

Zeitschrift: Schweizerische Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialgeschichte = Société Suisse d'Histoire Economique et Sociale
Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialgeschichte
Band: 17 (2001)

Artikel: Die Innovation der Milkschokolade und der Aufstieg der schweizerischen Schokoladeindustrie, 1880-1920
Autor: Rossfeld, Roman
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-871896>

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: 16.01.2026

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

Die Innovation der Milkschokolade und der Aufstieg der schweizerischen Schokoladeindustrie, 1880–1920

Gemäss einer repräsentativen Umfrage in den 15 Mitgliedstaaten der Europäischen Union dachten 1997 fast 80% der Befragten, wenn sie das Wort «Schweiz» hörten, zuerst an das Cliché von einem «Land der Berge, Uhren und der Schokolade».¹ 1995 stand die Nestlé auf dem Gebiet der Schokoladewaren mit einem Umsatz von 8,22 Mia. Fr. weltweit an erster Stelle, und im internationalen Vergleich nimmt die schweizerische Schokoladeindustrie heute einen Spitzenplatz ein.² Die Erfolgsgeschichte der schweizerischen Schokoladeindustrie reicht bis ins 19. Jahrhundert zurück. Nach der Gründung noch heute bekannter – und inzwischen multinational tätiger – Unternehmen wie Suchard 1826 in Serrières bei Neuenburg, Sprüngli 1845 in Zürich, Nestlé 1867 in Vevey, Lindt 1879 in Bern oder Tobler 1899 ebenfalls in Bern erlebte die schweizerische Schokoladeindustrie seit den 1890er Jahren einen rasanten Aufstieg. Die starke Stellung erstaunt, wenn man bedenkt, dass die Schweiz im 19. Jahrhundert nicht zu den traditionell wichtigen Produzenten von Schokolade gehörte, sondern erst nach der Mitte des 19. Jahrhunderts an Bedeutung gewann, dann aber eine rasante Entwicklung durchlief. Bis zum Jahr 1905 hatte sich die Schokolade – gemessen am Wert der exportierten Ware – hinter den Stickereien und Uhren, den Seidenstoffen, Maschinen und dem Käse zum sechstwichtigsten Exportgut der Schweiz entwickelt, und innerhalb der Nahrungsmittelindustrie war die Schokolade nach 1900 hinter dem Käse zum zweitwichtigsten Exportgut der Schweiz aufgestiegen.³ 1914 hatte die schweizerische Schokoladeindustrie bereits eine derart hervorragende Bedeutung, dass sie an der dritten Landesausstellung in Bern in einem eigenen Pavillon im Zentrum des Ausstellungsgeländes untergebracht wurde. Während in anderen Ländern (mit Ausnahme der Niederlande) noch hauptsächlich für den Inlandsmarkt produziert wurde, spielte der Export für die

schweizerische Schokoladeindustrie schon im 19. Jahrhundert eine bedeutende Rolle und übertraf nach 1900 sogar den Inlandsverbrauch; zwischen 1907 und 1913 wurden rund zwei Drittel der gesamten Produktion ausgeführt. Die Exportzahlen, die in dieser Zeit – und speziell in den Jahren zwischen 1910 und 1920 – erreicht wurden, blieben mengenmässig bis in die 1980er Jahre Spitzenergebnisse, und der Exportanteil der in der Schweiz hergestellten Schokolade jener Jahre konnte seither nicht mehr überboten werden.⁴ Als Gründe für den raschen Aufstieg der schweizerischen Schokoladeindustrie am Ende des 19. Jahrhunderts werden in der Literatur – zumeist pauschal – drei Punkte genannt: erstens die *Innovation der Milkschokolade* durch Daniel Peter 1875, zweitens die *Innovation der Conche* durch Rudolf Lindt 1879 und drittens die traditionell *hohe Qualität der Schweizer Schokolade*.⁵ Als der wichtigste dieser drei Faktoren gilt die Innovation der Milkschokolade, auf deren Entwicklung und Durchsetzung seit dem letzten Viertel des 19. Jahrhunderts im folgenden eingegangen werden soll.

Traditionslinien und die zunehmende Bedeutung der Milch als Nahrungsmittel

Die Invention, d. h. die Erfindung, der Milkschokolade durch Daniel Peter wird in der Literatur meistens auf das Jahr 1875 datiert; inwieweit aber überhaupt von einer Erfindung gesprochen werden kann, scheint fraglich, denn die *Tradition der Vermischung von Milch und Schokolade* reicht wesentlich weiter zurück und kann seit der frühen Neuzeit belegt werden.⁶ Den Nährwert eines Milkschokolade-Getränks hatte man schon lange vor Peter erkannt, und die Mischung von Schokolade mit anderen Lebensmitteln war bereits seit langem üblich, so dass es sich bei der Milkschokolade nur um eines von vielen verschiedenen Mischprodukten mit Schokolade handelte. Die Zubereitung der Trinkschokolade mit Milch blieb, wie Reich und andere Autoren berichten, auch im 19. Jahrhundert üblich, so dass rein von der Zusammensetzung des Produkts her die «Erfindung» der Milkschokolade durch Daniel Peter nicht als etwas grundsätzlich Neues betrachtet werden kann.⁷ Neu war gegen Ende des 19. Jahrhunderts lediglich die Form der Milkschokolade, die jetzt als direkt konsumierbares Fertigprodukt verkauft wurde und nicht mehr frisch zubereitet werden musste. War die Milch der Schokolade – schon aus Gründen der Haltbarkeit –

bisher immer erst bei der Zubereitung des Getränks beigelegt worden, so war sie nun im Produkt selbst enthalten.⁸

Betrachtet man die «Erfindung» und Durchsetzung der Milkschokolade im letzten Viertel des 19. Jahrhunderts, so ist diese Entwicklung nur vor dem Hintergrund der *zunehmenden Bedeutung der Milch als Nahrungsmittel* sowie dem Problem der mangelhaften Qualität der Milch und den zahlreichen Milchverfälschungen im 19. Jahrhundert zu verstehen: Obwohl die Milch bereits seit der Antike als Nahrungsmittel bekannt war, blieb sie bis in die zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts – mit Ausnahme einiger weniger Regionen – ein für die tägliche Ernährung relativ unbedeutendes Produkt. Eine Intensivierung der Milchwirtschaft erfolgte erst mit der zunehmenden Industrialisierung und Urbanisierung in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts, und gemäss Hans Jürgen Teuteberg erfolgte nun der «fast revolutionäre Durchbruch der Frischmilch zum modernen Massengeränk innerhalb weniger Jahrzehnte».⁹ Um 1870 setzte auch die Rationalisierung, Verbesserung und wissenschaftliche Behandlung insbesondere technischer Fragen der Milcherzeugung und -verarbeitung ein, so dass – parallel zur Entwicklung der festen Milkschokolade durch Daniel Peter – «eine Fülle spezieller naturwissenschaftlich-technischer Abhandlungen und Handbücher mit entsprechenden Anweisungen für die Praxis»¹⁰ erschien. Gleichzeitig erfolgte die ernährungswissenschaftliche Aufschlüsselung des Nährwerts der Milch, welche die Milchprodukte auf einer naturwissenschaftlichen Basis als Grundnahrungsmittel etablierte und zugleich die Bedeutung des bisher nur in relativ geringen Mengen konsumierten tierischen Eiweisses für die Ernährung betonte. Als hartnäckiges Problem erwies sich allerdings die häufig schlechte Qualität der Milch, die insbesondere in den Städten fast regelmässig und z. T. erheblich verfälscht wurde. Da es schwierig war, die Qualität der angebotenen Ware rein äusserlich zu beurteilen, wurde sie v. a. vom Zwischenhandel bewusst durch Magermilch oder mit purem Wasser verdünnt und «zur Wiederherstellung der Konsistenz mit Mehl und Zucker, aber auch mit Hirn, Gummi oder Leim angereichert».¹¹

Die Schweiz nahm nun im Rahmen der Entwicklung der Milchwirtschaft im europäischen Vergleich eine Sonderstellung ein. Da in den alpinen Regionen der Schweiz traditionell kein Getreide angebaut werden konnte, bestand hier eine vieh- und milchwirtschaftliche Tradition, die bis ins Spätmittelalter zurückreichte.¹² Im alpinen Raum kann die Schweiz zu Recht als traditionsreiches «Milchland» bezeichnet werden; seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts

erfolgte aber auch hier ein starker Ausbau der Milch- und Viehwirtschaft, die sich zunehmend auf das Mittelland erstreckte. Parallel zum Aufschwung der Milchwirtschaft kam es zur *Entstehung einer milchverarbeitenden Industrie*, die in diesen Jahren hauptsächlich aus zwei bedeutenden Unternehmen – der Anglo-Swiss Condensed Milk Co. und der SA Henri Nestlé – bestand. Als sehr wahrscheinlich erste europäische Kondensmilchfabrik überhaupt war die Anglo-Swiss Condensed Milk Co. 1866 von den Amerikanern Charles und George Page in Cham gegründet worden. Das zweite wichtige Unternehmen der schweizerischen Kondensmilchindustrie, das auf der Basis derselben Vakuumkondensationstechnik grosse Mengen Milch verarbeitete, war nur ein Jahr später von Henri Nestlé in Vevey gegründet worden. Nestlé hatte sich seit dem Beginn der 1860er Jahre der Verbesserung der oft noch mangelhaften Säuglingsnahrung zugewandt, und nachdem ihm schon in der ersten Hälfte der 1860er Jahre die Herstellung einer gut haltbaren Milchpaste gelungen war, brachte er 1868 ein Kindermehl auf den Markt, das er in immer grösserem Stil abzusetzen begann.¹³ Nur wenige Jahre später, 1875, verkaufte Nestlé sein Unternehmen für 1 Mio. Fr. an neue Geschäftsinhaber, die es auf der Basis einer Aktiengesellschaft weiterführten und 1878 auch zur Produktion von Kondensmilch übergingen. Die Kondensmilchindustrie ermöglichte in den Städten den Konsum einer qualitativ guten und länger haltbaren Milch, eine Grundvoraussetzung für den weiteren Aufschwung nicht nur der schweizerischen Milchwirtschaft, so dass sich der Konsum von Milch immer mehr verbreitete. Kondensmilch und später Milchpulver eröffneten neue Märkte, nachdem erst die verbesserte Haltbarkeit der Milch überhaupt den weiträumigen Vertrieb und den Erfolg dieser neuen Produkte ermöglicht hatte. Bereits 1883 hielt die *Offizielle Zeitung der schweizerischen Landesaussstellung* in Zürich fest, dass die Produkte der Anglo-Swiss «enormen Einfluss auf die Ernährung ganzer Bevölkerungsmassen, besonders der Kinderwelt»,¹⁴ ausüben würden. Die Erfindung der Milkschokolade schloss sich dieser Entwicklung an, und insgesamt muss der Erfolg der Schweizer Milkschokolade mit der Durchsetzung der Milch als Nahrungsmittel, der weit zurückreichenden Wahrnehmung der Schweiz als Milchland und dem raschen Aufstieg der schweizerischen Kondensmilchindustrie nach 1870 im Zusammenhang gesehen werden.

Angesichts der rasch zunehmenden Bedeutung der Milch als Nahrungsmittel und der bereits alten Tradition der Vermischung von Milch und Schokolade erstaunt es nicht, dass in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts nicht nur

Peter, sondern auch Suchard und andere Fabrikanten versuchten, eine fertig verarbeitete Milkschokolade herzustellen. Bereits 1868 – mehrere Jahre vor der «Erfindung» der Milkschokolade durch Daniel Peter – hatte Suchard eine «chocolat au lait concentré»⁵ auf den Markt gebracht. Bei dieser ersten «Milkschokolade» von Suchard handelte es sich allerdings nicht um ein festes Produkt, sondern um eine *dickflüssige Trinkschokolade in Büchsen*. Suchard arbeitete aber auch bereits an der Herstellung einer Milkschokolade in Pulver- oder Tafelform, eine Idee, die also nicht allein auf Peter zurückgeht.¹⁶ Die Herstellung von «Milkschokolade» wurde aber nicht nur von Suchard vorangetrieben, sondern war auch ausserhalb der Schweiz bekannt. So schrieb Ott in seinem Bericht zur Wiener Weltausstellung von 1873, dass aus England «als Novität eine Mischung von kondensirter Milch mit Chokolade in Töpfen von J. S. Fry & Sons in London zu verzeichnen»¹⁷ gewesen sei; auch hier handelte es sich um eine Milkschokoladepaste und nicht um ein festes Produkt – sirupförmige Produkte aus Milch und Kakao waren in England aber bereits seit dem Beginn der 1850er Jahre erhältlich. 1875 schliesslich produzierte die Anglo-Swiss nebst Kondensmilch und Kindermehl Coffee & Milk, Chocolate & Milk und Cocoa & Milk¹⁸ – doch auch bei diesen Produkten handelte es sich noch um dickflüssige Instantprodukte, die in Büchsen verkauft wurden und nicht mit einer festen Milkschokolade wie derjenigen von Peter verwechselt werden dürfen.¹⁹

Die *Schwierigkeit bei der Herstellung einer festen Milkschokolade* lag zunächst darin, dass die Erzeugung eines qualitativ zufriedenstellenden Milchpulvers am Ende der 1860er Jahre noch nicht möglich war.²⁰ Die industrielle Produktion von besser transportier- und lagerbarem Milchpulver setzte erst nach 1900 ein, und dementsprechend war die Fabrikation einer guten Milkschokolade aus Milch, Kakao und Zucker vorerst ausschliesslich mit Kondensmilch möglich.²¹ Das *Hauptproblem* lag nun darin, dass der Kakao mit seinem zwischen 45% und 55% liegenden Fettgehalt sich nur sehr schlecht mit der Milch, die einen Wassergehalt von ca. 85–90% aufweist, verbinden liess. Dem Kakao musste ein Teil des Fetts und der Milch ein möglichst grosser Teil ihres Wassergehalts entzogen werden – für die Herstellung einer weichen Essschokolade war aber gerade ein hoher Fettanteil notwendig.²² Ohne die Zugabe von zusätzlicher Kakaobutter, dem Fett des Kakaos, entstand – und entsteht bis heute – kein auf der Zunge fein schmelzendes Produkt, sondern eine bisquitartige, brüchige und trocken-körnige Schokolade, die mehr porös als schmel-

zend ist und sich nicht zum Rohessen eignet. Dazu kam das mit dem hohen Wassergehalt und dem MilCHFett zusammenhängende Problem der raschen Verderblichkeit der Milch und der damit verbundenen schlechten Haltbarkeit der Milchsokolade, das Daniel Peter 1901 rückblickend wie folgt beschrieb: «Quelquefois, après avoir trouvé les procédés de mélange du lait et du cacao [...] mes essais me paraissaient réussis, j'étais heureux. Puis, quelques semaines plus tard, j'examinais à nouveau ces mêmes essais, une odeur de mauvais fromage ou de beurre fort me montait au nez; j'étais désespéré, mais que faire? S'y remettre et procéder autrement.»²³ Im Gegensatz zum Zucker, zu den Kakaobohnen und der Kakaobutter, Ausgangsstoffe, die alle problemlos haltbar sind, führte die Zugabe von Milch zum neuen, bisher unbekannten Problem der raschen Verderblichkeit der Schokolade. Während der hohe Wassergehalt der Milch (bzw. die darin enthaltenen Bakterien) zu mikrobiologischen Problemen führte, konnte das MilCHFett – anders als die Kakaobutter, die durch natürliche Antioxidantien vor einer Oxidation geschützt ist – ranzig werden. Bei einer fein verarbeiteten Milchsokolade bestanden hier allerdings kaum Probleme, da das MilCHFett in die Schokolademasse eingearbeitet und so eine Oxidation nicht mehr möglich war. Der hohe Wassergehalt der Milch musste aber so gut wie möglich aus dem Produkt entfernt werden, was vor der Einführung des Milchpulvers noch grosse Schwierigkeiten bereitete.

Die Entwicklung der Milchsokolade durch Daniel Peter nach 1875

Dennoch gelang es Daniel Peter (1836–1919) schon im letzten Viertel des 19. Jahrhunderts, eine feste Milchsokolade herzustellen. Während insgesamt wohl die Mehrzahl der Schweizer Schokoladehersteller (wie z. B. Suchard, Sprüngli oder Tobler) aus der Zuckerbäckerei herkam und später zur Produktion von Schokolade überging, bildete Peter eine Ausnahme. Der Metzgerssohn aus Moudon hatte in Vevey zunächst eine Lehre in einer Spezerei- und Tabakhandlung absolviert und danach mit seinem Bruder Julien eine Kerzenfabrik betrieben, bevor er 1867 mit der Produktion von Schokolade begann.²⁴ Betrachtet man den Werdegang von Daniel Peter aber genauer, dann wird deutlich, dass enge *nachbarschaftliche und verwandtschaftliche Beziehungen* zur Familie Cailler und zu Henri Nestlé bestanden, die für die Entwicklung des neuen Produkts von grosser Bedeutung waren: Einerseits war Peter seit 1863

mit Fanny-Louise Cailler, der einzigen Tochter von François-Louis Cailler, verheiratet und verfügte damit über eine persönliche Beziehung zu einer der ältesten Schweizer Schokoladefabrikanten-Familien, die es ihm auch ermöglichte, sein Unternehmen in Anlehnung an den bereits bekannteren Namen von Cailler «Peter-Cailler & Cie.» zu nennen.²⁵ Andererseits war Peter seit Beginn der 1860er Jahre – nach dem Kauf eines ehemaligen Fabrikgebäudes von Cailler – der direkte Nachbar von Henri Nestlé und konnte so die rasante Entwicklung der schweizerischen Milchindustrie aus nächster Nähe verfolgen. Als Nestlé 1867 zur Fabrikation von Kindermehl übergang, suchte auch Peter sein Glück in der Nahrungsmittelindustrie und nahm die Produktion von Schokolade auf. Begünstigt wurde dieser Entscheid zudem durch den allgemeinen Niedergang der Kerzenfabrikation infolge der Verbreitung der 1855 in den USA erfundenen Petrollampe, der Peter dazu veranlasste, sich nach neuen Erwerbsmöglichkeiten umzusehen. Die auf dem Markt bereits erhältliche Kondensmilch half Peter weiter, weil der Wassergehalt der Milch – im Vergleich zur Frischmilch – schon stark verringert war, so dass der Kakao besser mit der Milch vermischt werden konnte. Bedeutender war aber das Wissen über die Milchkondensierung, musste die Milch zur Herstellung eines festen oder pulverförmigen Produkts doch noch weiter getrocknet werden. Dazu kam, dass Nestlé mit der Entwicklung seines Kindermehls die Verarbeitung von Milch zu einem festen bzw. pulverförmigen Nahrungsmittel schon 1867 vorgemacht und sein Unternehmen 1875 für 1 Mio. Fr. verkauft hatte, was zusammen mit der raschen Entwicklung der schweizerischen Kondensmilchindustrie das Potential der industriellen Milchverarbeitung deutlich werden liess.²⁶ Angesichts des raschen Erfolgs der Nestlé sowie der Anglo-Swiss Condensed Milk Co. und der Tradition der Vermischung von Milch und Schokolade war es für Peter jetzt naheliegend, selbst eine solche Verbindung zu versuchen.

Weitere Anreize für die Herstellung einer festen Milkschokolade bildeten *die Marktsituation und die noch geringe Bedeutung des Unternehmens von Peter*: Als neuer, unbekannter Fabrikant wusste Peter, dass er ein besonderes Produkt benötigte, das ihn von den wesentlich grösseren und bekannteren Konkurrenten auf dem Markt abhob. Dass Peter sich bereits vor der Erfindung der Milkschokolade Gedanken über die Entwicklung des Absatzes der Schokolade als Nahrungsmittel gemacht hatte, belegt ein Brief vom 7. März 1896. In einem *Mémoire* zur Entwicklung seines Unternehmens, das Peter anlässlich der Verhandlungen zur Gründung einer Aktiengesellschaft an den in Vevey tätigen Ban-

kier Gabriel Montet schrieb, hielt er als Anlass zur Aufnahme der Schokoladeproduktion in den 1860er Jahren fest: «Les produits industriels destinés à l'alimentation sont, sans contredit, dans le nombre de ceux dont la fabrication offre les perspectives les plus certaines. Ils se détruisent tous les jours et leur besoin se renouvelle continuellement [...]. On a vu, il est vrai, certaines spécialités alimentaires jouir d'un grand succès pendant un laps de temps, puis être, à tort ou à raison, supplantées par d'autres. Il n'en sera, je crois, pas ainsi pour le chocolat. [...] son usage s'est continuellement développé jusqu'à maintenant où il est entré dans l'alimentation générale, aussi bien que le café, dont il dépasse la valeur nutritive. C'est sous ces impressions que j'ai fondé ma fabrique de chocolat.»²⁷ Mit der Entwicklung der Milkschokolade stellte Peter ein hochwertiges Nahrungsmittel und eine Spezialität her, und die Erfindung der Milkschokolade kann als Antwort auf eine bewusste *Analyse von Marktchancen und Zielmärkten* verstanden werden, die von Peter selbst ebenfalls 1896 wie folgt beschrieben wurde: «[...] il ne m'a pas fallu longtemps pour me convaincre que, si je voulais prendre rang à côté des fabriques déjà existantes, je devais chercher à fabriquer une spécialité. Il me parut donc que, si je parvenais à allier le lait au chocolat, dans un état qui en assure la conservation et le transport facile, je ferais œuvre utile pour beaucoup tout en m'assurant la propriété d'une industrie qui serait difficilement exploitée par le premier venu et, par conséquent, à l'abri de la grande concurrence.»²⁸ Die Erfindung der Milkschokolade war nicht zuletzt ein Versuch zur Differenzierung und Segmentierung des Schokolademarkts; mit der Milkschokolade kam eine neue Produktart auf den Markt, mit der sich Peter in der «Produktartenkonkurrenz»²⁹ sichtbar positionieren konnte. Wie Peter die Herstellung einer festen Milkschokolade schliesslich gelang, lässt sich anhand seines Versuchsbuchs aus den Jahren 1875–1891, in dem er sein Vorgehen, aber auch seine Erfolge und Misserfolge bei der Entwicklung des Produkts festhielt, rekonstruieren.³⁰ Peter arbeitete während mehr als einem Jahrzehnt – parallel zum weiteren Betrieb seiner Fabrik – an der Herstellung der festen Milkschokolade, deren Entwicklung hier nur in ihren Grundzügen dargestellt werden kann. Als Zeitpunkt der Erfindung der Milkschokolade wird in der Literatur üblicherweise das Jahr 1875 genannt, im Oktober 1875 begann Peter aber erst mit den *ersten Versuchen zur Herstellung seines neuen Produkts*. Die Milch bezog er zunächst von der Anglo-Swiss in Cham, teilweise in kondensierter, teilweise in frischer Form, und seit Januar 1879 von der Nestlé in Vevey.³¹ Nachdem die ersten Versuche zu einem Produkt geführt hatten, das

sich v. a. durch einen «léger goût de fromage»³² auszeichnete, beschäftigte sich Peter zuerst mit der weiteren Kondensierung und Trocknung der Milch. Ein Versuch, die Milch im Vakuum zu kondensieren (wie dies bei Nestlé seit Jahren üblich war), misslang 1876, da die Apparaturen ungenügend waren, so dass die Trocknung zunächst «en y ajoutant le restant du sucre, puis à l'aide de la chaudière à bain-marie» erfolgte. Danach wurde die Milch zusammen mit dem zuvor entfetteten Kakao in den *Mélangeur* – die Universalmaschine der Schokoladeverarbeitung bis in die zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts – gegeben und gewalzt.³³ Die Feinverarbeitung erwies sich allerdings als schwierig, da die Milch noch immer zu viel Feuchtigkeit enthielt. Das Eiweiss der Milch koagulierte, in der Tasse bildete sich «une grande quantité de grains», und «le goût laissait à désirer».³⁴ Im Juni 1877 versuchte Peter deshalb, die Milch erst nach der Walzung beizumischen und das so entstandene Produkt «en couches minces sur l'étuve de la fabrique» weiter auszutrocknen. Das Ergebnis war ein relativ trockenes Produkt, das zwar immer noch mehrere Prozent Wasser enthielt, insgesamt aber weit besser war als alle bisher fabrizierten Schokoladen und Peter vorerst davon überzeugte, «qu'il fallait éviter le broyage du lait».³⁵ Ein Problem das weiterhin bestand, war die Fermentation der Milch, die Gärung des Produkts nach wenigen Wochen, die zu einer ranzigen und unverkäuflichen Schokolade führte. Zur Verhinderung der Gärung begann Peter Ende 1877, die Milch «pendant une heure au plus»³⁶ einer Temperatur von 90–95 °C auszusetzen – ein nicht gerade schonendes Verfahren zur Sterilisierung der Milch –, und fügte der Schokolade zur weiteren Trocknung einen geringen, rund drei-prozentigen Zusatz eines trockenen Weizenbiskuits bei. Die Verwendung eines solchen Biskuits hatte Peter Henri Nestlé abgeschaut, der zur Fabrikation seines Kindermehls ebenfalls ein Weizenbiskuit (bzw. ein zwiebackähnliches Weizenbrot) herstellte; zugleich benutzte er immer wieder wissenschaftliche Literatur – in diesem Fall das Standardwerk *Des substances alimentaires* des in Paris lehrenden Chemieprofessors Anselme Payen, der zahlreiche Lebensmittel – und insbesondere Weizen – analysiert hatte.³⁷ Das Weizenbiskuit wurde zusammen mit dem Kakao pulverisiert und der stark kondensierten Milch kalt beigemischt, wodurch eine harte Paste entstand, die besser gewalzt werden konnte – ein Arbeitsschritt, der zur Erzielung eines fein verarbeiteten Produkts unerlässlich war. Die Walzung der Milch wurde jetzt wieder aufgenommen, sollte aber ebenfalls möglichst kalt erfolgen, und generell lässt sich im Verlauf der Jahre eine allmähliche Senkung der anfänglich zu hohen Verar-

beitungstemperaturen feststellen. Dies verhinderte nicht zuletzt das Ausscheiden der leicht schmelzbaren Kakaobutter aus der Schokolademasse. Wie erwähnt, war die Verbindung von Milch und Kakao (bzw. Fett und Wasser) eines der Hauptprobleme bei der Herstellung einer guten Milkschokolade. Die Haltbarkeit des Produkts war nun schon wesentlich besser, so dass auch nach einer Aufbewahrungszeit von sechs Monaten nur noch eine «altération presque imperceptible»³⁸ festgestellt werden konnte.

Ende 1878 versuchte Peter, das in der Zubereitung relativ aufwendige Biskuit durch Mehl zu ersetzen; das Vorhaben musste aber rasch aufgegeben werden, weil die Schokolade beim Kochen zu dickflüssig und dadurch unansehnlich wurde. Zugleich setzte er der Milch nun einige Gramm Soda bei – ein grundsätzlich unbedenkliches und in diesen Jahren weitverbreitetes Verfahren, das wiederum auf Payen zurückging und die Milchsäuerung verzögerte. Gestützt auf Nestlé, produzierte Peter zunächst nur ein fettarmes, in Wasser lösliches *Milchschokoladepulver* zur Herstellung eines Getränks, aber noch keine feste Milkschokolade. Die Neuerung bestand hier darin, dass für die Zubereitung dieses Getränks keine Frischmilch mehr benötigt wurde, was angesichts der nach wie vor ungenügenden städtischen Milchversorgung sicher hilfreich war. Im März 1879 versuchte Peter, die Trocknung der Milch weiter zu verbessern, indem er einen Teil des Zuckers erst nach der Kondensation beigab, und im Mai desselben Jahres erhöhte er den Milchgehalt der Schokolade. «Pour tenir compte de l'opinion exprimée, que le lait n'est pas en assez grande quantité»³⁹ – d. h. auf Einfluss von aussen –, wurden dem Produkt nun rund 22% Milchbestandteile beigesetzt; einige Prozent mehr als bisher, was bedeutete, dass das Verhältnis der einzelnen Komponenten neu abgestimmt werden musste. Die Schokolade hatte jetzt einen besseren Milchgeschmack, und im Juli 1879 begann Peter mit der Zugabe von Karamel zur Schokolade – vermutlich in Anlehnung an eine englische (flüssige) Milkschokolade von E. D. Moore, die er im Januar 1879 probiert und analysiert hatte.⁴⁰ Erstmals gelang es Peter nun, ein Produkt herzustellen, «qui ne laissait voir aucune globule de graisse au dessus de la tasse».⁴¹ Hatte er seine Versuche bisher zumeist nur mit einer kleinen Menge von 12 l Frischmilch gemacht, so wurde das Quantum nun verdoppelt und in späteren Jahren weiter erhöht. Langsam stellte sich eine gewisse Sicherheit bei der Herstellung der neuen Schokolade ein, dazu kam eine allmähliche Verbesserung der Apparaturen: Seit Oktober 1881 wurde die Milch im Vakuum kondensiert, was eine schonendere, weniger heisse Verarbeitung ermöglichte –

aber neue Versuche erforderte –, und im August 1882 kam ein «nouveau séchoir avec aération d'air chaud [...] venant du calorifère de la fabrique»⁴² dazu, womit ein rascheres und besseres Trocknen des Produkts möglich wurde. Eine Analyse der Milkschokolade bei Henri Bischoff, Professor für Chemie in Lausanne und Chef des Lebensmittel-Kontrollbureaus, hatte im April 1880 immer noch einen Wassergehalt von 3% im fertigen Produkt ergeben. 1885 wurde der bisher übliche Zusatz von Soda durch eine geringe Menge Kochsalz ersetzt, das die im Produkt verbliebene Restwassermenge binden und damit die mikrobiologischen Prozesse im Wasser verunmöglichen sollte, und im Februar 1891 wurde ein neues, verbessertes Verfahren zur Sterilisierung der Milch eingeführt. In beiden Fällen hatte Peter sich wiederum auf wissenschaftliche Literatur (von Quevenne bzw. Ferville) gestützt, die ihm noch einmal eine Verbesserung des Geschmacks und der Haltbarkeit ermöglichte.⁴³

In einem Artikel im *Journal de Vevey*, der die Herstellung «gewöhnlicher» Schokolade bei Peter genau beschrieb, hiess es zur Milkschokolade im März 1882, dass es sich dabei um einen «poudre brune» (und nicht um eine feste Schokolade) handle, «dont il suffit de mettre deux cuillerées dans une tasse et d'ajouter de l'eau bouillante pour avoir, sans autre peine, un aliment complet et réparateur»⁴⁴. Das Produkt wurde also auch 1882 noch als Instantgetränk verkauft, das zur Konservierung – wie dies in diesen Jahren auch bei anderen «Milkschokoladen» üblich war – «dans des boîtes en fer-blanc d'un demi-kilo» verpackt wurde. Der Schreiber hielt zudem fest, das Produkt habe auch nach mehreren Monaten «rien perdu de ses qualités» und kam insgesamt zum Schluss: «Ce produit me paraît d'autant plus intéressant, qu'outre la commodité de son emploi, il garantit le consommateur contre toute falsification du lait naturel, et contre les altérations qui se produisent souvent dans cette denrée pendant les chaleurs.»⁴⁵

Fincke hält in seinem Artikel über die Entstehungsgeschichte der Milkschokolade fest, dass Peter «ein Erzeugnis, wie wir es heute kennen»,⁴⁶ seit 1883 herstellte; aus dem Versuchsbuch geht dies aber nicht hervor. Peter machte im August 1883 zwar ein «essai de chocolat au lait en pâte»,⁴⁷ dabei handelte es sich aber lediglich um eine dickflüssige Milkschokoladepaste, deren Milch einen Wassergehalt von 25% aufwies. Das Produkt begann schon nach 15 Tagen stark zu schimmeln – ein Problem, das Peter auch bei der Milkschokolade von Moore festgestellt hatte –, und soweit ersichtlich, blieb es vorerst bei diesem ersten Versuch. Weiter erschwert wird die Datierung der Herstellung

einer festen Milkschokolade durch ein Interview mit Daniel Peter junior, einem Enkel von Daniel Peter, aus dem Jahr 1975, der anlässlich des «100jährigen Jubiläums» der Erfindung der Milkschokolade feststellte: «Das erste Rezept meines Grossvaters stammt aus dem Jahre 1887.»⁴⁸ Gemäss Daniel Peter junior nannte Peter das Produkt von 1887 «Gala Peter» (von griechisch *gala* für Milch) – eine feste Tafelschokolade, die auch in späteren Jahren unter diesem Namen erhältlich war.⁴⁹ Für die Herstellung eines solchen Produkts musste Peter dem trockenen Milkschokoladepulver nur noch Kakaobutter hinzufügen und das neue Produkt in Tafeln ausformen. Einen Beleg für die Herstellung einer festen Milkschokolade vor 1887 gibt es nicht, sicher ist aber, dass Peter seit Januar 1888 «croquettes de chocolat au lait»⁵⁰ herstellte, bei denen es sich um ein festes Produkt mit einem Zusatz von rund 10% Kakaobutter handelte, so dass angenommen werden kann, dass die Datierung auf das Jahr 1887 zutreffend ist.

Insgesamt benötigte Peter für die Entwicklung einer festen, gut haltbaren Milkschokolade mehr als zehn Jahre. Gestützt auf Nestlés Kindermehl, gelang ihm die Herstellung schliesslich dadurch, dass er zunächst ein trockenes Milkschokoladepulver produzierte, dem er erst nachträglich die für die Herstellung einer weichen Eßschokolade notwendige Kakaobutter zusetzte. Überblickt man die Erfindung der Milkschokolade durch Daniel Peter, so war sie einerseits das Ergebnis jahrelanger, von zahlreichen Rückschlägen gekennzeichnete Versuche und schrittweiser Verbesserungen des Produkts, andererseits die Folge der Einbindung Peters in ein Beziehungsnetz und ein soziales Umfeld, ohne das die Erfindung der Milkschokolade nicht möglich gewesen wäre. Peter entwickelte im Laufe der Zeit verschiedene Schokoladen, die ihn Schritt für Schritt der Herstellung einer festen Milkschokolade näherbrachten, und die Nähe Peters zu Henri Nestlé, der Aufschwung der Milchwirtschaft und -verarbeitung generell, das Einheiraten in die Familie Cailler und die Milkschokoladeprodukte anderer Fabrikanten generierten ein Umfeld, das die Herstellung einer festen Milkschokolade überhaupt erst denkbar werden liessen. Insgesamt muss die Erfindung Peters als eine *Kombination verschiedener Entwicklungsschritte* – von der Herstellung von Kondensmilch über die Erfindung des Kindermehls bis zu der Fabrikation von Milkschokoladepasten und dem Einbezug wissenschaftlicher Erkenntnisse – verstanden werden und darf nicht als Einzelleistung eines einsamen Pioniers dargestellt werden – ein Muster, das sich bei der Durchsetzung der Milkschokolade im Markt noch einmal

They said
he was crazy—
that no one could make a new
kind of chocolate

THEY laughed at Daniel Peter 50 years ago. All of his neighbors in the little Swiss town of Vevey made jokes about him. "He's mad," they said, "on the subject of chocolate. He wants to make a new kind!"

But Peter scrimped and saved. His family went without many things they needed, so that he could buy the choicest samples of the full flavored, dark chocolates of Brazil, the light, crisp ones from the Indies, and the tangy ones from Granada.

He and his daughters mixed the different chocolates in their own kitchen, using more of this kind, with less of that, over and over again. They mixed creamy milk with the chocolate, a thing that no one had ever thought of doing.

At last Peter had his recipe. He had in reality made two inventions—he had *invented milk chocolate* and he had given chocolate a flavor no one had ever tasted before.

Thus Daniel Peter had given to one of the foods of which the world is universally fond, a new and remarkably nutritious form.

In addition he had so combined different kinds of chocolate that he secured a flavor no one has ever been able to duplicate.

Today, in America, Peter's chocolate is made in exactly the way Daniel Peter did it—the same kind of chocolates—mixed with creamy milk by Daniel Peter's own recipe.

Get a cake of Peter's today. It comes both plain and in almond bars—you can get them both everywhere, at drug, grocery and cigar stores, at news-stands, and at candy shops.

High as the Alps
in Quality

Peter's
MILK CHOCOLATE
Plain and Almond Bars

Abb. 1: Die Inszenierung eines Pioniers: Annonce für Peters Milchsokolade in der New York Times vom 17. Oktober 1920 (aus: Aymon de Mestral, Daniel Peter. 1836–1919, in: Schweizer Pioniere der Wirtschaft und Technik, Bd. 7, Zürich 1957, S. 41–60, hier 54).

zeigen sollte. In der Werbung wurde dies allerdings bald anders eingeschätzt: Hier wurde Peter schon 1920 als eigenwilliger, von seiner Umwelt verspotteter, aber weit vorausblickender Pionier inszeniert, dessen Beharrlichkeit allein die Herstellung des neuen Produkts zu verdanken war.

*Von der Invention zur Innovation:
die Durchsetzung des Produkts nach 1895*

Die Durchsetzung der Milkschokolade erfolgte zunächst nur langsam und wurde insgesamt weniger durch das Wachstum des immer noch kleinen Unternehmens von Peter als vielmehr durch die *Imitation des Produkts durch andere Schweizer Schokoladefabrikanten* nach 1895 gefördert. Noch 1894, mehrere Jahre nach der Erfindung der Milkschokolade, lag der Anteil von Peter an der gesamtschweizerischen Fabrikation deutlich unter 1%.⁵¹ Der Durchbruch zu einem zunehmend bedeutenderen Produkt auf dem internationalen Schokolademarkt erfolgte erst kurz vor 1900 – 10–20 Jahre nach der Erfindung des Produkts –, als weitere Schweizer Schokoladefabrikanten zur Herstellung von Milkschokolade übergingen, was ein wesentlich grösseres Produktionsvolumen ermöglichte und die Milkschokolade immer bekannter werden liess.

Im Dezember 1898 schrieb der *Gordian*, die seit 1895 in Hamburg herausgegebene Fachzeitschrift der Schokoladeindustrie, zur rasch zunehmenden Produktion von Milkschokolade in der Schweiz: «Seit einiger Zeit macht in der Schweiz die Fabrikation von Milch-Chocolade grosse Fortschritte. Vor ungefähr Jahresfrist war es noch eine einzige Fabrik, die sich mit der Herstellung von Milch-Chocolade befasste; jetzt sind es schon deren vier und ob solche noch mehr kommen, ist sehr wahrscheinlich zu erwarten. Lange Zeit schien es, das Problem zur Fabrikation von Milch-Chocolade sei kaum zu lösen und auf einmal traten drei andere Fabriken mit solchen Produkten auf.»⁵² Hatte man die Milkschokolade in Deutschland bisher kaum beachtet, so stellte der *Gordian* jetzt fest: «Es lohnt sich nun der Mühe darauf etwas acht zu haben».⁵³ In der Schweiz produzierte Kohler nun eine Milkschokolade mit dem Namen «Choclait» (von *chocolat au lait*), weitere Produzenten waren Cailler und Suchard, und nur wenig später brachten Sprüngli und Klaus eine eigene Milkschokolade auf den Markt. 1901 lancierte Suchard den bis heute erhältlichen Markenartikel Milka (eine Zusammensetzung aus «Milch» und «Kakao»), der

in den folgenden Jahren rasch zu einem der erfolgreichsten Produkte der schweizerischen Schokoladeindustrie überhaupt wurde.

Bis nach 1900 blieb die Schweiz die alleinige Herstellerin von Milkschokolade und verfügte damit über einen mehrjährigen *first-mover*-Vorteil, der für den Aufstieg und die Entwicklung der schweizerischen Schokoladeindustrie zentral war.⁵⁴ Peter bewarb seine Milkschokolade über Jahre hinweg – auch nach 1900 noch – mit dem Slogan «le premier des Chocolats au lait»⁵⁵ und betonte damit explizit seine Pionierrolle. Nach und nach kamen weitere Schweizer Schokoladefabrikanten dazu, so dass der *first-mover*-Vorteil von Peter an andere Schweizer Produzenten weitergereicht wurde, was nicht nur die Erringung einer starken Stellung im internationalen Markt, sondern auch den Aufbau eines einheitlichen Images für die gesamte Schweizer Schokoladeindustrie erlaubte, verfügte sie jetzt doch über eine Spezialität, die von der ausländischen Konkurrenz noch nicht – oder nur in unbefriedigender Qualität – hergestellt werden konnte. 1900 schrieb Jean-Jacques Kohler in seinem Bericht zur Weltausstellung von Paris: «Il faut dire que la fabrication [...] [du chocolat au lait] n'a pas été couronné de succès dans les autres pays, dont la concurrence est quasi nulle dans ce domaine.»⁵⁶

In England gelang die Herstellung einer qualitativ zufriedenstellenden Milkschokolade erst 1905, in Deutschland erfolgte die Produktion einer guten Milkschokolade ebenfalls nach 1900.⁵⁷ Die fehlenden Kenntnisse führten nun zu den verschiedensten – heute eher abwegig erscheinenden – Vermutungen, wie z. B., dass in der Schweiz «Ziegenmilch für die Herstellung von Milkschokolade benutzt würde», was vom *Gordian* noch 1915 mit dem Argument abgelehnt wurde: «Ziegen sind nur auf hohen Bergen zu finden, und die gesamte Ziegenmilcherzeugung der Schweiz würde kaum den Bedarf einer einzigen kleineren Milkschokoladenfabrik decken.»⁵⁸ War die Qualität der deutschen und englischen Milkschokolade in diesen Jahren noch relativ schlecht, so lehnten sich die Fabrikanten in der Benennung und Verpackung ihrer Waren dafür immer mehr «so eng wie möglich an die Schweizer Vorbilder an»,⁵⁹ was als deutliches Indiz für die starke Stellung der Schweizer Milkschokolade im internationalen Schokolademarkt verstanden werden kann. «Alpentäler und schneebedeckte Berge», aber auch «Sennhütten und andere für die Schweiz hervorstechende Dinge» wurden nun – zum Ärger des *Gordian* – auf den Verpackungen deutscher Schokoladen angebracht; «eigenartig» fand es der *Gordian* aber auch, «dass einige deutsche Firmen für ihre Milkschokolade viel-

fach schweizerische Namen gewählt» hatten «wie Montreux, Alpsura, Luzerna, Rigi, Alpengruss, Rütli usw.», anstatt das «Ausschlaggebende und für den Wettbewerb nötige»⁶⁰ – die Verbesserung der Qualität der Waren – vorzunehmen. Insgesamt verfügte die deutsche Schokoladeindustrie zumindest in der Mehrheit der Fälle bis zum Ersten Weltkrieg noch nicht über eine Milchsokolade, die in bezug auf die Qualität der Ware mit den Schweizer Produkten vergleichbar war.

Zusätzlich verstärkt wurde der *first-mover*-Vorteil schliesslich durch die Zusammensetzung des Produkts: Hatten die Rohstoffe bisher fast ausschliesslich aus dem Ausland importiert werden müssen, so konnte man jetzt auf einen Grundstoff zurückgreifen, der das Produkt deutlich mit der Schweiz verband. Die Beigabe von Milch zur Schokolade machte das Produkt zu einer standortgebundenen Spezialität, die direkt – und untrennbar! – mit der Schweiz verbunden war. Der gute Ruf der Schokolade konnte nun aus einem lokalisierbaren Qualitätsmaterial abgeleitet werden, das über eine alte Tradition und ein gutes Image verfügte und durch die Standortgebundenheit der Schweizer Milch nicht einfach vom Ausland übernommen werden konnte.

Unterstützt wurde die zunehmende Verbreitung der Milchsokolade um 1900 aber nicht nur durch die Imitation des Produkts durch verschiedene Schweizer Schokoladefabrikanten – von Bedeutung war auch die *Verbilligung des Produkts* durch die Zugabe von Milch zur Schokolade:⁶¹ Die Milch ermöglichte die Einsparung von bis zu 20% der wesentlich teureren Rohstoffe Kakao und Zucker. Der Ersatz von Kakao war allerdings nicht grundsätzlich neu, sondern ein bekanntes Vorgehen zur Verbilligung der Schokolade, wie es – mit anderen Zusatzstoffen – auch bei der Herstellung von Nusschokolade und anderen Mischprodukten bereits seit langem üblich war.⁶² Das Besondere bei der Herstellung von Milchsokolade war jedoch, dass sie trotz der Verbilligung nicht als Ersatzprodukt minderwertiger Qualität oder gar als Verfälschung betrachtet wurde, sondern als eigenständiges Produkt mit speziellen Eigenschaften und einem *positiven Image* verkauft wurde. Von besonderer Bedeutung war hier die Symbolik der Milch, die als weisses, Reinheit symbolisierendes und jahrhundertealtes Nahrungsmittel für Kinder – trotz der zahlreichen Verfälschungen – über eine weit zurückreichende Tradition verfügte. Die an internationalen Ausstellungen und in der Werbung immer wieder betonte Natürlichkeit der Schweizer Alpweiden liess die Milch und damit auch die Milchsokolade gerade im Zeitalter der Industrialisierung und Urbanisierung zunehmend zu

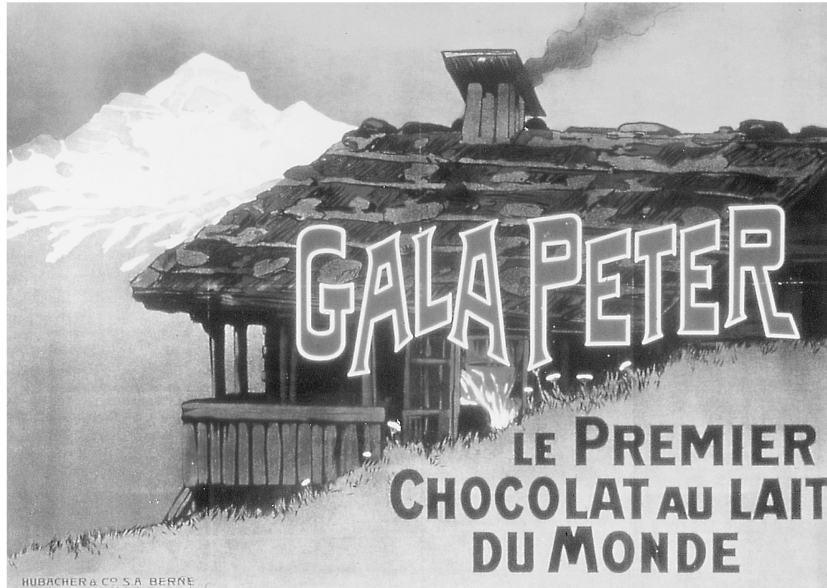
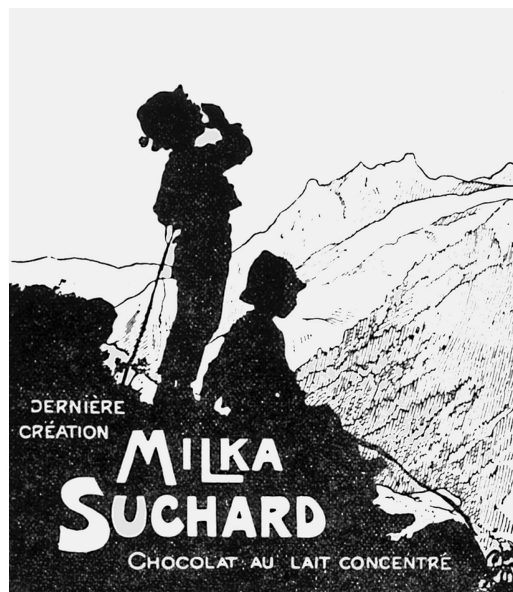


Abb. 2 und 3: Zwei typische Werben für Schweizer Milkschokolade nach 1900. Die Darstellung einer heilen Alpenwelt wurde nun zu einem der wichtigsten Motive in der Schokoladewerbung. (Plakat für Peters Milkschokolade um 1920: Alimentarium, Musée de l'alimentation. Une fondation Nestlé, Quai Perdonnet, 1800 Vevey, Nr. 2101; Annonce für Milka von 1904: Archiv Suchard-Tobler. Musée d'art et d'histoire, département historique, Quai Léopold-Robert 1, 2001 Neuchâtel, Nr. 797.



einem Symbol einer gesunden und naturverbundenen Lebensweise werden. 1898 schrieb Suchard in einem Flugblatt für «Suchard's reine Schweizer-Alpenmilch-Schokolade» vor dem Hintergrund eines Alpweide-Motivs, dass das Produkt «ausschliesslich aus Cacao, Zucker und reiner, nicht abgerahmter Milch» bestehe, die «aus den Sennereien der Schweizer Alpen» stamme, «deren Vieh mit Recht als das die beste Milch gebende bekannt»⁶³ sei. Die Beimengung von Milch zur Schokolade machte das Produkt anschlussfähig an die stark expandierende schweizerische Milchindustrie und liess es noch stärker als bisher als hochwertiges Nahrungsmittel erscheinen.

Kommuniziert wurde das positive Image durch *die Werbung der Schokoladeindustrie*, die als ein weiterer wichtiger Faktor für die zunehmende Durchsetzung der Milchsokolade verstanden werden muss und die gerade am Ende des 19. Jahrhunderts immer stärker als Mittel zur Absatzsteigerung eingesetzt wurde. Ein gutes Beispiel für die zunächst nur langsame Durchsetzung, die Schwierigkeiten bei der Vermarktung und die Bedeutung der Werbung für die Entwicklung der Unternehmen ist Peter. Der wirtschaftliche Erfolg Peters stellte sich nicht automatisch mit der Erfindung der Milchsokolade ein, und ein Problem war nicht nur die Koordinierung von Absatzentwicklung und Produktion – die Erweiterung des Unternehmens musste in allen Unternehmensbereichen gleichzeitig erfolgen –, sondern auch die Beschaffung von Kapital für den zunehmenden Ausbau des Betriebs. 1896 schrieb Peter zur Entwicklung des Verkaufs rückblickend: «Je n'insisterai pas sur les avantages du chocolat au lait qui a su, petit à petit, se créer sa voie, sans réclame, mais uniquement par les mérites que le consommateur lui a trouvés.»⁶⁴

Gemäss Mestral hatte Peter schon seit Beginn der 1890er Jahre versucht, Käufer für sein Unternehmen zu gewinnen, aber erst im Herbst 1896 gelang es ihm schliesslich, Geldgeber zu finden, die bereit waren, das benötigte Kapital in das Unternehmen einzubringen.⁶⁵ Zur Lösung seiner finanziellen Probleme und für den Ausbau der Produktion verkaufte er sein Unternehmen mit der Hilfe des bereits erwähnten Bankiers Gabriel Montet – d. h. mit Unterstützung von aussen – an mehrere Investoren und gründete am 1. Oktober 1896 die SA des Chococats au lait Peter. Zugleich begann er mit einer ausgedehnten Reklame, die das neue Produkt bei den Konsumentinnen und Konsumenten zunehmend bekannt machte und rasch zu einem starken Anstieg des Absatzes führte. 1915 beschrieb der *Gordian* die Entwicklung des Betriebs in einem Artikel zur Verbreitung der Milchsokolade wie folgt: «[Bis um 1895] war die Fabrik des

Herrn Peter nur ein kleines Unternehmen. Die Peter Schokolade war im allgemeinen Handel nur wenig bekannt, und die anderen Schokoladefabrikanten hielten diese Schokolade für etwas, wovon wenig zu erwarten war. Während einer ganzen Reihe von Jahren ging der grösste Teil der Peter Schokolade nach England, wo sie sich langsam die Zuneigung der Käufer erwarb, teilweise durch ihre Güte, teilweise auch durch die Reklame, die ihre englischen Verkäufer in den grossen Zeitungen machten. [...] [Danach] wandelte Herr Peter auf den Rat einer Bank seine Firma in eine Aktiengesellschaft um und begann, nicht nur in England, sondern auch in anderen europäischen Ländern eine ausgedehnte Reklame zu betreiben. Diese zielbewusste Reklame brachte ihm sogleich eine grosse Verkaufszunahme ein, dass die kleine Fabrik von Vevey bald nicht mehr genügte.»⁶⁶

Weiter führte der *Gordian* aus, dass «Peter auch in Amerika durch Reklame eine Nachfrage für Milkschokolade hervorzauberte», obwohl der Verkauf von Schokolade auch hier zunächst «schwierig»⁶⁷ gewesen sei. Bereits 1912 hatte der *Gordian* den Erfolg der schweizerischen Schokoladeindustrie damit erklärt, dass «eine Hauptstütze der Schweizer Schokolade im Ausland ihre Güte» sei und «eine zielbewusste, allerdings mit grossen Mitteln durchgeführte Reklame» dazu beitrage, die «Schweizer Schokolade allenthalben in der Leute Mund zu bringen».⁶⁸ Parallel zum zunehmenden Einsatz der Werbung kam es um 1900 zu deutlichen *Veränderungen in der Bildersprache der Reklame*, welche die Milkschokolade nun von den Konkurrenzprodukten abhob und mit der Abbildung von Alphütten, Sennen und Bergen als Schweizer Spezialität inszenierte. Die Differenzierung und Segmentierung des Schokolademarkts musste den Konsumentinnen und Konsumenten auch mitgeteilt werden und wurde deshalb mit der Generierung und Kommunizierung eines spezifischen Images der Schweizer Schokolade verbunden. Hatten früher Firmenansichten und exotische Motive in der Schokoladewerbung vorgeherrscht, so warb die schweizerische Schokoladeindustrie nach 1900 (fast einheitlich) mit verschneiten Berggipfeln, Milchkühen und dem guten Image der «Schweizer Alpenmilch». Mit der Abbildung der Alpen verwiesen diese Werbungen aber nicht nur auf die Reinheit, Gesundheit und hohe Qualität der Schweizer Schokolade, sondern vermittelten zugleich das Bild einer Schweiz, die nur aus Alpen und Natur bzw. Sennen und Kühen besteht – ein Image der Schweiz, das bis heute besteht.

Nach 1904 kam es schliesslich zu mehreren *Fusionen und Übernahmen*, die zu

einer horizontalen Konsolidierung in der Schweizer Schokoladeindustrie und einer noch engeren Verbindung zwischen der Schokolade- und der Milchindustrie führten.⁶⁹ Eingebettet in die international feststellbare «merger mania der Jahrhundertwende»,⁷⁰ stellte dies zwar keinen Sonderfall der schweizerischen Entwicklung dar, innerhalb der Schokoladeindustrie handelte es sich aber um einen, wie Chiapparino schreibt, «almost unique case in the landscape of the branch before 1914».⁷¹ 1904 übernahm Peter die alteingesessene Schokoladefabrik Kohler und schloss im gleichen Jahr einen Vertrag mit der SA Henri Nestlé ab, der insbesondere für die breitere Distribution der Milchsokolade von grosser Bedeutung war und den Beginn einer langjährigen engen Kooperation zwischen der schweizerischen Kondensmilch- und der schweizerischen Schokoladeindustrie anzeigte.

Nur ein Jahr später, 1905, entstand durch die Fusion der Nestlé mit der Anglo-Swiss die Nestlé & Anglo-Swiss Condensed Milk Co., das mit Abstand grösste Kondensmilchunternehmen der Schweiz, und 1911 kam es zu einer weiteren bedeutenden Fusion, indem sich Cailler mit Peter & Kohler zur Peter, Cailler, Kohler, Chocolats Suisses SA (kurz PCK) verband. Der Vertrag von 1904 wurde auf die PCK übertragen, und mit einem Aktienkapital von 10,5 Mio. Fr. und den internationalen Beziehungen der Nestlé war die PCK 1911 die grösste und bedeutendste Schokoladefabrik der Schweiz und vertrat jetzt fast die Hälfte der gesamten schweizerischen Schokoladeindustrie. Mit der Nestlé verfügte die PCK über einen international tätigen Partner, der den guten Ruf der Schweizer Milch zu Beginn des 20. Jahrhunderts mit weltweiten Werbekampagnen förderte und damit das gute Image und den Erfolg der Schweizer Milchsokolade wesentlich mitbegründete. 1929 erfolgte schliesslich die vollständige Übernahme der PCK durch die Nestlé, ein Zusammenschluss, aus dem der heute bedeutendste Schokoladehersteller der Welt – die Nestlé SA mit Sitz in Vevey – hervorging.

Anmerkungen

- 1 Hanspeter Stamm, «Postkartenimage oder hässliche Schweizer? Eine Umfrage in Europa», *Neue Zürcher Zeitung*, 18./19. 10. 1997, S. 17. Für zahlreiche Hinweise und Informationen danke ich Albert Pfiffner vom Historischen Archiv der Nestlé und Leo Baumberger, Cailler Broc.
- 2 Vgl. dazu: Francesco Chiapparino, «Milk and fondant chocolate and the emergence of the Swiss chocolate industrie at the turn of the twentieth century», in: Martin R. Schärer, Alexan-

- der Fenton (Hg.): *Food and Material Culture. Proceedings of the Fourth Symposium of the International Commission for Research into European Food History*, Vevey 1998, S. 330 bis 344, hier 330; Nestlé AG, Schweiz (Hg.): *Nestlé und der Kakao. Grundlegendes über Rohkakaoproduktion und Welthandel. Die Politik von Nestlé. Drei Reportagen in Produktionsländern*, Le Mont-sur-Lausanne 1996, S. 22.
- 3 Vgl. dazu: Alfred Gutzwiller, *Die schweizerische Schokoladenindustrie und die Weltkakaowirtschaft. Eine volkswirtschaftliche Studie*, Liestal 1932, S. 80, 165; Hans Hartmann, *Zur ökonomischen Theorie der schweizerischen Schokoladenindustrie mit besonderer Berücksichtigung der Standortfrage*, Bern 1919, S. 4.
 - 4 1995 betrug der Exportanteil der in der Schweiz produzierten Schokolade 47% (60'756 t), ein neuer Höchststand seit dem Zweiten Weltkrieg, aber immer noch wesentlich unter den Exportwerten von vor 1920. Allerdings sind solche Vergleiche nur wenig aussagekräftig: Heute bestehen weit mehr ausländische Tochtergesellschaften als vor 1920, so dass der Anteil der im Ausland produzierten Schokolade deutlich höher ist als vor 1920. Vgl. dazu: Chocosuisse, Verband Schweizerischer Schokoladefabrikanten, *Jahresbericht 1995*, Bern 1995, Teil 1, S. 3 f.; Lindt & Sprüngli (Hg.) *150 Jahre Freude bereiten. Schokoladefabriken Lindt & Sprüngli AG 1845 bis 1995*, Zürich 1995, S. 144, 150 f., 240 f.
 - 5 Bei der Innovation der Conche handelt es sich um ein Verfahren zur Verfeinerung der Schokolade, bei dem sowohl die Schmelzeigenschaften als auch das Aroma des Produkts deutlich verändert werden und das bis heute zu den Standardverfahren in der Schokoladenherstellung zählt. Vgl. dazu: Lindt & Sprüngli (wie Anm. 4), S. 45–54, 60, 177–180; Chiapparino (wie Anm. 2), S. 335–340; Heinrich Fincke, «Über die Anfänge und Entwicklungsrichtung der Schmelzschokoladenherstellung in der Schweiz und in Deutschland», *Kazett. Kakao- und Zuckerwarenindustrie. Fachblatt für Kakao. Zeitschrift des Süßwarengewerbes*, Hefte 11–18, Dresden 1942, S. 164–167, 200 f., 213 f.
 - 6 Die folgenden Ausführungen beruhen auf: Heinrich Fincke, «Über die Entstehungsgeschichte der Milchschokolade. Zu ihrem 75jährigen Jubiläum», Sonderdruck aus *Gordian. Zeitschrift für Nahrungsmittel und Genussmittel; insbesondere Kakao, Zucker, Kaffee, Tee; Dauerbackwaren, Speise-Eis sowie alle Hilfsstoffe*, Köln 1951, S. 3–6; Francesco Chiapparino, *L'industria del cioccolato in Italia, Germania e Svizzera. Consumi, mercati e imprese tra '800 e prima guerra mondiale*, Bologna 1997, S. 177–180; Chiapparino (wie Anm. 2), S. 334 f.; Hans Jürgen Teuteberg, «Anfänge des modernen Milchzeitalters in Deutschland», in: Hans Jürgen Teuteberg, Günter Wiegmann, *Unsere tägliche Kost. Geschichte und regionale Prägung* (Studien zur Geschichte des Alltags, Bd. 6), Münster 1986, S. 163–184, hier 163–168, 172–174; Thomas Schürmann, «Milch – Zur Geschichte eines Nahrungsmittels», in: Helmut Ottenjann, Karl-Heinz Ziessow (Hg.), *Die Milch. Geschichte und Zukunft eines Lebensmittels*, Cloppenburg 1996, S. 19–53, hier 33–39; Karl Gutzwiller, *Die Milchverarbeitung in der Schweiz und der Handel mit Milcherzeugnissen. Geschichte, Betriebsformen, Marktverhältnisse und volkswirtschaftliche Bedeutung*, Schaffhausen 1923, S. 81–104, 126–143; Hans Jürgen Teuteberg, «Der Kampf gegen die Lebensmittelverfälschungen», in: Teuteberg/Wiegmann (diese Anm.), S. 371–377, hier 374 f.; Jean Heer, *Nestlé. Hundertfünfundsiebenzig Jahre. Von 1866–1991*, Vevey 1991, S. 67–86, 118–124; Hans Jürgen Teuteberg, «Die tägliche Kost unter dem Einfluss der Industrialisierung», in: Teuteberg/Wiegmann (diese Anm.), S. 345–362, hier 351–353.
 - 7 Noch 1860 schrieb Reich zur Zubereitung der Trinkschokolade: «Die Bereitung des Chocolate-Getränks geschieht in der Regel so, dass man die Täfelchen in ein grobes Pulver verwandelt und solches entweder mit kochendem Wasser oder Milch vermischt, die Flüssigkeit aber über

- Feuer abquirkt. Die mit Wasser zubereitete Chocolate versetzt man wohl mit geschlagener Sahne, die Milchchokolade nicht selten mit Eigelb; beides öfters auch noch mit Zucker, Gewürzen und mit Spirituosen.» Eduard Reich, *Die Nahrungs- und Genussmittelkunde. Historisch, naturwissenschaftlich und hygienisch*, Bd. II: Spezielle Nahrungs- und Genussmittelkunde, Abt. 1, Göttingen 1860, S. 228.
- 8 Fincke (wie Anm. 6), S. 3, macht in diesem Zusammenhang quellenkritisch darauf aufmerksam, dass der Begriff «Milchschokolade» zwar schon vor der Erfindung Peters benutzt wurde, der Wortteil «Milch» dabei aber «nicht einen Bestandteil, sondern einen Verwendungszweck» der Schokolade anzeigte und deshalb nicht voreilig als Hinweis auf eine «feste Milchschokolade» im Sinne Peters interpretiert werden darf. Mit «Milchschokolade» wurde zunächst entweder ein mit Milch hergestelltes Schokoladetränk oder sogar feste, aber milchfreie Schokolade bezeichnet, «die dazu dienen sollte [...] aus ihr unter Verwendung von frischer Milch ein Milchschokoladetränk zuzubereiten». Die Verwendung des Begriffs «Milchschokolade» allein ist demnach kein Hinweis darauf, dass die verwendete Schokolade selbst Milch enthielt oder sogar als festes Produkt verkauft wurde.
 - 9 Teuteberg, Anfänge (wie Anm. 6), S. 163 f. Vgl. auch den Beitrag von Manuel Fischer in diesem Band.
 - 10 Ebd., S. 163.
 - 11 Ebd., S. 173.
 - 12 Zur frühen milchwirtschaftlichen Tradition in der Schweiz vgl.: R. Bircher, «Zur Geschichte», *Die schweizerische Milchwirtschaft*, hg. von der schweizerischen Milchkommission in Zusammenarbeit mit den milchwirtschaftlichen Fachkreisen, Thun 1948, S. 1–25, hier 1–14; Gutzwiller (wie Anm. 6), S. 7–20.
 - 13 Nestlé's Kindermehl, dessen Erfindung auf den Herbst 1867 datiert werden kann, bestand aus einer Mischung von Milch, Zucker, Weizenmehl und Kaliumkarbonat und sollte – «beste Alpenmilch enthaltend»! – einen Beitrag zur Verringerung der hohen Säuglingssterblichkeit leisten. Zur Entwicklung des Kindermehls durch Nestlé vgl. die Ausführungen in Albert Pfiffner, *Henri Nestlé (1814–1890). Vom Frankfurter Apothekerhilfen zum Schweizer Pionierunternehmer*, Zürich 1993, S. 86–97, 112–124. Zur Gründung der Anglo-Swiss vgl. den Beitrag von Manuel Fischer in diesem Band.
 - 14 *Offizielle Zeitung der schweizerischen Landesausstellung*, Zürich, 1. 4. 1883, S. 83.
 - 15 Archiv Suchard-Tobler (AST), Musée d'art et d'histoire, Neuchâtel, Nr. 2031, Rundschreiben an den Detailhandel von 1868.
 - 16 Dass es sich beim Produkt von Suchard nicht um eine Tafelschokolade handelte, Suchard mit diesem Produkt überdies unzufrieden war und bereits an der Fabrikation einer Milchschokolade in Pulver- oder Tafelform arbeitete, geht aus einem Brief von Prof. P. A. Bolley an Philippe Suchard vom 31. 1. 1869 hervor. Bolley war seit 1855 Professor für Chemie am Polytechnikum in Zürich und unterstützte Suchard bei seinen Versuchen zur Herstellung von Milchschokolade. Vgl. dazu Archiv von Kraft Jacobs Suchard in Lörrach (ASL), Brief von P. A. Bolley an Philippe Suchard, ohne Nr.
 - 17 Adolf Ott, *Wiener Weltausstellung 1873. Schweiz. Bericht über Gruppe IV: Nahrungs- und Genussmittel als Erzeugnisse der Industrie*, Schaffhausen 1874, S. 42.
 - 18 Zur Produktpalette der Anglo-Swiss im Jahr 1883 vgl.: *Offizielle Zeitung* (wie Anm. 14), S. 86; Archives historiques Nestlé, Vevey (AHN), Anglo-Swiss Jahresstatistik von 1867–1894, AS ohne Nr., aus der hervorgeht, dass die drei genannten Produkte (Coffee & Milk, Chocolate & Milk und Cocoa & Milk) ab 1875 hergestellt wurden.
 - 19 Vgl. dazu die Etiketten dieser Produkte, aus denen eindeutig hervorgeht, dass es sich um

- Instantprodukte bzw. im Fall der Schokolade um eine Trinkschokolade handelte, die – gemäss den offiziellen Angaben – aus einer Mischung von «pure cocoa and sugar [...] combined with pure milk» bestand. AHN, AS ohne Nr., Sammelbuch für Kisten & Büchsenetiketten & Büchsenumschläge.
- 20 Zur Entwicklung der Milchkondensierung und -pulverisierung vgl. Berend Strahlmann, «Lebensmittelverarbeitung im 19. Jahrhundert – neue technische Verfahren und chemische Zusätze», in: Edith Heischkel-Artelt (Hg.), *Ernährung und Ernährungslehre im 19. Jahrhundert* (Studien zur Medizingeschichte im neunzehnten Jahrhundert, Bd. 6), Göttingen 1976, S. 198–204, hier 199.
 - 21 Entsprechend dieser technischen Entwicklung blieb die Herstellung von Milchsokolade aus Kondensmilch auch nach 1900 üblich und wurde erst später durch die Herstellung mit Milchpulver verdrängt. So schrieb der *Gordian* noch 1915: «Milchsokolade wird gewöhnlich aus flüssiger Milch oder aus sogenannter Trockenmilch hergestellt. Die erste Art soll die beste sein; man stellt sie her, indem man 100 Kilo Milch bis auf 20 Kilo verdunsten lässt.» *Gordian. Zeitschrift für die Cacao-, Chocoladen- und Zuckerwaren-Industrie der Welt und für alle verwandten Erwerbszweige*, Hamburg 1895 ff., hier 12. 8. 1915, S. 8122. Noch heute unterscheidet man in der Herstellung von Milchsokolade zwischen zwei unterschiedlichen Verfahren, dem *dry-mix*-Verfahren mit Milchpulver, das gegenwärtig weit verbreitet ist, und dem *wet-mix*-Verfahren mit Kondensmilch, das heute nur noch von wenigen Herstellern, wie z. B. Cailler, verwendet wird.
 - 22 Zusätzlich erschwert wurde die Herstellung fester Milchsokolade dadurch, dass die Zugabe von Milchbestandteilen die Schokolade tendenziell poröser und weniger leicht schmelzend werden liess, denn durch die Zugabe von Milchtrockenmasse blieb, wie Fincke schreibt, «für den Gesamtgehalt an Kakaomasse nicht so viel übrig, dass man ohne Verwendung einer beträchtlichen Menge von Kakaobutter den für einen guten Gesamteindruck erforderlichen Fettgehalt» bekam. Die Zugabe von bis zu 20% Milchbestandteilen zur Schokolade veränderte die bisher übliche Zusammensetzung der Schokolade aus Kakao, Kakaobutter und Zucker, so dass deren Mischverhältnisse neu abgestimmt werden mussten. Vgl. dazu Fincke (wie Anm. 6), S. 8.
 - 23 Peter, zit. nach Georges H. Speidel: *L'ancienne usine Peter à Vevey. L'usine en Rouvenaz à Vevey. 1861–1918*, vol. IA et IB, unveröffentlichtes Typoskript, Vevey 1996, vol. IA, o. S. (AHN, ohne Nr.). Das Zitat stammt aus einer Rede Peters, die er am 9. 2. 1901 anlässlich der Einweihung der neuen Fabrik in Orbe hielt, und ist ein deutlicher Hinweis darauf, dass Peter seinem Produkt zumindest anfänglich zu wenig Wasser entzogen hatte, was dazu führte, dass die Milchbestandteile seiner Schokolade in kurzer Zeit ranzig wurden.
 - 24 Die folgenden Ausführungen beruhen auf: Pfiffner (wie Anm. 13), S. 47, 53 f., 63–72, 258–266; Heer (wie Anm. 6), S. 144 f., 149 f.; Fincke (wie Anm. 6), S. 6 f.; Speidel (wie Anm. 23), o. S.; Georges H. Speidel, «*En Clergère*» – *le moulin et la première chocolaterie mécanique de Vevey (1767 – env. 1840)*, vol. 1, unveröffentlichtes Typoskript, Vevey 1996, o. S. (AHN, ohne Nr.); Georges H. Speidel, *Les anciennes usines Cailler à Corsier et à Vevey*, vol. IIA: *F. L. G. Cailler, le début de ses activités professionnelles (1818–1832)*, unveröffentlichtes Typoskript, Vevey 1996, S. 1–13 (AHN, ohne Nr.); Aymon de Mestral: «Daniel Peter. 1836–1919», *Schweizer Pioniere der Wirtschaft und Technik*, Bd. 7, Zürich 1957, S. 41–60, hier 41–44; AHN, NPCK A-1.3, *Historique complet de Peter Cailler Kohler Chocolats Suisses S. A.*, 4e fascicule (établi en février 1939): *Renseignements, statistiques et commentaires complémentaires complétant les 3 premiers fascicules*, unveröffentlichtes Typoskript, S. 2–8.

- 25 Inwieweit der Schwager Daniel Peters, Auguste Cailler, der damals die Schokoladefabrik Cailler leitete, auf die Entscheidung Peters Einfluss nahm, ist unklar. Heer gibt jedoch an, dass Peter die Herstellung von Schokolade 1867 als einfacher Arbeiter in einer Schokoladefabrik in Lyon – damals neben Marseille und Paris eines der drei Zentren der französischen Schokoladeindustrie – kennengelernt hatte, was eher auf eine Konkurrenzsituation zwischen Peter und Cailler schliessen lässt. In diese Richtung deutet auch die Tatsache, dass Peter den Namen seiner Firma 1886 (gemäss Handelsregistereintrag vom 3. 4. 1886) in «D. Peter» änderte – vermutlich deshalb, weil er durch die Erfindung der Milkschokolade nun über ein eigenes Produkt verfügte und sich von der Konkurrenz – inklusive Cailler – abgrenzen wollte. Die Verwendung des Namens Cailler im Firmennamen «Peter-Cailler & Cie.» ist aber noch insofern zu relativieren, als Cailler erst gegen Ende der 1890er Jahre zu grösserer Bedeutung gelangte, als man – Ironie der Geschichte – in der dritten Generation unter Alexandre Cailler die Milkschokolade von Peter imitierte. Bis zur Gründung der Fabrik in Broc im Jahr 1898 handelte es sich bei Cailler zwar um ein traditionsreiches, aber selbst im schweizerischen Vergleich relativ kleines Unternehmen.
- 26 Da Peter seine Versuche angesichts des technischen Entwicklungsstandes der Milchverarbeitung aber mit Kondensmilch und nicht mit Milchpulver machte, muss der Einfluss Nestlés differenziert betrachtet werden: Obwohl Peter wie Nestlé zunächst ein pulverförmiges Produkt herstellte, das mit Wasser angerührt werden musste, galt es, für die Verbindung von Kakao, Zucker und Milch ein anderes Verfahren zu finden als für die Herstellung des Kindermehls von Nestlé, das hauptsächlich aus einer Verbindung von Milch und Weizenmehl bestand. Im Gegensatz zum fettlosen Weizenmehl weist Kakao einen Fettgehalt von 45–55% auf, der sich nur schlecht mit dem hohen Wassergehalt der Milch verbinden lässt, so dass Peter nur z. T. von der Vorarbeit Nestlés profitieren konnte.
- 27 *Mémoire* von Daniel Peter an Gabriel Montet vom 7. 3. 1896, zit. nach *Historique complet* (wie Anm. 24), S. 9. Montet hatte Peter am 4. 3. 1896 vorgeschlagen, zur besseren Finanzierung des Unternehmens den Betrieb an mehrere Investoren zu verkaufen und eine Aktiengesellschaft zu gründen. Das *Mémoire* Peters hatte zum Ziel, dem Bankier «tous les détails nécessaires» über das Unternehmen mitzuteilen, «pour que Messieurs vos commettants puissent se rendre compte des perspectives de cette affaire», und sollte zugleich dazu dienen, «[...] que vos mandataires [...] pourront bien ensuite me faire les propositions qu'ils jugeront pouvoir me soumettre pour la vente de mon usine, de mes procédés et de ma clientèle». *Mémoire* (wie Anm. 27), S. 8.
- 28 *Mémoire* (wie Anm. 27), S. 9.
- 29 Philip Kotler, Friedhelm Bliemel, *Marketing-Management. Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung*, 7. vollständig neu bearb. und für den deutschen Sprachraum erw. Aufl., Stuttgart 1992, S. 193. Zur Bedeutung der Produktdifferenzierung für die einzelnen Produzenten schreibt Kotler, S. 453: «Falls mehrere Wettbewerber [...] ihre Produkte nicht differenzieren, werden die meisten Käufer den Anbieter mit den niedrigsten Preisen wählen. [...] Als einzige Alternative zu diesem Preiskampf kann das Unternehmen sein Angebot an den Markt – im Vergleich zu seinen Wettbewerbern – differenzieren. Wenn ihm eine effektive Differenzierung seines Angebotes gelingt und die Differenzierung aus Sicht der Käufer einen besonderen Wert hat, kann das Unternehmen sich dem direkten Preisvergleich mit den Konkurrenten entziehen [...]» Gerade für die schweizerische Schokoladeindustrie mit ihren teuren Produkten war dies besonders wichtig.
- 30 Die folgenden Ausführungen beruhen auf: Mestral (wie Anm. 24), S. 44 f.; Heer (wie Anm. 6), S. 62–65, 145–153; Fincke (wie Anm. 6), S. 6; Chiapparino (wie Anm. 2), S. 334 f.; Nikita Harwich, *Histoire du chocolat*, Paris 1992, S. 173.

- 31 Vgl. dazu AHN, NPCK P-5.1, Carnet de notes mss. de Daniel Peter, S. 3, 18. Von der wesentlich näher gelegenen Nestlé konnte Peter seine Milch erst jetzt beziehen, weil Nestlé erst 1878 mit der Herstellung von Kondensmilch begonnen hatte. Vgl. dazu ausführlicher Pfiffner (wie Anm. 13), S. 212.
- 32 AHN, NPCK P-5.1, Carnet de notes mss. de Daniel Peter, S. 3.
- 33 1811 vom Franzosen Princelet entwickelt, bestand der Mélangeur aus einer Wanne mit zwei sich drehenden Mühlsteinen (oder einem sich drehenden Bodenstein) und fasste das Mahlen des Kakaos, das Mischen der verschiedenen Bestandteile der Schokolade und die Feinzerreibung der Schokolademasse in einer Maschine zusammen. Zur Entwicklung der Technik der Kakaoverarbeitung in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts vgl. ausführlicher Heinrich Fincke, «Die Entwicklung der Technik der Kakaoverarbeitung», Sonderdruck aus: *Technik und Wirtschaftswesen*, 2–5 (1930), Berlin 1930.
- 34 AHN, NPCK P-5.1, Carnet de notes mss. de Daniel Peter, S. 4.
- 35 Ebd., S. 5.
- 36 Ebd., S. 8.
- 37 Zur Herstellung eines zwiebackähnlichen Weizenbrots durch Henri Nestlé vgl. Pfiffner (wie Anm. 13), S. 117. Das Verfahren, das Peter in seinem Versuchsbuch, S. 8 f., zur Herstellung seines Weizenbiskuits angibt, ist weitgehend identisch mit demjenigen Nestlés; ob und inwieweit sich auch Nestlé auf Angaben Payens stützte, ist nicht bekannt.
- 38 AHN, NPCK P-5.1, Carnet de notes mss. de Daniel Peter, S. 14.
- 39 Ebd., S. 26.
- 40 Peter hielt in bezug auf die «chocolat au lait en pâte de E. D. Moore» fest: «Goût rappelant la réglisse au cachou, peut-être avec sucre brûlé ou caramel.» Ebd., S. 19.
- 41 Ebd., S. 36.
- 42 Ebd., o. S.
- 43 Wie Payen und Bischoff war Théodore Quevenne Chemiker und widmete sich in den 1840er und 50er Jahren hauptsächlich der Verarbeitung und Analyse von Milch. Er verfasste dazu insbesondere in den *Annales d'Hygiène publique* mehrere Publikationen. Für die bessere Sterilisierung wurde die Milch jetzt nicht mehr über eine längere Zeit erhitzt, sondern nur noch während fünf Minuten dreimal aufgekocht, zugleich aber die Temperatur auf 98 °C erhöht, um eine vollständigere Abtötung der Bakterien zu erreichen. In bezug auf die Ersetzung des Sodas durch Kochsalz hielt Peter 1885 fest: «D'après Quevenne, 2 gr. bicarb. de soude par litre de lait (env. 1/500) ne se laissent pas apercevoir dans le liquide froid; mais, à la température de l'eau bouillante, le lait avait pris l'odeur et le goût du blanc d'œuf cuit. J'ai reconnu cette influence dans le chocolat au lait, même à plus faible dose. Je l'ai donc abandonné. D'un autre côté, pour éviter le rancissement du beurre, j'ai essayé le sel de cuisine.» Ebd., o. S. Für die richtige Mischung (von 50 g Salz auf 100 l Milch) waren allerdings wiederum mehrere Versuche nötig, so dass auch diese Umstellung eine gewisse Zeit erforderte.
- 44 *Journal de Vevey*, 16. 3. 1882, S. 4, zit. nach Speidel (wie Anm. 23), o. S. Schon im Juli 1881 hatte Peter seine «chocolat au lait, en poudre [...] composé uniquement de cacao, sucre et lait» in einer Annonce im *Journal de Vevey* angepriesen und festgehalten: «[...] il suffit de le délayer avec l'eau bouillante. Goût excellent. – Digestion facile.» Ebd.
- 45 Ebd.
- 46 Fincke (wie Anm. 6), S. 6.
- 47 AHN, NPCK P-5.1, Carnet de notes mss. de Daniel Peter, o. S.
- 48 Daniel Peter junior, zit. nach *Schweizer Illustrierte*, 26. 9. 1975, S. 52.
- 49 Vgl. dazu die Abbildung der «Gala Peter» in Mestral (wie Anm. 24), S. 53.

- 50 AHN, NPCK P-5.1, Carnet de notes mss. de Daniel Peter, o. S. Vermutlich seit Beginn der 1890er Jahre wurde die Milchsokolade auch in kleinen, dreieckigen Portionen in gepresster Pulverform und einer dreieckigen Verpackung unter dem Namen «Delta Peter» verkauft – ein Vorläufer der 1908 von Theodor Tobler auf den Markt gebrachten Toblerone! In der Mitte der 1890er Jahre vertrieb Peter seine Milchsokolade schliesslich in Form von «tablettes et croquettes» zum Rohessen sowie als «poudre en portions comprimées ou en boîtes pour la tasse». *Mémoire* (wie Anm. 27), S. 9 f. Noch 1903 schrieb Peter in einer Werbebroschüre zur «Delta Peter», dieses Produkt bestehe aus einem «powder compressed in triangular pieces, sufficient for one cup» und sei «unquestionably useful for the inhabitants of large towns, where it is difficult to obtain milk of a good quality». Weiter führte Peter aus, ««Delta Peter» for drinking» bilde «a wholesome and easily made breakfast» und liefere «in a few minutes an agreeable and strengthgiving meal», und noch 1910 hiess es in einer Annonce für «Delta Peter», die im englischsprachigen Markt auch unter dem Namen «Peter's Breakfast Milk-Cocoa» verkauft wurde, zur raschen und problemlosen Verwendbarkeit dieses Produkts: «Instantly prepared – simply add boiling water – it dissolves at once. No sugar or cream required.» AHN, NPCK G-2.1.
- 51 Zur Entwicklung der Produktionszahlen von Peter bis zum Jahr 1895 vgl. die Angaben im *Mémoire* (wie Anm. 27), S. 10 f.
- 52 *Gordian* (wie Anm. 21), I. 12. 1898, S. 1507 f. Auf welchen Wegen das Verfahren zur Herstellung von Milchsokolade um 1900 so rasch bekannt wurde, ist nicht bekannt. Bei Cailler soll die Produktion von Milchsokolade mit der Hilfe eines ehemaligen Meisters von Peter (namens Grossenbach) erfolgt sein, was sicher nicht zur Verbesserung der schon angespannten Beziehungen zwischen Cailler und Peter beitrug. Rechtlich war die Imitation der Produkte problemlos, da im schweizerischen Patentschutzgesetz von 1888 alle Nahrungsmittel und deren Herstellungsverfahren vom Patentschutz ausgenommen blieben. Vgl. dazu die Angaben von Fernand Wyss, Mitarbeiter von Peter seit 1894, in Speidel (wie Anm. 23), o. S., und Pfiffner (wie Anm. 13), S. 172.
- 53 *Gordian* (wie Anm. 21), I. 12. 1898, S. 1507 f. Die Tatsache, dass das Potential des neuen Produkts in den 1890er Jahren von anderen Produzenten und Investoren zunächst nicht erkannt wurde, belegen auch Speidel (wie Anm. 23), o. S., und Mestral (wie Anm. 24), S. 51–55, die angeben, dass Peter zu Beginn der 1890er Jahre während mehrerer Jahre keine Käufer für sein Unternehmen fand und erst 1896 Investoren für die Gründung einer Aktiengesellschaft gewonnen werden konnten.
- 54 Kotler (wie Anm. 29), S. 552, schreibt in bezug auf die Bedeutung des «Vorteils des Ersten» für die Entwicklung von Unternehmen allgemein, dass die Marktpioniere – rückblickend betrachtet – im Durchschnitt einen höheren Marktanteil halten konnten als später eintretende Unternehmen, und nennt dafür zwei Gründe: Erstens boten die Marktpioniere «meist eine bessere Produktqualität und ein breiteres Sortiment als die späten Einsteiger», zweitens schufen sie sich «einen bekannteren Markennamen, denn das erste Unternehmen nimmt im Verbraucherbewusstsein eine besondere Position ein». Beide Faktoren können auch für die schweizerische Schokoladeindustrie geltend gemacht werden.
- 55 Vgl. dazu die zahlreichen erhalten gebliebenen Annoncen von Peter aus der Zeit um 1900 in AHN, NPCK G-2.1.
- 56 Jean-Jacques Kohler, *Sucres et produits de la confiserie, chocolats, condiments et stimulants. Fachbericht zur Pariser Weltausstellung 1900, Classe 59*, Genf 1900, S. 5.
- 57 Gemäss Fitzgerald geht die Entwicklung einer festen Milchsokolade in England zwar bis ins Jahr 1889 zurück, aber erst 1899 brachte Rowntree (neben Fry und Cadbury eine der drei

grossen englischen Schokoladefabriken) mit der Swiss Milk Chocolate ein erstes auf Milchpulver basierendes und deutlich an die Schweizer Schokolade angelehntes Produkt auf den Markt, das aber noch «a poor rival» war. 1902 brachte Rowntree mit der Alpine Milk Chocolate ein verbessertes Produkt auf den Markt, das eine Schokolade von Cailler imitierte, qualitativ jedoch immer noch ungenügend war. Neben Rowntree hatte auch Fry keinen Erfolg bei der Entwicklung einer qualitativ zufriedenstellenden Milchsokolade, und erst Cadbury gelang es 1905 – auf der Basis von Kondensmilch – mit der Dairy Milk ein konkurrenzfähiges Produkt zu fabrizieren, während Rowntree selbst 1919 noch nicht in der Lage war, eine qualitativ befriedigende Milchsokolade herzustellen. Vgl. dazu Robert Fitzgerald, *Rowntree and the Marketing Revolution. 1862–1969*, Cambridge 1995, S. 76–79, 83. Zu den Schwierigkeiten bei der Herstellung fester Milchsokolade in Deutschland um 1900 vgl. den Artikel im *Gordian* (wie Anm. 21), 20. 5. 1899, S. 1731. Eines der grössten Probleme bestand auch hier darin, dass die deutsche Schokoladeindustrie ihre Milchsokolade mit nur wenigen Ausnahmen von Beginn an mit Milchpulver fabrizierte, was in diesen Jahren auch in Deutschland nicht zu den gewünschten Ergebnissen führte.

58 *Gordian* (wie Anm. 21), 12. 8. 1915, S. 8122.

59 Ebd., 25. 3. 1909, S. 2500.

60 Ebd., S. 2500 f.

61 Die folgenden Ausführungen beruhen auf Hartmann (wie Anm. 3), S. 22 f., Gutzwiller (wie Anm. 3), S. 105–107 und Fincke (wie Anm. 6), S. 8.

62 Dass die Einsparung von Kakao durch die Zubereitung der Schokolade mit Milch schon früher gängig war, wird durch eine Angabe in Reich (wie Anm. 7), S. 228, belegt, der 1860 zur «Bereitung des Chocolate-Getränks» schrieb: «[...] benutzt man aber Milch anstelle des Wassers, so erspart man an Schokolade mindestens den dritten Theil.» Auch hier war also bereits eine alte Tradition vorhanden.

63 Flugblatt für Suchard's reine Schweizer-Alpenmilch-Schokolade vom 7. 4. 1898, AST (wie Anm. 15), Nr. 1698. Eine ähnliche Argumentation findet sich noch 1919 bei Hartmann, der zur Qualität der Schweizer Milch schrieb: «[...] die Alpenmilch bildet ein ganz spezifisches Produkt, das sich durch grossen Fettgehalt und ein eigenartiges Aroma auszeichnet.» Die hohe Qualität der Schweizer Milch wurde in der Werbung immer wieder betont, und der gute Ruf dieses Produkts äusserte sich z. B. darin, dass sogar einige deutsche Schokoladefirmen ihre Milchsokolade mit kondensierter Schweizer Milch fabrizierten. Vgl. dazu Hans Hartmann, «Zur Bestimmung des Standortes der schweizerischen Schokoladenindustrie», *Zeitschrift für schweizerische Statistik und Volkswirtschaft* 55 (1919), S. 66–76, hier 74 f.

64 *Mémoire* (wie Anm. 27), S. 9.

65 Peter war in den 1890er Jahren nicht nur verschuldet, sondern wollte sich auch von der zunehmenden Arbeitsbelastung befreien. Schon am 14. 9. 1891 hatte er in einem Brief an seinen ersten Handelsreisenden in England geschrieben: «[...] je vous autorise à chercher de la finance qui ne manque pas en Angleterre. Pour cela, vos démarches peuvent être faites dans différents sens: 1. Trouver un ou deux capitalistes comme commanditaires. Je ne serais pas très disposé pour ce mode. Car il me laisserait toute la charge sur les épaules; et, tandis que pendant les premières années, il faudrait faire de gros sacrifices pour utiliser ces capitaux engagés, ceux-ci absorberaient les bénéfices et je pourrais me trouver avoir beaucoup travaillé pour un résultat financier immédiat à peu près nul. 2. Trouver des acheteurs ou une société qui m'achèterait toute l'affaire, moyennant un prix suffisant, sauf à s'assurer d'une manière ou d'une autre la continuation de mon concours et de celui de mon fils. Il est sans dire que, dans les deux cas, nous vous assurerons aussi une place avantageuse dans l'affaire.» Brief von

Daniel Peter an Ch. Maillard vom 14. 9. 1891, AHN, NPCK P-1, Copies de lettres de Daniel Peter 1890 à 1897, S. 100 f. Zum Verkauf des Unternehmens und der damit verbundenen Gründung einer Aktiengesellschaft vgl. ausführlicher Mestral (wie Anm. 24), S. 50–57.

66 *Gordian* (wie Anm. 21), 12. 8. 1915, S. 8121.

67 Ebd. Im gleichen Artikel hielt der *Gordian* fest: «Herr Cailler machte ebenfalls ausgedehnte Reklame, die bald dazu führte, dass die verkauften Mengen seiner Schokolade, besonders in England, die der Peter Schokolade noch übertrafen.» Der rasche Erfolg von Cailler (und Nestlé) kann vielleicht auch auf die Zusammensetzung der Milkschokolade zurückgeführt werden: Während die Schokolade von Peter gemäss dem *Gordian* «eine Milkschokolade mit scharfem Kakaogeschmack» war, hatten die Schokoladen «von Cailler und Nestlé einen grösseren Milchgehalt», was von den Konsumentinnen und Konsumenten vielleicht besonders geschätzt wurde.

68 *Gordian* (wie Anm. 21), 22. 2. 1912, S. 5037.

69 Die folgenden Ausführungen beruhen auf: Heer (wie Anm. 6), S. 67 f., 71–74, 84–86, 118–124, 152–154; Chiapparino (wie Anm. 6), S. 202–209; Pfiffner (wie Anm. 13), S. 207–217; Gutzwiller (wie Anm. 3), S. 83–96.

70 Margrit Müller, «Fusionen und Übernahmen aus historischer Sicht», in: Hans Siegwart, Gregory Neugebauer (Hg.), *Mega-Fusionen. Analysen – Kontroversen – Perspektiven*, Bern 1998, S. 63–81, hier 66.

71 Chiapparino (wie Anm. 2), S. 339.