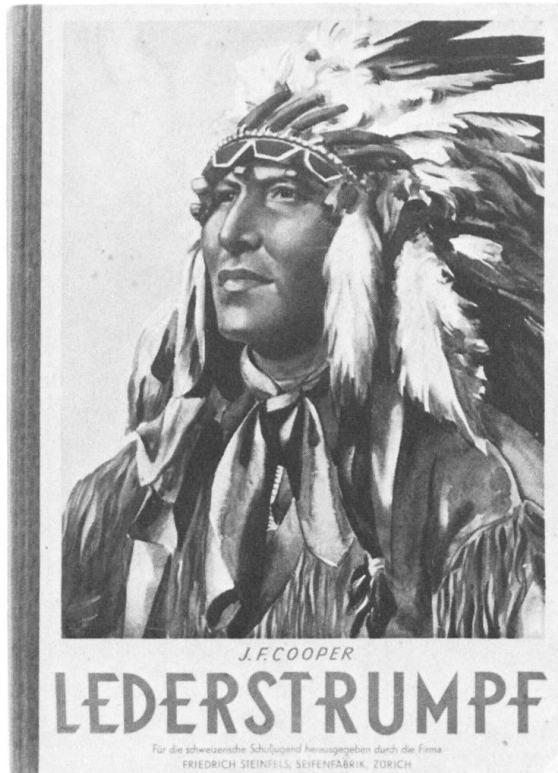
Die Blumenbilderaktion vermittelte aber einige Erfahrungen, die man nutzte, als Steinfels anfangs der dreissiger Jahre mit System eine neue Sammelleidenschaft entfachte: Im Vertrauen auf die damals noch intensiv lockende Exotik ferner Kontinente gab man das 48-Seiten-Buch «Mit Carl Hagenbeck auf Tierfang» zum Preis von Fr. 1.50 oder gegen Vorweisung von 15 leeren *Maga*-Packungen ab, einen grossformatigen Band, zu dem 320 Abenteuerbildchen passten – mehr farbenfrohe als anschauliche Sequenzen aus deutschen UFA-Dokumentarfilmen, aber gleichwohl «ideales Lehr- und Anschauungsmaterial namentlich für unsere Jugend», wenn man dem Vorwort glauben darf. Zu den Bildern kam man als Käufer von Steinfels-Seifen oder -Waschpulvern. Speditiver ging es freilich, wenn man einen neuen Sammler werben konnte. Wem es gelang, sechs oder zwölf Sammler zu animieren, dem stand ein silbernes respektive goldenes Abzeichen zu. Und wer es gar auf 25 Meldungen brachte, durfte mit einer grossen vergoldeten Löwenplakette und mit namentlicher Nennung sowie Gewinnerkonterfei auf ganzseitigen Illustrierteninseraten rechnen.

Ein ähnliches, freilich noch umfangreicheres Szenarium der Sammelwut entwickelte Steinfels 1937 mittels einer 60 Seiten dicken und 300 Farbbilder umfassenden Ausgabe von Coopers «Lederstrumpf». Der Erfolg war durchschlagend, und die Geister, die der Werbechef rief, wurde er kaum mehr los: Die schweizerische Schuljugend organisierte sich in Indianerklubs, Pausenplätze wurden zu Tauschbörsen, Mohikanerstämme gingen vor oder nach den Hausaufgaben auf den Kriegspfad. Diverse Schulämter intervenier-



ten an der Heinrichstrasse wegen der «kriegerischen Propaganda» aus harmlosen Waschmittelpackungen; 1938 wurde Juniorchef Fritz Steinfels deswegen persönlich vor den sanktgallischen Erziehungs- und Militärdirektor zitiert.

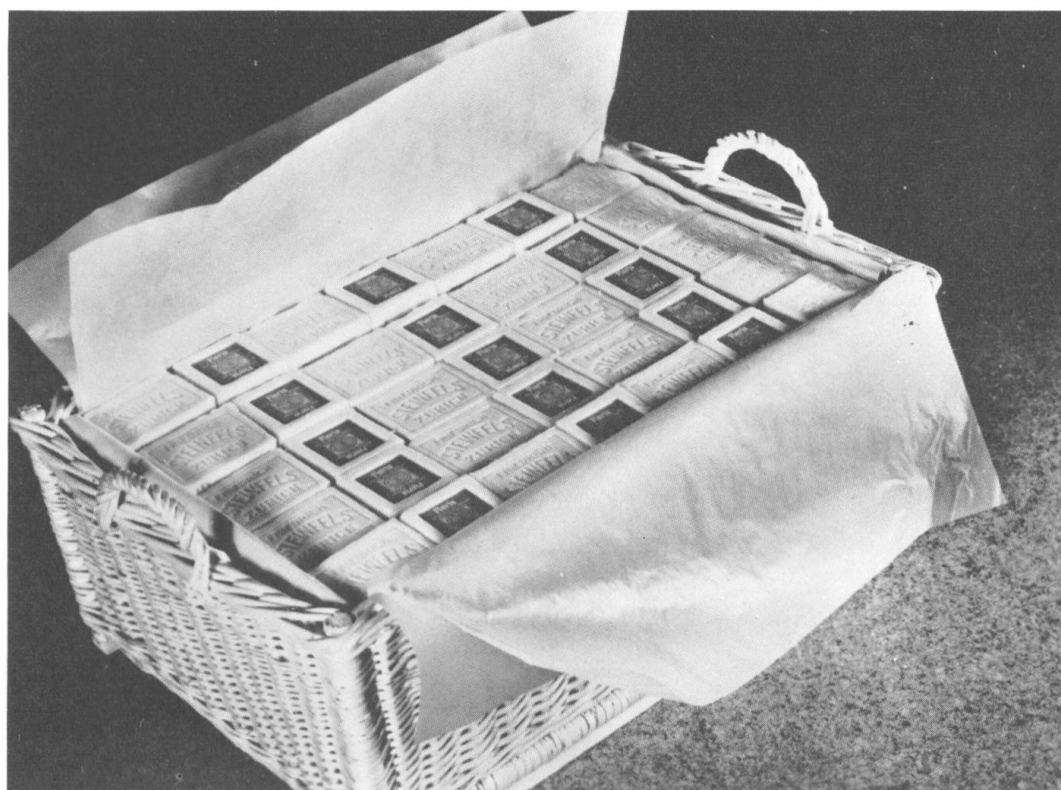
Die pädagogische Schelte wog allerdings nicht schwer, denn während Hitler-Deutschland gewaltig die Muskeln spannte, galt es hierzulande, der Jugend Verteidigungsbereitschaft einzuimpfen. In diesem Sinne leitete das Vorwort des Steinfels-«Lederstrumpf» die Indianerromantik in durchaus aktuelle Kanäle: «Nicht absprechen kann man den Indianern den Heldenmut, mit dem sie ihr angestammtes Land verteidigten gegen die eindringenden Fremdlinge und nur nach harten Kämpfen Fuss für Fuss zurückwichen, überwältigt durch die überlegene Kampftechnik einer höher entwickelten Menschenrasse. Uns Schweizern aber können und sollen sie nebst unseren Vorfahren als leuchtendes Beispiel dienen, wie ein Volk von Helden seine schöne heimatliche Scholle verteidigen und das Letzte opfern soll übermächtigen Eindringlingen gegenüber». Wer sich weniger am hehren Inhalt als an der Prämie für das mustergültig gefüllte «Lederstrumpf»-Album erbaute,



Ein altes Jugendbuch macht Furore in neuem Gewand.

durfte sich nur bis Ende Juni 1940 auf eine Fotokamera, einen Fussball oder eine Kiste Seifenprodukte freuen: Der Zweite Weltkrieg fror für mehrere Jahre das Zugabewesen und die intensive Werbung ein, gleichzeitig endete das Steinfels-Sammelsystem, das ohnehin die Kapazitätsgrenzen einer einzelnen Firma erreicht hatte, um nach dem Krieg einer Lösung auf breiterer Basis Platz zu machen.

Wenn von der Steinfels-Werbung der Zwischenkriegsjahre die Rede ist, darf ein Ereignis nicht unerwähnt bleiben: Im September 1932 feierte das Familienunternehmen von der unteren Heinrichstrasse offiziell sein hundertjähriges Bestehen. Die Firma selber erlaubte sich einen freien Samstag und eine festliche Fahrt zum Rütli, an der ehemalige Steinfelsianer mit ihren Ehepartnern ebenfalls teilnehmen durften. Auch nach aussen gab man sich, den schwierigen Zeiten entsprechend, eher bescheiden, nahm indes die Chance wahr, auf das traditionsreiche Haus und seine Produkte aufmerksam zu machen. Den waschenden Hausfrauen offerierte man zu besonders günstigen Konditionen einen «Steinfels-Jubiläumskorb» mit 105 Seifenstücken. «Jubiläumspakete für Damen und Herren» enthielten *Zephyr*-Pflegeprodukte



Hundert Jahre  
Steinfels:  
Jubiläumskorb mit  
105 Seifenstücken  
von 1932.

zum Sonderpreis. Zeitungs- und Zeitschriftenredaktionen schickte die Firma eine kurze Selbstdarstellung, die da und dort publiziert wurde und in der Maxime gipfelte: «Das Prinzip der Firma Friedrich Steinfels in Zürich war stets, eine erstklassige Qualität ohne allzuviel Reklame zu einem vorteilhaften Preis zu verkaufen.»

Gelegentlich heftete eine Journalistenfeder selbstverfasstes Lob an den Standardtext – oder arbeitete den Text zum Eigengewächs um. Die «Neue Zürcher Zeitung» rühmte am 15. April 1932 das «unablässige, zähe Arbeiten und Kalkulieren dreier Generationen, bis die heutigen wohlbekannten Produkte auf dem Markte erschienen, die sich wider eine übermächtige, ausländische Reklamemassensuggestion behaupten konnten». Und die «Zürichsee-Zeitung» vermerkte am 29. September jenes Jubeljahrs: «Wenn das Wort von der Politik und der Geschichte gilt, so trifft es mindestens so gut auf die Unternehmungen zu: *Männer* machen die Wirtschaft! Geradezu spannend ist es, den Werdegang solcher alten Firmen zu verfolgen, ihren Kampf mit den Verhältnissen, Rückschläge und Aufstieg, und das Gemeinsame dieser Betriebsgeschichten ist immer die *starke Persönlichkeit*, die letzten Endes den Erfolg erzwingt.»

Anerkennendes Rauschen aus dem Blätterwald provozierte auch eine leichtfassliche und hübsch illustrierte Jubiläumsbroschüre, die sich unter dem Titel «100 Jahre Friedrich Steinfels» nicht in Selbstlob erging, sondern neben einem knappen Firmenrückblick den Seifensiederalltag des Jahres 1932 darstellte. Weil auch heute die Technik jener Zeit interessiert, sei hier einiges aus dem Büchlein zitiert: «Von den grossen Ölraffinerien der Hafenstädte werden die Öle in die Zisternenwagen abgefüllt, die in eiliger Flucht das Schienennetz des Kontinents durchrollen. Aber auch die weitbauchigen Schleppkähne der Binnenwässer verfrachten das wertvolle Gut. Jede Sendung wird bei Ankunft in der Fabrik auf ihren Wert, auf ihre Qualität geprüft und gewertet. Seife ist heute Chemie! Nach weiser Mischung der Öle, je nach dem gewünschten Endprodukt, werden die grossen Siedepfannen damit gefüllt, und nun beginnt in ihrem mächtigen Bauch das brodelnde Wunder, die Geburt der Seife! Acht Tage lang geht der zischende Hexenzauber, und keine Vorsicht ist gross genug, um den wertvollen Sud glücklich zu vollenden. Wie beim Glockengiesser wird nun die dickflüssige Seifenmasse in Formen gegossen und zum Erstarren gebracht. Als weisse, gelbe, grüne Marmorblöcke stehen sie nun da, die hunderte von Kilo schweren Kuben. Diese werden mit Stahldrähten zu Tafeln, Stangen und Würfeln geschnitten. Da

sind wir ganz im technischen Wunderreich der Maschine. Aber das Zeichen? Die Hausmarke? Der Geburtsschein fehlt ja noch! Da werden nun die doppelhäufigen Würfel zwischen vier Stahlkiefer einer Presse geschoben, ein Knack – und da ist es wieder, das Seifenkind, sauber und schmuck, geprägt und besiegelt und ausgewiesen mit Heimatschein». Den Raffinessen der Toilettenseife wurde eine weitere kleine Werbehymne zugeeignet, alles in allem war freilich nur vom traditionellen Gewerbe die Rede.

War's diese Einseitigkeit, welche das Unternehmen 1939 bewog, die sympathische Werbung durch Herstellungsbeschreibung auch auf die moderne Waschmittel-Produktion auszudehnen? Jedenfalls verdanken wir einer *Jä-Soo*-Reklame jenes Jahres die folgende Darstellung: «In grossen Siedekesseln von über 60 000 bis 70 000 Litern Inhalt werden beste Pflanzenöle zu einer prächtigen weissen, angenehm frisch duftenden Seife verarbeitet. (. . .) Sie wird, noch heiss und flüssig, in einen grossen, modernen Sprühturm gepumpt, wo sie durch schnell rotierende Düsen in den Raum des Turmes gesprüht wird. Ein starker Luftstrom wirbelt die zerstäubte Seife im Turm herum, bis sie als trockenes Pulver auf den Boden fällt. In besonderen Apparaturen wird diesem Seifenpulver erstklassiges Natriumperborat beige mischt.»

Einiges ist hier präzisierend nachzutragen. Zum Beispiel die Tatsache, dass die Friedrich Steinfels AG ihren ersten Zerstäuberturm 1930 installierte; zuvor war das Perborat-Waschpulver *Waage* nach dem primitiven und mühseligen Tenneverfahren hergestellt worden (Breiaufbereitung in einer Mischmaschine, Trocknen der Masse auf dem Boden, Zerkleinern und Mahlen der erstarrten Klumpen). Etwa zur gleichen Zeit besichtigte Heinrich Steinfels bei einer deutschen Speiseölraffinerie eine Anlage zur destillativen Entsäuerung von Speiseölen nach System Wecker. Er entschied sich spontan zu deren Beschaffung. Sie machte die Verwendung minderer Fettqualitäten für die Herstellung von Seife möglich. Erst 1957 musste diese Anlage einer kontinuierlicheren Destillation von dreifacher Kapazität weichen.

Neben den physikalischen Methoden machte die chemische Reaktionstechnik in der Fettsäureherstellung rund um den Zweiten Weltkrieg grosse Fortschritte. Weil die Fettsäureherstellung nach dem Twitchell-Verfahren in offenen Behältern unter Entwicklung übler Gerüche erfolgte, beschaffte Heinrich Steinfels 1936 einen ersten Hochdruck-Autoklaven, der es erlaubte, diesen Prozess ohne die unangenehmen Nebenerscheinungen und mit wesentlich besserer Ausbeute auszuführen.

*Von Preisen, Löhnen, Weihnachtsbescherungen und «Heiraten»*

Die Schilderung der Ära Heinrich Steinfels-Saurer wäre unvollständig, verlöre sie nicht einige Sätze zum Thema Preise und Löhne sowie zu den Stichworten Soziales und Betriebsatmosphäre. Auf unternehmerischer Seite war die Krisenzeit zwischen den Weltkriegen nur mit Standfestigkeit und Verlusten durchzustehen. Aber kleine Helden des Alltags gab es auch unterhalb der Kommandobrücke, Männer und Frauen, denen der Sinn schon deshalb nicht nach Extravaganz stand, weil das Normale fehlte, weil Arbeit nicht Zeitvertreib, sondern Kampf gegen existentielle Not war. Ein Blick in alte Steinfels-Zahltagbücher zeigt, dass ein Arbeitertagelohn von vier bis fünf Franken um die Jahrhundertwende die Norm war und die Saläre sich im folgenden Jahrzehnt nur minimal erhöhten. Was das bedeutete, wenn gleichzeitig eine städtische Fünfstückwohnung monatlich gegen hundert Franken, ein Huhn seine vier Franken und eine gute Toilettenseife 75 Rappen kosteten, kann man leicht nachrechnen. Allerdings blieb auch nicht sehr viel Zeit zum Geldausgeben: Das Fabrikgesetz von 1914 – in Kraft seit 1920 – verankerte zwar den 8-Stunden-Tag, gearbeitet wurde freilich auch weiterhin an sechs vollen Wochentagen.

Gewaltige Sprünge konnte ein Arbeitnehmer auch in den zwanziger und dreissiger Jahren nicht machen. Die Seifenindustrie, damals gewerkschaftlich mit der Textilveredlungsbranche liiert, lag am untern Ende der Besoldungsskala, wobei sich die Firma Steinfels stets über dem Durchschnitt zu halten bemühte. Wenn ein Lehrlingsstundenlohn von 50 auf 55 Rappen angehoben wurde, so galt das als sehr grosszügige Geste, für die der Patron unbedingt ein persönliches «Dankeschön» erwartete. Wenn einer 1934, nach bestandener kaufmännischer Ausbildung, für bescheidene 220 Franken im Monat bei Steinfels eintreten konnte, dann bedeutete das Rettung, denn damals waren die Arbeitslosenheere gross. Und wenn einer nach seiner Lehrzeit als junger Industriekaufmann zwecks Sprachstudium gar ein Praktikum im französischen Tochterunternehmen absolvieren durfte, empfand er dies als besonderen «Gnadenerweis», zumal das Angebot an freien Stellen mehr als dürftig war. Mit möglichst kleinem Personalbestand durch die Krise zu kommen, lautete die Devise: «Unproduktive Löhne müssen verschwinden», hielt die Steinfels-Geschäftsleitung im April 1933 fest. Ein Segen, dass man an der Heinrichstrasse auch in schwierigen Zeiten Fremdaufträge ausführen konnte – selbst solche für die direkte Konkurrenz.

Guter Geist  
in Familie und Betrieb:  
Hedwig Steinfels-Saurer  
(1872–1957).



Die Tatsache, dass man während der Krisenjahre vom Arbeitsmarkt her gesehen korrekte, aber im Vergleich zu den Lebenshaltungskosten tiefe Arbeiter- und Angestelltenlöhne empfing, wurde durch eine Reihe sozialer Massnahmen gemildert. In der Firma Steinfels gründete man bereits 1903 – acht Jahre vor der Schaffung des eidgenössischen Kranken- und Unfallversicherungsgesetzes – als selbständigen Verein eine Betriebskrankenkasse, deren Wurzeln bis ins Jahr 1874 zurückreichen. Als einer der ersten Zürcher Betriebe führte die Friedrich Steinfels AG, basierend auf einem 40 Jahre zuvor vom Firmenpatron geäußerten Pensionsfonds, 1920 eine Pensionskasse als Stiftung ein, die ausschliesslich vom Arbeitgeber dotiert wurde; da sie kurze Betriebstreue nicht mit Auszahlungen honorierte, wurde sie nach dem Zweiten Weltkrieg mehr und mehr als «goldene Fessel» empfunden und darum 1950, 1964 und 1972 im Sinne einer zeitgemässen Regelung revidiert.

Arbeiterverköstigung am Tisch des Prinzipals, im «Untern Berg» seinerzeit üblich, konnte die Fabrik im Hard nicht mehr anbieten. Statt dessen wurde 1895 dem neuen Betrieb ein «Kosthaus» angegliedert, das man 1923 erweiterte und 1943 durch die leistungsfähige Personalkantine «Birebaum» im umgebauten Kuh- und Pferdestall ablöste. Weihnachtsgratifikationen blieben im Haus Steinfels bis zum Abschluss eines Gesamtarbeitsvertrags (1947) eine Angelegenheit patriarchalischen Beliebens. Hingegen erinnert sich die ältere Belegschaft noch heute gern an Hedwig Steinfels-Saurer: Die Gattin von Heinrich Steinfels, damenhaft und mütterlich zugleich, wurde nicht zuletzt liebevoll «Tante Heiri» genannt, weil sie an Christfesten sämtliche Kinder der



Betriebsangehörigen individuell beschenkte und jeweils sorgsam Buch führte, um zu vermeiden, dass ein Schützling zufällig zweimal das gleiche Präsent erhielt. Angesichts solcher Fürsorge mochte auch der Firmenchef nicht zurückstehen: Am «Heiritag» wurde alljährlich beim Fabrikportal ein Bierfass postiert, an dem sich die Steinfelsianer bedienen konnten.

Es ist nicht einfach, sich heute in jene eigenartige Mixtur von Hierarchie und Solidarität einzufühlen, die zwischen den grossen Kriegen die Betriebsatmosphäre an der Heinrichstrasse kennzeichnete. Da war oben, weit oben der Patron, der sich auf seinem täglichen Rundgang über alles ins Bild setzte, was im Betrieb rechtens oder auch weniger rechtens geschah. Unter ihm etablierten sich, nicht minder deutlich vom «Fussvolk» abgehoben, die «Vizekönige»: Ein Prokurist und Finanzchef etwa, der im Reich der Stehpulte und Dreibeinstühle unerbittlich kommandierte, oder ein Schreinermeister, der zwar einen majestätischen Schnurrbart, doch nie seinen Hammer trug, zumal er sich als Chef der Betriebsfeuerwehr ohnehin für privilegiert halten durfte.

Auf der andern Seite sodann die in die Pflicht genommene Arbeiter- und Angestelltenschaft – darunter nicht wenige, die gleich familienweise im Hard tätig waren und auf diese Weise ihr eher karges Wochenbrot vermehren konnten, dazu etliche Rucksack-Bauern mit Nebenlandwirtschaft. Doch auch die «Masse» durfte sich in einer Zeit grassierender Beschäftigungslosigkeit irgendwie privilegiert fühlen: Man war stolz, Steinfelsianer zu sein, gehörte zu einer besonderen Sippe, hinter der sich morgens um halb sieben symbolträchtig das schwere Fabriktor hermetisch schloss, bildete Kitt durch geselliges Zusammensein (Jahresversammlungen der Betriebskrankenkasse, Sport, Kurse), fühlte sich aber auch gesinnungsmässig in einem Boot, da die Betriebsleitung – aus Tradition eher frankophil – weder für Sympathisanten des Nationalsozialismus und seiner eidgenössischen Frontengeschwüre noch für Kommunisten oder Gewerkschaftsaktivisten viel übrig hatte. Als 1918 der Generalstreik ausbrach, kamen die Steinfelsianer gleichwohl zur Arbeit, mussten aber nach Hause zurückkehren, weil Streikende anderer Betriebe in die Firma eindrangten.

Dass in die Strenge jener Ära des öftern der Schalk lachte, mag anekdotisch das Erlebnis jenes Zeitgenossen bezeugen, der auf dem Steinfels-Firmenareal den Ausläufer Rast suchte, dabei dem Prinzipal Heinrich Steinfels in die Arme lief und – ohne zu wissen, wen er vor sich hatte – fragte: «Chönd Sie mir hälfe? Ich will zum Herr Rast bim Steifels.» Antwort der unerkannten Firmenautorität: «*De Herr Rast isch da ine, de Steifels bin ich . . .*».

## Abschied von der Seife

In den Zweiten Weltkrieg schlitterte Europa nicht mit jenem naiven Siegeselan, der 1914 die europäischen Armeen in Bewegung gesetzt hatte. Auf unterschiedliche Weise bereitete man sich auf den Katastrophenfall vor: Grossbritannien baute auf Entspannung, sein Imperium und die Kraft der Flotte, Frankreich vertraute seinem Maginot-Grenzwall, Russland setzte auf Diplomatie und die unermessliche Weite des Raums – nur Hitler-Deutschland, stimuliert durch die Erfolge einer aggressiven Politik, dürstete nach Blitzsiegen und Schlachtenglück. Die Schweiz wurde vom Bundesrat schon 1935 mit der Eventualität vertraut gemacht, ein weiteres Mal durch kriegerische Ereignisse von ausländischen Rohstoffen abgeschnitten zu werden. Heinrich Steinfels-Saurer brachte im gleichen Jahr einige Gedanken zu Papier, die sich mit einer allfälligen Notsituation in der Seifenindustrie befassten. Man werde, schrieb er, im Krieg Seife fabrizieren müssen, die möglichst wenig Fett, Öl und Heizmaterial beanspruche. Die starke Entwicklung der Waschmittel – «sie ist nun einmal da und daher muss an dieser Stelle auch damit gerechnet werden» – wäre nicht vollständig erörtert, wenn man nicht auch die fettlosen Waschpulver erwähne, «rein chemische Produkte, die bis jetzt noch nicht in der Schweiz hergestellt wurden. Sie finden aber bereits in der Industrie in ziemlich grossen Quantitäten anstelle der Seife Verwendung, so dass es jedenfalls nur eine Frage der Zeit ist, dass sie auch in den Haushaltungen (...) Eingang finden werden». Die Prophetie wurde sehr bald Tatsache.

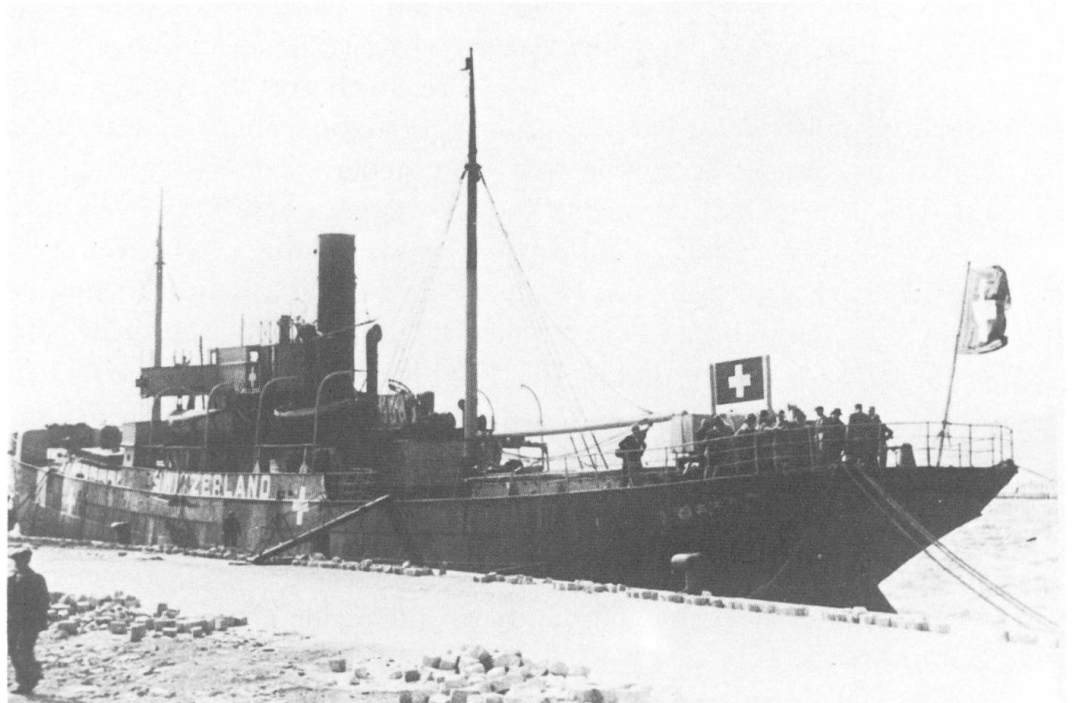
Durch Bundesgesetz wurde am 1. April 1938 eine kriegswirtschaftliche Schattenorganisation ins Leben gerufen. Im Rahmen vorsorglicher Massnahmen legte die schweizerische Seifen- und Waschmittelindustrie 1938/39 teils freiwillig, teils pflichtgemäss beträchtliche Rohstofflager an, die nach Ausbruch der Feindseligkeiten trotz erswerter Importbedingungen eine normale Versorgung garantierten. Am 20. September 1940, nach der Kapitulation Frankreichs, war das Eidgenössische Volkswirtschaftsdepartement dann allerdings genötigt, den Verkauf von Fetten und Ölen an Verbraucher zu sperren und eine Bewilligungspflicht einzuführen. Wenige Tage danach kontingentierte das Kriegs-, Industrie- und Arbeitsamt (KIAA) die Fett- und Ölverarbeitung, gleichzeitig erliess es Produktions-, Qualitäts- und Kennzeichnungsvorschriften. Anfangs 1941 wurde Seife rationiert und die kriegs-

wirtschaftlich orientierte Schweizerische Seifenkonvention (SSK) geschaffen, die – als Milizorganisation und Branchennotgemeinschaft im weitesten Sinne – zusammen mit dem Schweizerischen Chemie-Syndikat den gemeinsamen Einkauf tätigte, ein Rohstoffclearing aufzog und mit den Bundesbehörden verkehrte.

Mangel an Kohle, Chemikalien und Arbeitskräften (Aktivdienst) erschwerte die Produktion ebenso wie einschneidende Verminderung der Öl- und Fettimporte. Das zur Verarbeitung freigegebene Kontingent an Ölen und Fetten, 1940 noch auf Vorkriegshöhe, fiel bereits im folgenden Jahr auf 57 Prozent zurück und betrug 1945 noch ganze 25 Prozent. Es erholte sich 1946 erst auf 55 Prozent, weil die Blockade rund um unser Land nur allmählich gelockert wurde und die Kontingentierung – genauso wie die Rationierung – noch bis zum 1. Oktober 1947 andauerte. Dass die Pro-Kopf-Zuteilungen von Seifen und Waschmitteln bei derartigen Verarbeitungsquoten knapp ausfielen, ist logisch. Optisch fiel das allerdings nicht so stark ins Gewicht: Wie im Ersten Weltkrieg wurden die Produkte «abgemagert» und mit Füllstoffen «gestreckt»; nach dem Vorbild kriegsführender Staaten ging man auch hierzulande dazu über, couponfreie synthetische Ersatzwaschpulver herzustellen. Als nicht rationierten Lückenbüsser brachte Steinfels zum Beispiel Ende 1941 das Waschmittel *Piora* in den Verkauf, das 1946 wieder verschwand. Die seit 1937 fabrizierte Bleichsoda verwandelte sich 1944 in ein verbessertes *Lenis* zum Vorwaschen, und im gleichen Jahr wurde aus dem «treuherzigen» *Jä-Soo* dank höher stabilisiertem Perborat das Vollwaschmittel *Floris*, ein preisgünstiger «Dauerbrenner», dessen Zutaten freilich keinesfalls ins Kapitel Ersatzstoffe gehören.

Auch im Zweiten Weltkrieg trat branchenmässiger Schulterschluss an die Stelle des harten Wettbewerbs zwischen den Firmen. Die Bedrohungslage schuf Notgemeinschaften und Allianzen auf Zeit, die sich unter normalen Umständen wohl kaum formiert hätten. Gerade für die Seifenindustrie war es lebenswichtig, in den Jahren der Isolation sogenannte Navy certs (Schiffsfreipässe) für den Kauf von Rohstoffen aus Ceylon, Südafrika und Amerika zu ergattern. Eigenen Schiffsraum auf hoher See besass das Eidgenössische Kriegs-Transport-Amt, damals der einzige schweizerische Verfrachter, indes viel zu wenig – dabei musste der Seeweg zwischen Lissabon einerseits und Genua oder Marseille andererseits aus eigenen Kräften bewältigt werden, wenn man einmal absah vom horrend teuren Schwarzmarkt. Als sich darum der agile Genfer Geschäftsmann Marc Bloch nach Teilhabern umsah, um ein

Der Hochseefrachter  
«Generoso» fuhr im  
Zweiten Weltkrieg  
für die Maritime  
Suisse und damit  
zeitweise auch für  
Steinfels  
(Foto: Ringier  
Zürich).



altes griechisches Schiff zu erwerben und unter Schweizer Regie durchs umtoste Mittelmeer zu schicken, war ausser der Migros und der Speditionsfirma Kehrli und Oeler auch die Friedrich Steinfels AG mit zehn Prozent dabei; nach einer Kapitalerhöhung trat 1943 unter anderen auch die Schweizerische Bankgesellschaft der illustren *Maritime Suisse* bei. Bis zu seinem Ende Mitte Juli 1944 im Hafen von Marseille leistete der von «Varko» auf «Generoso» umgetaufte Rostfrachter durchaus nützliche Dienste für unser Land – bessere als sein Schwesterchiff «Zürich», das anfangs 1946 unter seltsamen Umständen an der spanischen Küste sank. Noch dubioser ging nach dem Krieg die Maritime Suisse unter: Ihr Bankrott verursachte ein kleineres politisches Erdbeben quer durch die Parteien und forderte prominente Opfer. Als honoriger Partner hatte Steinfels freilich das löchrige Unternehmen schon verlassen, als es 1943 mit neuen Geldgebern und namhaftem Verwaltungsrat dem langsamen Untergang entgegensegelte.

Der Krieg wirkte auf dem Steinfels-Firmenareal als Baumeister: 1942 entstand ein Torflager für die Briketts, die von einem Moorgelände im waadtländischen Cudrefin stammten und einen nicht unwichtigen Beitrag zur Energiesicherstellung lieferten. Wertvoller war in dieser Hinsicht freilich der

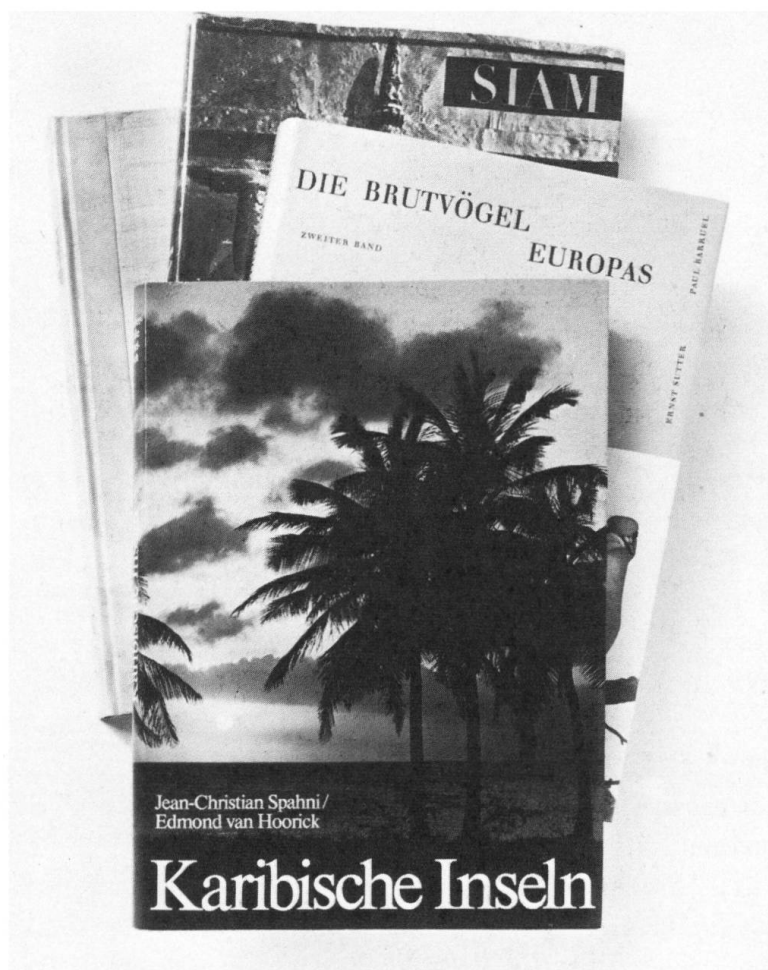
1936 im Verbund mit der Hochdruck-Fettspaltung installierte grosse Elektrokessel: Weil er der einzige seiner Art im schweizerischen Seifengewerbe war und Strom im Gegensatz zur Kohle reichlich zur Verfügung stand, konnte das Haus Steinfels ohne Personaleinschränkung, aber mit Aufträgen der Konkurrenz durch die schwierigen Jahre steuern. Zur «Kriegsarchitektur» auf dem Betriebsgelände gehörten im weiteren Schrebergärten zum Wohl der Mitarbeiter und ein Bunker für den mit Langgewehren und einem Maschinengewehr dotierten Betriebsschutz. Die «Firmenwehr» konnte freilich nicht verhindern, dass über hundert Steinfels-Scheiben zu Bruch gingen, als alliierte Bomben Ende 1941 in den Wipkinger Bahnviadukt schlugen.

Da die kriegswirtschaftliche Preiskontrolle keine Reklamemargen vorsah, wirkte sich der Zweite Weltkrieg wie ein Werbemoratorium aus. Auch die Vertretertätigkeit kam mit dem Aktivdienst und dem Ende der privaten Motorisierung fast zum Erliegen. Unter diesen Umständen meldete sich beispielsweise Steinfels-Repräsentant und Korporal Walter Gassner Mitte 1940 in Feldgrau brieflich bei seinen Kunden und gab zu verstehen, «dass es für



Die Firma mitten im Zweiten Weltkrieg: Schrebergärten auf dem Werkareal.

Eine Auswahl  
Silva-Bücher.



mich eine grosse Beruhigung wäre, wenn ich darauf zählen könnte, dass Sie mir auch jetzt, während ich meine vaterländische Pflicht erfülle, Ihre Treue als guter Kunde bewahren würden». Gerade dieses Schreiben ist freilich ein Hinweis darauf, dass die Firma in der Heinrichstrasse 255 propagandistisch die Hände nicht ganz in den Schoß legte. So ging man daran, die Packungen der neuen Waschmittel *Lenis* und *Floris*, aber auch die Hülle der gleichfalls neuen Toilettenseife *Maya* mit freundlich einladenden Blumensujets zu dekorieren. Gleichermassen wirkungsvoll waren während der Rationierungszeit alljährliche Plakatkampagnen, die wenig kosteten und dank der Künstlerhand von Herbert Leupin mehrfach ausgezeichnet wurden. Im übrigen brachte der Steinfels-Reklamechef erneut Bilderprämien à la «Lederstrumpf» in Vorschlag, freilich gemeinsam getragen von mehreren Firmen: Mit Hilfe der Druckerei Fretz in Zürich formierte sich eine «Prämiengruppe», der ausser der Friedrich Steinfels AG die Schokoladenfabrik Lindt & Sprüngli, der Milchverband Winterthur und der Süsswarenhersteller Disch angehörten – ein Team, das 1944 die *Silva-Verlagsgenossenschaft* gründete, im Jahr darauf seine Produkte mit entsprechenden Sammelchecks versah und gleichzeitig den Grundstein legte zu einer noch immer wachsenden, beliebten und inhaltlich hochstehenden Bibliothek schöner Bildbände.

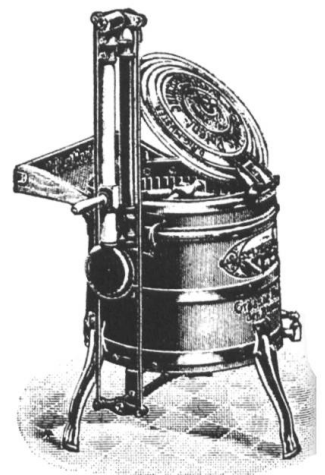


## *Chemie für Waschmaschinen*

In der Waschmitteltechnologie war der Krieg der Vater nicht gerade aller, aber vieler Dinge. Als die Waffen in Europa schwiegen, setzte der ungebremste Siegeslauf der synthetischen Waschpulver ein. Damit einher gingen oleochemischer Fortschritt, wirtschaftliche Konjunktur und eine Amerikanisierung der Werbung, deren Unsummen sich auf dem «weissesten Weiss aller Zeiten» niederschlugen. «Vergleichen wir die Zeitabstände in der Geschichte des Waschens», hielt eine Steinfels-Dokumentation 1970 fest, «so erhellt, dass in den letzten dreissig Jahren viel Entscheidenderes passierte als in den letzten zweihundert Jahren, obwohl sich in jenen zwei Jahrhunderten wiederum viel Wesentlicheres entwickelte als in den vorausgegangenen zweitausend Jahren.»

Als unter den schweizerischen Seifenfabrikanten 1947 der Wettbewerb wieder voll entbrannte, begann sich auch die Waschmaschine in Grosswäschereien und im Privathaushalt durchzusetzen: Obwohl sie bereits eine hundertjährige Entwicklungsgeschichte hinter sich hatte, gelang der Durchbruch erst den elektrisch angetriebenen Trommelgeräten, manuell gesteuert zunächst, später halbautomatisch programmiert, heute vollelektronisiert. Die Waschmaschine war für die Waschmittelhersteller eine Herausforderung besonderer Art. Hatte man der Hausfrau vor dem Krieg beigebracht, dass viel schöner Schaum für reine Wäsche bürge, so konnten die selbsttätigen mechanischen Helfer in Waschküchen und Badezimmern – zu denen sich seit den sechziger Jahren auch die Geschirrspüler gesellten – nur mit dosiertem Schaum zufriedenstellend funktionieren. Es galt somit, die Schaumentfaltung der Pulver in den Waschtrommeln zu «bremsen» und den Konsumenten via Werbung ein neues «Schaumbewusstsein» beizubringen. Ein verwandtes Problem ergab sich, als man den stark schäumenden synthetischen Waschrohstoffen (Detergentien) aus Gründen des Gewässerschutzes zu Leibe rücken musste und die in biologischen Klärstufen resistenten Substanzen durch abbaubare Materialien ersetzte.

Die nur unzureichend wasserenthärtende Soda, Mitverursacherin verkalkter Wäsche, wurde nach 1950 von Polyphosphaten abgelöst. Diese sehr wirksamen Schnellenthärter liessen sich gleich ins Waschmittel einbauen, was verhinderte, dass sich die Härtebildner des Wassers (Kalzium- und Magnesiumsalze, Eisenverbindungen) auf die Gewebe niederschlugen. Allerdings schufen die famosen Enthärter, auf die man auch heute noch nicht verzichten



«Mechanisierung»  
der  
Familienwaschküche:  
Frühes Modell einer  
Waschmaschine.

kann, ein neues Problem: Phosphate, wie sie hauptsächlich aus häuslichen Abwässern und der Landwirtschaft stammen, verursachen die Überdüngung und Veralgung von Gewässern, falls sie nicht in dazu speziell eingerichteten Kläranlagen gefällt werden. Dass privater und öffentlicher Umweltschutz mit Hilfe der geltenden Gesetze den Waschmittelherstellern deswegen kritisch auf die Finger sehen und auf deren Forschungsabteilungen moralischen Druck ausüben, ist nicht ganz unverständlich. Auf die Liste der modernen Waschmittel-Zusätze gehören neben den Phosphaten auch die optischen Aufheller. Um Wäsche möglichst weiss erscheinen zu lassen, verfiel man im 19. Jahrhundert auf den Trick des Bläuens mit Ultramarin. Heute erzeugen Farbsubstanzen, den Waschpulvern gleich beigegeben, ein «Superweiss» dank ihrer Eigenschaft, unsichtbare ultraviolette Strahlen als sichtbares Licht wiederzugeben. Ins Kapitel der neuen technologischen Errungenschaften passen auch die Enzyme (Fermente), biologisch wirksame Substanzen, die bereits bei tiefen Wassertemperaturen hartnäckigen Schmutz lösen. Gewebeveredler als Wäscheweichmacher im Nachspülprozess, Spülmittel und Glanztrockner für Geschirrwashmaschinen sowie eine breite Palette von hochwirksamen Reinigungsmitteln für den individuellen und gewerblichen Bereich runden das Bild einer Industrie ab, die heute automatische Verseifungsanlagen zum Einsatz bringt und ihre Waschmittel vom Rohstoff im Tank über Sprühturm und Mischanlage bis zur Verpackungseinrichtung ohne Handarbeit, jedoch mittels Computersteuerung fabriziert.

Mit der Technik hat die Wirtschaft im Waschmittelsektor Schritt gehalten. Wurden 1939 in der Schweiz insgesamt 38 199 Tonnen Seifen und Waschmittel produziert, lag die Vergleichszahl 1980 gut 100 000 Tonnen höher. Kern- und Handseifen, bei Kriegsausbruch mit 40 Prozent am Gesamtverkauf beteiligt, sowie Seifenflocken und -späne können im heutigen Umsatzgeschehen nur noch verwindend kleine Anteile beanspruchen; aus dem traditionellen Sortiment hat sich nur gerade die Toilettenseife – einst Luxusartikel, jetzt Alltagsprodukt – behaupten können. Unter dem Sturm- und Lauf der pulverförmigen und flüssigen Waschmittel stürzten Ende der sechziger Jahre die Preisbindungshürden ein: Die Branchenorganisation USS – 1948 gründlich reorganisiert und 1959, mitten in einem enormen Konzentrationsprozess, in *Union der Seifen- und Waschmittelfabrikanten der Schweiz* umbenannt – gab im Strudel der Zugaben, Sonderaktionen und Unterbietungen ihre kartellistische Initiative ab und verlegte sich in der Folge vermehrt auf die neuen Phänomene Umwelt- und Konsumentenschutz.

### *Eine Fabrik ändert ihr Gesicht*

Die Friedrich Steinfels AG nahm am gewaltigen Entwicklungssprung der Nachkriegszeit mit jährlichen Investitionen von durchschnittlich zwei Millionen Franken teil. Seit dem Tod von Heinrich Steinfels-Saurer am 9. Mai 1941 führte dessen Sohn *Friedrich Steinfels-Hirzel* den Betrieb und präsierte gleichzeitig den Verwaltungsrat der Familien-Aktiengesellschaft. Mit der eigenen Firma und ihren Problemen seit Jahrzehnten vertraut, verheiratet seit 1925, Vater einer Tochter und zweier Söhne, in Zürichs Industriellenkreisen als Freund und Fleissarbeiter geachtet, war der Vertreter der vierten Steinfels-Fabrikantengeneration der richtige Mann zur richtigen Zeit. Dank seiner profunden Fachkenntnis, die sich überdies auf ein bewährtes betriebliches Stammkader abstützen konnte, vollzog sich der Leitungswechsel mitten im Krieg reibungslos. Während der Aktivdienstzeit war – abgesehen von den begrenzten Anstrengungen auf dem Gebiet der Verkaufsförderung und den vielen kriegswirtschaftlichen Massnahmen – ohnehin nicht an atemberaubende Strategien zu denken. Als sich dann aber in den fünfziger und sechziger Jahren die Waschgewohnheiten noch einmal revolutionär veränderten, erwies sich Fritz Steinfels als tatkräftiger Motor des Wandels, ohne dabei in fremde Abhängigkeit zu geraten.

Die seit 1945 realisierten Neu-, Um- und Aufbauten im Betriebsareal bildeten eine lange Liste. Im apparativen Bereich wurde vieles in der Firma selber geplant und gebaut, wobei man bei der Werkstoffwahl vom Kupfer über Aluminium zum völlig korrosionsfreien Chromstahl gelangte. Die wichtigsten Stationen der Modernisierung betrafen allerdings die Fabrikation. 1953 wurde ein Laborneubau in Angriff genommen. Ein weiterer Neubau betraf 1955 die kontinuierliche Fettsäure-Destillation (Ersetzung der Anlage von 1931). Im Jahr darauf wurde die Lurgi-Zerstäubung, die der wachsenden Produktion synthetischer Waschmittel nicht mehr genügte, durch einen 25 Meter hohen Sprühturm mit einer Stundenleistung von bis zu drei Tonnen ersetzt. 30 Tonnen Öle und Fette spaltete im kontinuierlichen Verfahren rund um die Uhr die Mitte der sechziger Jahre aufgestellte Hochdruck-Autoklavenkolonne, die indes 1969 bei einem Grossbrand beschädigt, sogleich aber wieder rekonstruiert wurde. Ende der sechziger Jahre gelangte auch eine Slurry- und Vert-O-Mix-Anlage in den Betrieb (als «Slurry» bezeichnet man den Brei der waschaktiven Substanzen und Chemikalien, der im Sprühturm mit Hochdruck zersprüht und durch Wasserentzug

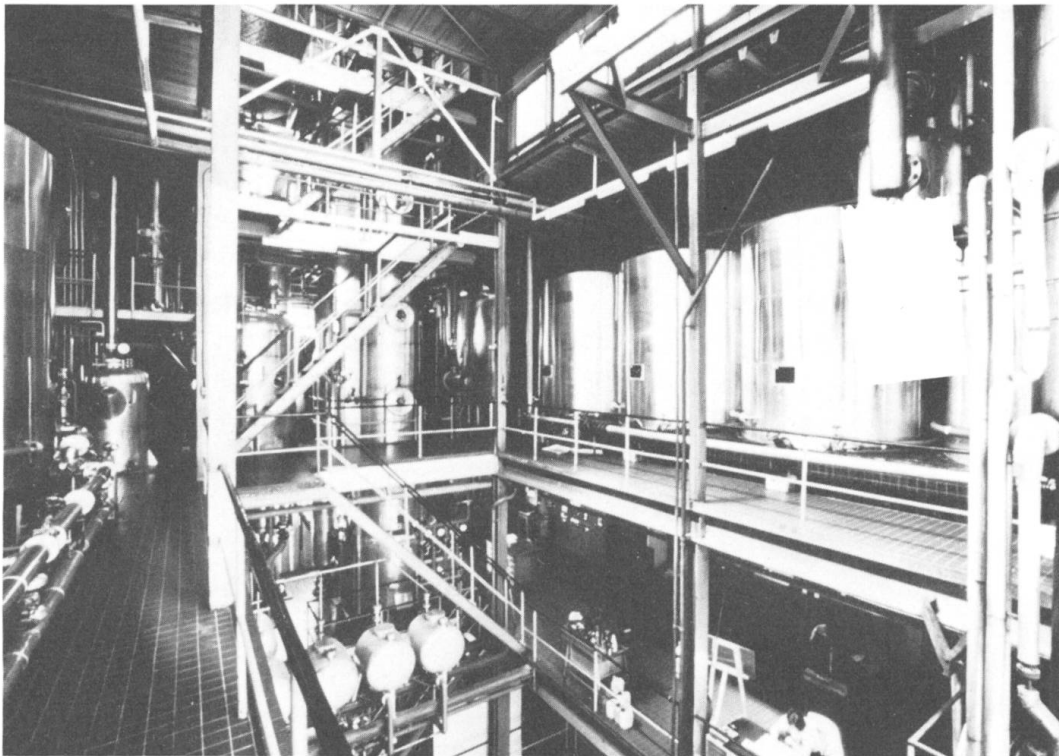
Friedrich Steinfels-Hirzel  
(geboren 1895).



eingetrocknet wird). Zur gleichen Zeit übernahm Steinfels die Hydriereinrichtung der Winterthurer Sträuli AG, die 1967 ihre Fettsäureproduktion einstellte. Dieser Entwicklung war ein kurzes Zwischenspiel vorausgegangen: 1964 hatten Steinfels und Sträuli eine Absprache getroffen, gemäss der man in Zürich Fettspaltung, Fettsäuredestillation und Glyzerinfabrikation konzentrierte, während in Winterthur für beide Firmen hydriert und Stearin/Olein fabriziert werden sollte. Der Schulterschluss traditionsreicher Konkurrenten mit Hilfe der Verkaufsgemeinschaft *Stearol* war indes nicht von Dauer, Sträuli verliess die Pfade der Oleochemie und Steinfels blieb der einzige schweizerische Fettsäureproduzent.

Einer Steinfels-Selbstdarstellung der mittleren sechziger Jahre entnehmen wir einige aufschlussreiche Details damaliger Produktion. Als Monatsleistung wurden da 1000 Tonnen Fertigprodukte genannt. Besonders hob man das bereits 1894/95 im Hard eingeführte Fabrizieren in einer Richtung hervor. Ausgehend von den Rohstofflagern kam man bei einem fiktiven Firmen-

rundgang zur Fett- und Ölspaltung. Dort gabelten sich die Produktionswege, einerseits zum Roh- und Reinglyzerin führend (Grundstoff für zahlreiche Industrien), anderseits zur Fettsäure-Destillationweisend, bei der sich die Erzeugungslinien abermals teilen mit Zielrichtung Olein/Stearin (für die Kunststoff-, Textil- und Kerzenindustrie, für Chemie- und Pharmabranche) beziehungsweise Seifen/Waschmittel. Die zur Verseifung destillierten Fettsäuren führte man entweder dem klassischen Neutralisierungs- und Siedeverfahren zu oder dem «Seifenautomaten» (nach dem Krieg entwickelte Steinfels selber einen Weg zur kontinuierlichen Neutralisation erstklassiger Fettsäuren mittels Mehrfachdosierpumpen und Zusatzapparaturen). Auf beide Arten entstand Seife, die man zum einen in den Sprühturm schickte und durch Mischung, Trocknung, Reifung, Siebung, Dosierung, Parfümierung und Verpackung in fixfertiges Waschpulver verwandelte, zum andern in beliebigen Graden verfestigte (Mazzoni-Vakuum-Trockner), parfümierte, färbte, im Walzwerk pilierte, schnitt, presste und als gute Toilettenseife verpackte.



Die Fettsäure-Destillation.

*Maga, Floris, Niaxa und all die andern*

Der Durchbruch der Waschmaschine und der neuen Waschmitteltechnologie reicherte das Steinfels-Sortiment der fünfziger und sechziger Jahre mit etlichen neuen Namen und Produkten an. Eine wichtige Initialzündung gab der 1952 hergestellte Kontakt mit Waschmittel-Grossverbrauchern im Gastgewerbe, in Kliniken, Heimen und selbständigen Wäschereien, aus deren Bedürfnissen ein neues *Maga* hervorging: Waren unter diesem Namen einst Benzitseife und analog dazu ein Benzitseifenpulver hergestellt worden, so erlebte *Maga* seine Renaissance als vollsynthetisches, kalkbeständiges Spezialmittel zum Vorwaschen und Waschen, dank Schaumdosierung für die Waschmaschine geeignet. In der Fülle der Grossverbraucherartikel, die Steinfels bis heute fürs Vor-, Klar- und Geschirrwaschen sowie für spezielle Reinigungs- und Desinfektionszwecke entwickelt hat, ist *Maga* der Pionier; sein «Comeback» mit völlig neuem Inhalt feierte es indes 1957 auch als Haushaltprodukt ohne Bleichmittel. In dieser Eigenschaft dient es vor allem der



1957 führte Steinfels Grosspackungen ein – unter dem Namen «Jumbo» noch heute ein Begriff.



Buntwäsche und bildet seit einem Vierteljahrhundert ein erfolgreiches Tandem mit dem Vollwaschmittel *Floris*, das dank Perborat, optischem Aufheller und Schnellenthärter «am weissesten wäscht» und «besser ist», um zwei Slogans früher komparativer Werbung zu zitieren.

Neben der umsatzträchtigen *Maga/Floris*-Kombination lancierte die Friedrich Steinfels AG schon zu Beginn der fünfziger Jahre das synthetische Universalwaschmittel *Niixa*, das mehrmals Namen, Kleid und Substanz wechselte und einen völlig anders gearteten Vorläufer in den *Niixa*-Flocken und -Fäden hatte. Zunächst ein schaumintensives Produkt, wurde *Niixa* 1960 durch das gänzlich veränderte, nurmehr schwach schäumende *Uni-Niixa* ersetzt, hergestellt auf Seifen- und Nonionic-Basis, prädestiniert für die Trommelwaschmaschine und versehen mit den Vorwasch- und Koch-eigenschaften des *Maga/Floris*-Gespanns. 1966 hiess *Uni-Niixa* wieder *Niixa*, und seit 1972 behauptet es sich als *Multi-Niixa* höchst ehrenvoll auf dem hartumkämpften Markt der praktischen Alleinwaschmittel für alle Temperaturbereiche.

1971 machte Steinfels mit *Protector* von sich reden, mit einem Waschmittel reduzierten Phosphatgehalts und überdies ohne Enzyme. Die Idee war gut und rechtfertigte die recht massive Anfangswerbung: Sie ging davon aus, dass in der Schweiz fast nirgends extrem hartes Wasser fliesst, weshalb ein Teilverzicht auf die umstrittenen Phosphate ohne Minderung der Waschqualität angezeigt war. Als allerdings die Exponenten des Umwelt- und Konsumentenschutzes eher dickfellig reagierten und die skeptischen Schweizerinnen den *Protector*-Versuch ebenfalls nur mässig honorierten, schlug die Steinfels-Begeisterung ziemlich schnell in eine gewisse Ernüchterung um. *Protector* blieb der grosse Durchbruch versagt. Schade.

Im Sog der Hauptfabrikate entstand im Laufe der Zeit eine ganze Reihe zielgerichteter Haushaltwaschmittel: das 1953 lancierte, 1976 maschinengerecht «umgebaute» Spezialwaschmittel *Filetti*; das 1957/58 wiederauferstehende *Ambra*, zwanzig Jahre lang ein Steinfels-Würfel in handlicher Form, dann das Pulver für Feinwäsche sowie ein flüssiger Geschirrspüler; das 1965 eingeführte Automaten-Geschirrspülmittel *Dish-Lav*; der 1966 auf den Markt gebrachte Textilveredler *Mollo*. Durch Integration der Zürcher *Permionova* AG in die Steinfels-Unternehmung gelangten auch deren Produkte ins Sortiment des Fusionspartners: Während die Firmenbezeichnung *Permionova* in der Folge auf Eis gelegt wurde, um – ähnlich wie ein Markenwaschmittel mit geschütztem Namen – in neuer Zweckbestimmung reaktiviert zu

werden, blieb der Perminova-Artikel *Stärke 77* seit 1964 permanent im Programm.

Neben Kern-, Hand-, Fein- und Toilettenseifen entwickelte die Friedrich Steinfels AG nach dem Krieg auch Kosmetiklinien: Rasiercrème, Rasierschaum (anstelle der allmählich auslaufenden Rasierseife), Rasierwasser und Deodorants, Dinge, die gegenwärtig nur teilweise unter dem Namen Steinfels firmieren. Mit der Firma identifiziert sich dagegen seit Jahrzehnten die «männliche» *Zephyr*-Serie. Weniger Glück hatte das Unternehmen dagegen mit dem «weiblichen» Pendant *Evelyn d'Aury*, einer ausgezeichneten Damen-Kosmetik-Linie, die nach dreizehnjährigen Popularisierungsbemühungen wieder aufgegeben wurde: Sei es, dass man dem «Waschmittelfabrikanten» Steinfels kein mondänes Image zutraute, sei es, dass die Durchschnittsschweizerin jener Ära ein Make-up noch als Attribut unseriösen Lebenswandels betrachtete – jedenfalls war 1966 Schluss mit der eleganten Madame d'Aury und ihrem Schönheitssalon, der ursprünglich als reiner Versuchsbetrieb für die Pariser Monpelas-Parfümerie begonnen hatte.

### *Wohlstand für alle*

Dreissig Jahre Hochkonjunktur liessen die Industrie florieren und beschernten den meisten Unternehmen fette Jahre. Aber auch die Arbeitnehmer, früher nicht eben verwöhnt, hatten Anteil an den angenehmen Nebenwirkungen der rasanten Entwicklung. Mit dem Gesamtarbeitsvertrag von 1947 wurden im Hause Steinfels Arbeitszeit, Ferien, Löhne, Zulagen, Krankenversicherung, Pensions- und Gratifikationsansprüche zwischen den Sozialpartnern verbindlich geregelt; überdies entspannte sich das Verhältnis zu den Gewerkschaften. Im Jahr darauf stimmte das Schweizervolk der AHV und damit der staatlichen Verankerung des Rentenanspruchs zu. Die Kriegswirtschaft hatte zur Folge, dass in den vierziger Jahren während geraumer Zeit an der Heinrichstrasse nur an fünf Tagen gearbeitet wurde (wobei die Geschäftsleitung vom Betriebskader erwartete, dass es sich an den meist zwanglosen, aber inspirierenden «freiwilligen Samstagen» beteiligte). Dann kehrte man zum normalen Sechstage-System zurück – freilich nur bis 1952, als man nach kurzer Versuchsperiode und eindeutigem Belegschaftsvotum den arbeitsfreien Samstag institutionalisierte. Als 1965 per Arbeitsgesetz die 46-Stunden-Woche eingeführt wurde, galt für die rund 350 Steinfels-Mitarbeiter schon seit fünf Jahren eine Vereinbarung mit 44 Wochenstunden.

Eine «Scharnierwirkung» hatte in sozialer Hinsicht das 125-Jahr-Jubiläum der Firma 1957. Damals führte die Friedrich Steinfels AG eine Arbeitsplatzbewertung ein, der bald einmal auch ansehnliche Lohnerhöhungen folgten. Diese Besserstellung war – zusammen mit einer Sondergratifikation aus Anlass des Betriebsgeburtstags – das Signal eines Trends, der zwei Jahrzehnte lang anhielt und die Belegschaft von den mehr oder minder knapp existenzsichernden Löhnen wegführte, hin zum allgemeinen Wohlstand. Die Barauszahlung in Wochensalären, später in 10-Tage-Tranchen, ging schliesslich über in die Anweisung von Monatslöhnen. Aus «Arbeitern» und «Angestellten» wurden im allmählichen Wechsel vom patriarchalischen zum kollegialen Firmenklima, im Willen auch zur Einebnung von Klassengegensätzen neutrale «Betriebsangehörige», von denen manche gelegentlich wehmütig an jene Jahre zurückdenken, als bei Steinfels alles viel persönlicher zuging, als man sich verstohlen zum Pausenklatz traf, als Gratifikationen nicht ein automatisches dreizehntes Monatsgehalt waren, sondern eine wirkliche Leistungsanerkennung, die man jeweils vor Weihnachten mit einer gewissen Bange erwartete.

Das Jubiläumsjahr 1957 war mehrfach Anlass zu stolzem Bilanzieren. Das Steinfels-Aktienkapital, bei der Gründung der Familien-AG 1899 mit einer Million Franken dotiert, 1916 verdoppelt und im Krisenjahr 1935 auf 960 000 Franken herabgesetzt, wurde nun durch Vermehrung des Aktien-Nennwertes und durch Ausgabe neuer Namensaktien wieder auf 2-Millionen-Höhe gebracht (seit 1970: 3 Millionen Franken). Die Firmenbelegschaft, zur Zentenarfeier 1932 aufs Rütli eingeladen, jubilierte am zweiten Septembersamstag des Jahres 1957: Gemeinsam mit 40 «Zugewandten» aus der Monpelas-Filiale fuhr sie im geschmückten Extrazug an den Genfersee, erreichte per Schiff Evian, liess sich mit Bussen durch die Lavaux-Rebberge chauffieren und steuerte auf dem Schienenweg schliesslich Luzern an, wo im Kunsthaus ein Festbankett stattfand.

Fünfviertel Jahrhundert Steinfels: das war ein Markstein, mit dem natürlich auch die Werbung der Zürcher Unternehmung intensiv arbeitete. Unter dem Motto «125 Jahre – immer frisch voran!» liess sich die Reklame-Abteilung das Jubiläum fast 460 000 Franken kosten, wobei der Löwenanteil auf eine zeitweilige Verdoppelung der Silva-Prämien entfiel. Recht aufwendig gestaltete sich auch eine Serie von zwölf prestigösen Inseraten, die in der Kulturzeitschrift «Du» plaziert wurden und querschnittartig über die Herkunft, den Transport und die Verarbeitung der Steinfels-Rohmaterialien

Geselligkeit unter  
Steinfelsianern.



informierten. Die Broschüre «Vom Öl zur Seife», Wettbewerbe, Strumpfsparckarten und Fabrikbesichtigungen zeugen von weiteren Aktivitäten aus besonderem Anlass. Eine dauerhafte Schöpfung des Jubeljahrs – und gleichzeitig eine europäische Pionierleistung war sodann die «Jumbo-Packung», die sich auf dem gesamten Waschmittelmarkt durchgesetzt hat. Schliesslich erhielt der Grafiker Fritz Bühler den Auftrag, die Steinfels-Emballagen unter Beibehaltung der wohlakzeptierten Blumenmuster zu modernisieren. Er wurde seiner Aufgabe im Bewusstsein gerecht, dass eine Waschmittelpackung zwar zum Wegwerfen bestimmt ist, aber zugleich als kulturelle Visitenkarte dienen kann: «Das Bestreben, seine Packungen gut und schön zu machen, entspringt ganz einfach dem echt schweizerischen Qualitätsgefühl», kommentierte Bühler sein Werk, optimistisch hinzufügend: «Der schweizerisch denkende Teil unserer Industrie beweist (...) Einsicht, indem er, statt mit billigen Mitteln an die niederen Instinkte zu appellieren, durch gute Werbung, gute Packungen und anderes mehr seinen Teil zu den Gesamtbestrebungen beiträgt, einen allgemein guten Geschmack heranzubilden».

Die Entwicklung gab Fritz Bühler leider nicht durchweg recht. Im Rückblick auf die Nachkriegspropaganda liess sich zwar gerade bei Steinfels mancher Anhaltspunkt für seine These finden. Die Plakate, welche die Firma vom Zürcher Hard in den vierziger Jahren aushängen liess, gehörten entschieden



Zugkräftige  
Werbefigur: «Bio».



in die Sparte Kunst, nicht in marktschreierisch-kitschige Kategorien. Ähnliches gilt auch für die Silva-Idee, die bei Kriegsende – als Steinfels mit einem eigenen Beratungsdienst den konsumentenschützerischen Anliegen weit vorauselte – im Sinne der genossenschaftlichen Nutzung des Scheckwesens von einem kleinen Unternehmerteam realisiert, später von einem grossen Firmenkreis getragen, jedoch lange Zeit stark mit dem Namen des Zürcher Seifenherstellers identifiziert wurde. Diese Gleichsetzung erfolgte übrigens durchaus zu Recht: Während Friedrich Steinfels-Hirzel den Silva-Verlag präsidierte, diente Ernst Meier in Personalunion bis 1961 gleichzeitig der Firma Steinfels als Reklamechef und der Silva-Genossenschaft als Direktor.

«... aber *Floris* ist besser»

Auf die Dauer unterlag die sympathisch-unauffällige Werbetechnik den grellen Publicity-Erfolgen amerikanischer Provenienz – simpel in der Aussage, einprägsam und zugleich mehr oder weniger unsachlich. Gerade die Waschmittelindustrie mit ihren überproportionierten Werbeaufwendungen wandte sich der veränderten Methode und den neuen Werbemedien – etwa dem Fernsehen – bereitwillig zu, selten bestrebt, das bescheidene Niveau positiv zu beeinflussen. Auch wenn man im Haus Steinfels willens war, den geschmacklichen Zerfall nicht noch in eigener Sache zu fördern und mit der 1967 bis 1971 aktiven, 1981 zu neuem Werbeleben erweckten Identifikationsfigur «Bio» zumindest etwas Humor in den harten Verdrängungswettbewerb einzustreuen, konnte man sich auch an der Heinrichstrasse letzten Endes den Marktkräften nur sehr bedingt entziehen: es regierten hüben und drüben die Superlative. Als *Sunlight* zum Beispiel 1953 *Radion* «einmal mehr weit voraus» wähnte und entsprechend anpries, hatte Steinfels bereits prophylaktisch mit dem Slogan repliziert: «... aber *Floris* ist besser!»

Man kam dem juristisch einklagbaren Tatbestand des unlauteren Wettbewerbs des öftern nahe, bemühte deswegen auch gelegentlich die Gerichte oder verabredete im günstigeren Fall gegenseitiges Wohlverhalten. Ein Gentlemen's-Agreement sollte beispielsweise 1956 auch einen Disput zwischen Steinfels und der *Sunlight* AG beenden, die den rhetorischen Fanfarenstoss «*Radion* wäscht weisser» mit suggestiven bildlichen Wäschevergleichen zu untermauern pflegte; auf Vorhaltungen der Zürcher Firma versprach der Oltener Rivale, Abhilfe zu schaffen, verliess dabei aber den anvisierten zeitlich-thematischen Rahmen erneut, was die Friedrich Steinfels AG veranlass-



te, sich zornentbrannt bei der USS zu beschweren und dem Branchenverband mit Austritt zu drohen. Das war, beiläufig gesagt, in jenem Jahr, als Steinfels seinerseits sein *Floris* unter der Devise «Es gibt kein Waschmittel, das weisser wäscht» und *Niixa* mit der Behauptung «Es gibt kein Waschmittel, das sauberer wäscht» anpries. – 1972 war dann die *Unilever*-Konzerntochter Sunlight mit Klagen an der Reihe und setzte vor dem Handelsgericht des Kantons Zürich auf dem Vergleichsweg durch, dass Steinfels die Zweiliterflasche seines *Mollo*-Textilveredlers verändern musste, wollte sie nicht länger als Imitation gelten.

Eher ins Gebiet der Rufschädigung gehörte das im Juni 1968 von der Zeitschrift «Finanz und Wirtschaft» kolportierte Gerücht, die Aktienmehrheit der Friedrich Steinfels AG sei «an den amerikanischen Seifenkonzern *Procter+ Gamble* übergegangen»: Wenn etwas den traditionsreichen Zürcher Betrieb in Rage zu bringen vermochte, dann waren es Mutmassungen über Ausland- und Trustabhängigkeit. Er reagierte darum auf diese Zeitungsente sehr prompt und widersprach auf dem Inseratenweg: «Die Friedrich Steinfels AG sowie die Familie Steinfels als Besitzerin sämtlicher Aktien erklären hiermit in aller Form, dass diese Mitteilung falsch ist und jeder Grundlage entbehrt. Auch Verhandlungen über eine Abtretung der Aktien sind keine im Gange. Die Friedrich Steinfels AG als grösste vom Ausland unabhängige Seifen- und Waschmittelfabrik legt Wert auf die Feststellung über ihren rein schweizerischen Charakter und weiss, dass dies auch vielen ihrer Kunden etwas bedeutet. Sie steht umsatzmässig ausgezeichnet und finanziell auf solider Basis. Im Ausland arbeitet sie teilweise mit eigenen Vertretern und zum Teil mittels Lizenzverträgen.» (NZZ, 12. Juni 1968).

Der letzte Satz in diesem Dementi bezog sich auf den Umstand, dass Steinfels 1963 begonnen hatte, seine Markenartikel im österreichischen Fachhandel abzusetzen. 1965 wurde das Nachbarland im Osten auch ein interessanter Grossverbraucher-Kunde des Zürcher Familienbetriebs. Nachdem schon 1956 die Steinfels-Tochter *Tensochema AG* für den Chemikalienhandel entstanden war und sich im Lauf der sechziger Jahre die Produktionskapazitäten im Bereich der Oleochemie beständig ausgedehnt hatten, wurde 1969 an der Heinrichstrasse der gesamteuropäische Handel mit oleochemischen Erzeugnissen aufgenommen. Die noch 1965 in einem Branchenportrait geäusserte Meinung, die schweizerische Seifen- und Waschmittellindustrie sei eine typische Inlandindustrie, hätte Steinfels schon damals mit einem kleinen Fragezeichen versehen können.

## Eine Fabrik verkauft Fabriken

Mit der Energiekrise der mittleren siebziger Jahre glitt die Welt nach drei Konjunktur-Jahrzehnten in die wirtschaftliche Rezession. Aus dem plötzlichen Tief suchten die Industriestaaten schnelle Auswege. Anzeichen der Erholung traten in der Tat recht bald ein – und doch gehörte nach dem Erdölschock der naive Glaube an stetes Wachstum, an ungebremsten Konsumanspruch, an die Obligationen des Wohlstandes und an ein festgefügtes Währungssystem der Vergangenheit an. Teurere Rohstoffe und Energien, Inflation, Margen- und Rationalisierungsdruck spiegeln sich in den geschmälereten Erträgen fast aller Wirtschaftszweige und verbieten dem seriösen Unternehmer, sein Glück einzig und allein auf das freie Spiel der Marktkräfte zu gründen – in der schlichten Hoffnung, die Aufwinde von ehemals stellten sich von selbst wieder ein. Wer heute ökonomischen Erfolg anstrebt, braucht Mut zu unkonventionellem Denken und zur Innovation, sollte aber gleichzeitig Sparmeister sein.

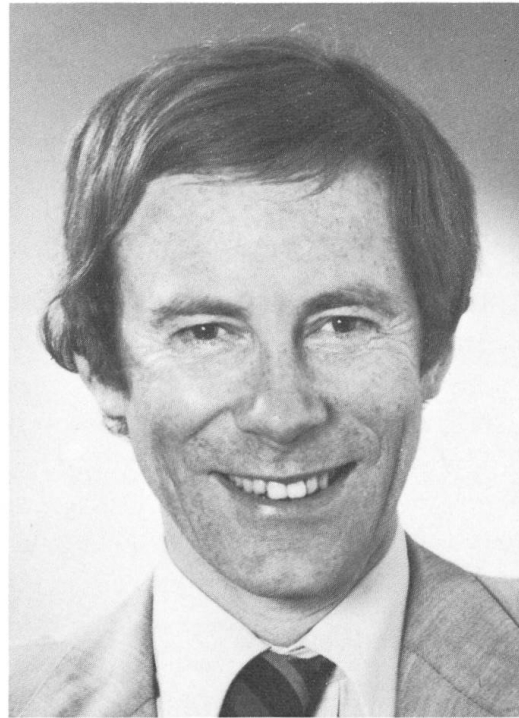
Von den allgemeinen Krisensymptomen ist auch die Waschmittelindustrie nicht verschont geblieben, die überdies eine Reihe artspezifischer Probleme zu bewältigen hat: Bei stagnierender Bevölkerung, wachsendem Sparbewusstsein und starker multinationaler Konzernpräsenz steht diese Branche einem gesättigten, auf Verdrängung tendierenden Markt gegenüber, der überproportionalen Werbeaufwand erheischt, stark von der Macht der Verteilerorganisation mitgeprägt wird und oft genug mit fragwürdigen Tiefstpreisen operiert.

Dass all dies im Haus Steinfels – wo man im Juli 1979 ausserdem mit den Folgen eines Lager-Grossbrandes konfrontiert wurde – gewisse Sorgen verursachte, ist nur natürlich. Aber Schwierigkeiten bedeuten auch Herausforderung. «Selbstverständlich steht man anders zu seiner Firma, wenn man sie aus den Händen seiner Vorfahren übernimmt, als wenn man sie von Anfang an selber aufbaut und gestaltet. (...) Wir bei Steinfels sind da, um vom Bestehenden ausgehend eine bessere Zukunft zu gestalten», bemerkte Firmenchef *Dr. Marc Steinfels* 1978 in der «Technischen Rundschau» und meinte damals auch, die Rezession der mittleren siebziger Jahre habe sich für seine Unternehmung durchaus als «Jungbrunnen» erwiesen.

Der Chemiker Dr. Marc Steinfels, zweiter Sohn von Friedrich Steinfels-Hirzel, trat 1972 in den Familienbetrieb ein, nachdem sich sein älterer Bru-



Dr. Eric Steinfels



Dr. Marc Steinfels

der, *Dr. Eric Steinfels*, 1971 nach fast zehnjährigem Wirken als ideenreicher Marketingleiter selbständig gemacht hatte. 1975 ging die Geschäftsführung an der Heinrichstrasse 255 formell auf Dr. Marc Steinfels über. Und am 10. Juli 1980 vollzog sich ein weiterer Akt der Wachablösung: Damals schied Friedrich Steinfels nach 66jähriger Zugehörigkeit aus dem Verwaltungsrat der Familien-Aktiengesellschaft. Der neu formierte Verwaltungsrat ernannte den langjährigen Firmenkaptän in Würdigung seiner grossen Verdienste zum Ehrenpräsidenten.

Jede Steinfels-Generation hat sich mit ihrer eigenen Handschrift in die Firmenchronik eingetragen. Die jüngste macht da keine Ausnahme. Sieht man einmal ab von der Einführung der gleitenden Arbeitszeit, mit der Mitte der siebziger Jahre ein weiteres, soziales Postulat verwirklicht wurde, stand der interne Wandel der letzten Jahre im Zeichen organisatorischer Straffung. 1976 wurde die Geschäftsspitze umstrukturiert, der neben Marc Steinfels gegenwärtig die Leiter der beiden Marketing- und Verkauf-Bereiche (Wasch- und Reinigungsmittel, Chemie) sowie die Chefs von Administration und Technik angehören. Belebende Impulse sollen die geänderte Verkaufsorganisation in die Lage versetzen, mit wachsenden Schwierigkeiten im Markenartikelsektor fertig zu werden, den mächtig gewordenen Grossverteilern ein ebenbürtiger Partner zu sein und «näher am Kunden» zu arbeiten – mit Produkten, die keines Zwischenhandels bedürfen. «Durch ein modernes Management sowie die Konzentration der Entscheidungsgewalt ist Steinfels in der Lage, auf die Bedürfnisse des Marktes flexibel zu reagieren», liest man in einer aktuellen Firmenpublikation.

# STEINFELS

Die zeitgemässe Koordination und Konzentration der Kräfte steht im Dienste einer altbekannten Zielsetzung: Steinfels will erfolgreich bestehen im umkämpften Markt, unabhängig und schweizerisch. Dabei wird auf weitere Produktediversifikation und zugleich auf verstärkte grenzüberschreitende Eigenaktivität gesetzt. Die Steinfels-Visitenkarte hängt nicht mehr so stark von der Zugkraft und vom Klang einzelner Fabrikate ab; auf ihr prägt sich wieder vermehrt der traditionsreiche *Firmenname* ein, heute in charakteristischer Blockschrift hervorgehoben. Denn: Produkte kommen und gehen, ihre Hersteller aber richten sich verständlicherweise auf Dauer ein.

## *Elektronik und Mama Steinfels*

Bei einer Jahresproduktion von 30 000 Tonnen und einem Umsatz von rund 100 Millionen Franken hält die Friedrich Steinfels AG derzeit die folgenden schweizerischen Marktanteile: Oleochemie 35 Prozent, Automaten-Geschirrspülmittel 40 Prozent, Textilwaschmittel im Grossverbrauchersektor 40 Prozent, Feinwaschmittel 22 Prozent, Grosswaschmittel 20 Prozent, Rasierartikel 10 Prozent, Seifen 5 Prozent. Die Zahl der Beschäftigten hat sich im Gegensatz zur Produktion in den letzten Jahren zurückgebildet und lag 1981 bei 300.

Diese Entwicklung ist eine logische Konsequenz der Rationalisierungsbemühungen, wie sie beispielsweise im Bereich der elektronischen Datenverarbeitung manifest werden: Von der frühen Hollerith-Lochkartenanlage (1946) über den Gemeinschaftscomputer (1971) kam die Firma Steinfels zu einem vollintegrierten Computersystem auf Dialogbasis, das in unsteter Zeit als flexibles Instrument der Planung, Information und Führung laufend Entscheidungsgrundlagen liefert. Unter Leitung der *Perminova AG*, die nach zehnjährigem Dornröschenschlaf 1975 als Steinfels-Tochter und externe Organisationsstelle, aber zugleich auch als EDV-Dienstleistungs-Unternehmen für Dritte wieder in Erscheinung trat, wurde und wird stufenweise ein Projekt realisiert, das rollende Produktplanung, Vertrieb und Rechnungswesen einschliesst sowie die Überwachung von Dispositionen und Kalkulationen, von Produktions- und Lagerbewirtschaftung vollumfänglich ermöglicht. In jüngster Zeit wurde der ausbaufähige Oleochemie-Zweig automatisiert. Damit wagte die ausserordentlich fortschrittliche Steinfels-Elektronik den Sprung von der Administration zur Fabrikation.

Nach Jahren relativer Zurückhaltung initiierte man an der Heinrichstrasse 255 im Jahr 1980 einen grösseren Investitionsschub, der neben der Computerisierung dem verbesserten Betriebsablauf in der Waschmittelfabrik und der Sanierung der Lagerverhältnisse diene. Um Energie zu sparen, wurden sodann siebzigjährige Dampfkessel durch eine effiziente vollautomatische Dampfzentrale ersetzt, wurde teilweise von Heizöl auf Erdgas umgestellt, wurde auch die Fettsäuredestillation umgebaut.

Steinfels steuert mit Mikroprozessoren in die Zukunft – aber wo ist die Seife geblieben, einstmals *die* Substanz der Zürcher Firma? Man muss kein notorischer Vergangenheitsanbeter, kein Verächter alles Neuen sein, um das fast gänzliche Verschwinden der Steinfels-Toilettenseifen ein wenig zu bedauern. Eine allzu abrupte äussere und innere Verwandlung bekam der traditionsreichen *Maya* nicht sehr gut, weshalb Steinfels im Herbst 1981 die flüssige Cremeseife *La Nova* schuf. Die Hinwendung der Konsumenten zu Badezusatz und Flüssigseife und ein drastischer Abbau des Werbeeinsatzes, der im grossen Ganzen mit dem Verkaufserfolg zu korrelieren pflegt, lassen der edlen Seife kaum eine Überlebenschance. Immerhin, das Erscheinen von *Mama Steinfels*, eines natürlichen Allzweckreinigers auf guter alter Schmierseifenbasis, wirkte im Vorfeld des 150-Jahr-Jubiläums der Familienunternehmung wie ein Stück nostalgischer Wiedergutmachung.

Steinfels weist allerdings gleichzeitig unbeirrt den Weg in die Zukunft – beispielsweise mit kombinierten Desinfektions-Reinigungs-Programmen für Metzgereien, die 1980 ihre Feuerprobe bestanden haben und das imposante Sortiment von Industrie-Reinigungsprodukten für den Fahrzeugunterhalt, für die Metall- und Lebensmittelbranche, für das Baugewerbe und die Abwasseraufbereitung erweitern. Ganz besonders aber will sich die Friedrich Steinfels AG in der Öl- und Fettchemie ein wachsendes, zukunfts-trächtiges Betätigungsfeld sichern: Von den oleochemischen Trivialprodukten – die den schweizerischen Bedarf vollständig decken könnten, aber nur etwa zur Hälfte im Inland bleiben und vornehmlich nach Deutschland und Österreich exportiert werden – möchte man allmählich zu hochentwickelten Spezialitäten wie Amide, Ester und Amphotere gelangen. Zurzeit liegt der Schwerpunkt noch bei destillierten Talgfettsäuren, Olein, Hydrostearin, gepresstem Stearin und pharmazeutischem Glycerin. Diese Basiserzeugnisse sind freilich für unser Land wichtig genug: Als einziger Verarbeiter von Spaltprodukten in der Schweiz hat sich Steinfels dem Bund gegenüber verpflichtet, ein 2500-Tonnen-Fettlager zu unterhalten.



Das  
Haushaltsortiment  
Ende 1981.



### *Markt ohne Grenzen*

Mehr denn je strebt indes das Zürcher Unternehmen auf ausländische Märkte. Seit 1978 bietet eine luxemburgische Ladenkette Steinfels-Produkte an. Im gleichen Jahr konstituierte sich die *Steinfels GmbH Wien* zur systematischen Bearbeitung des österreichischen Grossverbrauchermarkts. Andererseits wächst die Zahl der Vertretungen beständig, mit denen die Friedrich Steinfels AG – genauer: die 1981 von ihr hundertprozentig übernommene Handelsgesellschaft Tensochema – die Interessen ausländischer Chemiefirmen in der Schweiz wahrnimmt.

Die wohl wichtigste Auslandaktivität aber betrifft heute den Transfer von industriellem Know-how. Die Weiterentwicklung technischer Kenntnisse gehört zum Aufgabenbereich der 1977 gegründeten Tochterfirma *Steinfels-Plants* mit Hauptsitz in Zürich und Ingenieurabteilung in Mailand. Über den Consulting-Bereich hinaus ist die Engineering-Filiale von Steinfels zu einem interessanten Anbieter kompletter Waschmittel-Fabriken und Teilen davon geworden. In den ersten Jahren ihrer Tätigkeit exportierte Steinfels-Plants einzelne Anlagen zur Herstellung von Seife, Waschmitteln und Silikaten nach Russland, Madagaskar, Uruguay und Honduras. Im Jahre 1980 konnte ein erster Grosskontrakt über eine komplette Waschmittelfabrik mit Sprüh-turm und kontinuierlicher Sulforierung-Sulfatierung mit einem nächst-lichen Land abgeschlossen werden. Die Mutterfirma trägt bei diesem Projekt ihr Formulierungsknowhow bei.



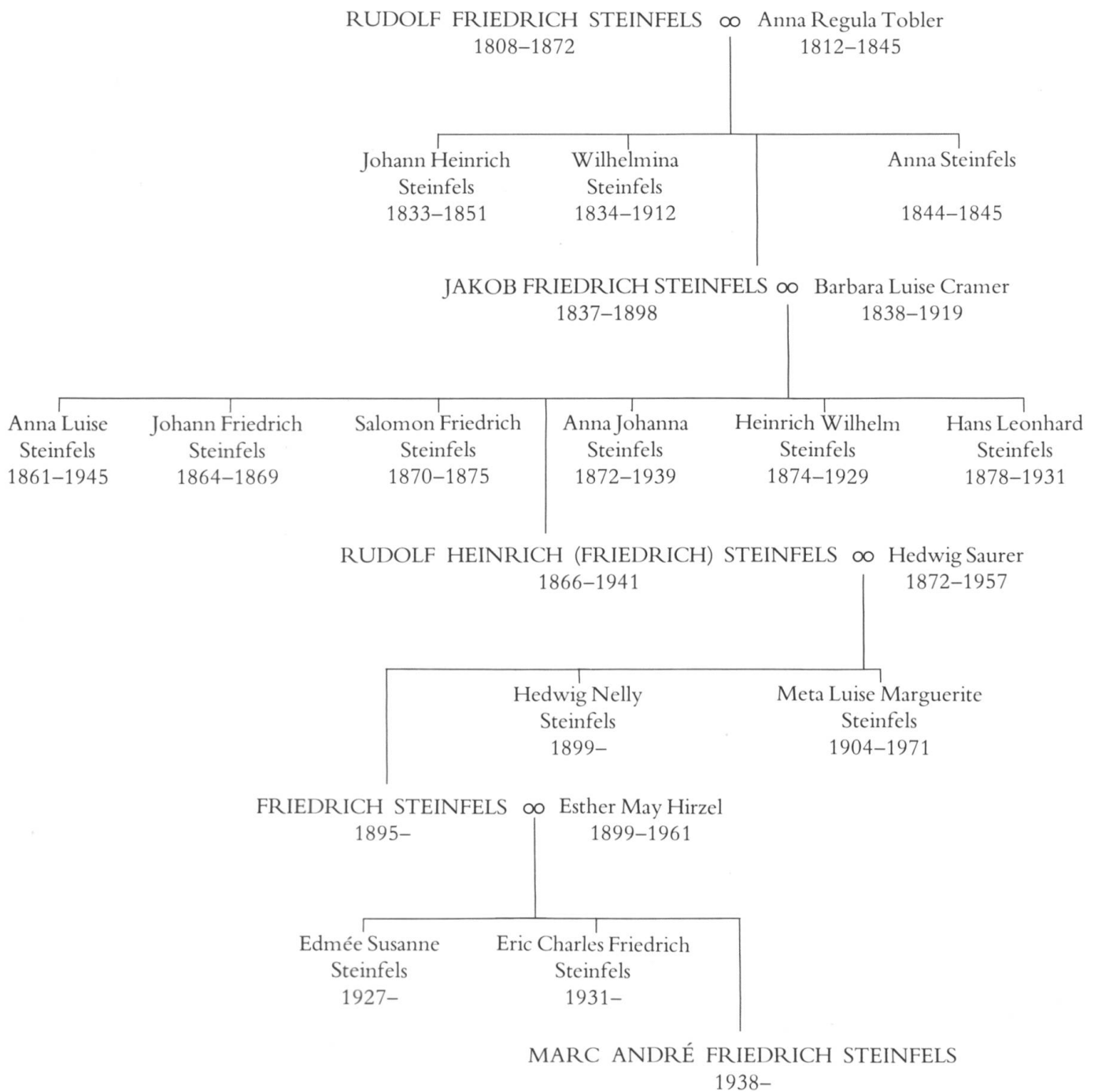
Als eigentliche Spezialität von Steinfels-Plants wird seit kurzem das in jahrelanger Entwicklungsarbeit ausgestaltete und patentierte *Pop-Corn-Verfahren* angeboten. Es arbeitet im Gegensatz zur bisher üblichen Sprühturm-Technologie nicht mehr mit einem im Wasser suspendierten Gemisch der verschiedenen Waschmittelrohstoffe, sondern basiert auf der plötzlichen Verdunstung des in anorganischen Salzen vorhandenen Kristallwassers, was zu einer mehrfachen Volumenvergrößerung des eingesetzten Pulvers führt. Mit einem Kunden in einem andern nahöstlichen Land konnte ebenfalls 1980 ein Vertrag über die Lieferung einer kompletten Waschmittelanlage nach dem bahnbrechenden Pop-Corn-Verfahren eingegangen werden. Bei dieser Gelegenheit schloss die Friedrich Steinfels AG den ersten Marken- und Lizenzvertrag in ihrer hundertfünfzigjährigen Firmenhistorie ab, der dem arabischen Lizenznehmer erlaubt, auf seiner neuen Anlage Steinfels-Originalprodukte zu fabrizieren und seine Erzeugnisse unter dem wohlklingenden Namen der geschichtsträchtigen Zürcher Familienunternehmung zu handeln.

Friedrich Steinfels-Tobler war kein Tagträumer, als er in den dreissiger Jahren des 19. Jahrhunderts die ersten Siedepfannen am Hirschengraben installierte. Mit einem halben Dutzend Handwerkern gute Seife zu machen: dies war sein ganzes Streben. Auch er, der Firmengründer, hatte freilich eine Vision, anders lässt sich seine frühe Expansion ins elsässische Mülhausen nicht erklären. Niemals aber hätte er sich vorzustellen gewagt, dass das in seiner Firma erarbeitete Wissen dereinst in diejenigen Länder exportiert würde, die vor über 4000 Jahren an der Wiege der Seifenentwicklung standen.



Das Jubiläumsgeschenk 1982 greift auf eine Packung des ausgehenden 19. Jahrhunderts zurück.

## Die fünf Steinfels-Firmengenerationen



## Eine Handvoll Literatur

- Fred Betrich: Kulturgeschichte des Waschens, Düsseldorf/Wien 1966  
 Die Seifensiederkunst, von Du Hamel, übersetzt, ausgezogen und vermehrt von Johann Samuel Halle, Berlin 1788 (Nachdruck 1957)  
 Gottlieb Duttweiler und ... die Maritime Suisse, Zürich o.J.  
 Erich Gruner: Die Arbeiter in der Schweiz im 19. Jahrhundert, Bern 1968  
 Handbuch der Schweizer Geschichte, Band 2, Zürich 1977  
 Handbuch der Schweizerischen Volkswirtschaft, 2 Bände, Bern 1955  
 Albert Hauser: Schweizerische Wirtschafts- und Sozialgeschichte von den Anfängen bis zur Gegenwart, Erlenbach 1961  
 Eugen Hermann: Zürcher Quartierchronik, Zürich 1952  
 Josef Meyer: Zur Geschichte von Steinfels, Weiden 1969  
 Luise Sarauw-Steinfels: Jugend- und Familienerinnerungen, Privatdruck, Zürich 1948  
 Wilhelm Steinfels: Farbe und Dasein – Grundzüge zu einem symbolischen Weltbild, Jena 1926  
 Emil Sträuli-Ganzoni: Sträuli & Co. Winterthur 1831–1931, Winterthur 1931  
 Lorenz Stucki: Das heimliche Imperium, Bern/München 1968  
 René Thiessing: Ein Jahrhundert Schweizer Bahnen 1847–1947, 5 Bände, Frauenfeld 1947–1964  
 Union der Seifen- und Waschmittelfabrikanten der Schweiz 1899–1974, o.O. 1974  
 Sigmund Widmer: Zürich – eine Kulturgeschichte, Bände 7 und 8, Zürich 1979/80  
 Zürcher Taschenbuch auf das Jahr 1934, Zürich 1933  
 100 Jahre Friedrich Steinfels, Zürich 1932  
 150 Jahre Sträuli AG, Winterthur 1981

Bild Rückseite: Steinfels-Seifenfabrik im «Untern Berg».