

# **soz:mag**

**DAS SOZIOLOGIE MAGAZIN**

**soz:mag #5 – April 2004**  
**Seiten 29-32**

**Kriegskost und Konsumfreude**  
Über den Wandel der Konsummentalität im Baselbiet der 1950er Jahre

**von Muriel Degen**

**Some Rights Reserved**

Dieser soz:mag-Artikel unterliegt einer Creative Commons Lizenz. Er darf zu nicht-kommerziellen Zwecken in ungekürzter und unveränderter Fassung unter Beibehaltung dieser Urheberrechtsbestimmung frei vervielfältigt und verbreitet werden. Details siehe unter:  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/deed>.

**soz:mag – Das Soziologie Magazin**  
**Basel, Bern, Genf, Zürich: Verein virtuelle SoziologInnen**  
<http://sozmag.sociologie.ch>

# Kriegskost und Konsumfreude

## Über den Wandel der Konsummentalität im Baselbiet der 1950er Jahre

Ein unspektakuläres Stück Schweizer Geschichte liegt dem folgenden Beitrag zu Grunde: das Essen während der 1950er Jahre, als die kriegsbedingte Lebensmittelrationierung zu Ende ging und ein prosperierender Zeitabschnitt neue Konsummuster und Ernährungsgewohnheiten einleitete. Die Autorin geht der Frage nach, wie sich im ländlichen Baselbiet diese Konsummentalität im Lebensmittelbereich entwickelte und zieht hierfür ein Interview mit einem ehemaligen Metzgerehepaar des Waldenburgerfels bei. Der Methodenansatz der ‚Oral history‘ nach Vierhaus (1995) ermöglicht einen Zugang, der Gewöhnliches aus dem Alltag zu nicht nur historisch, sondern auch kultursoziologisch Wertvollem macht. Zur Illustration – ohne direkten Textbezug – werden einige Abbildungen aus einem Schweizer Kochbuch von 1948 eingefügt. Bon appétit!

Von Muriel Degen

Während des Zweiten Weltkrieges wurde die Schweiz, was die Lebensmittelversorgung betrifft, in die Enge getrieben: Als rohstoffarmes Binnenland bedurfte es grosser Anstrengungen, um die Ernährung der Bevölkerung auf einem minimalen Stand zu gewährleisten. Weite Bevölkerungskreise wurden deshalb auf Sparsamkeit getrimmt, die nun als Voraussetzung des Fortbestehens des Vaterlandes galt. Verschwenderisches Umgehen mit Nahrungsmitteln wurde quasi zum Landesverrat. Dazu das eidgenössische Kriegsernährungsamt 1936: „Jede Verderbnis, Vergeudung oder unzweckmässige Verwendung von Nahrungsmitteln ist eine Schmälerung dessen, was dem Volksganzen zur Erhaltung dienen muss. Wenn in jeder der eine Million Haushaltungen unseres Landes auch nur ein Kilogramm Kartoffeln verloren geht, so macht dies 100 Wagenladungen zu zehn Tonnen aus!“

Nicht zu unterschätzen ist die soziale Wirkung dieser damals aufkommenden ‚Spar- und Vorratsmentalität‘: Es entwickelte sich ein ausgesprochener Sinn für die kollektive Verantwortung einer ökonomischen Verwendung der Lebensmittel.

### Erfindergeist und Durchhaltewille: Die Rolle der Hausfrauen

Das eidgenössische Kriegsernährungsamt erkannte, dass die Zusammenarbeit mit Frauenorganisationen unerlässlich war, um einschränkende Massnahmen in praktischen Ernährungs- und Kochfragen mittels Aufklärungsschriften bis in die einzelnen Haushalte vermitteln zu können. Ausserdem ernannte das Kriegsernährungsamt vier hauswirtschaftliche Expertinnen, die sich an der Ausarbeitung von Merkblättern beteiligten. Dazu wurde eigens eine Versuchsküche eingerichtet, in der rege Kochversuche durchgeführt wurden, um verschiedene Ersatzstoffe auf ihre Brauchbarkeit in privaten Haushalten zu prüfen. Die Sparmentalität setzte voraus, dass man opferbereit und den Umständen entsprechend Anpassungen vornahm, die Essgewohnheiten und -kultur beschnitten. Die knappen Zuteilungen an Eiern, Reis und Milch sowie die kleinen Fleischrationen bedingten einschneidende Änderungen im Menüplan. In der oben erwähnten Broschüre wurden unter anderem konkrete Rezepte aufgeführt, die der sparsamen Hausfrau Hand boten, alternative Zutaten zu verwenden, z.B. wie sich Fleischstücken der billigsten Preisklasse in schmackhafte Ragouts verwandeln lassen.

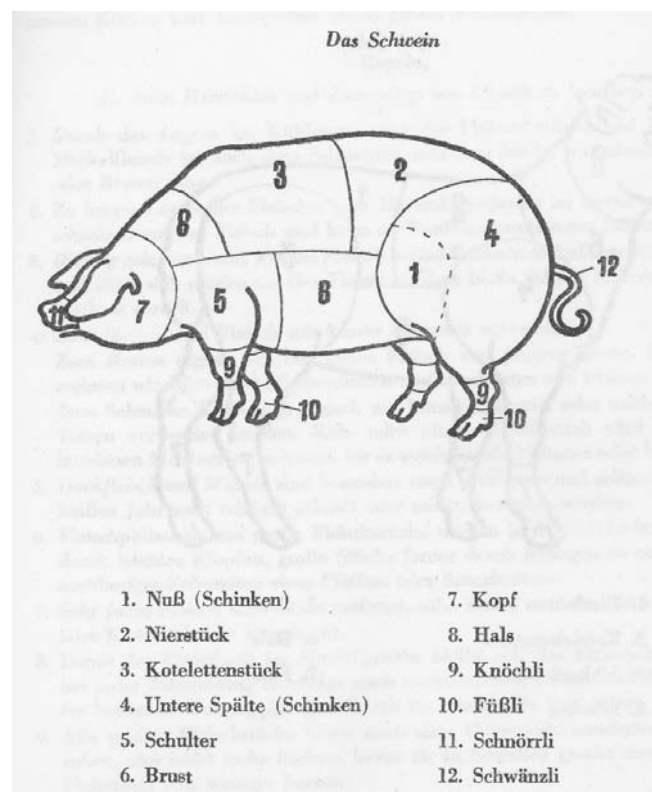
Schliesslich, im Schlussbericht zur schweizerischen Kriegswirtschaft 1950, werden die Hausfrauen aufs höchste gelobt:

„Ihrer Anpassungsfähigkeit, ihrem fachlichen Können und ihrer Virtuosität, die Einschränkungen durch ihre hauswirtschaftliche Findigkeit zu mildern, ist es weitgehend zuzuschreiben, dass die Mangelwirtschaft während des Krieges erfolgreich gemeistert werden konnte.“

### Konsumfreude: Aufschwung und steigender Lebensstandard

Während der 1950er Jahre erlebte die Schweiz eine anhaltende Phase materiellen Aufschwungs. Nach wenigen Jahren war aus dem Wiederaufbau des kriegszerrütteten Europa eine Prosperitätskonstellation hervorgegangen, welche auch die ökonomischen Möglichkeiten der Schweizer Familien erweiterte und deren Kaufkraft steigerte. Folglich fanden Konsum- und Luxusgüter, die bis in die 1950er Jahre als unerschwinglich und unerreichbar galten, den Weg in die einzelnen Haushalte.

Die 1950er Jahre kamen damit einer Zäsur in der alltäglichen Lebensführung gleich. Propagiert wurde ein Lebensstil, der sich am ‚American way of life‘ orientierte. Alles Neue wurde



als gut empfunden, wer dem Tempo neuer Entwicklungen und Angebote im Bereich Ernährung, Wohnen, Mobilität und Freizeit nicht folgte wurde als ‚unmodern‘ deklariert.

### Neues auf den Tellern

In diesem Zeitraum revolutionierte sich auch die Nahrungsmittelproduktion und -distribution fast vollständig. Was das Essen betrifft, bildeten sich nach den mageren Jahren ein Nachholbedürfnis sowie teilweise demonstrativer Konsum heraus. Lebensmittel wurden zum erschwinglichen Luxus, fast jedeR vermochte sich etwas Überflüssiges zu leisten oder nach den Jahren der Ersatzprodukte wie Chicoréekaffee, falschem Honig etc. wieder ‚alte‘ Qualitäten bekannter Marken zu kaufen. Jedoch sind dem Essen Grenzen gesetzt: Mehr als Sattessen geht nicht. Deshalb konnte nur über die Ausdifferenzierung des Lebensmittelangebotes das leibliche Wohl weiter gesteigert werden. Neben Produkten des regionalen Marktes etablierte sich das Angebot des gesamten Globus, das einen ersten Hauch von Exotik in den Alltag brachte.

### Auf dem Lande: Ein Metzgerehepaar erzählt

Das Obere Baselbiet, räumlich geteilt durch seine verschiedenen Täler, war während der 1950er Jahre eine bäuerlich geprägte Region. Im Waldenburger Tal etwa bestand die Bevölkerung grösstenteils aus LandwirtInnen und ArbeiterInnen, die meist im selben Dorf lebten und arbeiteten. Durch die Kleinräumigkeit und eine eher geringe Mobilität bildeten die Dorfläden die zentralen Einkaufsorte. Anders als in der Stadt funktionierte die Kundenbindung noch sehr persönlich und die Qualität der Nahrungsmittel wurde direkt mit den lokalen ProduzentInnen oder VerkäuferInnen in Verbindung gebracht. Folgende Ausschnitte eines Interviews mit einem ehemaligen Metzgerehepaar veranschaulichen die

Konsumgewohnheiten und die Eigenheiten der Kundenbindung in dieser Zeit.

### Wandel der Ernährungsgewohnheiten

Die Dorfmetzgerei im Waldenburger Tal, die im Folgenden exemplarisch beschrieben wird, konnte während der 1950er und 1960er Jahre auf der Konsumwelle mitreiten und profitierte vom Nachholbedarf der dörflichen Bevölkerung, die nach dem Krieg gerne in Nahrungsmittel – und insbesondere in Fleisch – investierte. („M“ ist die Interviewerin, „K“ die ehemalige Metzgerfrau und „E“ der ehemalige Metzger)

*K: Als wir nach Niederdorf gekommen sind, am ersten Dezember 1949, hat man dann keine Märkli mehr gehabt und da haben dann die Leute recht eingekauft, da hat es dann nicht geheissen, schneiden sie das Fett ab, im Gegenteil, die haben gern das Fett gehabt.*

Mit der Absetzung der Lebensmittelrationierung und der zaghaften ökonomischen Besserstellung der ländlichen Bevölkerung bildete sich ein Gefühl des Sich-etwas-leisten-Könnens heraus, das sich gerade im Fleischkonsum äusserte. Fleisch gehörte zu einem wärschaften Essen immer selbstverständlicher dazu.

*M: Aber was habt ihr dann für Produkte konkret gehabt?*

*K: Also einfach afä das und nachher hat man Klöpfer gehabt und hat Schübliig gehabt und Schweinswürstchen, das ist eine Spezialität gewesen vom Ätti, wunderbare, wunderschöne. Und nachher hat man noch [E: Speck] Speck gehabt, das ist klar, und nachher hat man Aufschnitt gehabt. Aber zuerst hat man nur so Lyoner und Fleischkäse haben wir von Anfang an ziemlich viel gebraucht, so ein paar Sorten weisst du, und nachher...*





*M: Und das habt ihr selber gemacht?*

*K: Alles selber gemacht, jaja. Ja den Salami haben wir dann allwäg auch schon ein bisschen gehabt, aber man hat damals noch nicht so viel solche Sachen gebraucht. Und später haben wir dann viel mehr gebraucht, auf Weihnachten hin haben wir dann manchmal 70 Kilo Salami verkauft.*

*M: Ja?*

*E: Stell du dir das vor.*

Die Nachfrage nach Fleisch hat sich in den ersten Nachkriegsjahren vervielfacht. Verkauft wurden insbesondere ganze Fleischstücke, die von Hausfrauen selbst weiterverarbeitet wurden. Durch die intensive Hauswirtschaftslehre und das frühe Einbinden junger Frauen in die Küchenarbeiten war das Kochen auf dem Lande eine selbstverständliche Fähigkeit der Hausfrauen.

Allmählich hat man sich in der Metzgerei den neuen Kundenbedürfnissen angepasst und neue Angebote lanciert:

*M: Aber grundsätzlich ist das Sortiment ähnlich geblieben? Oder hat es auch neue Sachen?*

*K: Ja, das hat man natürlich schon gemacht. Und man hat ja doch auch schon Fertigprodukte gemacht: Cordon bleu, Fleischvögel, Hackbeefsteak. Da haben wir ein Maschindli gehabt, mit dem man Beefsteak hat machen können. Und nachher haben wir einen Grill gehabt, auf dem man Poulets grillieren konnte.*

*E: Man hat sich einfach bewegt, man hat etwas gemacht!*

*K: Wir sind im Tal die einzigen gewesen, die eine Kühltruhe besaßen und Fische verkauft haben. Der Gründonnerstag, das ist mein liebster Tag gewesen, da habe ich nur Fische verkauft. Schächteli da, vier, drei... Die Bauern, die haben am Karfreitag dann eben Fisch gemacht – ja und jetzt könnte man in jedem Lädeli Fisch kaufen.*

Auch die italienischen GastarbeiterInnen im Tal inspirierten die Metzgerin, das Sortiment zu erweitern:

*K: Und dann haben wir noch so Büchslı gehabt, weisst du, mit so Fleisch drin, was die Italiener gekauft haben. Aber ich weiss nicht mehr, wie das hiess. Ich habe auch nie davon gegessen.*

Neuerungen auf dem Speisezettel wurden auf dem Lande scheinbar eher zurückhaltend aufgenommen. Das Metzgerehepaar erklärt jedoch, dass man gewisse Innovationen ins Ladenangebot integriert habe und sich von wandelnden Bedürfnissen habe beeinflussen lassen: beispielsweise in Form von saisonalen Spezialitäten (mit Brät gefüllte ‚Saublaatern‘ in Ostereierform) oder Experimenten in der Einkaufsform (ein ‚Nüelchörbli‘, bei dem die KundInnen die Waren anfassen konnten).

Im Interview wird deutlich, dass man trotz des wirtschaftlichen Booms von der Hand in den Mund lebte. Es gab nur wenige Ersparnisse, von denen man zehren und sich etwas Luxuriöses hätte leisten können. Man orientierte sich häufig an sorgfältig aufgestellten Haushaltsbudgets, die saisonalen Schwankungen unterlag. Beispielsweise war die Haushaltskasse der Metzgersfamilie erst nach den Weihnachtsverkäufen wieder gefüllt, so dass grössere Weihnachtsgeschenke für die Kinder mit einer gewissen Verspätung erstanden wurden.

### **Kundenbindung**

Die persönliche Kundenbindung war ein ganz wesentliches Kapital der kleinen dörflichen Geschäfte. Die Zufriedenheit der Kundschaft war oberstes Gebot, weil man in einer grossen Abhängigkeit zu ihr stand: Die Grösse der Kundschaft und deren Kaufwille beeinflusste den Geschäftserfolg der



Selbständigen sehr direkt. Oft opferte man dem Geschäft zuliebe die eigene Privatsphäre und wurde quasi zur öffentlichen Person des Dorfes. Als Ausdruck der Dankbarkeit um Kundentreue, zu Zeiten, als der Konkurrenzdruck auf die kleine Metzgerei zunahm, legte man auf kleine Aufmerksamkeiten grossen Wert:

*K: Die Frau Matter von da oben, das ist unsere allererste Kundin gewesen, der haben wir dann immer die Blumen getränkt auf dem Friedhof (lacht).*

*E: Ich erinnere mich an eine Kundin, die hat ein Buscheli [Baby; MD] bekommen und dann ist sie in den Laden gekommen und Klärli hat ihr ein bisschen Schinken gegeben und ihr gratuliert und gefragt wie es geht. Das ist doch der Kontakt gewesen.*

*K: Ja, man hat allen Leuten ein Geschenkli gegeben. Wenn sie für über 50 Franken eingekauft haben, hat man ihnen ein Päärli Wienerli gegeben. Mei, wenn man es vergessen hat! Einmal hab ich es vergessen und nachher, (lacht) die Kundin hat nichts getraut zu sagen und dann ist die Schwiegermutter gekommen und hat es mir gesagt. Die haben halt schon mit dem gerechnet gehabt, mit einem Päärli Wienerli, wenn du dir das überlegst!*

Durch die enge Kundenbindung entwickelten sich Dorfläden wie die Metzgerei zur Drehscheibe sozialer Kontakte. Das beratende Gespräch beim Einkauf wird sich oftmals über den Einkauf hinweg fortgesetzt haben, wie es Luise Zwahlen, Sekretärin des Verbandes der Lebensmittel-Detaillisten ausdrückte: „Das Teilnehmen an den Geschicken der Konsumentin – der Hausfrau und Mutter – liegt niemandem besser als der Detaillistenfrau. Sie bildet die geistige Brücke von Detaillistenfamilie und Kundenfamilie, von Geschäft zu Küche und Haushalt.“

### Das Ende des Dorfladens

Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass gegen Ende der 1960er Jahre die Bedeutung der Lebensmittel merklich abnahm. Die Pluralisierung und Ausdifferenzierung war bei Nahrungsmitteln schneller erschöpft als in den Bereichen Wohnen, Kleidung, Mobilität, Reisen. Für den kleinen Metzgereibetrieb hatte die stets wachsende Konkurrenz substanzielle Folgen:

*E: Das ist das, was mir dann plötzlich etwas zu Denken gegeben hat. Ich bin einer gewesen von gestern, weisst du, und jetzt kommt die neue Zeit. Ich habe Angst gehabt und dann hat man eben dann die Metzgerei nach 25 Jahren aufgegeben, weisst du.*

*M: Aber was hat dir denn genau Angst gemacht, das Neue oder Moderne?*

*E: Eh, die neue Zeit. Da als plötzlich die schlanke Linie angekommen ist, dann hast du nicht gewusst, wenn du ein Stückchen Fleisch hast wollen abschneiden und du alles Feisse hast wegschneiden müssen, da hast du manchmal nicht gewusst, kommst du auf deine Rechnung?*

### Gemeinschaftliches Essen und Trinken

Während die historische Literatur die 1950er und 1960er Jahre fast durchgängig mit der glitzernden und schier unerschöpflichen Warenwelt in Verbindung bringt, zeigt das Interview mit dem ehemaligen Metzgerehepaar ein anderes

Bild: von Massenkonsument kann im dörflichen Kontext von Niederdorf keine Rede sein. Auf dem Land gab es keinen ersichtlichen Grund, sich vom bewährten Versorgungssystem zu lösen, das die lokale und regionale Lebensmittelproduktion förderte und zwischen VerkäuferInnen und Kundschaft Vertrauen schuf. Während man in der Stadt vermehrt auf die Arbeitsteilung vertraute und die Nahrungsmittel nicht selbst produzierte und verarbeitete, blieben die BäuerInnen und ArbeiterInnen des Waldenburger-tals eher bei konventionellen, wo möglich subsistenzwirtschaftlichen Versorgungsformen, die kostengünstiger und dadurch für grössere Familien adäquater waren.

Seit Bourdieus Darstellung in „Die feinen Unterschiede“ (1982) wissen wir, dass Lebensstile an soziale Positionen geknüpft sind. Milieuspezifische Dispositionen entwerfen für das ländliche Arbeiter- und Bauernmilieu eine bestimmte Vorstellung ‚guter‘ Ernährung, ein bestimmtes Körperbild, eine bestimmte Art des gemeinsam Essens. Diesen die Ernährung und den Konsum betreffende Habitus lässt uns auch das Konsummuster verstehen, das die ländliche Bevölkerung während der 1950er Jahre geprägt haben muss: Ernährung ist dazu da, dem funktionalen Körper zu geben, was er braucht; ein ungezwungenes, gemeinsames Essen, bei dem alle genug bekommen, wird einem formvollendeten vorgezogen; am liebsten bereitet man die Speisen selber zu, weil es sich bewährt hat und keiner Änderung bedarf – es besteht wenig Anspruch, modern zu sein. Bourdieu schreibt diesbezüglich, dass der Bauer den Essgewohnheiten der oberen Schichten nicht zuletzt seine ‚Moral des guten Lebens‘ gegenüberstellt. Einer der gut zu leben vermag sei in dessen Augen nicht nur, wer gut essen und trinken mag, sondern dem es gegeben sei, in eine generöse und familiäre, will heissen schlichte und freie Beziehung zu treten, die durch gemeinschaftliches Essen und Trinken begünstigt und zugleich symbolisiert wird.

Diese Aussagen Bourdieus zum Klassengeschmack geben Hinweise darauf, welche Ursachen den Konsumstil der 1950er Jahre in der ländlichen Schweiz geprägt haben mögen. Milieuspezifische Aspekte können womöglich die deutliche Verzögerung des zaghaften ‚American way of life‘ auf dem Lande erklären. Jedenfalls verdeutlicht der Metzgermeister im Interview, dass die ‚neue Zeit‘ erst in den 70er Jahren im Waldenburger-tal angekommen zu sein scheint.

**Muriel Degen** (25) studiert Soziologie und Geschichte an der Uni Bern und arbeitet in der Abteilung für erziehungs- und sozialwissenschaftliche Studien am Institut für Lehrerinnen- und Lehrerbildung Bern. Der Artikel geht auf eine kulturhistorische Seminararbeit zurück.

### Literatur

Andersen, Arne (1998): „...und so sparsam!“ Der Massenkonsument und seine Auswirkungen: Veränderungen und Mentalitätswandel dargestellt am „Schweizerischen Beobachter“, Zürich.

Bourdieu, Pierre (1982): „Die feinen Unterschiede“, Frankfurt am Main.

Tanner, Jakob (1999): „Lebensstandard, Konsumkultur und American Way of Life seit 1945“, in: Leimgruber, Walter; Fischer, Werner (Hg.): Goldene Jahre. Zur Geschichte der Schweiz seit 1945, Zürich.

Vierhaus, Rudolf (1995): „Die Rekonstruktion historischer Lebenswelten. Probleme moderner Kulturgeschichtsschreibung“, in: Lehmann, Hartmut (Hg.), Wege zu einer neuen Kulturgeschichte, Göttingen.