

Zeitschrift: Berner Zeitschrift für Geschichte und Heimatkunde
Herausgeber: Bernisches historisches Museum
Band: 63 (2001)
Heft: 1

Artikel: Chocolat Tobler : zur Geschichte der Schokolade und einer Berner Fabrik
Autor: Leimgruber, Yvonne / Pfiffner, Albert / Menninger, Annerose
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-247038>

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: 10.08.2025

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

Yvonne Leimgruber, Patrick Feuz, Roman Rossfeld, Andreas Tobler (Hrsg.)

Chocolat Tobler

Zur Geschichte der Schokolade und einer Berner Fabrik

Begleitpublikation zur Ausstellung

«Chocolat Tobler – Eine Dreiecksgeschichte. Von 1899 bis heute»

im Kornhaus Bern

12. Mai bis 1. Juli

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort Christoph Schäublin	5
Vorwort Brigitte Studer	7
Einleitung Yvonne Leimgruber, Patrick Feuz, Roman Rossfeld, Andreas Tobler (Hrsg.), in Verbindung mit Brigitte Studer	11
Schokolade, der Duft der weiten Welt	
Albert Pfiffner Kakao. Anbau, Gewinnung und physiologische Effekte	17
Annerose Menninger Die Verbreitung von Schokolade, Kaffee, Tee und Tabak in Europa (16.–19. Jahrhundert). Ein Vergleich	28
Roman Sandgruber Schokolade. Von der Götterspeise zum Massenprodukt	38
Francesco Chiapparino Das Land der Schokolade. Die Schweizer Schokoladeindustrie im internationalen Kontext des 19. und 20. Jahrhunderts	46
Roman Rossfeld Vom Frauengetränk zur militärischen Notration. Der Konsum von Schokolade aus geschlechtergeschichtlicher Perspektive	55
Chocolat Tobler, 100 Jahre Berner Schokoladetradition	
Urs Schneider Mehr als Toblerone. Die wechselhafte Geschichte der Chocolat Tobler	69
Patrick Feuz, Andreas Tobler Theodor Tobler (1876–1941). Selfmademan, Patron, Pazifist	81
Emanuel Maurer Toblers Wohlfahrtseinrichtungen. Sozialer Fortschritt oder Bevormundung? ..	90
Christian Holliger, Yvonne Leimgruber Die Entwicklung der Sozialpartnerschaft in der Chocolat Tobler. Soziale Errungenschaften versus Verlust der Betriebskultur	99
Yvonne Leimgruber Arbeit in der Chocolat Tobler. Ein Abbild der gesellschaftlichen Geschlechterverhältnisse	110
Marianne Flubacher, Kathrin Moser Fabrikleben – ehemalige Tobler-Arbeiterinnen und -Arbeiter erzählen	122

Franziska Zürcher	
Von Nimrod über Tobler-o-Rum zu Toblerone Pralinés. Ein Einblick in Reichtum und Wandel der Tobler-Schokoladen im Laufe eines Jahrhunderts ..	129
Marc Gerber, Roman Rossfeld, Susanne Siegenthaler	
«Blechpest» und «Schokoladenhelgen».	
Zur Werbegeschichte von Chocolat Tobler	142
Christian Lüthi	
Chocolat Tobler in der Quartier- und Stadtgeschichte	156
Fred Zaugg	
Von der Schokolade- zur Denkfabrik. Eine Metamorphose	164
Bildnachweis	173
Bibliografie	174
Autorinnen und Autoren	179
Wissenschaftlicher Beirat, Patronatskomitee, Sponsorinnen und Sponsoren	180

Geleitwort

Die Universität Bern hat viele Gesichter und zeigt diese an den verschiedensten Standorten. Doch nur die Unitobler ist mit einem Stück Berner Industriegeschichte verbunden, das so mannigfaltige Assoziationen wachruft: Die einen Bernerinnen und Berner mögen sich noch an den Schokoladenduft in der Länggasse erinnern; andere haben selbst einst im dortigen Betrieb gearbeitet, oder sie kennen zumindest ehemalige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und deren Berichte; und als Geniesserinnen und Geniesser sind wir fast alle mit der Toblerone und anderen Leckereien der Fabrik vertraut.

Als 1993 in der ehemaligen Schokoladefabrik der universitäre Lehrbetrieb aufgenommen wurde, kam der Chocolat Tobler für viele nur noch Erinnerungswert zu. Beinahe ein Jahrzehnt zuvor hatte die Unternehmensleitung den Produktionsstandort nach Bern-Brünnen verlegt, und die ehemals enge Verbundenheit des Länggassquartiers mit dem Betrieb wurde zur Geschichte. Doch tagtäglich rief die zur Unitobler umgebaute Fabrik als steinernes Zeugnis das Andenken an diese Vergangenheit wach – bis schliesslich junge Historikerinnen und Historiker in die Archive stiegen, recherchierten, Zeitzeuginnen und -zeugen befragten und aus einem düsteren Depot faszinierende Objekte und Fotografien zusammentrug. Gemeinsam mit Schülerinnen und Schülern der Schule für Gestaltung Bern/Biel, Vertretern der Hochschule für Gestaltung, Kunst und Konservierung Bern und professionellen Ausstellungsmachern schufen sie die Ausstellung über die Chocolat Tobler.

Die Stiftung «Science et Cité» will dazu beitragen, dass die Bevölkerung Einblick gewinnt in die universitäre Forschung, und damit allfällige Barrieren abbauen; sie will generell den Dialog zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit fördern. Genau dieses Anliegen wird mit der Ausstellung über die Chocolat Tobler realisiert, durchaus den Absichten entsprechend, welche die Universität Bern ohnehin verfolgt. Deren Abteilung für Schweizer Geschichte im Historischen Institut hat mit dem Ausstellungsprojekt ein Thema aufgegriffen, das in der Tat weite Bevölkerungskreise interessieren dürfte.

Eine besondere Qualität der Ausstellung liegt darin, dass junge Forschende und Gestaltende im Rahmen ihrer Mitarbeit an der Ausstellung sich darin üben konnten, wissenschaftliche Erkenntnisse praktisch umzusetzen und zur Darstellung zu bringen. Auf das Ergebnis ihres Einsatzes dürfen sie stolz sein, nicht zuletzt im Bewusstsein, dass sie überdies wertvolle Erfahrungen gesammelt und für ihren weiteren beruflichen Weg zusätzliche Qualifikationen erworben haben.

Für den Ausstellungskatalog verfassten Studierende wie auch anerkannte Historikerinnen und Historiker Beiträge – für den Forschungsnachwuchs

eine willkommene Möglichkeit, eigene Arbeiten erstmals in attraktiver Umgebung einer breiten Öffentlichkeit vorzustellen. Die Publikation erlaubt eine vertiefte Auseinandersetzung mit den in der Ausstellung präsentierten Themen und veranschaulicht seinerseits einen Teil der Geschichte eines Berner Traditionsunternehmens. Ich wünsche Ihnen eine anregende und spannende Lektüre.

Prof. Dr. Christoph Schäublin, Rektor der Universität Bern

Vorwort

Für die Studierenden stellt die Unitobler den Ort dar, wo sie Vorlesungen besuchen, für die Bewohnerinnen und Bewohner des Länggassquartiers und die anderen Berner ist es der Ort, wo seit 1992 die Geistes- und Sozialwissenschaften der hiesigen Universität ihre Büros bezogen haben. Dass im hellblauen Gebäude und seinen Annexbauten früher Schokolade produziert wurde, wissen zwar manche – doch wohl kaum, dass ausser der Toblerone noch eine äusserst breite Produktpalette hergestellt wurde, dass der Appenzeller Theodor Tobler 1912 der grösste industrielle Arbeitgeber der Bundesstadt war, dass er bereits 1911 Ferien für treue Arbeiterinnen und Arbeiter einführte und dass das Unternehmen vor und nach dem Ersten Weltkrieg – lange vor der Zeit der Globalisierung – dank einer gewagten Akquisitionspolitik über Zweigbetriebe und Auslandsbeteiligungen in zahlreichen Ländern verfügte. Wer kennt die Werbeanstrengungen, derer es bedurfte, dass Kakao und Schokolade von «weiblichen» auch zu «männlichen» Genussmitteln umgedeutet wurden? Oder die Kontroversen, die sich kurz nach der Jahrhundertwende ob der neuen, als aggressiv empfundenen Werbestrategien von Chocolat Tobler und anderen Unternehmen in der Schweizer Öffentlichkeit entzündeten? Wem ist bekannt, dass die Arbeiterinnen und Arbeiter 1919 zur Unterstützung des verurteilten Berner Generalstreikführers Robert Grimm die Arbeit niederlegten? Dass zwischen den 1930er- und 1960er-Jahren die Belegschaft fast zu 100% gewerkschaftlich organisiert war? Überhaupt, wer hat Kenntnis, wie der Alltag in der Fabrik und in den Arbeiterfamilien aussah? Dabei finden sich noch allseits Spuren dieser erst jungen Vergangenheit. Auf dem Spaziergang durchs Quartier stösst man nach und nach auf die bescheidenen, doch heute sehr begehrten, da zentrumsnahen Arbeiterhäuser, die Tobler und weitere Industrielle für ihre Stammebelegschaft erstellen liessen. Einige wenige sind noch von ehemaligen Arbeiterinnen und Arbeitern bewohnt.

Die Geschichte der Chocolat Tobler erweist sich als weit mehr als eine Geschichte von Zahlen, Cashflow, Kapitalisierungen, wirtschaftlichen Expansionen, Rückschlägen und Konsolidierungen. Sie ist auch eine Geschichte der industriellen Lebenswelten und des Arbeiteralltags. Und sie dreht sich um die Sinne und Sinnesempfindungen: Der Geruch der Schokolade umhüllte lange nicht nur «s’Käthi», sondern je nach Witterung ein ganzes Quartier, das dank dem weit verzweigten Export seines Produkts auch etwas vom Duft der weiten Welt zurückbekam. Der Geschmack der zartschmelzenden Milkschokolade prägte als werbe-angekurbelter Wunschtraum die Vorstellungswelt zahlreicher Generationen von Europäerinnen und Europäern aller Schichten. Der aufgeklärte Blick – der rationalisierteste unserer Sinne – er-

fasst mit einem Mal die Botschaft auf der Toblerone: Matterhorn gleich Alpen gleich Schweizer Milch gleich Qualitätsschokolade. Der Klang des «Klicks zum Genuss», wenn ein Dreieck bricht, verweist in der Marketingstrategie zwar auf die Assoziationskette von Aroma, Zartheit, Wonne... doch in der historischen Perspektive auch auf das Brodeln der Kakaomasse, das Dröhnen der Maschinen, das Rascheln des Verpackungsmaterials, das Pfeifen der Fabriksirene...

Die multiplen Seiten und Bezüge dieser Geschichte, die zuerst in einer universitären Lehrveranstaltung des Lehrstuhls für Schweizer Geschichte nach 1800 aufgearbeitet wurden, wollen die Ausstellung «Chocolat Tobler» und ihr Begleitkatalog darstellen. Die Idee dazu entwickelte Yvonne Leimgruber, wissenschaftliche Assistentin am Historischen Institut der Universität Bern. Sie erarbeitete ein inhaltliches Konzept und war verantwortlich für die Projektkoordination sowie die Herausgabe des Ausstellungskatalogs. Ihr ist an dieser Stelle als Erster zu danken – ohne sie wäre dieses Projekt nicht zustande gekommen. Ferner daran beteiligt waren auch die Schule für Gestaltung Bern/Biel (SfG BB) sowie die Hochschule für Gestaltung, Kunst und Konservierung Bern (HGKK). In regem Austausch mit den Studierenden der Universität erarbeiteten sie ein kreatives Ausstellungskonzept. Die gestalterische Leitung lag bei Marc Zaugg, Dozent an der SfG BB. Den Schülerinnen und Schülern begleitend zur Seite stand auch Beat Trummer, Dozent an der SfG BB. Ebenfalls in der Projektleitung engagiert war seitens der HGKK Dr. Christian Jaquet, Abteilungsleiter Visuelle Kommunikation. Sie alle hatten massgeblichen Anteil am guten Gelingen der Ausstellung. Es sei ihnen ganz herzlich gedankt. Hervorzuheben sind zudem Patrick Feuz und Andreas Tobler, Mitherausgeber des Katalogs, die ihr reiches Vorwissen über die Chocolat Tobler für die Entwicklung der Ausstellungsideen zur Verfügung stellten. Roman Rossfeld beriet die Projektleitung mit seinen Kenntnissen zur Geschichte der Schokolade. Er ist ebenfalls Mitherausgeber des Begleitkatalogs.

Dank gebührt auch den Studierenden der Universität Bern und den Schülerinnen und Schülern der Schule für Gestaltung Bern/Biel, welche sich mit grossem Einsatz in den Vorbereitungsarbeiten der Ausstellung engagierten. Weiter sind in diesem Zusammenhang ehemalige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu erwähnen, die freigiebig Einblick in ihre Zeit bei Chocolat Tobler gewährten und Erinnerungsobjekte für die Ausstellung zur Verfügung stellten. Ebenso weitere Personen, die mit der Chocolat Tobler verbunden sind und die Studierenden bei der Materialsuche und den historischen Recherchen unterstützten. Gleichfalls ist den heutigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Kraft Foods in Brünnen zu danken, welche geduldig auf unsere zahlreichen Fragen eingingen.

Am Zustandekommen der Ausstellung beteiligt waren schliesslich etliche Institutionen und deren Vertreter mit ihrer ideellen Unterstützung und tatkräftigen Hilfe. So ermöglichte Olivier Girardbille, Verwalter des Archivs Suchard-Tobler im Musée d'art et d'histoire in Neuenburg, den Transfer von Quellenbeständen nach Bern. Er stand uns auch mit viel Hilfsbereitschaft bei den Recherchen zur Seite. Assistenz erhielten wir weiter vom Staatsarchiv des Kantons Bern, wobei wir die gute Zusammenarbeit mit Staatsarchivar Dr. Peter Martig und seinem Team betonen möchten. Dr. Albert Pfiffner, Leiter der Archives historiques Nestlé in Vevey, stellte uns freundlicherweise Bilddokumente zur Verfügung. Die Gewerkschaft VHTL, Sektion Bern, gewährte uns Einsicht ins Archiv, und ihr Co-Zentralpräsident, Martin Meyer, nahm sich generös Zeit für Gespräche. Das Johann Jacobs Museum in Zürich stellte uns Bilddokumente zur Verfügung, und Hansueli Trachsel, Fotograf, überliess uns nicht nur seine Bilder, sondern teilte auch seine Ideen mit dem Ausstellungsteam. Unser Dank geht an sie alle. Nicht zuletzt sei dem Historischen Verein des Kantons Bern und seinem Präsidenten, Dr. Jürg Segesser, gedankt, der uns in der «Berner Zeitschrift für Geschichte und Heimatkunde» zur Publikation des Katalogs Gastrecht einräumte. Erkenntlich sind wir schliesslich Rektor Prof. Dr. Christoph Schäublin, Prof. Dr. Wolfgang Pross, Dekan der Philosophisch-Historischen Fakultät, Prof. Dr. Ulrich Zimmerli, Dr. Beatrice Michel, stellvertretende Leiterin der Stelle für Öffentlichkeitsarbeit der Universität Bern, sowie Hans Ulrich Herrmann, Direktor der HGKK, und Frau Verena Immenhauser für ihre Unterstützung bei der Suche nach Geldgebern.

Prof. Dr. Brigitte Studer, Historisches Institut, Universität Bern

Einleitung

Bis heute besitzt Schokolade in der Schweiz einen Stellenwert, den nur noch wenige andere Produkte wie z.B. Uhren oder Käse erreichen. Obwohl der wichtigste Grundstoff der Schokolade, der Kakao, nicht ein schweizerisches Erzeugnis ist, sondern aus «exotischen» Ländern stammt, ist die Schokolade zu einem Symbol für die Schweiz und zu einem wichtigen Faktor der nationalen Identität geworden. Die Wertschätzung der Schweizer Schokolade ist aber auch im Ausland hoch: 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 Klischee von einem «Land der Berge, Uhren und der Schokolade». Seit Jahren steht die Schweiz weltweit an der Spitze des Pro-Kopf-Konsums von Schokolade – eine Tradition, deren Anfänge in der «Belle Epoque» zu suchen sind: War die schweizerische Schokoladeindustrie noch in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts unbedeutend gewesen, so erlebte sie zwischen 1880 und 1920 parallel zum relativen Abstieg der traditionellen Schokoladeländer Spanien, Italien und Frankreich einen rasanten Aufstieg. Die «Schweizer Schokolade» avancierte nun zu einem der wichtigsten Exportgüter und trug damit wesentlich zum Bild der Schweiz im Ausland bei.

In die Jahre der «Belle Epoque» fällt auch der Aufstieg der Chocolat Tobler: 1908 entwickelte Tobler die «Toblerone» mit ihrer markanten Dreiecksform, bis heute eines der wichtigsten Produkte der Schweizer Schokoladeindustrie. Der bernische Industrialisierungsschub der 1890er-Jahre verhalf der kleinen, in der Länggasse gelegenen Confiserie Tobler zu einem schnellen Durchbruch als weltweit bekannte Schokoladefabrik. Der Erfolg war auch begründet durch die Verbindung von engagiertem Unternehmergeist, speziellen Produkten und geschickten Werbestrategien. Aufgrund ihres während langer Zeit hohen gewerkschaftlichen Organisationsgrades erlangte die Belegschaft gegenüber der Geschäftsleitung zudem ein verhältnismässig grosses Mitspracherecht. Dies hatte grossen Einfluss auf das von vielen Pensionierten als gut beschriebene Arbeitsklima, die sich auch heute noch der früheren «Toblerfamilie» verbunden fühlen.

An der Schwelle zum 20. Jahrhundert wurde die Schokoladefabrik durch Jean Tobler, Confiseur mit einer eigenen kleinen Produktions- und Verkaufsstätte in der Berner Länggasse, gegründet. Hinter dieser Initiative stand jedoch sein Sohn Theodor, der das Unternehmen in der Folge rasch erweiterte. Weltkriege und Wirtschaftskrisen prägten dessen Entwicklung ebenso wie der Zusammenschluss mit anderen industriellen Unternehmen zu immer grösseren, global tätigen Konzernen. Beinahe erscheint es als Ironie: Das kleine bernische Unternehmen hatte dank seinem Zugpferd Toblerone

weltweit Erfolg, fasste in der Folge international Fuss mit Produktionsstätten in verschiedensten Staaten – um heute wieder ausschliesslich in Bern(-Brünnen) zu produzieren, diesmal aber als verhältnismässig kleiner Produktionsbetrieb eines multinationalen Grosskonzerns. Die Entwicklung der Chocolat Tobler steht damit auch als ein Beispiel für die weltweiten wirtschaftlichen Konzentrationsprozesse.

Mit der Industrialisierung erfuhr die Geschichte der Schokolade eine weitgehende Neuausrichtung: Zuvor nur in flüssiger Form genossen, setzte sich gegen Ende des 19. Jahrhunderts die heute allgemein übliche Essschokolade als praktische Zwischenverpflegung in einem immer hektischeren Alltag durch. Wesentlichen Anteil an dieser Entwicklung hatte die schweizerische Schokoladeindustrie mit der Erfindung der «Fondant-» beziehungsweise «Schmelzschokolade» durch Rudolf Lindt 1879. Erst jetzt wurde die Produktion weicher, zartschmelzender Tafelschokolade möglich. Gut transportierbar, konnte sie an jedem beliebigen Ort direkt konsumiert werden – eine wichtige Voraussetzung für den starken, bis heute andauernden Anstieg des Schokoladekonsums seit dem Ende des 19. Jahrhunderts. Die Stellung der Schokolade war und ist stark beeinflusst von gesellschaftlichen Entwicklungen und den Bedürfnissen der Konsumentinnen und Konsumenten. Ihre Geschichte ist deshalb nicht zuletzt auch das Ergebnis von kulturellen Zuschreibungen und Bewertungen verschiedenster gesellschaftlicher Gruppen.

Ausgehend von der Kakaobohne beschreibt der vorliegende Katalog in einem ersten Teil sowohl die Stationen der weltweiten Verbreitung des Kakaos als auch die wechselhafte Geschichte der kulturellen Bedeutung des Produktes – vom aristokratischen Luxusgut bis zur Ausbildung geschlechtsspezifischer Konsummuster. Auf makrohistorischer Ebene führt *Albert Pfiffner* in die agronomischen Details der Kakaokultur und die Chemie des Schokoladeverzehrs ein, während *Annerose Menninger* die Entwicklung der Genussmittel Schokolade, Kaffee, Tee und Tabak von Luxus- zu Massenartikeln in vergleichender Perspektive nachzeichnet. Die Kulturgeschichte des Schokoladekonsums von der «Venus-Speise» des Rokokos über das kompensatorische Luxusgut der Unterschichten in der Zwischenkriegszeit zur Massenverpflegung im Europa der Hochkonjunktur schildert *Roman Sandgruber*. Den Bezug zur wirtschaftshistorischen Betrachtungsweise auf internationaler Ebene stellt *Francesco Chiapparino* mit seiner Aufarbeitung der Position der Schweizer Schokoladeindustrie im globalen Kontext her, und die wechselhafte Geschlechterkodierung des Produktes, vom Frauengetränk zur militärischen Notration, zeigt *Roman Rossfeld* auf.

Im Zentrum des Kataloges steht aber die Geschichte der Chocolat Tobler – von den Hauptlinien der wirtschaftlichen Entwicklung des Unternehmens über Theodor Toblers schillernde Unternehmerpersönlichkeit bis zu den sozialen Einrichtungen, der Geschichte der Arbeiterinnen und Arbeiter,

der Entwicklung der Produktpalette und der Werbung sowie der Umnutzung des Gebäudes in den 1990er-Jahren. Die archivalischen Quellen sowie der private Nachlass von Theodor Tobler geben nicht nur Aufschluss über das «Innenleben» der Fabrik, die Arbeitsbedingungen, sondern auch über das fluktuierende kommerzielle Geschick der Chocolat Tobler sowie über den eigenwilligen Firmengründer: Während *Urs Schneider* den Wandel der Firmenkonfiguration darstellt und das Unternehmen in der Schweizer Wirtschaftsgeschichte situiert, leuchten *Patrick Feuz* und *Andreas Tobler* biografisch verschiedene Facetten der Person Toblers aus. Die Ambivalenz der fabrikeigenen Wohlfahrtseinrichtungen zwischen Paternalismus und sozialem Schutz präsentiert *Emanuel Maurer*. *Christian Holliger* und *Yvonne Leimgruber* zeigen die Entwicklung der Beziehungen zwischen der Gewerkschaft und der Arbeitgeberseite auf. *Yvonne Leimgruber* untersucht zudem sozial- und geschlechterhistorisch die Arbeitsverhältnisse und die Beschäftigtenstruktur.

Mit den Methoden der «Oral History» werden im Beitrag von *Marianne Flubacher* und *Kathrin Moser* Erinnerungen von Arbeiterinnen und Arbeitern Platz eingeräumt. Gegenständliche, bildliche und auch schriftliche Quellen, die zahlreich im Suchard-Tobler-Archiv in Neuenburg zu entdecken sind, lieferten Fakten und Erkenntnisse über die Werbemethoden und -sujets der Firma (bearbeitet von *Marc Gerber*, *Roman Rossfeld* und *Susanne Siegenthaler*) sowie über deren Produktvielfalt über die Jahre hinweg (*Franziska Zürcher*). Der stadtgeschichtliche Text von *Christian Lüthi* geht dem topografischen und sozio-demografischen Wandel im Länggassquartier nach, und *Fred Zaugg* vermittelt architekturhistorische Einblicke in die Metamorphose eines Fabrikgebäudes zur universitären Infrastruktur. Nach dem Umzug der Chocolat Tobler in eine mit modernster Technologie ausgestattete Produktionsanlage in Bern-Brünnen (1984/85) war die weitere Nutzung des leer stehenden Gebäudekomplexes zunächst ungewiss. Heute sind in der ehemaligen Schokoladefabrik verschiedene Fakultäten der Universität Bern untergebracht; an die frühere Nutzung der «Unitobler» erinnert aber immer noch die Industriearchitektur.

Zur leichteren Lesbarkeit wird in der vorliegenden Publikation auch dann von der «Chocolat Tobler» gesprochen, wenn sie eigentlich «Suchard-Tobler», «Kraft-Suchard-Tobler» oder ganz einfach «Produktionsstätte der Kraft Foods Schweiz AG» genannt werden müsste. Ein Grossteil der für die Recherchen zum Katalog und zur Ausstellung benutzten Archivalien befindet sich im Archiv Suchard-Tobler des Musée d'art et d'histoire in Neuenburg. Gespräche mit über 50 ehemaligen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Unternehmens und mit noch heute in Bern-Brünnen tätigen Personen haben – ergänzend zu den Archivalien – ebenfalls wertvolle Einblicke in ein wichtiges Stück Schweizer Industriegeschichte ermöglicht, die

mit dem vorliegenden Katalog und der Ausstellung im Berner Kornhaus nun allen Interessierten zugänglich gemacht werden.

Yvonne Leimgruber, Patrick Feuz, Roman Rossfeld, Andreas Tobler (Hrsg.),
in Verbindung mit Brigitte Studer

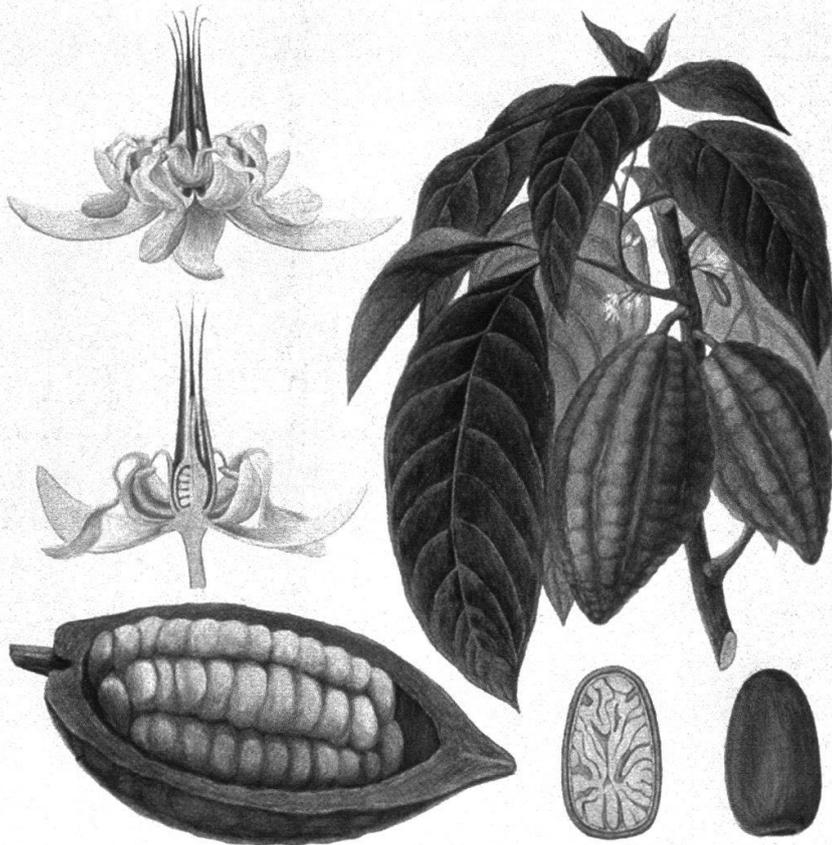
Schokolade,
der Duft der weiten Welt

Kakao.

Anbau, Gewinnung und physiologische Effekte

Albert Pfiffner

Die Ursprünge der Kakaopflanze liegen in den feuchten Tropenwäldern Mittel- und Äquatorialamerikas.¹ Anbau und Verwendung des Kakaos reichen nach neueren Forschungen weit ins erste Jahrtausend vor Christus zurück. Lange vor der Ankunft der europäischen «Entdecker» im frühen 16. Jahrhundert in Amerika genossen die Kakaofrüchte bei den Mayas und Azteken einen hohen Symbol- und Handelswert. Häufig wurden sie zur Zubereitung eines Getränks im Zusammenhang mit religiösen oder kriegerischen Riten oder als Zahlungsmittel verwendet.² Aufgrund der steigenden Bedeutung der Kakaopflanze wurde deren Anbaubereich ausgedehnt: zunächst über die Gebiete Mexikos, Venezuelas und Ecuadors hinaus weiter südlich, hauptsächlich nach Brasilien.



Wissenschaftliche Darstellung: Die Kakaofrüchte wachsen direkt am Stamm, und die Kakaobohnen sind von einem Fruchtmus (Pulpa) umhüllt.

Mit der sich vergrößernden Nachfrage in Europa, insbesondere mit dem Aufbau der Schokoladeindustrie und der Sicherung eigener Rohstoffbasen in den Kolonien, trat der Kakaoanbau im 19. Jahrhundert unter der Ägide der Kolonialmächte zu seiner eigentlichen Weltumrundung an. Spanier, Portugiesen, Holländer und Deutsche führten die Kakaopflanzen auf den Inseln im Golf von Guinea und in Südostasien sowie auf dem afrikanischen Festland ein. Die Briten brachten die Pflanze nach Ceylon (Sri Lanka). Das führte dazu, dass im 20. Jahrhundert sowohl die afrikanischen als auch die asiatischen Produzenten und Produzentinnen die traditionellen amerikanischen Anbieter mit ihren Produktionsmengen bei weitem übertrafen. Mit grossem Abstand lag im Kakaojahr 1998/99 die Elfenbeinküste mit 1 175 000 Tonnen geerntetem Kakao an der Spitze aller Kakao-Anbauländer, gefolgt von Ghana mit 375 000 und Indonesien mit 365 000 Tonnen.

Der Kakaobaum

Der Baum, welcher die wertvollen Früchte mit den Kakaobohnen hervorbringt, wurde vom schwedischen Naturforscher Carl von Linné 1753 mit dem wissenschaftlichen Namen *Theobroma cacao* versehen. Der Gattungsname «Theobroma» bedeutet nichts weniger als «Speise der Götter». Drei Hauptgruppen von Kakao können unterschieden werden, wobei nur zwei davon «echte» Grundsorten sind; die dritte ist aus Kreuzungen der beiden Grundsorten entstanden:

- *Criollo* (spanische Bezeichnung für «einheimisch»): Den Criollo-Baum findet man vor allem in den Ursprungsländern Zentralamerikas, in Kolumbien, Venezuela und einigen asiatischen Regionen. Seine als «Edelkakao» zu einem hohen Preis gehandelten Samen gelten als besonders mild und aromatisch, weshalb sie nur für die hochwertigsten Schokoladen und für Mischungen verwendet werden. Da der Baum jedoch einen geringen Ernteertrag aufweist und sehr anfällig für Krankheiten und Schädlinge ist, sank sein Anteil auf tiefe 5–10% der Welternte ab. Seine länglichen, gerippten Früchte verfärben sich im Verlauf der Reifung von grün zu orange-rot.
- *Forastero* («ausländisch»): Von Forastero-Bäumen wird der preislich günstigere «Konsumkakao» gewonnen, dessen Geschmack im Vergleich zum Criollo herber und bitterer ist. Dafür sind die Pflanzen ertragreicher und widerstandsfähiger. Hauptanbauggebiete des Forastero sind Brasilien, Westafrika und Südostasien. Die im Reifestadium sich gelb verfärbenden Früchte sind rundlich und kleiner als jene des Criollo. Sie haben eine beinahe glatte Oberfläche.



Bei der Ernte werden die Früchte einzeln mit Macheten und Messern abgelöst. Distrikt Accra, Elfenbeinküste, um 1925. Bis heute wird der Kakao grossenteils in traditioneller Handarbeit verarbeitet.

- *Trinitario* («aus Trinidad»): Dieser Baum ist wahrscheinlich aus einer Kreuzung des Criollos aus Trinidad und des Forasteros hervorgegangen. Es handelt sich um eine genetisch heterogene Gruppe, deren Qualität jener des Forastero entspricht. Die ausgereiften Früchte sind im Allgemeinen von dunkelvioletter Farbe. Solche Hybridsorten, die recht rasch nach der Pflanzung erntefähig sind, finden sich vor allem in Malaysia und Indonesien.



Zur Fermentierung bereit: Die aus den Kakaoschalen herausgelösten Kakaobohnen werden samt Fruchtmus in Körbe abgefüllt. Distrikt Accra, Elfenbeinküste, um 1925.

Kakaobäume sind schwierig zu züchten. Sie gedeihen am besten an feuchten, schattigen Stellen, beispielsweise im Unterholz von grösseren Tropenbäumen, bei einer mittleren Jahrestemperatur von 24–28° C. Ihre Hauptanbaugebiete finden sich deshalb in einer Breite 13 Grad nördlich und südlich des Äquators. Ausgewachsene Bäume werden bis zu 15 m hoch. Der leichteren Ernte wegen werden sie jedoch in den Kulturen auf vier bis acht Meter zurückgeschnitten. Uns Europäerinnen und Europäer mögen die ganzjährig belaubten Bäume erstaunen, die gleichzeitig Blüten, unreife und reife Früchte tragen. Diese wachsen direkt am Stamm oder in den Gabelungen der Hauptäste und erreichen nach fünf bis sechs Monaten Reifezeit eine Länge von 15–25 cm und eine Breite von 7–10 cm. Jede dieser Kakaoschoten enthält 25–50 in fünf Längsreihen angeordnete Samenkerne: die Kakaobohnen. Sie sind eingebettet in ein weisses Fruchtmus (Pulpa).

Ernte, Fermentierung und Trocknung

Obwohl es möglich ist, während des ganzen Jahres reife Früchte zu ernten, haben sich in vielen Anbaugebieten zwei Ernteperioden herausgebildet: eine Haupternte nach dem Ende der Regenzeit im Oktober/November und eine



Getrocknete Kakaobohnen werden unter «weisser Aufsicht» für den Abtransport in die Schweiz in Säcke abgefüllt. Distrikt Accra, Elfenbeinküste, 1904/05.

kleinere Ernte zu Beginn der Hauptregenzeit im Frühjahr. Mit Macheten und an langen Stangen befestigten Messern werden die Früchte vom Boden aus vorsichtig, die Blüten schonend, abgeschnitten, gesammelt und an den Fermentationsplätzen im Busch oder an Sammelstellen sogleich weiterverarbeitet. Dabei werden die Schoten von geübten Kakaoarbeitern mit einem gezielten Hieb ihres Buschmessers geöffnet, die Kakaobohnen samt dem Fruchtmus aus der Schale gekratzt und zur Fermentierung am Boden auf einen Haufen geschüttet, in Körbe abgefüllt oder in speziellen Behältern oder Trögen gesammelt. Diese viel Handarbeit erfordern Operation ist auf einzelnen Plantagen mechanisiert worden.

Für die Qualität der Kakaobohnen ist der Fermentierungsprozess entscheidend: Nicht nur wird das sonst schwierig abzulösende Fruchtmus abgebaut und die Keimfähigkeit der Bohnen zerstört, es werden dadurch auch wichtige geschmackliche Veränderungen eingeleitet. Die Gärung reduziert den bitteren Geschmack und bringt gleichzeitig neue Aromavorstufen hervor, die sich beim späteren Trocknen und Rösten in das eigentliche «Schokoladearoma» verwandeln. Es existieren zahlreiche Methoden zur Fermentation oder Gärung der Kakaobohnen. Die ursprüngliche und einfachste Methode besteht darin, die frischen Bohnen in ein mit Bananenblättern ausgekleidetes Erdloch zu füllen. Da damit nur eine schlechte Kakaoqualität

erreicht werden kann, ist diese Methode aber kaum mehr in Gebrauch. In Westafrika werden die frischen Bohnen hauptsächlich am Boden oder in Körben aufgehäuft und mit Bananenblättern zugedeckt. Die verbreitetste Methode in Amerika besteht darin, die Bohnen in Tröge mit durchlässigen Böden zu füllen, um eine gute Durchlüftung zu erreichen. Der Blähungsgrad der Bohnen, der Geschmack und die Farbe der Gärmasse entscheiden schliesslich über den Abbruch der Gärung. Welche Methode auch immer angewendet wird, wichtig sind drei Elemente:

- die Masse oder der Haufen der zu fermentierenden Bohnen muss relativ gross sein, damit die Temperatur auf 45–50° C steigt,
- die Bohnen müssen in einem regelmässigen Prozess gären und
- die Gärmasse muss genügend durchlüftet werden.

Um die Kakaobohnen ohne Qualitätsverluste lagerfähig zu machen, muss der Feuchtigkeitsgrad der fermentierten Bohnen anschliessend von rund 60% auf 5–7% gesenkt werden. Zu diesem Zweck wird der Rohkakao entweder direkt an der Sonne oder in künstlich erzeugter Wärme getrocknet.

Die (häufigere) Sonnentrocknung dauert je nach klimatischen Verhältnissen ein bis zwei Wochen. Dazu werden die Bohnen an Strassenrändern auf Matten oder Tablettis ausgebreitet, regelmässig umgeschichtet und unter



In harter Handarbeit werden die Bohnen in Säcke gefüllt, gewogen und für den Abtransport bereitgemacht. Bahia, um 1920.

Umständen nachts bedeckt. In verschiedenen amerikanischen Ländern praktizieren Einheimische den «Kakaotanz»: Sie tanzen, monotone rhythmische Lieder singend, über die Kakaobohnen, bewegen und «polieren» dadurch mit ihren Füßen die Bohnen, die so von übrig gebliebenen Pulpa-Teilen gereinigt werden und einen charakteristischen Glanz erhalten.

Die künstliche Trocknung geschieht mittels verschiedenster statischer oder mechanischer Trocknungseinrichtungen, durch welche warme Zugluft fließt. Gemeinsam ist allen Trocknungsverfahren, dass die Gärungsprozesse bis zu einem gewissen Grad noch weitergeführt werden; das heißt, die Bohnen werden noch brauner in der Farbe und das Aroma noch ausgeprägter. Nun erst ist der Rohkakao bereit, in Jutesäcke abgefüllt, gewogen, klassifiziert und zu den Verarbeitungsbetrieben transportiert zu werden.³

Physiologische Wirkung

Zahlreiche Produktionsschritte sind notwendig, bis aus dem Rohkakao jene Schokoladeerzeugnisse entstanden sind, die das Herz der Käuferinnen und Käufer begehrt. Zahlreich sind auch die Effekte, die ein konsumiertes Stück Schokolade im menschlichen Körper auslösen kann. Die Wirkung des Kakaos und seiner Erzeugnisse auf den menschlichen Körper kann trotz der Analyse der Einzelbestandteile nicht mit letzter Genauigkeit angegeben werden. Die über 800 verschiedenen Moleküle, die in der Schokolade enthalten sind, machen diese zu einer äusserst komplexen Substanz. Das Geheimnis ihrer Beliebtheit, die bis zur Sucht nach der «süssen Droge» gehen kann, ist auch heute noch nicht vollständig entschlüsselt.

Kakao und insbesondere Schokolade gelten als Genussmittel- und «komplettes» Nahrungsmittel zugleich. Ihre Hauptsubstanzen sind Kohlenhydrate, Fette, Proteine, Vitamine (A, B₁, B₂, D, E) und Mineralstoffe (Kalzium, Phosphor, Kalium, Magnesium und Spuren von Eisen und Kupfer). 100 g Schokolade enthalten je nach Kakaogehalt und eventuellen Zusätzen rund 450–550 kcal (1890–2310 kJ) in konzentrierter, vom Körper schnell assimilierbarer Form. Sie ist somit ein Nahrungsmittel von grossem Energiewert. Der hohe Anteil von 63% gesättigten Fettsäuren in der Kakaobutter, einem Bestandteil der Kakaobohne, wurde lange als Risikofaktor für einen erhöhten Cholesterinspiegel angesehen. Neuere Studien zeigen allerdings, dass dank der raschen Umwandlung rund der Hälfte der gesättigten in ungesättigte Säuren der Einfluss des Schokoladekonsums auf den Cholesterinspiegel und die Blutgefässe weit unproblematischer ist als ursprünglich angenommen.

Entgegen früheren Berichten konnten neuere wissenschaftliche Untersuchungen auch keinen direkten Zusammenhang feststellen zwischen dem

Genuss von Kakao oder Schokolade einerseits und dem Auftreten von Migräne, Akne oder Magenbrennen andererseits. In seltenen Einzelfällen mag die eine oder andere Komplikation eintreten, da der menschliche Organismus sehr individuell auf Lebensmittel reagieren kann. Nuss- oder Milchallergiker und -allergikerinnen müssen allerdings die Zusammensetzung des gewünschten Schokoladeprodukts genau prüfen. Berücksichtigt man zudem die hauptsächlich unlöslichen Nahrungsfasern in Kakao und Schokolade, lässt sich sagen, dass Schokolade kaum verstopfend wirkt. Überschätzt wurde auch die Wirkung des Schokoladekonsums auf die Kariesbildung. Schokolade gehört nicht zu den stark kariogenen Lebensmitteln. Sie bleibt indes eine Süßigkeit, nach deren Konsum sich eine gründliche Zahnreinigung empfiehlt. Studien belegen, dass das weibliche Hormon Östrogen die Lust auf Zucker und Fett steigert und zum erhöhten Schokoladekonsum der Frauen beiträgt.⁴

Die pharmakodynamischen Substanzen in Kakao und Schokolade sind prozentual zwar unbedeutend, deren physiologische Effekte spielen aber in der wissenschaftlichen Diskussion eine wichtige Rolle. Seit etwa der Mitte des 19. Jahrhunderts ist die stimulierende Wirkung der beiden mengenmäßig dominierenden Alkaloide im Kakao (in der Wissenschaft auch Methylxanthinen genannt), dem Theobromin (0,5–0,6 g pro 100 g dunkler Schokolade) und dem Koffein (0,07 g), bekannt, die in grossen Mengen zu



Per Automobil wird die Kakaoernte aus entfernten Buschplantagen zur Zwischenlagerung transportiert. Distrikt Accra, Elfenbeinküste, um 1920.

einer physiologischen Abhängigkeit führen können. Allerdings enthält eine Tafel dunkler Schokolade nur ungefähr so viel Koffein wie eine Tasse Tee. Gemäss Hochrechnungen aus Studien mit Ratten würden sich bei einer 60 Kilogramm schweren Person erst beim Konsum von täglich einem Kilogramm Schokolade Störungen bemerkbar machen.⁵

Verschiedene Forschungen in den letzten Jahren brachten immer wieder neue Wirkungssubstanzen im Kakao an den Tag. Dem Phenylethylamin wird zusammen mit dem Alkaloid Salsonilol die Wirkung zugeschrieben, Lust- und Glücksgefühle auszulösen, während Anandamid und verwandte Moleküle ähnlich euphorisch wirken sollen wie Cannabis. Wichtig scheint die durch den Konsum von Kakao (und Zucker) bewirkte Vergrösserung der Serotoninmenge, einem Botenstoff im Gehirn, zu sein, die gesteigertes Wohlbefinden auslöst. Während die einen Stoffe anregend sind, wirken andere beruhigend.

Mindestens so bedeutsam wie das Vorhandensein von gewissen Kakao-substanzen oder Zutaten wie Zucker in der Schokolade, die einen psycho-stimulierenden Einfluss haben können, ist die Wirkung, die der *Genuss* des Schokoladeessens an sich im Körper auslösen kann und ihn veranlasst, das euphorisierend wirkende Hormon Endorphin zu produzieren. Für die Lust oder Sucht von Schokoladeliebhaberinnen und -liebhabern scheinen nicht nur unsere angeborene Vorliebe für Süsses, die erworbene Bevorzugung von



Schwerstarbeit beim Laden der Brandungsboote, welche die Säcke zu den Übersee-frachtern bringen. Distrikt Accra, Elfenbeinküste, um 1920.

kalorienreichen Nahrungsmitteln, das Vorhandensein von Koffein, Theobromin oder anderen Stimulantien (die in der weissen Schokolade praktisch nicht vorhanden sind und die den Wunsch nach Schokolade trotzdem befriedigt) ausschlaggebend zu sein, sondern ebenso die Wirkung des Aromas auf die Sinne beim Verzehren von Schokolade. Durch die glatte, angenehme Oberflächenbeschaffenheit und das Schmelzen bei Körpertemperatur wird eine geschmacklich angenehme Sinnesempfindung ausgelöst. Als letztes ist eine *psychologische Komponente* nicht zu vernachlässigen, die unsere Befindlichkeit beim Essen von Schokolade beeinflusst. Schokoladeprodukte werden als Erziehungsmittel zur Belohnung, als Liebesersatz oder -beweis, als «Trostpflaster» oder als Geschenk eingesetzt. Diese Rolle der Schokolade als Träger emotionaler «Sympathie-Botschaften» darf in ihrer Wirkung nicht unterschätzt werden.⁶

Anmerkungen

- ¹ Dieser Beitrag basiert auf einem teilweise überarbeiteten Auszug aus Pfiffner Albert: Kakao, in: Hengartner Thomas, Christoph Maria Merki (Hg.): Genussmittel. Ein kulturgeschichtliches Handbuch, Frankfurt a. M. 1999, S. 117–140.
- ² Coe Sophie, Michael D. Coe: Die wahre Geschichte der Schokolade, Frankfurt a. M. 1997, S. 41–81; Fontaine Françoise: Le cacao, boisson des rois dans le Nouveau Monde, in: Chocolat. De la boisson élitare au bâton populaire, XVIe–XXe siècle, Bruxelles 1996, S. 32.
- ³ Coe (wie Anm. 2), S. 19–33 und 215–243; NESTEC S.A. (Hg.): Cacao. Histoire – botanique & génétique – transformations – production & commerce – composition – nutrition & physiologie – associations – législation, Vevey 1991, S. 11–20; Maes Freddy: Le cacaoyer, in: Chocolat (wie Anm. 2), S. 257–266; Chocosuisse (Hg.): Chocologie – ein kleiner Führer durch die schweizerische Schokoladeindustrie, Bern 1971.
- ⁴ Vgl. Waterhouse Debra: Frauen brauchen Schokolade, München 1995, S. 9–41; Harwich Nikita: Histoire du Chocolat, Paris 1992, S. 241–242; Nestlé Suisse S.A. (Hg.): Nutritio, Nr. 27 (1995), S. 3–8 und Nr. 40 (2000), S. 4–7 und 11f.
- ⁵ Logue Alexandra W.: Die Psychologie des Essens und Trinkens, Heidelberg 1995, S. 241f. und 423; Nestlé (wie Anm. 4), Nr. 27, S. 7; Chiapparino Francesco: Von der Trink- zur Essschokolade. Veränderung eines Genussmittels zwischen dem 19. und dem beginnenden 20. Jahrhundert, in: Teutebert Hans-Jürgen, Gerhard Neumann, Alois Wierlacher (Hg.): Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven, Berlin 1997, S. 396.
- ⁶ Robert Hervé: Les vertus thérapeutiques du chocolat ou comment en finir avec les idées reçues, Paris 1990, S. 143–204; Harwich (wie Anm. 4), S. 237–244; Logue (wie Anm. 5), S. 423; Geubel André, Paul Servais: Médecine et chocolat au XXe siècle, in: Chocolat (wie Anm. 2), S. 239–241; Coe (wie Anm. 2), S. 33–40.
- ⁷ Fincke Heinrich: Handbuch der Kakaoerzeugnisse, Berlin 1936, S. 206–278, 533ff. NESTEC S.A. (Hg.): Cacao, Vevey 1991, S. 27–34. Chocosuisse (wie Anm. 3), S. 38–57.

Die wichtigsten Kakaoerzeugnisse und ihre Herstellung

Man unterscheidet vier Hauptgruppen von Kakaoerzeugnissen: Kakaomasse, Kakaobutter, Kakaopulver und Schokolade.

Kakaomasse: Sie wird allein aus Rohkakao hergestellt, durch Mahlen der gereinigten, gerösteten und schliesslich gebrochenen Kakaobohnen. Je nach gewünschtem Geschmack werden dabei nach bestimmten Rezepturen verschiedene Kakaosorten gemischt und in unterschiedlich starker Röstung verwendet. Die dickflüssige, braune Kakaomasse mit 50–60% Fettanteil (Kakaobutter), die sich nach dem Abkühlen verfestigt, wird hauptsächlich zu Kakaopulver oder Schokolade weiterverarbeitet.

Kakaobutter: Diese gewinnt man auf dem Weg der Kakaopulverherstellung. Sie ist das aus der Kakaomasse in einem speziellen Verfahren und bis zu einem bestimmten Prozentsatz herausgepresste Fett, das im Endzustand der Tafelbutter gleicht.

Die Schokoladenhersteller sind mehr an der Kakaobutter interessiert als am Kakaopulver. Sie benötigen das ursprüngliche «Nebenprodukt» Kakaobutter als wichtigen Zusatz für die meisten Schokoladearten. Durch ihre zusätzliche Beimischung zum Grundfettgehalt verfeinert sich die Struktur der Schokolade, sie erhält einen schönen Glanz und angenehmen Schmelz. Sie wird auch in der Medizin und Kosmetik (als Konsistenzgeber für Zäpfchen, Cremes und Körperlotionen) eingesetzt.

Kakaopulver: Nach dem Abpressen der Kakaobutter bleibt ein zirka 10–20% Fettanteile enthaltender Kakaokuchen übrig. Dieser Rückstand wird in mehreren Stufen nochmals zerkleinert zu Kakaopulver verarbeitet.

Schokolade: Die bitter schmeckende Kakaomasse wird mit Zucker und zusätzlicher Kakaobutter vermischt und geknetet. Diese Grundstoffe bilden die Hauptbestandteile der dunklen Schokolade. Bei der Milkschokolade kommt (Pulver-, Flocken- oder Kondens-)Milch dazu, während bei der weissen Schokolade die Kakaomasse wegfällt, dafür ebenfalls Milch enthalten ist. Nach dem Mischen und Kneten der jeweiligen Grundstoffe schmeckt die Schokolademasse noch sandig und trotz des Zuckers herb. In Walzen werden die einzelnen Partikel weiter verfeinert und anschliessend in Längsreibemaschinen, in so genannten Conchen, in einem mehrtägigen Prozess geschmacklich miteinander verbunden. Gleichzeitig wird dabei die flüssige Schokolademasse «belüftet», wodurch sich ihr bitterer Geschmack verflüchtigt und sich die Aromastoffe entfalten können.

Vor der Verarbeitung zu den einzelnen Schokoladesorten wird die fertige Schokolademasse nochmals auf 50° C erwärmt, dann auf 28° C abgekühlt und wieder auf etwas über 30° C erwärmt. Dieser komplizierte Prozess, bei dem die Kakaobutter sich in eine sehr feine, homogene Masse ohne grosse Körner kristallisiert, hat einen beträchtlichen Einfluss auf die Qualität und Haltbarkeit der fertigen Schokolade.

Aus den drei Grundsorten dunkle, weisse und Milkschokolade wird ein breites Produktsortiment hergestellt: massive und gefüllte Schokoladetafeln mit und ohne Zusätze (Nüsse etc.), Riegel, Napolitains (Schokoladetafelchen), Fantasieartikel (Osterhasen, Weihnachtsschmuck usw.), Kuvertüre (Schokolade zur Weiterverarbeitung für die Biskuit- und Speiseeis-Industrie, Konditoreien, Bäckereien).⁷

Die Verbreitung von Schokolade, Kaffee, Tee und Tabak in Europa (16.–19. Jahrhundert). Ein Vergleich

Annerose Menninger

Im 16. Jahrhundert rückten vier Genussmittel erstmals ins Bewusstsein Europas: Im Zuge der grossen Entdeckungsfahrten lernten Reisende die Schokolade bei den Azteken und Maya, den Tabak bei den Indigenen der Karibik, Nord-, Mittel- und Südamerikas, den Kaffee in Ägypten, Arabien und Persien und den Tee in China und Japan kennen. Aus psychohistorischer Sicht kamen auf Europa vier Genussmittel zu, die nicht an heimische Erfahrungswerte anknüpfen konnten; dies wurde von vielen Zeitgenossen zunächst auch keineswegs als willkommene Kulturbereicherung angesehen. Ungewohnt war der bittere Geschmack, fremd die Genussform von Heissgetränken, des Rauchens und Schnupfens, unbekannt die anregende Wirkung von Nikotin und Koffein, die scharf mit der des traditionellen



Französische Kaufleute beim Kaffee-Einkauf in Arabien. Stich aus: Jean de La Roque, Voyage de l'Arabie Heureuse, Paris 1716.

europäischen Genussmittels kontrastierte – der des Alkohols (Bier, Wein, Met).¹ Und dennoch: Dem Jahrhundert der Entdeckung folgte ab dem 17. Jahrhundert die Phase des europaweiten Konsums, und bereits im 19. Jahrhundert hatten die vier Genussmittel in allen Gesellschaftsschichten Europas Fuss gefasst. Dabei variierte die jeweilige Geschwindigkeit ihrer Verbreitung allerdings erheblich.

Genussmittel als Heilmittel

Ein Blick in die Medizingeschichte erklärt massgeblich, weshalb die Genussmittel in Europa überhaupt Zuspruch fanden. Seit dem 16. Jahrhundert sahen viele Ärzte in ihnen nämlich wirksame Heilmittel, was zur Überwindung von Ressentiments gegenüber den ungewohnten Konsumartikeln beitrug. Aus heutiger Sicht mag dieses Lob überraschen, wissen wir doch um die gesundheitlichen Risiken der Genussmittel. Aus der Perspektive der Zeit mit ihren medizinischen Möglichkeiten steckten dahinter aber Logik und System.²

So meinte man, Tee und Kaffee würden durch ihre warme Flüssigkeit und sonstige Bestandteile den zähen, Verstopfung verursachenden Schleim



Pfeifenraucherinnen und -raucher aus der Oberschicht. Kupferstich aus: J. J. Wilhelm Beintema, Tabacologia, s'Gravenhage 1690.

in Magen und Darm verdünnen und damit einen trägen Stuhlgang oder gar eine Kolik kurieren. Durch ihre schweiss- und urintreibende Wirkung würden dem Blut zudem zäher Schleim und Salz entzogen. Dadurch löse sich der Schleim in Lunge, Brust und in den Leberdrüsen, deren Verstopfung sonst eine Gelbsucht entstehen lassen könne. Die urintreibende Kraft verhindere auch Blasen- und Nierensteine. Und durch ihre den Verstand schärfende und den Schlaf vertreibende Wirkung seien Kaffee und Tee beste Konzentrationsförderer.³ Auch dem dritten Heissgetränk, der Schokolade, schrieb man eine Blut verdünnende und der Verdauung vorteilhafte Wirkung zu. Besonders unterstrich man aber ihren Nährwert. Man brauchte sie als Stärkungsmittel bei Abzehrung, Durchfall, Fieber oder Rachitis, empfahl sie Müttern, Kindern und alten Menschen und schloss sogar auf einen potenzsteigernden Effekt.⁴ Die Vorstellung von der Heilkraft des Tabaks, ob geraucht oder geschnupft, speiste sich aus seiner Eigenschaft, den Körper von schädlichem Schleim zu reinigen, und zwar durch seine purgierende wie auch den Auswurf aus Nase und Lunge fördernde Wirkung. So erklärt sich sein Ruf als Mittel gegen Verstopfung, Erkältungen, geistige Trägheit, Asthma, Wasser- oder Lungensucht.⁵

Unterschiedliche Produktionsmengen

Standen die Startchancen aller vier Genussmittel in Europa unter einem ähnlich günstigen Stern, begründen die Produktionsmengen und der Herstellungsaufwand ihr unterschiedliches Diffusionstempo in der europäischen Gesellschaft.

Gegenüber den Tropenprodukten Kaffee, Tee und Kakao hatte der Tabak als klimatisch anspruchslose und einjährige Erntepflanze entscheidende Vorteile. Ab dem 17. Jahrhundert bauten ihn die Europäer auf den karibischen Inseln, in Venezuela, Brasilien, Virginia und Maryland an. Dabei waren die jährlichen Exporte allein aus Virginia und Maryland bis 1700 auf 37 und bis 1770 auf 100 Millionen Pfund angestiegen. Hinzu kam der Tabakanbau überall in Europa mit einem Jahresertrag von mehreren Millionen Pfund schon im 17. Jahrhundert.⁶ Dagegen bewegten sich die Importe arabischen Kaffees und chinesischen Tees im 17. Jahrhundert noch auf sehr bescheidenem Niveau. So beliefen sich etwa die niederländischen Kaffeeimporte zwischen 1650 und 1700 auf höchstens ein bis zwei Millionen Pfund pro Jahr. Dies änderte sich im 18. Jahrhundert. Jetzt entwickelte sich der koloniale Kaffeeanbau auf Java, Ceylon und vor allem im tropischen Amerika. Damit wurde Europa unabhängig vom weltweit einzigen Kaffeeproduzenten, dem kleinen Jemen. Die jährlichen Einfuhren schnellten bis 1788 auf 55 000 Tonnen empor, wovon allein die französischen Antillen-

inseln Saint Dominique und Martinique 38 000 Tonnen erwirtschafteten. Eine ähnlich positive Importbilanz galt auch für den Tee, wenn man bedenkt, dass er viel leichter als Kaffee ist. Auch wenn Europa erst im 19. Jahrhundert zur Erzeugung von Kolonialtee übergang und zuvor auf den Marktführer China angewiesen blieb, stiegen dank dessen riesiger Produktionskapazität die jährlichen Teeimporte zwischen den 1720er- und 1790er-Jahren von 770 auf 12 000 Tonnen. Am geringsten blieben hingegen die Kakaoimporte. Zwischen 1650 und 1770 waren die jährlichen Erträge aus den spanischen Kolonien mit Venezuela an der Spitze von 28 auf nur 3000 Tonnen emporgeklettert. Zwischenzeitlich hatten zwar auch Portugal in Brasilien und Frankreich, England und die niederländische Republik in der Karibik mit der Kultur des empfindlichen Kakaobaums begonnen. Aber am Ende des 18. Jahrhunderts erreichte die Gesamtproduktion noch nicht einmal 7000 Tonnen pro Jahr.⁷

Die Grossbetriebe in den amerikanischen Kolonien waren auf die Einfuhr schwarzafrikanischer Sklavinnen und Sklaven angewiesen. Schon im 16. Jahrhundert griffen die Kolonialherren auf diese zurück, galten sie doch für die harte Plantagenarbeit als belastbarer als die amerikanische Urbevölkerung. Rund zehn Millionen Versklavte wurden zu diesem Zweck bis ins späte 19. Jahrhundert (erst da wurde die Sklaverei endgültig abgeschafft) nach Amerika gebracht, davon über ein Drittel nach Brasilien und knapp die Hälfte auf die karibischen Inseln.⁸

Verschieden aufwändige Zubereitungsweisen

Zur Herstellung gewöhnlichen Rauchtobaks mussten die geernteten Tabakblätter nur getrocknet werden und kamen entweder in dieser Form oder auf Rollen gesponnen in den Handel. Der Konsument stopfte damit portionsweise seine Pfeife. Dies war im 17. und 18. Jahrhundert die vorherrschende Konsumtionsform des Rauchtobaks. Die Herstellung von Schnupftobak erforderte hingegen die Pulverisierung der teils in Laugen oder mit Gewürzen aromatisierten Blätter als weiteren Arbeitsschritt.⁹ Wie der Rauchtobak erreichte auch der Tee aus Fernost den europäischen Markt gebrauchsfertig. Der Kaffee hingegen kam als entschälter und getrockneter Rohkaffee nach Europa. Hier musste er in Pfannen oder Metallzylindern über dem Feuer gebrannt und mittels handlicher Mörser (die Kaffeemühle kam erst im Laufe des 18. Jahrhunderts in Gebrauch) pulverisiert werden. Gebranntes Kaffeepulver wurde entweder beim Händler erstanden oder selbst hergestellt, liess sich doch so am besten frischer, aromatischer Kaffee geniessen.¹⁰ Den grössten Aufwand erforderte die Schokoladeproduktion. Die getrockneten Kakaobohnen mussten geröstet, entschält, auf einer angewärmten Metall-



LA SULTANE.

*André le Moine le Marquis de Marigny, Conseiller d'Etat ordinaire de Sa Majesté, Commandeur des ordres du Roi, Directeur et Administrateur
général des Bâtimens de sa Majesté, Académicien, et Manufactures Royales, Lieutenant Général des Armées de
Sa Majesté à l'Occasion, Gouverneur et Capitaine des Villes et Châteaux Royaux de Blois.* Par M. de la Harpe et M.
de la Harpe, Libraire, Palais National, ci-devant de l'Oratoire. (Paris chez la Citoyenne, chez la Citoyenne, chez la Citoyenne.)

In der höfischen Gesellschaft wurde der Konsum von Kaffee und Tabak in orientalischem Stil inszeniert, um den Luxuscharakter der Produkte hervorzuheben. Kupferstich «La Sultane» (angeblich Madame Pompadour darstellend) von Jacques Firmin Beauvarlet, um 1755.

platte zerquetscht und so lange geknetet werden, bis eine glatte flüssige Paste entstand, die man in Formen erkalten liess. Dies geschah in Handarbeit durch Apotheker, Zuckerbäcker oder Chocolateure. Erst im späten 18. Jahrhundert wurden dafür die ersten hydraulischen Maschinen eingesetzt. Zur Herstellung des Getränks wurde diese Paste unter Zugabe kostbarer Gewürze wie Vanille, Chili, Safran, Zimt, Nelken oder Muskat in heissem Wasser aufgelöst und schaumig gerührt. Hinzu kamen Zucker und teils auch Milch. Mit dieser geschmacklichen Verfeinerung wurden schon im Europa des 17. Jahrhunderts Kaffee und Tee genossen – eine in den Ursprungsländern unbekanntes Rezeptur.¹¹

Beginnende Popularisierung

Der Tabak schaffte schon im Laufe des 17. Jahrhunderts den Durchbruch zum Massenkonsum, und zwar in Form von Rauchtabak. Nicht zuletzt belegen dies zahlreiche Gemälde und Stiche aus dieser Zeit, die Pfeife rauchende Adelige, Bürger wie auch Bauern zeigen, übrigens beiderlei Geschlechts.¹² Die drei Heissgetränke hingegen konnte sich zunächst nur eine dünne Oberschicht, höfische Aristokratie, hohe Geistlichkeit und Grossbürgertum, leisten. Aus kostbarem chinesischem Porzellan genossen, nahmen sie die Bedeutung von Statussymbolen ein. Im Laufe des 18. Jahrhunderts jedoch drangen der Kaffee und der Tee auch ins Bürgertum vor, wo ihre munter machende Wirkung dem Arbeitsethos dieser aufstrebenden Schicht entgegenkam. Im späten 18. Jahrhundert wurden sie in manchen Regionen Europas sogar schon für Angehörige der breiten Bevölkerung erschwinglich, wenn auch sicher nicht in beliebiger Regelmässigkeit. Kaffee und Tee wurden dünn und mit Surrogaten (Zichorie und Kräutern) vermischt getrunken.¹³ Für Norddeutschland ist zum Beispiel von Kaffee konsumierenden Handwerksge-sellen, Dienstboten, Bauern oder Tagelöhnern in Städten und auf dem Land die Rede, welche Kaffee grammweise kauften.¹⁴ Allein die Schokolade blieb, europaweit betrachtet, bis ins 19. Jahrhundert exklusiv. Erst die Erfindung des Kakaopulvers (unter Entzug der teuren Kakaobutter) und die Entwicklung der festen Milkschokolade stimulierten ihre Massenproduktion, mit der die Intensivierung des Kakaoanbaus einherging.¹⁵

Konsumverbote und willkommene Steuereinkünfte

Mit einer bemerkenswerten Doppelmoral reagierten die Obrigkeiten auf das Interesse der Bevölkerung an den neuen Genussmitteln. Einerseits erliessen die Regenten Konsumverbote, und zwar stets dann, wenn die Genussmittel

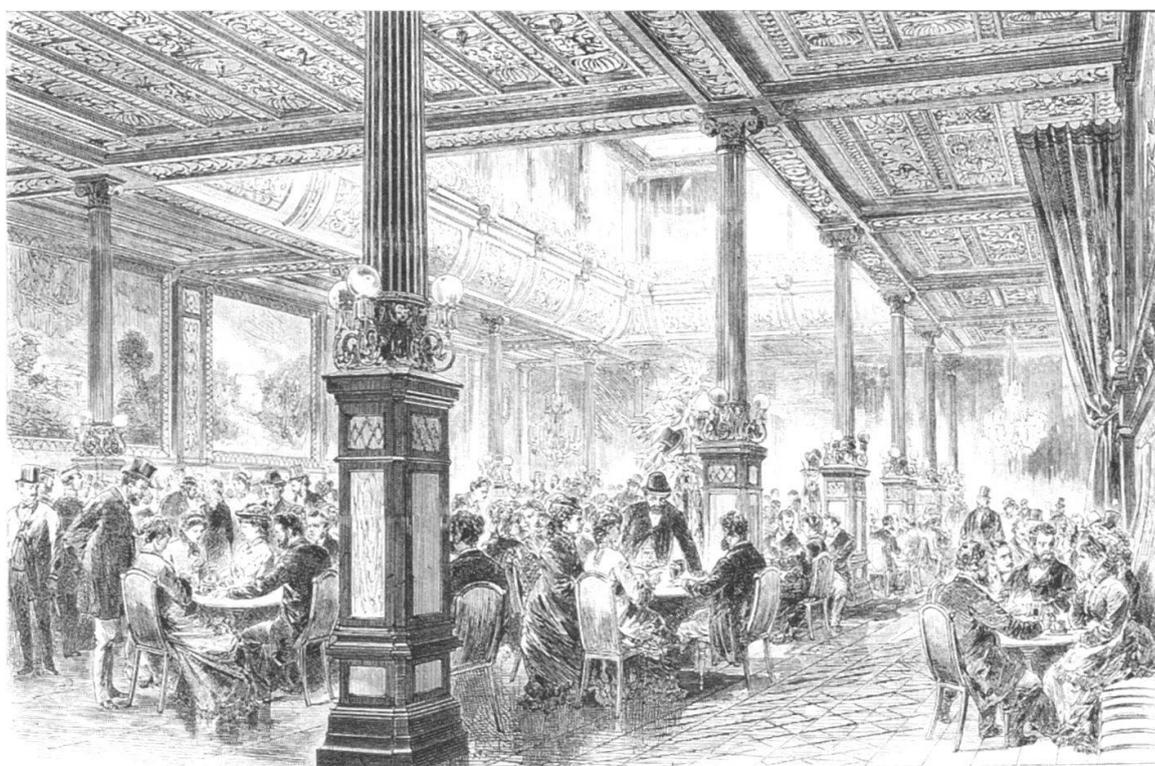


Das Gemälde mit Pfeife rauchenden Bauern belegt, dass der Tabak bereits am Ende des 17. Jahrhunderts auch in unteren Gesellschaftsschichten verbreitet war. Adrian van Ostade, Bauern in einer Sommerlaube, 1676.

eine breite Bevölkerung erreicht hatten. So hagelte es in der zweiten Hälfte des 17. Jahrhunderts Tabakverbote. Ein Jahrhundert später folgten Kaffee- und Teeverbote, freilich in den Ländern, die über keine Kolonien verfügten: so in verschiedenen deutschen Territorien, in Italien, Sizilien, Dänemark und Schweden. Dahinter verbarg sich die Befürchtung, der neue Luxus könne eine ruinöse Wirkung auf den Geldbeutel der wenig bemittelten Untertanen haben und, wie die Kaffeepause, zu Müßiggang verführen.¹⁶ Ferner beob-

achteten die Regierungen argwöhnisch die zunächst in den Grosstädten aufkommenden Kaffeehäuser, in denen man nicht wie in den traditionellen Wirtshäusern in alkoholseliger Stimmung zusammensass, sondern bei Kaffee oder Tee nüchtern über politische Ereignisse diskutierte – womöglich auch kritisch über die Politik des eigenen Landesherrn. Deshalb versuchte der englische König 1675, die ersten Etablissements dieser Art schliessen zu lassen.¹⁷ Blieben diese Verbote fruchtlos, hielt sich die seit dem 17. Jahrhundert von den europäischen Regierungen verfolgte Praxis, die neuen Vorlieben der Untertanen in eine neue Einnahmequelle für den Staatssäckel umzumünzen: Bis heute werden die Genussmittel besteuert.¹⁸

Im 19. Jahrhundert begann eine neue Phase in der Geschichte der Genussmittel. Im Zuge der Industrialisierung wurden Maschinen erfunden, die das Rösten und Mahlen von Kaffee und Kakao, das Kneten der Kakaomasse oder die Massenfabrikation der jetzt aufkommenden Zigarette übernahmen. Eine Ausweitung der Produktionsstandorte der Genussmittelpflanzen und eine gesteigerte Produktion begleiteten diese Entwicklung. Dadurch konnten die Genussmittel im 20. Jahrhundert zu Alltagsgütern für alle werden.



Kaffeehäuser wie das Berliner «Café Bauer» waren im 19. Jahrhundert ein wichtiger Bestandteil bürgerlicher Stadtkultur. Stich nach Gottlob Theuerkauf, 1878.

Anmerkungen

- ¹ Schivelbusch Wolfgang: *Das Paradies, der Geschmack und die Vernunft. Eine Geschichte der Genussmittel*, München 1980, S. 108; Quellenbeispiele: Schnyder-von Waldkirch Antoinette: *Wie Europa den Kaffee entdeckte. Reiseberichte der Barockzeit als Quellen zur Geschichte des Kaffees*, Zürich 1988, S. 47, 58 und 65; Benzoni Girolamo: *Americae. Das Fünffte Buch*, Frankfurt a. M. 1595, S. 86.
- ² Dazu ausführlicher Menninger Annerose: *Tabak, Zimt und Schokolade. Europa und die fremden Genüsse (16.–19. Jahrhundert)*, in: Faes Urs et al. (Hg.): *Das Eigene und das Fremde. Festschrift für Urs Bitterli*, Zürich 2000, S. 232–262, hier 248–253.
- ³ Bontekoe Cornelius: *Korte Verhandeling van 's Menschen Leven, Gesondheid, Siekte, en Dood, s'Gravenhage 1684*, S. 374–384 und 404f.; Blancard Stephan: *Haustus Polychrestii, Oder: Zuverlässige Gedancken/Vom Theé, Coffeé, Chocolate, Und Taback*, Hamburg 1705, S. 19–22, 29–32, 40f., 51f. und 119–129.
- ⁴ Dufour Philippe Sylvestre: *Traitez Nouveaux & curieux du Café, du Thé et du Chocolate*, Lyon 1685, S. 396–422; Blancard (wie Anm. 3), S. 159–162, 164–168 und 171–174; Zwinger Theodor: *Theatrum Botanicum*, Frankfurt 1696, S. 37f.
- ⁵ Durante Castore: *Herbario Novo*, Venedig 1667, S. 215; Barnstein Heinrich: *Tabaco Das Gesunde Kündt= unndt Artzney mittel*, Erfurt 1644, Bl. [5r]; Hoffmann Friedrich: *Gründlicher Unterricht*, Ulm 1745, S. 380–383.
- ⁶ Goodman Jordan: *Tobacco in history. The cultures of dependence*, London 1993, S. 135–146.
- ⁷ Reinders Pim et al.: *Koffie in Nederland. Vier eeuwen cultuurgeschiedenis*, Zutphen 1994, S. 20–24; Schröder Rudolf: *Kaffee, Tee und Kardamom. Tropische Genussmittel und Gewürze*, Stuttgart 1991, S. 27–30, 58–63 und 82f.; Kriedte Peter: *Vom Grosshändler zum Detailisten. Der Handel mit «Kolonialwaren» im 17. und 18. Jahrhundert*, in: *Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte*, 1 (1994), S. 11–36, hier 19f.
- ⁸ Reinhard Wolfgang: *Parasit oder Partner? Europäische Wirtschaft und Neue Welt 1500–1800*, Münster 1997, S. 84–95 und 111–114; Blackburn Robin: *The making of new world slavery*, London 1997, S. 166–174 und 383–445.
- ⁹ T. C.: *An advice how to plant tobacco in England*, London 1615. Faksimile-Nachdruck Amsterdam 1973, Bl. [6r–v]; Zedler Johann Heinrich: *Grosses vollständiges Universal-Lexikon*, 64 Bde., Leipzig etc. 1733–1750, Bd. 24 (1740), Sp. 650–654.
- ¹⁰ Lettsom John Coackley et al.: *Geschichte des Thees und Koffees*, Leipzig 1776, Faksimile-Nachdruck Leipzig 1985, S. 158–160, 174–176 und 215f.; Zwinger (wie Anm. 4), S. 104; Blancard (wie Anm. 3), S. 111f.; Broadbent Humphrey: *The domestic coffee-man*, London 1722, S. 8; Bohn Gottfried Heinrich: *Neueröffnetes Waarenlager*, Hamburg 1763, Sp. 171–172; Bersten Ian: *Coffee floats tea sinks. Through history and technology to a complete understanding*, Roseville 1993, S. 213–223.
- ¹¹ Raius Johannus, *Historia Plantarum*, 3 Bde., London 1684–1704, Bd. 2, S. 1670–1673; Zwinger (wie Anm. 4), S. 36; Blancard (wie Anm. 3), S. 156f.; Broadbent (wie Anm. 10), S. 1–4; Marschall C. F.: *Gründliche Anweisung*, Leipzig 1802, S. 94–100; Coe Sophie D., Michael D. Coe: *The true history of chocolate*, London 1996, S. 134–136, 148f., 163f. und 198.
- ¹² Siehe ferner zu Pro-Kopf-Verbrauch und Preisverfall: Shammas Carole: *The preindustrial consumer in England and America*, Oxford 1990, S. 78f.; Goodman (wie Anm. 6), S. 59–62; Kriedte (wie Anm. 7), S. 22.
- ¹³ Sandgruber Roman: *Genussmittel. Ihre reale und symbolische Bedeutung im neuzeitlichen Europa*, in: *Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte*, 1 (1994), S. 73–88; Schneider Jürgen: *Die neuen Getränke: Schokolade, Kaffee und Tee (16.–18. Jahrhundert)*, in: Cavaciocchi Simionetta (Hg.): *Prodotti e tecniche d'oltremare nelle economie europee. Secc. XIII–XVIII*, Florenz 1998, S. 541–590; Teuteberg Hans-Jürgen: *Kaffee*, in: Hengartner Thomas, Christoph Maria Merki (Hg.): *Genussmittel. Ein kulturgeschichtliches Handbuch*, Frankfurt a. M. 1999, S. 81–115, hier 88–91.

- ¹⁴ Siehe die für das Fürstentum Minden und die Grafschaft Ravensberg 1768 erlassene Kaffeeverordnung Friedrichs II., im Original abgedruckt in: Rodekamp Volker et al. (Hg.): Kaffee. Kulturgeschichte eines Getränks, Minden 1987, S. 24–27, hier 24–26; Scharff Georg Heinrich: Versuch einer Ausführung, wie der Caffeehandel [...], Braunschweig 1781, S. 8.
- ¹⁵ Chiapparino Francesco: Von der Trink- zur Essschokolade. Veränderungen eines Genussmittels zwischen dem 19. und dem beginnenden 20. Jahrhundert, in: Teuteberg Hans-Jürgen, Gerhard Neumann, Alois Wierlacher (Hg.): Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven, Berlin 1997, S. 387–400, hier 393–397.
- ¹⁶ Reinhard (wie Anm. 8), S. 165; Albrecht Peter: Kaffee: Zur Sozialgeschichte eines Getränks, Braunschweig 1980, S. 48.
- ¹⁷ Hartwich Carl: Die menschlichen Genussmittel, Leipzig 1911, S. 314.
- ¹⁸ Rogozinski Jan: Smokeless tobacco in the western world. 1550–1950, New York etc. 1990, S. 61–71; Rien Mark W. et al.: Das neue Tobago-Buch, Hamburg 1985, S. 43 und 54–56; Heise Ulla: Kaffee und Kaffeehaus. Eine Kulturgeschichte, Hildesheim 1987, S. 39–41; Hartwich (wie Anm. 17), S. 314; Mueller Wolf: Seltsame Frucht Kakao. Geschichte des Kakaos und der Schokolade, Hamburg 1957, S. 48f.

Schokolade.

Von der Götterspeise zum Massenprodukt

Roman Sandgruber

Die Heimat der Schokolade ist Mexiko.¹ Beide Begriffe, sowohl Schokolade wie auch Kakao, stammen vom gleichen altmexikanischen Wort «Xocoatl» oder «Kakuatl» ab, von «xococ» = «herb» und «latl» = «Wasser». Nach aztekischen Vorstellungen war die Schokolade ein Getränk der Götter, das diese den Menschen geschenkt hatten. Für europäische Geschmacksempfindungen war diese Götterspeise anfangs sicher äusserst fremd: Sie schmeckte bitter und scharf. Der Mailänder Girolamo Benzoni, der von 1542 bis 1556 in Mittelamerika weilte, berichtete in seinem 1565 erschienenen Reisebericht² von der nach Eingeborenenart angerichteten Schokolade, die ihn viel mehr ein «Säugetränk», eine Tränke für Schweine, denn «eines Menschen Getränk» dünkte. Er ergänzte aber, dass er sich wohl oder übel habe daran gewöhnen müssen, wollte er doch nicht das erbärmliche Wasser trinken.

Schon bald nach der Eroberung des Landes durch die Spanier importierte Hernando Cortez 1528 die Schokolade nach Europa. Von Spanien gelangte sie nach Frankreich, in die Niederlande und nach England.³ Dort wurde sie in der vornehmen Welt bald so selbstverständlich, dass Daniel Defoe auch den auf die einsame Insel verschlagenen Robinson Crusoe nicht auf die Schokolade verzichten lassen wollte: Eines der ersten Geräte, das sich der Gestrandete auf primitive Weise anfertigte, war eine Schokoladekanne.

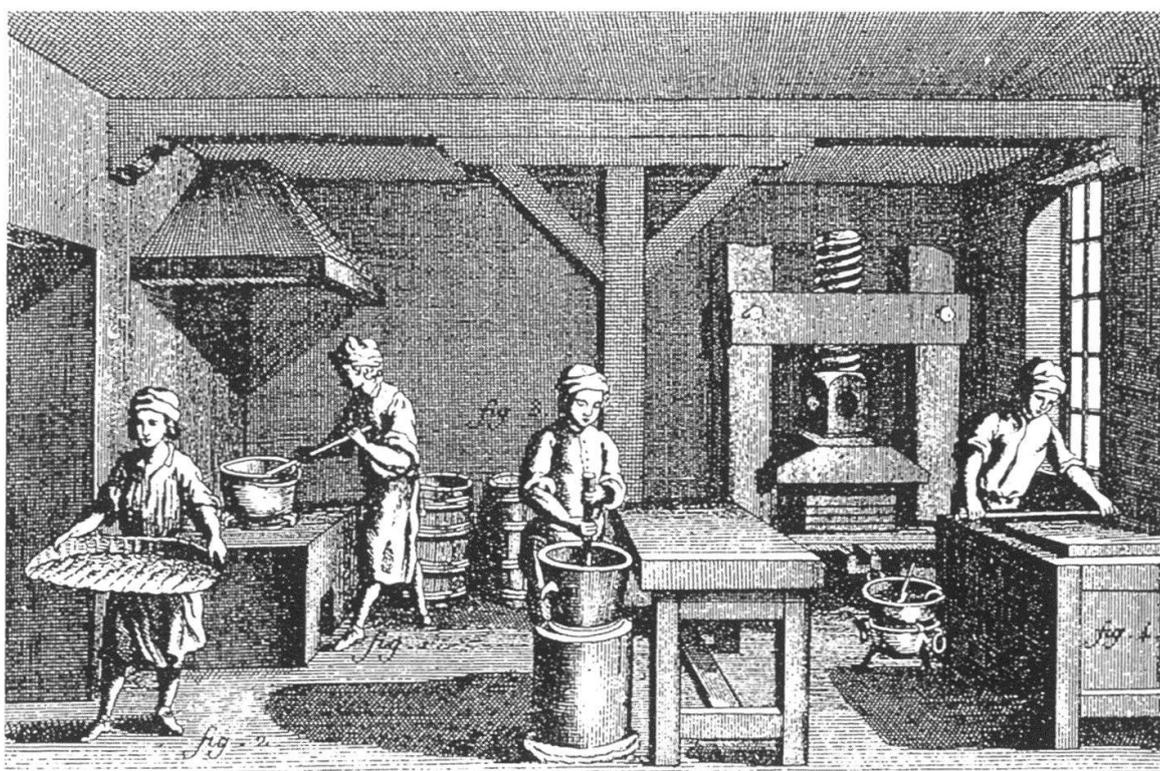
Das Göttergetränk der Höflinge

Die Habsburgerprinzessin Anna von Österreich, eine Tochter Philipps III. von Spanien, heiratete 1615 den französischen König Ludwig XIII. Sie soll das Schokoladetrinken am französischen Hof eingeführt haben. Nach der Mitte des 17. Jahrhunderts gab es in Italien, England und den Niederlanden die ersten öffentlichen Schokoladestuben. In Paris wurde Schokolade im späten 18. Jahrhundert auch auf den Strassen angeboten. Aber nur in Spanien wurde Schokolade ein wirkliches Volksgetränk. Ansonsten blieb sie ein eigentliches Statussymbol der Aristokratie und anderer Eliten.

Die Schokolade, die viel herber als heute schmeckte, wurde zuerst ungesüsst genossen. Als Geschmacksveredler fanden Vanille, Zimt und Nelken

Verwendung. Die Schokolade wurde nach mexikanischer Art gequirlt und zu Schaum geschlagen. Dafür hatten die Schokoladekannen einen seitlichen, horizontal wegragenden Griff, an dem man das Gefäß bequem und fest halten konnte, und eine Öffnung im Deckel, durch die der Quirl gesteckt werden konnte. Getrunken wurde aus Teetassen, später aus eigens gefertigten hohen Tassen mit ausgreifendem Rand.

Es war die höfische Gesellschaft des europäischen Barock, welche die neuen Warmgetränke Kaffee, Tee und Kakao gesüsst trank. Dazu wurde süßes Gebäck genascht. Auch der Liqueur, eine Kombination aus Branntwein, Zucker und erlesenen Essenzen, das Speiseeis in seiner Kombination aus exotischen Früchten, Zucker und Kälte und die Pralinen, die bis heute Schokolade und Zucker in barocker Form und Verpackung präsentieren, waren Innovationen dieser Zeit. Günter Wiegemann hat betont, wie sehr die europäische Vorliebe für den süßen Geschmack – und man müsste auch sagen für die Schokolade – als Resultat der Sozialstruktur der höfischen Zivilisation verstanden werden muss: Weil die höfische Gesellschaft den Gebrauch der Süßwaren so hoch schätzte und zur Demonstration ihres sozialen Rangs einsetzte, wandten sich auch die Bürger, die Arbeiter und die Bauern begehrlieh dem neuen Genussmittel zu.⁴



Bildtafel aus der Mitte des 18. Jahrhunderts, welche die verschiedenen Arbeitsschritte zur Herstellung von Schokolade illustriert. Denis Diderot und Jean d'Alembert, Encyclopédie, Genf 1777, S. 625.

Galante Nascherei für ein galantes Zeitalter

Die Schokolade war die Nascherei des Rokokozeitalters. Es war eine häufig dargestellte Szene des galanten Jahrhunderts: Die Dame, im losen Negligé auf der Ottomane liegend, erwartet das Stubenmädchen, welches das ersehnte «billet-doux» (Liebesbriefchen) und die noch ersehntere Schokolade zum Frühstück bringt.

Schokolade galt als stärkend, in der Fastenzeit ebenso wie vor dem Geschlechtsverkehr. 1764 schrieb Moritz August von Thümmel: «Bald trat Wilhelmine herein und brachte ihrem gnädigen Gönner Schokolade mit perlendem Schaume.» Casanova führte stets eine Schokoladekanne mit sich. Das dekadent-frivole Venedig des späten 18. Jahrhunderts war das Eldorado der Schokoladetrinker.

Dass Flüssiges das Fasten nicht bricht, galt als Bestandteil der katholischen Fastenbestimmungen.⁵ Da passte die Schokolade gut. In diesem Sinne verfasste der Jesuit Ferroni eine überschwängliche Ode an die Schokolade, die 1655/72 in einer Schrift des italienischen Theologen, Philosophen und späteren Kardinals Laurentius Brancati (1612–1693) veröffentlicht wurde.

Eine andere Meinung hatte diesbezüglich der Wiener Mediziner Johann Michael Haider. Er bezeichnete in seiner «Disputatio medico diaetetica» – einer in der Schokolade-Geschichtsschreibung immer wieder erwähnten Arbeit – die Schokolade als «Venus-Speise» (*Veneris pabulum*) und wollte ihren Genuss zumindest für die im Zölibat lebende Geistlichkeit verbieten. Folgerichtig erklärte er den Genuss der Schokolade auch als fastenbrechend: Der Zorn der empörten Wiener Geistlichkeit war ihm gewiss und soll zur Verbrennung der 32 Seiten umfassenden Dissertation und zur Amtsenthebung des Professors Johann Franz Rauch geführt haben, der als Lehrer Haiders und Präses bei der Verteidigung dieser Doktorarbeit für den Skandal verantwortlich gemacht wurde.

Der Aufstieg der Schokoladeindustrie

Vermutlich war vor 1800 dem grössten Teil der europäischen Bevölkerung Schokolade noch unbekannt. Bis zum Ende des 19. Jahrhunderts gewann sie aber in mehrfacher Hinsicht an Bedeutung: als Statussymbol, wenn auch innerhalb eines höchst beschränkten Warenkorbes, als stimulierendes Genussmittel, das im langen, monotonen Arbeitsalltag willkommene Unterbrechung brachte, und zuletzt auch als hochwertiger Kalorienträger: Die Naschhaftigkeit, von Aussenstehenden vielfach als Verschwendungssucht der Proletarier missverstanden, bot die notwendige Abwechslung im eintönigen Industriealltag.



Im 18. Jahrhundert wurde Schokolade ausschliesslich als Getränk konsumiert. Zu dieser Zeit beschränkte sich der Genuss noch weitgehend auf aristokratische Kreise. François Boucher, *Le Déjeuner*, 1739.

Die Industrie machte aus dem adeligen und grossbürgerlichen Prestige-gut ein in Massen produziertes Konsumgut. Die technischen Voraussetzungen für die aufstrebende Schokoladeindustrie waren schon im beginnenden 19. Jahrhundert geschaffen worden. 1790 kam in England das Zerquetschen der Bohnen zwischen zwei Walzen auf, wodurch das bis dahin übliche Zerreiben der Bohnen abgelöst wurde. 1828 brachte Coenraad Johannes van Houten erstmalig entöltes Kakaopulver auf den Markt. Durch die Trennung von Kakaobutter und Kakaomasse war der Grundstein für ein breites Geschmacks- und Produktionsspektrum gelegt. Windmühlen oder Wasserräder trieben die Schokoladequetschen an. Zum Betrieb der Pressen, Conchen, Röstmaschinen, Melangeure, Stampf- und Reibwerke wurde bald die Dampfkraft eingesetzt. Mittels weiterer technologischer Innovationen gelang es der englischen Firma J. S. Fry & Sons 1849, die weltweit ersten Schokoladetafeln herzustellen. Zuvor war die Schokolade in flüssiger Form konsumiert worden. Der Schweizer Peter arbeitete ab 1875 an der Entwicklung der ersten Milkschokolade, Lindt begann 1879 mit der Produktion einer feincremigen Schokolade mit hohem Kakaobutteranteil.

Im frühen 19. Jahrhundert wurde die Basis für die grossen internationalen Schokoladefabriken gelegt: C. J. van Houten gründete 1815 in Zoon, François-Louis Cailler 1819 in Vevey, Philippe Suchard 1826 in Neuenburg, Cadbury 1831 in Birmingham, Stollwerck 1839 in Köln und Sarotti 1868 in Berlin einen Betrieb. Industrielle Fertigungstechniken verbilligten und – vor allem – verbesserten die Schokolade. Erstmals begann um die Jahrhundertwende bei den Unterschichten die verfügbare Kaufkraft zuzunehmen, was die Nascherei erst erlaubte.

Die Schokolade war eines der ersten Produkte, zu deren Erfolg zielbewusstes Marketing entscheidend beitrug: Die Produkte wurden mit Plakaten, Werbebildchen, aufwändigen Verpackungen und dem Vertrieb über Automaten intensiv beworben.⁶ Werbung und Wissenschaft spielten zusammen: Die Ernährungswissenschaftler bestätigten den hohen Nährwert, die Abenteurer und Entdecker, etwa Nansen und Amundsen, beschrieben die hervorragenden Erfahrungen auf ihren Expeditionen, die Grafiker schufen kunstgerechte Verpackungen, und die Verkaufsprofis unterstützten mit Sammelbildchen und vielerlei Sammlerstücken den Verkaufserfolg. Zudem wurden sehr früh Automaten im Vertrieb eingesetzt.⁷

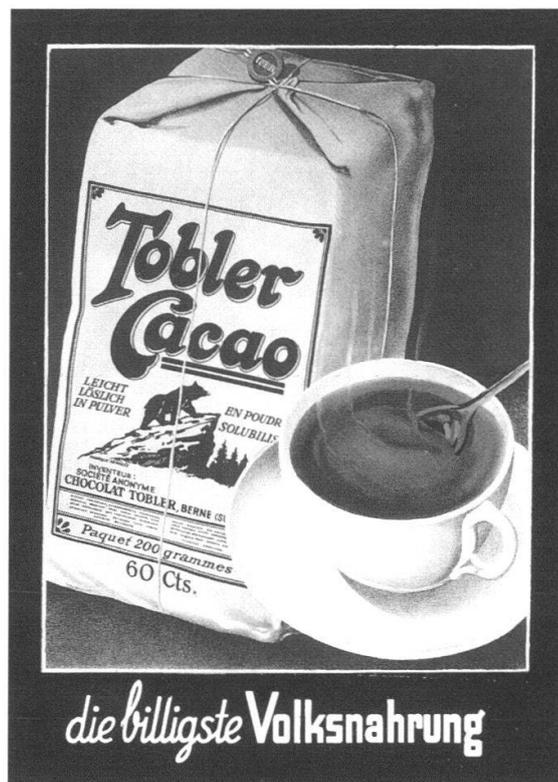
Zwischen Krise und Massenkonsum

Es ist erstaunlich, welche Bedeutung Schokolade und Zuckerwaren in den Kindheitserinnerungen alter Leute noch heute einnehmen: «Puppen, Spielzeug, Märchen, Naschereien und Weihnachtsbaum, ich kannte das alles

nicht», schreibt Adelheid Popp, eine der grossen Frauen der österreichischen Arbeiterbewegung.⁸ Sehnsüchtig richteten sich die Blicke der Kinder auf diese glitzernde Welt: «Ein einziges Mal hing am Christbaum ein Stück in farbiges Stanniolpapier gewickelte Schokolade in der Form eines kleinen Werkzeuges. Unvergesslich!» – «Ein Stück Schokolade, aber das war schon ein Fest ...», liest man in einem Band über populäre Autobiografien.⁹ «An Schokolade kann ich mich in den Kinderjahren überhaupt nicht erinnern, je welche gesehen oder gegessen, ja das Wort nur je gehört zu haben ...», schreibt die Dienstmagd Maria Gremel.¹⁰

Daran mag manches im Interesse einer dramaturgischen Zuspitzung von damaliger Not und heute erreichtem Fortschritt ein bisschen übertrieben sein. Denn die statistischen Unterlagen beispielsweise der Wiener Konsumerhebungen unmittelbar vor dem Ersten Weltkrieg und in der Zwischenkriegszeit beweisen deutlich, dass Arbeiterinnen und Arbeiter nach der Jahrhundertwende immer mehr zu den wichtigen Kunden der Zucker- und Schokoladeproduzenten geworden waren. Aber das Geschäft mit Schokolade und Zuckerwaren war krisenanfällig. Die Weltwirtschaftskrise zeigte dies deutlich: Die Soziologen Lazarsfeld, Jahoda und Zeisel berichten in ihrer berühmten Studie über Märienthal von der hilflos gewordenen Liebe der von der Arbeitslosigkeit betroffenen Familien zu ihren Kindern: von einem zwölfjährigen Jungen, der am Tage vor der Auszahlung des Arbeitslosengeldes zum vierstündigen Unterricht ohne einen Bissen Brot erschienen war und

Seit den 1920er-Jahren wurden Kakao und Schokolade aufgrund der verbilligten Produktionsweisen zunehmend zu einem Volksnahrungsmittel. Werbung für Tobler-Kakao, 1930er- oder 1940er-Jahre.



am nächsten Tag eine Wurstsemmel, zwei Krapfen und ein Stück Schokolade mitbekommen hatte. Es sind die Sehnsüchte nach einem Rest von Freude, die sich in solch irrationaler Wirtschaftsführung ausdrücken.¹¹

Nach dem Zweiten Weltkrieg, als in den kriegsversehrten europäischen Staaten der schwarze Markt regierte, waren beispielsweise in Österreich amerikanische Camel-Zigaretten die eine, britische Cadbury-Schokolade die andere Währung. Dann aber verlor Schokolade rasch die Aura des Exquisiten und Besonderen. Durch das Entstehen grosser und kapitalintensiver Fabriken und durch die auf Kosten der Urproduzenten immer billiger werdenden Rohstoffe Kakao und Zucker ist Schokolade heute in den westlichen Industriestaaten längst kein teures Luxusgut mehr. Für den Massenmarkt ist sie eine ideale Substanz, die in Pausen ein schnelleres Gefühl der Befriedigung, Erfrischung und Erleichterung schafft oder zu schaffen scheint, die sich leicht mit anderer Nahrung kombinieren lässt und in der sich dennoch immer noch die grosse symbolische Macht der Frühzeit verbirgt. Für die Essgewohnheiten unserer Gegenwart, die Zunahme der Mahlzeiten, die vielen Zwischenmahlzeiten, Kaffeepausen, Nachtimbisse, das Essen beim Autofahren, Fernsehen, im Sportstadion, im Freibad spielt Schokolade eine ganz zentrale Rolle. Das Essen während anderer Tätigkeiten, das ständige Essen, ist das nicht eines der Ideale einer Verkaufs- und Konsumgesellschaft?

Anmerkungen

- ¹ Vgl. zur Einführung: Mueller Wolf: *Seltsame Frucht Kakao. Geschichte des Kakaos und der Schokolade*, Hamburg 1957; Schiedlausky Günther: *Tee, Kaffee, Schokolade*, München 1961; *Von der Kakaobohne zur Schokolade*. Niederrheinisches Museum für Volkskunde und Kulturgeschichte, Kevelaer 1986; Mielke Heinz-Peter: *Kaffee, Tee, Kakao. Der Höhenflug der drei warmen Lustgetränke*, Viersen 1988; Chiapparino Francesco: *L'industria del cioccolato in Italia, Germania e Svizzera. Consumi, mercati e imprese tra '800 e prima guerra mondiale*, Diss. Bologna 1997; Scholliers Peter: *From elite consumption to mass consumption. The case of chocolate in Belgium*, in: Hartog Adel P. den (Hg.): *Food technology, science and marketing*, East Linton 1995, S. 127–138; Scholliers Peter: *Der Aufstieg der belgischen Schokolade*, in: Sandgruber Roman, Harry Kühnel (Hg.): *Genuss und Kunst. Kaffee, Tee, Schokolade, Tabak, Cola*. Ausstellung Schloss Schallaburg, Innsbruck 1994, S. 73–77.
- ² Benzoni Girolamo: *La Historia del Mondo Nuovo*, Venedig 1565, fol. 104r.
- ³ Mueller (wie Anm. 1), S. 63–70 und 106; Fenton Alexander: *Coffee drinking in Scotland in the 17th–19th centuries*, in: Ball Daniela U. (Hg.): *Kaffee im Spiegel europäischer Trinksitte*, Zürich 1991, S. 93–102.
- ⁴ Wiegelmann Günter: *Zucker und Süsswaren im Zivilisationsprozess der Neuzeit*, in: Teuteberg Hans-Jürgen, Günter Wiegelmann (Hg.): *Unsere tägliche Kost*, Münster 1986, S. 135–152.
- ⁵ Die 1569 verfügte Ermächtigung Papst Pius V., dass Kakao das Fasten nicht breche, wird oft zitiert. Vgl. Chiapparino Francesco: *Von der Trink- zur Essschokolade. Veränderungen eines Genussmittels zwischen dem 19. und dem beginnenden 20. Jahrhundert*, in: Teuteberg Hans-Jürgen, Gerhard Neumann, Alois Wierlacher (Hg.): *Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven*, Berlin 1997, S. 387–400, hier 391.

- ⁶ Denscher Bernhard: Kunst und Kommerz: Zur Geschichte der Wirtschaftswerbung in Österreich, Wien 1985, S. 50f.
- ⁷ Kuske Bruno: 100 Jahre Stollwerck. Geschichte 1839–1939, Köln 1939; Hepner V.: Ludwig Stollwerk und die Künstler seiner Sammelalben. Originale aus den Jahren 1897–1915, Köln 1980; Mielke Heinz-Peter: Vom Bilderbuch des Kleinen Mannes. Über Sammelmarken, Sammelbilder und Sammelalben, Köln 1982.
- ⁸ Popp Adelheid: Jugendgeschichte einer Arbeiterin, 3. Aufl., Wien 1927.
- ⁹ Weber Therese (Hg.): Häuslerkindheit. Autobiographische Erzählungen, Wien 1984, S. 84, 182 und 193.
- ¹⁰ Gremel Maria: Mit neun Jahren im Dienst. Mein Leben im Stübl und am Bauernhof 1900–1930, Wien 1983, S. 18, 45, 108, 185.
- ¹¹ Jahoda Marie, Paul Lazarsfeld, Hans Zeisel: Die Arbeitslosen von Marienthal, 2. Aufl., Frankfurt a.M. 1978 (1. Aufl. 1933), S. 96.

Das Land der Schokolade. Die Schweizer Schokoladeindustrie im internationalen Kontext des 19. und 20. Jahrhunderts

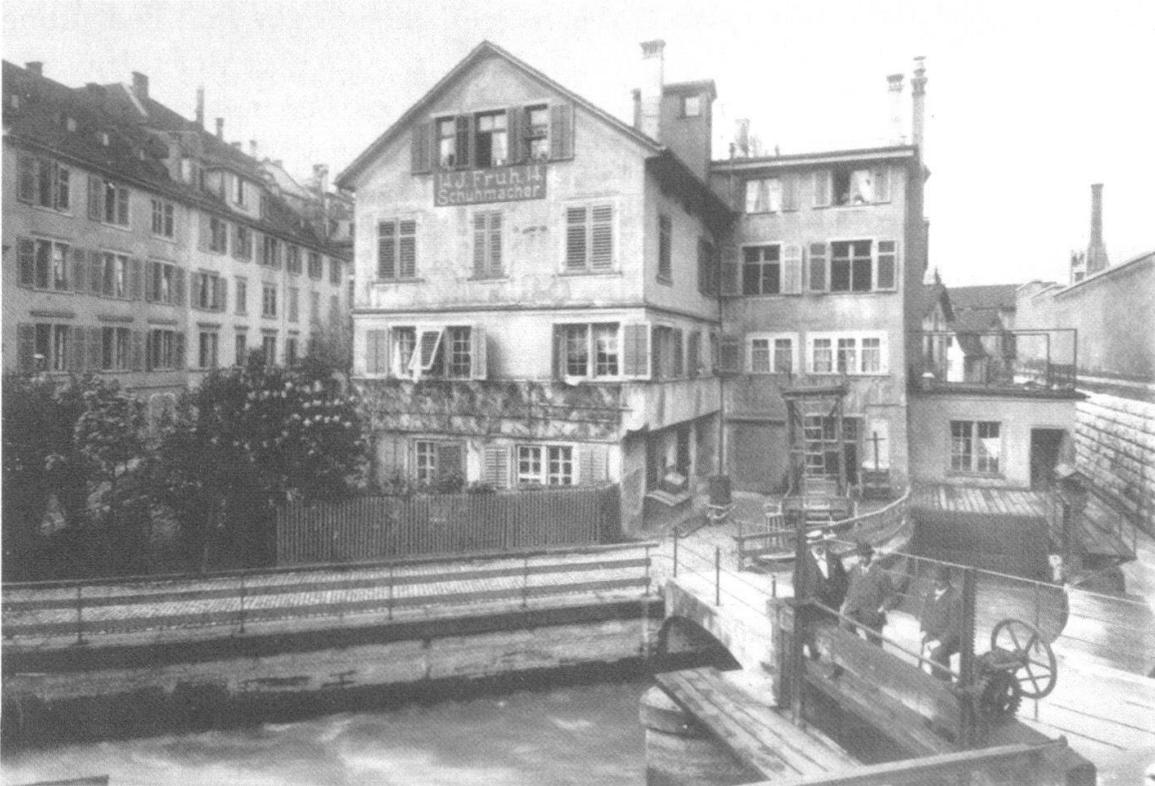
Francesco Chiapparino

Hätte man im 17. Jahrhundert einen europäischen Adligen – natürlich eine neugierige, reiseerfahrene Person – gefragt, zu welchem Land die Schokolade gehöre, so wäre die Wahl wohl auf Spanien gefallen. Ein Jahrhundert später, besonders nach der Regentschaft von Ludwig XV., hätte jeder beliebige Aristokrat des Alten Kontinents höchstwahrscheinlich an Frankreich, an Versailles und die «chocolat santé» (eine Mischung aus Kakao und Zucker) gedacht. Im 19. Jahrhundert hätte man diese Frage mit Erfolg jedem städtischen Bürgerlichen stellen können, um damit eine Menge an mehr oder weniger nationalen Bezügen hervorzurufen: das holländische Kakaopulver, die Pariser Schokolade, die Londoner Kakaohäuser (cocoa house) oder die Tradition der italienischen Konditoreien aus dem Piemont und Neapel.

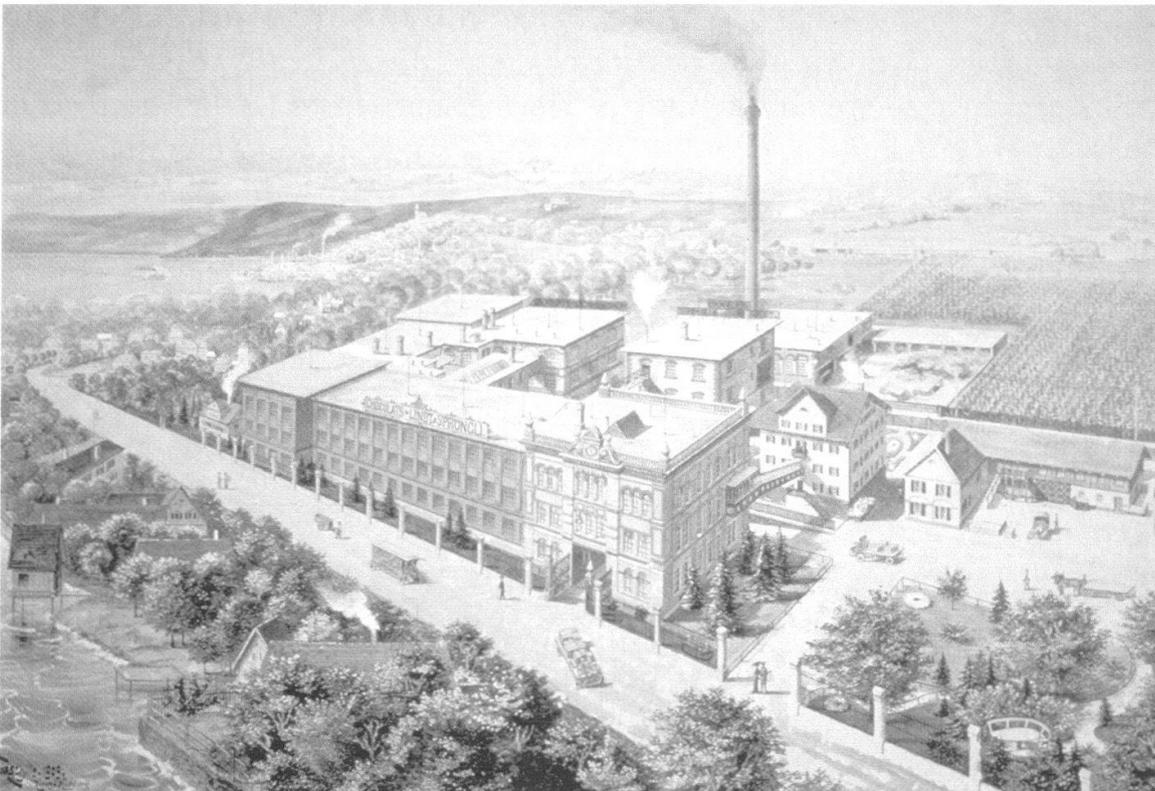
Eines ist jedoch gewiss, der Befragte hätte die Schokolade nicht mit der Schweiz in Verbindung gebracht. Für einen guten Teil des 19. Jahrhunderts war die Präsenz der Schokolade in der schweizerischen Eidgenossenschaft nämlich noch ausserordentlich schwach, wie auch in grossen Teilen Mittel- und Nordeuropas, wo die Schokolade als Luxusprodukt nach wie vor alles andere als alltäglich war. Bereits seit Beginn des 19. Jahrhunderts diente der Kakao zwar nicht mehr allein pharmazeutischen Zwecken, wie es für die Einführungsphasen von exotischen Genussmitteln typisch gewesen war. Dennoch kannte der junge Philippe Suchard den Kakao vor allem als ein von seiner Mutter beschriebenes Stärkungsmittel, und er musste zwei Stunden Fussmarsch hinter sich bringen, um ihn in einer Apotheke in Neuenburg zu bekommen.¹

Traditionslinien und die Anfänge der Schweizer Schokoladeindustrie

Auf jeden Fall existieren bereits seit der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts und in einigen Fällen auch schon früher Berichte über Schweizer Kakao-fabrikanten und Konditoren, die Gebrauch von der Schokolade machten: Zu nennen wären beispielsweise die in den 1820er-Jahren eröffneten Geschäfte von François-Louis Cailler in Vevey, Philippe Suchard in Neuenburg



Im kleingewerblichen Werddareal am Sihlkanal in Zürich befand sich eine der ersten Produktionsstätten von Rudolf Sprüngli. Rückseite der Fabrik, um 1869.

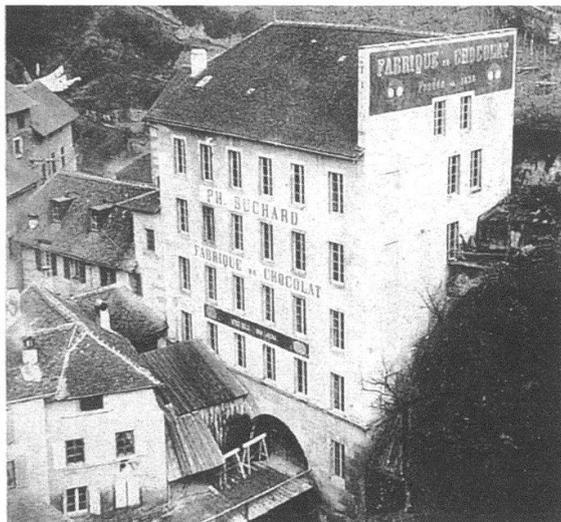


1899 kaufte die Chocolat Sprüngli AG die Berner Firma Rod. Lindt fils und setzte ihren Wachstumskurs fort. Idealisierende Darstellung der 1899/1900 erbauten Fabrikanlage von Lindt & Sprüngli in Kilchberg bei Zürich.

oder Amédée Kohler in Lausanne. Trotzdem blieben Fülle und Bedeutung dieser Aktivitäten gering und auf jeden Fall zweitrangig gegenüber dem eher therapeutischen, überall in Nord- und Mitteleuropa bekannten Gebrauch. Mit anderen Worten, es fehlte eine Schweizer Schokoladetradition, und um so mehr fehlte diese Tradition in der deutschsprachigen Schweiz.

Dieser Tatbestand widerspiegelt sich in der Verbreitung des Kakaos auf dem europäischen Kontinent. Der Kakaokonsum dehnte sich bis zur zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts zunächst von Spanien auf Italien, Frankreich und Belgien aus. Über England und Holland gelangte er mit Mühe in die deutschen Gebiete, stoppte aber gänzlich weiter östlich. Zudem erlag die Schweiz kaum dem Einfluss der höfischen Gesellschaft, die – von den Gebräuchen Versailles stark beeinflusst – die typische Antriebskraft der Kakaoverbreitung darstellte und die (heisse) Schokolade in München, Wien, Dresden und sogar im entfernten Steinhude, in der Grafschaft Schaumburg-Lippe, einführte.²

Trotzdem gelangte der Kakao seit dem 18. Jahrhundert über Frankreich und Italien in die Schweiz. Sucht man die Anfänge der Schweizer Schokoladegeschichte, so findet man sie tatsächlich in den südlichen und südwestlichen Kantonen: bei den damals emigrierten Tessiner Schokoladeherstellern oder in den 17 Schokoladegeschäften des Kantons Waadt Anfang der 1830er-Jahre.³ Noch im späten 19. Jahrhundert, als die Schokolade bereits bekannt und weit verbreitet war, blieb die verspätete Ankunft in den deutschsprachigen Kantonen – dem Gebiet mit dem grössten industriellen Wachstum innerhalb der Schweiz – weiterhin sichtbar: Die meisten der im 19. Jahrhundert in der Schweiz gegründeten Schokoladefabriken lagen in der Welschschweiz – bis heute das Zentrum der schweizerischen Schokoladeindustrie.



Suchard in Serrières bei Neuenburg: Vom einzelnen Fabrikgebäude in der Mitte des 19. Jahrhunderts...



...zum grossräumigen Industriekomplex nach 1900.

Wie auch sonst in Mitteleuropa entwickelten sich in der Schweiz seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts kleine Familienunternehmen zu grösseren Betrieben wie beispielsweise die Konditorei Klaus oder eben Suchard, ein Unternehmen, das seinen Erfolg zu grossen Teilen der Verbindung mit dem deutschen Markt verdankte. Der Durchbruch der Schweizer Schokolade erfolgte allerdings erst zur Jahrhundertwende und hängt mit der Erfindung der Milkschokolade wie auch, in geringerem Umfang, der «Fondant-» oder «Schmelzschokolade» zusammen. Dank der bedeutenden Verbesserungen im Hinblick auf die Verdauung, den Geschmack und den Nährwert stellte die Erfindung der Milkschokolade einen entscheidenden Fortschritt dar. Seither ist die Kakaoverarbeitung mit der Schweizer Traditionsbranche schlechthin, der Milch-Käse-Branche, verbunden. Die dank der natürlichen Gegebenheiten der Schweizer Alpen traditionell hohe Bedeutung der Schweizer Milchprodukte war nicht nur für die Milkschokolade, sondern auch für verwandte Produktionsbereiche (wie das Milchpulver oder die in den USA erfundene Kondensmilch) von zentraler Bedeutung für die Absatzerfolge auf dem europäischen Markt.

Es war gerade die Triade aus Kondensmilch, Milchpulver und Milkschokolade, die eine der originellsten Spezialisierungen der Schweizer Nahrungsmittelindustrie – man denke nur an Nestlé – ausmachte. Diese Innovation ist im Rahmen der so genannten zweiten industriellen Revolution – ausgezeichnet durch hohe Kapitaleinsätze und die Bildung von Grossunternehmen mit integrierten Produktionsformen – zu sehen. Innerhalb der ersten 30 Jahre des 20. Jahrhunderts eroberte die Milkschokolade mit wenigen Ausnahmen die gesamte westliche Welt, mit besonderem Erfolg in den angelsächsischen Ländern, aber auch in Frankreich oder Deutschland.⁴

Die Finanzierung der Unternehmen

Dennoch wäre höchstwahrscheinlich diese Produkterfindung allein nicht ausreichend für den Erfolg der Schweizer Schokoladeindustrie gewesen. Innerhalb weniger Jahre lancierten auch andere grosse europäische und amerikanische Unternehmen ähnliche Produkte, die sie oft mit massiven Investitionen in der Werbung und im technischen Bereich erfolgreich auf dem Markt einführten. Bereits Ende der 1890er-Jahre produzierte Hershey Milkschokolade in Pennsylvania, in der Schweiz wurde «Milka» 1901 von Suchard auf den Markt gebracht, und in England die «Cadbury Dairy Chocolate» im Jahr 1905 ins Leben gerufen. Bis 1910 folgten alle wichtigen deutschen Schokoladenhersteller wie Stollwerck, Sarotti, Hartwig & Vogel oder Reichardt. Was nun die Besonderheit der Schweizer Schokoladefabri-



Zu enge Produktionsverhältnisse: Diese 1863 bezogene Fabrik von Cailler in Vevey wurde nach dem Umzug nach Broc 1898 aufgegeben.

kanten im Vergleich zur internationalen Konkurrenz ausmachte, wird in einem zusätzlichen Faktor deutlich: der Schnelligkeit, mit der in einem Jahrzehnt eine ansehnliche Reihe mittelgrosser bis grosser, kapitalmässig gut ausgestatteter Betriebe entstanden und sich auf dem internationalen Markt durchsetzten.

Für den massiven Kapitalzufluss im Bereich der eidgenössischen Milchschokolade spielte der Vorzeigeeffekt der ersten spektakulären Investitionserfolge eine wichtige Rolle, die den Durchbruch auf dem internationalen, besonders angelsächsischen und nordeuropäischen Markt ermöglichten. Das Beispiel Cailler ist vielleicht das eindrucklichste: In wenigen Jahren transformierte sich der kleine Betrieb ab 1898 mit handwerklichem Charakter nicht nur in einen integrierten Industriekomplex, sondern schaffte es zudem, die drei Millionen Investitionskapital, die den Qualitätssprung ermöglicht hatten, komplett an die Partner zurückzuzahlen sowie die Summe einer weiteren Million bereits im Jahre 1905 an die Aktionäre auszuschütten. Einen Erfolg von ähnlicher Bedeutung verzeichnete auch das Unternehmen von Daniel Peter. Nachdem Financiers aus dem Bankengeschäft von Vevey im Jahre 1896 für weitere Investitionen gewonnen worden waren, gelangte es im Zeitraum zwischen 1904 und 1911 dank einer Reihe von Vereinbarungen und Fusionen schliesslich zur Nestlé-Gruppe. In wenigen Jahren, von 1899 bis 1906, stieg die Zahl der Aktiengesellschaften in der Schweizer Schokoladeindustrie von 4 auf 17, während das Gesamtkapital (aus Aktien und Obligationen) von weniger als 10 auf über 46 Millionen damaliger Schweizer Franken anwuchs.

Im Gegensatz dazu vermehrten sich die deutschen Aktiengesellschaften der Kakaoindustrie lediglich von drei auf acht Unternehmen, und ihr Kapitalvolumen stieg von weniger als 4 auf etwa 25 Millionen Franken an. Auf einer solchen Finanzbasis entstanden zur gleichen Zeit fast aus dem Nichts mindestens sieben neue eidgenössische Industriegrossanlagen, hinzu kamen noch sechs im westlichen Ausland errichtete absatzstarke Produktionsfilialen.⁵ Der Multiplikationseffekt der Schweizer Initiativen erreichte eine Grössenordnung von bisher unbekanntem Dimensionen. Zuvor hatte das Wachstum der europäischen und amerikanischen Schokoladeindustrie auf einer langen Tradition von Familienunternehmen beruht, die sich schrittweise entwickelt und selber finanziert hatten – wie beispielsweise Suchard in der Schweiz. Weniger einzigartig erscheint die Erfolgsgeschichte der Schweizer Schokolade innerhalb der eigenen Volkswirtschaft. Die Konzentration von traditionell relativ grossen verfügbaren Finanzquellen in wenige, begrenzte Produktionssegmente ist als Schweizer Charakteristikum zu interpretieren, wie auch das Beispiel der pharmazeutischen Industrie zeigt. Eine solche Konzentration war für ein kleines Land mit entsprechend limitierter Nachfrage der einzige Weg zur Eroberung internationaler Märkte und zur multinationalen Expansion.⁶

Das geballte Finanzaufkommen seit Beginn des Jahrhunderts verhalf dem neuen Produkt Milkschokolade zwar auf die Sprünge und verfestigte die Position der Schweizer Schokolade auf dem Weltmarkt, verschonte die Branche aber nicht vor Rückschlägen und Fehlern. Die dynamischsten Unternehmen wie Nestlé, Peter/Cailler/Kohler oder bald auch Suchard waren eindeutig im Vorteil; sie konnten sich auf den viel versprechendsten, abnahmestärksten Märkten – den angelsächsischen, Frankreich und Deutschland – ausbreiten und sicherten sich damit einen anhaltenden Erfolg auf der internationalen Bühne.

Etlliche andere – man erinnere sich an die Expansionsversuche von Maestrani und Lucerna auf den anglo-amerikanischen Märkten nach 1900 – gerieten in Schwierigkeiten, ausgelöst durch die Konjunkturverschlechterung im Jahr 1907, und endeten im Konkurs. Selbst Chocolat Tobler durchlebte eine starke Krise, nachdem man mit der Übernahme von Talmone eine Expansion auf dem italienischen Markt versucht hatte und damit gescheitert war. Erst nach einer mühsamen Umorientierung auf das angelsächsische Gebiet sowie mit der Einführung der «Toblerone» verzeichnete Tobler einen Riesenerfolg. Obwohl sich Tobler bald danach eine führende Position auf dem italienischen Markt und sogar die Armeeaufträge des Ersten Weltkrieges sichern konnte, stellten sich seit den 1920er-Jahren erneut (Absatz-)Probleme in Italien ein, diesmal hervorgerufen durch die Feindseligkeit der faschistischen Regierung gegenüber Auslandsinvestitionen. So war die krisengeplagte italienische Filiale ein Grund für die bald chronische Finanzschwäche des Unternehmens.⁷

Tobler: Von der Confiserieproduktion im 1877 gekauften alten Landhaus (links) zur 1899 in Betrieb genommenen und bis 1908 massiv erweiterten Schokoladefabrik. Postkarte, nach 1908 (unten).



Unter diesem Gesichtspunkt ist der Fall von Tobler verallgemeinerbar: Gegenüber dem Wiederaufleben des Protektionismus und der zunehmenden Fragmentierung des internationalen Wirtschaftsraumes war die wachsende Multinationalisierung der einzig mögliche Weg für die Schweizer Schokoladefabrik, die damit zwangsläufig den nationalistischen Widerständen und politischen Unruhen der Zwanziger- und Dreissigerjahre stark ausgesetzt war. In der Tat sollte erst das neue multilaterale Klima und der Konjunkturaufschwung der Nachkriegszeit die Schweizer Branche wieder auf ihren weltweiten Expansionskurs zurückführen und die Schokolade erneut zum unbestreitbaren Bestandteil der Schweizer Nationalidentität werden lassen.

Anmerkungen

- ¹ Edlin Christa: Philippe Suchard 1797–1884, Schokoladefabrikant und Sozialpionier (Schweizer Pioniere der Wirtschaft und Technik, Band 56), Zürich 1992, S. 11.
- ² Vgl dazu Camporesi Piero: *Il brodo indiano*, Milano 1990, S. 109–122; Coe Sophie D., Michael D. Coe: *The true history of chocolate*, London 1996; Mueller Wolf: *Seltame Frucht Kakao. Geschichte des Kakaos und der Schokolade*, Hamburg 1957.
- ³ Bruni Federico: *I cioccolatieri dall'artigianato all'industria*, Bellinzona 1946; Oetiker Karl: Die Standorte der schweizerischen Industrien der Lebens- und Genussmittel, in: *Zeitschrift für Schweizerische Statistik*, 51 (1915), S. 143–176.
- ⁴ Klopstock Fritz: *Kakao. Wandlungen in der Erzeugung und der Verwendung des Kakaos nach dem Weltkrieg*, Diss. Leipzig 1937, S. 75–76.
- ⁵ Diese Angaben sind zu finden in Chiapparino Francesco: *L'industria del cioccolato in Italia, Germania e Svizzera. Consumi, mercati e imprese tra '800 e prima guerra mondiale*, Diss. Bologna 1997, S. 85–221.
- ⁶ Bergier Jean-François: *Histoire économique de la Suisse*, Lausanne 1983; Bairoch Paul, Martin Körner: *La Suisse dans le contexte international aux XIX^e et XX^e siècles*, in: Bairoch Paul, Martin Körner: *La Suisse dans l'économie mondiale*, Genève 1990, S. 103–140; Schröter Harm G.: *Aufstieg der Kleinen. Multinationale Unternehmen aus fünf kleinen Staaten vor 1914*, Berlin 1993.
- ⁷ Ausführlich über die Geschichte von Tobler in Italien siehe Chiapparino Francesco: *Cooperation and competition among national and international firms in industrializing Italy. Tobler and the case of the chocolate industry, 1900–1940*, in: Pohl Hans (ed.): *Competition and cooperation of enterprises on national and international markets*, Stuttgart 1997, S. 105–124.

Übersetzung von Anne von Oswald

Vom Frauengetränk zur militärischen Notration. Der Konsum von Schokolade aus geschlechtergeschichtlicher Perspektive

Roman Rossfeld

Obwohl Essen und Trinken zu den physischen Grundbedürfnissen gehören, dienen Mahlzeiten nicht nur zur Nahrungsaufnahme, sondern sind immer auch als Bestandteil umfassender gesellschaftlicher Verhaltensnormen zu verstehen: Zwischen dem biologischen Bedürfnis – Hunger und Durst – und seiner Befriedigung – Essen und Trinken – steht «die vermittelnde Instanz der kulinarischen Kultur mit ihren höchst unterschiedlichen Ausprägungen».¹ Im Deutschen kommt dies durch die begriffliche Unterscheidung zwischen dem kulturell geprägten «essen» und dem tierischen «fressen» zum Ausdruck; Ernährung ist immer auch soziokulturell geprägt, und dementsprechend können Nahrungs- und Genussmittel – wie die Schokolade – auch zur Inszenierung von Geschlechterrollen dienen.

Vom 16. bis 18. Jahrhundert war die Schokolade ein teures, exklusives Genussmittel, dessen Konsum bis zum Ende des Ancien Régime noch weitgehend auf die höfische Welt (und den Süden Europas) beschränkt blieb. Ausgehend von ihrer Einschätzung als Arzneimittel war sie aber auch für Kinder unzugänglich, eine Zuordnung, die sich erst mit der ernährungswissenschaftlichen Aufschlüsselung des Kakaos im 19. Jahrhundert veränderte. In Joseph Baretis «An account of the manners and customs of Italy» aus dem Jahr 1768 heisst es, dass es jungen Menschen selten oder nie erlaubt gewesen sei, am Morgen etwas Heisses zu trinken, und die morgendliche Tasse Schokolade deshalb den «polite people of an adulte age»² vorbehalten gewesen sei. Bestätigt wird diese Zuordnung der Schokolade zur Erwachsenenwelt auch von bildlichen Quellen, zu denen Harwich schreibt: «Les représentations de la vie familiale par les artistes du XVIIIe siècle montrent bien les limites à l'acceptation du chocolat. Si des enfants sont présents [...], ils n'ont droit à la boisson que sous la forme d'une petite cuillerée que leur tend leur mère. Le monde du chocolat est encore un monde exclusivement d'adultes.»³ 1816 beschrieb E.T.A. Hoffmann in seinem Märchen «Nussknacker und Mausekönig» die in diesen Jahren noch – im doppelten Wortsinne – fantastische Reise der kleinen Marie ins Zuckerwarenland, die deutlich macht, dass der Konsum von Süßigkeiten auch zu Beginn des 19. Jahrhunderts noch weitgehend ein Wunschtraum für Kinder war: Die Reise



Die fürsorgliche Mutter, der Engel und gute Geist im Haus. Die Abbildung von Müttern mit ihren Kindern nahm schon bald sakrale Züge an. Jugendstilplakate von Suchard, um 1900.

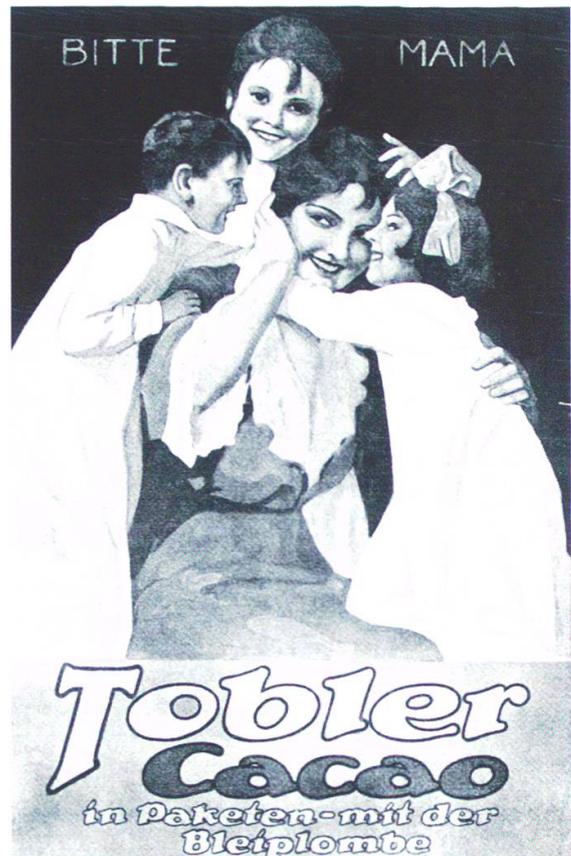
führt über die «Kandiswiese» vorbei am «Limonadenstrom» und «Mandelmilchsee» nach «Bonbonshausen», wo eben «eine Sendung aus dem Papierlande und vom Schokoladenkönig angekommen» ist, geht weiter bis zur Hauptstadt «Konfektburg» mit ihrem «Marzipanschloss» und endet schliesslich – am Ende des Traumes – «puff» im Bett der kleinen Marie.⁴

Die Eingliederung der Schokolade in das bürgerliche Geschlechtermodell

Die reale Durchsetzung von Schokolade als Schleckerei für Kinder erfolgte erst im Verlauf des 19. Jahrhunderts und war verbunden mit dem Aufstieg des Bürgertums und einer deutlichen Veränderung der soziokulturellen Bedeutung des Produktes. Parallel zur wissenschaftlichen Aufschlüsselung des Nährwertes und der Erkenntnis der medizinischen Unbedenklichkeit der Schokolade wurde die bisher altersspezifische Zuordnung des Produktes in die Welt der Erwachsenen nun von einer geschlechtsspezifischen Zuordnung abgelöst – nicht zufällig handelte es sich bei E.T.A. Hoffmanns Protagonistin um ein Mädchen und nicht um einen Knaben. Im 18. Jahrhundert waren Tee und Kaffee zu den bevorzugten Getränken der Salons der Aufklärung geworden, während die aristokratische Frühstücksschokolade, wie Wolfgang Schivelbusch schreibt, kaum Gemeinsamkeiten mit der bürgerlichen Kultur aufwies: «Mit dem bürgerlichen Frühstück, dem Morgenkaffee, hat das Schokoladenfrühstück wenig gemeinsam. [...] Macht der Kaffee gleichsam ruckartig wach für den Arbeitstag, so kultiviert die Schokolade eher jenen Zwischenzustand von Liegen und Sitzen, den die zeitgenössischen Abbildungen wiedergeben: das allmorgendliche Erwachen einer untätigen Klasse zum gepflegten Nichtstun.»⁵ Mit der Emanzipation des Bürgertums seit dem späten 18. Jahrhundert und der damit verbundenen Nivellierung der höfischen Statussymbole erfuhr die Schokolade deshalb eine Neubewertung. Parallel zur Entstehung der ersten Schokoladefabriken wurde sie nun an die Bedürfnisse des Bürgertums angepasst. Werner Sombart hat schon früh auf die Bedeutung des Luxuskonsums von Frauen für die Entwicklung des Kapitalismus hingewiesen. War die Schokolade im Ancien Régime auch von Männern konsumiert worden, so änderte sich dies im 19. Jahrhundert mit der zunehmenden Durchsetzung des bürgerlichen Geschlechtermodells.⁶ Im Gegensatz zu den Konsumgewohnheiten der Aristokratie wurde sie nun in den (privaten) Raum der Frauen- und Kinderkultur verwiesen, während der Kaffee besser in die leistungsorientierte (öffentliche) Männerwelt zu passen schien. Dem Kaffee als Ernüchterer im Erwerbsleben wurde die Schokolade als Frühstücksgetränk für Frauen und Kinder gegenübergestellt.⁷ Wolfgang Schivelbusch schreibt dazu: «Schokolade und Kakao zählen nicht zu den *erwachsenen* Genussmitteln, wie Kaffee und Tabak. [...] Was einmal Macht und Glanz repräsentierte, ist jetzt Sache derjenigen, die in der bürgerlichen Gesellschaft von Macht und Verantwortung ausgeschlossen sind. Die bürgerliche Gesellschaft [...] macht sich damit über diejenigen Statussymbole lustig, die der Aristokratie so wichtig waren.»⁸ Als Beispiel für die neue geschlechtsspezifische Zuordnung der Schokolade im 19. Jahrhundert können die 1930 postum erschienenen «Erinnerungen» des Schweizer Schrift-

stellers Jakob Christoph Heer (1859–1925) gelten. Über seine Gymnasialzeit zu Beginn der 1870er-Jahre in Winterthur schrieb Heer: «Damals herrschte unter der Jugend eine ziemliche Schlecksucht, namentlich als die bis dahin dem Volke unbekannte Schokolade aufkam. Ich verachtete diese Genüsse, sie schienen mir eines Knaben unwürdig.»⁹

Die Eingliederung der Schokolade in das bürgerliche Geschlechtermodell zeigte sich auch in der Werbung. Generell wurden Frauen und Kinder in der Schokoladewerbung um 1900 wesentlich häufiger dargestellt als Männer, und während Frauen vielfach auf ihre Rolle als Hausfrau und Mutter reduziert wurden, erschienen Männer «nur als Autoritäten (Ärzte, Lehrer), die den Genuss von Schokolade empfahlen».¹⁰ Die Abbildung gesunder, glücklicher Kinder suggerierte den Müttern, mit der Abgabe von Schokolade ihrer Rolle als liebevolle, um die Gesundheit ihrer Kinder besorgte Mütter gerecht zu werden. In einer Broschüre von «Peter, Caillet, Kohler», der nach 1900 grössten Schweizer Schokoladefabrik, hiess es in den 1920er-Jahren: «[Sieht] man eine liebe Mutterhand mit einem Stücklein *Etwas* drin, und dann ein glückliches Kinderlachen, dann – dann braucht es keine Worte mehr, dann ist der Zweiklang eine süsse Harmonie.»¹¹ Die Rolle der Frau als



Das Mutter-Kind-Motiv findet sich in diesen Jahren bei fast allen Fabrikanten. Annoncen von Maestran und Tobler, nach 1910.

Mutter wurde hier stark betont und die emotionale Verbindung zwischen Mutter und Kind durch die sorgfältig, keineswegs zufällig gewählten Begriffe «Zweiklang», «Liebe» und «Glück» als harmonische Einheit dargestellt.

Bis heute empfindet man Kinder gerne als «süss», und nicht nur im englischen Sprachgebrauch deuten – hauptsächlich für Frauen verwendete – Kosenamen wie «sugar», «sweetheart», «sweetie» oder «honey» auf die Verbindung von Süssigkeiten und Weiblichkeit hin. Umgekehrt zeigte sich die neue Einordnung der Schokolade auch in der Bezeichnung dunkler, eher herber und bitterer Schokolade mit einem hohen Kakaoanteil und wenig Zucker, die bis heute als «Herrenschokolade» bekannt ist, wie sie bereits um 1900 zum Beispiel auch von Stollwerck, der grössten deutschen Schokoladenfabrik, verkauft wurde.¹² Der Konsum von – zartschmelzender – Schokolade galt jetzt als etwas spezifisch weibliches, und die (erneute) Gewinnung der Männer als wichtige, weil grosse Konsumentengruppe erfolgte erst gegen Ende des 19. Jahrhunderts, als die nun rasch wachsende Schokoladeindustrie angesichts der zunehmenden internationalen Konkurrenz neue Absatzmärkte benötigte. Die Durchsetzung des Produktes bei den Männern versprach – rein rechnerisch – eine Verdoppelung des Marktvolumens und erfolgte zunächst über einen klassisch männlich definierten Raum – das Militär.

Die Gewinnung der Männer oder: die Schokolade als militärische Notration

Der hohe Nährwert, die leichte Zubereitung und die gute Transportfähigkeit machten die Schokolade zu einem idealen militärischen Proviant, der von den Soldaten problemlos mitgeführt werden konnte. Seit Beginn der 1870er-Jahre versuchte Suchard ein billiges, speziell hergestelltes Schokoladepulver als neues Frühstücksgetränk in der Schweizer Armee einzuführen und verschickte seine «Militärchocolade» zu diesem Zweck an verschiedene Kasernen und Truppenkommandanten, die das neue Produkt testen sollten.¹³ Im August und September 1874 wurden diese Bestrebungen in verschiedenen Zeitungen diskutiert und hier sehr unterschiedlich bewertet. Suchard hatte seine Schokolade – die er nicht zufällig in Form von «Chocoladepatronen»¹⁴ (sic!) verkaufte – auch der «Neuen Zürcher Zeitung» (NZZ) zukommen lassen, die schon im August 1874 feststellte, dass die Militärschokolade «durchaus reinschmeckend und der schwarzbraunen Brühe, die man den Soldaten unter dem Titel von Kaffee» vorsetze, «jedenfalls vorzuziehen» sei. Weiter attestierte die NZZ dem Produkt «einen reichen Gehalt von nährenden Stoffen» und kam zum Schluss: «Wir halten dafür, dass die Einführung dieser Patronen, die nicht töten, in unserer Armee auf das lebhafteste begrüsst werden könne.»¹⁵



Wehrhafte Schweiz: Seit dem ausgehenden 19. Jahrhundert versuchte die Schokoladeindustrie das Militär als Kunde zu gewinnen und ihre Produkte als stärkende Nahrungsmittel und Notration für Männer durchzusetzen. Werbung für Tobler-Schokolade, um 1940.

Wesentlich ambivalenter beurteilte das «Luzerner Tagblatt» die Einführung der Schokolade im Militär und schrieb anlässlich eines Truppenzusammenzuges in Bellinzona, wo die Schokolade Ende August 1874 ebenfalls als Frühstücksgetränk getestet werden sollte, dass die Truppen «an solch' süsse Nahrung nicht gewöhnt» seien und der Versuch deshalb «nicht reussiren» werde. So war man dann auch nicht erstaunt, dass «beinahe die Hälfte» der Soldaten «die Chocolate ungeniessbar fanden, selbe ausschütteten, und abgesehen von etwas Brod nüchtern um etwa halb 7 Uhr Morgens den Marsch nach Andermatt antraten». ¹⁶ Knapp drei Wochen später hielt das Tagblatt allerdings fest, dass sich die Schokolade insbesondere auf den zahlreichen Märschen «vollkommen bewährt» habe. Obwohl es auch jetzt noch «viele Soldaten [gebe], denen sie gar nicht mundete», und anfänglich «freilich Alle gegen dieselbe eine Art von Vorurteil oder Widerwillen» gehegt hätten, sei die Schokolade in der Zwischenzeit bei «einer grossen Anzahl von Soldaten

eine gesuchte Leckerspeise geworden, welche auch in trockener Form genossen» werde.¹⁷

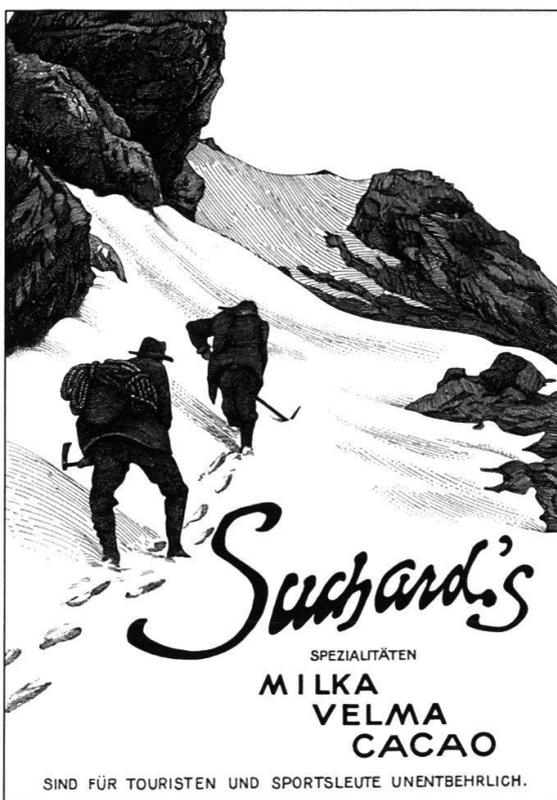
Trotz der zunächst ambivalenten Einschätzung und der Vorurteile gegenüber der Schokolade spornten die ersten Erfolge Suchard dazu an, die Verbreitung im Militär weiter zu forcieren. Er bearbeitete nun die Kommandanten verschiedenster Einheiten, indem er ihnen wiederum Muster seiner Militärschokolade zukommen liess, um es ihnen zu ermöglichen, das neue Produkt selbst auszuprobieren. 1876 schrieb er in einem Rundschreiben an die Kommandanten der Schweizer Armee: «Vous saurez sans doute que depuis quelques années je fournis à plusieurs places d'armes suisses le chocolat nécessaire au déjeuner des troupes. [...] Une des principales difficultés à vaincre [...] consiste dans le préjugé qui fait regarder le chocolat comme une gourmandise ou un mets de dame. Je m'efforce depuis nombre d'années à combattre cette appréciation erronée, et je suis heureux de constater quelque progrès dans ce sens».¹⁸

Um 1900 hatte die Schokolade als Frühstücksgetränk und Notration schon in verschiedene europäische Armeen Eingang gefunden, was sich auch positiv auf die Entwicklung der Exporte der schweizerischen Schokoladefabrikation auswirkte. Im italienisch-türkischen Krieg von 1911/12 und in den beiden Balkankriegen von 1912/13 lieferten Tobler und andere Fabrikanten Schokolade «in grossen Mengen»¹⁹ ans Militär. Eine breitere Durchsetzung der Schokolade im Militär erfolgte mit dem Ausbruch des Ersten Weltkrieges, als die Schokoladefabriken für die Versorgung der Truppen mobilisiert wurden. Mit der wachsenden Nahrungsmittelknappheit und der Verschlechterung der Ernährung wurden die Vorzüge der Schokolade als Nahrungsmittel rasch deutlich. Bereits 1915 hielt der «Gordian», die seit 1895 bestehende Fachzeitschrift der Schokoladefabrikation, zur Bedeutung der Schokolade als Zwischenverpflegung, Genuss- und Nahrungsmittel im Krieg fest: «Es kann keinem Zweifel unterliegen, dass die Unentbehrlichkeit des Kakaos und seiner Produkte noch nie so schlagend und eindrucksvoll erwiesen worden ist, wie durch diesen Krieg. [...] Kein Posten ist so exponiert, kein Schützengraben so ungastlich, kein Schlachtfeld so entfernt, dass nicht ein Bröcklein Schokolade im Augenblicke der grössten Erschöpfung zur Hand sein könnte, um Erquickung und Stärkung zu bringen, wenn alles andere versagt hat.»²⁰ 1919 stellte Hartmann fest, dass die Verwendung von Kakao und Schokolade in der Schweizer Armee nun «grösstenteils an die Stelle des Frühstückskaffees getreten»²¹ sei, und bereits 1917 hatte Theodor Tobler die Veränderung der geschlechtsspezifischen Zuordnung der Schokolade im Ersten Weltkrieg wie folgt beurteilt: «Wenn vor dem Kriege das weibliche Geschlecht zusammen mit den Kindern das Hauptkontingent der Schokolade-Konsumentschaft darstellte, so haben jetzt vor allem die in den Armeen eingereichten Männer Kakao trinken und Schokolade essen gelernt.»²²



Männer als Gipfelstürmer: Die Schokoladewerbung zeigte Männer häufig in Situationen, die Kraft, Leistungswillen und Ausdauer erfordern. Werbung von Tobler (1920) und Suchard, nach 1900 (Seite 63).

Neben dem Militär waren die um 1900 immer wichtiger werdenden Bereiche des Tourismus und Alpinismus weitere bedeutende Elemente für die Gewinnung der Männer als neue Konsumentengruppe. Für sie kamen der Kakao und die Schokolade nur dort in Frage, wo besondere Leistungen, Ausdauer und Stärke gefragt waren, also in Situationen, die ein spezifisch bürgerliches Bild von Männlichkeit repräsentierten. Ein typisches Beispiel für die Abbildung von Männern in der Schokoladewerbung war ihre Darstellung als «Gipfelstürmer» – ein Motiv, das sie als erfolgreiche Alpinisten zeigte und das Produkt zugleich mit der Natur verband. Roald Amundsen, der Entdecker des Südpols 1911, machte Werbung für Cadbury, Robert Scott hob während seiner Antarktis-Expedition den Wert von Fry Kakao hervor, und auch der Polarforscher Fridtjof Nansen, der 1893 eine Fahrt ins Nordpolarmeer unternommen hatte, ernährte sich während seiner Expedition von Schokolade.²³ Das Sozialprestige der Entdecker und Polarforscher wurde für die Gewinnung der Männer als neuer Konsumentengruppe bewusst eingesetzt. Die Nahrhaftigkeit des Produktes wurde jetzt nicht mehr nur durch die Ernährungswissenschaft betont, sondern auch von diesen Abenteurern – und idealtypischen Vertretern bürgerlicher Männlichkeit – beschrieben. Wenn die Schokolade von Männern wie Amundsen, Nansen oder Scott verwendet wurde, konnte es sich nicht mehr um ein reines Frauenprodukt handeln, so dass der Konsum von Schokolade nun auch für andere Männer denkbar wurde.



Trotz dieser Anstrengungen zur Gewinnung der Männer blieb der Konsum von Schokolade aber auch im 20. Jahrhundert noch deutlich weiblich konnotiert. Pralinen werden nach wie vor hauptsächlich Frauen geschenkt, und die traditionelle Zuordnung der Schokolade in die Frauen- und Kinderkultur findet bis heute ihren Niederschlag in der Konsumstatistik. Insgesamt lässt sich vom 18. bis zum 20. Jahrhundert ein mehrfacher Wandel in der geschlechtsspezifischen Zuordnung der Schokolade feststellen, doch insbesondere die Durchsetzung des bürgerlichen Geschlechtermodells im Verlauf des 19. Jahrhunderts hat tiefe Spuren hinterlassen: Noch in den 1990er-Jahren konsumierten in Westeuropa Kinder und Jugendliche unter 20 Jahren rund 40% aller Schokoladewaren, erwachsene Frauen immer noch 35%, die Männer aber nach wie vor lediglich 25%.²⁴

Anmerkungen

- ¹ Barlösius Eva, Gerhard Neumann, Hans Jürgen Teuteberg: Leitgedanken über die Zusammenhänge von Identität und kulinarischer Kultur im Europa der Regionen, in: Teuteberg Hans Jürgen, Gerhard Neumann, Alois Wierlacher (Hg.): Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven, Berlin 1997, S. 13–23, hier S. 13f. Vgl. dazu ausführlicher Barlösius Eva: Soziologie des Essens. Eine sozial- und kulturwissenschaftliche Einführung in die Ernährungsforschung, München 1999, S. 25–47.
- ² Baretti Joseph: An account of the manners and customs of Italy; with observations on the mistakes of some travellers, with regard to that country, Band 2, 2. Aufl., London 1819, S. 192. Die Stelle lautet als Ganzes: «Young folks are seldom or never permitted to drink any thing hot in a morning [...]. They [...] are not permitted to taste coffee and chocolate, which are used for breakfast by all our polite people of an adulte age.» Zur Tradition der Frühstücksschokolade und der Morgenvisiten vgl. ausführlicher Mueller Wolf: Seltsame Frucht Kakao. Geschichte des Kakaos und der Schokolade, Hamburg 1957, S. 75f. und 107f.
- ³ Harwich Nikita: Histoire du chocolat, Paris 1992, S. 100.
- ⁴ Hoffmann E. T. A.: Nussknacker und Mausekönig, in: Hoffmann E. T. A.: Die Serapions-Brüder. Gesammelte Erzählungen und Märchen. Lizenzaug., Bd. 1, Darmstadt 1978, S. 198–255, hier S. 240–249. Zur Einordnung dieses Märchens in die Tradition der Schlaraffenland-Darstellungen vgl. Richter Dieter: Schlaraffenland. Geschichte einer populären Utopie, Frankfurt a. M. 1995, S. 90–104.
- ⁵ Schivelbusch Wolfgang: Das Paradies, der Geschmack und die Vernunft. Eine Geschichte der Genussmittel, München 1980, S. 99.
- ⁶ Vgl. dazu Sombart Werner: Liebe, Luxus und Kapitalismus. Über die Entstehung der modernen Welt aus dem Geist der Verschwendung, 2. Aufl., Berlin 1922, hier insbesondere die S. 121–123. Zur geschlechtsspezifischen Aufgliederung der Lebenswelten vgl. ausführlicher Hausen Karin: Die Polarisierung der «Geschlechtscharaktere» – eine Spiegelung der Dissoziation von Erwerbs- und Familienleben, in: Conze Werner (Hg.): Sozialgeschichte der Familie in der Neuzeit Europas, Stuttgart 1976, S. 363–393.
- ⁷ Die Frauen spielten seit dem 19. Jahrhundert allerdings nicht nur beim Konsum von Schokolade eine bedeutende Rolle, sondern auch in der Produktion: Das mechanisch komplexe Verpacken der Schokolade in den «Wickelsälen» war eine typische Frauenarbeit und wurde im Gegensatz zu den vorangehenden Arbeitsschritten erst nach dem Ersten Weltkrieg zunehmend mechanisiert, so dass der Frauenanteil in den Fabriken seit den 1850er-Jahren stetig

anstieg. Zur Bedeutung der Frauenarbeit in der Schokoladeindustrie vgl. auch den Beitrag von Yvonne Leimgruber in diesem Band.

⁸ Schivelbusch (wie Anm. 5), S. 106.

⁹ Heer Jakob Christoph: Erinnerungen, Stuttgart 1930, S. 73.

¹⁰ Vgl. dazu ausführlicher Schlegel-Matthies Kirsten: Anfänge der modernen Lebens- und Genussmittelwerbung: Produkte und Konsumgruppen im Spiegel von Zeitschriftenannoncen, in: Teuteberg Hans-Jürgen (Hg.): Durchbruch zum modernen Massenkonsum. Lebensmittelmärkte und Lebensmittelqualität im Städtewachstum des Industriezeitalters, Münster 1987, S. 277–308, hier S. 297.

¹¹ Peter, Cailler, Kohler: Die Frau und die Chocolate, o. O. und o. J., S. 9.

¹² Diese – hier nur grob skizzierte – geschlechtsspezifische Zuordnung der Genussmittel bedeutet allerdings nicht, dass die Zuteilung strikt war und dass Frauen z.B. keinen Kaffee tranken. Vgl. dazu ausführlicher Witzig Heidi, Jakob Tanner: Kaffeekonsum von Frauen im 19. Jahrhundert, in: Ball Daniela U. (Hg.): Kaffee im Spiegel europäischer Trinksitten, Zürich 1991, S. 153–168.

¹³ 1873 hatte Suchard seine Schokolade «aux troupes du rassemblement du Gothard» geliefert, und im August 1874 gab der «Schweizer Handels-Courier» an, dass «die Militärschokolade Ph. Suchards seit mehreren Jahren in den Kasernen von Colombier, Lausanne, Yverdon, Bière, Freiburg und Basel eingeführt» sei und sich hier «als nahrhaftes und magenstärkendes Nahrungsmittel bewährt und beliebt gemacht» habe. Vgl. dazu: Archiv Suchard-Tobler, Musée d'art et d'histoire, Neuchâtel (AST), Rundschreiben an die Kommandanten der Schweizer Armee von 1876, Nr. 250; Schweizer Handels-Courier, Nr. 221, 9.8.1874.

¹⁴ NZZ, Nr. 415, 18.8.1874.

¹⁵ Ebenda.

¹⁶ Luzerner Tagblatt, Nr. 241, 3.9.1874.

¹⁷ Ebenda, Nr. 259, 22.9.1874.

¹⁸ AST (wie Anm. 13), Rundschreiben an die Kommandanten der Schweizer Armee von 1876, Nr. 250.

¹⁹ Tobler Theodor: Chocolate und Schweizerische Chocolate-Industrie. Auszugsweise Wiedergabe eines Vortrages, gehalten von Herrn Direktor Th. Tobler, den 27. März 1914 im Schosse des «Bernischer Verein für Handel und Industrie» in Bern, Bern 1914, S. 52.

²⁰ Gordian. Zeitschrift für die Cacao-, Chokoladen- und Zuckerwaren-Industrie der Welt und für alle verwandten Erwerbszweige, Nr. 489, 4.9.1915, S. 8162.

²¹ Hartmann Hans: Zur ökonomischen Theorie der schweizerischen Schokoladenindustrie mit besonderer Berücksichtigung der Standortfrage, Bern 1919, S. 22.

²² Tobler Theodor: Der Kakao, die schweizerische Schokoladenindustrie und ihre Verbreitung im Auslande, Bern 1917, S. 21f.

²³ Vgl. dazu Italiaander Rolf: Xocolatl – Ein süßes Kapitel unserer Kulturgeschichte, Düsseldorf 1982, S. 48.

²⁴ Vgl. dazu Pfiffner Albert: Kakao, in: Hengartner Thomas, Christoph Maria Merki (Hg.): Genussmittel. Ein kulturgeschichtliches Handbuch, Frankfurt a. M. 1999, S. 117–140, hier S. 124.

**Chocolat Tobler,
100 Jahre
Berner Schokoladetradition**

Mehr als Toblerone. Die wechselhafte Geschichte der Chocolat Tobler

Urs Schneider

Gründerzeit (1899–1914)

Die Gründung der Chocolat Tobler erfolgt in einer wirtschaftlich sehr aktiven Periode: Der Kanton Bern holt zwischen 1890 und 1914 die industrielle Revolution nach.¹ Die Modernisierungswelle verändert auch das Gesicht der Stadt Bern: Durch Hochbrücken und die ersten Tramlinien werden die Ausenquartiere erschlossen; es entstehen neben Tobler so bedeutende Industriebetriebe wie Wander, Winkler & Fallert (Wifag), Von Roll und Hasler. Dabei fällt auf, dass diese Betriebe von Zuzüglern aus anderen Kantonen oder aus dem Ausland aufgebaut werden. Die alteingesessene Berner Elite verspürt damals offenbar nur wenig industriellen Tatendrang.

Auch Johann Jakob Tobler ist ein Kantonsfremder: 1830 ist er in Lutzenberg im Kanton Appenzell Ausserrhoden geboren.² Nach Lehr- und Wanderjahren in St. Gallen, Dresden und Paris kehrt der sich mittlerweile Jean nennende Tobler 1865 in die Schweiz zurück. In Bern übernimmt er 1868 eine kleine Confiserie Spéciale, die verschiedene Süßwaren herstellt und vertreibt. Besonders gefragt ist die zartschmelzende Schokolade des Berner Fabrikanten Rudolf Lindt. Diese wird seit 1879 hergestellt und ist das innovativste Produkt auf dem damaligen Schokolademarkt. Tobler vertreibt sie gegen Provision und trifft auf eine reissende Nachfrage. Der etwas eigenwillige Lindt ist jedoch nicht bereit, die Produktionsmenge auszudehnen.³

1894 steigt der 18-jährige Sohn Toblers, Theodor, ins Geschäft ein und regt den Bau einer eigenen Schokoladefabrik an. 1899 nimmt die Fabrik den Betrieb auf; schon innert kurzer Zeit sind ihre Kapazitäten jedoch zu klein. 1900 übergibt Jean Tobler das Unternehmen seinen Kindern, und 1902 wird mit einem Aktienkapital von einer Million Franken die «Berner Chocoladen-Fabrik Tobler & Co. AG» gegründet. Bis 1908 steigt das Aktienkapital auf 6 Millionen, was nach heutigem Geldwert etwa 300 Millionen Franken entspricht. Trotz des vergleichsweise späten Einstiegs etabliert sich Tobler innert kurzer Zeit im Schweizer Schokolademarkt.⁴ Dies verdankt die Firma ihren Qualitätsprodukten und einer zwischen aggressiv und kreativ anzusiedelnden Werbestrategie.

Das Unternehmen wächst auch durch gewagte Übernahmen. 1905 erwirbt Tobler für 2,7 Millionen Franken die Turiner Schokoladefabrik Tal-





Jean Tobler (1830–1905) übernimmt 1868 eine kleine Confiserie, die durch seinen Sohn Theodor zur weltbekannten Schokoladefabrik erweitert wird.



Adeline Tobler-Lorenz (1844–1899), die energische Mutter des späteren Firmenspatrons.

mone, wodurch sich Toblers Umsatz mehr als verdoppelt. Hintergrund der Übernahme ist eine Konzentrationswelle in der Branche, damit wird auch Tobler zum möglichen Übernahmeobjekt. In Lugano kauft Tobler 1907 für 1,9 Millionen eine dritte Schokoladefabrik (die Compagnie Suisse); nach der stürmischen Investitionsphase folgt 1908/09 aber eine Absatzflaute. Die vergrößerten Fabriken sind schlecht ausgelastet und arbeiten unrentabel. Bei der ersten Sanierung von 1912 werden 2,4 Millionen Franken oder 40% des Aktienkapitals abgeschrieben und 2 Millionen neues Kapital aufgenommen. Gleichzeitig wird die «Aktiengesellschaft Chocolat Tobler» als neue Holding- und Verkaufsgesellschaft gegründet. Dennoch ist die Fabrik mit 477 (1911) bzw. rund 600 (1912) Beschäftigten zum grössten Industriebetrieb der Stadt Bern aufgestiegen.⁵

Blütezeit und Krise (1914–1932)

Entgegen anfänglicher Verunsicherung bei der Unternehmensführung sind die Kriegsjahre von wirtschaftlichem Erfolg geprägt. Eine steigende Inlandnachfrage und der Wegfall der ausländischen Konkurrenz im Export löst einen eigentlichen Boom aus. Der Bilanzgewinn steigt von 1914 bis 1919 von knapp 300 000 auf über 1,5 Millionen Franken. Die Rekordgewinne

fließen zu 80–90% aus dem Unternehmen ab, wovon Aktionäre und Belegschaft profitieren, letztere über die Schaffung eines Sozialfonds mit einer Million Franken Kapital. In der Blütezeit wird Tobler zum integrierten Konzern mit drei Schokoladefabriken, einer Milchsiederei, einem Sägewerk und einer Grossdruckerei (Polygraphische Gesellschaft Laupen). 1918 brennt die Fabrik in Lugano nieder. Angesichts der guten Aussichten wird beschlossen, sie wieder aufzubauen und massiv zu erweitern. Um das angestiegene Geschäftsvolumen und weitere Investitionen zu finanzieren, wird das Aktienkapital 1920 um 3,6 auf 9,2 Millionen Franken erhöht. Im gleichen Zug werden Holding und Fabrikationsgesellschaft wieder vereinigt.

Als 1921/22 die Nachkriegskonjunktur zusammenbricht, verfügt Tobler über zu grosse Produktionskapazitäten. Die Tochter Talmone wird verkauft, um wenigstens die ärgsten Verluste decken zu können. Im Erlös von sieben Millionen Franken ist ein Buchgewinn von beinahe fünf Millionen



Mit aggressivem Marketing zu wirtschaftlichem Erfolg. Magazin für Werbematerial in der Chocolat Tobler, 1908.

enthalten, der mit den anfallenden Betriebsverlusten verrechnet wird.⁶ Ohne Buchgewinn wäre bereits 1921 statt eines Gewinns von 600 000 Franken ein Verlust von über einer Million auszuweisen gewesen. Trotzdem werden 552 000 Franken Dividende ausgeschüttet. Die operativen Verluste für 1922 betragen rund vier Millionen, werden aber durch stille Reserven abgedeckt. Die externe Bilanz weist nur rund 90 000 Franken Verlust aus. Angesichts der ausfallenden Dividende richtet sich der Unmut der Aktionäre gegen die Nebenbetriebe und die hohen Steuern in Bern. 1924 wird deshalb die Doppel-



Zwei Briefköpfe der 1906 erworbenen Schokoladefabrik «Compagnie Suisse» in Lugano. Die zweite Abbildung zeigt den 1921 fertiggestellten Neubau. Der Wegfall der Exportmärkte machte ihn zu einer folgenschweren Fehlinvestition.

struktur wieder eingeführt und der Holdingsitz ins steuergünstige Schaffhausen verlegt. Der Kanton Bern nimmt die Sitzverlegung nicht kampflos hin, und das Bundesgericht gibt ihm 1928 recht. Der Kanton kommt Tobler indessen steuerlich entgegen.

Der schlechten Auslastung der Fabriken will Theodor Tobler durch vermehrte Umsätze begegnen. Eine Verkleinerung des Unternehmens lehnt er ab. Staaten mit schwacher Währung oder zu hohen Zöllen sollen durch Fabriken vor Ort beliefert oder über Lizenzverträge erschlossen werden. So beteiligt sich Tobler 1921 an einer Fabrik in Bordeaux und vergibt 1929 Lizenzen nach Belgien und England. Die Gründungseinlage bei diesen Projekten besteht meist aus Maschinen, Rezepten oder Markenrechten. 1924 plant Tobler mit dem grossen deutschen Produzenten Stollwerck ein Joint Venture in Bratislava, um die Märkte in der Tschechoslowakei, Ungarn und Rumänien zu erschliessen. Eine Aktionärsgruppe um die Schweizerische Vereinsbank vereitelt das Vorhaben an der Generalversammlung. Theodor Tobler und zwei weitere Verwaltungsräte treten daraufhin unter Protest zurück. Durch den riskanten Schachzug verunsichert Theodor Tobler seine Widersacher derart, dass sie aus Verwaltungsrat und Aktionariat ausscheiden und er gestärkt in «sein» Unternehmen zurückkehren kann.

Die Suche nach Umsatz führt Theodor Tobler 1925 in die USA. Die Gründung einer Vertriebsgesellschaft mit 150 eigenen Vertretern wird jedoch zum kostspieligen Flop, da die USA nach kurzer Zeit die Einfuhrzölle auf Schokoladeprodukte stark erhöhen. Grosse Verluste resultieren auch bei den Nebenbetrieben. Unter dem Druck der Absatzkrise werden die Sägerei (1924) und die Fabrik in Lugano (1926) stillgelegt. Die gesamten Jahresgewinne von 1923 bis 1928 und die ordentlichen Reserven werden abgeschrieben. Zusätzlich zu diesen 5,2 Millionen wird 1929 das Kapital um 7,3 Millionen Franken reduziert. Der Beschluss für diese Rosskur erfolgt am 25. Oktober 1929; einen Tag nach dem New Yorker Börsencrash. Die Weltwirtschaftskrise, insbesondere der Zusammenbruch des Exports, trifft Tobler besonders hart. Die Exportwerte der Schokoladeindustrie fallen von 115 Millionen Franken für 1919 auf 29 Millionen für 1929. Für die gesamte Nahrungsmittelindustrie resultiert von 1927 bis 1937 ein Rückgang der Exporterlöse von 205 auf 111 Millionen Franken.⁷

Die Konsolidierung (1932–1950)

1931 kann Tobler eine Anleihe von vier Millionen nicht zurückzahlen. Nach erfolglosen Verhandlungen mit den Gläubigern ersucht das Unternehmen um Nachlassstundung. Der gesamte Verwaltungsrat muss demissionieren, Theodor Tobler bleibt aber als Direktor im Unternehmen. Sachwalter und



Die alte Schokoladefabrik, Aufnahme von 1904.

Verwaltungsratspräsident wird der Berner Notar Otto Wirz.⁸ Er will die Firma primär auf den Schweizer Markt ausrichten und so das Vertrauen der Geldgeber neu gewinnen. Auslandsbeteiligungen und Nebenbetriebe sollen verkauft werden. Tobler Bordeaux geht 1932 an ein französisches Konsortium, und 1933 übernimmt Direktor Albert Feller die Polygraphische Gesellschaft Laupen. Durch die Verkäufe und eine sehr vorsichtige Geschäftspolitik fasst Chocolat Tobler langsam wieder Tritt. Unter der neuen Leitung muss jede Ausgabe über 2000 Franken durch den Ausschuss des Verwaltungsrates abgesehen werden. Der als Direktor angestellte Theodor Tobler fühlt sich durch die straffe Führung zu stark eingeengt und verlässt das Unternehmen im Juni 1933 «zufolge gütlicher Verständigung». Im Unternehmen wird Theodor Tobler nach seinem Abgang zur Unperson.

1935 ist für Tobler das schwierigste Jahr nach der Sanierung. Die neue Unternehmensleitung um Direktor Emil Pfirter sieht sich mit ernststen Problemen konfrontiert. Die Umsätze erlauben keinen rentablen Betrieb mehr. Das Bilanzergebnis liegt knapp über Null, operativ resultiert jedoch ein deutlicher Verlust. Bereits für 1936 können dank besserer Inlandverkäufe aber wieder ein Gewinn ausgewiesen und den Aktionären 3% Dividende ausgeschüttet werden. Trotz Frankenabwertung erreicht der Export keinen grossen Anteil am Firmenumsatz.

Mit dem Ausbruch des Zweiten Weltkriegs verändert sich das Umfeld grundlegend. Bei der stark steigenden Inlandnachfrage durch Armee und Be-

völkerung muss sich das Unternehmen nicht mehr um den Absatz, sondern um die Beschaffung der kostbaren Rohstoffe sorgen. Die eingeführten Mengen stehen unter Verwaltung des Bundes, der die Prioritäten auf die Versorgung der Bevölkerung setzt. Die Zuteilungen an Zucker und Kakao erreichen zeitweise nur noch 25% der Werte von 1938. Wegen Rohstoffmangels wird ein Teil der Produktion von Schokolade auf Confiseriewaren verlagert. Dieser Schritt schont die knappen Kakaovorräte und stellt die Beschäftigung sicher. Angesichts der angespannten Versorgungslage rationiert der Bundesrat ab Mai 1942 das Kakaopulver und ab September 1943 die Schokolade. Die Rendite wird dadurch nicht berührt: Ab dem Geschäftsjahr 1940 erhalten die Aktionäre von Tobler regelmässig 6% Dividende.

Nach Kriegsende bleiben die Versorgungsprobleme noch einige Zeit bestehen. Die Rationierung für Schokolade wird erst im Mai 1946 aufgehoben. Bei Tobler herrscht Vollbeschäftigung, aber die Nachfrage kann wegen der eingeschränkten Kakaoversorgung nicht gedeckt werden. Der anziehende Tourismus in der Schweiz entschädigt das Unternehmen für den fehlenden Export, der erst ab 1947 allmählich wieder aufgenommen werden kann. 1948 führt Tobler die dringend notwendige Modernisierung des Betriebes durch. Die nötigen Mittel (1,76 Millionen Franken) werden erstmals seit der Sanierung von 1932 wieder über eine Kapitalerhöhung beschafft.



Von der Länggasse in die weite Welt (1950–1970)

Ende der Vierzigerjahre wartet das Tobler-Management mit gefüllten Kassen auf die Öffnung der Exportmärkte. 1950 entsteht in Turin die erste neue Tochtergesellschaft. Weitere Produktionsstätten folgen in Stuttgart (1951) und Bedford/GB (1967), und Tobler beteiligt sich auch wieder an der 1932 verkauften Tochter in Bordeaux. Die Ausfuhr der Schweizer Schokoladenindustrie steigt stürmisch an. 1954 wird das Aktienkapital vereinheitlicht und auf sechs Millionen Franken erhöht, wodurch die letzten Spuren der Sanierung von 1932 getilgt sind. Dank den Flaggschiffen Toblerone und Toblerorun belegt Tobler den Spitzenrang unter den Schweizer Exporteuren. Toblers Zuwachsraten übersteigen regelmässig den Branchendurchschnitt, und das Unternehmen macht in diesen erfolgreichen Jahren eine Internationalisierung auf verschiedenen Ebenen durch. Die Exporte aus Bern erreichen 1963 bereits 101 Staaten. Gleichzeitig nimmt die Belegschaft in der Schweiz, vor allem durch die Beschäftigung von ausländischen Arbeitskräften, zu. 1964 erreicht ihr Anteil 44% aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Berner Unternehmens.

Die grossen Investitionen im In- und Ausland bezahlt Tobler zum grössten Teil aus selbst erarbeiteten Mitteln. Dabei ist die Informationspolitik des



Mit vollem Schwung in die Hochkonjunktur der Nachkriegszeit: Tobler-Produkte werden in die ganze Welt exportiert, 1950er-Jahre.

Unternehmens sehr zurückhaltend. In den Bilanzen des Berner Unternehmens sind die Auslandsbeteiligungen massiv unterbewertet, obwohl zum Beispiel die Tochtergesellschaft in Stuttgart Mitte der Sechzigerjahre den Berner Umsatz um die Hälfte übertroffen hat. Zur gleichen Zeit zeigt die Konjunktur zunehmend ihre Schattenseiten. Staatliche Eingriffe in den Arbeitsmarkt sollen die Wirtschaft vor einer Überhitzung schützen. So werden zum Beispiel die Kontingente für Saisoniers eingeschränkt. Wegen des ausgetrockneten Arbeitsmarkts kann Tobler offene Stellen nur noch mit Mühe besetzen. Die stetig steigende Produktion wird mit immer raffinierteren Maschinen und immer weniger Belegschaft realisiert. Vor allem im arbeitsintensiven Verpackungsbereich wird Handarbeit abgebaut, und die Produktivität des Unternehmens erhöht sich deutlich. Diese Steigerung liegt durchaus im Trend der Schweizer Nahrungsmittelindustrie, die von 1962 bis 1970 eine Produktionssteigerung von 35% erreicht.⁹

Immer grösser – immer kleiner? (1970–2000)

Ende der Sechzigerjahre ist Tobler ein gesundes Unternehmen mit populären Produkten, einem sehr gut eingeführten Markennamen und modernen Fabriken. Gerüchte betreffend einer Übernahme durch Suchard werden an der



«Tobler-Hostessen» an der Weltausstellung in New York 1964. Mit ständiger Werbepräsenz verteidigt die Chocolat Tobler ihre Marktposition.

Generalversammlung 1969 noch verneint, Gespräche über eine technische Zusammenarbeit fänden jedoch statt. Dessen ungeachtet kündigen Suchard und Tobler am 2. Juni 1970 die Fusion an. Die Strategie des in «Interfood» umbenannten Konzerns verspricht Synergien im technischen Bereich und im Vertrieb. Zudem soll die Holding als Basis für eine weitere Diversifikation im Nahrungsmittelsektor dienen. Die neuen Besitzer betonen die Erhaltung des Fabrikationsstandorts Bern. Tobler tritt die Führung der Auslandsbetriebe und den Export an die Holding ab und wird wieder zu einer reinen Produktionsgesellschaft. 1982 geht Interfood mit der rund dreimal grösseren Kaffeegruppe Jacobs zusammen; Mehrheitsaktionär des neuen Multis ist Klaus J. Jacobs. 1990 verkauft dieser seinen Anteil an den amerikanischen Nahrungsmittel- und Tabakkonzern Philip Morris, der Jacobs Suchard in den Unternehmensteil Kraft Foods eingliedert.

Von der einstigen Berner Institution Chocolat Tobler ist wenig erhalten geblieben. In den immer grösser werdenden Muttergesellschaften wird Tobler vom eigenständigen Unternehmen zur blossen Produktionseinheit für einen Artikel. Trotzdem wird heute bei Kraft Foods in Brünnen bei Bern mit einer Belegschaft von rund 370 Personen mehr Toblerone produziert als je zuvor. Die aneinander gereihte Tagesproduktion ergibt eine Strecke von 283 Kilometern. Nach langjähriger Lizenzproduktion in diversen Ländern ist heute wieder jede Toblerone «swiss made». Die zackige Diva hat ihre Erfinder überlebt und ist unverändert verführerisch aus den wechselhaften Geschichten ihrer Produzenten hervorgegangen. Von anderen zartschmelzenden Namen wie «Tocrema» oder «Teresina» bleibt nur die Erinnerung.

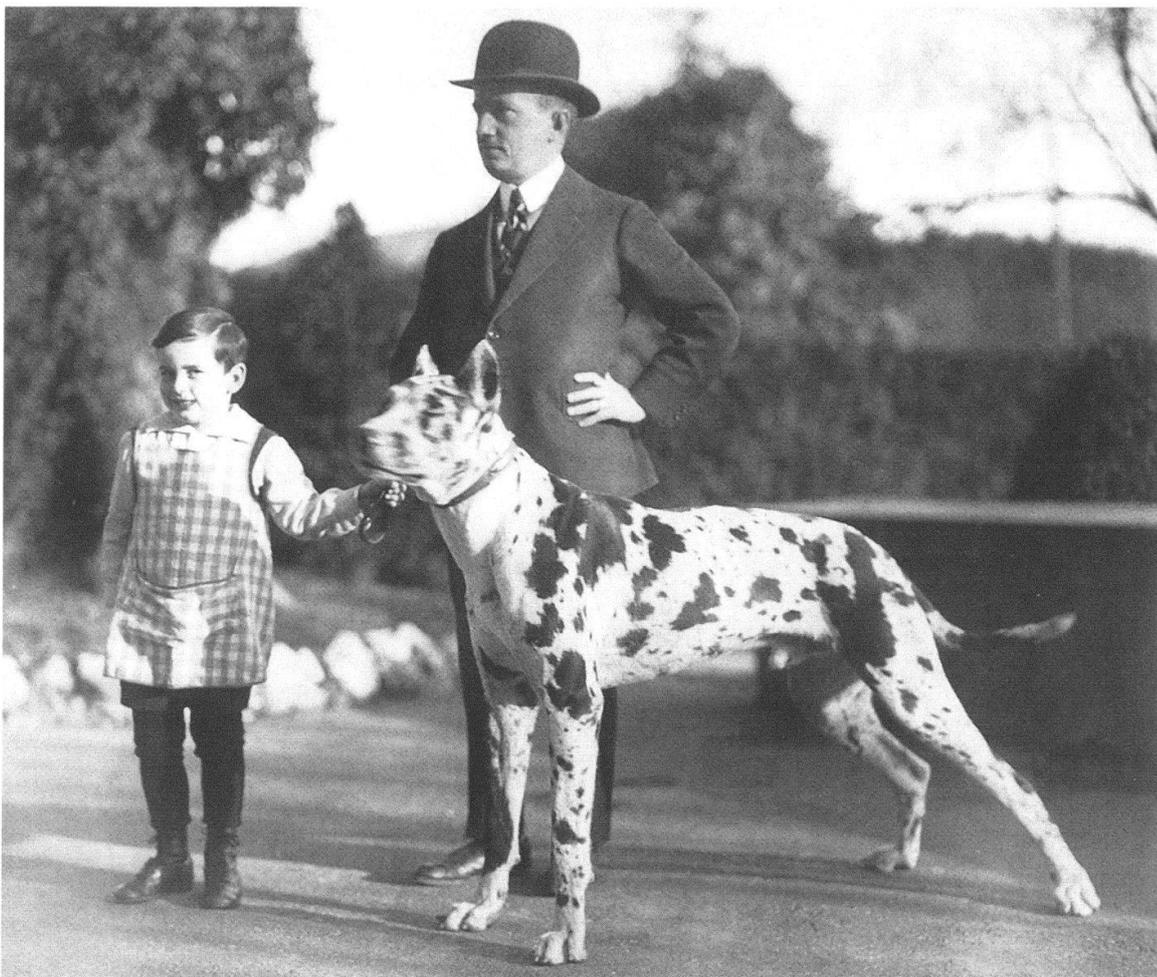
Anmerkungen

- ¹ Darstellung der späten Industrialisierung in Bern nach Pfister Christian: *Im Strom der Modernisierung. Bevölkerung, Wirtschaft und Umwelt 1700–1914*, Bern 1995 (Geschichte des Kantons Bern seit 1798, Bd. 4), S. 267–277.
- ² Die biografischen Angaben über Jean und Theodor Tobler stammen aus Feuz Patrick, Andreas Tobler: *Schoggibaron. Das bittersüsse Leben Theodor Toblers (1876–1941)*, Bern 1996. Die allgemeine Unternehmensgeschichte wurde, sofern nicht anders vermerkt ist, anhand der Geschäftsberichte und Verwaltungsakten des Archivs Suchard-Tobler, Musée d'art et d'histoire Neuchâtel, rekonstruiert. Die Jahreszahlen im Text verweisen auf die jeweiligen Geschäftsberichte und Protokolle. Als allgemeine Orientierung dienten Feuz/Tobler (wie diese Anm.) und Frei René: *Über die Schokolade im allgemeinen und die Entwicklung der bernischen Schokoladeindustrie*, Luzern 1951.
- ³ Vgl. dazu ausführlicher Lindt & Sprüngli (Hg.): *150 Jahre Freude bereiten. Chokoladefabriken Lindt & Sprüngli AG 1845–1995*, Kilchberg 1995, S. 45–56.
- ⁴ Gründungsdaten wichtiger Konkurrenten nach Bergier Jean-François: *Wirtschaftsgeschichte der Schweiz. Von den Anfängen bis zur Gegenwart*, Zürich 1990, 2. Aufl., S. 255: Cailler 1819, Suchard 1826, Kohler 1830, Sprüngli 1845, Peter 1867, Lindt 1879.
- ⁵ Beschäftigungszahlen für 1911 nach Lüthi Christian: *Stadt Bern. Bevölkerung und Industrialisierung 1850–1950*, in: Pfister Christian, Hans-Rudolf Egli (Hg.): *Historisch-Statistischer Atlas des Kantons Bern 1750–1995*, Bern 1998, S. 90f. und 159. Beschäftigungszahlen für 1912 nach Feuz/Tobler (wie Anm. 2), S. 28.
- ⁶ Zu den komplizierten Transaktionen rund um den Verkauf von Talmone siehe die beiden Untersuchungsberichte von 1933 und 1934 von Gertrud Lüthi, Suchard-Tobler-Archiv (wie Anm. 2), und Chiapparino Francesco: *Cooperation and competition among national and international firms in industrializing Italy. Tobler and the case of the chocolate industry, 1900–1940*, in: Pohl Hans (ed.): *Competition and cooperation of enterprises on national and international markets*, Stuttgart 1997, S. 105–124.
- ⁷ Bergier (wie Anm. 4), S. 261.
- ⁸ Einen Überblick über Wirz' Aktivitäten in der Berner Wirtschaft gibt Böschenstein Hermann: *AG Chocolat Tobler Bern*, in: *Festgabe zum 75. Geburtstag von Otto Wirz*, Bern 1965.
- ⁹ Bergier (wie Anm. 4), S. 282.

Theodor Tobler (1876–1941). Selfmademan, Patron, Pazifist

Patrick Feuz, Andreas Tobler

Theodor Tobler, der spätere Schokoladefabrikant, wächst in kleingewerblichem Milieu in der hinteren Länggasse auf. Seine Eltern sind beide in die aufstrebende Bundesstadt zugewandert.¹ Ab 1877 betreiben sie in einem alten Landhaus an der Länggassstrasse eine Zuckerwarenproduktion. In seiner Kindheit erlebt Theodor Tobler hautnah die ausgrenzende Wirkung des von Standesschranken durchsetzten Berner Alltags. 1885 kommt der Neunjährige in die Lerberschule, die «bevorzugte Schule der bernischen Aristokratie»², heute als Freies Gymnasium bekannt. «Meine Mutter glaubte, dass wir durch den täglichen Verkehr in einem solchen Milieu geschliffen



Kleiner Mann mit grosser Willenskraft: Schokoladefabrikant Theodor Tobler mit Sohn Valentin und dänischer Dogge, um 1925.

würden. In ihrem klugen und scharf berechnenden Geschäftssinne dachte sie wohl gleichzeitig, der Besuch der Lerberschule werde uns die Freundschaft von Söhnen der reichen Familien vermitteln, die uns in unserer späteren Karriere nützlich sein könnte.» Doch für einmal kalkuliert seine Mutter falsch. Der natürliche Anschluss an Berns bessere Gesellschaft bleibt Theodor Tobler verwehrt. Der «Umgang mit den Herren-Söhnen» gibt ihm «das erdrückende Gefühl, dass ich eigentlich weniger sei als sie, die immer zusammen gingen und sich gegenseitig einladen durften; er machte mich über das Mass bescheiden und liess mich oft einsam. Ich konnte gewöhnlich erst wieder recht froh werden, wenn ich unter meinesgleichen war.» Die Lehrer schenken ihre Aufmerksamkeit vor allem den Söhnen «der sogenannt guten Familien, weil man doch nur von dieser Seite finanzielle Zuwendungen an die Privatschule über das Pflichtmass hinaus sowie *geeigneten* Schülerzuwachs erwarten konnte, und weil es ja bei diesen durch ihre Abstammung und ihre gesellschaftliche Stellung ausgezeichneten Söhnen viel mehr auffallen musste, ob sie mehr oder weniger gelernt hatten, als z.B. bei Söhnen eines Zuckerbäckers oder sonstigen gewöhnlichen Sterblichen».

Bürgerlicher Aufsteiger im burgerlichen Bern

Weite Teile des aristokratischen Berner Establishments begegnen kleingewerblichen und industriellen Unternehmerfamilien im letzten Viertel des 19. Jahrhunderts nach wie vor mit Verachtung. Durch bürgerliche Sitten



Die Schule interessiert ihn nicht mehr:
Theodor Tobler im Alter von 16 Jahren.

und Werte wie das Leistungsprinzip fühlen sich die alten Familien in ihrem Selbstverständnis und Lebensstil in Frage gestellt. Unstandesgemässe Kontakte empfinden die patrizischen Eliten deshalb als schädlich und bedrohlich, wie der junge Tobler schmerzlich erfahren muss: Mit 13 Jahren lädt er einen Sprössling der Patrizierfamilie von May-von Wagner zu sich nach Hause ein. Von May erscheint in Begleitung eines anderen jungen Aristokraten: «Es war ein heisser Sommernachmittag. Zum Vesperbrot hatten uns meine Eltern, die ja selbstverständlich in gewohnter Weise ihrer Arbeit nachgingen, kalte Bratwurst und ein Glas von meinem Vater mit Wasser zubereitetem leichten Tischweins zurecht gelegt. Übermütig sassen wir Buben zusammen und verzehrten, was man uns vorgesetzt hatte. Meine Freunde verlangten nach mehr, und froh, wie ich bei diesem Besuche war, ging ich in die Küche für eine zweite Ration und noch etwas mehr Wein.» Tags darauf in der Schule verhält sich von May gegenüber Tobler seltsam kühl. Als dieser wissen will, was los ist, sagt der Patrizier, er sei betrunken gewesen und dürfe nicht mehr «mit ihm gehen», seine Eltern hätten es verboten.

Toblers Karriere scheint vom Ziel geleitet zu sein, den wirtschaftlichen und sozialen Aufstieg ohne die Hilfe einflussreicher Aristokraten zu schaffen. Mit 16 Jahren verlässt Tobler vorzeitig die Schule, arbeitet als kaufmännischer Praktikant in einer Genfer Weinhandlung und danach in einer Kirchenkerzenfabrik in Venedig. Zwei Jahre später steigt er ins elterliche Zuckerwarengeschäft ein, das er 1900 als 24-Jähriger übernimmt und in rasantem Tempo zur international bekannten Schokoladefirma ausbaut. Während die Patrizier ihre Herrschaftshäuser mit Porträts berühmter Vor-



Tobler inszeniert sich als Romantiker und Naturfreund, um 1910.

fahren schmücken, verweist Tobler selbstbewusst auf seine unspektakuläre Herkunft und lobt die appenzellischen Grosseltern als «einfache, aber energische Bauersleute»³. Aufsteiger Tobler präsentiert sich als Selfmademan, der sein Metier von der Pike auf gelernt hat, aus eigener Kraft vorwärts kommt und zum Erfolg weder Matur noch Universitätsstudium braucht. Seine «geistige und gemütliche Entwicklung»⁴ verdanke er der Zeit nach dem Schulaustritt, als er im elterlichen Geschäft geholfen und auf sich «allein angewiesen, selbständig zu arbeiten und zu denken» begonnen habe: «Der starre Unterricht mit all dem Zwang und den Fächern, die mich nicht interessierten, stiess mich ab.»⁵ In trotzigem Kontrast zur unternehmerfeindlichen Grundhaltung der aristokratischen Eliten betont Tobler, er habe schon früh daran gedacht, sich «nicht der Wissenschaft, sondern dem Handel, der Industrie zu widmen»⁶. Mit Episoden aus der Kindheit versucht er, von sich das Bild des geborenen «Fabrikanten» und «Industriellen» zu zeichnen, der bereits in zartem Alter beim spielerischen Verpacken von Bonbons auf den «Gedanken der Arbeitsteilung» kommt, «dieses Schlüssels zur billigen Produktion in Fabriken».⁷

Tobler ist stolz auf sein Unternehmertum, hält über seine Tätigkeit Vorträge und publiziert Aufsätze. Er gefällt sich als innovativer, dynamischer und risikobereiter Unternehmer: «Ein schlappes, unsicheres, zaghaftes



Bürgerliches Interieur: Theodor Tobler mit seiner ersten Frau Theda Tobler-Born (rechts) und einem befreundeten Paar, um 1910.

Stolz auf den sozialen und wirtschaftlichen Aufstieg aus eigener Kraft: der Patron hoch zu Ross, um 1930.



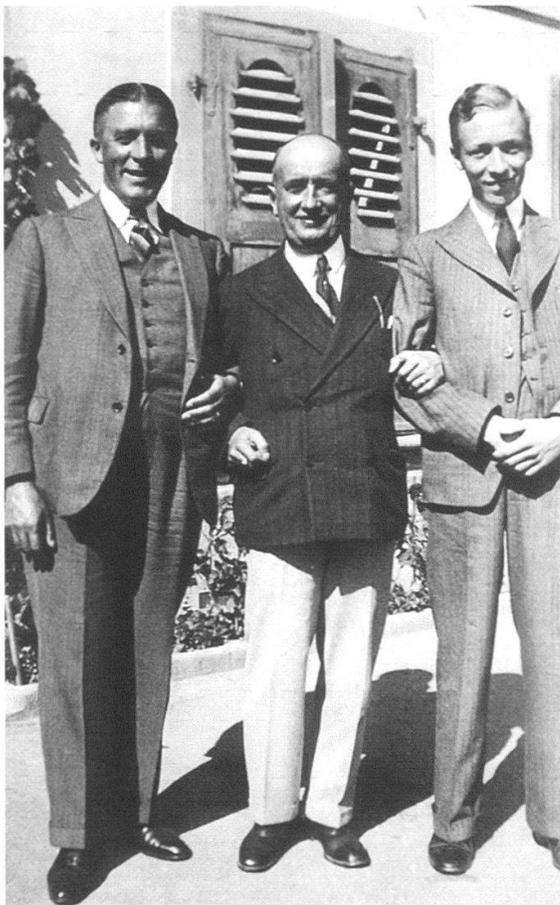
Gebaren hätte uns niemals in die vorderste Reihe der Grossindustrie unserer Branche vorrücken lassen.»⁸ Tobler führt sein «Geschäft in neuzeitlicher Art»⁹, wobei er seine Hauptleistung unter anderem in der Rationalisierung der Produktion und in neuartigen Vertriebs- und Marketingmethoden sieht. Die Reklame sei eine wichtige «Waffengattung der kaufmännischen Kriegsführung», auch wenn «dieses gewaltige Mittel des modernen Handels von manchen verpönt wird».¹⁰ Tobler will die Schokolade zum Massenkonsumgut machen. Auch hier grenzt er sich bewusst von der Berner Aristokratie ab, die sich bereits im 18. Jahrhundert gegen die Popularisierung des von ihr heiss geliebten Genussmittels Schokolade gewehrt hat.¹¹ Als Ausdruck einer «neuzeitlichen geschäftspolitischen Einsicht»¹² versteht Tobler auch seine «Arbeiterwohlfahrt», die er tayloristisch als Investition in höhere Produktivität und Rendite sieht.¹³

An die Spitze der Berner Wirtschaftselite vorgestossen, lehnt der Schokoladefabrikant in seinem antibürgerlichen Reflex ein Integrationsangebot des aristokratischen Establishments ab. Auf die Anfrage des Sekretärs der Bürgergemeinde, ob er nicht das Bürgerrecht erwerben wolle, soll Tobler keck geantwortet haben: «Vielen Dank, aber ich bin ganz zufrieden, Appenzeller zu sein.» Die durch seine Söhne überlieferte Anekdote ist in ihrem Kern plausibel, nehmen doch die Bernburger gezielt Aufsteiger in ihre Reihen auf, so auch die Industriellen Georg Wander und Gustav Adolf Hasler, damals neben Tobler die führenden Wirtschaftsgrössen in der Stadt Bern.¹⁴

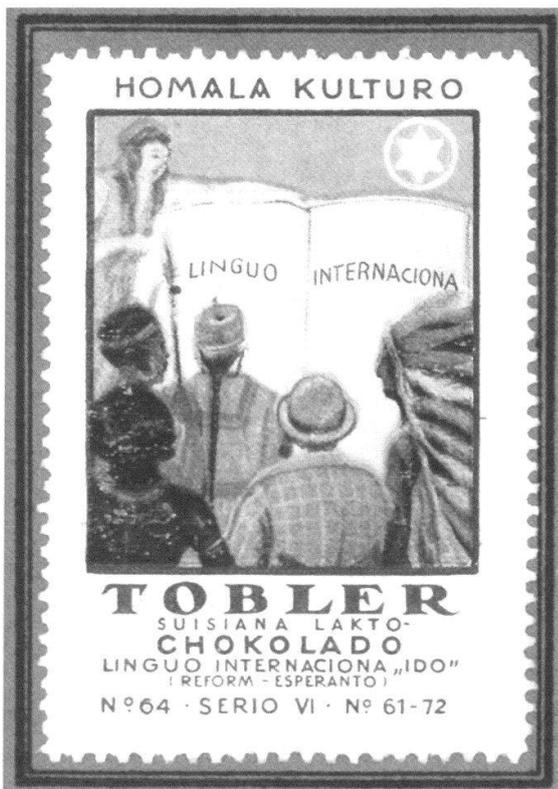
Freimaurer, Pazifist und Paneuropäer

Auch weltanschaulich grenzt sich Theodor Tobler vom Konservatismus der aristokratischen Berner Gesellschaft ab. Er ordnet sich politisch dem «linken Flügel der freisinnig-demokratischen Partei der Schweiz»¹⁵ zu und wirbt für

Frauenstimmrecht und Mutterschutz.¹⁶ Während im Zuge des Landesstreik-Traumas weite Teile der bürgerlichen und burgerlichen Gesellschaft ihre Abwehrhaltung gegenüber der Arbeiterschaft verstärken und eine antisozialistische Front aufbauen, ruft Tobler zum Brückenschlag auf.¹⁷ Als aktiver Freimaurer steht er in Kontakt zur internationalen bürgerlichen Friedensbewegung. Bern wird noch vor der Jahrhundertwende ein Zentrum des bürgerlichen Pazifismus.¹⁸ Das Internationale Friedensbüro und die Interparlamentarische Union haben hier ihren Sitz. In seiner Freimaurerschrift «Bausteine zu einer neuen Welt»¹⁹ geisselt Tobler den Nationalismus und plädiert für Freihandel und «grösstmögliche [internationale] wirtschaftliche Abhängigkeit und Verflochtenheit», denn nur so könnten die grossen Staaten davon abgebracht werden, «sich mit ihren Völkern zu bekriegen». Der Freihandel führe «zur rationellen Teilung der Arbeit zwischen den Völkern auf natürlicher Produktionsgrundlage, verbilligt den Erzeugungsprozess und erzieht zum Begriff der Arbeits- und Interessengemeinschaft». Der «wirtschaftliche Völkerbund», so Toblers Wunsch, müsse «unzweifelhaft den politischen vorbereiten und dessen spätere gesunde und allseitige Verbreitung gewährleisten. Mit der Anwendung des Freihandels entsteht die Möglichkeit der militärischen Abrüstung.» Mit gleicher Stossrichtung engagiert er sich in der paneuropäischen Bewegung²⁰ und im Monistenbund²¹.



Der selbstbewusste Selfmademan mit englischen Geschäftsfreunden, um 1930.



Idealismus oder ökonomische Eigeninteressen? Tobler wirbt mit Sammelbildchen für Welthandel, Weltsprache und Weltfrieden, um 1915.

Die Forderung nach Abbau der Zollschränken entspricht Toblers Interessenlage als Schokoladefabrikant, der auf Rohstoffe aus fernen Ländern angewiesen ist und als Exporteur möglichst ungehinderten Zugang zu ausländischen Märkten wünscht. Sein freimaurerisches und paneuropäisches Engagement als blosses Kalkül abzutun, liesse aber den idealistischen Weltverbesserungseifer ausser Acht, der aus Toblers zahlreichen Publikationen spricht und sich auch in seiner Propagierung der Welthilfssprache Ido niederschlägt. Tobler ist nicht der rationale, streng kalkulierende Mensch, als den er sich selber gerne darstellt: So setzt er aufgrund seines freimaurerischen Ethos beispielsweise einen russischen Flüchtling an einen wichtigen Posten in der Berner Schokoladefabrik, obwohl der Mann dazu kaum qualifiziert ist. Toblers sozialer Umgang zeugt überdies von einer für das damalige Bürgertum erstaunlichen Offenheit. So beschäftigt er etwa auch eine ehemalige Gegenspielerin, die in materielle Schwierigkeiten geratene und im damaligen Bern geächtete Sozialistin, Gewerkschafterin und Abtreibungsvorkämpferin Margarethe Faas-Hardegger.²²

Als irrational statt streng kalkuliert erscheint Zeitgenossen auch Toblers oft waghalsig-expansive und spekulative Geschäftspolitik. Er selber – und hier ist der Schokoladefabrikant trotz tayloristischen Ideen ganz der alte Patron, der sich für das Wohl seiner Arbeiterschaft verantwortlich fühlt – rechtfertigt diese Politik mit der Pflicht des Unternehmers, auch in schlechten Zeiten «irgendwo und irgendwie Beschäftigung hereinzuholen»²³ und dadurch Entlassungen möglichst zu verhindern. Die Weltwirtschaftskrise lässt Toblers Risikostrategie endgültig scheitern. 1933 muss er auf Druck der Banken als Direktor des Schokoladeunternehmens zurücktreten. Als Patron,



der sich über «seine» Fabrik definiert, obwohl diese immer einer Aktiengesellschaft und nie mehrheitlich der Familie gehört hat, erholt sich Tobler bis zu seinem Tod im Jahr 1941 nicht vom Schlag, den ihm der unfreiwillige Abgang bei Chocolat Tobler versetzt hat.

Anmerkungen

- ¹ Vater Johann Jakob stammt aus dem Appenzellerland und kommt 1867 nach Bern. Mutter Adeline Baumann ist als Tochter einer Thurgauer Heimarbeiterfamilie aufgewachsen. In Bern arbeitet sie zunächst in der Seidenfabrik in der Länggasse. Zur Biografie der beiden siehe Feuz Patrick, Andreas Tobler: Schoggibaron. Das bittersüsse Leben Theodor Toblers (1876–1941), Bern 1996, S. 19–23.
- ² Die folgenden Zitate stammen aus Tobler Theodor: Meinen Kindern (Jugenderinnerungen), um 1933, Privatarchiv Familie Tobler.
- ³ Tobler Theodor: Lebenslauf von 1924, Privatarchiv Familie Tobler.
- ⁴ Tobler Theodor: Lebenslauf von 1902, Archiv Loge zur Hoffnung, Bern.
- ⁵ Tobler, Meinen Kindern (wie Anm. 2).
- ⁶ Tobler, Lebenslauf (wie Anm. 3).
- ⁷ Tobler, Meinen Kindern (wie Anm. 2).
- ⁸ Tobler Theodor: 32 Jahre Industriellen-Arbeit. Ein Querschnitt durch die Entwicklung der Tobler-Unternehmungen, Bern 1932, S. 30.
- ⁹ Tobler, Lebenslauf (wie Anm. 3).
- ¹⁰ Tobler Theodor: Kakao, Chocolate und Schweizerische Chocolate-Industrie. Auszugsweise Wiedergabe eines Vortrages, gehalten [...] im Schosse des «Bernischen Vereins für Handel und Industrie», Bern 1914, S. 44.
- ¹¹ Schläppi Daniel: «Hochherzige Männer, edle Freunde, strahlende Kinder, glückliche Mütter». Die Zunftgesellschaft zu Schmieden in Bern zwischen Tradition und Moderne, 1795–1995, Diss. Bern 2000, S. 184.
- ¹² Tobler (wie Anm. 8), S. 34.
- ¹³ Siehe dazu den Beitrag von Emanuel Maurer in diesem Band.
- ¹⁴ Schläppi (wie Anm. 11), S. 184.
- ¹⁵ Tobler (wie Anm. 3).
- ¹⁶ Tobler Theodor: Antrittsrede des Vorsitzenden vor dem Cercle in Bern des Chapitre L’Amitié Lausanne, 1918, Privatarchiv Familie Tobler.
- ¹⁷ Tobler Theodor: Bausteine zu einer neuen Welt. Freimaurerische Reden und Gedanken, Bern, Leipzig 1926, S. 24–26.
- ¹⁸ Zürcher Markus: Unterbrochene Tradition. Die Anfänge der Soziologie in der Schweiz, Zürich 1995, S. 115–118.
- ¹⁹ Zu den folgenden Zitaten vergleiche Tobler (wie Anm. 17), S. 67, 150–151.
- ²⁰ Feuz/Tobler (wie Anm. 1), S. 45.
- ²¹ Diese Vereinigung von Freidenkern glaubte, dass die Welt einem gemeinsamen Grundgesetz unterworfen sei. Sie plädierte für eine Gesellschaft, die – befreit von traditionellen Dogmen – ihr Tun an der reinen Vernunft orientiert. Die monistische Bewegung rezipierte nach 1920 sozialistisches und pazifistisches Gedankengut, wobei sie die Entwicklung einer Sozialethik und den Weltfriedensgedanken in den Vordergrund stellte und gegen Antisemitismus und Rassismus antrat. Übervater der Monisten war Ernst Haeckel, der von einem unaufhaltenden und immer nur fruchtbringenden Fortschritt von Wissenschaft und Technik überzeugt war. Toblers Unterschrift findet sich in einem Brief von 1914, in dem Haeckel zum 80. Geburtstag gratuliert wird, wie die Zürcher Historikerinnen Ina Boesch und Regula Bochsler herausgefunden haben (Aufbewahrungsort: Forel-Nachlass, Lausanne).
- ²² Mündliche Auskunft von Ina Boesch. Sie arbeitet zusammen mit Regula Bochsler am Nationalfonds-Forschungsprojekt «Biografie Margarethe Hardegger».
- ²³ Tobler (wie Anm. 8), S. 18.

Toblers Wohlfahrtseinrichtungen. Sozialer Fortschritt oder Bevormundung?

Emanuel Maurer

Von 1900 bis 1933 prägte Theodor Tobler die Entwicklung der Chocolat Tobler, und in seiner Ära entstanden zahlreiche «Arbeiter-Fürsorge- und Wohlfahrtseinrichtungen»¹. Viele erfüllten die Forderungen des gesetzlich vorgeschriebenen Arbeiterschutzes. Dazu gehörten die Kranken- und Unfallversicherung, die Wöchnerinnenunterstützung und eine Sterbekasse. Über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus unterstützte die Chocolat Tobler den Arbeiterschutz mit einer Heimpflege und einem eigenen Sanitätsdienst inklusive Fabrikarzt. Nebst der Säuglingsausstattung erhielten die Frauen Informationen über falsche und richtige Säuglingspflege. Die bedeutendste und fortschrittlichste Wohlfahrtseinrichtung war die Alters-, Invaliditäts- und Hinterbliebenenfürsorge, die 1921 dank eines aus Betriebsgewinnen angehäuften Hilfsfonds eingerichtet wurde. Die Arbeiterinnen und Arbeiter beteiligten sich zu einem Viertel an den Prämien; als Gegenleistung stand eine damals nicht selbstverständliche Sicherheit im Alter in Aussicht.



Die Ernährung bildete aus Sicht des Unternehmens einen wichtigen Beitrag zur Gesundheit und zur Steigerung der Produktivität der Arbeiterschaft. Speisesaal der Firma Tobler, 1908.

Die Besuche der firmeneigenen Pflegerin bei den Arbeiterinnen und Arbeitern zuhause waren auch ein Kontrollinstrument der Firmenleitung. Heimpflegerin auf Krankenbesuch, um 1920.



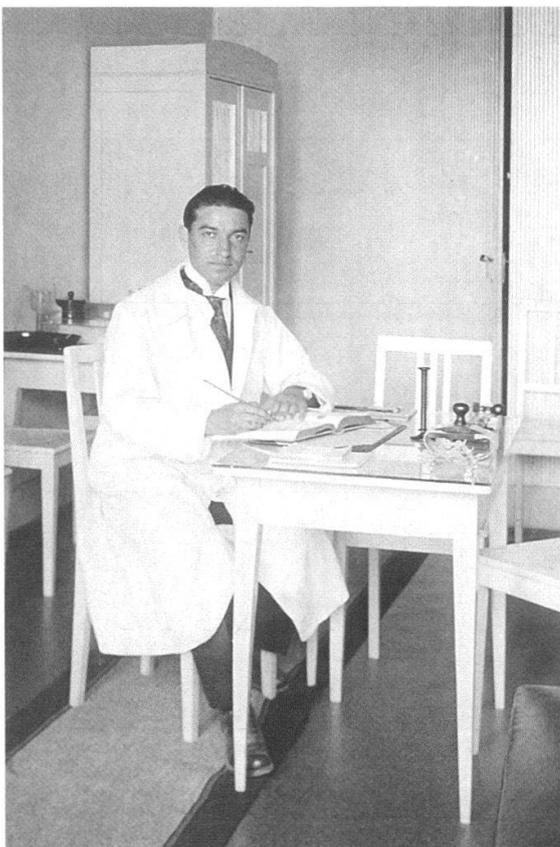
Eine Reihe von freiwilligen Wohlfahrtseinrichtungen lud die Arbeiterschaft dazu ein, auch die Freizeit im Betrieb zu verbringen, so die Speiseanstalt, die Bibliothek, die Flick- und Nähkurse und das Orchester. Daneben konnte die Belegschaft für viele Bedürfnisse des alltäglichen Lebens die Chocolat Tobler aufsuchen. Es bestand die Möglichkeit, Geldangelegenheiten in der tobler eigenen Sparkasse zu erledigen, private Probleme dem Sozialsekretär anzuvertrauen, Esswaren wie Kartoffeln und Fleisch sowie Heizmaterial günstig durch Chocolat Tobler zu beziehen. Sogar die Ferien, die 1911 für treue Arbeiter und Arbeiterinnen eingeführt wurden, konnten die Begünstigten im Ferienheim der Chocolat Tobler im ländlichen Diemerswil verbringen. Junge Arbeiterinnen nutzten das Angebot, im Wohnheim der Chocolat Tobler zu logieren, und für Arbeiterfamilien entstanden schicke Häuser in der firmenbeteiligten Wohngenossenschaft in Bern-Bümpliz. Für das Wohl der Arbeiterschaft schien rund um die Uhr gesorgt.

Wohlfahrtseinrichtungen als Strategie

Schon vor dem Ersten Weltkrieg gehörte es zum guten Ton grösserer Firmen, einem Teil der Arbeiterschaft über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus Wohlfahrtseinrichtungen anzubieten. Der erfreuliche Geschäftsgang im Ersten Weltkrieg und in den unmittelbaren Nachkriegsjahren erlaubte es Theodor Tobler, wohlfahrtspolitisch weiterzugehen als andere Unternehmer. Dabei kam ihm entgegen, dass der Bund bei der Kriegsgewinnsteuer

Erleichterungen für Betriebe gewährte, die soziale Einrichtungen unterhielten. Durch seine Vorträge und Publikationen über sozialpolitische Themen erlangte Tobler den Ruf einer sozial engagierten Unternehmerpersönlichkeit.

Toblers Wohlfahrtspolitik war aber nur teilweise sozial motiviert. Zwar betonte der Fabrikant seine menschenfreundliche Grundhaltung, zu der er sich als Freimaurer verpflichtet fühlte, und er bezeichnete soziale Einrichtungen in patriarchalischer Tradition als «Akt der Gerechtigkeit und Nächstenliebe»². Ausserdem präsentierte er seine Politik als sozial ausgleichenden friedensstiftenden Beitrag in der Gesellschaft. Doch in erster Linie sah Tobler sein sozialpolitisches Engagement als Investition in höhere Produktivität und Rendite. Damit bewegte er sich im tayloristischen Zeitgeist und betrieb «herrschaftsorientierte paternalistische Wohlfahrt».³ Die firmeneigene Alters- und Invalidenkasse zum Beispiel begründete Tobler so: «Es ist erwiesen, dass der Arbeiter, der sich für seine alten oder invaliden Tage gesichert fühlt, viel mehr und viel freudiger aus sich herausholt, was er kann, um dem Betrieb zu helfen.»⁴ Wohlfahrtseinrichtungen hatten auch den Vorteil «einer wesentlich geringeren Fluktuation des Arbeiterbestandes», was für die Erzeugung «hochwertiger und stets gleichmässiger Markenartikel» wichtig sei.⁵ Die Wohlfahrtseinrichtungen sollten die qualifizierten Arbeitskräfte an den Betrieb binden. Von vielen sozialen Angeboten der Firma wie etwa Fe-



Die Anstellung von Fabrikärzten diente nicht zuletzt zur Steigerung der Leistungsfähigkeit der Arbeiterschaft. Fabrikarzt Dr. med. Skupnik aus Odessa in den 1920er-Jahren.

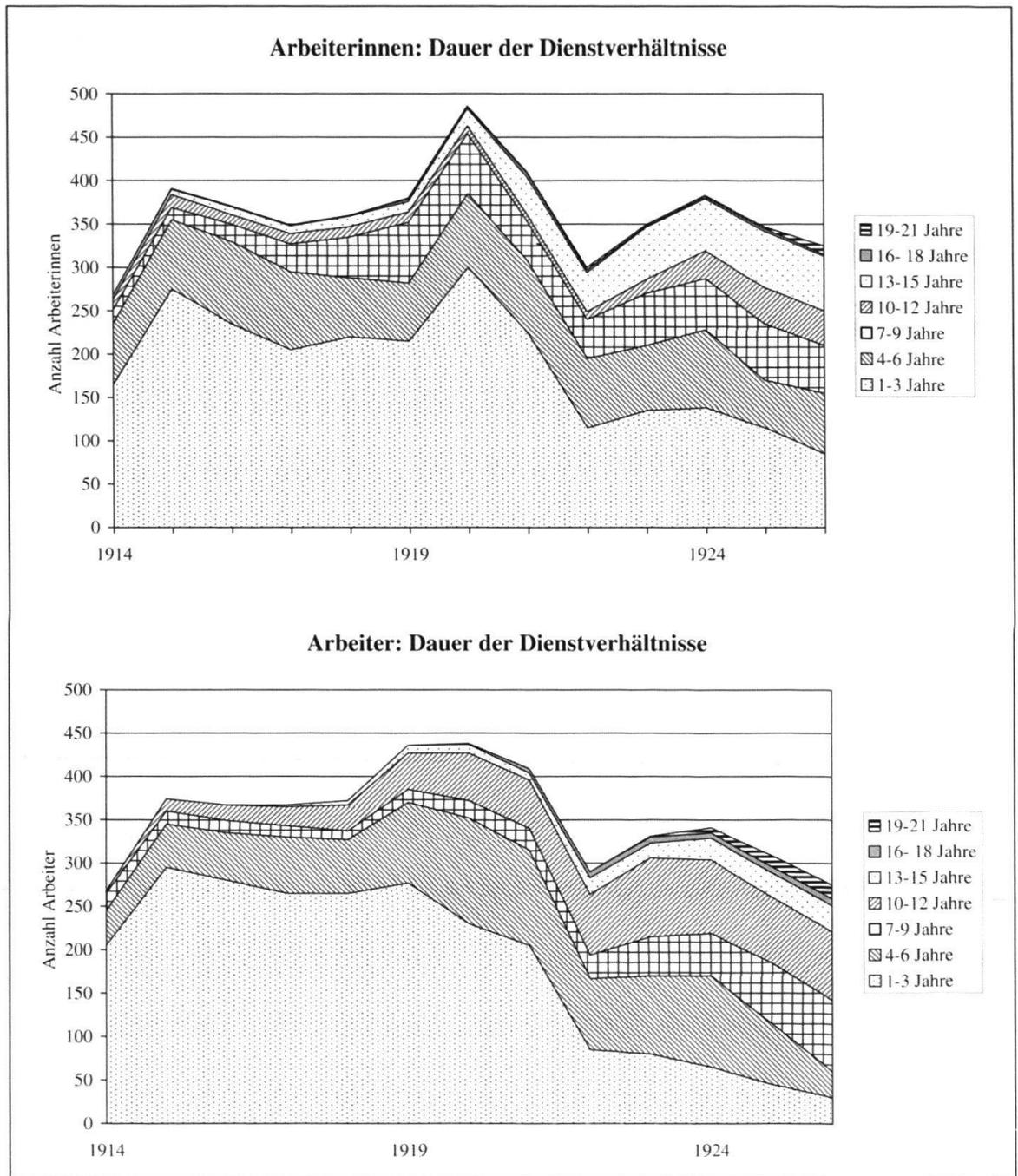
rien und subventionierten Wohnungen profitierten deshalb zuerst die treuen Arbeiter und Arbeiterinnen. Diese waren aus betriebswirtschaftlicher Sicht besonders rentabel, weil sich bei ihnen die Investition in Gesundheit und Betriebsverbundenheit am meisten lohnte.

Nicht nur mit materiellen Anreizen, auch mit erzieherischen Massnahmen wie Vorträgen und Haushaltungskursen suchte Tobler das Personal zu disziplinieren und zu arbeitsamen und langjährigen Mitarbeitern des Unternehmens zu machen. Gesellige Anlässe wie die Weihnachtsfeier der Firma, die Konzerte des Tobler-Orchesters und die Ferienkolonie für Kinder sollten die Belegschaft emotional an das Unternehmen binden. Die weit ins Privatleben eindringende Wohlfahrtspolitik ermöglichte eine weit reichende Kontrolle: So half zum Beispiel die Heimpflegerin kranken Arbeitern und Arbeiterinnen nicht nur bei der Hausarbeit, sondern konnte auch überprüfen, ob die Frauen und Männer wirklich krank waren oder ob sie aus einem anderen Grund der Arbeit fernblieben.

Im Sinne Toblers wurden die Dienstverhältnisse der einzelnen Arbeiterinnen und Arbeiter zunehmend länger (siehe Grafik). Ob die Frauen und Männer so lange bei Chocolat Tobler blieben, weil sie zur Firma durch die verschiedenen Sozialleistungen in einem Abhängigkeitsverhältnis standen oder weil sie einfach zufrieden waren mit ihrer Arbeitsstelle respektive keine Alternative hatten, ist schwer zu beurteilen.



Erholungsbedürftige Arbeiter posieren in Sonntagskleidung im firmeneigenen Ferienheim in Diemerswil bei Bern, um 1920.



Die Dauer der Dienstverhältnisse der Arbeiterschaft nahm zwischen 1914 und 1926 konstant zu. Diese von der Unternehmensleitung angestrebte Betriebsbindung war bei den Arbeitern erfolgreicher als bei den Arbeiterinnen.

Kampfmittel gegen die Gewerkschaft

Toblers paternalistische Wohlfahrtspolitik hatte eine klar antigewerkschaftliche Spitze: Sie sollte verhindern, dass sich die Arbeiter und Arbeiterinnen in der Schokoladefabrik gewerkschaftlich organisierten. Die sozialdemokratische «Berner Tagwacht» warf Tobler deshalb vor: «Das sind die Unterneh-



Aussenansicht des Ferienheimes in Diemerswil bei Bern, um 1920.

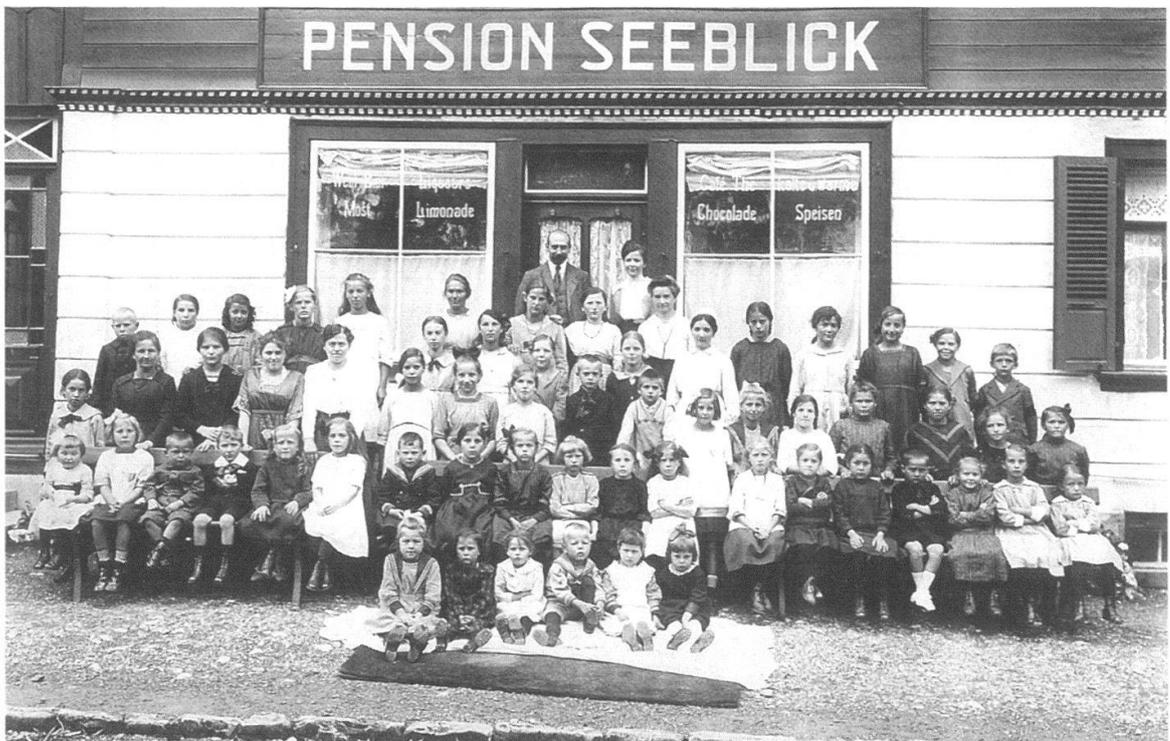


Abfahrt vom Fabrikhof in die Tobler-Ferienkolonie in Aeschi oberhalb des Thunersees, um 1920.

mer, die jahraus, jahrein die Arbeiterschaft und ein weiteres Publikum mit den Wohlfahrtseinrichtungen ködern.» Von diesen profitiere aber höchstens ein Drittel der Belegschaft, und gleichzeitig würden «die Löhne darniedergehalten». ⁶

1919 löste die Entlassung von vier organisierten Arbeitern, die zusammen mit etwa 100 Kollegen und Kolleginnen der Firma Tobler an einer Demonstration gegen die Inhaftierung des Gewerkschaftsführers Robert Grimm teilgenommen hatten, einen mehrtägigen Streik in der Tobler-Fabrik aus. Die Firmenleitung musste Zugeständnisse machen: Nebst der Arbeiterkommission für nicht organisierte Arbeiter und Arbeiterinnen entstand neu eine Kommission der gewerkschaftlich Organisierten. Tobler anerkannte damit erstmals die Gewerkschaft als Vertreterin der Arbeiterschaft. Gleichzeitig aber setzte er seine wohlfahrtspolitische Strategie fort und baute im Konkurrenzkampf mit den Gewerkschaften um die Gunst des Personals die sozialen Einrichtungen der Firma weiter aus.

Die vorübergehend gestiegene Zahl von Gewerkschaftsmitgliedern sank bald wieder auf rund fünf Prozent der Arbeiterschaft. Im Lauf der 20er-Jahre intensivierte aber die Berner Sektion des Verbandes der Handels-, Transport- und Lebensmittelarbeiter (VHTL) ihre Werbebemühungen in der Fabrik und erhielt sehr starken Zulauf. 1928 wurden die beiden Arbeiterkommissionen zusammengelegt, und ein Jahr später konnte der VHTL feststellen: «Die organisierte Arbeiterschaft ist erneut zur Hauptsache in der Kommission ver-



Ferienkolonie für Arbeiterkinder in Aeschi, um 1920. Die Kolonie war auch ein Mittel zur emotionalen Bindung der Arbeiterfamilien an die Fabrik.

treten; der Einfluss der Unorganisierten ist um so geringer, als die wenigen Vertreter, vor lauter Kriechertum das Maul nicht zu öffnen wagen.»⁷

Mit dem hohen Organisationsgrad der Arbeiterschaft löste die Sozialpartnerschaft schrittweise Toblers paternalistische Wohlfahrtspolitik ab.⁸ Für die Gewerkschaften rückte das Interesse am Geschäftsergebnis anstelle des Klassenkampfes in den Vordergrund. Die Identifikation mit der Berner Fabrik ging mit dem betriebsinternen Erstarren der Gewerkschaft nicht verloren. 1928 zum Beispiel kritisierte der VHTL den für die Arbeiterinnen und Arbeiter nur schwer durchschaubaren Ausbau der Firma in eine Holdinggesellschaft und die Auslieferung an die Börsenspekulation, indem er auf die Arbeitsleistung der Fabrik in der Länggasse verwies: «Die Berner-Fabrik muss die gesamten Holding- & Tochtergesellschaften erhalten, soll doch der Direktor Tobler in nicht weniger als 11 Verwaltungsräten sitzen! Dabei ist der Berner-Betrieb mit einem grossen Büro-Apparat gesegnet, was die Unkosten ausserordentlich vermehrt, so dass es der technischen Leitung der Fabrik oft mit dem besten Willen nicht möglich ist, den durchaus berechtigten Wünschen der Arbeiterschaft zu entsprechen.»⁹

Fazit

Die Chocolat Tobler war unter der Regie von Theodor Tobler einerseits gekennzeichnet durch ihr hoch ausgebautes Wohlfahrtsnetz und eine zunehmend starke Bindung der Belegschaft an den Betrieb, andererseits sind in den



Toblers Wohnkolonie in Bümpliz, erstellt 1921: Die Häuser dienten zur Betriebsbindung langjähriger Arbeiter. Wer das Unternehmen verliess, musste auch aus der Siedlung ausziehen.

Zwanzigerjahren ein durchwegs mässiger Geschäftsgang und eine zunehmende gewerkschaftliche Organisation der Arbeiterschaft feststellbar. Die Basis für die Wohlfahrtseinrichtungen legte Tobler in den gewinnträchtigen Jahren während des Ersten Weltkrieges. In ihrer Beurteilung müssen die getroffenen Fürsorgemassnahmen klar unterschieden werden: Der angehäuften Fonds erlaubte es der Firma, eine für die damalige Zeit fortschrittliche Krankenfürsorge und vor allem eine bemerkenswerte Altersvorsorge einzurichten. Alle andern nicht gesetzlich vorgeschriebenen Sozialeinrichtungen dienten vorwiegend dazu, die Arbeiterschaft an den Betrieb zu binden. Problematisch und als Bevormundung erscheint dies insbesondere dort, wo Kontrollfunktionen und direkte Abhängigkeiten erkennbar sind. Die Firmenentwicklung in den Zwanzigerjahren minimierte jedoch den Einfluss der treuen Arbeiterschaft auf ein gutes Geschäftsergebnis. Sie liess sich deshalb nicht blind auf ein Abhängigkeitsverhältnis mit der Firma ein, sondern nahm ihre eigenen Interessen zunehmend wahr und vertrat diese mit Erfolg.

Anmerkungen

- ¹ Zum vorliegenden Beitrag vgl. allgemein Aktiengesellschaft Chocolat Tobler (Hg.): Zur Aufklärung über den Streik der Arbeiterschaft vom 17. Juli 1919, Bern 21. Juli 1919; Metall- und Uhrenarbeiterverband, Handels-, Transport-, Lebens- und Genussmittelarbeiterverband (Hg.): Zur Aufklärung über den Streik in der Firma Tobler A.G. Bern, Bern 18. Juli 1919; Direktion Chocolat Tobler (Hg.): Die Sozialpolitischen Bestrebungen der Aktiengesellschaft Chocolat Tobler, Bern-Schweiz. Eine Information an ihre Freunde und Mitarbeiter, Bern 1920; Wirz Hans: Soziale Fürsorge-Einrichtungen der A.G. Chocolat Tobler, Bern. Unser Sozialsekretariat, in: *Jurnalo Tobler*, Nr. 3 (1921), S. 11; Tobler Theodor: Wirtschaftsphilosophie, Bern 1926; Aktiengesellschaft Chocolat Tobler (Hg.): Die Entwicklung der Tobler-Unternehmung und ihrer Arbeiter-Fürsorge und Wohlfahrtseinrichtungen, 4. Auflage, Bern 1928.
- ² Tobler Theodor: Bausteine zu einer neuen Welt, Bern 1926, S. 155.
- ³ Gruner Erich et al. (Hg.): Arbeiterschaft und Wirtschaft in der Schweiz 1880–1914. Soziale Lage, Organisation und Kämpfe von Arbeitern und Unternehmern, politische Organisation und Sozialpolitik, Bd. 2/2, Zürich 1988, S. 1360.
- ⁴ Tobler Theodor: Produktion und Wirtschaft im Zeichen einer neuen Zeit, Bern 1928, S. 41.
- ⁵ Tobler Theodor: Arbeitszeit und Arbeitslohn, Bern 1924, S. 35.
- ⁶ Berner Tagwacht, zit. nach Feuz Patrick, Andreas Tobler: Schoggibaron. Das bittersüsse Leben Theodor Toblers (1876–1941), Bern 1996, S. 56.
- ⁷ Jahresberichte der Sektion Bern des Verbandes der Handels-, Transport- und Lebensmittelarbeiter der Schweiz, Jahresbericht von 1928, Archiv VHTL Bern.
- ⁸ Die Entwicklung der Gewerkschaftsvertretung bei Chocolat Tobler ist im Beitrag von Christian Holliger und Yvonne Leimgruber in dieser Publikation detailliert nachgezeichnet.
- ⁹ Jahresbericht von 1928 (wie Anm. 7).

Die Entwicklung der Sozialpartnerschaft in der Chocolat Tobler. Soziale Errungenschaften versus Verlust der Betriebskultur

Christian Holliger, Yvonne Leimgruber

Eigentlicher Motor der Chocolat Tobler war die Belegschaft, ohne deren Einsatz auch die originellsten Produkte, die besten Marketingpläne und die geschickteste Unternehmensleitung erfolglos gewesen wären. Im Verlauf des hundertjährigen Bestehens des Betriebs unterlagen die Arbeits- und Lebensbedingungen des Personals grossen Änderungsprozessen.¹ Einerseits waren die jeweiligen Konjunkturen mit den entsprechenden Absatzmöglichkeiten und die Modernisierung der Arbeitsabläufe für die Arbeitssituation bestimmend. Andererseits hatte die gewerkschaftliche Organisation grundlegenden Einfluss auf die Festlegung sozialpartnerschaftlicher Vereinbarungen.



Nach Fabrikschluss, um 1920.

Arbeitsbedingungen, soziale Absicherung

Die ersten Jahre des Fabrikbetriebs sind nur spärlich dokumentiert. Lediglich die Berichte der eidgenössischen Fabrikinspektoren bieten Einblick in die Arbeitssituation.² Bis 1904 wurden von Montag bis Freitag Arbeitszeiten von 7–12 und 13–19 Uhr und für den Samstag von 7–12 und 13–18 Uhr angegeben. Dies entsprach dem eidgenössischen Fabrikgesetz von 1877, welches die Arbeitszeit auf 65 Stunden festsetzte. Bis 1918 wurden diese Zeiten leicht verkürzt und ein freier Samstagnachmittag eingeführt. 1919, bedingt durch das neue Fabrikgesetz, setzte auch die Chocolat Tobler die Arbeitszeit auf 48 Stunden pro Woche herab. Ab 1956 wurden die Arbeitszeiten erneut gesenkt.³

Entwicklung der wöchentlichen Arbeitszeit:

Jahr	1900	1919	1958	1959	1961	1978	1982	1985	1991
Stunden	65	48	47	46	45	44	43	42	41

Bereits 1911 kamen Arbeiter und Arbeiterinnen, die mindestens sechs Jahre bei Chocolat Tobler gearbeitet hatten, in den Genuss von einer Woche Ferien. Wer zehn Jahre im Unternehmen beschäftigt war, hatte Anrecht auf zwei Wochen Ferien. Wurden damit 1913 nur 6% der Arbeiterschaft Ferien gewährt, waren es 1919 bereits 16%.⁴ Nach dem Streik von 1919 wurde ein neues Ferienreglement eingeführt: Bei einer Betriebszugehörigkeit von zwei Jahren wurde eine Woche Ferien gewährt, ab fünf Jahren zwei Wochen. Bis 1926 hatten somit schon fast 90% der Arbeitenden Anspruch auf Ferien.⁵ Die folgende Darstellung stellt die Entwicklung der Ferienregelung nach dem Zweiten Weltkrieg dar. Eine Woche Ferien wird dabei als sechs Tage gerechnet.⁶

Entwicklung der Ferienzeit:

Jahr	Ferien nach 1 Jahr	Ferien nach 10 Jahren	Ferien nach 20 Jahren
1947	3 Tage	12 Tage	18 Tage
1951	6 Tage	12 Tage	18 Tage
1957	6 Tage	12 Tage	18 Tage
1960	12 Tage	18 Tage (nach 11 Jahren)	18 Tage
1964	12 Tage	18 Tage (nach 11 Jahren)	24 Tage (nach 29 Jahren)
1967	12 Tage	18 Tage (nach 7 Jahren)	24 Tage (nach 24 Jahren)
1970	18 Tage	18 Tage	24 Tage
1974	18 Tage	24 Tage (nach 14 Jahren)	30 Tage
1978	18 Tage	24 Tage	30 Tage (nach 24 Jahren)
1982	24 Tage	24 Tage	30 Tage (nach 24 Jahren)

Erste Lohnangaben sind in den Fabrikinspektorenberichten enthalten.⁷ 1909 erhielten Hilfsarbeiter einen Stundenansatz von 25–32 Rappen, Ausformer 25–35 Rp., Handlanger 30–40 Rp., Maschinenarbeiter, Einformer/Packer 35–45 Rp., gelernte Arbeiter (Confiseure) nicht unter 37 Rp.; Aufseher wurden im Monatslohn ausbezahlt. Die Frauen wurden mit mindestens 20 Rp. entlohnt, im Akkord erhielten sie bis zu 40 Rp. Um diese Beträge in ein Verhältnis zu setzen: 1912 kostete in der betriebseigenen Speiseküche eine Suppe 10 Rp., Gemüse 10 Rp., Fleisch 30 Rp., Brot 5 Rp., ein Viertel Liter Milch 10 Rp. und Limonade 15 Rp. Für eine Mahlzeit musste damit etwa während zweier Stunden gearbeitet werden. Diese sehr tiefen Löhne machen verständlich, dass Arbeiterfamilien dringend auf die Lohnarbeit beider Ehepartner angewiesen waren. Allein stehenden Frauen stand aufgrund ihrer niedrigen Löhne oft nur der Verbleib im Elternhaus offen, oder sie mussten zusätzliche Einnahmequellen finden.

Mit zunehmender Stärke nahm die Gewerkschaft VHTL bei der Aushandlung der Gesamtarbeitsverträge mehr Gewicht ein. Die Lohnfrage war stets zentral und umstritten. Die folgende Lohntabelle versucht, die Entwicklung der Löhne ab dem ersten landesweiten Vertrag aufzuzeigen. Basis des Vergleichs ist der Monatslohn eines Arbeiters und einer Arbeiterin im Alter von 20 Jahren. Es handelt sich dabei um durchschnittliche Grundlöhne ohne Prämien.⁸

Lohnentwicklung:

Jahr	Lohn des Arbeiters	Lohn der Arbeiterin ⁹
1938	192	134
1947	269	182
1951	346	246
1956	432	317
1960	472	351
1964	628	472
1967	765	567
1970	954	720
1974	1491	1174
1978	1525	
1982	1955	
1986	2295	
1991	2805	
1995	3155	

Der ausgetrocknete Arbeitsmarkt führte in den 1970er-Jahren zu entscheidenden Lohnverbesserungen: Mit dem 1972 eingeführten Monatslohn erfuhren die Löhne einen beträchtlichen Anstieg. Allein für das Jahr 1972 be-

zifferte die Aktiengesellschaft Tobler die Realloohnerhöhung für Männer auf 6,6–8% und für Frauen auf 8,4–10,5%.¹⁰ Die Einführung des 13. Monatslohnes war ein weiterer wichtiger Einschnitt in der Lohnpolitik.

Die Lohnhöhe hing in bedeutendem Masse von Zulagen und Prämien ab, welche bis zu einem Drittel des Endlohnes ausmachten. Um auf einen Existenz sichernden Betrag zu kommen, waren die Arbeiterinnen und Arbeiter daher einem ständigen Produktionsstress ausgesetzt. Auch Überzeit-, Nacht- und Sonntagsarbeit bewirkten Lohnaufbesserungen. Bereits in den 1920er-Jahren wurde Überzeit mit 25%, Nacht- und Sonntagsarbeit mit 50% und ab 1970 die Sonntagsarbeit mit 75% und Nachtarbeit mit 30% (1974: 40%) vergütet. Der Teuerungsausgleich wurde bei Tobler erstmals im Jahre 1947 im Gesamtarbeitsvertrag festgehalten, ebenso regelmässige Alterszulagen.¹¹ Die 1951 eingeführten Familienzulagen wurden in der Folge kontinuierlich ausgebaut. Eine bargeldlose Auszahlung der Gehälter erfolgte ab 1977.

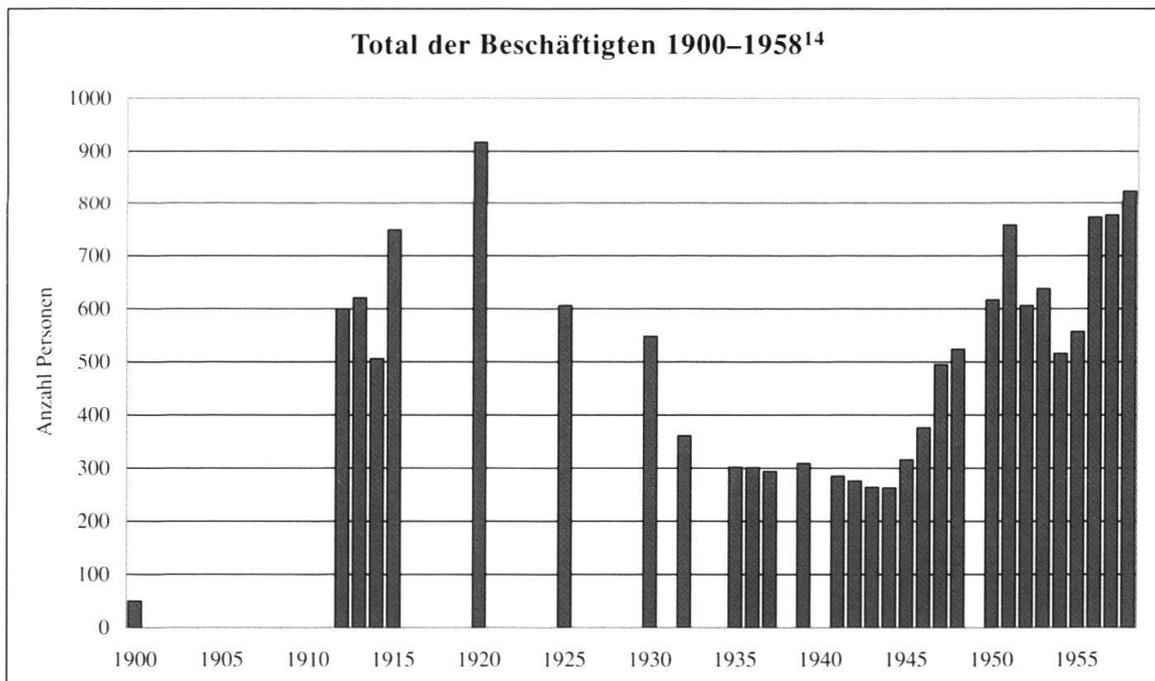
Die Fürsorgeeinrichtungen waren bereits in den 1920er-Jahren relativ breit ausgebaut.¹² In der Weltwirtschaftskrise und während des Zweiten Weltkrieges arg unter Druck geraten, konnten die betriebsinternen sozialen Institutionen in den 1950er-Jahren weiter verbessert werden. Die Leistungen der 1950 neu organisierten Pensions- und Sparkasse blieben aber bis zur Fusion mit Suchard im Jahr 1970 äusserst bescheiden. Erst die Zusammenlegung der beiden bisherigen Stiftungen von Tobler und Suchard verbesserte die Altersvorsorge nachhaltig. Die Übernahme durch Klaus J. Jacobs in den 1980er-Jahren und später durch Philip Morris bedeutete eine zusätzliche Verbesserung des Pensionskassenwesens.



Das Oster- und das Weihnachtsgeschäft bedingen (und bedingen bis heute) Überzeit und Saisonarbeit, Bild aus den 1970er-Jahren.

Personalentwicklung

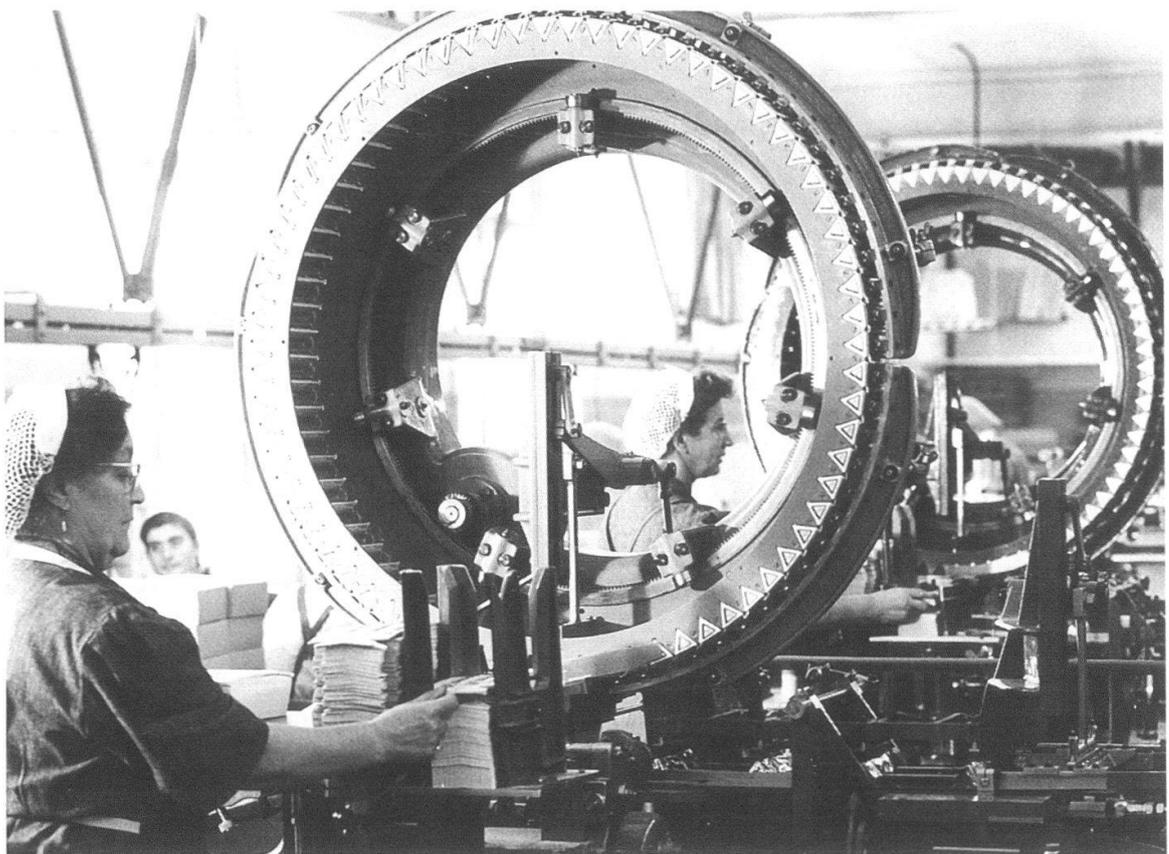
Bereits kurz nach der Gründung konnte die Chocolat Tobler ihre Belegschaft stark erweitern:¹³ von 50 Personen um 1900 auf 600 bis 1912. 1920 wurde mit über 900 Beschäftigten ein Spitzenwert erreicht. Mit den beiden Konjunkturunbrüchen der Zwanziger- und Dreissigerjahre sowie aufgrund technischer Entwicklungen wurde der Personalbestand dann aber drastisch reduziert. Waren 1930 noch 548 Arbeiterinnen und Arbeiter beschäftigt gewesen, so sank ihre Zahl innert zweier Jahre um beinahe 200 Personen. Der absolute Tiefpunkt wurde infolge der kriegsbedingten Produktionsengpässe 1944 mit lediglich 263 Personen erreicht.



Der Personalbestand weist bis zu den 1920er-Jahren eine starke Zunahme auf. Die Wirtschaftskrisen Anfang der 1920er- und 1930er-Jahre führten zu vielen Entlassungen. Dem Arbeitskräftemangel der Nachkriegs-Hochkonjunktur wurde mit der Einstellung von ausländischem Personal begegnet.

Die überhitzte Konjunktur der 1960er-Jahre bewirkte einen Arbeitskräftemangel, der mit ausländischem Personal zu beheben gesucht wurde. Wie schon zu Beginn des Jahrhunderts wurden auch jetzt insbesondere Italiener und Italienerinnen engagiert. Für 1964 vermerkt der Geschäftsbericht einen Fremdarbeiteranteil von 44%; er halte sich jedoch im Rahmen der übrigen schweizerischen Schokoladefirmen.¹⁵ Die zusehends fremdenfeindliche Stimmung in der Schweiz – auch innerhalb der Gewerkschaften – sollte in den 1960er-Jahren zu drei Initiativen führen, welche eine Begrenzung der jährlichen Zulassungsbewilligungen forderten. Der Bundesrat, «im Kreuzfeuer zwischen der Volkswut und den Begehren der Wirtschaft nach zusätzlichen

Arbeitskräften»¹⁶ stehend, beschränkte zuerst die Höchstziffern des ausländischen Personalbestandes. Als Folge musste die Chocolat Tobler innert 19 Monaten ihr Personal um 10% abbauen, was den Personalmangel beträchtlich verschärfte.¹⁷ Schweizerisches Personal war in dieser Phase ausgesprochen schwierig zu finden. Mit vermehrten Überstunden, Abendschichten und der Schaffung von Teilzeitstellen für die Saisonproduktion wurde versucht, diese Engpässe zu umgehen. 1970, gedrängt durch die Schwarzenbach-Initiative und der trotz bundesrätlicher Verordnung weiter zunehmenden ausländischen Bevölkerung, verhängte die Landesregierung eine Begrenzung der jährlichen Zulassungsbewilligungen für ausländische Arbeitskräfte. Damit wurde für die Chocolat Tobler die prekäre Produktionssituation weiter verschärft. 1975 änderte sich die Arbeitsmarktlage aber schlagartig: Die eintretende Rezession führte zu einer weit greifenden Erwerbslosigkeit. Die Chocolat Tobler konnte Entlassungen vermeiden, indem sie natürliche Abgänge nicht mit Neueinstellungen kompensierte. Zur Personaleinsparung trug zudem die seit Ende der 1960er-Jahre verstärkte Automatisierung der Produktion bei. In Verbindung mit den Restrukturierungen im Zuge der Fusionen sowie des neu konzipierten Betriebs in Brünnen sank der Personalbestand schliesslich auf weniger als 400 Personen.



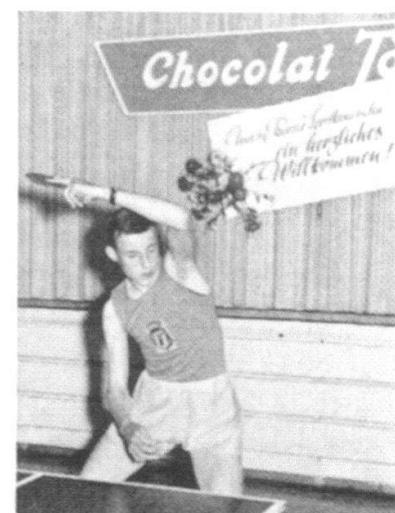
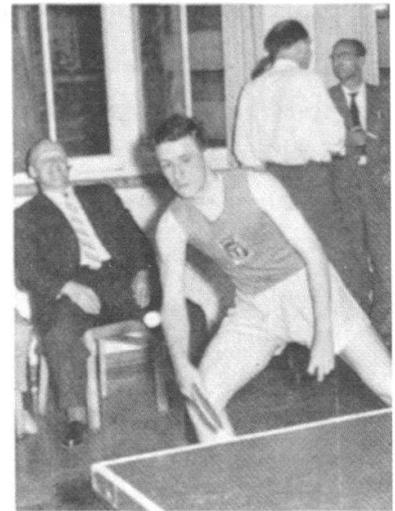
Noch braucht es Handarbeit, doch die Technisierung schreitet zügig voran. Toblerone-Rad, 1960er-Jahre.

Sozialpartnerschaft

Die Belegschaft der Chocolat Tobler konnte sich im Verlauf von drei Jahrzehnten gewerkschaftlich überaus erfolgreich organisieren. 1916 wurde in Bern eine Sektion des Verbandes der Handels-, Transport- und Lebensmittelarbeiter (VHTL) gegründet, welcher sich auch Arbeiterinnen und Arbeiter der Chocolat Tobler anschlossen.¹⁸ Arbeitsmangel und Entlassungen bewirkten im letzten Kriegsjahr den Zusammenbruch der Gruppe Tobler. Doch bereits 1919, im Zusammenhang mit einem weiteren Streik der Belegschaft, konnte sie reaktiviert werden. Bei dieser Konfrontation stiessen Theodor Toblers paternalistischer Führungsstil und die Forderung des Personals nach gewerkschaftlicher Organisation aufeinander. Zwar konnte der Wunsch nach besseren Arbeitsbedingungen nicht direkt umgesetzt werden, doch anerkannte die Direktion in der Folge die Gewerkschaft als Verhandlungspartnerin.¹⁹ Zudem gründete die Geschäftsleitung eine betriebs-eigene Arbeiterkommission, in welche jede Abteilung eine Person delegierte. Monatlich wurden Sitzungen mit der Direktion abgehalten.

Die seit 1920 verschärft auftretende Wirtschaftskrise führte bei Chocolat Tobler zu einer grossen Zahl von Entlassungen und reduzierten Arbeitspenssen.²⁰ Damit gingen der Gewerkschaft viele Mitglieder verloren, und 1924 waren nur noch 70 Organisierte in der Fabrik tätig. Die verstärkte Agitation in den folgenden Jahren bewirkte jedoch einen rasant ansteigenden Organisationsgrad. Mit der zunehmenden Erstarkung gewann der VHTL gegenüber der Direktion an Mitspracherecht, weshalb bereits 1926 der Jahresbericht der Gewerkschaft eine «erfreuliche Entwicklung» vermerken konnte. Weiter wurde festgehalten: «Eingetretene Kündigungen von org. Kollegen und Kolleginnen könnten [sic] zurückgezogen werden, während die unorganisierten über die Klinge springen mussten.»²¹ 1929 allerdings wurden erneut über 100 Kündigungen ausgesprochen; sie gingen zumeist an Organisierte. Darauf intensivierte der VHTL seine Bemühungen und konnte bis zum Herbst 1932 einen hundertprozentigen Organisationsgrad vermelden – ein für die Schweiz untypischer Erfolg. Bis Ende der 1960er-Jahre blieb die Belegschaft vollumfänglich gewerkschaftlich organisiert.

Gewerkschaftliche Interventionen verhinderten bei der zweiten grossen Wirtschaftskrise und der Betriebssanierung Anfang der 1930er-Jahre eine grundlegende Beschneidung der ausgehandelten Bestimmungen; weitere Massenentlassungen waren jedoch unumgänglich. Trotz dieser lang andauernden Krise nahm die Sozialpartnerschaft immer stärkere Konturen an. So wurden 1932, mitten in der Weltwirtschaftskrise, erstmals im Rahmen eines Arbeitsvertrages zwischen der Tobler AG und dem VHTL Lohnskalen festgesetzt. Aus der 1938 ausgehandelten Landesvereinbarung zwischen dem Fabrikantensyndikat und dem VHTL entwickelte sich später der Gesamt-



Gesellige Anlässe wie Sportwettkämpfe trugen zur Betriebsbindung bei. Treffen der Sportvereinigung Chocolat Tobler Bern gegen Sportclub Chocolat Tobler Stuttgart, 1960.

arbeitsvertrag.²² Bei diesen gesamtschweizerischen Verhandlungen hatte die gewerkschaftliche Vertretung der Chocolat Tobler aufgrund ihrer durchgehenden Organisiertheit und der Grösse ihres Betriebs ein bedeutendes Gewicht.

Die Beitritte zum VHTL erfolgten allerdings nicht immer freiwillig: Frisch Eingestellte mussten sich zu einer Mitgliedschaft verpflichten – andernfalls wurden sie von den jeweiligen Vorarbeitern als untauglich eingestuft und mussten ihren Platz räumen. Daher empfand ein Teil der Beschäftigten ihre Mitgliedschaft im VHTL als Zwang. Zudem sah sich das ausländische Personal durch die Gewerkschaft nicht vertreten, und 1968 verweigerten verschiedene neue Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer einen Beitritt. Nach Verhandlungen mit der Direktion wurde schliesslich wieder ein hundertprozentiger Organisationsgrad durchgesetzt. Doch im folgenden Jahr war die geschlossene Organisation erneut gefährdet, und ab 1970 erfolgte eine kollektive Austrittsbewegung der ausländischen Arbeiterinnen und Arbeiter. Dies hatte einen sehr grossen Mitgliederverlust des VHTL zur Folge: Waren 1969 574 Tobler-Mitglieder verzeichnet worden, waren es 1970 noch 420.²³ Bis 1994 sank die Zahl der im VHTL Organisierten auf unter 200 Personen. Der Organisationsgrad bewegt sich heute zwischen 35 und 40%. Diese Entwicklung spiegelt eine allgemeine Reaktion auf die gewerkschaftliche Bewegung: Je mehr sozialpolitische Ziele sie erreicht, umso gleichgültiger stehen die Erwerbstätigen ihr gegenüber.

Betriebskultur

Die Chocolat Tobler verfolgte einen betriebspädagogischen Ansatz und eine Werkverbundenheitspolitik. Nicht nur bildend-erzieherisch wurde auf die Arbeiterinnen und Arbeiter eingewirkt; sportliche und gesellige Veranstaltungen, Betriebsausflüge und Jubiläumsfeierlichkeiten sollten die Bindung an den Betrieb zusätzlich verstärken.²⁴ Bereits vor dem Zweiten Weltkrieg waren die Weihnachtsfeiern der Chocolat Tobler in Bern ein Begriff, und ab den 1950er-Jahren wurden zahlreiche Sport- und Gesellschaftsanlässe organisiert. Es gab Ski-, Schach- und Jasstage, Fussball- und Kegeltourniere, Korbball- und Laufveranstaltungen sowie ein eigenes Auto-Rallye. Für die Kinder des Personals wurden spezielle Weihnachtsfeiern durchgeführt. Die firmeneigene Zeitschrift «Kontakt» war Plattform für inner- und ausserbetriebliche Neuigkeiten und diente dem Informationsaustausch des Personals. Aufgrund dieser umfassenden Betriebsbindung lebte das Personal in einer eigentlichen «Tobler-Welt», welcher es über die Pensionierung hinaus angehört: So sind die Pensionierten in einer eigenen Vereinigung organisiert, treffen sich teilweise monatlich, an jährlichen Ausflügen, Weihnachtsfeiern und im fir-



In die Werkverbundenheitspolitik waren auch die Kinder der Belegschaft einbezogen. Die jüngsten Ferienkinder vor ihrer Abfahrt in das fabriкеigene Ferienlager, um 1920.



Weihnachtsfeiern für Kinder, hier im Jahr 1974.

meneigenen Verkaufslokal. Zudem publizieren sie das «Senioren-Journal». Die starke Bindung des Personals an das Unternehmen bestand bis in die 1980er-Jahre. Veränderte Arbeitsbedingungen wie unregelmässige Arbeitszeiten und häufiger Personalwechsel erschweren seit dieser Zeit die Ausbildung eines betriebsinternen Zusammengehörigkeitsgefühls und behindern zudem die gewerkschaftliche Arbeit beträchtlich. Demgegenüber ist das Lohnniveau stetig angestiegen, sind die Arbeitszeiten gekürzt und die soziale Sicherheit weiter ausgebaut worden. Der kontinuierlich ausgedehnten Sozialpartnerschaft steht damit der Verlust einer integrierenden Betriebskultur gegenüber.

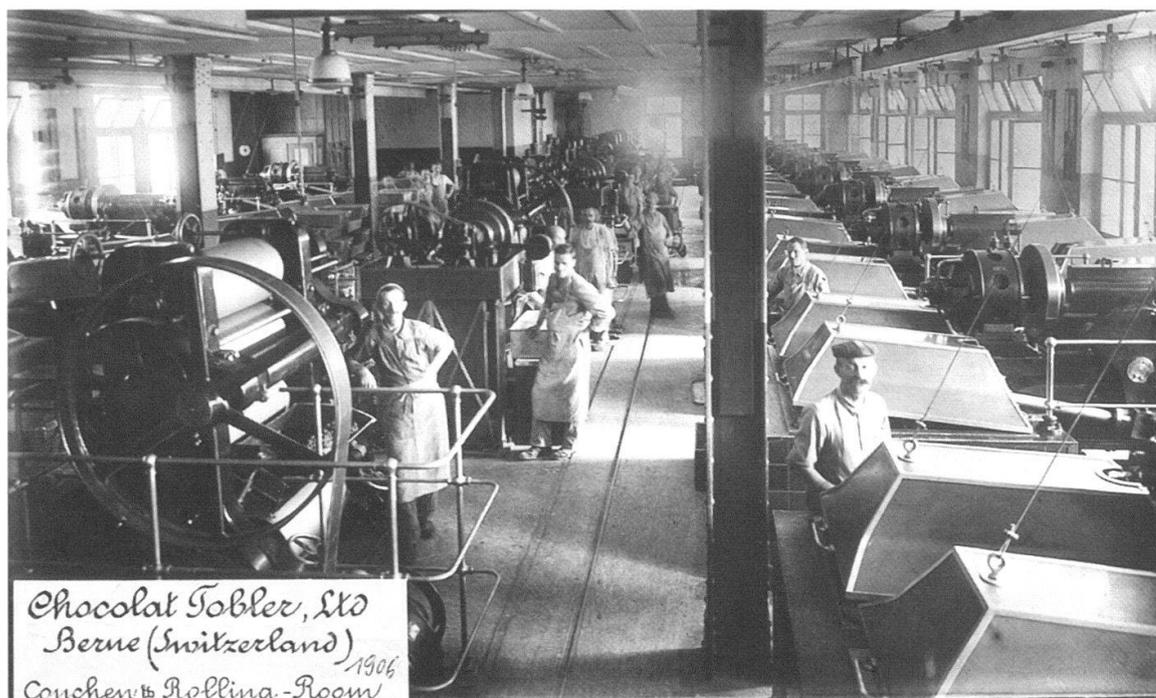
Anmerkungen

- ¹ In diesem Beitrag wird insbesondere die Situation der Arbeiter und Arbeiterinnen besprochen. Sie machten den Hauptteil der Beschäftigten aus. Zu geschlechterspezifischen Aspekten der Beschäftigungssituation vgl. den Beitrag von Yvonne Leimgruber in dieser Publikation.
- ² Fabrikinspektorenberichte über die Chocolat Tobler: Eidg. Fabrikinspektorat II. Kreis, 1919–1939, Bundesarchiv, E 7202 (-) -/1, Bd. 20.
- ³ Zu den Arbeitszeiten vgl. die Gesamtarbeitsverträge der Chocosuisse mit dem VHTL und die Geschäftsberichte der Aktiengesellschaft Chocolat Tobler, Archiv Suchard-Tobler (AST), Musée d'art et d'histoire, Neuchâtel.
- ⁴ Aktiengesellschaft Chocolat Tobler Bern (Hg.): Die Entwicklung der Tobler-Unternehmung und ihrer Arbeiterfürsorge und Wohlfahrtseinrichtungen, 2. Auflage, Bern 1921, S. 10.
- ⁵ Aktiengesellschaft Chocolat Tobler Bern (wie Anm. 4), 4. Auflage, Bern 1928, S. 34.
- ⁶ Zu den Ferien vgl. die Gesamtarbeitsverträge der Chocosuisse mit dem VHTL und die Geschäftsberichte der Aktiengesellschaft Chocolat Tobler, AST (wie Anm. 3).
- ⁷ Vgl. dazu Fabrikinspektorenberichte (wie Anm. 2).
- ⁸ Vgl. dazu die Gesamtarbeitsverträge der Chocosuisse mit dem VHTL, AST (wie Anm. 3).
- ⁹ Ab 1978 bestand ein paritätischer Grundlohn für Männer und Frauen.
- ¹⁰ Geschäftsbericht der Aktiengesellschaft Chocolat Tobler 1972, S. 11, AST (wie Anm. 3).
- ¹¹ Gesamtarbeitsvertrag der Chocosuisse mit dem VHTL, 1947, AST (wie Anm. 3).
- ¹² Vgl. dazu ausführlicher den Beitrag von Emanuel Maurer in diesem Band.
- ¹³ Die folgenden Angaben beziehen sich auf das Stammpersonal. Die genaue Zahl der Beschäftigten festzulegen, fällt allerdings schwer, weil das Datenmaterial lückenhaft ist. Zudem ist oft unklar, ob sich Angaben auf Stamm- oder auf Saisonpersonal beziehen. Unter Einbezug der saisonal Beschäftigten würden die Angaben höher ausfallen.
- ¹⁴ Arbeiteraufnahme von 1958, AST (wie Anm. 3), Couvert Nr. 1026.
- ¹⁵ Geschäftsbericht der Chocolat Tobler 1964, S. 10, AST (wie Anm. 3).
- ¹⁶ Mesmer, Beatrix (Red.): Geschichte der Schweiz und der Schweizer, Bd. 3, Basel 1983, S. 243.
- ¹⁷ Geschäftsbericht der Chocolat Tobler 1966, S. 7, AST (wie Anm. 3).
- ¹⁸ Zuvor hatte der Verband Lebens- und Genussmittel (VLG) bestanden. Die Belegschaft organisierte sich überwiegend im VHTL. Eine Minderheit insbesondere aus dem Freiburgischen trat der christlichen Gewerkschaft bei, während sich die Maschinenarbeiter dem SMUV anschlossen.
- ¹⁹ Theodor Tobler hatte ein Mitspracherecht kategorisch abgelehnt. Vgl. dazu z.B. den Aufruf der Gewerkschaften HTLG, SMUV und der Arbeiterunion Bern: An die Gewerkschaften und Mitgliedschaften, 22. Juli 1919, Archiv Schweizerischer Gewerkschaftsbund, 1468/21.
- ²⁰ Im Jahresbericht von 1921 beklagte der VHTL die Teilarbeitslosigkeit, welche bis zu 50% der normalen Arbeitszeit ausmachte. Für 1921 vermeldete die Gewerkschaft rund 200 Entlassungen. Vgl. Jahresberichte der Sektion Bern des Verbandes der Handels-, Transport- und Lebensmittelarbeiter der Schweiz, 1918–1999, Archiv VHTL Bern.
- ²¹ Jahresbericht VHTL 1926, Archiv VHTL Bern (wie Anm. 20).
- ²² Das Fabrikantensyndikat (Chambre Syndicale) vertrat die Schokoladehersteller bei diesen ersten Verhandlungen über Arbeitsfrieden, -bedingungen und Lohntarife. 1939 trat die Chocosuisse, ein kriegswirtschaftliches Syndikat, an ihre Stelle, und nach Kriegsende wurde der Verband schweizerischer Schokoladefabrikanten Chocosuisse neu gegründet.
- ²³ Jahresberichte VHTL, Zahlen ohne Saisonpersonal, Archiv VHTL Bern (wie Anm. 20).
- ²⁴ Allgemein zur Betriebspädagogik und Werkverbundenheitspolitik vgl. Senn Christian: Soziale Betriebspolitik in der schweizerischen Schokoladeindustrie, Diss. Affoltern am Albis 1939, S. 181–190.

Arbeit in der Chocolat Tobler. Ein Abbild der gesellschaftlichen Geschlechterverhältnisse

Yvonne Leimgruber

Ausserhäusliche Erwerbsarbeit für die Männer, häusliche und familiäre Aufgaben für die Frauen: Diese Aufteilung gemäss bürgerlichem Geschlechterideal fand in allen gesellschaftlichen Schichten bis weit ins 20. Jahrhundert hinein breite Zustimmung, ihre Umsetzung konnten sich jedoch nur wenige leisten. Daher war auch ein Grossteil der weiblichen Bevölkerung erwerbstätig¹ – konzentriert auf jene Tätigkeitsfelder, welche der häuslichen Sphäre nahestanden und der «weiblichen Natur» entsprachen. So meinte etwa noch 1933 ein eidgenössischer Fabrikinspektor, dass Frauen sich dort bewähren würden, «wo die Arbeit besonders geschickte flinke Finger verlangt und wo sie ständig dieselbe bleibt»; sobald aber «in der Art der Verrichtungen ein häufigerer Wechsel erforderlich» sei, «also an die Überlegungskraft appelliert» werde, seien «die Männer vorzuziehen».² Zumeist war Frauenarbeit schlecht entlohnt und mit unattraktiven Arbeitsbedingungen sowie unsicheren Arbeitsverhältnissen verbunden. Ob oder inwiefern auch in der Chocolat Tobler solche geschlechtsspezifischen Arbeitsbedingungen bestanden, soll in diesem Beitrag untersucht werden.³



Billige Arbeiterinnen und tüchtige Hausfrauen

Während sich bis zum Zweiten Weltkrieg die Zahl der in der Schokoladenfabrik beschäftigten Männer und Frauen in etwa die Waage hielt, war die weibliche Belegschaft in der Nachkriegszeit stark in der Überzahl. Demgegenüber besteht das Personal heute zu knapp zwei Dritteln aus Männern. Dies sind erste Hinweise auf Entwicklungsprozesse entlang einer geschlechtsspezifischen Trennlinie.

Die Arbeitsbedingungen in der Chocolat Tobler waren zu Beginn des 20. Jahrhunderts für Frauen anscheinend nicht sehr attraktiv. Hans Wirz, Sozialsekretär der Fabrik, hätte ansonsten 1920 nicht festgestellt, dass gerade im Kanton Bern schweizerische Frauen den Dienst im Fremdenverkehr der Fabrikarbeit vorziehen würden. Theodor Tobler habe sich deswegen gezwungen gesehen, für die schnell expandierende Fabrik ausländisches Personal zu finden.⁴

Tobler und mit ihm andere Unternehmer lohnintensiver und sich stark konkurrenzierender Branchen waren auf billige Arbeitskräfte angewiesen. Sie fanden diese insbesondere im nördlichen Italien, welches der schweizerischen Wirtschaft in diesen Jahren als Arbeitskräftereservoir diente.⁵ Insbesondere mit der Anstellung junger lediger Italienerinnen konnten die Löhne sehr tief gehalten werden.⁶ In Logierhäusern und in Arbeiterinnenheimen unter oft misslichen Bedingungen untergebracht, waren diese Frauen einer strengen Kontrolle unterworfen.⁷ Zumeist wurden die Unterkünfte (wie beispielsweise bei Cailler in Broc) von Menzinger Ordensschwestern geführt.⁸ Auch die Chocolat Tobler richtete um 1914 gegenüber der Fabrik eine Unterkunft für ausländische Arbeiterinnen ein.⁹ Im Gegensatz zu Heimen in katholischen Kantonen wurde es jedoch nicht von Ordensschwestern geleitet, und nach wenigen Jahren führten die Bewohnerinnen ihre Unterkünfte gar in eigener Regie. Auf welchen Wegen die jungen Italienerinnen nach Bern kamen, ist nicht bekannt. Möglicherweise wurden sie über die italienischen Geschäftsverbindungen des Unternehmens angeworben – 1905 hatte Tobler die Turiner Schokoladenfabrik Talmone übernommen. Hohen sittlich-moralischen Normen unterworfen, wären diese Frauen vermutlich nicht unbegleitet in die Schweiz (und schon gar nicht in das protestantische Bern) gekommen.

Im gleichen Gebäude wie das Arbeiterinnenheim waren der Speisesaal sowie Unterrichtsräume für das Personal untergebracht. Hier wurden nicht nur Handelsfächer, sondern auch Haushaltsführung unterrichtet. Verheiratete Unterschichtsfrauen waren zumeist überlastet durch industrielle Erwerbs-, Haus- und Familienarbeit und kaum in der Lage, allen Anforderungen zu genügen. Als Lösung sahen bürgerliche und industrielle Kreise aber nicht etwa eine Anhebung der sehr tiefen Löhne – primär sollten Frauen auf



Zimmer im Arbeiterinnenheim, das vor allem der Unterbringung der italienischen Gastarbeiterinnen diente, um 1920.



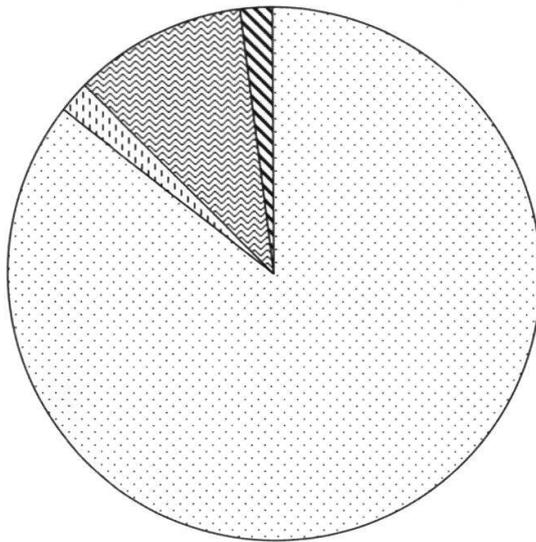
ihre familiären Reproduktionsleistungen zurückgebunden werden. Wenn sie aus existenziellen Gründen auf einen Erwerb angewiesen waren, sollten sie mittels Haushaltungskursen dazu befähigt werden, ihre häuslichen Verpflichtungen speditiv und zur Zufriedenheit der anderen Familienmitglieder zu verrichten.¹⁰ Dies kam auch den Unternehmern zugute: Um den menschlichen «Motor» leistungsfähig zu erhalten, waren gut genährte, zufriedene Arbeiter nötig – versorgt von tüchtigen Hausfrauen.¹¹ Der grundlegende Misstand – die ständige Überlastung vieler Arbeiterinnen – wurde damit jedoch nicht behoben.

Auch in der Chocolat Tobler hatte der betriebseigene Sozialsekretär besorgt festgestellt, dass den jungen Arbeiterinnen bei der Fabrikarbeit «Zeit, Lust und Liebe zur Ausbildung in Haus- und Küchengeschäften verloren» gehe. Daher seien Haushaltungskurse «eine treffliche Vorbereitung der Mädchen für ihren späteren Hausfrauenberuf».¹² Theodor Tobler liess aber nicht nur verschiedene Haushaltungskurse durchführen, sondern die Teilnahme an diesen Kursen auch im gleichen Umfang entlohnen wie die Arbeit in der Fabrik.

Unterschiedliche Tätigkeitsfelder für Männer und Frauen

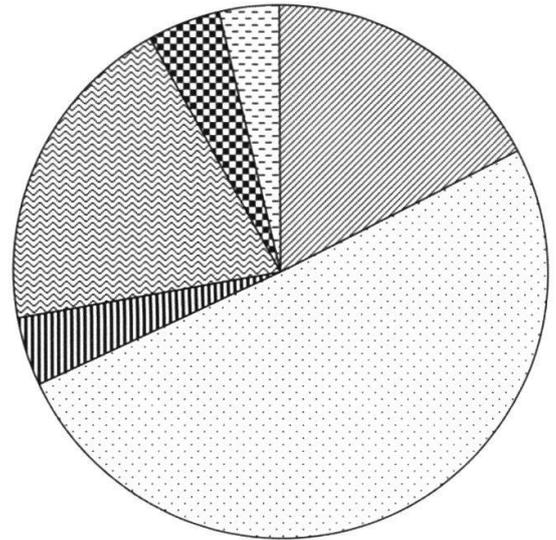
1913 war die Hälfte der Männer in der Ein- und Ausformerei tätig, 20% waren im Magazin und der Rest in sieben weiteren Bereichen beschäftigt. Zur gleichen Zeit arbeiteten drei Viertel aller Frauen in der Pliage, wo die Schokoladestücke von Hand eingewickelt und verpackt wurden. Diese starke Konzentration der Frauen auf manuelle, unqualifizierte Tätigkeiten

Arbeitsbereiche Frauen (1913)



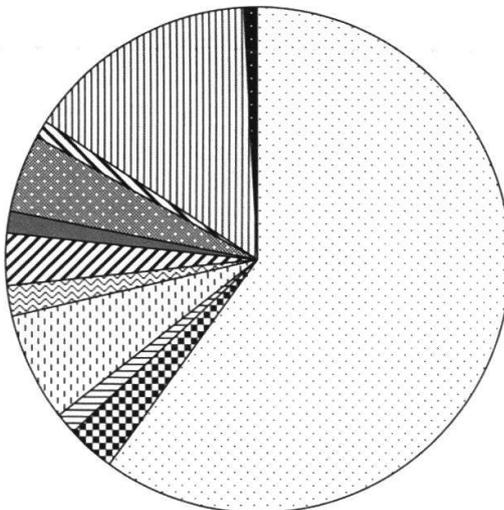
□ Pliage □ Ausformerei □ Mandelzimmer □ Aufseherinnen

Arbeitsbereiche Männer (1913)



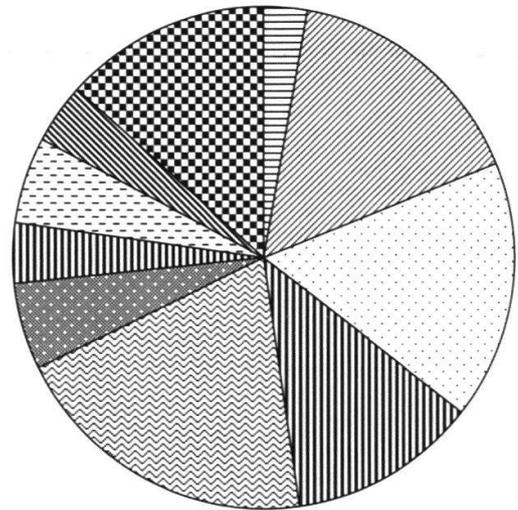
□ Maschinensaal Kakao □ Ein-/Ausformerei □ Confiserie
 □ Magazin □ Diverses □ Schlosser, Heizer, Elektriker

Arbeitsbereiche Frauen (1958)



□ Pliage □ Kakaowickelsaal □ Propaganda
 ■ Putzerinnen □ Cartonnage □ Aufseherinnen
 □ Ausformerei □ Mandelzimmer F □ Magazin
 □ Confiserie ■ Büro/Labor

Arbeitsbereiche Männer (1958)



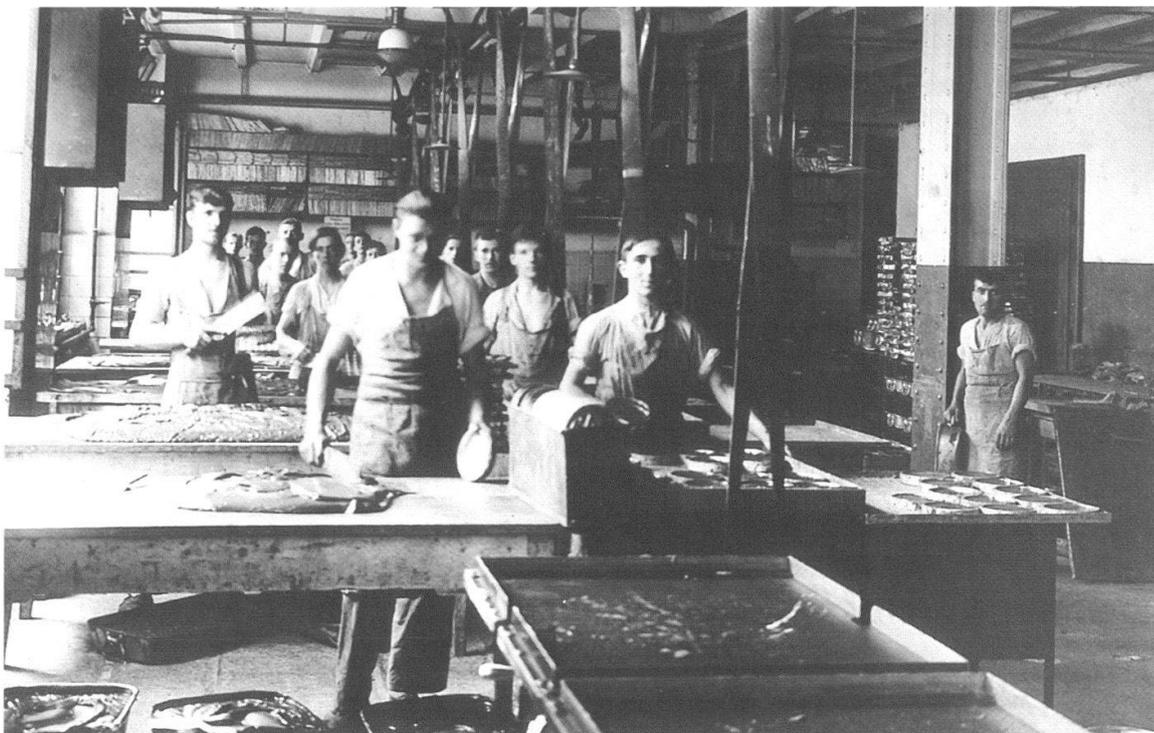
□ Vorarbeiter □ Maschinensaal Kakao
 □ Magazin □ Spedition, Lager
 □ Schreiner, Kistenmacher □ Diverses
 □ Ein-/Ausformerei □ Confiserie
 □ Buchbinderei, Cartonnage □ Schlosser, Heizer, Elektriker

Gegenüberstellung der Frauen- und Männerarbeitsplätze von 1913 und 1958: Während sich die Männer spezialisierte Arbeitsbereiche aneignen konnten, verblieb der Hauptteil der Frauen in der unattraktiven Pliage.

schwächte sich bis 1958 etwas ab. In der Ein- und Ausformerei – einer Domäne der Männer – wurde Anfang der 1920er-Jahre aufgrund technischer Innovationen der Personalbestand innerhalb von fünf Jahren mehr als halbiert (89 statt 195 Arbeiter). Ein weiterer Personalabbau bei den Männern konnte in der Folge durch ein verbreitertes Spektrum an spezialisierten Tätigkeiten verhindert werden. Gegenüber der «Frauenarbeit» hatte dies zwei Vorteile: Diese Arbeitsbereiche wurden besser entlohnt als die unqualifizierte Arbeit¹³ in der Pliage, waren für ein reibungsloses Funktionieren der Fabrik unentbehrlich und damit weniger leicht einsparbar.

Die weitere Modernisierung wirkte sich insbesondere auf das Gros der ungelernten Frauen aus: Ab Ende der 1960er-Jahre wurde ihre Zahl in der zunehmend automatisierten Produktion und Verpackung konstant verkleinert.¹⁴ Doch auch veränderte Unternehmensstrategien beeinflussten den Personalbestand. So wurde im Zuge der Fusion mit Suchard und insbesondere nach der Übernahme durch Klaus J. Jacobs die Produktpalette stark eingeschränkt, und die verschiedenen Tätigkeitsfelder wurden in Bern beziehungsweise Serrières konzentriert. Von den entsprechenden Entlassungen waren Männer wie Frauen betroffen, allerdings mit einer grossen Ausnahme: In der mit modernster Technologie ausgerüsteten Fabrikationsstätte in Bern-Brünnen wurden in der Pliage 93 Arbeiterinnen überflüssig.¹⁵

Auf die sehr frühe Rationalisierung bei den Männern Anfang der 1920er-Jahre folgte damit mit grosser zeitlicher Distanz ein Personalabbau



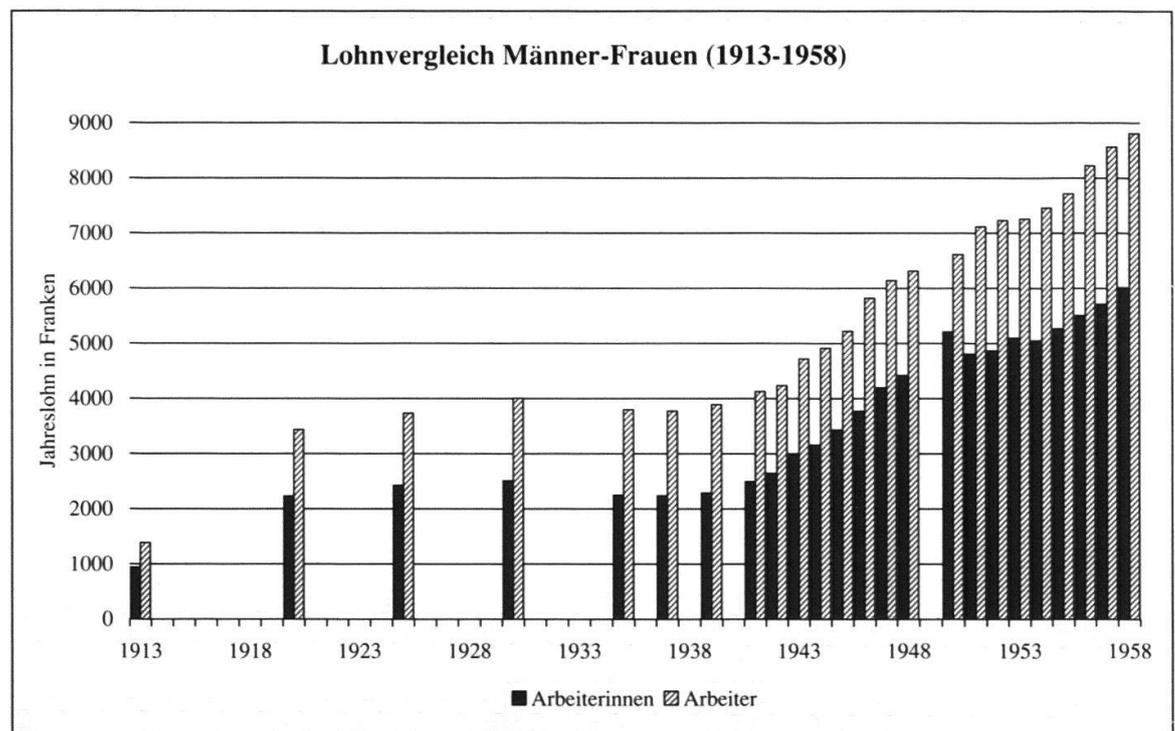
Die Einformerei im Jahr 1906. Sie war bis Anfang der 1920er-Jahre der wichtigste Arbeitsbereich für Männer. Hier wurde die Schokolade in Formen gepresst.

bei den Frauen. Entsprechend änderte sich auch das zahlenmässige Verhältnis: Waren in den 1950er-Jahren beinahe zwei Drittel aller Beschäftigten Frauen, so waren es im Jahr 2000 lediglich noch 37% – die betrieblichen Veränderungen der letzten Jahre erfolgten auf Kosten der Frauen. Dazu trugen aber auch gesetzliche Schutzmassnahmen bei: Mit der Einführung des Dreischichtenbetriebs in den 1990er-Jahren wurden aufgrund des Nachtarbeitsverbotes für Frauen erstmals Männer in der Platte als Maschinenführer eingesetzt. Sie übernahmen einen Teil der qualifizierteren Frauenarbeitsplätze.

Löhne und Sozialleistungen

Bedingt durch die kleineren Löhne und die zumeist kürzere Betriebszugehörigkeit¹⁶ waren Frauen im Bereich der Sozialleistungen deutlich schlechter gestellt. Dazu kamen verschiedene, Frauen benachteiligende Feinheiten des auf männliche Familienoberhäupter ausgerichteten Versicherungssystems. Dies war umso gravierender, als Frauen sich weit häufiger als ihre Kollegen in der sozial schwachen Position von Verwitweten und Geschiedenen befanden.

Das etwa ein Drittel tiefere Einkommen der Frauen glich sich jenem der Männer nach dem Krieg zwar etwas an, und 1971 wurde eine neue Arbeits-



Bis nach dem Zweiten Weltkrieg betrug die Lohndifferenz zwischen Frauen und Männern etwa ein Drittel.

und Leistungsbewertung eingeführt.¹⁷ Möglicherweise stand diese Änderung in Zusammenhang mit dem im gleichen Jahr auf Bundesebene eingeführten Stimm- und Wahlrecht der Schweizerinnen, denn die Öffentlichkeit war zu diesem Zeitpunkt hoch sensibilisiert für die «Frauenfrage». Aufgrund der unterschiedlichen gesellschaftlichen Bewertung von Männer- und Frauenerwerbsarbeit bewirkte das neue System jedoch keine Aufhebung des geschlechtsspezifischen Lohngefälles. Auch mit dem Gesamtarbeitsvertrag von 1978, in welchem geschlechtsneutrale Grundlöhne festgehalten waren, blieben Diskriminierungen bestehen. Erst die 1992 ausgehandelte, neue Lohnstruktur – die bisherigen zwei Lohnskalen für Berufsleute und Übrige wurden vereinheitlicht – brachte für viele Frauen schliesslich wesentliche Verbesserungen: Die Einstufung in eine besser bezahlte Lohnkategorie bewirkte bis zu 15,6% höhere Löhne, während für Männer mit tieferen Arbeitsplatzbewertungen Besitzstandwahrung galt. Umstrukturierungen trugen zudem zur Aufhebung geschlechtsspezifischer Arbeitsplätze – und damit unterschiedlicher Löhne – bei.

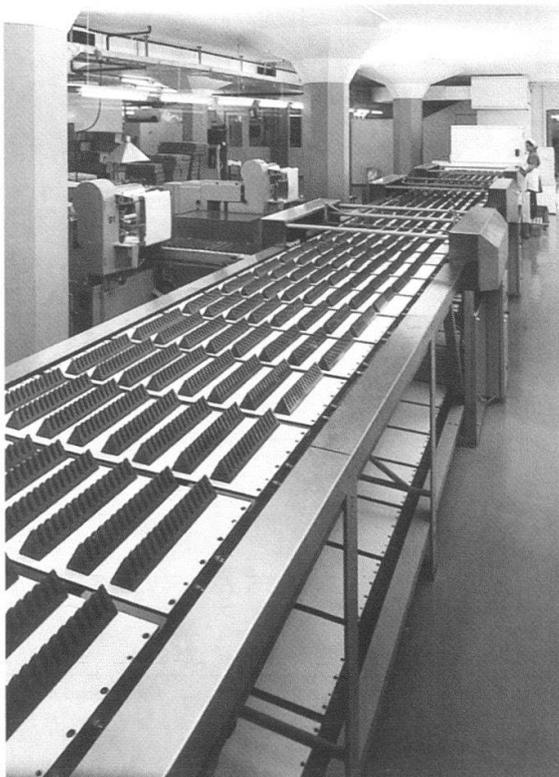


Neben der Pliage war der Kakaowickelsaal ein weiterer bedeutender Arbeitsort für Frauen, Bild aus der Nachkriegszeit.

Erwerbs-, Hausarbeit und Freizeit

Damit die Arbeiterinnen ihren häuslichen Pflichten nachkommen konnten, führte die Chocolat Tobler 1907 unterschiedliche Mittagspausen ein: Die Frauen hatten eine halbe Stunde früher Mittag als die Männer (um 11.30 statt um 12.00 Uhr; am Nachmittag mussten diese 30 Minuten nachgearbeitet werden), damit sie für ihre Familien kochen konnten. In Fabriknähe wohnhafte Arbeiterinnen eilten dann nach Hause. Frauen mit längeren Arbeitswegen konnten diese «nutzlos» lange Mittagspause erst seit Einführung der gleitenden Arbeitszeit (1971) verkürzen und mit den abendlichen Hausarbeiten nun entsprechend früher beginnen.

Aufgrund der saisonalen Ausrichtung der Schokoladeproduktion auf das Weihnachts- und Ostergeschäft wurde ein grosser Teil der Arbeiterinnen zeitlich befristet eingesetzt. Demgegenüber war die qualifizierte Männerarbeit das ganze Jahr hindurch unentbehrlich. Mit der Personalknappheit der 1960er-Jahre wurden erstmals teilzeitliche Anstellungsverhältnisse für Frauen möglich: 1969 wurde in Bern eine Abendschicht für Frauen eingeführt, und ab 1971 bis zum Einbruch der Konjunktur konnten sie in der neuen Abpackungsstätte in Schwarzenburg Teilzeit arbeiten. Eigentliche Manövriermasse im Zuge konjunktureller und saisonaler Schwankungen waren auch jene Frauen, die ab Mitte der 1960er-Jahre in einer Zweigstelle in Interlaken Packarbeiten für die Weihnachts- und Ostersaison erledigten.¹⁸



Rationalisierung führt zu Personalabbau. Kontrollperson an der 1974 in Betrieb genommenen Eintafelanlage.

Am Abend trafen sich die Arbeiter oft am Stammtisch oder für gewerkschaftliche Aktivitäten. Die Arbeiterinnen hingegen kehrten zu ihren Familien zurück, um die aufgeschobenen Hausarbeiten zu erledigen. Zudem mussten Gartenarbeiten ausgeführt werden, galt es doch, das karge Einkommen mittels selber angebauter Produkte aufzubessern. Diese Mehrfachbelastung hinderte viele Frauen mit Familienpflichten daran, sich in den firmeneigenen Freizeitvereinen zu engagieren. Auch in der Gewerkschaftsarbeit widerspiegelten sich die verschiedenen Lebensbedingungen von Männern und Frauen. Im VHTL waren überwiegend Männer aktiv, ebenso in der Arbeiterkommission. Die vereinzelt stark präsenten Frauen engagierten sich in der allgemeinen Gewerkschaftsarbeit – frauenspezifische Verbesserungen wurden erst gegen Ende des Jahrhunderts durchgesetzt.¹⁹

Mentale Strukturen

Der bis gegen Ende des 20. Jahrhunderts bestehende gesellschaftliche Konsens über männer- und frauenspezifische Tätigkeitsgebiete war nicht alleine in den konkreten Lebensbedingungen, sondern auch in den mentalen Strukturen verankert. Umso einschneidender war es, wenn ein Leben lang eingeübte Rollen plötzlich nicht mehr galten. So mussten beispielsweise Witwen in einer ihnen weitgehend fremden öffentlichen Sphäre agieren, mit Behörden verkehren und sich mit finanziellen Angelegenheiten vertraut machen. Eine ehemalige «Toblerianerin» beschrieb dies im «Senioren-Journal» des Unternehmens noch 1994 sehr anschaulich und verband mit diesen für sie neuen Erfahrungen gleich einen Aufruf: «Las[s]t nicht alles Eure Männer machen, Bank/Postwesen, Steueramt usw. Schaut hin und wieder über ihre Achseln. Ganz plötzlich muss man sehr selbständig handeln. Ohne Erbarmen kommt all der Behörde[n]kram auf uns zu. Auch den lieben Ehemännern möchte ich zurufen: [K]ümmert euch etwas um den Haushalt, es ist nicht nur Betten machen, Schuhputzen und kochen. Nein, da steht auch noch die Waschmaschine, das Bügelbrett usw. So plötzlich steht man eben allein da. Ich muss[te] zum ersten Mal in meinem Leben die Steuererklärung ganz allein bewältigen [...]. [Es] war alles in bester Ordnung. Wieder ein Triumph. Ich war sogar stolz auf diese Tat.»²⁰

Fazit

Die Arbeitsbereiche von Arbeiterinnen und Arbeitern in der Chocolat Tobler waren bis in die jüngste Zeit weitgehend getrennt und spiegeln die lange (und zum Teil noch heute) gültige gesellschaftliche Rollenverteilung von

Männern und Frauen. Es sind eindeutige geschlechtsspezifische Gegenüberstellungen möglich. Die Aufteilung entsprach der eingangs beschriebenen gesellschaftlichen Übereinkunft – der Trennung in attraktivere, da besser entlohnte und weniger leicht ersetzbare «Männerarbeit» und monotone, manuelle, schlecht bezahlte und eher rationalisierbare «Frauenarbeit».

Anmerkungen

- ¹ Die Arbeitssituation von Frauen in Bern ist ausführlich besprochen bei: Ziegler Béatrice: Frauen in Bern und Biel. Soziale Situation und gesellschaftliche Diskurse (1919–1945) unter dem Einfluss von Krise und Krieg. Zur Geschlechterordnung der Zwischenkriegszeit und des Zweiten Weltkrieges in der Schweiz, Habil. Zürich 1998 (Ms.). Allgemein zur Situation von Arbeiterinnen vgl. insbesondere: Wiedmer Hans-Rudolf: Arbeit im Industrialisierungsprozess. Veränderungen industrieller Arbeitsbedingungen in der Schweiz 1880–1914, Zürich 1989, S. 129–156; Pesenti Yvonne: Beruf: Arbeiterin. Soziale Lage und gewerkschaftliche Organisation der erwerbstätigen Frauen aus der Unterschicht in der Schweiz, 1890–1914, Zürich 1988; Joris Elisabeth, Heidi Witzig (Hg.): Frauengeschichte(n). Dokumente aus zwei Jahrhunderten zur Situation der Frauen in der Schweiz, Zürich 1986, S. 83–85, 187–210; Wecker Regina: Zwischen Ökonomie und Ideologie. Arbeit im Lebenszusammenhang von Frauen im Kanton Basel-Stadt 1870–1910, Zürich 1997.
- ² Bericht des Eidg. Fabrikinspektors des II. Kreises an das BIGA, Sektion 1, Aarau, 11. März 1933, in: Umschlag 42: Anteil der weiblichen Arbeit in der Industrie, 1933; Bundesarchiv E 7202 (–)/1: HLD, Eidg. Fabrikinspektorate, 7202/001, Bd. 6.
- ³ Die folgenden Ausführungen beziehen sich insbesondere auf die Arbeiterinnen und Arbeiter, nicht auf die Angestellten der Chocolat Tobler.
- ⁴ Wirz Hans: Soziale Fürsorge-Einrichtungen, in: *Jurnalo Tobler*, 2 (1921), Heft 1, S. 10.
- ⁵ Ausführlich zur Immigration: Holmes Madelyn: *Forgotten migrants. Foreign workers in Switzerland before World War I*, London 1988.
- ⁶ Die Verpflichtung junger Schweizerinnen als aktive Unternehmensstrategie führte 1939 dazu, dass sich der VHTL gegen die Aussetzung älterer Frauen wehren musste. Vgl. dazu Jahresbericht VHTL 1939, S. 5, Archiv VHTL Bern.
- ⁷ Vgl. dazu Pesenti (wie Anm. 1), S. 82–94.
- ⁸ Vgl. dazu Page Marie-Thérèse: *L'ouvrière chocolatière de la fabrique de Broc. Conditions de travail et vie quotidienne (1898–1939)*, in: *Itinera*, 2/3 (1985), S. 195–210.
- ⁹ Eine erste Nennung findet sich im Fabrikinspektorenbericht über die Chocolat Tobler von 1914, Eidg. Fabrikinspektorat II. Kreis, 1919–1939, Bundesarchiv, E 7202 (–)/1, Bd. 20. Für 1924 vermeldete der Inspektor, die Schlafräume seien aufgehoben worden. Vermutlich hing dies mit der sehr stark abnehmenden Zahl der italienischen Arbeiterinnen zusammen: 1913 waren es 192 gewesen, 1925 aber nur noch 35. Vgl. dazu auch Wirz (wie Anm. 4), S. 10–12.
- ¹⁰ Zur Frauenerwerbsfrage und dem Problem ihrer Vereinbarkeit mit der häuslichen Arbeit vgl. Mesmer Beatrix: *Ausgeklammert – Eingeklammert. Frauen und Frauenorganisationen in der Schweiz des 19. Jahrhunderts*, Basel, Frankfurt a.M. 1988, S. 112–147; Renold Ursula: «Wo das Männliche anfängt, da hört das Weibliche auf!» Frauenberufsdiskussionen im Spiegel der sozioökonomischen Entwicklung (1860–1930), Diss. Bern 1997, S. 108–144; Tanner Jakob: *Fabrikmahlzeit. Ernährungswissenschaft, Industriearbeit und Volksernährung in der Schweiz 1890–1950*, Zürich 1999, S. 113–126; Joris/Witzig (wie Anm. 1).
- ¹¹ Zum Zusammenhang von Wissenschaft und Industriearbeit vgl. Pietsch Eva: «Bleiche Lippen und hektische Wangen, flache Brust und blasse Haut», in: Bielefelder Graduiertenkolleg

Sozialgeschichte (Hg.): Körper Macht Geschichte – Geschichte Macht Körper. Körpergeschichte als Sozialgeschichte, Bielefeld 1999, S. 248–271; Sarasin Philipp, Jakob Tanner: Einleitung, in: Sarasin Philipp, Jakob Tanner (Hg.): Physiologie und industrielle Gesellschaft. Studien zur Verwissenschaftlichung des Körpers im 19. und 20. Jahrhundert, Frankfurt a. M. 1998, S. 12–43.

¹² Wirz (wie Anm. 4), S. 10.

¹³ Für so genannt «unqualifizierte» Tätigkeiten waren sozialisationsbedingte Fähigkeiten wie manuelle Geschicklichkeit oder Ausdauer unabdingbar, wurden aber weder lohn- noch prestigemässig honoriert.

¹⁴ Diese Rationalisierungsbestrebungen standen auch mit dem konjunkturbedingten Personal-mangel in Zusammenhang.

¹⁵ Zu ihrem nicht ganz geräuschlosen Abgang vgl. die «Tagwacht» vom 12.12.1984, «Der Bund» vom 12. und 15.12.1984 sowie vom 27.4.1985 und die «Berner Zeitung» vom 15.1. und 11.5.1985.

¹⁶ Die Bemühungen der Chocolat Tobler, in den 1920er- und 1930er-Jahren eine Stammarbeiterschaft zu bilden, verliefen bei den Männern weit erfolgreicher als bei den Frauen. Vgl. dazu Ziegler (wie Anm. 1), S. 108–110. Zur Lohnfrage vgl. den Beitrag von Christian Holliger und Yvonne Leimgruber in diesem Band.

¹⁷ Vgl. dazu Aktiengesellschaft Chocolat Tobler: Broschüre. Arbeits- und Leistungsbewertung, Bern 1971.

¹⁸ Geschäftsbericht 1966, S. 8, Archiv Suchard-Tobler, Musée d'art et d'histoire Neuchâtel. Frauenkreise hatten Ende der 1950er-Jahre begonnen, Teilzeitstellen als Möglichkeit der Verbindung von Erwerbs- und Hausarbeit zu propagieren.

¹⁹ Zu weiteren Ursachen der fehlenden Interessenvertretung (wie geringere Kontinuität der Berufsarbeit, auf Männer ausgerichtete gewerkschaftliche Strukturen, mangelnde Ausbildung oder niedere Löhne) vgl. Pesenti (wie Anm. 1), S. 157–211, und Studer Brigitte: Genre, travail et histoire ouvrière, in: Studer Brigitte, François Vallotton: Histoire sociale et mouvement ouvrier. Un bilan historiographique 1848–1998, Lausanne, Zürich 1997, S. 63–88.

²⁰ Senioren Journal JST, Bulletin 65, September 1994, S. 6.

Fabrikleben – ehemalige Tobler-Arbeiterinnen und -Arbeiter erzählen

Marianne Flubacher, Kathrin Moser

«Wenn abends die Fabriksirene gellte, ergossen sich die Scharen der Arbeiter und Arbeiterinnen aus Toblers Fabriktor, und dieses Ausströmen von Menschen, die den Tag über mit etwas beschäftigt gewesen waren, was zu guter Letzt zu den begehrten Schokoladetafeln und Pralinen führte, dieses In-die-Freiheit-Gelangen, das das Gegenbild von Gefangenschaft und Gleichschal-



Fünf ehemalige Fabrikarbeiterinnen und -arbeiter erzählen von ihrer Arbeit in der Chocolat Tobler.

V.l.n.r: Lydia Pfeiffer, Hedwig Gygax, Biagio Giusto und Erika Sommer (Fritz Wäfler fehlt).

tung war, erteilte den einzigen Anschauungsunterricht von Arbeit, den das Quartier bot...»¹: Für den Schriftsteller Paul Nizon, der in der Berner Länggasse aufgewachsen ist, wird die Toblerfabrik im literarischen Rückblick auf die Jugend zum Symbol für freiheitsberaubende, monotone Arbeit. Tausende von Frauen und Männern haben die Fabrik von innen erlebt. Fünf ehemalige Arbeiter und Arbeiterinnen erzählen aus ihrem Tobler-Leben.

Fritz Wäfler: «Nid jedermas Sach»

Fritz Wäfler ist bei Verwandten auf einem Bauernhof im Entlebuch aufgewachsen. Weil er keine Lehrstelle findet, nimmt er Ende der Vierzigerjahre verschiedene Gelegenheitsarbeiten an. Im Herbst 1950 – die Weihnachtsfabrikation bei Chocolat Tobler ist in vollem Gang – erhält Wäfler in der Schokoladefabrik eine Anstellung. Vorerst ist er in der Conchen-Abteilung tätig. Hier wird die Schokolademasse in muschelförmigen Kesseln, den so genannten Conchen, während 72 Stunden mit Eisenwalzen hin- und hergerührt, bis sie flüssig wird. In dieser Abteilung wird auch nachts gearbeitet, die Schicht dauert von 22 bis 6 Uhr: «Das isch sträng gsy, u ou nid jedermas Sach.» Im Conchen-Saal herrscht grosse Hitze. Wäfler denkt, dass er es hier nicht lange aushalten wird: «Die erschte drei Tag bim Tobler hei mir nid gfaue.» Doch Wäfler bleibt lange: 36 Jahre, bis zur Pensionierung.

Wegen der strengen Hygienevorschriften müssen die Maschinen in der Conchen-Abteilung regelmässig gereinigt werden. Hin und wieder gibt es böse Überraschungen. So etwa, wenn im Keller ein Schokoladetank wegen eines technischen Defekts überläuft und die braune Masse über den Boden fliesst. Nach einem solchen Zwischenfall sind die Reinigungsarbeiten besonders mühevoll.

Nach einigen Jahren wechselt Fritz Wäfler in den ersten Stock. Hier ist er fortan für die Bestellungen der Zutaten verantwortlich. Anfänglich traut sich der Beförderte die neue Arbeit gar nicht zu: «I bi Vorarbeiter worde, ohni richtig aaglehrt zwärde.» In dieser Zeit wird er nachts immer wieder von ähnlichen Träumen verfolgt: Er chauffiert einen Car, obwohl er keinen Führerschein besitzt. Doch er gelangt stets heil ans Ziel. Oder er muss auf einem schmalen Brett ein Jaucheloch überqueren, was ihm am Schluss ebenfalls gelingt.

Im Dezember 1985 zieht Fritz Wäfler in die neue Fabrik nach Brünnen. Hier erledigt er verschiedene Arbeiten, bis er ein Jahr später in Pension geht: «Denn han ig my Sach gmacht gha!» Angefangen hat Wäfler mit einem Monatslohn von 360 Franken, am Ende seiner Tobler-Zeit verdient er etwas über 3000 Franken. Damit hat er eine vierköpfige Familie ernährt: «Mir sy geng uscho mit däm, wo mir hei gha.»

Lydia Pfeiffer: «E Wohnig mit Badzimmer»

Schon ihr Vater hat bei Chocolat Tobler gearbeitet, im Parterre in der Conchen-Abteilung. Er sei ein engagierter Gewerkschafter gewesen, erzählt Lydia Pfeiffer, und er habe sich sehr um die Arbeiterschaft gekümmert: «Di isch ihm wichtiger gsy aus mir Ching.» Die Arbeitertochter ist zehnjährig, als die Familie in eine Tobler-Wohnung in der Länggasse zieht. Als Kind spielt sie häufig vor der Fabrik.

1953 steigt auch Lydia Pfeiffer bei Tobler ein und übernimmt eine Saisonstelle, die ihr aber keine sichere Existenz bietet. Sie hat inzwischen selber Kinder und wohnt wieder in der Länggasse. Als Wicklerin packt sie zusammen mit sieben weiteren Frauen Tannzapfen, Samichläuse und andere Figuren in Cellophanpapier ein. Im Wickelsaal im zweiten Stock sind ausschliesslich Frauen beschäftigt: «D Scheffe hingäge sy geng Manne gsy.» Die Arbeit muss flink verrichtet werden. Fleissige Arbeiterinnen werden mit einem Zuschlag von maximal 35 Rappen pro Stunde belohnt.

Während Lydia Pfeiffer in der Schokoladefabrik am «Wickeln» ist, besorgt ihre Mutter den Haushalt und kümmert sich um die zwei älteren schulpflichtigen Kinder. Das Jüngste bringt Lydia Pfeiffer am Morgen in die städtische Kinderkrippe. Mittags treffen sich alle zum gemeinsamen Essen. Ihr Ehemann lebt in diesen Jahren nicht zu Hause. Er wohnt und arbeitet in Genf, da er in der Deutschschweiz keine Arbeit gefunden hat.

1956 erhält Lydia Pfeiffer eine Festanstellung in der Kartonage. Sie verteilt den sechs Mitarbeiterinnen Kartons zum Heften. Die neue Arbeit gefällt ihr nicht besonders. Noch im selben Jahr zieht sie mit ihren Kindern ins Murifeld, «in e Wohnig mit eme Badzimmer», und gibt ihre Arbeit beim «Töbu» auf: «Der Arbeitswäg isch mir z wyt gsy.»

Erika Sommer: «Viel Schönes erlebt»

Die in Deutschland aufgewachsene Erika Sommer, ledig und kinderlos, hat über 40 Jahre bei Tobler gearbeitet. Als sie 1946 eintritt, ist ihre erste Station der Expresstisch. Hier werden kurzfristige Bestellungen bereit gemacht. Ihr erster Stundenlohn beträgt 76 Rappen. Ferien hat sie drei Tage pro Jahr. Im Lauf der Jahre steigt ihr Lohn, und nach 15 Betriebsjahren hat sie Anrecht auf drei Wochen Ferien. Vom Expresstisch wechselt Erika Sommer später in die Musterabteilung, wo sie und ihre Kolleginnen die Schachteln gemäss den Vorlagen mit Pralinen füllen und Spezialanfertigungen herstellen: Geschenke für die Jubilarinnen und Jubilare sowie für Staatsbesuche: «Einmal war Montgomery bei uns in der Fabrik.» 1987, zwei Jahre vor ihrer Pensionierung, wird Erika Sommer zur Vorarbeiterin befördert. Der Betrieb in der

Erika Sommer an der Arbeit im Musterzimmer, Anfang 1960er-Jahre.



Länggasse ist nun eingestellt und die Schokoladeproduktion nach Brünnen verlegt, ein Musterzimmer gibts am neuen Arbeitsort nicht mehr. Sie habe bei Tobler «viel Schönes erlebt», obwohl es hin und wieder Zeiten gab, in denen man befürchten musste, den «blauen Brief» zu erhalten.

Hedwig Gygax: «Bir Fusion sy mir e chli hässig gsy über di Here Aktionäre»

Hedwig Gygax kommt Ende der Vierzigerjahre aufgrund eines Zeitungsinsertes zu Chocolat Tobler. Sie steigt als Saisonarbeiterin ein und erhält nach zwei Jahren eine feste Anstellung. Am Fließband füllt sie Schachteln auf, später befördert sie die schweren, mit Schokolade gefüllten Paletten von den Maschinen zu den Fließbändern, zuerst ohne Transportmittel, dann mit einem Stapler. Hedwig Gygax ist verheiratet und hat eine Tochter, die sie während der Arbeitszeit in die Obhut ihrer Schwiegermutter geben kann.

Die Mitgliedschaft in der Gewerkschaft ist in der ersten Zeit bei Tobler obligatorisch: «Entweder chömet dir i d Gwärkschaft u leischtet e Bytrag oder dir syt i 14 Tag dusse.» Zuerst sei sie der Gewerkschaft eher skeptisch gegenüber gestanden, erklärt Hedwig Gygax lachend. Später habe sie ihre Meinung geändert. Noch heute profitiere sie von der Mitgliedschaft: Ihre Steuererklärung wird gratis ausgefüllt, und jedes Jahr erhält sie Reisemarken.



«Einmal war Montgomery bei uns in der Fabrik.» Der Feldmarschall besichtigt die Toblerone-Produktion, links von ihm der junge Direktor Tell Sandoz, um 1950.

Hedwig Gygax ist ein Morgenmensch. Die gelegentliche Frühschicht, die um fünf Uhr beginnt, bereitet ihr deshalb keine Mühe. Sie schätzt das angenehme Arbeitsklima: Nicht nur das Verhältnis unter den Arbeiterinnen sei gut gewesen, sondern auch jenes zu den Vorgesetzten. Auch mit den Italienerinnen kommt Hedwig Gygax gut aus. In den 1960er-Jahren kommen viele Tobler-Arbeiterinnen und -Arbeiter aus Italien. In der Region Bern ist es schwierig, genügend Arbeitskräfte zu finden. Deswegen habe die Firma Tobler in Interlaken im Hotel Bahnhof einen Saal gemietet, in welchem 20 bis 25 Frauen aus der Umgebung Tobler-Schokolade verpackt hätten, erinnert sich Hedwig Gygax.

Eine ihrer Lieblingstätigkeiten ist das Abpacken der Schokolade. Sorgfältig werden Schleifen um die Schachteln gewickelt, und die Frauen sind «amigs scho chli stolz gsy uf die schöne Mäscheli», sagt Hedwig Gygax. Später wird die Arbeit in der Fabrik durch vermehrten Einsatz von Maschinen erleichtert, doch herrscht nun mehr Hektik. Die Produktion wird beträchtlich gesteigert, die Anzahl der Produkte sinkt.

Der Zusammenschluss von Chocolat Tobler mit Suchard 1970 führt bei dem Personal zu Verunsicherung. Es weiss nicht, ob seine Arbeitsplätze erhalten bleiben: «Bir Fusion sy mir e chli hässig gsy über di Here Aktionäre. Itz hei si wider zweni gseh, itz müesse si dä Tobler no verchouffe.» Einen

Ehrung Erika Sommers anlässlich ihrer 25-jährigen Betriebszugehörigkeit im Jahr 1973.



Vorteil bringt die Fusion jedoch mit sich. Von nun an haben die Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen Anrecht auf eine Pension. Dies hat sich Hedwig Gygax stets gewünscht, denn das Geld, welches sie von Tobler ausbezahlt bekommen hätte, wäre schnell aufgebraucht gewesen. Viele Arbeiter und Arbeiterinnen befürchten aber hohe Pensionskassenbeiträge und treten der Kasse deshalb nicht bei.

Der Umzug nach Brünnen 1985 ist für sie «furchtbar gsy, i bi mit Träne i de Ouge ggange». Seit Hedwig Gygax pensioniert ist, nimmt sie regelmässig an den Zusammenkünften der ehemaligen Tobler-Mitarbeiterinnen teil. An kulturellen Anlässen, bei Ausflügen oder einem gemütlichen Essen werden Erinnerungen an die alten Zeiten ausgetauscht. Man trifft sich auch ab und zu in Brünnen beim «Schoggieinkauf».

Biagio Giusto: «Früecher sy mir meh e Familie gsy und hei chly gschpasset»

In Brünnen sei alles viel anonymer, sagt Biagio Giusto: «Wenn i am Morge i d Garderobe chume und e guete Morge wünsche, grüesse mi viu gar nid.» Heute sei die Arbeit mit mehr Stress und Hektik verbunden, doch sei sie abwechslungsreicher und weniger laut als früher. Man müsse nicht mehr den ganzen Tag an derselben Maschine stehen. Giusto arbeitet in Brünnen in der Putzequipe, zuvor war er für die Materialkontrolle und später für den Transport der Schokolade zuständig: «Da sy mir zwöi Lüt gsy u hei Überzyt

gmacht wie verrückt!» Eine Woche wurde ihnen ausbezahlt, den Rest konnten sie als Ferien beziehen.

Giusto kommt mit 16 Jahren aus Süditalien in die Schweiz. Bevor er am 13. Mai 1968 die Stelle bei Tobler antritt, besucht er einen sechsmonatigen Sprachkurs. Da er noch nicht mündig ist, kann er keinen eigenen Arbeitsvertrag abschliessen. Bis zu seinem 18. Lebensjahr ist er im Vertrag seiner Mutter mit eingeschlossen, die schon sieben Jahre in der Schokoladefabrik arbeitet. In diesen zwei Jahren bezahlt er demnach auch keine AHV-Beiträge: «Das isch scho no schad, de hätt i de zwöi Jahr früener chönne ufhöre mit schaffe. Aber itze, we me guet zwäg isch, geit me no wyter ga schaffe, das isch nid eso schlimm.» Die ersten 16 Jahre bei Chocolat Tobler verbringt Giusto im dritten Stock der Fabrik unter dem Dach in der Kartonage: «Uh, im Summer isch es dert obe heiss gsy.» Er steht jeden Tag 9 Stunden und 15 Minuten an der Stanzmaschine und stellt Verpackungsschachteln in nahezu 100 verschiedenen Formen her.

Ende der Sechzigerjahre arbeiten sehr viele Italiener und Italienerinnen bei Tobler, aber auch Spanier und Pakistaner: «D Schwyzer het me a eire Hang chönne abzeue.» Nach der Arbeit gehen Giusto und seine Arbeitskollegen jeweils ins Restaurant «Schweizerbund» ein Bier trinken, hin und wieder spielen sie gemeinsam Fussball oder treffen sich zum Kegelspiel: «Früecher sy mir meh e Familie gsy und hei chly gschpasset.» Auch mit seinen Vorgesetzten habe er sich gut verstanden. Diese seien hilfsbereit und verständnisvoll gewesen: «I säge geng, d Firma isch kei Mueter, aber si het vii für eim chönne erledige.» 20 Jahre hat er mit demselben Chef zusammengearbeitet, die beiden sind gut ausgekommen. Doch «einisch bin ig stärnsverrückt gsy, ha der Schurz abzoge u bi ggange.» Sein Chef habe ihn eingeholt: «Wo geisch häre?»; «I wott jetzt furt, i ha gnue!», habe er geantwortet. Doch Giusto ist bis heute geblieben. Wie viele andere auch.

Anmerkung

¹ Nizon Paul: Diskurs in der Enge, Frankfurt a. M. 1990, S. 16.

Von Nimrod über Tobler-o-rum zu Toblerone Pralinés. Ein Einblick in Reichtum und Wandel der Tobler-Schokoladen im Laufe eines Jahrhunderts

Franziska Zürcher

Den Namen Tobler verbinden die meisten in erster Linie mit der weltweit bekannten «Toblerone». Dass auch dunkle, helle und gefüllte Tafel-Schokoladen, Pralinés, Liqueurs, «Schoggi-Stängeli» und Schokoriegel, Osterhasen und Ostereier in den unterschiedlichsten Formen und Grössen, Weihnachtsschmuck aus Schokolade, Kakao und Kakaogetränke, Couverturen und Artikel für Confiseure – die Liste liesse sich noch stark verlängern – einmal Teil des riesigen Angebots von Tobler waren, ist weitgehend in Vergessenheit geraten. Tauchen wir deshalb ein in die Geschichte des reichhaltigen Sortiments von Chocolat Tobler und schauen uns an, was vor und hinter den weltberühmten Schokolade-Zacken mit Mandeln und Honig noch alles gesteckt hat.



Kleine Auswahl aus der Produktpalette von 1913.



14

Nicht nur Esschokolade, sondern auch Kakao war ein wichtiges Tobler-Produkt, 1940er-Jahre.

Tobler – die echte Schweizer Milkschokolade

Den Start ins Schokoladengeschäft machte die 1899 gegründete Schokoladenfabrik Tobler mit Milkschokolade, dunkler Fondant-Schokolade und vor allem mit dem «Cacao soluble» (einem leicht löslichen, mit alkalischen Salzen behandelten Kakao) in drei Qualitätskategorien.¹ Noch trugen die Schokoladen Bezeichnungen wie «Vanillé», «Fin» oder «Surfin», wie dies damals üblich war; fein verarbeitete Produkte waren in diesen Jahren noch keine Selbstverständlichkeit, und Tobler musste sich seinen Platz im bereits hart umworbenen Schokolademarkt erst erkämpfen. Die Konkurrenz schloß nicht und beschuldigte Tobler mehrmals, er ahme ihre Produkte nach – eine Praxis, die in diesen Jahren allerdings von vielen Fabrikanten gepflegt wurde. In rascher Folge kamen neue Artikel und damit Namen wie «Berna», «Amanda», «Mocca» und «Bijou» zum Sortiment dazu, fast alles Artikel, die sich bis in die Achtzigerjahre gehalten haben. Es war die Zeit, in der sich Markennamen langsam zu etablieren begannen und wohlklingende Produktmarken für den Verkauf mehr und mehr eine wichtige Rolle spielten. Mit der Erfindung der «Toblerone» im Jahr 1908 lancierte Theodor Tobler eine neue Art von Schokolade, und von nun an musste er sich selbst vor Nachahmungen in Acht nehmen: «Jedes Kind weiss, dass Toblerone, die allein echte und patentierte Schweizer Milkschokolade mit Honig und Mandeln, ein Leckerbissen ist. Lassen Sie sich deshalb nicht minderwertige Nachahmungen aufschwätzen»², hiess es in der Firmenzeitschrift «Jurnalo

Warnung.

Herr Chocolate-Fabrikant **J. Tobler** in **Bern** hat seit einiger Zeit seine Chocolate-Lebkuchen in einer Verpackung in den Handel gebracht, welche in ihrer **Gesamtwirkung** eine **täuſchende Nachahmung** der gefeßlich geschützten Marke des „**Chocolat Lindt**“ (aufwärts schreitender Bär in goldenem Feld mit darunter stehender Schrift „**Ours de Bern**“) enthält. Das Publikum wird daher gewarnt, sich durch solche Nachahmungen irreführen zu lassen.

Gegen Herrn **J. Tobler** ist wegen rechtswidriger Nachahmung der obgenannten Marke **Klage** angehoben worden und es wird die Klage auch auf die **Verkäufer der Toblerschen „Ours de Bern“** gemäß Art. 24, c. des Bundesgesetzes vom 26. September 1890 ausgedehnt werden müssen, wenn dieser Verkauf nicht sofort sistiert wird.

Bern, 27. Januar 1900. 3796

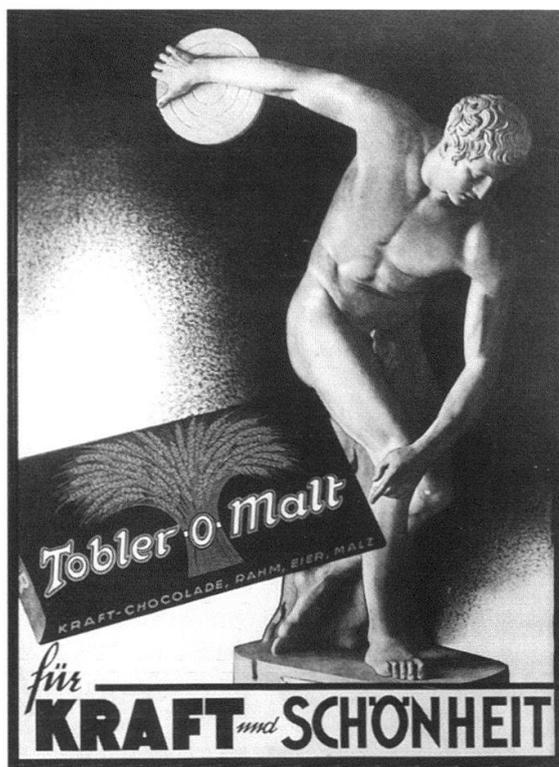
Namens der **A.-G. Vereinigte Berner u. Zürcher Schokolade-Fabriken Lindt u. Sprüngli**,
Der bevollmächtigte Anwalt:
E. Wyss, Fürsprecher.

Mit diesem Zeitungsinserat wurde Tobler der Produkt-Nachahmung beschuldigt. Anzeiger für die Stadt Bern, 29. Januar 1900.

Tobler» von 1920, und dennoch begleiten seit damals Nachahmungen aus aller Welt die «Toblerone». Tobler setzte von Anfang an auf «Qualität und Exklusivität». Er versuchte schon früh eigene Wege zu gehen und sich von der Konkurrenz abzuheben, indem er zum Beispiel besondere Tafelformen kreierte: Die «Nimrod» (von 1913) war rhombusförmig und die «Toblerido» sechseckig, während beim Spezialkakao «in Paketen mit der Bleiplombe» die Verpackung für besondere Qualität bürgte.

Energie-Schokoladen für Kraft und Schönheit

Die 1930er- und 1940er-Jahre waren geprägt durch die spezielle Situation der Weltwirtschaftskrise und des Zweiten Weltkrieges. Ein dauerhaftes Problem bildeten die sogenannten «Dissidenten», wie sie der Verwaltungsrat von Tobler nannte, also solche Produzenten, die sich nicht an der «Convention Chocolatière Suisse», dem Syndikat der Schokoladeindustrie, beteiligten. Sie unterboten das Angebot der Convention mehrfach, und man sah sich deshalb gezwungen, eine Schokolade zweiter Qualität, die «Volks-Milchschokolade», auf den Markt zu bringen. Bald stellte sich heraus, dass sich das lohnte, weil die Konsumentinnen und Konsumenten aufgrund der erschwerten wirtschaftlichen Situation sowieso vermehrt zu billigeren Schokoladen griffen. 1932 war das Geburtsjahr der berühmten «Tobler-o-rum»



Nahrhafte Schokoladen wie die «Tobler-o-Malt» waren Produkte der Mangelzeit. Auch in der Tobler-Werbung schlugen sich der Zeitgeist und die Ästhetik der 1930er-Jahre nieder: der gestählte Körper als höchstes Ideal, Werbung von 1934.

(heute noch bei Coop als «exclusivité» erhältlich). Laut Tobler handelte es sich bei dieser Schokolade «um einen ersten Versuch, Bonbons (Pralinés) in Tafelform auf den Markt zu bringen», und die Dreissigerjahre markierten auch den Beginn der «Fourré-» oder gefüllten Schokoladen. In diese Zeit fiel die Erfindung der «Térésina», einer «Fondant-Chocolade mit Rahmfüllung», die sich «als Truffe in Tablettenform» sofort sehr gut verkaufen liess.

Während des Weltkrieges brachte die Rationierung Schwierigkeiten in der Produktion, und vor allem der Mangel an Milchpulver war ein Problem. Gewisse Zusatzprodukte wie Mandeln und Haselnüsse waren anfangs noch relativ einfach zu beschaffen; gegen Ende des Krieges wurde die Lage allerdings auch dort prekär. Laufend suchte man deshalb nach neuen Produkten, die mit Ersatzrohstoffen hergestellt werden konnten. So wurde zum Beispiel einmal eine Serie Milkschokolade mit Rohzucker produziert, weil ein Quantum davon gerade billig ausser Kontingent bezogen werden konnte. Unter dem Druck der Magermilchreduktion wurden aber auch Versuche gemacht, Artikel mit Fruchtmehlen und auf Basis von Apfelmark herzustellen. Auffallend ist in diesen Jahren die Konzeption von nahrhaften Schokoladen wie die «Vitamine» mit den Vitaminen B₁ und C, die «Tobler-o-Malt», die als «Kraft-Chokolade mit Rahm, Eiern und Malz» angepriesen wurde, oder eine Schokolade mit Traubenzuckerkonzentrat – letztlich alles typische Produkte für Mangelzeiten. Die Aufhebung der Schokoladerationierung 1946 hatte dann einen Riesenansturm auf Schokolade zur Folge, und binnen kürzester Zeit waren die Regale in den Läden leer gefegt. Auch bei Tobler war man der enormen Nachfrage nicht gewachsen und machte sich Sorgen, die Rohstoffe könnten bei erhöhter Produktion plötzlich aufgebraucht sein, so dass man Personal entlassen musste. Man beschloss deshalb, die Produktion trotz der hohen Nachfrage nicht übermässig zu forcieren und die Kundinnen und Kunden um Geduld zu bitten.³

Tobler-Schokolade für jedermann und jede Gelegenheit

Mit den Fünfzigerjahren kam das Wirtschaftswunder und damit auch der Aufschwung in der schweizerischen Volkswirtschaft. Die Löhne stiegen, man konnte sich vermehrt Schokolade leisten, und das Produkt veränderte nun seine Stellung im Markt: Es wandelte sich vom Genuss- und Luxusartikel zum alltäglichen Konsumgut und war jetzt für alle erschwinglich. Die Schokolade wurde zu einem Nahrungsmittel, das in den unterschiedlichsten Lebenslagen und zu den verschiedensten Gelegenheiten geschätzt wurde: als Mitbringsel zu Besuch oder als Dessert, vor allem aber als Zwischenverpflegung. Dies führte ab der Mitte der Fünfzigerjahre zu einer stürmischen Entwicklung bei der Kreation von Neuheiten auf dem Schweizer Schokolade-



Der Konkurrenzkampf liess das firmeneigene Labor immer neue Produkte austüfteln, Bild um 1950.

markt, und auch bei Tobler wurde das Sortiment in diesen Jahren laufend ausgebaut. Jedes Jahr musste eine neue Schokoladentafel (Tablette) lanciert werden. Die Entwicklung der Produkte geschah dabei noch relativ unprofessionell: Hatte jemand aus der Verkaufs- oder Entwicklungsabteilung eine Idee für eine neue Schokolade, so wurde im kleinen Versuchsraum im Dachstock des Gebäudes an der Länggassstrasse einfach so lange geprübelt, bis ein neues, feines Produkt entstanden war.⁴ Die ständigen Neuheiten bedeuteten aber auch einen grossen Druck, viel Aufwand und hohe Kosten. Die Geschäftsleitung empfand dies manchmal eher als Belastung, sah sich angesichts der Konkurrenz aber dazu gezwungen, mitzuhalten. Dass man zugleich andere Wege suchte, beweist ein einjähriges Abkommen zwischen den vier grossen Schweizer Schokoladefirmen (Nestlé, Lindt & Sprüngli, Tobler und Suchard) von 1955: Ein Jahr lang sollten keine neuen Produkte mehr auf den Markt gebracht werden, doch der Boom ging weiter.⁵ 1958 erreichte der Inlandumsatz einen neuen Höhepunkt, und auch das Exportgeschäft hatte eine starke Zunahme zu verzeichnen und gewann laufend an Bedeutung.

Ausbau und Abbau

Die späten Fünfziger- und frühen Sechzigerjahre bildeten auch bei Tobler einen Höhepunkt; es waren die Jahre mit dem grössten Tafelsortiment. Laufend wurden neue Tafeln entwickelt und auf den Markt gebracht, und vor allem gefüllte Tabletten lagen im Trend: «Tobler Mint», «Mandélice», «Lemona liquide», «Truffe Mandarinette» sind nur ein paar Beispiele. Innovativ war man also vor allem in Bezug auf neue Tabletten und allenfalls noch in Bezug auf die Gestaltung der Verpackung. So hiess es in der Ankündigung der drei Neuheiten «Rendez-vous», «Invitation» und «Tea Time» von 1960: «Frisch gewagt ist halb gewonnen. Ja, wir haben einen für die Schokoladenindustrie revolutionären, ungewohnten Schritt in die moderne Packungsgestaltung gewagt. [...] Der Wickel spielt im modernen Geschäftsleben eine wichtige Rolle; er ist ein Wegweiser, d.h. er hat die Aufgabe, die Aufmerksamkeit des Käufers zu lenken. Drei lächelnde, charmante Gesichter und leuchtende Wickelfarben – sind dies nicht etwa die besten Wegweiser?»⁶ Spitzenjahre waren die Sechziger aber auch, was die Pralinés betrifft. Nicht dass das Sortiment laufend ausgebaut worden wäre – nein, hier hatte sich nach langen Jahren der Erfahrung ein klassisches Sortiment etabliert, bei dem man vor allem noch die Form variierte. Wo man allerdings unermüdlich neue Kreationen schuf, war bei den Verpackungen: Neben den klassischen Pralinéschachteln mit Blumen-, Städte- und Landschaftssujets wurden samtene Schmuckschatullen, goldglänzende Schatzkistchen und reich verzierte Körbchen kreiert – für die Gewinnung der Kunden schienen der Fantasie keine Grenzen gesetzt zu sein.

Um 1967 öffneten auch in der Schweiz die ersten Lebensmittel-Discountläden ihre Tore, wo «eine Reihe problemloser Güter des täglichen Bedarfs unter Gewährung von Rabatten bis zu 40%»⁷ angeboten wurden. Die Markenartikel, so auch die Tafelschokolade, dienten als besondere Attraktionen, und die neuen Selbstbedienungsläden brachten eine völlig neue Verkaufssituation mit sich: Der Firmenname «Tobler» musste auf dem Produkt gut sichtbar sein, damit die Kundinnen und Kunden auf den ersten Blick erkennen konnten, um welche Schokolade es sich handelte. In diesem Sinne wurden die Verpackungen von nun an weiterentwickelt; der Strukturwandel auf dem Schweizer Markt beschleunigte sich aber weiter. Ende der Sechziger- und Anfang der Siebzigerjahre kam es zu einer weiteren Konzentration im Detailhandel, und Discount- und Aktionspreise gehörten nun zur Tagesordnung. Diese Tendenz machte sich auch im Tobler-Sortiment bemerkbar, das 1970 – nach der Fusion mit Suchard – um 20% verkleinert wurde. Im Geschäftsbericht hiess es dazu: «Die Straffung unserer Artikelpalette war einerseits ein Gebot des Marktes, indem die Grosskunden ihre Sortimente laufend durchkämmen und nur noch Artikel mit einer kurzen Umschlagszeit führen



A chacun le sien – et à tous un chocolat Tobler!
 Les neuf sortes classiques de Chocolat Tobler complètent l'image de la famille heureuse. Les goûter, c'est les connaître... Les connaître, c'est les aimer toutes pour leur remarquable qualité.

Chocolat Tobler ...sûr de plaire!

Für Jung und Alt und jeden Geschmack, lautet die Botschaft dieser Werbung von 1964, Zeitungsausschnitt.



Schenken heisst das Lösungswort in diesen Tagen der Vorfreude auf das Weihnachtsfest. Schenken heisst Freude bringen - Tobler Schokolade bringt doppelte Freude: Freude für das Auge und Freude für den Gaumen. So prächtig ist jede Packung ausgestattet, und so köstlich mundet jedes Praliné!

Chocolat Tobler

			
Ravenna, Bonbons surfins & liqueur Fr. 16.60	Violetta, Bonbons surfins Fr. 8.80	Buchhülle Bonbons surfins & liqueur Fr. 9.80	Désirée, Bonbons surfins & liqueur Fr. 14.70
			
Still-Life, Bonbons surfins & liqueur Fr. 11.90	Mondiale, Bonbons surfins Fr. 11.30	Souvenir, Bonbons surfins Fr. 8.30	Richesse, Bonbons surfins & liqueur Fr. 54. —
			
Bijou, Bonbons surfins Fr. 8.10	Venezia, Bonbons surfins & liqueur Fr. 15.90	Goldor, Bonbons surfins Fr. 12.25 in zwei Grössen Fr. 21.90	Santa Maria, Bonbons surfins Fr. 11.70
			<p>Wichtig! Die reiche Auswahl ermöglicht individuelles Schenken! Schneiden Sie die Tobler-Packungen aus, die Sie sich wünschen oder mit denen Sie Ihre Lieben überraschen wollen, und nehmen Sie diesen Ausschnitt zu Ihren Einkäufen mit: So sind Sie sicher, das Richtige zu erhalten!</p>
Körbchen Bonbons liqueurs Fr. 9.90	Bettina, Bonbons surfins Fr. 8.20	Comtesse, Bonbons surfins Fr. 13.60	

51

Die Pralinés wurden in immer aufwändigere Verpackungen gehüllt. 1964 kostete die teuerste dieser Packungen stolze 54 Franken, Werbung von 1964.

wollen. Auf der andern Seite hat uns die Situation auf dem Arbeitsmarkt gezwungen, besonders arbeitsintensive Artikel und solche mit einem bescheidenen Umsatz rigoros zu streichen, um vermehrt Kapazität für Spezialitäten freizubekommen. Es wird unser Bestreben sein, uns im Laufe der Zeit auf ein kleines, dafür aber profitierendes, für unser Firmenbild typisches Sortiment von Markenartikeln zu konzentrieren.»⁸

Neue Zeiten, neue Produkte und Verpackungen: Schon 1968 kam man auf die Kleinpackung – die beliebten «Griottes» wurden in einer «Stange» mit sechs Stück angeboten, und im gleichen Jahr kam der Riegel «Hit» in den Verkauf. Die Tendenz weg von den Tafelschokoladen hin zu den Riegeln trat nun immer deutlicher hervor. Zwar hatte Chocolat Tobler schon immer kleine Produkte unter der Bezeichnung «Confiserieartikel» geführt, so zum Beispiel den legendären «Alpenstock» («Der längste Mohrenkopf heisst Alpenstock»), der seit 1955 produziert wurde, oder diverse «Schoggistängel» wie «Pralinus» etc. Neu begann sich die Kultur der Zwischenverpflegung oder des kleinen Snacks, den man praktisch überall mitnehmen konnte, mehr und mehr durchzusetzen, und dafür war auch ein anderes Format als die Tafelschokolade und neue Kombinationen gefragt. Als revolutionär galt im Mai 1977 allerdings die Lancierung der «Tobler-Orion», mit der man versuchte, «aus den traditionellen Wegen auszubrechen». Es handelte sich dabei um eine «90-g-Portionen-Schokolade für den kleinen Hunger unterwegs», und wie im damaligen Geschäftsbericht zu lesen ist, hat «diese Neuorientierung einiges Aufsehen erregt».⁹ Der Artikel bestand aus drei einzeln verpackten Portionen, die ihrerseits wieder je drei Würfel enthielten. Die Idee, die dahinter steckte, war denkbar einfach: «Dadurch wird das Anbieten angenehmer, und die Schokolade bleibt frisch, auch wenn man



Die neuen Selbstbedienungsgeschäfte beeinflussten die Verpackungsgestaltung: Die gewünschte Schokolade musste auf einen Blick erkennbar sein. Schokoladeregal um 1970.

sie nicht auf einmal aufisst.» Ausserdem hatte «Orion» das «attraktive und praktische Choco-Pocket-Pack, ein Schoggi-Portfeuille, das man immer wieder öffnen und verschliessen kann.»¹⁰ Noch schien die Zeit aber nicht reif für einen solchen Artikel; schon ein Jahr nach der Lancierung stagnierten die Verkaufszahlen, und der Artikel verschwand bald wieder aus dem Sortiment. Die Siebzigerjahre brachten schliesslich auch eine zunehmende Professionalisierung in der Entwicklung von Produkten: Das Chemielabor, welches vorher in erster Linie die Qualität der Rohstoffe und Endprodukte zu überprüfen hatte, wurde jetzt auch in die Neuentwicklung von Produkten involviert. Ebenso orientierte man sich intensiver am Geschmack der Kundinnen und Kunden: Immer häufiger wurden Marktstudien zu gewissen Produkten durchgeführt, so zum Beispiel 1973 nach der Lancierung der weissen «Toblerone».¹¹

Immer jünger, frischer, dynamischer und nur noch Toblerone

Die Achtzigerjahre brachten einen grossen Wechsel und einschneidende Veränderungen mit sich: Nach dem Kauf des Unternehmens durch Klaus J. Jacobs zog man aus dem Länggassquartier in den hochmodernen Neubau nach Bern-Brünnen. Von nun an lief alles nach einer neuen Unternehmensstrategie: Zentral wurden jetzt die Konzentration der Kräfte auf führende Marken, die Einführung von Neuheiten und die Reduktion des Sortimentes: «Randartikel, die geringe Marktbedeutung aufweisen und deren Ertragsposition unbefriedigend ist, werden in den nächsten zwei Jahren aus dem Sortiment gestrichen.» Im gleichen Jahr erfolgte die Schlussklappe für «Nimrod» (seit 1913 auf dem Markt) und «Alpenstock»¹², und etwas Neues musste her: «Tobler Monte», eine quadratische Schokolade in völlig neuen Geschmacksvariationen: «Weshalb eine neue Schokolade? Die letzten Jahre haben gezeigt, dass der Tafelschokolademarkt immer mehr stagniert. Demgegenüber erfreuen sich die Riegel einer immer grösser werdenden Beliebtheit.» Nach 1984, einem Jahr, das durch eine starke Sortimentsstraffung gekennzeichnet war, galt es, eine «neue, junge und dynamische Linie» zu finden.¹³ Die Unternehmung arbeitete fortan nach dem so genannten «umbrella concept»: «Darunter versteht man die Gruppierung verschiedenster Marken aus verschiedenen Produkt-Segmenten unter einem Markendach. Der Vorteil ist einleuchtend: statt vieler kleiner und kleinster (oder gar keinen) Werbeaufwendungen für die verschiedenen Produkte, profitieren nun alle von einer grossen Dach-Marken-Werbung.»¹⁴

Auch der Schokolademarkt spürte die immer grössere Schnelllebigkeit in der Gesellschaft, die sich vor allem in rasch sich ändernden Verbrauchergewohnheiten äusserte. Der Trend zu Light-Produkten, zu Snacks und zu



Mit farbenprächtigen Accessoires wurde um die Aufmerksamkeit des Publikums geworben. Oster-Katalog von 1980.

höheren Qualitäten verlangte ein schnelleres Lancieren der Erzeugnisse in immer neuen Märkten.¹⁵ 1987 präsentierte sich Chocolat Tobler in einem neuen Kleid: «frischer, jünger und moderner» und mit einem einprägsamen Signet, dem Tobler-Dreieck (das Ende 2000 wieder von einem naturalistischen Matterhorn abgelöst worden ist). Alle noch bestehenden Produkte wurden dem «modernen und sympathischen» einheitlichen Markenbild angepasst, und das Signet symbolisierte den Gipfel des Genusses. In der Folge markierten neue Riegel die Konsumbedürfnisse: «Tobler Holiday» entsprach «genau der augenblicklichen Markttendenz, leichte und natürliche Produkte zu bevorzugen. Dieser knusprige 20-g-Riegel ist eine gelungene Mischung aus Weizen, Cornflakes und Tobler-Schokolade.»¹⁶ 1990 folgte der «Tob snack», ein Getreideriegel in drei Aromen mit Tobler-Schokolade überzogen, der sich laut Werbung besonders gut als Snack eignete.¹⁷ Doch der Trend ging hin zu einem einzigen Produkt, der «Toblerone», vor allem ab 1990, als nach der Übernahme durch Philip Morris die Produktionsstätte von Suchard in Neuenburg geschlossen und seither nur noch in Bern-Brünnen produziert wurde. Dafür variierte man hier zunehmend: mit der «Toblerone» à 35 g im praktischen «Flowpack» zum Aufreissen, 1995 gefolgt von der «Toblerone mini» à 12,5 Gramm mit drei Zacken. Seit 1996 gibt es die gefüllte «Toblerone» (blau) und seit 1997 die «Toblerone Pralinés» – ein einziger Name, aber verschiedene Produkte, für jeden Geschmack und jede Gelegenheit etwas.

Anmerkungen

- ¹ Die folgenden Ausführungen beruhen hauptsächlich auf den Protokollen des Ausschusses des Verwaltungsrates von 1931–1966, den Geschäftsberichten von 1924–1978, den Verkaufskatalogen und Preislisten der ganzen Periode (mit Lücken) aus dem Archiv Suchard-Tobler (AST), Musée d'art et d'histoire, Neuchâtel sowie Interviews mit Herrn Arnold Herzog (Confiseur), Herrn Henry Werder (Produktionsleiter), Frau Margrit Lehmann (Pliage), Herrn Bernhard Weber (Abteilungsleiter Produktion), Tobler Bern-Brünnen.
- ² *Jurnalo Tobler*, Nr. 2 (1920), S. 7.
- ³ AST (wie Anm. 1), Protokoll des Ausschusses des Verwaltungsrates, Nr. 6 (1946).
- ⁴ Interview mit Herrn Arnold Herzog (Confiseur) vom 18. Oktober 2000.
- ⁵ AST (wie Anm. 1), Protokoll des Ausschusses des Verwaltungsrates, Nr. 3 (1955).
- ⁶ AST (wie Anm. 1), *Kontakt* (Personalzeitschrift der Chocolat Tobler), Nr. 18 (1960), S. 12.
- ⁷ AST (wie Anm. 1), Geschäftsbericht 1968.
- ⁸ Ebenda, 1970.
- ⁹ Ebenda, 1977.
- ¹⁰ AST (wie Anm. 1), *Kontakt*, Nr. 84 (1977), S. 13.
- ¹¹ AST (wie Anm. 1), Marktstudie zur Lancierung der weissen Toblerone von 1973.
- ¹² AST (wie Anm. 1), *Rendez-vous* (Personalzeitschrift Jacobs Suchard Tobler AG), 1984.
- ¹³ Ebenda, 1985.
- ¹⁴ Ebenda, 1986.
- ¹⁵ Ebenda, Nr. 2 (1987).
- ¹⁶ Ebenda, Nr. 3 (1987).
- ¹⁷ AST (wie Anm. 1), *Contact*, Nr. 1 (1990).

«Blechpest» und «Schokoladenhelgen». Zur Werbegeschichte von Chocolat Tobler

Marc Gerber, Roman Rossfeld, Susanne Siegenthaler

Die Geschichte der Werbung reicht weiter zurück als bis in die zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts – durch die zunehmende Industrialisierung und die Entstehung immer grösserer Fabriken erlangte die Werbung um 1900 aber ein bis dahin ungeahntes Ausmass.¹ Die seit den 1870er-Jahren rasch wachsende Schokoladeindustrie, die zunehmende Konkurrenz im internationalen Schokolademarkt und die grösser werdende Distanz zwischen Produzent und Konsument liessen die Werbung für die einzelnen Fabrikanten zu einer Notwendigkeit werden. Neue Kunden mussten mit den Produkten zunächst vertraut gemacht werden, und die sich entwickelnde Konsumgesellschaft, in der die städtischen Verbraucher aus einer immer grösseren Fülle von Produkten auswählen konnten, benötigte für die Positionierung der Waren im Markt neue Wege der Vermittlung.² Die Werbung wurde jetzt stärker als Mittel zur Absatzsteigerung eingesetzt, und verkürzt formuliert beginnt die Geschichte der Werbung mit dem Aufkommen der Markenprodukte: Wenn die speziellen Eigenschaften einer Schokolade, wie Form, Farbe und Ge-



Aufgrund ihrer Langlebigkeit konkurrenzten solche Emailschilder während langer Jahre die Papierplakate. Werbeschild mit dem ersten Firmenlogo, um 1910.

schmack, wahrgenommen werden sollen, muss sie einen eigenen Namen haben, der die Käufer zugleich an das Produkt binden soll und ihnen die Möglichkeit bietet, sich auf dem immer unübersichtlicheren Markt zurechtzufinden.

Merkmale des Erfolges

Theodor Tobler gehörte mit seiner Chocolat Tobler zwar nicht zu den Pionieren der Markenprodukte – die Einführung von Marken war bereits in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts erfolgt. Tobler war sich aber von Anfang an bewusst, wie wichtig Reklame für den erfolgreichen Absatz seiner Schokolade war.³ Bereits 1912 hatte der «Gordian», die seit 1895 in Hamburg erscheinende Fachzeitschrift der Schokoladeindustrie, den Erfolg der Schweizer Produzenten 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».⁴ 1924 bestätigte Tobler diese Einschätzung und gab an, dass der Aufschwung der schweizerischen Schokoladeindustrie «nur als das Resultat emsigster Bemühung zu betrachten» sei, die darin bestand, «der ausländischen Konkurrenz durch eine besonders sorgfältige, geschmackvolle Produktion und durch weit ausblickende Zuhilfenahme aller zeitgemässen kaufmännischen Mittel den Rang abzulaufen»⁵.

Mit der frühen Werbung sollte in erster Linie der Name an Verbreitung gewinnen, und dementsprechend dominierten zunächst Emailschilder mit der einfachen Aufschrift «Chocolat Tobler» das Bild der Aussenwerbung. Das damalige Logo (ein Adler mit Schweizer und Berner Fahne zwischen den Krallen sowie weidenden Kühen in einer idyllischen Alpenlandschaft im Hintergrund) schmückte fast alles, was die Fabrik verliess. Schon von der Jahrhundertwende an wurden in der Schweiz indessen auch kritische Stimmen gegenüber der Aussenwerbung laut. 1905 wurde die Schweizerische Vereinigung für Heimatschutz gegründet, nicht zuletzt um dem «wildem Treiben gewisser Reklamehelden» entgegenzutreten, und gemeint war damit explizit auch die Werbung der Chocolat Tobler. 1906 rief der Heimatschutz in seinem Organ zum «Kampf gegen das Reklamewesen» auf, beschimpfte die Werbung als «Plakatseuche», die Blech- und Emailschilder als «Blechpest» und beschuldigte die Industrie, die Verschandelung von Landschaft und Stadtbild zu verursachen. Zum Ausmass der Reklame hielt man mit eindrucksvollen Zahlen fest: «Wir wollen hier nur die Tatsache registrieren, dass auf der kurzen Strecke Bern–Bümpliz der SBB nicht weniger als 102 Schokoladenhelgen (worunter allein 87 Tobler) dem Reisenden sich aufdrängen.»⁶



Immer häufiger wurden nun Künstler damit beauftragt, Plakate für Tobler anzu fertigen – und durch diese Aufwertung der Ästhetik wurden die Stimmen der Werbegegner wieder leiser. Die Künstlerinnen und Künstler, die zunächst wahrscheinlich noch vom Patron selbst verpflichtet worden waren, hatten weitgehend freie Hand und konnten ihren individuellen Stil in die Werbung einfließen lassen. Wie diese Aufträge im Einzelnen ausgesehen haben, ist leider nicht mehr nachvollziehbar, da die entsprechenden Quellen fehlen; gewisse Motive sind aber durchgehend erkennbar: Das exotische Moment, welches die Herkunft des Kakaos symbolisieren sollte, findet sich genauso wie die «Familienleben» (mit Mutter und Kind) oder das Motiv der Schweiz als romantisches Alpenland – alles Bilder, die in diesen Jahren auch von anderen Schokoladefirmen verwendet wurden.

Insgesamt lässt sich eine deutliche Veränderung in der Bildersprache der Reklame feststellen, die eng mit der Durchsetzung der (Schweizer) Milchschokolade um 1900 verbunden war: Hatten zunächst Firmenansichten und exotische Motive in der Schokoladewerbung vorgeherrscht, so warb die schweizerische Schokoladefabrik 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



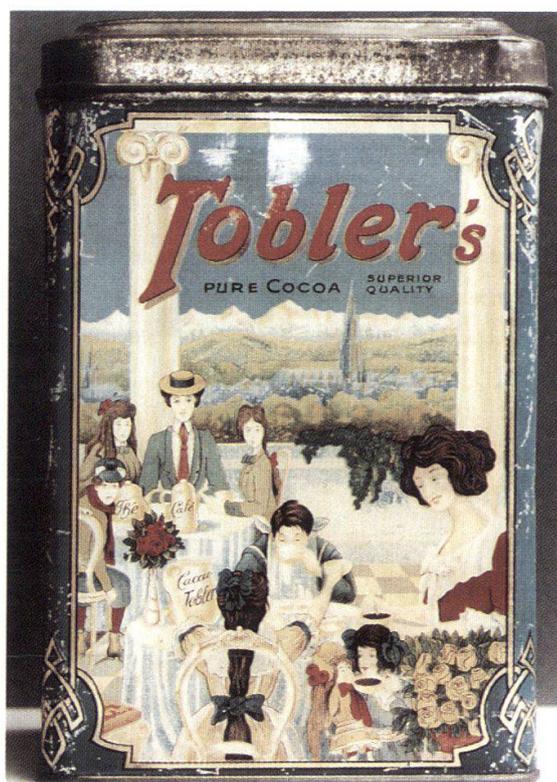
Toblerone-Automaten: Seit den 1920er-Jahren nicht nur auf vielen Bahnhöfen anzutreffen.



Exotische Werbung mit rassistischen Klischees: Auf Kinder ausgerichtete Tobler-Reklame von Hans Eggimann aus einer für die Schweizerische Landesausstellung von 1914 gedruckten Werbebroschüre.

Schokolade, sondern vermittelten zugleich auch das Bild einer Schweiz, die nur aus Alpen und Natur beziehungsweise Sennen und Kühen besteht – ein Bild, welches das Image der Schweiz bis heute prägt. Fabrikanten wie Theodor Tobler waren sich dessen schon früh bewusst: 1914 hielt er in einem Vortrag vor dem «Bernischen Verein für Handel und Industrie» fest, dass «die zu Hunderttausenden gedruckten farbenreichen Plakate unserer Chocolate-Produkte überall im Auslande das hohe Lied des schönen Schweizerlandes singen».⁷

Den Kundinnen und Kunden wurde nahe gebracht, dass Schokolade ein Produkt ist, das bei jeder Gelegenheit eingenommen werden kann: beim Sport, auf Wanderungen oder in der vertrauten Familienatmosphäre. Toblers Gespür für die Verwendung verschiedener Werbeträger zeigt sich dabei mehrfach: Ein gutes Beispiel finden wir in den Sammelbildchen, die von 1903 an (wie auch in anderen Firmen) der Tobler-Schokolade beigelegt wurden. Die Bildchen konnten in Sammelalben eingeklebt und an das Unternehmen zurückgeschickt werden, im Gegenzug dafür erhielten die Konsumentinnen und Konsumenten eine Treueprämie. Mit diesem System wurde einerseits die Treue der Kundinnen und Kunden gewonnen, andererseits zog der Name Tobler in jedes Berner Kinderzimmer ein; die Kinder waren schon damals eine der wichtigsten Konsumentengruppen für die Schokoladenindustrie.⁸ Ein weiteres bedeutendes Element der Werbung war die Durchsetzung der Schokolade gegenüber anderen Getränken und hier insbesonde-



Bildliche Entwertung der Konkurrenzprodukte im Kampf um Absatzmärkte: Gesund und glücklich, wer Tobler-Kakao trinkt, krank und bleich, wer Tee und Kaffee konsumiert. Kakaobüchse, entworfen von Hans Eggimann, um 1915.

re der Kampf gegen Kaffee und Alkohol. Als sich die «Branntweinpest» gegen Ende des 19. Jahrhunderts ausweitete, propagierte die Schokoladeindustrie – parallel zum Aufkommen der «Mässigkeitsvereine» – den Kakao und die Schokolade als Mittel gegen den hohen Kaffee- und Alkoholkonsum. Wie Suchard oder Sprüngli verstand auch Tobler seinen Kakao als stärkendes Volksnahrungsmittel, das die allgemeine Ernährungssituation (insbesondere der Fabrikarbeiterschaft) verbessern sollte. Im «Jurnalo Tobler», der Firmenzeitschrift von Tobler in den 1920er-Jahren, ging er mit scharfen Worten gegen die «Kaffeespekulanten» vor, und auf einer um 1915 vom Berner Künstler Hans Eggimann entworfenen Kakaobüchse wurde der gesund und glücklich machende Kakao dem krank machenden Kaffee und Tee gegenübergestellt.⁹ Zentral war schliesslich auch die Schaufensterwerbung, deren Gestaltung im «Jurnalo Tobler» immer wieder aufgegriffen und detailliert beschrieben wurde.

Während des Zweiten Weltkrieges wurden die Reklametätigkeiten fast gänzlich eingestellt und beschränkten sich auf blosser Erinnerungswerbung. Die Exportmöglichkeiten waren stark beeinträchtigt, aber schon ab September 1944 unternahm der Ausschuss des Verwaltungsrates erste Vorbereitungen für die Wiederaufnahme des Exportgeschäftes. Er genehmigte die Reorganisation der Propagandaabteilung und entschied sich für ein neues Signet: ein einfaches Schildwappen mit «T» und Mauerkrone, das in Zukunft auf allen Tobler-Packungen, Reklamen, Briefköpfen etc. erscheinen sollte.¹⁰ Mit

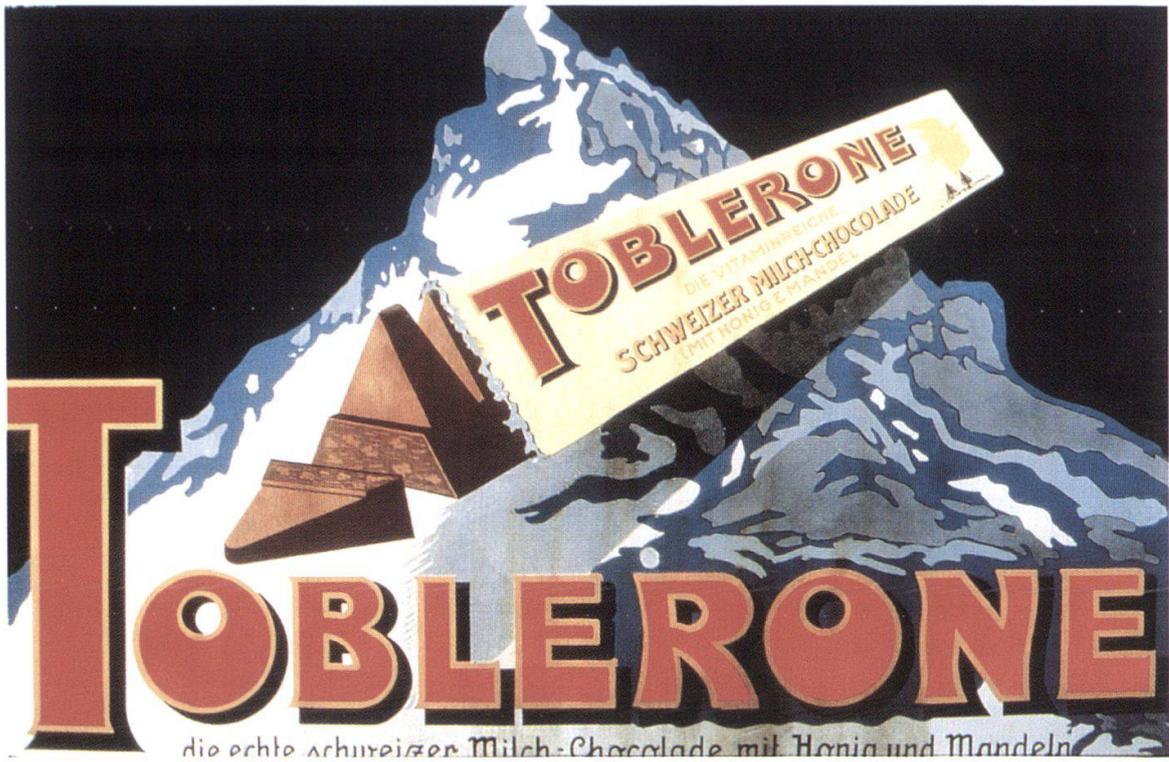


«Toblerone und ein schönes Mägdelein sind ein Genuss nur für den Kenner ganz allein – doch ist ein jeder hier ein Kenner ja, drum sind die Beiden auch zu aller Freude da», so der Begleittext zu dieser Werbung von 1928.

dem enormen Aufschwung nach dem Krieg, dem Wirtschaftswunder der Fünfzigerjahre, wurde auch die Werbung ausgebaut. Hatte das Propagandabudget von 1930–1940 zwischen 300 000 und 350 000 Franken gelegen und war es während des Krieges bis auf unter 100 000 Franken gesunken, so standen 1950 schon 650 000 Franken zur Verfügung, 1956 waren es 922 000 Franken, und in den frühen Siebzigerjahren überstieg das Budget sogar den Betrag von drei Millionen Franken.¹¹ Die Kundinnen und Kunden waren nun nicht mehr so einfach zu beeindrucken wie vor dem Krieg. In der Werbung setzte man immer häufiger auf das Medium Film (oft Zeichentrickfilme), besonders, weil 1965 die TV-Werbung erlaubt wurde. Dies führte aber nicht zu einer Änderung der Werbeausrichtung. Aufwändige und kostspielige Werbeaktionen nahmen weiterhin einen festen Platz in der Reklame Toblers ein. So wurden zum Beispiel in allen Schweizer Städten Helikopterflüge mit Abwurf von Flugblättern durchgeführt, und 1954 erwog der Ausschuss des Verwaltungsrates sogar den Ankauf eines eigenen Helikopters, um solche Werbeaktionen regelmässig durchführen zu können. Zu hohe Unterhaltskosten verhinderten diesen Plan aber.¹² Trotz der zunehmenden Film- und Fernsehwerbung blieb das Wort auch in den folgenden Jahrzehnten ein bestimmendes Element der Werbung. Der Slogan «Der Klick zum Genuss» beispielsweise wurde in der Toblerone-Werbung mehrere Jahre verwendet, und die Toblerone, eines der wenigen Produkte, welche die verschiedenen Fusionen seit den 1970er-Jahren und die damit verbundenen Umstrukturierungen überlebt haben, soll nun genauer betrachtet werden.

Toblerone: Rezept, Form, Verpackung, Qualität

In einer Markenstudie, die im Jahr 2000 von «Brand Asset Valuator» für die Schweiz erhoben wurde, steht die Toblerone – gemessen am Bekanntheitsgrad – gleich hinter Coca-Cola.¹³ Die Schokolade, die 2008 ihr hundertjähriges Jubiläum feiern wird, gehört noch heute zu den wichtigsten Produkten in der Schweiz und war (zumindest auf den ersten Blick) eine Innovation par excellence: Die Toblerone kam zwar als Milkschokolade auf den Markt und wird traditionell zu den Tafelschokoladen gezählt, doch von der Milkschokolade unterscheidet sie sich durch die Zusätze von Mandeln, Honig und Nougat, und von den Tafelschokoladen hebt sie sich durch ihre Dreiecksform deutlich ab. In Form und Rezept ist sie also eine Besonderheit – und durch die spezielle Form ist auch die Verpackung einzigartig. Im Gegensatz zum Logo hat sich der Schriftzug der Toblerone bis heute kaum verändert. Der Steinadler mit der Schweizer und der Berner Fahne zierte die Verpackung von 1908 bis 1960 (abgesehen von einem Unterbruch während der Zeit des Nationalsozialismus in Deutschland, als der Adler dem Berner



Markenartikel und Produktdesign: Die Toblerone wurde in der Werbung schon bald mit dem Matterhorn verbunden. Emailschild von Emil Cardinaux, um 1920.

Bären weichen musste). Das Matterhorn, das wohl bekannteste Wahrzeichen der Schweiz, erschien erst in den frühen Sechzigerjahren auf der Toblerone, und der abstrakte Felszack tauchte 1987 auf, wurde aber bereits Ende 2000 wieder durch ein naturalistischeres Matterhorn ersetzt.¹⁴ Beide Sujets sollen auf das Herkunftsland der Toblerone hinweisen, zumal nach einer Marketing-Entscheidung der Achtzigerjahre die gesamte Produktion in einer neuen Fabrik in Bern-Brünnen konzentriert wurde, während die Toblerone vorher an mehreren Produktionsstätten auf der ganzen Welt hergestellt worden war.

Auf der Homepage der Toblerone (www.toblerone.ch) wird zwar behauptet, dass Theodor Tobler, durch das Matterhorn inspiriert, auf die Dreiecksform der Toblerone gekommen sei, doch die Geschichte des Ursprungs dieser eigenwilligen Form bleibt letztlich unklar.¹⁵ Obwohl Tobler bereits vor der Erfindung der Toblerone gepressten Kakao in Form eines Zuckerstockes in seinem Sortiment führte, kann die Frage nach der Inspiration nicht definitiv geklärt werden. Wahrscheinlich ist allerdings, dass die Imitation eines anderen Produktes eine wichtige Rolle bei der Erfindung der Toblerone spielte. Daniel Peter, der Erfinder der Milkschokolade, hatte bereits vor 1908 eine Trinkschokolade mit dem Markennamen «Delta Peter» verkauft, ein lösliches Milkschokoladepulver «compressed in triangular pieces, sufficient for one cup»¹⁶, das in einer dreieckigen, mit der Form der Toblerone identischen Verpackung abgesetzt wurde, sodass angenommen

werden kann, dass die Form der Toblerone eine Imitation des bereits seit mehreren Jahren bestehenden Produktes von Peter war. Als innovativ können aber die Zacken der Toblerone gelten. Die Zusammensetzung des Produktes aus Honig, Mandeln, Nougat und Milkschokolade wiederum lag damals in der Luft: Hier wurde Tobler vielleicht durch ein bekanntes, bis heute erhältliches, italienisches Nougat-Produkt mit dem Namen «Torrone» inspiriert, das er spätestens 1905 kennen gelernt haben dürfte, als er die italienische Schokoladefabrik Michele Talmone in Turin kaufte.¹⁷ Insgesamt bestand die Leistung Toblers wohl weniger in der Erfindung eines völlig neuen Produktes als vielmehr in der genialen Vermarktung einer Nachahmung oder Weiterentwicklung, die er als Neuheit inszenierte. 1922 hiess es im «Jurnalo Tobler», dass hier «zum ersten Mal in der Geschichte der Lebensmittelindustrie die dreieckige Form»¹⁸ verwendet worden sei – eine Angabe, die als falsch bezeichnet werden kann, aber trotzdem den Ausgangspunkt einer Erfolgsgeschichte bildete. Die Imitation von Schokoladen anderer Hersteller war in diesen Jahren allerdings weit verbreitet und nichts Besonderes, und genauso wie die Form der Toblerone eine Kopie von Peter gewesen sein könnte, wurde auch die Toblerone selbst schon bald von zahlreichen Fabrikanten imitiert.



Der Augenblick der Verführung. In den 1960er-Jahren begleitete Chocolat Tobler die Tour de Suisse mit einem Werbehelikopter.



Besuch von Prominenz aus aller Welt als Teil der Werbestrategie: Die US-Präsidentengattin Jacqueline Kennedy und ihre zwei Kinder erhielten 1966 bei ihrem Aufenthalt in Gstaad Toblerone.

Das Matterhorn wurde in der Werbung von Tobler zwar schon seit 1903 verwendet, eine explizite Verbindung von Matterhorn und Toblerone lässt sich aber erst in den 1920er-Jahren (auf einem Emailschild von Emil Cardinaux) nachweisen.¹⁹ Bereits um 1900 war das Matterhorn eines der beliebtesten Motive in der Schweizer Schokoladewerbung, und die Verbindung von Produktdesign und Alpenmetaphorik wurde bei Cardinaux nun überdeutlich: Die Anlehnung des Produktes an die Alpen geschah hier durch die Linienführung; das Produkt wurde nun selbst zu einem Teil der Alpen. Dazu kam, dass die offene Verpackung einen Vergleich zwischen der Form der Schokolade und dem Berg ermöglichte. Tobler gelang es, die Form und das Produkt mit seinem Namen zu verbinden, und die besondere Qualität der Toblerone wurde und wird bis heute mit dem Herkunftsland, der Schweiz, verknüpft. Dies ist auch der Grund dafür, weshalb die Schweiz (trotz hoher Kosten) der einzige Produktionsstandort geblieben ist und das Matterhorn auch gegenwärtig nicht auf der Verpackung fehlen darf.

Vom Künstler zum Produktmanager

Nach Theodor Toblers Weggang aus der Direktion wurde jeweils im Verwaltungsrat entschieden, wie die «Propaganda» (so nannte man damals die Werbung) auszusehen hatte. Durch die immer grössere Bedeutung der Wer-

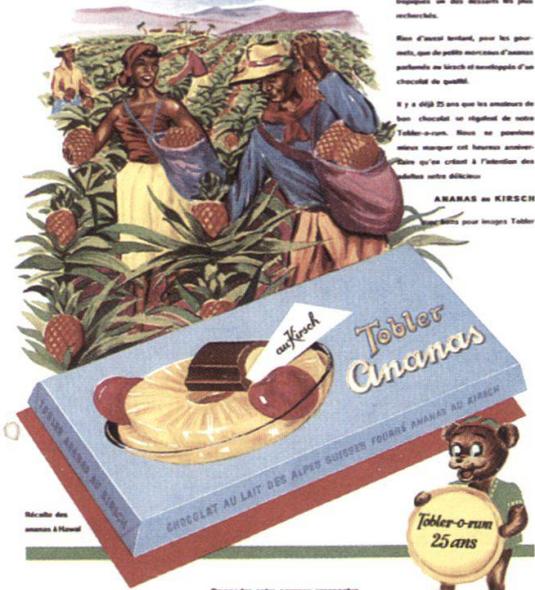
DÉJÀ CONNU... ET POURTANT NOUVEAU

L'année particulièrement fin de l'année...
 non fait de cet excellent fruit des
 tropiques un des desserts les plus
 recherchés.

Rien d'assez lent, pour les gour-
 mets, que de petits morceaux d'ananas
 parfumés au lait et enveloppés d'un
 chocolat de qualité.

Il y a déjà 25 ans que les créateurs de
 leur chocolat se régalent de notre
 Tobler-o-um. Rien ne peut leur
 faire oublier ce fameux ananas
 dans qu'ils créent à l'abri des
 alpes notre délicieux

ANANAS au KIRSCH
 pour Images Tobler



Révisé des
 images à Marel

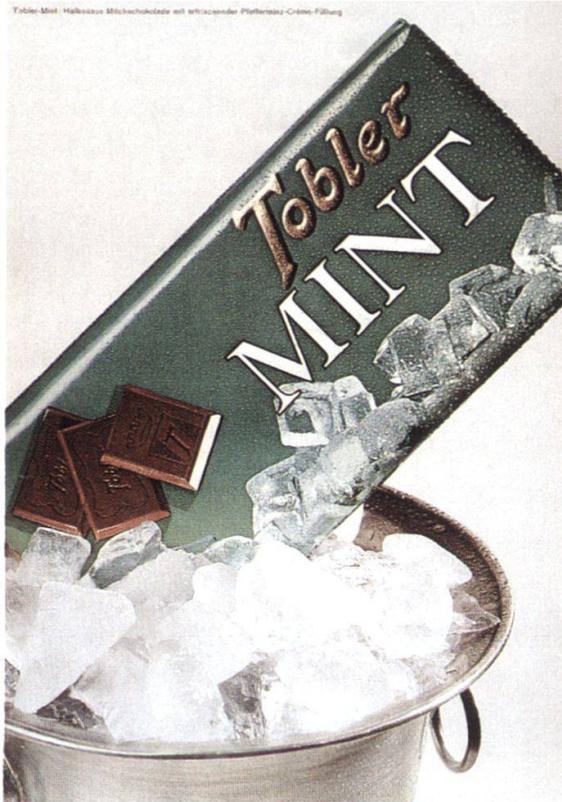
BON

Nom: _____
 Prénom: _____
 Rue: _____
 Localité: _____

Demander notre adresse prospectus
 gratuit des albums en couleur à l'abri
 de ce bon (bon à expédier dans une
 enveloppe soignée, affranchie de 50c.,
 à Chocolat Tobler, Service des tri-
 17 (suis-révisions, Sures).

Chocolat Tobler

37

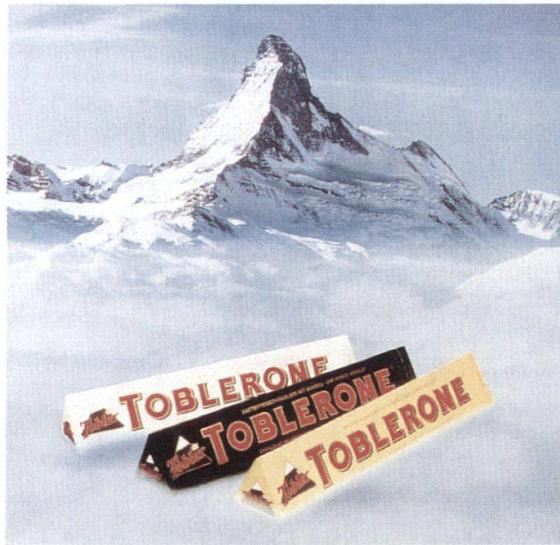


Ces envies
 de douceur
 qui traversent
 les murs...



Tobler-O-um: pour
 combler les envies de douceur.

Chocolat Tobler



Werbung im Wandel der Zeit: Tobler-
 Reklamen aus den 1950er- bis 1990er-Jah-
 ren. Ein konstantes Element der Werbung
 ist bis heute die Verbindung der Toblerone
 mit dem Matterhorn geblieben.

bung entwickelte sich im Laufe der Zeit aber auch ein neuer Beruf: der Grafiker, welcher nun an die Stelle des Künstlers trat. Ein weiterer wichtiger Schritt in Richtung Professionalisierung war, dass sich die Firma in den Sechzigerjahren an die Werbeagentur Gisler & Gisler wandte, die bis in die Mitte der Siebzigerjahre für die gesamte Werbung von Tobler verantwortlich war. Die Werbekampagnen wurden jeweils für ein Jahr festgelegt – ein Vorgehen, das heute nicht mehr möglich ist; Werbung ist in der Zwischenzeit schnelllebiger geworden und variiert häufiger.²⁰ Die strategische Idee der Agentur war, ein Publikum ohne Altersgrenzen anzusprechen, während für andere Schokoladesorten häufig die Devise galt, die Werbung möglichst jung und dynamisch zu gestalten. Gisler & Gisler hat in den Sechziger- und Siebzigerjahren einen wesentlichen Beitrag zur Vermarktung der Tobler-Schokolade geleistet: Beispielsweise im Werbefilm, in dem ein kleiner Junge mit einer Toblerone Mundharmonika spielt und sich dabei den Mund über und über mit Schokolade verschmiert. Ein weiterer bekannter Werbespot war derjenige mit dem «Klick», in welchem dem Publikum gezeigt wurde, wie die Toblerone am einfachsten zu essen sei.

In der Mitte der Siebzigerjahre verliess der Grafiker Hartmann die Werbeagentur Gisler & Gisler und nahm Tobler als Kunde mit. Die Werbung trug fortan die Handschrift der Werbeagentur Marsten Hartmann, und eine der wichtigsten Aktionen, an der diese Agentur beteiligt war, war der «Talking Head», eine Wachsfigur, die nach Theodor Toblers Ebenbild gestaltet wurde. Die Figur wurde zunächst in einem Schaufenster des Warenhauses Loeb in Bern präsentiert, das so hergerichtet wurde, dass es aussah wie Theodor Toblers Küche. Tobler sass an einem Tisch und erzählte die Geschichte der Toblerone und seiner Firma: Auf den Kopf der Puppe wurde das Gesicht eines sprechenden Schauspielers projiziert, sodass die Figur zum Leben erweckt wurde und alles sehr realistisch aussah. Das Schaufenster soll unglaubliches Aufsehen erregt haben; nach Berichten von Augenzeugen bildete sich davor eine so grosse Menschenmenge, dass ein Durchkommen kaum noch möglich war.²¹

Heute obliegt die Werbung für Tobler nicht mehr nur einer Werbeagentur, und dementsprechend ist es auch nicht mehr üblich, dass eine Agentur die Werbung für alle Produkte macht. Ebenso verändert hat sich der Auftragsweg: Es ist nicht mehr der Verwaltungsrat beziehungsweise die Direktion, welche die Aufträge erteilt, sondern der Marketingleiter, welcher einem Brandmanager (dem Verantwortlichen für die Werbung eines einzelnen Produkts) einen Auftrag gibt. Dieser wendet sich danach an eine Werbeagentur, die für eine Kampagne verantwortlich ist.²² Wie lange eine Kampagne läuft, kommt allein auf den Verkaufserfolg an: Heute wie damals geht es darum, auf sich aufmerksam zu machen, und um Aufmerksamkeit zu erhalten, ist grösstmögliche Präsenz noch immer das beste Mittel.

Anmerkungen

- ¹ Vgl. dazu ausführlicher Reinhardt Dirk: Von der Reklame zum Marketing. Geschichte der Wirtschaftswerbung in Deutschland, Berlin 1993; Borscheid Peter, Clemens Wischermann (Hg.): Bilderwelt des Alltags. Werbung in der Konsumgesellschaft des 19. und 20. Jahrhunderts, Stuttgart 1995.
- ² Vgl. dazu ausführlicher Stihler Ariane: Die Entstehung des modernen Konsums. Darstellung und Erklärungsansätze, Berlin 1998.
- ³ Zur Werbegeschichte von Tobler vgl. auch Feuz Patrick, Andreas Tobler: Schoggibaron. Das bittersüsse Leben Theodor Toblers (1876 bis 1941), Bern 1996, S. 59–90.
- ⁴ Gordian. Zeitschrift für die Cacao-, Chocoladen- und Zuckerwaren-Industrie der Welt und für alle verwandten Erwerbszweige, Nr. 404, 22.2.1912, S. 5037.
- ⁵ Tobler Theodor: Die Entstehung und Bedeutung der Cacao- und Chocolate-Industrie, unter besonderer Berücksichtigung der schweizerischen Verhältnisse. Eine historische und volkswirtschaftliche Studie, Bern 1924, S. 9.
- ⁶ Vgl. dazu ausführlicher Zeitschrift «Heimatschutz», Heft 6, 15.10.1906, S. 41–47.
- ⁷ Tobler Theodor: Kakao, Chocolate und Schweizerische Chocolate-Industrie. Auszugsweise Wiedergabe eines Vortrages, gehalten von Herrn Direktor Th. Tobler, den 27. März 1914 im Schosse des «Bernischen Vereins für Handel und Industrie» in Bern, Bern 1914, S. 50.
- ⁸ Vgl. dazu ausführlicher Feuz/Tobler (wie Anm. 3), S. 59–63.
- ⁹ Vgl. dazu ausführlicher Feuz/Tobler (wie Anm. 3), S. 92–95.
- ¹⁰ Protokoll des Ausschusses des Verwaltungsrates vom 14. November 1944 und vom 12. Dezember 1944, Archiv Suchard-Tobler (AST), Musée d'art et d'histoire, Neuchâtel.
- ¹¹ Alle Zahlen stammen aus den Verwaltungsratsprotokollen von 1930–1980: 30.5.1932, 12.2.1934, 25.3.1935, 4.3.1936, 23.2.1937, 2.3.1938, 12.7.1939, 26.2. und 17.4.1945. Das Budget von 1956 findet sich in der Beilage im Ordner 1956, AST (wie Anm. 10).
- ¹² Protokoll des Ausschusses des Verwaltungsrates vom 23. Februar 1954, AST (wie Anm. 10).
- ¹³ Cash, 24.11.2000, S. 8f.
- ¹⁴ Freundliche Information von Elisabeth Misteli, Communication Manager der Filiale von Kraft Foods Schweiz AG, Bern-Brünnen.
- ¹⁵ Zu den verschiedenen Anekdoten und Legenden zur Erfindung der Toblerone vgl. ausführlicher Feuz/Tobler (wie Anm. 3), S. 7–10.
- ¹⁶ Société des Chocolats au Lait Peter: An ascent of Mont Blanc, Vevey 1903, S. 23. Es handelt sich hier um eine Werbebroschüre von Peter, die mehrere Jahre vor der Erfindung der Toblerone publiziert wurde und Angaben zu verschiedenen Produkten von Peter – wie etwa der Delta Peter – enthält.
- ¹⁷ Chiapparino Francesco: Cooperation and competition among national and international firms in industrializing Italy. Tobler and the case of the chocolate industry, 1900–1940, in: Pohl Hans (ed.): Competition and cooperation of enterprises on national and international markets, Stuttgart 1997, S. 105–124.
- ¹⁸ Jurnal Tobler, zit. nach Feuz/Tobler (wie Anm. 3), S. 10.
- ¹⁹ Vgl. dazu ausführlicher Feuz/Tobler (wie Anm. 3), S. 8–11.
- ²⁰ Freundliche Information von Gebi J. Schregenberger (anlässlich eines Gespräches vom 24.11.2000), in den Siebzigerjahren eine der führenden Kräfte bei Gisler & Gisler. Gemäss Schregenberger war in diesen Jahren auch einmal der Werbeleiter von Tobler mit der fixen Idee zu Gisler & Gisler gekommen, die dreieckige Form der Toblerone zu ändern, weil diese nicht ins normale Auslageregal passte. Die Idee wurde schliesslich aber wieder aufgegeben, macht das Spezielle der Toblerone doch gerade ihre Form aus!
- ²¹ Freundliche Information eines ehemaligen Mitarbeiters des Warenhauses Loeb in Bern. Weitere Augenzeugen stammen aus dem Bekanntenkreis der Autoren des vorliegenden Beitrages.
- ²² Freundliche Information von Elisabeth Misteli, Kraft Foods Schweiz AG, Bern-Brünnen.

Chocolat Tobler in der Quartier- und Stadtgeschichte

Christian Lüthi

Das Länggassquartier war bis Mitte des 19. Jahrhunderts ein landwirtschaftlich genutztes Gebiet ausserhalb der Altstadt, begrenzt durch die Murtenstrasse im Süden, den Bremgartenwald im Nordwesten und die Neubrückstrasse im Nordosten. Die Länggasse, welche dem Quartier den Namen gab, war bloss ein lokaler Verkehrsweg, welcher vom oberen Stadtausgang zum Bremgartenwald führte. Entlang dieser Strasse reihten sich die einzigen Bauten im Quartier auf: Land- und Sommerhäuser reicher Patrizierfamilien.¹

Von der Landwirtschaft zur Industrie

Der Anschluss Berns an das Eisenbahnnetz 1858 ist die entscheidende Zäsur für die Stadtentwicklung im 19. Jahrhundert. Das neue Verkehrsmittel bewirkte, dass in der Stadt überproportional viele Arbeitsplätze geschaffen wurden, was den Zuzug tausender Menschen und ein grosses Bevölkerungswachstum auslöste. Mit dem Bahnhofbau wurde die obere Altstadt zum neuen Zentrum der Stadt. Die Länggasse wurde nun zum zentrumsnahen Bau- und Stadtextensionsgebiet. Bereits in den 1860er-Jahren siedelten sich hier Industriebetriebe an. Sie waren Teil der ersten Industrie Gründungswelle in der Stadt Bern. In der Muesmatt liessen sich angrenzend an die Eisenbahn verschiedene Firmen der Metallindustrie nieder. 1868 verlegte zudem Eduard Albrecht Simon seine Seidenweberei von der Matte ins Neufeld. Der grösste Stadtberner Betrieb war damals die 1864 gegründete Baumwollspinnerei Felsenau. Deren Gründer wählten wegen der Wasserkraft einen Standort an der Aare, der sich weit ausserhalb und nördlich des überbauten Stadtgebietes befand. In dieser Fabrik arbeiteten damals rund 400 Arbeiterinnen und Arbeiter.²

Die Gründung der Firma Tobler fällt ebenfalls in diese Jahre. Der Appenzeller Zuckerbäcker Jean Tobler liess sich nach seiner Lehr- und Wanderzeit 1867 in Bern nieder und machte sich ein Jahr später selbständig. 1877 kaufte er ein Landgut an der Ecke Länggassstrasse/Lerchenweg, das damals noch am Stadtrand lag. Hier liess er auch Kühe weiden, deren Milch er als zusätzliche Einkommensquelle an die Quartierbevölkerung verkaufte. Seine



Die Länggasse auf dem Stadtplan von R. J. Bollin aus dem Jahr 1809: Die beiden Ausfallachsen Murtenstrasse und Neubrücke strasse begrenzen das Quartier, die von Villen gesäumte Länggasse führt bloss bis zum Bremgartenwald.

Confiserie beschäftigte nur einige Angestellte. Erst sein Sohn Theodor, der 1894 ins Geschäft einstieg, weitete die Produktpalette auf die Schokolade aus und baute 1899 auf dem Gelände eine erste Fabrik. 1900 beschäftigte Tobler zirka 50 Arbeiterinnen und Arbeiter, bis 1912 stieg ihre Zahl auf rund 600.³ Damit überflügelte Chocolat Tobler um 1910 beschäftigungs-

mässig die Spinnerei Felsenau und wurde zum grössten Industriebetrieb der Stadt. Dieser Wechsel in der Rangliste markiert auch einen Umbruch in der Branchenstruktur der Industrie. Bis zur Jahrhundertwende war die Textilindustrie mit rund einem Drittel der Beschäftigten der wichtigste Sektor. Danach ging ihr Anteil zurück, und die Metall- und Maschinenindustrie (Hasler, Von Roll, Waffenfabrik, WIFAG etc.), die grafische Industrie (Stämpfli, Kümmerly + Frey, Hallwag etc.) sowie die Nahrungsmittelindustrie (Tobler, Wander, Lindt etc.) übernahmen die Führungsrolle.

Die Industrialisierung brachte nicht nur Fabriken in die Länggasse, sondern auch zahlreiche Arbeiterwohnbauten. Bereits ab 1861 erstellten Baugesellschaften Reihenhäuser für Arbeiterfamilien am Magazin-/Sodweg (1861/62, 1984 abgebrochen), an der Mittelstrasse (1866/67), am Schwalbenweg/Forstweg/Tannenweg (ab 1872) sowie am Zeltweg/Bäckereiweg/Konradweg (1876–1878). Später kamen mehrere genossenschaftlich oder kommerziell erstellte Wohnkomplexe hinzu, so dass weite Teile der Länggasse bezüglich ihrer Bewohnerschaft zu einem Arbeiterquartier wurden.⁴ Die Fabrikarbeitszeiten strukturierten den Lebensrhythmus des Quartiers. Bei Arbeitschluss ergoss sich die Arbeiterschaft aus den Fabrikatoren und bewegte sich zu ihren Wohnhäusern oder machte Zwischenhalt in einer der zahlreichen «Beizen». Da die Wohnverhältnisse in den Arbeiterwohnungen sehr eng waren, besuchten zumindest die Männer regelmässig diese «kollektiven Wohnzimmer».

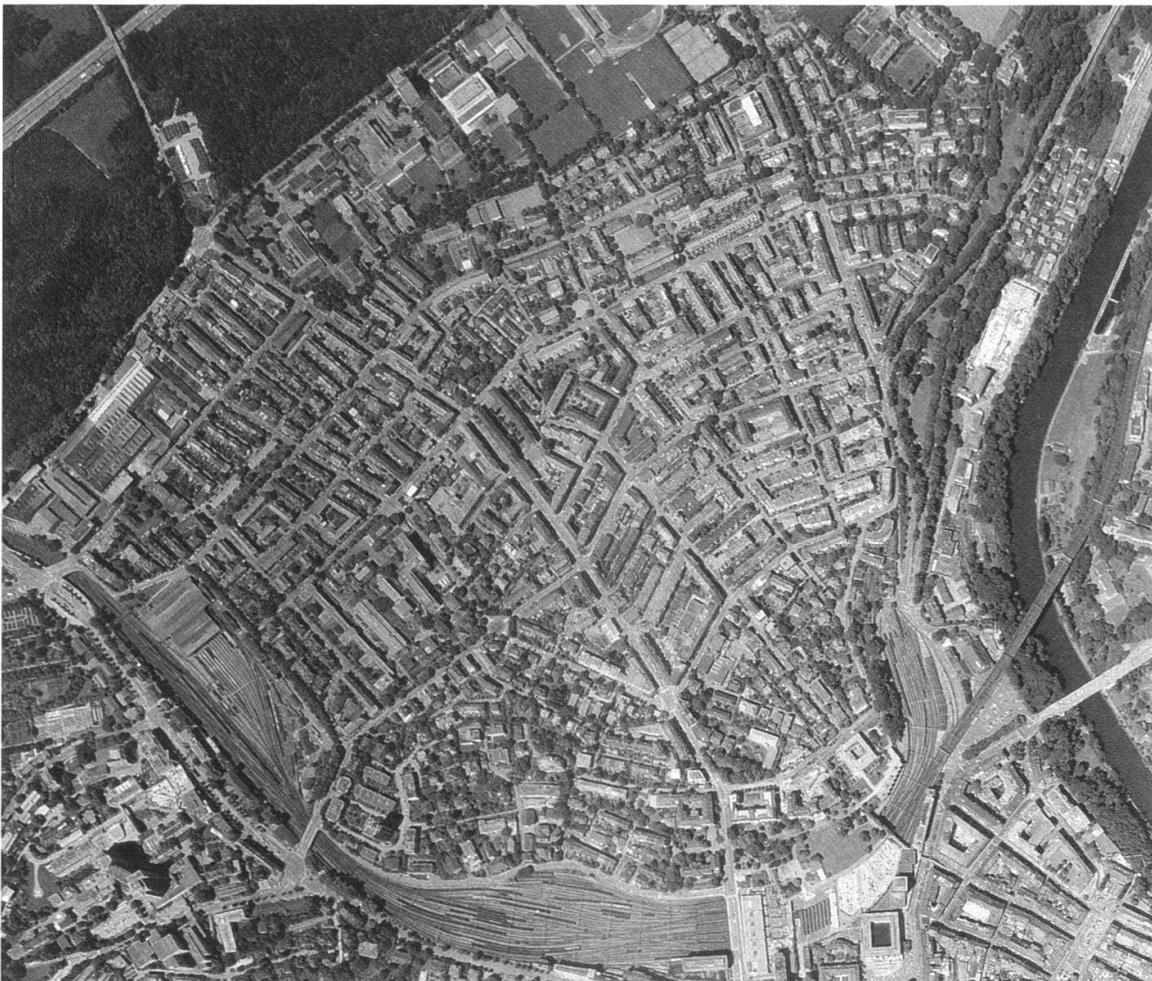


Die Kreuzung Länggass-/Muesmattstrasse um 1913 von Nordwesten gesehen. Rechts im Hintergrund steht das Fabrikgebäude von Chocolat Tobler.

Die Industrie breitete sich aber nicht grossflächig über die Länggasse aus. Besonders die schön gelegenen Hanglagen im Stadtbach und in der Enge wiesen ein völlig anderes Gepräge auf als die Strassenzüge rund um die Fabriken. Hier wohnte das Bürgertum in seinen Villen und genoss die privilegierte Wohnlage mit Grün und Aussicht.

Die Universität kommt ins Quartier

1890/91 begann mit dem Bau des Anatomie- und des Physiologiegebäudes an der Bühlstrasse und am Bühlplatz sowie dem Chemischen Institut an der Freiestrasse die Geschichte der Universität in der Länggasse.⁵ Ein entscheidender Schritt zur Konzentration der Universität in diesem Quartier war der Neubau des Hauptgebäudes auf der Grossen Schanze. Der Vorgängerbau auf dem Areal des heutigen Casinos vermochte die steigenden Raumbedürfnisse der Universität nicht mehr abzudecken. Deshalb errichtete der Kanton ein neues Hauptgebäude, das 1903 eingeweiht wurde. Im Verlauf des



Luftbild der Länggasse von 1988, nun ein dicht bebautes Stadtquartier.

20. Jahrhunderts breitete sich die Universität über die ganze Länggasse aus, einerseits in Neubauten und andererseits durch die Auslagerung von Instituten in bestehende Gebäude. Ein grösserer Komplex liegt zwischen der Bühlerstrasse und der Muesmattstrasse. Dort realisierte der Architekt Otto Rudolf Salvisberg 1930/31 einen universitären Neubau, der in den 1980er-Jahren durch das gegenüberliegende Zellbiologische Zentrum ergänzt wurde. Weitere universitäre Areale sind das Gebäude der Exakten Wissenschaften an der Sidlerstrasse (1958–1961, Erweiterung 1972–1974), die Mensa mit Annexbauten an der Gesellschaftsstrasse (1971/72), die Uni-Engelhalde (1892–1894 als Tierspital erbaut, seit 1966 genutzt durch andere Institute der Universität, Umbau 1992–1996), das neue Tierspital (1966), das 1982 fertig gestellte Unisport-Gelände, das Frauenspital sowie der 1993 bezogene Uniböhlen-Komplex.

Die Expansion universitärer Bauten in der Länggasse folgte dem Muster der räumlichen Entwicklung dieses Quartiers im 20. Jahrhundert: Bis zum Zweiten Weltkrieg wurden Lücken im überbauten Gebiet aufgefüllt. Nur im Neufeld entlang der Bremgartenstrasse existierten noch Landreserven, welche im Besitz der öffentlichen Hand waren. Dort verwirklichte Bern ab den Fünfzigerjahren grossflächig öffentliche Bauvorhaben: Die Schulanlage Hochfeld 1956/57, das neue Tierspital 1966, das 1964 bezogene Lindenhospital, das 1965 eröffnete Gymnasium Neufeld und die Unisportanlagen. Nachdem diese Freiflächen überbaut waren, gerieten grössere Teile der Länggasse unter Umnutzungsdruck. An verschiedenen Orten fielen bestehende Gebäude dem Abbruchhammer zum Opfer. So wurden in der vorderen Länggasse mehrere Strassenzüge völlig umgestaltet, damit ein grösseres Bauvolumen realisiert werden konnte. Ein Beispiel dafür sind die Häuserzeilen zwischen Magazin- und Sodweg, wo ehemalige Arbeiterhäuser Neubauten weichen mussten. Erst mit dem Bauklassenplan 1987, der bestehende Baukörper planerisch schützt, wurde diesem Trend ein Riegel geschoben. Die Ausdehnung der Universität in der Länggasse ist spätestens seit den Achtzigerjahren nur noch durch die Umnutzung bestehender Bausubstanz möglich.

Studierende statt Arbeiterinnen und Arbeiter

Der Wandel der Länggasse vom Arbeiter- zum Universitätsquartier vollzog sich über mehrere Jahrzehnte und spiegelt auch die ökonomische Entwicklung der Stadt Bern. 1900 arbeiteten 49% der Beschäftigten Berns im Sekundärsektor. Seither ist dieser Anteil auf unter 20% im Jahr 2000 zurückgegangen. Diese rapide Desindustrialisierung bildet den Hintergrund für die Veränderungen in der Länggasse, wo nicht nur die Universität, sondern auch

andere Arbeitsplätze des Dienstleistungssektors an die Stelle der Fabrikarbeiterschaft traten. So schlossen verschiedene Fabriken im Lauf der Zeit ihre Tore oder verschoben ihren Standort aus der Stadt. 1930 stellte die Seidenweberei Simon ihre Produktion in Bern ein und konzentrierte sie in einer ehemaligen Tochterfirma im Elsass. Chocolat Tobler gab 1984 den Standort in der Länggasse auf und verlegte die Produktion in einen Neubau in Bern-Brünnen. 1996 zügelte Kümmerly + Frey die Druckerei und den Verlag von der Hallerstrasse nach Zollikofen, und 1997 schloss Von Roll ihre Fabrik in der Muesmatt. Heute ist die Druckerei Stämpfli der einzige grössere Industriebetrieb, der in der Länggasse tätig ist.

Die Schliessung oder der Auszug dieser Betriebe aus der Länggasse waren im Rückblick gesehen auch Chancen, um dem Quartier planerisch ein neues Gesicht zu geben. Dies ist im Fall der Toblerfabrik sehr gut gelungen. Im Gebäude von Kümmerly + Frey an der Hallerstrasse zogen die Fachhochschule für Sozialarbeit sowie eine grosse Beratungsfirma ein. Auf dem Von-Roll-Areal werden demnächst Wohnungen gebaut. Zudem sind dort grössere Flächen für Fachmärkte und Dienstleistungsarbeitsplätze reserviert. Eine Option des Kantons sieht vor, dass die Lehrerbildung, welche in die Universität integriert wurde, an diesem Standort konzentriert werden soll. Die aufgegebenen Industrieareale wurden grösstenteils durch den expandierenden Dienstleistungssektor besetzt. Dank den für neue Nutzungen frei gewordenen Flächen blieben die Wohngegenden der Länggasse weitgehend unangestastet. Das Quartier hat deshalb sehr ausgeprägt den Charakter eines Wohngebietes behalten.

Zwischen 1970 und 1980 nahm die Bevölkerungszahl stärker als im städtischen Durchschnitt ab. Die Länggasse war in den 1980er-Jahren deutlich überaltert. Diese Trends setzten sich im letzten Jahrzehnt nicht fort. Vielmehr hat die Gruppe der jungen, ledigen Erwachsenen zugenommen. Nur Familien mit Kindern sind in der Länggasse unterdurchschnittlich vertreten. So erstaunt es nicht, dass die Zahl der Einpersonenhaushalte 1990 mit 56% sehr hoch ist (Gesamtstadt: 47%).⁶

Die Geografin Heidi Krähenbühl hat im Rahmen ihrer Diplomarbeit den Einfluss der Unitobler auf die jüngsten Entwicklungen in der Länggasse untersucht.⁷ Sie kommt zum Schluss, dass die Veränderungen in der Länggasse nur am Rande von der Umnutzung der Toblerfabrik ausgingen. Politische Entscheide im Bereich der Verkehrs- und Quartierplanung sowie wirtschaftliche Prozesse sind wesentlich wichtigere Faktoren. Einzig im Bereich des Lebensmittelangebotes hat sich im Zusammenhang mit der Unitobler einiges gewandelt. So sind die Verpflegungsmöglichkeiten (Stichwort: take away) vielfältiger geworden. Zudem könnte der hohe Anteil junger Erwachsener, die im Quartier wohnen, mit der Universität zusammenhängen. Hier spielt aber auch das Wohnungsangebot dieses zentrumsnahen Quartiers –

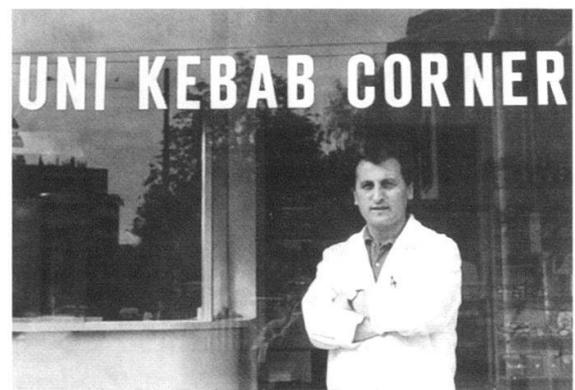
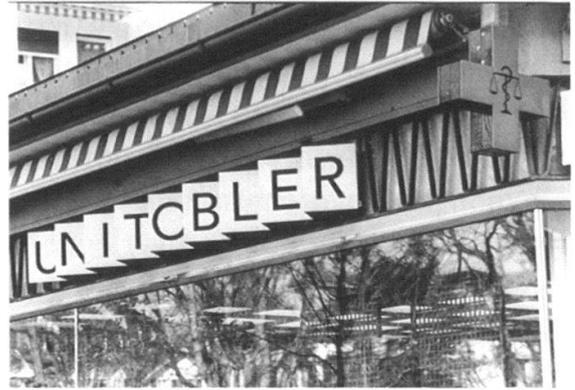
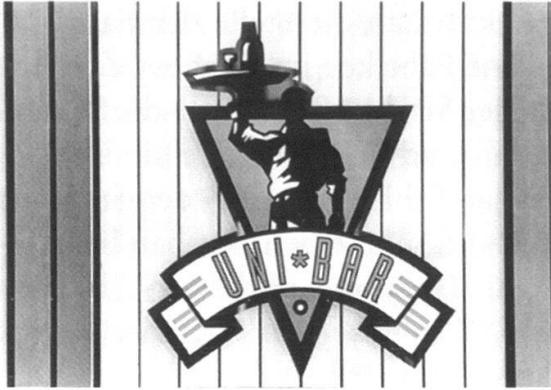


Foto-Impressionen rund um die Unitobler, nach 1993. Vor allem das Verpflegungsangebot ist seit dem Einzug der Universität in die ehemalige Tobler-Fabrik vielfältiger geworden.

mit wenig grossen und für Familien geeigneten Wohnungen – eine entscheidende Rolle. Stark verändert hat sich vor allem das Tobler-Areal selber: Die Arbeitermassen sind den Pendlerströmen der Studierenden gewichen, und an die Stelle des Schokoladeneduftes sowie der Fabriksirenen ist ein intellektuelles Ambiente getreten.

Anmerkungen

- ¹ Berner Heimatschutz, Regionalgruppe Bern, Länggass-Leist (Hg.): Die Länggasse. Ein Rundgang durch ein Berner Quartier, Bern 1990, S. 11f.
- ² Schnell Dieter et al.: Stadtführer Umnutzen von Industriebauten, Bern 1997, S. 21–25 und 40f.
- ³ Feuz Patrick, Andreas Tobler: Schoggibaron. Das bittersüsse Leben Theodor Toblers (1876 bis 1941), Bern 1996; Lüthi Christian: Stadt Bern. Bevölkerung und Industrialisierung 1850–1950, in: Pfister Christian, Hans-Rudolf Egli (Hg.): Historisch-Statistischer Atlas des Kantons Bern 1750–1995, Bern 1998, S. 90f.
- ⁴ Hauser Andreas, Peter Röllin: Bern, in: Inventar der neueren Schweizer Architektur 1850–1920, INSA, Bd. 2, Bern 1986, S. 347–544; Walser Erasmus: Die Reichen wohnen, wo sie wollen, die Armen, wo sie müssen. Soziale Segregation und Quartierentwicklung in der Stadt Bern von 1850 bis 1930, in: Lüthi Christian, Bernhard Meier (Hg.): Bern – eine Stadt bricht auf. Schauplätze und Geschichten der Berner Stadtentwicklung zwischen 1798 und 1998, Bern etc. 1998, S. 181–195.
- ⁵ Zur Baugeschichte der Universität: Scandola Pietro (Red.): Hochschulgeschichte Berns 1528–1984: zur 150-Jahr-Feier der Universität Bern 1984, Bern 1984; Weber Berchtold: Historisch-topographisches Lexikon der Stadt Bern, Bern 1976; Hauser/Röllin (wie Anm. 4).
- ⁶ Richard Susanne: Quartieratlas Länggasse. Zweitarbeit im Hauptfach Geographie, Universität Bern 1987 (Ms.); Zahlen der Volkszählung 1990: Statistikdienste der Stadt Bern.
- ⁷ Krähenbühl Heidi: Der Einfluss der Unitobler auf die Quartierentwicklung der Länggasse. Diplomarbeit Geographie, Universität Bern 1998 (Ms.).

Von der Schokolade- zur Denkfabrik. Eine Metamorphose

Fred Zaugg

Fast plötzlich war der Name «Unitobler» allgemein bekannt: Erst Arbeitstitel für alle an einem wegweisenden Werk Beteiligten, doch bald auch im Alltag des Länggassquartiers und der ganzen Stadt verankerter Begriff, der gleichnishaft steht für eine Metamorphose, für die Verwandlung einer Fabrik in eine Universität.



Konglomerat statt Monolith

Die Geschichte der Unitobler hat mit einem Verzicht und einem Verlust begonnen. Der Verzicht betraf das in Planung begriffene Projekt einer Universität auf dem Viererfeld. Er war die Folge einer geänderten Zielsetzung, einer neuen Planungsphilosophie: Unter der Leitung von Kantonsbaumeister Urs Hettich wurde gesamtheitliches Denken zum Thema. Die Universitätsplanung untersuchte unter der Leitung von Werner Probst Alternativen zum gefährdeten Projekt. Ein Verlust, den die Stadt auf wirtschaftlichem Gebiet erlitten hatte, wurde zur realen Chance für die Universität. Durch den Umzug der Schokoladefabrik Tobler in den Westen der Stadt gingen Bern zentrumsnahe Arbeitsplätze verloren. Um wenigstens die Arbeitsplätze der mit Suchard fusionierten Firma Tobler durch deren Verbleiben auf dem Gemeindegebiet zu erhalten, kaufte der Kanton Bern die alte Fabrik an der Länggassstrasse und schuf damit eine Möglichkeit, die Raumprobleme der Universität durch Umnutzung zu lösen. Die Planung eines Hochschulmonoliths mit einheitlichem Raster und eindeutigen funktionalen Strukturen wurde abgelöst durch eine Metamorphose, deren Ziel – die Verwandlung einer Fabrik in eine Universität – nicht die Homogenität des kompakten Steinblocks, sondern einzig die Heterogenität des Konglomerats sein konnte.

Der Entscheid für die Unitobler geht indessen in seinem Grundsatz weit über das Bauliche hinaus: An die Stelle genialischer Selbstdarstellung der Gegenwart in repräsentativen Bauten tritt eine Haltung, die das einseitig objektorientierte Denken durch ein vernetztes ersetzt. Fragen zu unserem Umgang mit der Umwelt, zur Urbanität als lebendiger Gemeinschaft, zum Organismus der Stadt und zu einer steten Wandlung, die heute nicht nur Fortsetzung und Weiterentwicklung, sondern Wiederverwendung heissen muss, werden bestimmend und führen zu einem Prozess, in den alle Beteiligten integriert werden.

Universität und Quartier

Spricht man in Bern von der Universität, so ist meistens der stolze Bau auf der Grosse Schanze gemeint. Von den Architekten Alfred Hodler und Eduard Joos projektiert und in den Jahren 1900 bis 1903 ausgeführt, sollte der «Hochschulbau, seiner hohen Bestimmung gemäss, über die Nachbarbauten dominieren». Erst 1834 wurde Bern, das bis dahin «nur» eine Akademie hatte, zur Universitätsstadt. Die erste Hochschule stand ungefähr dort, wo heute das Casino zu finden ist, mitten in der damaligen Stadt. Der Neubau wurde als Bildungspalast mit Neurenaissance- und Neubarockformen zu einer Zeit, da schon ein ganz anderes, zeitgemässeres Bauen möglich gewesen

wäre, in das nach Westen verschobene verkehrs-, das heisst vor allem bahnbedingte Zentrum gestellt.

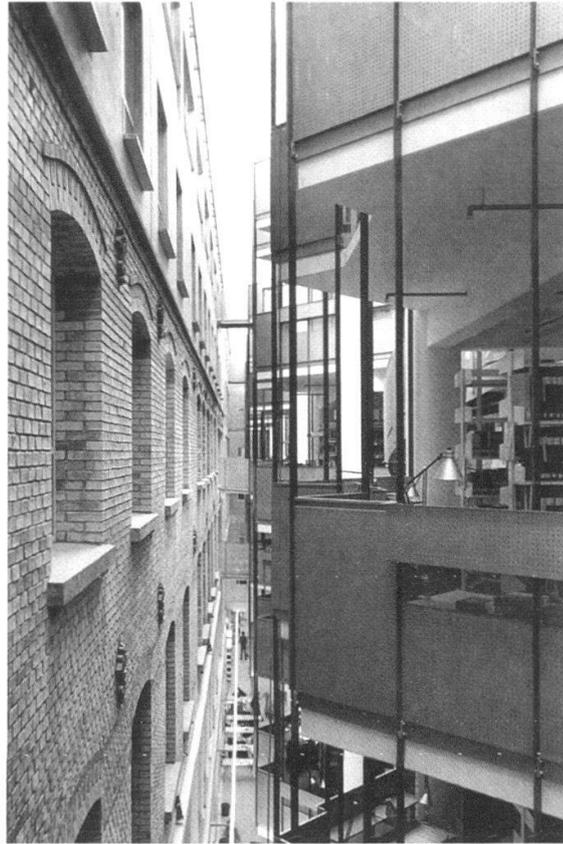
Die Länggasse als Strasse war zuerst eine Sackgasse, die von der Stadt an den Bremgartenwald führte. Mit dem Wachstum der Stadt wurde die Länggasse auch zum Namen für das ganze Quartier. Wenn im 19. Jahrhundert begüterte Familien – oft handelte es sich um erfolgreiche Geschäftsleute der Zeit, Neureiche würde man heute sagen – ihre Villen in der Länggasse bauten, so ahnten sie wohl kaum, dass noch vor der Jahrhundertwende aus dem sehr locker besiedelten Gebiet ein eigentliches Industriequartier werden würde mit einer Maschinenfabrik, einem Baugeschäft, einer Seidenweberei, zwei grossen Druckereien und der Schokoladefabrik Tobler. Die Unitobler ist ein weiteres Kapitel in der Entwicklung der Länggasse. Die Industrie hat ihre Dominanz eingebüsst oder verlagert ihre Produktion aus der Innenstadt in die Randgebiete. Die Zeit der stolzen Bildungspaläste ist einer Epoche gewichen, da die Geistes- und Sozialwissenschaften ihren Platz nicht «hoher Bestimmung gemäss» im «Dominieren» über die Nachbarschaft zu finden trachten, sondern inmitten eines vielgestaltigen Quartieralltags, der sein Gesicht auch dann behalten darf, wenn sich eine Schokoladefabrik in eine Hochschule verwandelt.

Alt und Neu als Ganzheit

Als Prozess bezeichnet auch die Arbeitsgemeinschaft der Architekten Pierre Clémenton, Daniel Herren und Andrea Roost, die sich auf Zeit für die Realisierung der Unitobler mit Gody Hofmann als verantwortlichem Projektleiter gebildet hat, ihre rund zehn Jahre dauernde Zusammenarbeit im Spannungsfeld zwischen Erhalten und Erschaffen, Wiederverwendung und Neubau. Obwohl ein totaler Neubau eigentlich nie zur Diskussion stand, war von vornherein klar, dass es nicht darum gehen konnte, die bestehenden Fabrikbauten einfach zu Schulräumen umzufunktionieren. Um dem Raumbedürfnis zu genügen, aber auch um einen Universitätsbetrieb überhaupt zu ermöglichen, waren zum Teil massive Eingriffe unumgänglich. Die Unitobler konnte nur als ein Zusammenspiel von Alt und Neu verwirklicht werden. Und dieses Spiel sollte offen, in seinen Zügen erkennbar und als Kapitel der Quartier- und der Stadtgeschichte lesbar sein.

Betrachtet man heute die in lichten Blautönen gehaltene einstige Prunkfassade der Schokoladefabrik an der Länggassstrasse, so scheint sich ausser der Farbe nichts verändert zu haben. Die Gebäudeflucht dokumentiert nicht weniger als vier Jahrzehnte Toblergeschichte (1907 bis 1950). Weniger zu einer Einheit zusammengefasst erscheint die rückseitige Fassade zum Hof, die dafür aber zu einer Lesetafel der Baugeschichte und des Baumaterials

Dialog Alt-Neu: Mauerwerk des ältesten Fabrikteils von 1898 und zentrale Bibliothek von 1992.



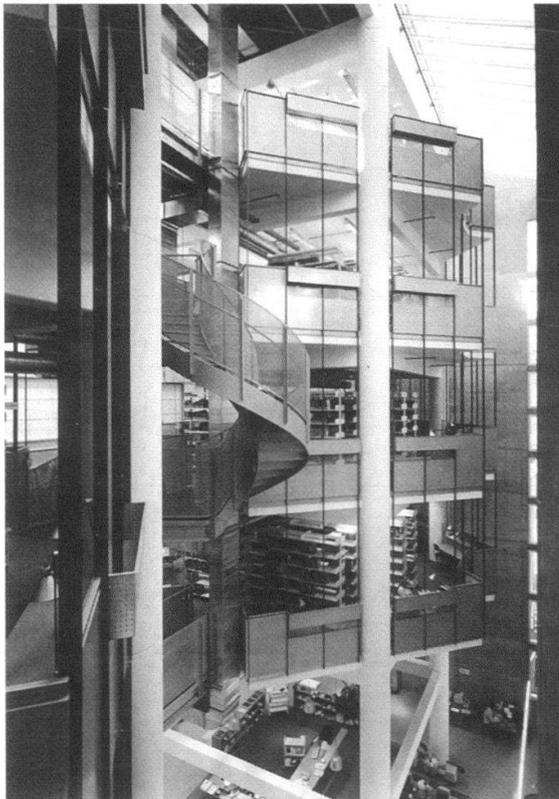
wird, welche die der Unitobler zugrunde liegende architektonische Philosophie illustriert. Die dreigeschossige Fassade des voll integrierten ältesten auf dem Areal erhalten gebliebenen Produktionsgebäudes wurde kunstvoll, doch bewusst erkennbar geflickt und ergänzt. Sichtbackstein wählte man auch für die Aufstockung um ein Geschoss und für den an die Muesmattstrasse weiterführenden Neubau. Bei gleicher Technik ist indessen das Material, sind die Sichtbacksteine von einst und jetzt leicht zu unterscheiden. Zusammenfassend führt schliesslich eine Art Attikageschoss in Wellaluminium-Verkleidung über den ganzen hofseitigen Trakt. Das Resultat ist eine Patchworkfassade, welche aus klaren Bauformen, aus übernommenen und neuen Elementen eine Erzählung werden lässt. Sie berichtet von Wandel und auch davon, wie an etwas Bestehendem weitergebaut, ja, wie Altes zur Inspiration für Neues und zur Herausforderung werden kann.

Im Innern hält und prägt ein grosszügig über alle Stockwerke durchgezogener, leicht gewölbter Schild gegen den Lerchenweg hin die neue Treppenanlage und wird zu einem «geologischen» Aufschluss durch die Fabrikanlage von einst. Mit seiner räumlichen Präsenz und der schwungvoll in die übernommene Rechtwinkligkeit gefügten Wölbung demonstriert die Architektengemeinschaft ihren Formwillen und ihr Verhältnis zur Tradition in der vorhandenen Bausubstanz. Nicht verneinen, was da ist, das Bestehende akzeptieren und dennoch den Mut haben einzugreifen, wo es die Notwendigkeit und die Gestaltung erfordern.

Labyrinth oder Kristall

Als eindeutiger Neubau steht die Bibliothek im Zentrum der Unitobler, das heisst im 75 Meter langen, aus den erwähnten Fabrikteilen und ihrer Ergänzung bis an die Muesmattstrasse entstandenen Hof. Wird die Unitobler weniger als Um- und Ausbau denn als Zeichen für die Gegenwart und ihr Verhältnis zu den Geisteswissenschaften, für eine wohl in der Überlieferung der abendländischen Kultur fussende, doch zukunftsgerichtete, Freiheit des Forschens und Denkens mit persönlicher Verantwortung verbindende Stätte der Ausbildung und der Erkenntnis gesehen, als Zeichen für die Integration des Studiums in das Leben anstelle einer elitären Abschottung, so wird diese Bibliothek zur entscheidenden Bedeutungsträgerin, zum Symbol der neuen Hochschulanlage. Von kristalliner Klarheit ist die Architektur, raumbildend und raumprägend, kompromisslos neu und zeitgemäss, doch gleichzeitig eingefügt in ein übergeordnetes Ganzes. Entsprechend der Vielfalt des hier gespeicherten Wissens und der 24 es umgebenden und nutzenden Institute wurde ein gliederndes Konzept gewählt.

Zwanzig 25 Meter hohe Säulen in zwei Reihen übernehmen die vertikalen Stütz- und Tragfunktionen in einem Raum, der die Grösse einer Kathedrale hat. Je vier Säulen werden zu einem Quartett von Rundstützen, das die über Eck gestellten Plattformen, die Etagen der Bibliothek trägt. Mit Stahlbrücken und Wendeltreppen sind die einzelnen Bibliotheksplattformen mit-



Die im ehemaligen Fabrikhof eingefügte zentrale Bibliothek besteht aus fünf Türmen mit 22 Plattformen.

einander verbunden. Dann gibt es auch Stege, die direkt in die Institutsräume führen, Wege der Ausstrahlung und des Zugriffs, Offenheit architektonisch zum Ausdruck gebracht. Für 750 000 Bücher bietet der Bibliothekskristall Platz. In den untersten Geschossen bietet die Stadt- und Universitätsbibliothek ein sogenanntes Basisangebot. In den oberen Etagen werden die bis dahin verstreuten Institutsbibliotheken vereinigt. Für die Studierenden gibt es rund 600 Lese- und Arbeitsplätze. Als geistiges Zentrum, als Hirn und als Kern ist die Bibliothek der Unitobler bereits bezeichnet worden, und eigentlich sind alle Namen zutreffend. Wie die wichtigen Organe ist sie vom Körper geschützt, ummantelt von Gebäuden; ihre Verbindungen gehen indessen durch die Hülle hindurch bis in die Realität der Gegenwart, ein Organ in einem Organismus, dessen Nervensystem alle Bereiche bis an die Peripherie durchdringt. Auch das andere Bild bleibt gültig: ein strahlender Kristall oder, genauer noch, eine Fünfergruppe von Kristallen, wobei man sich wahrscheinlich noch darüber einigen müsste, ob ihrem Aufbau der Würfel oder der Oktaeder zugrunde liege.

Künstlicher Kontrast

In rechtem Winkel zur Patchworkfassade des Hauptgebäudes steht hofseitig der Hörsaaltrakt, inmitten der gewachsenen Bausubstanz eindeutig als Neubau definiert. Mit dem jüngsten Teil der ehemaligen Schokoladefabrik, der parallel zum Lerchenweg verläuft, bildet der Hörsaalbereich einen spitzen Winkel, der sich auf die südliche Ecke des Hauptkomplexes konzentriert, ihn berührt und sich mit ihm verbindet. Die architektonische Sprache im zweigeschossigen Hörsaalbau ist persönlich, einfach, klar und künstlich.

Die Materialien Beton, Glas, Eichenholz und Welleternit sind erkennbar und überzeugen in einer strengen, ihnen entsprechenden zeitgemässen Ausformung. Scherzweise sprechen die Architekten von den «Voralpen», wenn sie den Hörsaaltrakt meinen, aber sie haben die Eigenständigkeit des Gebäudes einer Angleichung oder einer fragwürdigen stilistischen Verbindung mit den Alpen, das heisst mit dem dahinter stehenden Produktionsgebäude aus den Fünfzigerjahren vorgezogen, den Kontrast gewählt und damit einen lebendigen architektonischen Dialog eingeleitet.



An den Stützen sind die verschiedenen Bauetappen der Fabrikerweiterung ablesbar:
 Von den Gusseisenstützen im Untergeschoss des ältesten Fabrikteils von 1898 ...



... über die genieteten Walzprofilstützen
 des Erweiterungsbaus von 1907 (Blick in
 das Erdgeschoss, Historisches Institut) ...



... zu den Eisenbeton-Pilzstützen der neuen
 Fabrik am Lerchenweg von 1957.

Begegnung in einem Beziehungsnetz

Wer sich nach dem Haupteingang der Unitobler erkundigt, erhält die Adresse Länggassstrasse 49, muss aber vor Ort feststellen, dass diese Hausnummer am Lerchenweg zu finden ist. Der verbliebene Rahmen eines schmiedeisernen Tores schmückt und betont zwar den Eingang, der einst nicht bloss der Arbeiterschaft, sondern auch dem Warenan- und -abtransport gedient haben mag, doch stellt man sich das Hauptportal einer Universität für über 2000 Studierende eigentlich etwas anders vor. Es gehört zur Haltung, die hinter dem Unitobler-Projekt steht, dass es anstelle eines einzigen Repräsentationseingangs eine ganze Reihe von Zugängen gibt. Die Unitobler kann von allen Himmelsrichtungen her betreten werden. Trotz der Anschriften führt keine der Türen in eine geschlossene Abteilung. Die verschiedenen Institute und Forschungsstellen, Hörräume, Seminarzimmer, Lese- und Lernzentren sind miteinander verbunden und vernetzt. Von überall her gibt es einen Weg zur grossen hofseitigen Cafeteria mit Terrasse. Sie ist nicht der einzige, zumindest aber einer der Orte in der Unitobler, wo jene Begegnungen zwischen den Studierenden stattfinden können, die bei der bisherigen Zerstreung der verschiedenen Institute fast unmöglich waren. Als Zeichen spannungsvoller Dialektik ist der Bau angelegt, der einerseits der Konzentration zu dienen hat, andererseits jedoch neue Verbindungen, Vernetzungen und Bezüge, ja eine neue Freiheit des Studiums vorschlägt. Die Zusammenführung soll indessen den individuellen Charakter der einzelnen Institute nicht beeinträchtigen.

Auch aus den innersten Räumen der Universität müssen die Wege wieder hinausführen ins Freie, ins Quartier, in die Stadt, ins Leben. Ein Angebot ist der Platanenhain, Freiraum für Studierende und offene Schattenoase für das Quartier, ein Ort der Geschichten und der Geschichte, des Gedankens und des Gesprächs, der Ruhe und des Spiels. Bis in die griechische Mythologie weisen die sieben Keramikmuseen von Elisabeth Langsch. An der Kante der Uniterrasse stehen sie, einladend, vermittelnd, inspirierend, nicht begrenzend noch beherrschend, dafür aber jene kreative Kraft fördernd, die Menschen beglückt und das Leben bereichert. Ihnen zu Füssen ist das «Hexenhaus», in dem nicht Hexen, sondern die Studentinnen- und Studentenschaft der Universität Bern und wiederum Geschichten zu finden sind, Quartiergeschichten von damals. Wie ein Erzähler auf einem orientalischen Platz erscheint dieses Haus mit den blau glasierten Ziegeln im Platanenhain. Und auch die Architekten werden hier nochmals zu Geschichtenerzählern. Nicht mit Asphalt, sondern mit Juramergel haben sie den Platz gedeckt und damit Erinnerungen an den Süden wachgerufen, an abendliche Boulespiele unter grünem Dach.

Auszeichnungen für die Unitobler

1995: ATU PRIX, Stiftung Bernischer Kulturpreis für Architektur, Technik und Umwelt.

1996: SIA-Preis, Auszeichnung für nachhaltiges Bauen.

1997: Wakkerpreis des Schweizer Heimatschutzes für die beispielhafte Nutzung brachliegender Industriebauten.

1997: Business Week/Architectural Record Awards. Von zwei amerikanischen Architekturzeitschriften verliehene internationale Auszeichnung.

1999: Energie-2000-Programm. Erwähnung als eines von vier Beispielen für nachhaltiges Bauen und Sanieren.

Projektdaten

Architekten und Tobler-Bauten

Chr. Volkart (1899), Max Münch (1903), Gottfried Schneider (1907), Werner + Hektor Eichenberger (1932/33).

Bauherr Unitobler

Bau-, Verkehrs- und Energiedirektion des Kantons Bern, Hochbauamt.

Architekten

Architektengemeinschaft Unitobler:

Pierre Clémenton BSA, SIA

Daniel Herren AIA, SIA

Andrea Roost BSA, SIA, SWB

und Projektleiter Gody Hofmann SIA, SWB.

Wichtige Daten

1982: Kauf der Liegenschaft

1983: Genehmigung des Konzepts

1986: Volksbeschluss für Baukredit und Projekt

1993: Einweihung der Unitobler.

Bildnachweis

- Archives historiques Nestlé, Vevey: S. 17, 19–22, 24, 25, 50, 51.
Baumgartner Jeannine, Zollikofen: S. 148.
Bayrische Staatsbibliothek, München: S. 29.
Bernisches Historisches Museum, Bern: S. 70.
Burgerbibliothek, Bern: S. 158.
Egger Alexander, Bern: S. 164, 170 (oben, unten rechts).
Helfenstein Heinrich, Adliswil: S. 167, 168, 170 (unten links).
Ingenieurbüro S. Mesaric, Bern: S. 159.
Johann Jacobs Museum, Zürich: S. 28, 32, 35, 58.
Kraft Foods Schweiz AG, Bern-Brünnen: S. 150.
Lindt & Sprüngli AG, Kilchberg: S. 47.
Louvre, Paris, © RMN: S. 41.
Schweizer Illustrierte Zeitung, 6.4.1912: S. 58.
Sommer Erika, Bern: S. 125, 127.
Staatliche Kunstsammlungen, Kassel: S. 34.
Staatsarchiv des Kantons Bern, Bern: S. 53.
Archiv Suchard-Tobler, Musée d'art et d'histoire, Neuenburg: S. 43, 48, 53, 56, 58, 60, 62, 63, 71–73, 75–78, 87, 90–93, 95–97, 99, 102, 104, 106, 108, 110, 112, 113, 115, 117, 118, 126, 129–134, 136–138, 140, 142, 144–146, 151–153.
Tobler Familie, Privatarchiv: S. 71, 81–85, 88.
Trachsel Hansueli, Bremgarten: S. 122, 142, 145, 147, 162.
Vermessungsamt der Stadt Bern (Faksimile-Nachdruck): S. 157.

Bibliografie

Geschichte der Genussmittel

- Ball Daniela U. (Hg.): Kaffee im Spiegel europäischer Trinksitten = Coffee in the context of European drinking habits, Zürich 1991.
- Barlösius Eva, Gerhard Neumann, Hans-Jürgen Teuteberg: Leitgedanken über die Zusammenhänge von Identität und kulinarischer Kultur im Europa der Regionen, in: Teuteberg Hans-Jürgen, Gerhard Neumann, Alois Wierlacher (Hg.): Essen und kulturelle Identität: europäische Perspektiven, Berlin 1997, S. 13–23.
- Barlösius Eva: Soziologie des Essens. Eine sozial- und kulturwissenschaftliche Einführung in die Ernährungsforschung, München 1999.
- Cavaciocchi Simonetta (Hg.): Prodotti e tecniche d'oltremare nelle economie europee. Secc. XIII–XVIII, Florenz 1998.
- Chiapparino Francesco: Von der Trink- zur Essschokolade. Veränderungen eines Genussmittels zwischen dem 19. und dem beginnenden 20. Jahrhundert, in: Teuteberg Hans-Jürgen, Gerhard Neumann, Alois Wierlacher (Hg.): Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven, Berlin 1997, S. 387–400.
- Coe Sophie D., Michael D. Coe: *The true history of chocolate*, London 1996.
- Evans John C.: *Tea in China. The history of China's national drink*, New York 1992.
- Fontaine Françoise: Le cacao, boisson des rois dans le Nouveau Monde, in: *Chocolat. De la boisson élitaine au bâton populaire, XVIe–XXe siècle*, Bruxelles 1996, S. 15–34.
- Geubel André, Paul Servais: Médecine et chocolat au XXe siècle, in: *Chocolat. De la boisson élitaine au bâton populaire, XVIe–XXe siècle*, Bruxelles 1996, S. 239–246.
- Goodman Jordan: *Tobacco in history. The cultures of dependence*, London 1993.
- Goodman Jordan et al. (Hg.): *Consuming habits. Drugs in history and anthropology*, London 1995.
- Harwich Nikita: *Histoire du chocolat*, Paris 1992.
- Heise Ulla: *Kaffee und Kaffeehaus. Eine Kulturgeschichte*, Hildesheim 1987.
- Hengartner Thomas, Christoph Maria Merki (Hg.): *Genussmittel. Ein kulturgeschichtliches Handbuch*, Frankfurt a. M. 1999.
- Logue Alexandra W.: *Die Psychologie des Essens und Trinkens*, Heidelberg 1995.
- Maes Freddy: Le cacaoyer, in: *Chocolat. De la boisson élitaine au bâton populaire, XVIe–XXe siècle*, Bruxelles 1996, S. 257–266.
- Menninger Annerose: Tabak, Zimt und Schokolade. Europa und die fremden Genüsse (16.–19. Jh.), in: Faes Urs, Béatrice Ziegler (Hg.): *Das Eigene und das Fremde. Festschrift für Urs Bitterli*, Zürich 2000, S. 232–262.
- Mintz Sidney W.: *Die süsse Macht. Kulturgeschichte des Zuckers*, Frankfurt 1987.
- Mueller Wolf: *Seltsame Frucht Kakao. Geschichte des Kakaos und der Schokolade*, Hamburg 1957.
- NESTEC S.A. (Hg.): *Cacao. Histoire – botanique & génétique – transformations – production & commerce – composition – nutrition & physiologie – associations – législation*, Vevey 1991.
- Pfiffner Albert: Kakao, in: Hengartner Thomas, Christoph Maria Merki (Hg.): *Genussmittel. Ein kulturgeschichtliches Handbuch*, Frankfurt a. M. 1999, S. 117–140.
- Reinders Pim et al.: *Koffie in Nederland. Vier eeuwen cultuurgeschiedenis*, Zutphen 1994.
- Rogozinski Jan: *Smokeless tobacco in the western world. 1550–1950*, New York 1990.
- Richter Dieter: *Schlaraffenland. Geschichte einer populären Utopie*, Frankfurt a. M. 1995.
- Robert Hervé: *Les vertus thérapeutiques du chocolat ou comment en finir avec les idées reçues*, Paris 1990.
- Sandgruber Roman: *Bittersüsse Genüsse. Kulturgeschichte der Genussmittel*, Wien 1986.

- Sandgruber Roman: Genussmittel. Ihre reale und symbolische Bedeutung im neuzeitlichen Europa, in: Füllberg-Stolberg Claus, Peter Kriedte, Volker Wunderich (Hg.): Kolonialwaren für Europa. Zur Sozialgeschichte der Genussmittel, Berlin 1994 (Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte, 1), S. 73–88.
- Sandgruber Roman: Schokolade. Von der Götterspeise zum Massenprodukt, in: Sandgruber Roman, Harry Kühnel (Hg.): Genuss und Kunst. Kaffee, Tee, Schokolade, Tabak, Cola, Innsbruck 1994, S. 64–72.
- Schivelbusch Wolfgang: Der Kaffee als bürgerliche Produktivkraft, in: Ästhetik und Kommunikation. Beiträge zur politischen Erziehung, 9 (1978), S. 5–20.
- Schivelbusch Wolfgang: Das Paradies, der Geschmack und die Vernunft. Eine Geschichte der Genussmittel, München 1980.
- Scholliers Peter: Der Aufstieg der belgischen Schokolade, in: Sandgruber Roman, Harry Kühnel (Hg.): Genuss und Kunst. Kaffee, Tee, Schokolade, Tabak, Cola, Innsbruck 1994, S. 73–77.
- Scholliers Peter: From elite consumption to mass consumption. The case of chocolate in Belgium, in: Hartog Adel P. den (Hg.): Food technology, science and marketing, East Linton 1995, S. 127–138.
- Wiegelmann Günter: Zucker und Süßwaren im Zivilisationsprozess der Neuzeit, in: Teuteberg Hans-Jürgen, Günter Wiegelmann (Hg.): Unsere tägliche Kost. Geschichte und regionale Prägung, Münster 1986, S. 135–152.

Geschichte der schweizerischen Schokoladeindustrie

- Chiapparino Francesco: L'industria del cioccolato in Italia, Germania e Svizzera. Consumi, mercati e imprese tra '800 e prima guerra mondiale, Diss. Bologna 1997.
- Chocosuisse (Hg.): Chocologie – ein kleiner Führer durch die schweizerische Schokoladeindustrie, Bern o. J.
- Edlin Christa: Philippe Suchard 1797–1884, Schokoladefabrikant und Sozialpionier. Zürich 1992 (Schweizer Pioniere der Wirtschaft und Technik, Band 56).
- Gutzwiller Alfred: Die schweizerische Schokoladenindustrie und die Weltkakaowirtschaft. Eine volkswirtschaftliche Studie, Liestal 1932.
- Lindt & Sprüngli (Hg.): 150 Jahre Freude bereiten. Chokoladefabriken Lindt & Sprüngli AG 1845–1995, Kilchberg 1995.
- Rossfeld Roman: Die Innovation der Milkschokolade und der Aufstieg der schweizerischen Schokoladenindustrie von 1880–1920, in: Gilomen Hans-Jörg et al. (Hg.): Innovationen – Innovations. Voraussetzungen und Folgen – Antriebskräfte und Widerstände, Zürich 2001, im Druck.
- Schiess Eduard: L'industrie chocolatière suisse. Etude économique précédée d'un aperçu général sur le cacao et le chocolat, Lausanne 1913.
- Senn Christian: Soziale Betriebspolitik in der schweizerischen Schokolade-Industrie, Diss. Affoltern am Albis 1939.

Geschichte Berns und der Chocolat Tobler

- Berner Heimatschutz, Regionalgruppe Bern, Länggass-Leist (Hg.): Die Länggasse. Ein Rundgang durch ein Berner Quartier, Bern 1990.
- Chiapparino Francesco: Cooperation and competition among national and international firms in industrializing Italy. Tobler and the case of the chocolate industry, 1900–1940, in: Pohl Hans (Ed.): Competition and cooperation of enterprises on national and international markets, Stuttgart 1997, S. 105–124.
- Feuz Patrick, Andreas Tobler: Schoggibaron. Das bittersüsse Leben Theodor Toblers (1876 bis 1941), Bern 1996.

- Frei René: Über die Schokolade im allgemeinen und die Entwicklung der bernischen Schokoladeindustrie. Luzern 1951.
- Hauser Andreas, Peter Röllin: Bern, in: Inventar der neueren Schweizer Architektur 1850–1920, INSA, Band 2, Bern 1986, S. 347–544.
- Krähenbühl Heidi: Der Einfluss der Unitobler auf die Quartierentwicklung der Länggasse. Diplomarbeit, Universität Bern 1998 (Ms.).
- Lüthi Christian, Bernhard Meier (Hg.): Bern – eine Stadt bricht auf. Schauplätze und Geschichten der Berner Stadtentwicklung zwischen 1798 und 1998, Bern 1998.
- Lüthi Christian: Stadt Bern. Bevölkerung und Industrialisierung 1850–1950, in: Pfister Christian, Hans-Rudolf Egli (Hg.): Historisch-Statistischer Atlas des Kantons Bern 1750–1995, Bern 1998, S. 90f.
- Pfister Christian: Im Strom der Modernisierung. Bevölkerung, Wirtschaft und Umwelt 1700–1914, Bern 1995 (Geschichte des Kantons Bern seit 1798, Bd. 4).
- Richard Susanne: Quartieratlas Länggasse. Zweitarbeit im Hauptfach Geographie, Universität Bern 1987 (Ms.).
- Scandola Pietro (Red.): Hochschulgeschichte Berns 1528–1984. Zur 150-Jahr-Feier der Universität Bern 1984, Bern 1984.
- Schläppi Daniel: «Hochherzige Männer, edle Freunde, strahlende Kinder, glückliche Mütter». Die Zunftgesellschaft zu Schmieden in Bern zwischen Tradition und Moderne, 1795–1995, Diss. Bern 2000 (Ms.).
- Weber Berchtold: Historisch-topographisches Lexikon der Stadt Bern, Bern 1976.

Wirtschafts- und Sozialgeschichte

- Bairoch Paul, Martin Körner: La Suisse dans le contexte international aux XIXe et XXe siècles, in: Bairoch Paul, Martin Körner: La Suisse dans l'économie mondiale, Genève 1990, S. 103–140.
- Bergier Jean-François: Wirtschaftsgeschichte der Schweiz. Von den Anfängen bis zur Gegenwart, 2. Aufl., Zürich 1990.
- Braverman Harry: Die Arbeit im modernen Produktionsprozess, Frankfurt a. M. 1985.
- Camporesi Piero: Il brodo indiano, Milano 1990.
- Gruner Erich et al. (Hg.): Arbeiterschaft und Wirtschaft in der Schweiz 1880–1914. Soziale Lage, Organisation und Kämpfe von Arbeitern und Unternehmern, politische Organisation und Sozialpolitik, Zürich 1987/88.
- Holmes Madelyn: Forgotten migrants. Foreign workers in Switzerland before World War I, London 1988.
- Mesmer Beatrix (Red.): Geschichte der Schweiz und der Schweizer, 3 Bde., Basel 1982/83.
- Möckli Silvano: Der schweizerische Sozialstaat, Bern 1989.
- Page Marie-Thérèse: L'ouvrière chocolatière de la fabrique de Broc. Conditions de travail et vie quotidienne (1898–1939), in: Itinera, 2/3 (1985), S. 195–210.
- Pietsch Eva: «Bleiche Lippen und hektische Wangen, flache Brust und blasse Haut», in: Bielefelder Graduiertenkolleg Sozialgeschichte (Hg.): Körper Macht Geschichte – Geschichte Macht Körper. Körpergeschichte als Sozialgeschichte, Bielefeld 1999, S. 248–271.
- Sarasin Philipp, Jakob Tanner: Einleitung, in: Sarasin Philipp, Jakob Tanner (Hg.): Physiologie und industrielle Gesellschaft. Studien zur Verwissenschaftlichung des Körpers im 19. und 20. Jahrhundert, Frankfurt a. M. 1998, S. 12–43.
- Schröter Harm G.: Aufstieg der Kleinen. Multinationale Unternehmen aus fünf kleinen Staaten vor 1914, Berlin 1993.
- Sombart Werner: Liebe, Luxus und Kapitalismus. Über die Entstehung der modernen Welt aus dem Geist der Verschwendung, 2. Aufl., Berlin 1922.
- Stihler Ariane: Die Entstehung des modernen Konsums. Darstellung und Erklärungsansätze, Berlin 1998.

Tanner Jakob: Fabrikmahlzeit. Ernährungswissenschaft, Industriearbeit und Volksernährung in der Schweiz 1890–1950, Zürich 1999.

Wiedmer Hans-Rudolf: Arbeit im Industrialisierungsprozess. Veränderungen industrieller Arbeitsbedingungen in der Schweiz 1880–1914, Zürich 1989.

Geschlechtergeschichte

Budde Gunilla-Friederike: Des Haushalts «schönster Schmuck». Die Hausfrau als Konsumexpertin des deutschen und englischen Bürgertums im 19. und frühen 20. Jahrhundert, in: Siegrist Hannes, Hartmut Kaelble, Jürgen Kocka (Hg.): Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert), Frankfurt a. M. 1997, S. 411–440.

Haupt Heinz-Gerhard: Konsum und Geschlechterverhältnisse. Einführende Bemerkungen, in: Siegrist Hannes, Hartmut Kaelble, Jürgen Kocka (Hg.): Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert), Frankfurt a. M. 1997, S. 395–410.

Hausen Karin: Die Polarisierung der «Geschlechtscharaktere» – eine Spiegelung der Dissoziation von Erwerbs- und Familienleben, in: Conze, Werner (Hg.): Sozialgeschichte der Familie in der Neuzeit Europas, Stuttgart 1976, S. 363–393.

Joris Elisabeth, Heidi Witzig (Hg.): Frauengeschichte(n). Dokumente aus zwei Jahrhunderten zur Situation der Frauen in der Schweiz, Zürich 1986.

Mesmer Beatrix: Ausgeklammert – Eingeklammert. Frauen und Frauenorganisationen in der Schweiz des 19. Jahrhunderts, Basel, Frankfurt a. M. 1988.

Pesenti Yvonne: Beruf: Arbeiterin. Soziale Lage und gewerkschaftliche Organisation der erwerbstätigen Frauen aus der Unterschicht in der Schweiz, 1890–1914, Zürich 1988.

Renold Ursula: «Wo das Männliche anfängt, da hört das Weibliche auf!» Frauenberufsbildungsdiskussionen im Spiegel der sozioökonomischen Entwicklung (1860–1930), Diss. Bern 1997.

Studer Brigitte: Genre, travail et histoire ouvrière, in: Studer Brigitte, François Vallotton: Histoire sociale et mouvement ouvrier. Un bilan historiographique 1848–1998, Lausanne 1998, S. 63–88.

Wecker Regina: Zwischen Ökonomie und Ideologie. Arbeit im Lebenszusammenhang von Frauen im Kanton Basel-Stadt 1870–1910, Zürich 1997.

Witzig Heidi, Jakob Tanner: Kaffeekonsum von Frauen im 19. Jahrhundert, in: Ball Daniela U. (Hg.): Kaffee im Spiegel europäischer Trinksitten, Zürich 1991, S. 153–168.

Ziegler Béatrice: Frauen in Bern und Biel. Soziale Situation und gesellschaftliche Diskurse (1919–1945) unter dem Einfluss von Krise und Krieg. Zur Geschlechterordnung der Zwischenkriegszeit und des Zweiten Weltkrieges in der Schweiz, Habil. Zürich 1998 (Ms.).

Geschichte der Werbung

Borscheid Peter, Clemens Wischermann (Hg.): Bilderwelt des Alltags. Werbung in der Konsumgesellschaft des 19. und 20. Jahrhunderts, Stuttgart 1995.

Denscher Bernhard: Kunst und Kommerz. Zur Geschichte der Wirtschaftswerbung in Österreich, Wien 1985.

Fédération romande de publicité et du communication (Hg.): Le roman(d) de la pub. De la réclame à la communication. Chronique de 65 ans de publicité suisse, Genève 1994.

Heller Martin, Walter Keller (Hg.): Werbung ist für alle da, Zürich 1991.

Kutter Markus: Werbung in der Schweiz. Geschichte einer unbekanntenen Branche, Zofingen 1983.

- Reinhardt Dirk: Von der Reklame zum Marketing. Geschichte der Wirtschaftswerbung in Deutschland, Berlin 1993.
- Sauer Gaby: Erfolgreiche Werbung in der Schweiz, Zürich 1988.
- Schlegel-Matthies Kirsten: Anfänge der modernen Lebens- und Genussmittelwerbung. Produkte und Konsumgruppen im Spiegel von Zeitschriftenannoncen, in: Teuteberg Hans-Jürgen (Hg.): Durchbruch zum modernen Massenkonsum. Lebensmittelmärkte und Lebensmittelqualität im Städtewachstum des Industriezeitalters, Münster 1987, S. 277–308.
- Wirz Adolf: Marginalien zur Werbung, Zürich 1989.

Autorinnen und Autoren

Chiapparino Francesco, Dr., Forscher (ricercatore) an der Universität von Ancona; Università di Ancona, Facoltà di Economia, Piazzale Martelli 8, I-60100 Ancona.

Feuz Patrick, lic. phil., Inlandredaktor «Der Bund»; Amselweg 23, 3012 Bern.

Flubacher Marianne, stud. phil. hist. an der Universität Bern; Lorrainestr. 64, 3014 Bern.

Gerber Marc, stud. phil. hist. an der Universität Bern; Freiburgstr. 173, 3008 Bern.

Holliger Christian, stud. phil. hist. an der Universität Bern; Heilmannstrasse 14, 2502 Biel.

Leimgruber Yvonne, lic. phil., wissenschaftliche Assistentin; Historisches Institut der Universität Bern, Unitobler, Länggassstr. 49, 3000 Bern 9.

Lüthi Christian, lic. phil., wissenschaftlicher Direktionsassistent der Stadt- und Universitätsbibliothek Bern (StUB) sowie Redaktor der «Berner Zeitschrift für Geschichte und Heimatkunde»; StUB, Münsterergasse 61, 3000 Bern 7.

Maurer Emanuel, stud. phil. hist. an der Universität Bern; Ferd.-Hodlerweg 7, 3600 Thun.

Menninger Annerose, Dr. phil., wissenschaftliche Assistentin; Fakultät für Sozialwissenschaften, Historisches Institut: Frühe Neuzeit, Universität der Bundeswehr München, Werner Heisenberg-Weg 39, D-85577 Neubiberg.

Moser Kathrin, stud. phil. hist. an der Universität Bern; Sulgenbachstr. 12, 3007 Bern.

Pfiffner Albert, Dr. phil., Firmenhistoriker und Leiter der Archives historiques Nestlé; Nestec S.A., Av. Nestlé 55, 1800 Vevey.

Rossfeld Roman, lic. phil., wissenschaftlicher Mitarbeiter am Johann Jacobs Museum, Sammlung zur Kulturgeschichte des Kaffees; Schaffhauserstr. 79, 8057 Zürich.

Sandgruber Roman, Prof. Dr., Ordinarius und Institutsvorstand am Institut für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte, Johannes Kepler Universität Linz; Altenbergerstr. 69, A-4040 Linz.

Schneider Urs, stud. phil. hist. an der Universität Freiburg; Rue des Pilettes 1, 1700 Fribourg.

Siegenthaler Susanne, stud. phil. hist. an der Universität Bern; Kasthoferstr.8, 3006 Bern.

Studer Brigitte, Prof. Dr., ordentliche Professorin; Historisches Institut der Universität Bern, Unitobler, Länggassstr. 49, 3000 Bern 9.

Tobler Andreas, lic. phil., wissenschaftlicher Adjunkt, Parlamentsdienste; Herzogstr. 6, 3014 Bern.

Zaugg Fred, Feuilletonredaktor «Der Bund» (Film und bildende Kunst); Rossfeldstrasse 51, 3004 Bern.

Zürcher Franziska, stud. phil. hist. an der Universität Bern; Willadingweg 25, 3006 Bern.

Wissenschaftlicher Beirat, Patronatskomitee, Sponsorinnen und Sponsoren

Wissenschaftlicher Beirat:

Prof. Dr. Christoph Graf, Universität Bern/Bundesarchiv; Prof. Dr. Beatrix Mesmer, Universität Bern; Prof. Dr. Christian Pfister, Universität Bern; Prof. Dr. Laurent Tissot, Universität Neuchâtel

Patronatskomitee:

Der Regierungsrat des Kantons Bern

Prof. Dr. Robert Barth, Direktor, Stadt- und Universitätsbibliothek; Dr. Klaus Baumgartner, Stadtpräsident Bern; Christine Beerli, Ständerätin; Ernst Caffi, Präsident, HIV Kt. Bern; Georg Emmenegger, Präsident, Vereinigung der Schweizer Milchindustrie; Dr. Emil Erne, Stadtarchivar Bern; Prof. Dr. Alfred Geering, Vizerektor, Universität Bern; Dr. Kurt Hauri, Präsident, Burgergemeinde Bern; Mariann Keller, Präsidentin, Grosser Rat des Kt. Bern; Dario Kuster, Präsident, Chocosuisse; Samuel Lüthi, Direktor, Schweizer Milchproduzenten; Dr. Peter Martig, Staatsarchivar, Staatsarchiv des Kt. Bern; Sandra von May-Granelli, Präsidentin, HIV Sektion Bern; Heinz Neuenschwander, Präsident, Schulrat der Berner Fachhochschule; Prof. Dr. Wolfgang Pross, Dekan Phil.-hist. Fakultät, Universität Bern; Prof. Dr. Christoph Schäublin, Rektor, Universität Bern; Samuel Schmid, Bundesrat; Andreas Tobler, Enkel des Firmengründers; Dr. Mathias Tromp, Vorsitzender der Geschäftsleitung, BLS Lötschbergbahn AG; Alexander Tschäppät, Nationalrat/Gemeinderat; Jobst Wagner, Direktor, Rehau GmbH

Sponsorinnen und Sponsoren (Stand bei Redaktionsschluss):

Allgemeine Plakatgesellschaft APG; Der Bund; ASKLIA Holding AG; Berner Versicherungen; BLS-Lötschbergbahn-Stiftung; Branchenorganisation Schweizer Milchpulver BSM; Bühler AG; Chocosuisse; Deposito-Cassa der Stadt Bern; Gesellschaft zu Schuhmachern; Kraft Foods Schweiz AG; Model AG; Pro Forma. Förderverein der Schule für Gestaltung Bern/Biel; Publicitas AG; Schweiz Tourismus; Schweizer Milchproduzenten; Schweizerischer Gewerkschaftsbund SGB; Seva Lotteriefonds des Kt. Bern; Stadt Bern, Abteilung Kulturelles; E. Suter AG; Mathias Tobler; Dr. Hans Tschumi; Universität Bern; Valiant Holding; Dr. Jean Wander; Dr. Alexander Weber; Rudolf von Werdt; Zuckerfabrik Aarberg