

Abstract

Die Geschichte der Schweizer Schokolade ist nicht nur ein spannendes Stück moderner Wirtschafts- und Unternehmensgeschichte. Seit mehr als 100 Jahren ist dieses Produkt auch ein bedeutendes Element der nationalen Identität. Nach den Erfindungen der Milch- und Schmelzschokolade erlebte die Schokoladeindustrie seit den 1880er-Jahren einen rasanten Aufstieg. Das Buch zeigt die Entwicklung dieser Industrie und die Vermarktung des Produkts von 1860 bis 1920 anschaulich und detailreich auf und legt damit die Grundlagen für ein wichtiges Kapitel der Schweizer Wirtschaftsgeschichte.

Inhalt

*VOM HANDWERK ZUR INDUSTRIE: TRADITIONSLINIEN UND ENTWICKLUNG DER SCHWEIZERISCHEN SCHOKOLADEINDUSTRIE BIS 1920: WANDERHÄNDLER, CIOCCOLATIERI UND ZUCKERBÄCKER: ÜBER DIE ANFÄNGE IM 17. UND 18. JAHRHUNDERT - Herkunft, manuelle Verarbeitung und einsetzende Mechanisierung - Schokolade als Getränk und Statussymbol - Schichtspezifische Verbreitung, Wohlstandsdemonstration und Luxuskritik

INDUSTRIALISIERUNG UND URBANISIERUNG: PRODUKTION UND KONSUM IM 19. JAHRHUNDERT: Von der autark-zyklischen Unterhalts- zur linearen Erwerbswirtschaft - Von der Trink- zur Essschokolade - Vom Genuss- zum Nahrungsmittel - KLEINE UNTERNEHMEN MIT GROSSEN NAMEN: ZUM AUFSTIEG DER SCHOKOLADEINDUSTRIE UM 1900 - Traditionslinien, Wachstum und Bedeutung bis 1920 - Neue Betriebsformen und frühe Exportorientierung - Steigende Einkommen und sinkende Rohstoffpreise - Der Erste Weltkrieg und seine Folgen - FAKTOREN DES ERFOLGS: PRODUKT- UND PRODUKTIONSORIENTIERTE ERKLÄRUNGEN FÜR DEN AUFSTIEG UM 1900 - Die Erfindung der Milkschokolade

durch Daniel Peter - Die Erfindung der Conche durch Rudolf Lindt - Die Frage der Lebensmittelqualität - TADELLOSE PRODUKTE UND GRENZENLOSE REKLAME: VON DER PRODUKTIONS- ZUR MARKETIN- GORIENTIERUNG - Zur Unterscheidung von Invention und Innovation - Anleihen aus der modernen Marketingtheorie
«BLECHPEST» UNO «SCHKOKOLADENHELGEN»: DIE ENTWICKLUNG DES MARKETINGS SEIT DEN 1860ER-JAHREN 1: UNTERNEHMENS- GESCHICHTE ALS MARKETINGGESCHICHTE: SUCHARD ALS BEI- SPIEL - Bescheidene Anfänge in Neuchâtel - Der Eintritt von Philippe Suchard Sohn und Carl RUSS 1860 - Von «Ph. Suchard» zur «Russ-Suchard&Cie.» 1883 - Die Gründung der «Suchard S.A.» 1905 - DIE ANALYSE DER MARKTCHANCEN UND ZIELMÄRKTE - Die Gewinnung der Arbeiter- schaft seit den 1870er-Jahren - Das Militär als neue Konsumentengruppe - PRODUKTENTWICKLUNG, MARKENARTIKEL UND SORTIMENTS- GESTALTUNG - Neue Zielgruppen und die Ausweitung der Produktpalette - Fabrikmarken und die Bedeutung der Verpackung - Milka, Velma, Noisettine: Markenartikel und Produktdesign - PREISGESTALTUNG, VÉRKAUF- BEDINGUNGEN UND BEDEUTUNG DER «CONVENTION CHOCOLA- TIÈRE SUISSE» - Anfänge und vertikale Integration bis 1900 - Die Grün- dung des Verbands und der «Convention Chocolatière. Suisse» - «Durch Kampf zum Sieg!»: Der «Schokoladekrieg» mit dem Detailhandel - DIE ENT- WICKLUNG DER DISTRIBUTION - Agenten, Reisende und Depots: Die Organisation der Distribution - «Auf der Tour»: Die Reisenden als Schaltstel- le zwischen Unternehmen und Markt - Vom Zuckerbäcker zur Konsumgenos- senschaft: Orte der Distribution im Wandel der Zeit - ZU LANDE, ZU WAS- SER UND IN DER LUFT: ENTWICKLUNGSLINIEN VON PROMOTION UND WERBUNG - Von der Information zur Emotion: Anfänge der Werbung seit den 1860er-Jahren - Mit Werbung zum geschäftlichen Höhenflug - «HIGH AS THE ALPS IN QUALITY»: ZUR SYMBOLIK VON WERBEBILDERN AUS DER BELLE EPOQUE - Fabrikansichten und Fortschrittsmetaphorik in der frühen Werbung - Vom Rohstoff zum Fertigprodukt und Markenartikel - Mütter, Gipfelstürmer und die Schweiz als Heidiland

Author Info

ROMAN BOSSFELO ist Historiker und hat mit der vorliegenden Arbeit an der Universität Zürich promoviert. Zur Zeit ist er wissenschaftlicher Assistent am Institut für Wirtschaftsund Sozialgeschichte der Georg-August-Universität Göttingen.

