

Ein Dampfkochtopf für die millionste Besucherin : Frauenausstellung SAFFA 1958

Autor(en): **Krähenbühl, Eva**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Rosa : die Zeitschrift für Geschlechterforschung**

Band (Jahr): - **(1998)**

Heft 17

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-631425>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dampfkochtopf für die millionste Besucherin

Frauenausstellung SAFFA 1958

Für die Generation unserer Mütter und Grossmütter war die SAFFA 1958, die zweite nationale Ausstellung "Die Schweizer Frau, ihr Leben, ihre Arbeit" in Zürich so etwas wie eine "Frauenlandi", an der die Schweizer Frauen der Nation eine eindrückliche Leistungsschau boten. Doch im Gegensatz zur SAFFA 1928, die als Meilenstein für die Frauenberufsarbeit gewürdigt wird, ist die SAFFA 1958 vor allem als Konsumgüterausstellung in Erinnerung geblieben.

Zwei Millionen Personen besuchten die Ausstellung, die im Sommer 1958 während drei Monaten bei der Landiwiese am Zürichsee ihre Zelte aufschlug. Statt eines Defizits erzielte die SAFFA 1958 einen Reingewinn von zwei Millionen Franken. Einen solchen kommerziellen Erfolg hatten sich die Initiantinnen nicht erträumt. Ursprünglich wollte der bürgerliche Frauendachverband BSF eine Wohnausstellung realisieren, um den "Standpunkt der Frauen" zum "zweckmässigen Wohnen" aufzuzeigen. Die Schwierigkeiten bei der Suche nach einem Ausstellungsareal und Warnungen von Messeprofis vor dem finanziellen Risiko einer monothematischen Schau bewogen die Frauen, das Themenfeld auszudehnen. Getreu dem Gotthelf-Motto "Zu Hause muss beginnen, was leuchten soll im Vaterland" sollte die Ausstellung auch die ausserhäusliche Frauenerwerbsarbeit und das Engagement von Frauen in der Gesellschaft umfassen.

Im Frühling 1956 konstituierte sich eine breite Ausstellungsträgerschaft. Alle Frauenorganisationen waren mit dabei – von den Sozialdemokratinnen über den Damen-Automobilclub bis zur Marianischen Jungfrauenkongregation. Einzig eine kommunistische Frauengruppe wurde ausgeschlossen – auch bei den Frauen herrschte in den 50er Jahren Kalter Krieg. Die Generalkommissarin der SAFFA 1928 und Ehrenpräsidentin der SAFFA 1958, Rosa Neuenschwander, warnte die Frauenorganisationen vor Überraschungen: "Idealismus und Kommerzialisierung wa-



ren zu keiner Zeit friedliche Brüder." Die SAFFA 1958 müsse in erster Linie "die Mission der Frau zum Ausdruck bringen im Hause, in der Erziehung, im sozialen Leben". "Frauen! Wir müssen uns hüten, uns von unserer ersten und heiligsten Aufgabe zu entfernen und unserem gegenwärtigen Zeitgeist allzusehr zum Opfer zu fallen. Die Frau muss Frau bleiben."

Professionell und hausbacken zugleich

Die SAFFA 1958 war ein eigentliches Frauenförderungsprogramm. Ein Team von 22 Architektinnen entwarf die Bauten und führte sie zusammen mit einem Heer von Gestalterinnen aus, Juristinnen und Buchhalterinnen managten die rechtlichen und finanziellen Fragen und Fachfrauen aus den verschieden-

sten Berufen und Verbänden gestalteten die einzelnen Ausstellungsteile. Zahlreiche Künstlerinnen, Gestalterinnen und Forscherinnen kamen dank der Ausstellung erstmals zu Aufträgen, die für ihre spätere Karriere wichtig waren. Das Organisationskomitee konnte dank der breiten Trägerschaft auf ein riesiges Reservoir von Frauen zurückgreifen, welche die Ausstellungsinhalte erarbeiteten, Veranstaltungen organisierten und Geld zusammentrommelten. Die Arbeit der über 500 ehrenamtlichen Mitarbeiterinnen wurde als "stiller, nicht zu buchender Beitrag der Frauen" – immerhin eine halbe Million Franken – als selbstverständlich vorausgesetzt. Mit Basaren, Verkaufsständen und Von-Tür-zu-Tür-Sammeltouren brachten die Frauenvereine in den Kantonen 638'000 Franken an Spenden und 489'000 Franken an Defizitgarantien zusammen. Die Subventionen der öffentlichen Hand machten nur 5,5 Prozent des Budgets aus.

Helfer der Hausfrau

Wie andere Messen war die SAFFA als Haupteinnahmequelle auf Sponsoren, Platzgelder der Aussteller, Abgaben der Wirtschaftsbetriebe und auf Festartikel angewiesen. So finanzierte zum Beispiel Nestlé das Modeschau-Dancing und benutzte die Gelegenheit, für Nescafé Werbung zu machen.

Wegen des grossen Andrangs von Haushaltgeräte-Herstellern und -Vertreibern, die an der SAFFA 1958 ihre Produkte an die Frau bringen wollten, kamen die Architektinnen auf die Idee, eine zusätzliche Halle mit dem sinnigen Titel "Helfer der Hausfrau" aufzustellen. Trotz höherer Platzgelder war die Nachfrage nach Standplätzen so gross, dass nur ein Drittel der Firmen berücksichtigt werden konnte. Die Ausstellung war so angelegt, dass die Besucherinnen und Besucher auf dem Weg zum Ausgang an einer Ladenstrasse in der Art eines orientalischen Basars vorbeikamen, wo sie sich noch mit Souvenirs und Produkten eindecken konnten. Gute Geschäfte machten auch die 16 Restaurants und Cafés auf dem Ausstellungsgelände, welche die SAFFA-Leitung an Wirte und Frauenvereine verpachtet hatte. Deren Umsätze überstiegen die kühnsten Erwartungen. Auch die Unterhaltungsbetriebe schrieben schwarze Zahlen, namentlich die Modeschauen und das Männerparadies, das mit einem Western-Saloon, Bier ab Tanksäulen und sonstigen Attraktionen dem männlichen Publikum Amüsement bot. Wider Erwarten rentierten sogar die Transportbetriebe. Als eigentlicher "Goldbagger" erwies sich die Gon-

delbahn von der Schiffanlegestelle zum Ausstellungseingang am Mythenquai. Die Betreiberin Von Roll schüttete der SAFFA eine beträchtliche Gewinnbeteiligung aus. Auch Gewerbe und Werbung bot die Frauenausstellung einen dankbaren Aufhänger. Ob sie nun die richtigen Kleider für den Ausstellungsbesuch, Souvenirs oder Kleinkredite anboten, alle Geschäfte stellten sich in den "Dienste der Frau". Der Lebensmittel- und Detailhandel übernahm die Schaufensterwerbung der SAFFA und verband sie mit eigenen Werbezwecken. Auch andere schmückten sich mit dem Namen der Ausstellung: Von SAFFA-Suppeneinlagen bis zum Jura-SAFFA-Mixer war alles zu haben.

Neuland KonsumentInnenschutz

Die SAFFA-Organisatorinnen versuchten, die über die Ausstellung hereinbrechende Konsumflut in Bahnen zu lenken und Gegensteuer zu geben. Die Aussteller mussten sich an die Auflage halten, nur Barverkäufe bis zu 20 Franken zu tätigen und die Kundschaft nicht mit Rabatten zu locken. Eine Schau im "Zeichen des Einkaufskorbes" im Pavillon "Frau und Geld" griff Konsumentenschutzfragen auf. Erstmals wurde damit an einer Ausstellung "Konsumentenerziehung" betrieben, "aber nicht mit dem Zeigefinger", wie Fachgruppenmitglied Gerda Stocker-Meyer in einem Gespräch betonte. Zwar trat der Lebensmittelhandel als Gönner auf, dreinreden liessen sich die Ausstellungsmacherinnen aber nicht. "Nur einmal musste ich auf den Tisch klopfen und sagen, dass das Interesse von uns Frauen und Konsumenten Vorrang hat", räumte Stocker-Meyer ein. Mit ihrem konsumentenpolitischen Engagement betrat die SAFFA 1958 Neuland. Die Ausstellung arbeitete der Gründung des Konsumentinnenforums der deutschen Schweiz im Jahre 1961 vor.

Kompromisse und Konzessionen

Den Spagat zwischen Kommerz und Idealismus machten vor allem diejenigen Frauen, welche die thematischen Ausstellungsteile zum "Wirken der Frau" in Haus und Familie gestalteten. "Wer zahlt, befiehlt", stellte die für die Halle "Ernährung" zuständige Fachgruppe resigniert fest. Eine thematische Ernährungsausstellung, die mehr als zur Hälfte von Handel und Industrie finanziert werde, sei ein Ding der Unmöglichkeit. In der Wohnausstellung wurde die überall präsente Werbung der Möbelfirmen als aufdringlich empfunden. Die Ausstellung wollte eine Lanze für das

moderne Wohnen brechen, die Einrichtungen entsprachen aber vor allem den Wunschträumen der Neureichen, räumten die Ausstellungsmacherinnen selbst ein. "Die SAFFA ist ja schliesslich keine Verkaufsmesse, sondern will in verschiedenen ideellen Belangen richtungsgebend sein", kritisierte eine Besucherin. Für die Ausstellung zu den verschiedenen Berufen arbeiteten die SAFFA-Frauen mit Branchen- und Wirtschaftsverbänden zusammen, die als Sponsoren gewonnen werden konnten. In der Halle "Lob der Arbeit" rangen Gewerkschafterinnen und Arbeitgeber in zähen Verhandlungen um eine Darstellung der Probleme der Frauenerwerbstätigkeit, der beide Seiten zustimmen konnten. So wollten Gastgewerbe und Hotellerie die problematischen Seiten des Berufes ausklammern, aus Angst vor politischen Forderungen. In der politisch brisantesten Frage, dem Frauenstimmrecht, hielten sich die Frauen von selbst zurück, weil sie befürchteten, die Forderungen würden als Propaganda für die bevorstehende Abstimmung über das Stimm- und Wahlrecht von Frauen empfunden. Sie waren sich einig, dass die Männer mit "Glacéhandschuhen" angefasst werden müssten, wie es Gerda Stocker-Meyer formulierte. In der Halle "Die Frau im Dienste des Volkes" durften die Frauenstimmrechtlerinnen ihre Forderungen nur in allgemeiner Form stellen. Provokative Ideen, zum Beispiel eine Urne für eine Probeabstimmung aufzustellen, kamen nicht durch.

Zwischen Bazar und Höhenweg

Einige der Frauen bilanzierten nach Ausstellungsschluss enttäuscht, dass die thematischen Teile der Ausstellung im Messerummel zum Teil untergegangen seien. Während Produktvorführungen einen grossen Besucherandrang verzeichneten, blieben die zum Teil abstrakten Darstellungen zu den Problemen der modernen Frau unbeachtet. "Viele Frauen vom Typ Swinggirl strebten zur Ladenstrasse und liessen die Linie rechts liegen", stellte die Zeitung "Vorwärts" fest. "Die Linie" mit Wandbildern der Künstlerin Warja Honegger-Lavater und einem Text der Theologin Marga Bührig war das eigentliche ideelle Rückgrat der SAFFA 1958 und wurde deshalb auch – in Anlehnung an die Landi 1939 – als "Höhenweg der Frau" bezeichnet.

Als Standortbestimmung und als Orientierungshilfe für die moderne Frau sah sich die SAFFA 1958. Diesem Anspruch sei die Ausstellung nicht gerecht ge-

worden, kritisierte die Journalistin Laure Wyss kurz nach Ausstellungsschluss in einem Artikel mit dem Titel "Zwischen Bazar und Höhenweg". Für Wyss war die SAFFA 1958 eine Ausstellung wie viele andere, die auch von Männern stammen könnte. "So eine Art oder Abart Schützenfest hat, besonders in der Schweiz, immer sicheren Erfolg." Mit der an der SAFFA betriebenen "Selbstüberhöhung der Schweizer Frau" konnte Laure Wyss nichts anfangen. Bis Ende 1957 hatte Wyss als Pressechefin der SAFFA gearbeitet, dann aber das Handtuch geworfen, weil sie nicht mit unbezahlten freiwilligen Helferinnen arbeiten wollte. Sie fühlte sich als Berufsfrau nicht ernst genommen. Wenn man schon für die Gleichberechtigung kämpfe, müsse man auch Respekt vor der Professionalität zeigen, warf sie den "Komiteedamen" vor.

Laure Wyss' Kritik an der "Wohltemperiertheit" und "Selbstzufriedenheit" der SAFFA 1958 teilten damals nur wenige Frauenstimmrechtlerinnen. Die recht 'leisetretische' SAFFA dürfe nicht zum "Mass aller weiblichen Dinge" werden, warnten sie, als nach der Ausstellung die Wogen im Abstimmungskampf zur Einführung des Frauenstimmrechts hochgingen. Die Hoffnung der SAFFA-Frauen, mit ihrer Ausstellung den Boden für die Abstimmung etwas gelockert zu haben, wurde bitter enttäuscht. Die Schweizer Männer schickten die Vorlage im Februar 1959 an der Urne massiv bachab.

Diese Niederlage ist ein Grund, weshalb der SAFFA 1958 nicht dieselbe politische Bedeutung für die Frauenbewegung zugesprochen wird wie ihrer Vorgängerin von 1928. Als eine "hübsche bunte Schau mit viel traulich-fraulichem Drum und Dran", charakterisiert sie Susanna Woodtli in ihrem Buch "Gleichberechtigung". Und in einem Bericht der Eidgenössischen Kommission für Frauenfragen wird die SAFFA 1958 als "eigentliche Konsumgüterschau" klassifiziert. Die sei typisch für die Verbindung traditioneller Werte im Bereich der Familie mit der neuen Konsummentalität der Fünfzigerjahre. Die Wirtschaft hatte die Frauen als Kundinnen und Konsumentinnen entdeckt, als gleichberechtigte Partnerinnen in Familie, Beruf und Gesellschaft waren sie noch lange nicht anerkannt.

Eva Krähenbühl

Die Autorin ist Journalistin und Historikerin. Sie hat ihre Lizentiatsarbeit über das Frauenleitbild der SAFFA 1958 geschrieben.

Bildnachweis: bei Keystone.