

Neue Zürcher Zeitung
8021 Zürich
044/ 258 11 11
www.nzz.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 114'209
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 730.001
Abo-Nr.: 730001
Seite: 22
Fläche: 45'392 mm²

Eine orange Dose erobert die Welt

«Die Ovomacher» – eine Ausstellung zum berühmten Schweizer Markenprodukt

Ob im Sport, im Militär oder am Frühstückstisch: Die Ovomaltine hat den Schweizer Alltag wie kein anderes Getränk im 20. Jahrhundert geprägt. Eine historische Schau in Bern widmet sich nun ihren Anfängen und ihrem globalem Siegeszug.

Susanna Ellner, Bern

Nimmt man es genau, so hat nicht etwa ein Schweizer, sondern ein Deutscher das hiesige Nationalgetränk erfunden. Seit 1895 tüftelte Georg Wander an dem dickflüssigen Malzextrakt, das 1904 erstmals unter dem Namen «Ovomaltine» über Apotheken vertrieben wurde. Der Chemiker aus dem rheinhessischen Osthofen kam 1862 nach Bern, um an der Universität als Assistent des chemischen Instituts zu arbeiten. Drei Jahre später eröffnete er sein eigenes Geschäft, eine sogenannte «Spezialitäten-Fabrikation», die eine äusserst breite Produktpalette umfasste: von Bonbons über Liköre bis zu Crèmes für das Gesicht sowie Ölen für den Boden. Damit war der Grundstein der Firma Wander gelegt, die nun anlässlich ihres 150-Jahr-Jubiläums einen einmaligen Blick in ihr Archiv gewährt.

Der Notvorrat im Hosensack

Die seit Donnerstag offene Ausstellung im Kornhausforum in Bern zeigt dem Publikum mancherlei Trouville. Die

handgeschriebene Lohnstatistik aus den 1920er Jahren, in der die Stundenlöhne der Angestellten mit 1 Franken 10 rapportiert sind, gehört ebenso dazu wie der lederne, in zig kleine Fächer unterteilte Koffer, mit dem reisende Firmenvertreter für jedes Bedürfnis oder jede gesundheitliche Beschwerde Hand bieten konnten. Anhand von Fotografien, Dokumenten und Plakaten hat Bernhard Giger, der Leiter des Museums und Kurator von «Die Ovomacher», aber bewusst den Akzent beim erfolgreichsten Produkt der Firma Wander gesetzt: der Ovomaltine.

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts vor allem als gesundheitsförderndes Nahrungsmittel von Ärzten und Pharmazeuten verkauft, gelangte das Getränk ab 1922 in den Detailhandel und wurde damit zum Frühstücksgetränk des oberen Mittelstands schlechthin. Wegen seines Eiweiss-, Kalorien- und Vitamingehalts entdeckten auch die Sportler das Getränk für sich, was das Berner Wirtschaftsunternehmen mit Werbekampagnen geschickt – und überaus erfolgreich – zu fördern versuchte. Die Olympischen Spiele, die Tour de Suisse oder Skimeisterschaften – kaum ein Sportanlass ohne Verpflegungsstand mit Ovomaltine aus Bechern. Auch den Militärdienstleistenden der dreissiger und vierziger Jahre blieb die Marke nahezu unvergesslich in Erinnerung: als Notvorrat im Hosensack. Auf Wunsch der Armee hatte Wander die Militär-Ovomaltine entwickelt, eine spezielle Form von Ovo Sport, das 1937 lanciert wurde. Die Bestellung des Eidgenössi-

schen Oberkriegskommissariats von 10 000 Portionen für einen Stückpreis à 18 Rappen kann in einem der Schaukästen entdeckt werden.

Neuenegg beliefert Europa

Die Expansion der Firma ins Ausland liess nicht lange auf sich warten, wie Projektskizzen von Niederlassungen in Mailand, Budapest, Champigny und Chicago aus den zwanziger Jahren belegen. Im englischsprachigen Raum ist das Produkt seither unter dem Namen «Ovaltine» bekannt. Heute wird das Getränk weltweit an vier Orten hergestellt: in Schanghai, in Bangkok, in Melbourne und in Neuenegg – von der Berner Ortschaft aus wird ganz Europa beliefert.

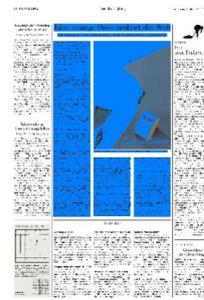
Unklar, weshalb orange

Obwohl die jüngere Geschichte der Firma Wander in der Ausstellung ausgeblendet wird, manifestiert sich das Festhalten an der Ovomaltine bis in die heutigen Tage mittels eines Ausstellungsobjekts: der Dose. Deren leuchtendes Orange hat sich seit 1914 nie verändert. Nicht überliefert ist, weshalb die Verantwortlichen gerade diese Farbe gewählt haben. Doch die Konsumenten scheinen ihr nicht abgeneigt: Global werden Tag für Tag 6,7 Millionen Tassen Ovomaltine getrunken.

«Die Ovomacher», bis 28. Juni im Stadtsaal des Berner Kornhausforums. Mo geschlossen; Di, Mi, Fr 12–17 Uhr; Do 12–20 Uhr; Sa, So 11–17 Uhr.

Datum: 28.05.2015

Neue Zürcher Zeitung



Neue Zürcher Zeitung
8021 Zürich
044/ 258 11 11
www.nzz.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 114'209
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 730.001
Abo-Nr.: 730001
Seite: 22
Fläche: 45'392 mm²



Werbepublikum um 1940: Ovo Sport, der erste Kräfte spendende Snack von Wander.