

Schokolade.

Von der Götterspeise zum Massenprodukt

Roman Sandgruber

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

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

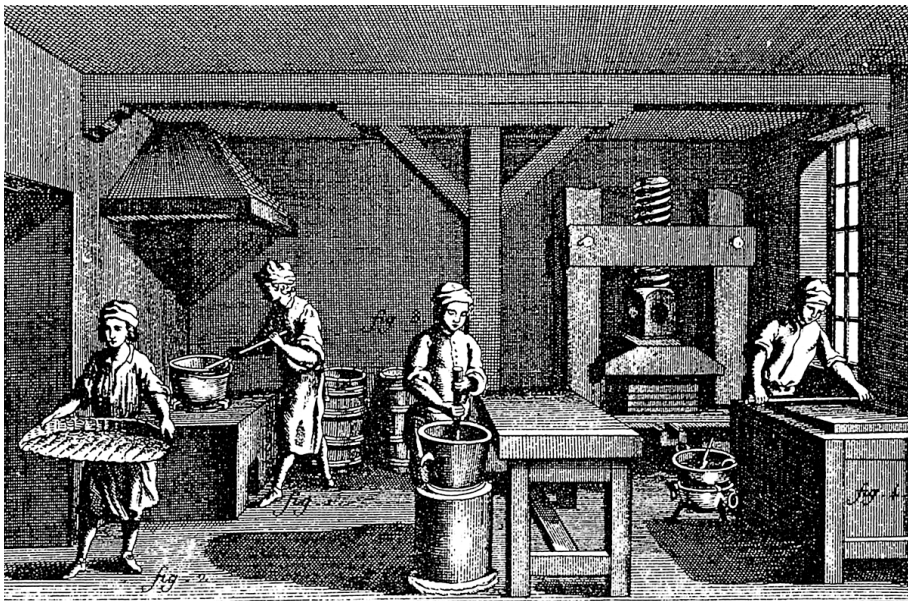
Das Göttergetränk der Höflinge

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

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

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

Es war die höfische Gesellschaft des europäischen Barock, welche die neuen Warmgetränke Kaffee, Tee und Kakao gesüsst trank. Dazu wurde süßes Gebäck genascht. Auch der Liqueur, eine Kombination aus Branntwein, Zucker und erlesenen Essenzen, das Speiseeis in seiner Kombination aus exotischen Früchten, Zucker und Kälte und die Pralinen, die bis heute Schokolade und Zucker in barocker Form und Verpackung präsentieren, waren Innovationen dieser Zeit. Günter 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 begehrlieh dem neuen Genussmittel zu.⁴



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

Galante Nascherei für ein galantes Zeitalter

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

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

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

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

Der Aufstieg der Schokoladeindustrie

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



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

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

Im frühen 19. Jahrhundert wurde die Basis für die grossen internationalen Schokoladefabriken gelegt: C. J. van Houten gründete 1815 in Zoon, François-Louis Caillet 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.

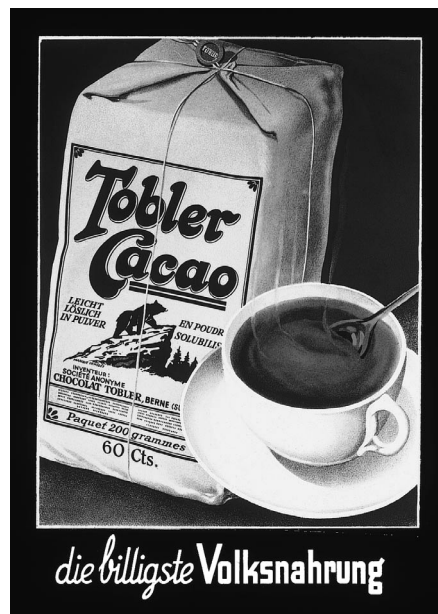
Die Schokolade war eines der ersten Produkte, zu deren Erfolg zielbewusstes Marketing entscheidend beitrug: Die Produkte wurden mit Plakaten, Werbebildchen, aufwändigen Verpackungen und dem Vertrieb über Automaten intensiv beworben.⁶ Werbung und Wissenschaft spielten zusammen: Die Ernährungswissenschaftler 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 Sammlerstücke den Verkaufserfolg. Zudem wurden sehr früh Automaten im Vertrieb eingesetzt.⁷

Zwischen Krise und Massenkonsum

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

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

Daran mag manches im Interesse einer dramaturgischen Zuspitzung von damaliger Not und heute erreichtem Fortschritt ein bisschen übertrieben sein. Denn die statistischen Unterlagen beispielsweise der Wiener Konsumerhebungen unmittelbar vor dem Ersten Weltkrieg und in der Zwischenkriegszeit beweisen deutlich, dass Arbeiterinnen und Arbeiter nach der Jahrhundertwende immer mehr zu den wichtigen Kunden der Zucker- und Schokoladeproduzenten geworden waren. Aber das Geschäft mit Schokolade und Zuckerwaren war krisenanfällig. Die Weltwirtschaftskrise zeigte dies deutlich: Die Soziologen Lazarsfeld, Jahoda und Zeisel berichten in ihrer berühmten Studie über 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: *Seltame Frucht Kakao. Geschichte des Kakaos und der Schokolade*, Hamburg 1957; Schiedlausky Günther: *Tee, Kaffee, Schokolade*, München 1961; *Von der Kakaobohne zur Schokolade*. Niederrheinisches Museum für Volkskunde und Kulturgeschichte, Kevelaer 1986; Mielke Heinz-Peter: *Kaffee, Tee, Kakao. Der Höhenflug der drei warmen Lustgetränke*, Viersen 1988; Chiapparino Francesco: *L'industria del cioccolato in Italia, Germania e Svizzera. Consumi, mercati e imprese tra '800 e prima guerra mondiale*, Diss. Bologna 1997; Scholliers Peter: *From elite consumption to mass consumption. The case of chocolate in Belgium*, in: Hartog Adel P. den (Hg.): *Food technology, science and marketing*, East Linton 1995, S. 127–138; Scholliers Peter: *Der Aufstieg der belgischen Schokolade*, in: Sandgruber Roman, Harry Kühnel (Hg.): *Genuss und Kunst. Kaffee, Tee, Schokolade, Tabak, Cola*. Ausstellung Schloss Schallaburg, Innsbruck 1994, S. 73–77.

² Benzoni Girolamo: *La Historia del Mondo Nuovo*, Venedig 1565, fol. 104r.

³ Mueller (wie Anm. 1), S. 63–70 und 106; Fenton Alexander: *Coffee drinking in Scotland in the 17th–19th centuries*, in: Ball Daniela U. (Hg.): *Kaffee im Spiegel europäischer Trinksitte*, Zürich 1991, S. 93–102.

⁴ Wiegelmann Günter: *Zucker und Süsswaren im Zivilisationsprozess der Neuzeit*, in: Teuteberg Hans-Jürgen, Günter Wiegelmann (Hg.): *Unsere tägliche Kost*, Münster 1986, S. 135–152.

⁵ Die 1569 verfügte Ermächtigung Papst Pius V., dass Kakao das Fasten nicht breche, wird oft zitiert. Vgl. Chiapparino Francesco: *Von der Trink- zur Essschokolade. Veränderungen eines Genussmittels zwischen dem 19. und dem beginnenden 20. Jahrhundert*, in: Teuteberg Hans-Jürgen, Gerhard Neumann, Alois Wierlacher (Hg.): *Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven*, Berlin 1997, S. 387–400, hier 391.

- ⁶ Denscher Bernhard: Kunst und Kommerz: Zur Geschichte der Wirtschaftswerbung in Österreich, Wien 1985, S. 50f.
- ⁷ Kuske Bruno: 100 Jahre Stollwerck. Geschichte 1839–1939, Köln 1939; Hepner V.: Ludwig Stollwerck 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.