

Strategien der frühen Nahrungsmittelindustrie am Beispiel Stollwerck

Die Phase der Industrialisierung war durch ein bis dahin unvorstellbares wirtschaftliches Wachstum gekennzeichnet, das mit einem rasanten technischen Wandel verbunden war und sich schrittweise auf allen Ebenen der Gesellschaft und in allen Belangen des Alltags niederschlug. Ein Bereich, der von dieser Entwicklung in signifikanter Weise erfasst wurde, war die Ernährung – hier wurden die vielfach ambivalenten Konsequenzen der sich herausbildenden industrialisierten Arbeits- und Lebensform und der Technisierung und Verwissenschaftlichung der beginnenden Massenproduktion besonders deutlich.

Auf Basis der wachsenden Kaufkraft, der Ertragssteigerungen der Landwirtschaft und technologischer Innovationen verbesserte sich die Ernährungssituation seit dem zweiten Drittel des 19. Jahrhunderts allmählich, die Ernährung wurde reichhaltiger und vielseitiger. Gleichzeitig übernahmen Handwerk, Handel und Industrie zunehmend die Nahrungsmittelversorgung. Die fortschreitende Urbanisierung und die wachsende Arbeitsteilung beschleunigten den Wandel von der Subsistenz- zur Verbraucherwirtschaft, die Nahrungszubereitung und in Teilen auch die Nahrungsaufnahme wurden nach und nach aus den privaten Haushalten externalisiert. Die länger werdende Verteilungskette zog eine zunehmende Distanz des Konsumenten vom unmittelbaren Erzeuger nach sich. Technisch-industrielle Fertigungsprozesse erhielten eine wachsende Bedeutung, die Industrie reagierte mit neuen Produkten auf die sich verändernden Konsumgewohnheiten. Grundlage waren vielfach die neuen wissenschaftlichen Erkenntnisse über die Zusammensetzung und Funktion der menschlichen Ernährung.

Als „Treibstoff“ der „Maschine Mensch“ erhielt die Nahrung in der Vorstellung der erstarkenden Naturwissenschaften eine zentrale Rolle – ebenso wie im Rahmen der Bestrebungen politischer und wirtschaftlicher Eliten, die Effizienz und Produktivität der Wirtschaft zu steigern. Obwohl – oder gerade weil – sich die Ernährung verbesserte, nahmen seit Mitte des 19. Jahrhunderts Klagen über Nahrungsmittelverfälschungen zu, die 1879 schließlich zum Erlass eines reichsweiten Nahrungsmittelgesetzes führten. Mit steigendem Lebensstandard wuchs das Qualitätsbewusstsein, zumal die Lebensmittelchemie nun differenzierte Methoden zur Identifizierung von Wertminderungen und Manipulationen zur Verfügung stellte. Gleichzeitig verursachte die immer größer werdende Abhängigkeit vom sich ausdifferenzierenden, anonymer werdenden Markt Unbehagen.

Die entstehende Nahrungsmittelindustrie musste zunächst das Vertrauen der Konsumenten gewinnen. Sie entwickelte deshalb

vergleichsweise früh gezielte Werbestrategien. Mit aufwendig gestalteten Werbeanzeigen suchten die Nahrungsmittelproduzenten eine hochstehende Produktqualität zu belegen, gleichzeitig rezipierten sie die Forschungsergebnisse der Ernährungswissenschaften und versuchten dem wachsenden Interesse an „gesunden“ Nahrungsmitteln nachzukommen. Führend war der Schokoladenhersteller Stollwerck, der schon früh im großen Stil zahlreiche Hausmittelchen aus Menthol, Lakritzen und Eukalyptus sowie „Sanitäts-Schokoladen“ vertrieb. Seit den 1880er Jahren begründeten Großunternehmen der Nahrungsmittelindustrie eigene Forschungslaboratorien, die an der Entwicklung der Produkte mitwirkten und ihre Qualität überprüften. Ein weiteres Mittel zur Gewinnung des Konsumentenvertrauens war die öffentlichkeitswirksame Verpflichtung auf selbstgesetzte Qualitätsstandards. Ein frühes Beispiel ist der 1876 gegründete „Verband deutscher Chokoladefabrikanten“, der noch vor Verabschiedung des Nahrungsmittelgesetzes Produktionsrichtlinien aufstellte, eine systematische Kontrolle seiner Mitglieder installierte und einwandfreien Produkten ein Qualitätssiegel verlieh.

Hier kündigte sich bereits an, was mit der Etablierung der Markenartikel einen vorläufigen Abschluss fand: Die Identifizierung eines Produkts mit einer bestimmten Firma wurde zu einem zentralen Ziel. Auch hier nahm die Schokoladenindustrie eine Pionierrolle ein: Eine der ersten Marken brachte der Schokoladenhersteller Stollwerck heraus, der seit etwa 1870 seinen Namen als „Qualitätssparole“ verwendete, weitere Unternehmen folgten seit den 1880er Jahren. Der immer weniger stattfindende persönliche Kontakt zwischen Produzenten und Konsumenten sollte durch Qualitätssiegel und Marken, die gleichbleibende Qualität versprachen, gewissermaßen simuliert werden.

Die Nahrung erhielt seit der frühen Industrialisierung mithin allmählich einen anderen Stellenwert: Nicht nur die Strukturen der Nahrungsmittelversorgung, der soziale Kontext der Nahrungsaufnahme und die Beschaffenheit der Nahrungsmittel selbst veränderten sich, auch die wissenschaftliche Sicht auf die Ernährung und die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit dieser wandelte sich.

Zur Autorin

Vera Hierholzer, Jahrgang 1977, 1996 - 2001 Studium der Neueren und Neuesten Geschichte, Mittleren Geschichte und des Öffentlichen Rechts in Münster, 2002 - 2004 Doktorandin am Max-Planck-Institut für europäische Rechtsgeschichte in Frankfurt am Main, anschließend wissenschaftliche Mitarbeiterin bei der Gesellschaft für Unternehmensgeschichte e.V. und am Lehrstuhl für Wirtschafts- und Sozialgeschichte der Universität Frankfurt, 2006 Promotion zum Dr. phil. mit einer Arbeit zur Regulierung der Nahrungsmittelqualität in der Industrialisierung, seit Januar 2006 wissenschaftliche Volontärin am Landesmuseum für Technik und Arbeit in Mannheim

Wichtigste Veröffentlichungen:

- The "War against Food Adulteration". Communal Food Monitoring and Citizen Self-help Associations, in: Peter Atkins/ Peter Lummel/ Derek. J. Oddy (Hg.): Food and the City in Europe since 1800, Aldershot 2007, S. 117-130.
- "Nahrungsmittelgendarmen": Der Beitrag der Nahrungsmittelchemie zur Regulierung der Nahrungsmittelqualität im Deutschen Kaiserreich, in: Gesellschaft Deutscher Chemiker, Fachgruppe Geschichte der Chemie (Hg.): Mitteilungen Nr. 18 (2005), S. 97-108.
- Die Unternehmer der münsterischen Industrie bis zur Zwischenkriegszeit, in: Helene Albers/Ulrich Pfister: Industrie in Münster. Lokale Rahmenbedingungen - Unternehmensstrategien - regionaler Kontext, Münster 2001 (= Untersuchungen zur Wirtschafts-, Sozial- und Technikgeschichte, Band 21), S. 86-128.
- Einleitung: Industrie in einem Dienstleistungszentrum - Münster seit dem späten 19. Jahrhundert, in: ebd., S. 9-31 (zusammen mit Helene Albers und Ulrich Pfister).
- Verschiedene Rezensionen und Tagungsberichte für die Zeitschrift für Unternehmensgeschichte, H-Soz-u-Kult und sehepunkte