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

Kapitel: Schokolade : der Duft der weiten Welt

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: 10.12.2025

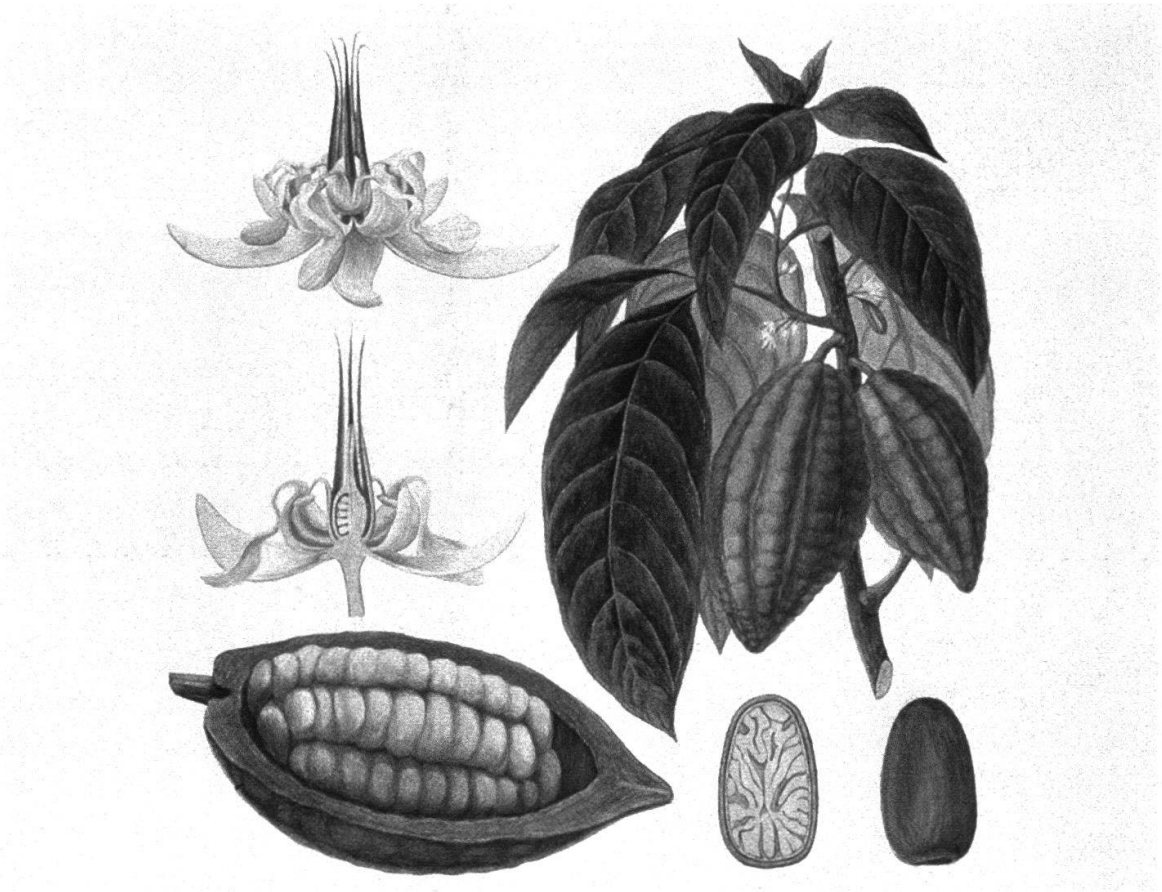
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

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 Anbaugebiet 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. Hauptanbaugebiete 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 erfordernde 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 Tabletts 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, B_1, B_2, 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 Kakaosubstanzen oder Zutaten wie Zucker in der Schokolade, die einen psychostimulierenden 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 Überseefrachtern 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 élitaire 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 Schokoladehersteller 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 Milchschokolade 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 Milchschokolade wird ein breites Produktsortiment hergestellt: massive und gefüllte Schokoladetafeln mit und ohne Zusätze (Nüsse etc.), Riegel, Napolitains (Schokoladetäfelchen), 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 Kaffeeeinfuhren 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 überging und zuvor auf den Marktführer China angewiesen blieb, stiegen dank dessen riesiger Produktionskapazität die jährlichen Teeeinfuhren 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 Rauchtabaks 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 Rauchtabaks. Die Herstellung von Schnupftabak erforderte hingegen die Pulverisierung der teils in Laugen oder mit Gewürzen aromatisierten Blätter als weiteren Arbeitsschritt.[9] Wie der Rauchtabak 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-

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.

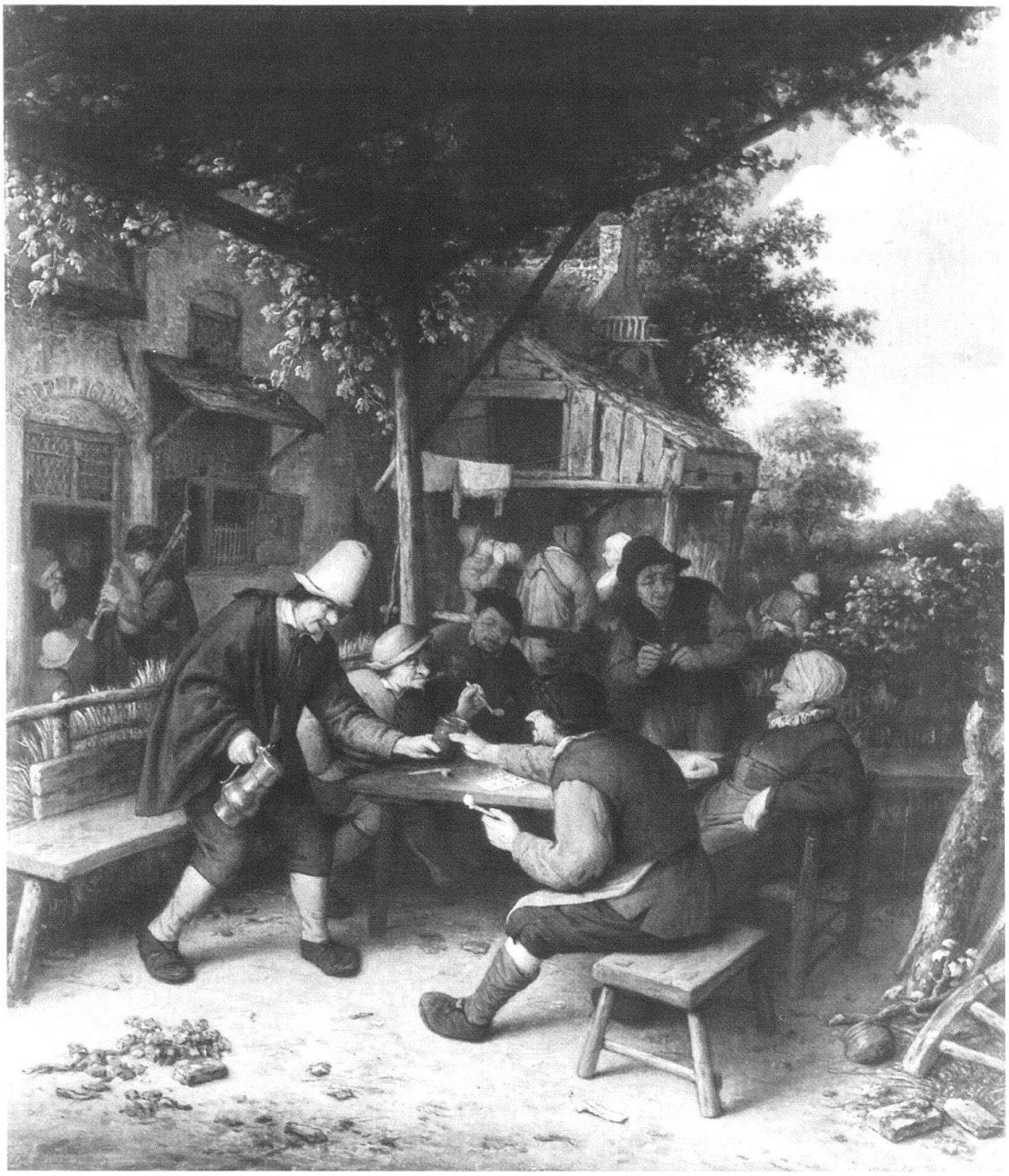
platte zerquetscht und so lange geknetet werden, bis eine glatte flüssige Paste entstand, die man in Formen erkalten liess. Dies geschah in Handarbeit durch Apotheker, Zuckerbäcker oder Chocolateure. Erst im späten 18. Jahrhundert wurden dafür die ersten hydraulischen Maschinen eingesetzt. Zur Herstellung 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 unbekannte 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 Handwerksgesellen, 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 Milchschokolade 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

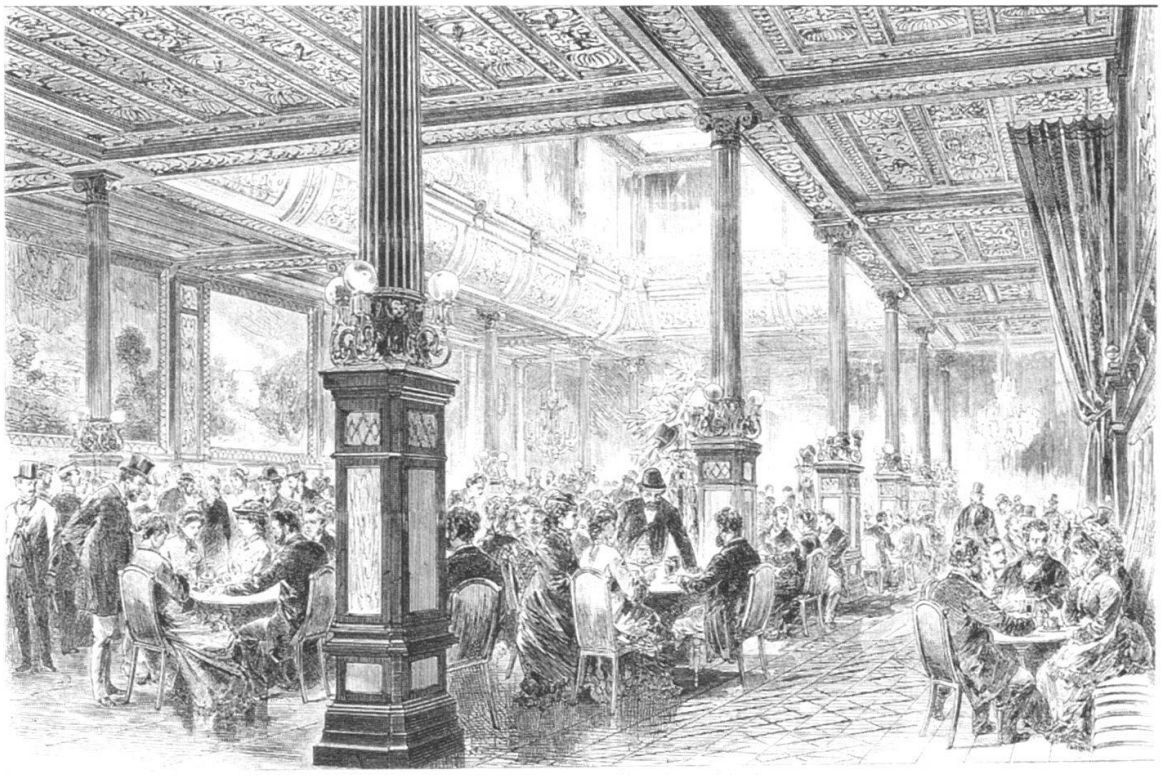


Das Gemälde mit Pfeife rauchenden Bauern belegt, dass der Tabak bereits am Ende des 17. Jahrhunderts auch in unteren Gesellschaftsschichten verbreitet war. Adrian van Ostade, Bauern in einer Sommerlaube, 1676.

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 Grossstädten 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 Polychresti, 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 euuwen 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 Detaillisten. 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 Simonetta (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 Reisebericht[2] 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.

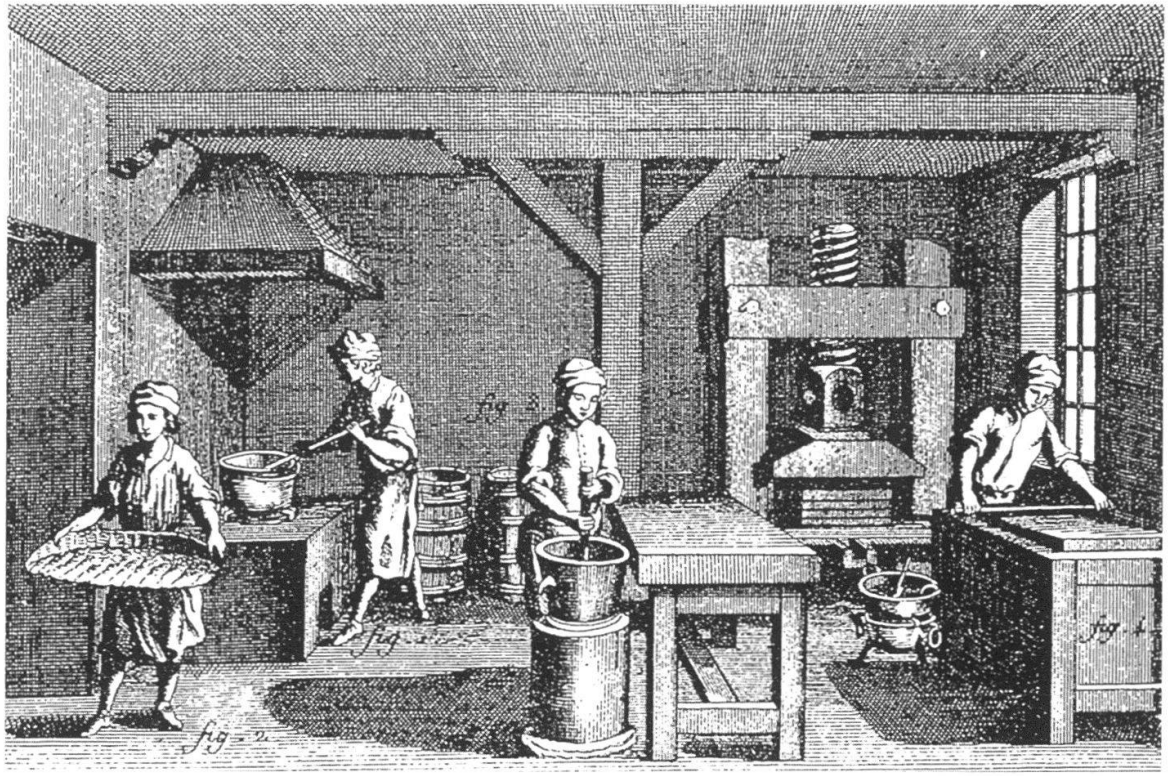
Das Göttergetränk der Höflinge

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 Wiegelmann 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 begehrlich 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 Prestigegut 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 Milchschokolade, 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 Schokoladeerzeuger 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 Marienthal 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 consumtion to mass consumtion. 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 Trinksitten, 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

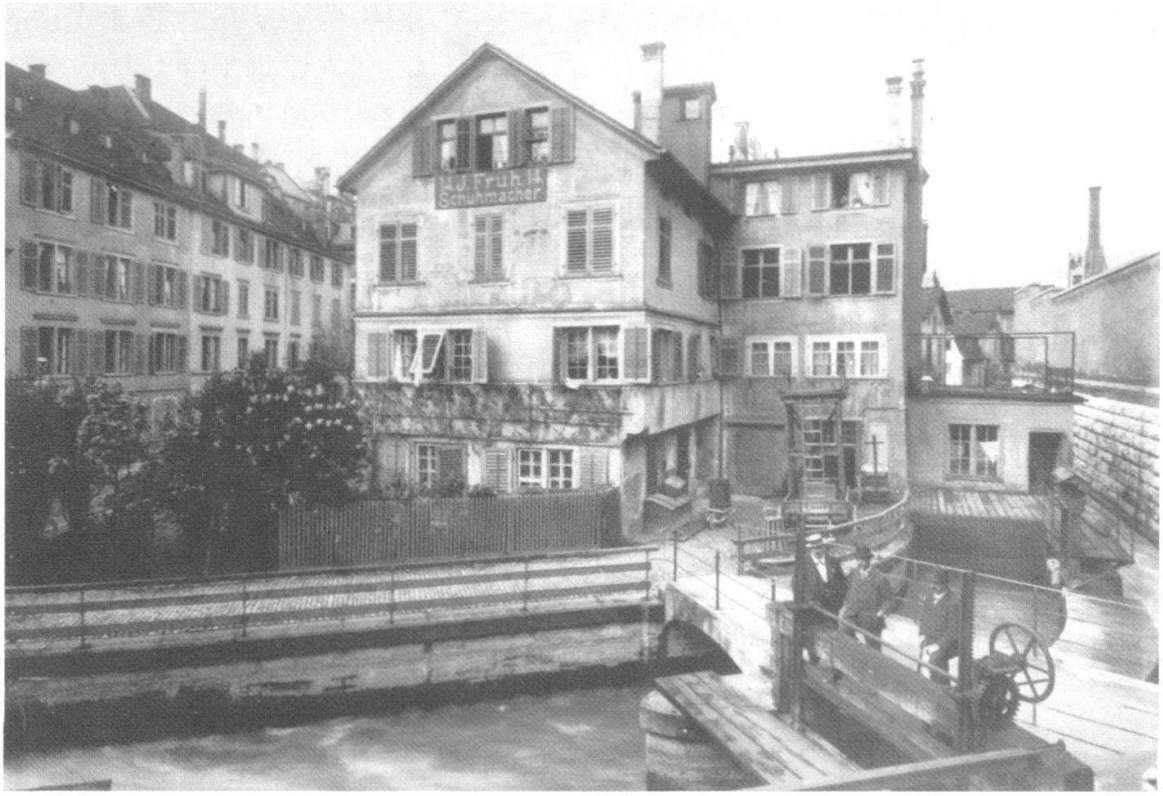
Francesco Chiapparino

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.

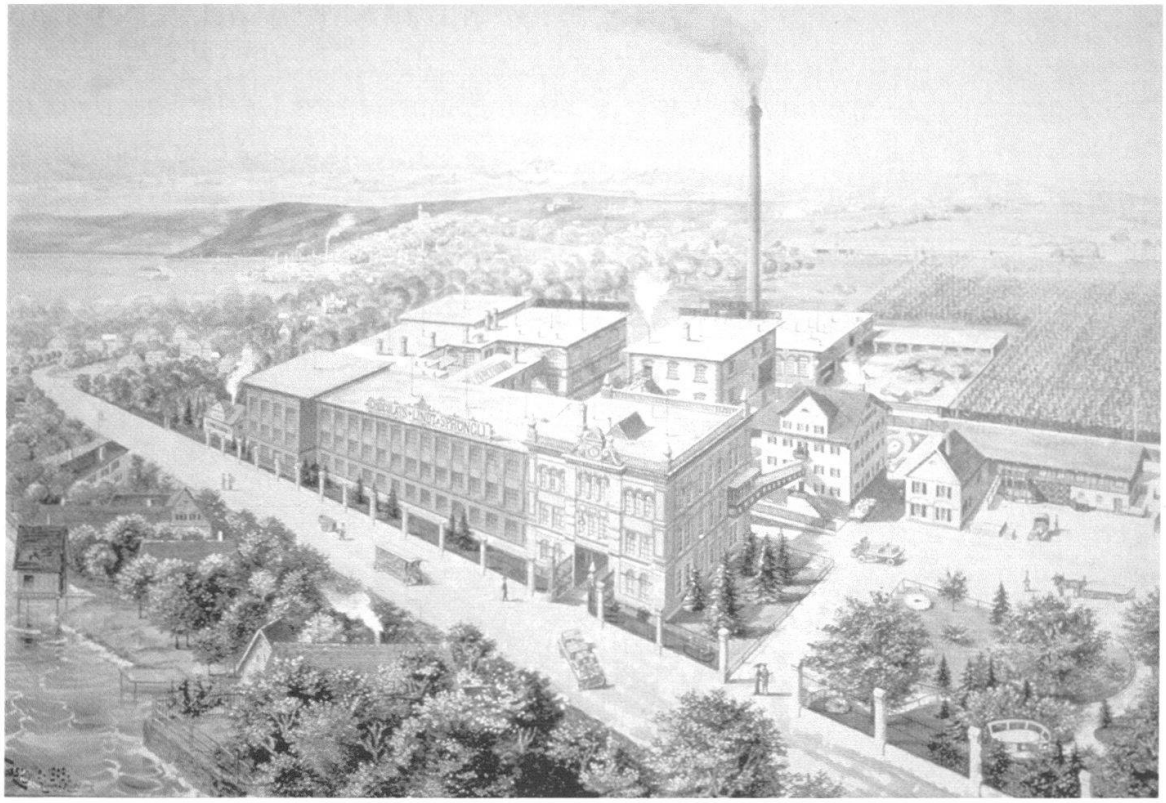
Eines ist jedoch gewiss, der Befragte hätte die Schokolade nicht mit der Schweiz in Verbindung gebracht. Für einen guten Teil des 19. Jahrhunderts war die Präsenz der Schokolade in der schweizerischen Eidgenossenschaft nämlich noch ausserordentlich schwach, wie auch in grossen Teilen Mittel- und Nordeuropas, 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 Kakaofabrikanten 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 Werdareal am Sihlkanal in Zürich befand sich eine der ersten Produktionsstätten von Rudolf Sprüngli. Rückseite der Fabrik, um 1869.

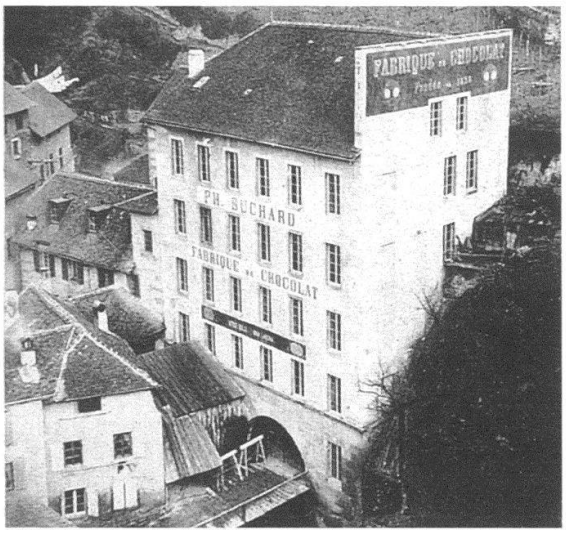


1899 kaufte die Chocolat Sprüngli AG die Berner Firma Rod. Lindt fils und setzte ihren Wachstumskurs fort. Idealisierende Darstellung der 1899/1900 erbauten Fabrikanlage von Lindt & Sprüngli in Kilchberg bei Zürich.

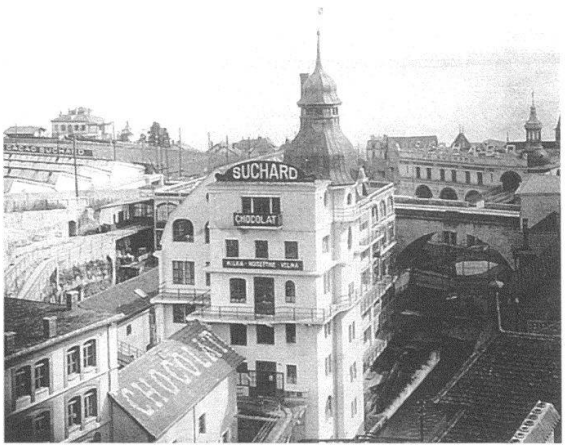
oder Amédée Kohler in Lausanne. Trotzdem blieben Fülle und Bedeutung dieser Aktivitäten gering und auf jeden Fall zweitrangig gegenüber dem eher therapeutischen, überall in Nord- und Mitteleuropa bekannten Gebrauch. Mit anderen Worten, es fehlte eine Schweizer Schokoladetradition, und um so mehr fehlte 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 Milchschokolade 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 Milchschokolade 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 Milchschokolade, 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 Milchschokolade, 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 Milchschokolade mit wenigen Ausnahmen die gesamte westliche Welt, mit besonderem Erfolg in den angelsächsischen Ländern, aber auch in Frankreich oder Deutschland.[4]

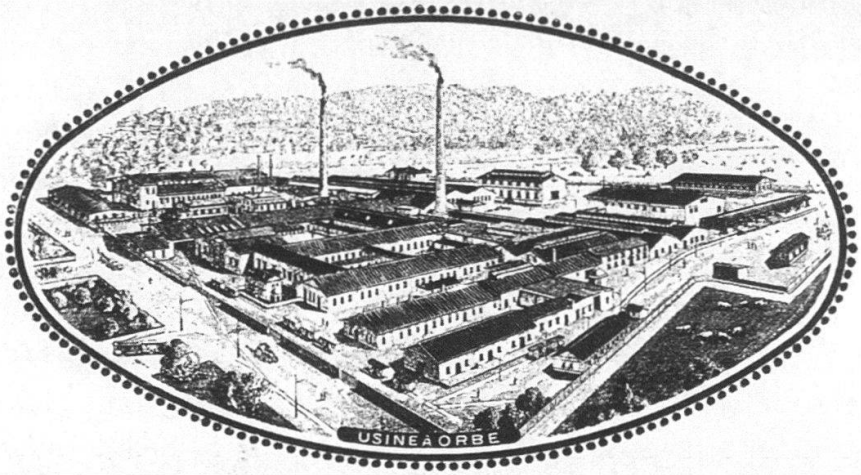
Die Finanzierung der Unternehmen

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 Milchschokolade 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 Schokoladehersteller 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 eindrücklichste: 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.



PETER, CAILLER, KOHLER

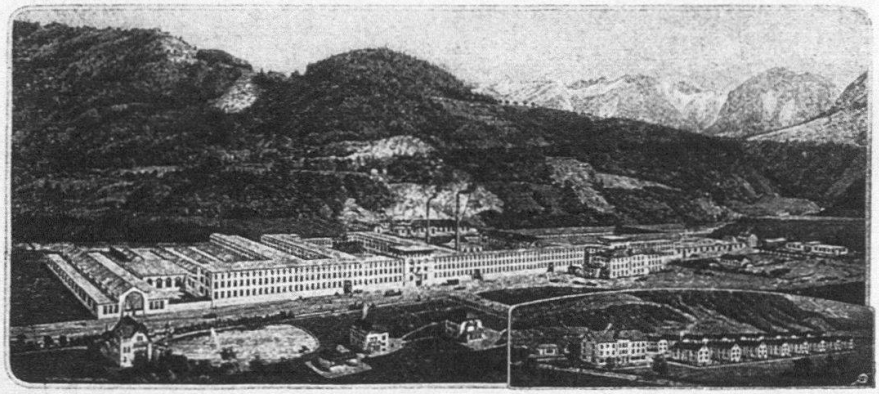
CHOCOLATS SUISSES, S. A.

VEVEY

7 USINES

BROC ▫ ECHANDENS ▫ HOCHDORF ▫ ORBE ▫ VEVEY

PARIS ▫ FULTON (U. S. A.)



VUE DES USINES DE BROC

Rückseite des ersten Jahresberichts der fusionierten Unternehmen «Peter, Cailler, Kohler» von 1911: Mit Produktionsstandorten in Frankreich und in den USA war der Konzern schon damals international verankert.

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 unbekannten 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 Milchschokolade 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.

Etliche 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 Schokoladeindustrie, 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: Seltsame 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 XIXe et XXe 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 Barettis «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 Wortsinn – 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.

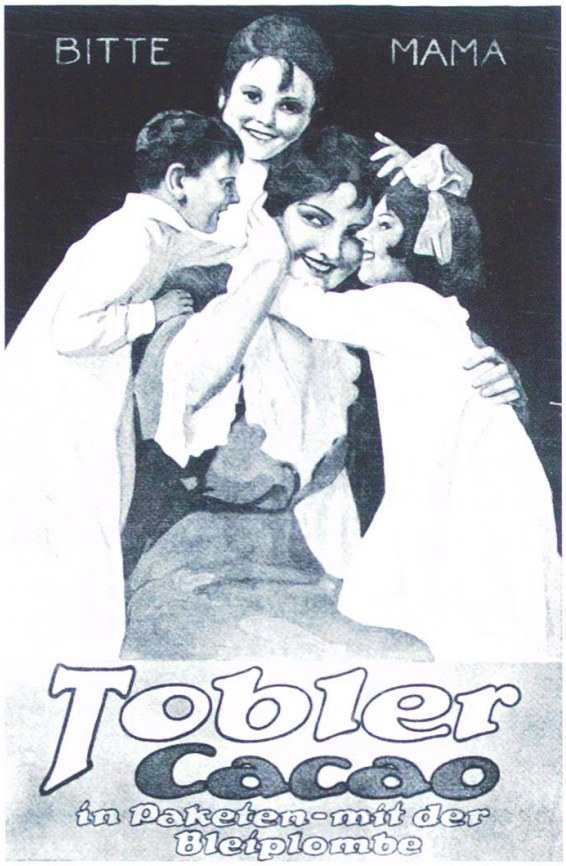
führt über die «Kandiswiese» vorbei am «Limonadenstrom» und «Mandelmilchsee» nach «Bonbonshausen», wo eben «eine Sendung aus dem Papierlande und vom Schokoladenkönig angekommen» ist, geht weiter bis zur Hauptstadt «Konfektburg» mit ihrem «Marzipanschloss» und endet schliesslich – am Ende des Traumes – «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, Cailler, 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 Maestrani 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 Schokoladefabrik, 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 Chocolade 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

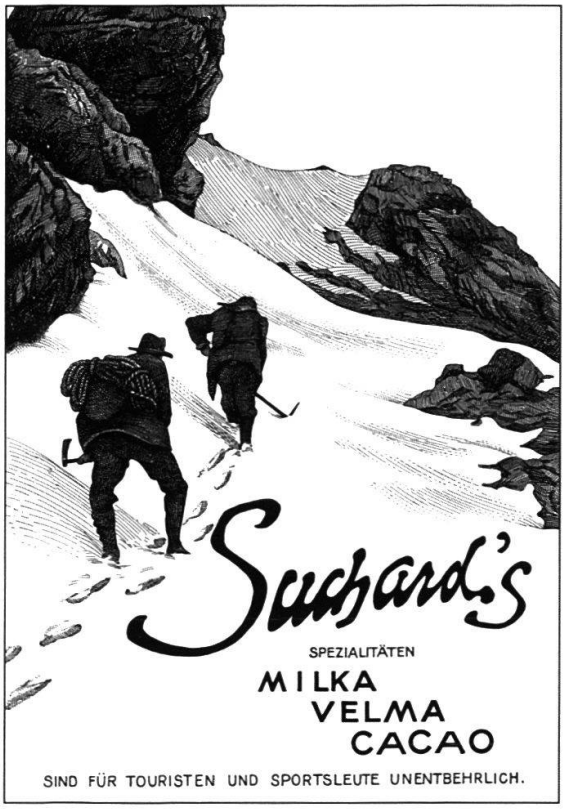
eine gesuchte Leckerspeise geworden, welche auch in trockener Form genossen» werde.[17]

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 Schokoladeindustrie 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 Schokoladeindustrie, 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 eingereihten 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. Lizenzausg., 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 Chocolade, 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 Militärchocolade 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: Chocolade und Schweizerische Chocolade-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-, Chocoladen- 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.