

Der Weg in die Konsumgesellschaft

Eine schwindelerregende Entwicklung

Alexandra Lovey, Schweizer Heimatschutz, Zürich (Zusammenfassung)

Die Jahre kurz nach Kriegsende waren noch geprägt durch die Zeit der Rationierung. Ab 1950 machte sich jedoch Wohlstand breit. Industrie, Mechanisierung, Bauten, Exporte, Arbeitsstellen, Lebensstandard, Löhne: Alles befand sich in einem Hoch, und die Gesellschaft wandelte sich in einem rasanten Tempo.

Zwischen 1950 und 1973 verdoppelte sich das Bruttosozialprodukt pro Kopf beinahe. Zugleich änderte sich die Aufteilung der Haushaltsbudgets: Während der Anteil, der für Nahrungsmittel ausgegeben wurde, kontinuierlich sank, wurde ein immer grösserer Teil des verfügbaren Einkommens für Wohnen, Haushaltsgeräte, Gesundheitspflege, Versicherungen, Kultur und Freizeit verwendet. Während-

Mal pro Woche einen Grosseinkauf zu tätigen und die Esswaren dann im Tiefkühler aufzubewahren. Das Konzept von Supermärkten – wo grosse Mengen an Produkten billiger als in traditionellen Läden verkauft werden konnten, weil der Engrosverkauf geringere Gewinnmargen und damit tiefere Preise möglich machte – bedingte jedoch, dass grosse Grundstücke kostengünstig überbaut werden konnten. Aus diesem Grund wurden Einkaufszentren am Stadtrand angesiedelt, wo der Boden weniger teuer war. Dieser Standort war allerdings nur möglich, weil immer mehr Haushalte über ein Auto verfügten. 1948 eröffnete die Migros in Zürich ihren ersten Selbstbedienungsladen.

Die Verbreitung der Tiefkühler liess den Verkauf von Tiefkühlprodukten in die Höhe schnellen und führte zur Entwicklung neuer Produkte: zu bereits vorbereiteten und geschnittenen Gemüsesorten, panierten Fischkroketten oder in den 70er-Jahren Gerichten in Alufolienbehältern, die man direkt in den Ofen schieben konnte. Parallel dazu tauchten auch neue Verpackungen auf: Konservendosen. Weitere praktische Erfindungen waren beispielsweise löslicher Kaffee und gefriergetrocknete Produkte.

Von der Rationierung im Krieg bis hin zum Tiefkühlmenü, das man ganz einfach aus dem Gefrierschrank nehmen und in den Ofen schieben kann, haben sich die Lebensbedingungen unglaublich verändert und verbessert. Aber zwischen diesen beiden Welten liegen nur wenige Jahre. Man kann sich deshalb gut vorstellen, welche Dynamik und Aufbruchstimmung die Gesellschaft der 50er- und 60er-Jahre geprägt haben. Jede Neuigkeit, jede Innovation war berauschend. Das Tempo dieser Entwicklung wurde jedoch immer schneller, bis im Mai 68 schliesslich neue Wertvorstellungen für Aufsehen sorgten. Die Hippiebewegung stellte das Verhalten der Konsumgesellschaft an den Pranger, die sich auf Kosten der Dritten Welt bereichert und diejenigen vergisst, die am Rande stehen und den Anschluss verpasst haben. Nach zwei Jahrzehnten der Ordnung kam schliesslich der Nonkonformismus zum Zug.



Einkaufszentrum der Cité satellite in Meyrin, 1967 (Bild Walter Binder/gta archiv/ETH Zürich)

Centre commercial de la cité satellite de Meyrin, 1967 (photo Walter Binder/gta archiv/EPF Zurich)

dessen liessen schicke Bilder aus dem Heim der «neuen Familie» – ausgestattet mit Einbauküche und farbiger Tupperware – die Kehrseite der Medaille vergessen: kleine Handwerkerbetriebe und Läden, die durch Industrie und Supermärkte in Bedrängnis gerieten; ältere Menschen, die mit kleinen Renten über die Runden kommen mussten; Bauern, die mit Problemen zu kämpfen hatten; Immigranten und Saisonniers, die zuweilen unter fast unmenschlichen Bedingungen hausten und es nach wie vor schwer hatten.

Im Laufe dieser Jahre wurden immer mehr Frauen berufstätig und waren durch Haushalt und Arbeitsstelle doppelt belastet. Sie waren deshalb nicht mehr in der Lage, ihre Einkäufe täglich zu erledigen. Mit dem Aufkommen grosser Einkaufszentren wurde es möglich, ein