



«Every woman dreams of spending less time on housework and more time enjoying fun with her family. At tupperware parties held throughout the nation each day, thousands of women discover that this dream can become a reality.»¹

Tupperware: Ordnung, Sauberkeit und Hygiene im Haushalt

Helene Mühlestein und Rebecca Niederhauser

Abstract

Ordentlich, sauber und hygienisch soll der Haushalt sein – das bürgerliche Familienideal der reinlichen Hausfrau lässt wenig Spielraum. Doch wie können heutige Hausfrauen dem sozio-kulturellen, gegenwartsbezogenen Regelsystem gerecht werden? Dieser Artikel zeigt anhand von fünf problemzentrierten Interviews, wie Tupperware als kulturelle Objektivation zur Hilfestellung im alltäglichen Streben nach Haushaltszielen und Hausfrauenidealen werden kann. Denn mag Tupperware assoziativ vielleicht als Kult um die bunten Schüsselchen verstanden werden, überschreitet es bald seine bloße Alltagsfunktionalität. Im Gebrauch wird Tupperware zum verdinglichten Symbolträger des Sich-Wohlfühlens nach innen und der Repräsentation nach aussen.

Tupperware – ein Wort, das fast alle kennen und doch mit unterschiedlichen Assoziationen verbinden. Die einen denken sofort an farbige Schüsselchen aus

Plastik, andere wiederum verbinden es mit Kindheitserinnerungen an die Tupperwareparties der Mutter. In jedem Fall aber wird Tupperware heute mit einem bestimmten Haushalts- und Hausfrauenbild in Verbindung gebracht. In dieser Arbeit interessiert uns, wie diese Bilder aussehen. Ausgehend vom bürgerlichen Ideal der reinlichen Hausfrau, welches Ordnung, Sauberkeit und Hygiene miteinander verbindet, untersuchen wir im Rahmen des Projektseminars «Sauberkeit und Hygiene im Alltag»² anhand von Tupperware als Beispiel einer materiellen Kultur in der Haushaltsführung das kulturelle, gegenwartsbezogene Regelsystem, nach welchem die heutigen Hausfrauen leben und welches sie auszeichnet.

Ein einleitender historisch-theoretischer Teil stellt die Grundlage der Arbeit dar und ist Ausgangslage der Thesen und Fragestellungen. Anschliessend beschreiben wir den Feldzugang via Tupperwareparty, welcher uns das nötige praktische Wissen über Tupperware ermöglichte. Aufgrund der Erfahrungen an der Party, an der eine teilnehmende Beobachtung stattfand, und des Wissens der historisch-theoretischen Annäherung an das Thema wurde ein Leitfaden für problemzentrierte Interviews erarbeitet. Den Hauptteil der Arbeit bildet die Auswertung der fünf Interviews, die mit Tupperware benutzenden Hausfrauen durchgeführt wurden. Da die Fragestellungen theoriegeleitet sind, wird in der Interviewauswertung bewusst immer wieder Bezug zum historisch-theoretischen Teil hergestellt. Die Interviewauswertung ist in drei aufeinander aufbauende Teile gegliedert. In einem ersten Teil geht es um den Haushalt im Allgemeinen. Der zweite Teil richtet den Fokus auf die Küche und diskutiert Tupperware im Haushalt. Der letzte Teil konzentriert sich auf Tupperware im Zusammenhang mit Ordnung, Sauberkeit und Hygiene und bildet gleichzeitig das Fazit der Arbeit.

Ausgangslage: Das bürgerliche Familienideal

Der Begriff «Hausfrau» und der damit verbundene Arbeitsbereich «Haushalt» sind Produkte der bürgerlichen Familienideologie, welche im 19. Jahrhundert entstanden ist. In der frühen Neuzeit wurde unter «Familie» die ganze Hausgemeinschaft verstanden, die meist selbstversorgend war und sich die damit verbundenen Arbeiten teilte. Die Hausarbeit war ein integrierter Bestandteil der täglichen Arbeiten, der nicht ausschliesslich in der Verantwortung der Frauen lag. Durch die zunehmende ausserhäusliche Erwerbsarbeit als Folge der Industrialisierung wurde das alltägliche Leben in einen ökonomischen und privaten Bereich aufgeteilt. Primär wurde dem Mann die Erwerbsarbeit übertragen, die Frau war für die anderen Bereiche der Lebenserhaltung verantwortlich.³ Auf dieser Basis schuf das sich neu bildende Bürgertum ein Familienideal, welches die Kernfamilie in den Vordergrund stellte und «innen» und «ausen» als zentralen Gegensatz festlegte. «Ausen» sollte der Bereich der Politik und Erwerbsarbeit sein, in dem der Mann sich behaupten musste. Als Gegensatz dazu sollte er sich «innen» erholen können. Der Frau wurde die Rolle im Haus, also «innen», zugeschrieben. Sie war dafür verant-

wortlich, dass der Mann sich erholen konnte. Begründet wurde dies mit dem «Geschlechtscharakter»⁴, womit festgelegt wurde, welche Eigenschaften typisch weiblich sind. Die Ansicht, dass das weibliche Wesen geschaffen war, um für die Familie zu sorgen, setzte sich durch. In diesen Prozess wurde auch die Hausarbeit eingebettet, die nicht mehr nur Arbeit, sondern ebenso «Quelle der Freude» wie Liebe und Aufopferung für die Familie sein sollte.⁵

Die Hausarbeit ihrerseits wurde in die Hygienerevolution eingebunden. Die Voraussetzung für Gesundheit, darin waren sich Ärzte und Behörden einig, basierte auf der Sauberkeit des Körpers und der Wohnung. Die Frauen, welche durch das bürgerliche Familienideal erfolgreich aus dem Erwerbsleben gedrängt wurden, waren empfänglich für neue Aufgaben und mehr Verantwortung. Diese konnten ihnen durch die Hygienebewegung gegeben werden. So wurde von den Behörden zum Beispiel die Gefahr von Küchengeräten ausführlich thematisiert, die eindeutig in den Handlungsspielraum der Frauen gehörten. Gerade auch die bürgerlichen Frauen trugen mit ihrem Einsatz in der Hygienebewegung zur direkten Herausbildung neuer gesellschaftlicher Normen bei, von denen viele direkt die Haushaltsführung betrafen und nicht von geringem Ausmass waren.⁶ Manuel Frey wagt in seinem Buch «Der reinliche Bürger» sogar folgende These: «Die Tugend der Reinlichkeit verband als Zentralnorm die dreifache Bestimmung der Frau als Gattin, Hausfrau und Mutter und wurde dadurch zum Kennzeichen bürgerlich-häuslicher Tugenden überhaupt, als deren Bewahrerin und Repräsentantin die Frau in die Pflicht genommen wurde.»⁷ Nicht nur mehr der direkte Zusammenhang zwischen Reinlichkeit und Gesundheit zählte, sondern an die Frau wurde auch appelliert, dass einerseits ein hoher Sauberkeitsstandard zum Ansporn und zur Aufmunterung des erwerbstätigen Mannes beitrage, andererseits Reinlichkeit und Ordnung auch die Basis vernünftigen Wirtschaftens sei, da zum Beispiel Möbel dadurch eine längere Lebensdauer hätten. Reinlichkeit wurde zum zentralen Thema in der Haushaltsführung.⁸

In den Quellen, welche in den Texten zitiert sind, werden unter Reinlichkeit immer die drei Begriffe «Ordnung», «Sauberkeit» und «Hygiene» zusammengefasst, wobei Hygiene in direktem Zusammenhang mit Gesundheit oftmals eine Folge von Sauberkeit und Ordnung zu sein scheint. Beatrix Messmer zitiert in ihrem Text folgende Stelle aus einem Haushaltsbuch, welche diese Annahme bestätigt: «Reinlichkeit und Ordnung in allen Dingen sind die goldenen Regeln zu Gesundheit und langem Leben.»⁹ In unserer Arbeit beziehen sich die verwendeten Begriffe Ordnung, Sauberkeit und Hygiene direkt auf die hier skizzierte Bedeutung in der bürgerlichen Familienideologie und können bis heute nicht losgelöst voneinander betrachtet werden.

Ebenso verhält es sich mit dem «bürgerlichen Familienideal». Die Idee der getrennten Verantwortungsbereiche von Mann und Frau, basierend auf der Theorie der «Geschlechtscharaktere», wurde auch im 20. Jahrhundert weiter verfolgt und ständig neu reproduziert.¹⁰ So hat eine Studie, die im Auftrag des Eidgenössischen Büros für die Gleichstellung von Mann und Frau erstellt und im Jahre 2004 abge-

geschlossen wurde, ergeben, dass zwar unterdessen viele Frauen einer Teilzeitbeschäftigung nachgehen, doch die Hausarbeit zum grössten Teil immer noch in ihrer Verantwortung liegt. Besonders in Familien mit mehreren Kindern wird die nach wie vor unbezahlte Arbeit im Haushalt kaum geteilt.¹¹

Der Begriff «Hausfrau» ist heute im alltäglichen Sprachgebrauch fest verankert und mit einer klaren Bedeutung versehen, die sich auf die Situierung des bürgerlichen Familienideals im 19. Jahrhundert zurückführen lässt. Den Begriff verwenden wir so auch in unserer Arbeit. Unter «Hausfrauen» verstehen wir Frauen, die in ihrem Alltag, unbezahlt, die anfallenden Arbeiten in ihrem Arbeitsbereich, dem «Haushalt», erledigen, für die Kinder sorgen und heute manchmal mit einem kleinen Teilzeitpensum einem Nebenjob nachgehen. Der Ehemann arbeitet vollzeitlich und sorgt so für das Einkommen. Der Begriff «Haushalt» kann im Zusammenhang mit unserer Arbeit als Arbeitsbereich der Frau, in welchem die Hausarbeit erledigt wird und welcher sich hauptsächlich auf das Haus oder die Wohnung der Familie bezieht, definiert werden.¹²

In dieser Arbeit interessiert uns, ausgehend von dem bürgerlichen Ideal der reinlichen Hausfrau, der Zusammenhang zwischen Ordnung, Sauberkeit und Hygiene mit dem gegenwartsbezogenen, alltäglichen und kulturell normierten Regelsystem, das die heutige Hausfrau und ihren Haushalt definiert. Welche ordentlichen, sauberen und hygienischen Haushaltsmuster herrschen in der Gesellschaft vor, wie werden sie von der Hausfrau umgesetzt? Der These, dass die Hausfrau auch heute noch für Ordnung, Sauberkeit und Hygiene im Haushalt verantwortlich ist, und der Frage, in welchen Formen sich dies manifestiert, möchten wir am Beispiel des Phänomens «Tupperware» nachgehen.

Das Produkt Tupperware

Die erste Tupperwareschüssel kam in den 1940er Jahren auf den Markt. Der amerikanische Chemiker Earl S. Tupper stellte mit dem Material Polyäthylen Lebensmittelbehälter her, welche mit hermetisch verschliessbaren Deckeln als absolut dicht galten und gut zur Lagerung von Lebensmitteln im neu aufgekommenen Kühlschrank gebraucht werden konnten. Die Plastikbehälter setzten sich im Detailhandel jedoch nicht durch, was dazu führte, dass die Produkte durch Heimvorführungen auf den Markt gebracht wurden. Die Heimvorführungen mit «Tupperwareberaterinnen» waren ein so grosser Erfolg, dass daraus ein richtiger «Kult» entstand, der sich heute fest unter dem Namen «Tupperwareparty» etabliert hat. Zu Tupperware gehört ebenso wie die Party auch das Versprechen einer lebenslangen Garantie auf die Produkte, was von den Benutzerinnen als Zeichen für Qualität wahrgenommen wird. Mit einer originellen Verkaufsidee und einer breiten Palette von Produkten, vor allem für die Küche, in immer neuem Design hat es die Firma «Tupperware Corporation» geschafft, ihr Produkt seit den 1950er Jahren überall auf der Welt zu etablieren und damit einen «Kult» zu begründen.¹³

Das folgende Zitat stammt aus einem Essay von Manfred Russo, der sich ironisch überspitzt mit dem Kult der Tupperwareparty auseinandersetzt: «Die Arbeit der Hausfrau ist heute zumeist eine unbedankte und gering geschätzte Tätigkeit, der sie nur ihr geheimes Wissen als Tupperware-Göttin entgegensetzen kann.»¹⁴ Dieses Zitat von Russo spricht die Hausfrauenarbeit in Zusammenhang mit dem Tupperwaregebrauch an. Die These von Russo lautet also, dass Tupperware die Frustration, welche als Begleiterscheinung des Hausfrauentaseins gesehen werden kann, zu überwinden hilft. Zudem deutet er ebenfalls den Kult an, den es scheinbar um Tupperware gibt. In diesem Zusammenhang soll erwähnt werden, dass laut der Sonntagszeitung 2002 immerhin eine Million Schweizerinnen regelmässig Tupperwarepartys besuchten. Die Sonntagszeitung betitelt die Besucherinnen auch eindeutig mit «Schweizer Hausfrauen».¹⁵ Die Tatsache, dass Frauen, und vor allem Hausfrauen, hauptsächlich Tupperware benutzen und Tupperwarepartys besuchen, lässt sich auf den ersten Blick leicht erklären. Tupperware ist ein Produkt, das spezifisch für den Gebrauch im Haushalt und vor allem für die Küche entwickelt wurde. Es scheint also logisch, dass vor allem diejenigen Personen, die traditionellerweise die Hausarbeit verrichten, auch die Benutzerinnen von Tupperware sind. Tupperwarepartys bieten zugleich den Hausfrauen eine Art gesellschaftliches Ereignis, das sich legitim mit Familie und Haushalt vereinen lässt. Die Frage, wieso Tupperware aber mehr zu sein scheint als ein reines Haushaltsprodukt, ist bereits schwieriger zu beantworten. Russo begründet dies mit der gesellschaftlich wertlosen Arbeit der Hausfrau, die mit Tupperware einen Gegenstand findet, ihre Hausfrauentätigkeit mit mehr Wert zu versehen. Martina Blaschka, die sich in einer volkswissenschaftlichen Arbeit mit Tupperwareberaterinnen beschäftigt hat, spricht von einem «luftleeren Raum»¹⁶, in dem sich die Frauen mit ihren «Emanzipationsbemühungen»¹⁷ heute befinden. Die Frauen kämen oft mit dem Dilemma der Doppelbelastung von Familie, Haushalt und Beruf nicht mehr zurecht. Dies führe dazu, dass sie nach festen Ritualen und Ordnungen Ausschau hielten und diese mit Tupperware fänden.¹⁸ Man darf nicht übersehen, dass Blaschka hauptsächlich über Beraterinnen spricht, was sicherlich einen Unterschied zu den Benutzerinnen in der Identifikation mit dem Produkt macht.

Wir sind aber ebenfalls der Meinung, dass der Umgang mit Tupperware das Bedürfnis nach Ritualen und festen Ordnungen durchaus befriedigen kann, und möchten dieser These in unserer Arbeit auch nachgehen. Trotzdem ist anzumerken, dass die ironische These von Russo besser in die Fragestellung unserer Arbeit passt. Im Gegensatz zu Blaschka nehmen wir an, dass der Erfolg von Tupperware in der heutigen Gesellschaft nicht auf den mangelnden Erfolg von «Emanzipationsbemühungen» in Zusammenhang mit Doppelbelastung und fehlenden Kinderkrippen zurückzuführen ist, sondern eher auf die Manifestation alter Werte wie dem bürgerlichen Familienideal. Dafür spricht auch die Tatsache, dass hauptsächlich Hausfrauen Tupperware benutzen, in deren Alltag Doppelbelastung und der Kampf um Kinderkrippen eine untergeordnete Rolle spielen. Angelehnt an diese Ausführungen möchten wir in dieser Arbeit auch untersuchen, inwiefern Tupper-

ware als Repräsentationsobjekt und Symbol für bestimmte Vorstellungen einer Haushaltsführung, die mit kulturell fest gefügten Ordnungs-, Sauberkeits- und Hygieneidealen gekoppelt sind, gesehen werden kann. Beim Thema Haushaltsführung soll in der Untersuchung die Küche den Schwerpunkt bilden, weil Tupperware vor allem in der Küche benützt wird. Dabei stehen Fragen der Symbolik von Tupperware – in Bezug auf die gesellschaftlich formulierte Fremdwahrnehmung und Selbstwahrnehmung der Hausfrau, deren konkrete Haushaltsführung und ihre Identifikation mit dem eigenen Haushalt sowie auch die Manifestation von Identitätsmustern – im Vordergrund.

Tupperware als kulturelle Objektivation

Das Produkt Tupperware und seine Funktionen auf verschiedenen Ebenen gehören in den Bereich der materiellen Kultur, und es stellt sich die Frage, nach welchem theoretischen Konzept wir Tupperware in unsere qualitative Arbeit über Ordnung, Sauberkeit und Hygiene im Haushalt eingliedern sollen.

Wolfgang Kaschuba verbindet in seiner «Einführung in die Europäische Ethnologie» den Begriff «materielle Kultur» mit einer «Sprache der Dinge». Dies bedeutet für ihn, dass dem Gegenstand «kein eigenes Leben» und «keine eigene Artikulationsfähigkeit» zugeschrieben werden kann, sondern die Gegenstände erst durch den Gebrauch eine bestimmte «Träger- und Bedeutungsfunktion» erhalten.¹⁹ Peter L. Berger und Thomas Luckmann vertreten die Ansicht, dass ein Objekt sowohl ein «menschliches Erzeugnis» als auch eine «Objektivation menschlicher Aktivität» sein kann und sehen es auch als Vergegenständlichung einer bestimmten Empfindung.²⁰

Anhand des Objektes «Tupperware» soll in dieser Arbeit untersucht werden, welche «Träger- und Bedeutungsfunktion» Tupperware in der Haushaltsführung einer Hausfrau einnimmt, die das Produkt verwendet. Wir möchten dabei in Anlehnung an Berger und Luckmann von einer kulturellen «Objektivation» sprechen. Die Verbindung von Tupperware mit Ordnung, Sauberkeit und Hygiene in der Haushaltsführung soll uns in dieser Arbeit schliesslich zur Beantwortung folgender Frage führen: Inwiefern kann die Symbolik und Repräsentation von Tupperware als gegenwärtige Verdinglichung eines Hausfrauenideals, das sich in traditionellen Werten manifestiert, gesehen werden?

Die Tupperwareparty als Feldzugang

Fragestellung und Methode

Um uns den Feldzugang zu erleichtern und den Einstieg in das Thema zu finden, wählten wir die Tupperwareparty. Das eigentliche Ziel, unsere Interviewpartnerinnen aus dem Teilnehmerkreis einer Party zu rekrutieren, erreichten wir leider

nicht.²¹ Trotzdem war die Party wichtig für unsere Arbeit und soll deshalb auch eingebracht werden.

Schon mehrmals wurde in dieser Arbeit der «Tupperwarekult» angesprochen, der fast immer mit der Party in Verbindung gebracht wurde. Manfred Russo bezeichnet in seinem Aufsatz die Party sogar als «Hexensabbat der Vorstädte».²² Einerseits ermöglichte uns diese Party dem «Tupperwarekult» auf den Grund zu gehen, andererseits erfuhren wir einiges über das Produkt, was uns vor allem im Umgang mit den befragten Frauen von Nutzen war. Nicht zu vergessen ist auch die Tatsache, dass Tupperware fast nur über Partys vertrieben wird und die Benutzerinnen so gezwungenermaßen auch mit Tupperwarepartys in Berührung kommen müssen. Aus diesen Gründen war der Besuch der Party für unsere Arbeit sozusagen ein Muss. Aber auch für unsere eigentliche Fragestellung in Zusammenhang mit Ordnung, Sauberkeit und Hygiene war die Party von grossem Interesse, da schon der Vertrieb der Produkte sehr oft mit dem Thema «Reinlichkeit» in Verbindung gebracht wird.²³

In diesem Kapitel sollen unsere Ergebnisse zu folgenden Themenbereichen genauer vorgestellt werden: Ablauf der Party, Teilnehmerinnen und Geselligkeit und der Zusammenhang mit Haushalt und Ordnung, Sauberkeit und Hygiene.

Karin Dreschler,²⁴ mit der wir im weiteren Verlauf des Projektes auch ein Interview durchgeführt haben, erklärte sich spontan bereit, für uns eine Party zu organisieren. Sie hatte in privatem Rahmen erfahren, dass wir uns für Tupperware interessieren, und wollte uns ermöglichen, an einer Party teilzunehmen. Karin Dreschler ist bekennende Tupperwarebenutzerin und veranstaltete auch schon mehrmals Partys, allerdings nicht mehr in den letzten beiden Jahren. Bei den Einladungen betonte sie daher auch ausdrücklich, dass sie die Party für ihre Nichte veranstalten würde, erwähnte jedoch mit Absicht nicht, dass es ein Projekt für die Universität sei.²⁵ Ihr Ziel war es, uns eine möglichst authentische Party zu organisieren, an der wir als Tupperware-Interessierte teilnehmen sollten.

Als Methode wählten wir die teilnehmende Beobachtung, wobei wir von Anfang an unschlüssig waren, in welcher Rolle wir an der Party teilnehmen sollten. Dank der Gastgeberin wäre eine verdeckte Teilnahme möglich gewesen, diese kollidierte jedoch mit unserem Vorhaben, Fotos zu machen und die Produkte-Vorführung als Tondokument aufzunehmen, da wir dafür um Erlaubnis fragen wollten. Wir entschlossen uns aus diesem Grund, unser Forschungsinteresse offen zu legen, betonten aber, dass wir uns auch privat sehr für Tupperware interessieren würden. Leider erschreckte das Wort «Universität» die Beraterin anfänglich so sehr, so dass sie uns nicht erlaubte, ihre Vorführung aufzunehmen, jedoch durften wir Fotos machen. Die Auswertung der Party beruht also hauptsächlich auf Beobachtungsprotokollen, die nach der Party aus dem Gedächtnis erstellt worden sind und bereits als Ergebnis eines narrativen Rekonstruktionsprozesses mit unbewusst eingeflossenen Interpretationen gesehen werden müssen.²⁶

Der Ablauf

Die Party fand im Garten statt. Um den Tisch auf dem Sitzplatz waren im Halbkreis mehrere Stühle aufgestellt. Auf dem Rasen befand sich eine Decke (mit dem Namen «Tupperware» am Rande eingestickt), auf der verschiedene Tupperwareprodukte arrangiert worden waren. Diese wurde von zwei Beistelltischchen flankiert, auf denen verschiedene Sonderangebote und die Bonusgeschenke für die Gastgeberin standen.



Ausgewählte Produkte auf der Tupperwaredecke arrangiert.

wurde mit kleinen Zwischenbemerkungen hingewiesen. Nach der Zubereitung des Desserts stellte sich die Beraterin kurz vor und verteilte an alle Teilnehmerinnen eine Schreibunterlage mit einem Bestellschein.

Dann begann die eigentliche Präsentation, welche vor allem das Zeigen der Gastgeberinnengeschenke, welche bei genügend Umsatz ausgeteilt wurden und das Vorstellen der neuesten Aktionen und Trends beinhaltete. Auch auf das Gastgeschenk wurde hingewiesen. An Tupperwarepartys bekommt jede Teilnehmerin ein Geschenk, egal, ob sie etwas kauft oder nur zuschaut. Auf andere Produkte von Tupperware wurde nicht speziell eingegangen. Eine Auswahl war auf der Decke ausgestellt und einiges fand sich in einem Katalog, der zusätzlich zum Bestellschein verteilt wurde. Nach der Vorführung wurde das vorher zubereitete Dessert serviert, und die Beraterin rechnete den Umsatz und den zu erwartenden Bonus für die Gastgeberin aus. Alle Teilnehmerinnen hatten ihre Bestellscheine bereits während der Vorführung ausgefüllt und verabschiedeten sich bald darauf. Die Party dauerte ungefähr zwei Stunden.

Die Beraterin begann ihre Vorführung mit der Herstellung eines Himbeertiramisus. Dabei betonte sie die Vielfältigkeit der Schüssel, in der sie das Dessert anrichtete. Die Anpreisung dieser Schüssel war das Hauptziel, welches mit der Herstellung des Desserts erreicht werden sollte. Alle anderen Produkte, die verwendet wurden, waren auch von Tupperware. Auf deren Vorteile



Die Beraterin bereitet vor den Gästen ein Himbeertiramisu vor. Alle Produkte sind von Tupperware.

Teilnahme und Geselligkeit: Die Beraterin

Elisa Bollhalder ist seit mehr als zehn Jahren Beraterin bei Tupperware. Bei ihrem Einstieg waren ihre zwei Kinder noch klein, und aus diesem Grund war sie bei einer Arbeit auf flexible Zeiteinteilung angewiesen. Nach Aussagen der Beraterin bot Tupperware ihr zu dem damaligen Zeitpunkt die Chance, wieder unter Leute zu kommen.

Elisa Bollhalder machte einen freundlichen und kompetenten Eindruck. Da sich an der Party alle duzten und miteinander vertraut schienen, wurde nicht ganz klar, ob sie mit der Gastgeberin befreundet ist, einige von den Teilnehmerinnen kennt oder ob diese scheinbare Vertrautheit zum Konstrukt einer Tupperwareparty gehört. Auch sprach die Beraterin während der ganzen Vorführung in der Ich-Form und erzählte sehr oft von eigenen Erfahrungen mit Tupperware. Dazu gehörte vor allem auch die Aufzählung von Tipps zu bestimmten Produkten. Die eigene Erfahrung wurde ergänzt mit Erzählungen über die eigene Familie. Der Ehemann sowie die zwei fast erwachsenen Kinder scheinen ausserordentlich viel von Tupperware zu halten und gebrauchen die Produkte – immer im Rahmen der bürgerlichen Arbeitsteilung – sehr oft. Wenn man der Beraterin Glauben schenken will, ist Tupperware etwas, was die ganze Familie begeistern kann. In unseren Interviews wurde jedoch mehrmals gesagt, dass der Ehemann oder die Familie aus verschiedenen Gründen nicht so begeistert von Tupperware seien.²⁷ Somit kann der Einbezug der Familie in die Vorführung von Elisa Bollhalder auch als Verkaufsstrategie interpretiert werden. Die Begeisterung und der Nutzen für die ganze Familie rechtfertigen in gewissem Sinne auch den Kauf eines teuren Produkts der Hausfrau.

Die Beraterin scheint gegenüber der Firma kritisch eingestellt zu sein und erzählte uns, dass sie die aufdringliche Verkaufspraxis von Tupperware nicht gut finde. Sie sei darum eher zurückhaltend und gebe auch einmal ein Produkt günstiger oder verkaufe einzeln, was eigentlich zusammengehören würde, und zeige sich beim Gastgeschenk flexibel. Allerdings wurde man bei diesen kritischen Aussagen, die auch mehrmals in die Vorführung einfließen, das Gefühl nicht los, dass sie sehr wohl auch Teil eines Kalküls sind. Sie geben der Teilnehmerin das Gefühl, dass die Beraterin eher Benutzerin als Verkäuferin ist und somit im Gegensatz zur Firma klar auf der Seite der Teilnehmerinnen steht. Diese Annahme wurde auch durch die weiteren Erzählungen von ihrer Tätigkeit als Beraterin bestätigt. So kauft Elisa Bollhalder gemäss ihren Ausführungen jeweils Restbestände der Firma auf und lagert diese in ihrem Keller. Ab und zu führe sie dann einen Sonderverkauf durch, an welchem sie diese Sachen um ein Vielfaches billiger als die Firma abgeben würde. Dies zeigt wieder die Strategie der Identifizierung mit den Partyteilnehmerinnen oder Benutzerinnen. Es ist jedoch anzunehmen, dass Elisa Bollhalder bei diesen Sonderverkäufen kaum absichtlich einen Verlust in Kauf nimmt und sehr wohl gewinnorientiert arbeitet. Die Abgrenzung von der Firma Tupperware zum Wohle der Benutzerinnen zog sich durch die Vorführung und Antworten der Beraterin hindurch. Es wäre in einer weiteren Untersuchung sicherlich interessant herauszufinden, ob sich dies bei anderen Beraterinnen ebenso verhält.

Teilnahme und Geselligkeit: Die Teilnehmerinnen

Die Beraterin Elisa Bollhalder betonte zu Beginn, dass diese Party ein wenig speziell sei. Einerseits bemerkte sie, dass viele der Teilnehmerinnen ja bereits mehrmals an Partys gewesen seien und sie darum die «langweilige» Geschichte von Tupperware weglassen würde. Andererseits hatte sie erwartet und sich auch dem entsprechend vorbereitet, dass es bei dieser Gastgeberin eine grosse Party werden würde. Insgesamt besuchten acht Personen die Party.²⁸ Die Beraterin fühlte sich mit dieser Teilnehmerzahl in ihrer Vermutung bestätigt. Interessanterweise betonte die Gastgeberin im Vorfeld der Party immer wieder, dass sie grosse Mühe habe, Teilnehmerinnen zu finden, und sie vermute, dass nur wenige kommen würden. Es nahmen nur Frauen an der Party teil. Der Ehemann der Gastgeberin verliess bei unserem Eintreffen gerade das Haus. Er machte einige Bemerkungen zu uns, die den Anschein erweckten, als wolle er keinesfalls an einer Tupperwareparty teilnehmen. Die Teilnehmerinnen kannten sich alle und schienen einigermassen vertraut. Sie sind Nachbarinnen oder befreundet durch einen Sportklub. Die Kinder gehen zusammen in die Schule. Erstaunlicherweise kam während den beiden Stunden trotzdem kaum Geselligkeit auf. Die Frauen blieben sachlich. Diskutiert wurde Organisatorisches, hauptsächlich die Kinder betreffend, dies auch im Zusammenhang mit Tupperware. So war nicht nur das bevorstehende Klassenlager ein Thema, dessen Organisation kritisiert wurde, sondern auch der Einsatz der neu gekauften Produkte. Eine Silikonbackform wurde explizit für die Schulgeburtstagskuchen der Kinder gekauft, bei kleinen Schälchen war für die Gastgeberin schon vor dem Kauf klar, dass damit die Kinder die restlichen Salzstängelchen der Party am darauf folgenden Tag in das Freibad mitnehmen würden. An dieser Party stand für die Frauen offensichtlich das Produkt Tupperware im Vordergrund, was sich auch in dem hohen Umsatz zeigte, welcher die Gastgeberin mit der Party erwirtschaftete. Die Gastgeberin erreichte einen Umsatz von über 600 Franken, was heisst, dass fast alle Teilnehmerinnen innerhalb von zwei Stunden ungefähr 100 Franken für Tupperware ausgegeben haben müssen.²⁹ Es schien daher nicht, als wäre eine der Frauen explizit nur in Erwartung eines vergnüglichen Abends an die Party gekommen. Einerseits spricht die mangelnde Geselligkeit dieses spezifischen Anlasses gegen einen Tupperwarekult, wie er vor allem in der Literatur in Zusammenhang mit der Party genannt wird. Andererseits kann dieser hohe Umsatz doch als Zeichen gesehen werden, dass Tupperware für mehr steht und nicht nur als gewöhnliches Gebrauchsobjekt zu betrachten ist.

Die Party im Zusammenhang mit Haushalt, Ordnung, Sauberkeit und Hygiene

Der Gebrauch und Nutzen der Produkte, welche an der Party ausgestellt oder als Aktionen angepriesen wurden, waren an der Party ein allgegenwärtiges Thema. Nicht nur die Beraterin sah es als Aufgabe, den Produkten durch ihre Ausführungen einen Platz in der Haushaltsführung zu geben, sondern auch die teilnehmenden Frauen versorgten sich gegenseitig mit Tipps und Tricks. Besonders oft wurde das Produkt in den Zusammenhang mit Ordnung, Sauberkeit und Hygiene gesetzt.

Vielfach waren die Ausführungen mit den Themen «sauberer Transport» oder «frisch halten» verbunden. Mehrmals wurde bei einem Produkt erwähnt, dass es sich besonders gut eigne, um etwas zu transportieren, zum Beispiel für ein Picknick oder eine Geburtstagsfeier. Die Schüsseln, mit Deckel versehen, verhinderten ein Auslaufen im Auto oder aber das benutzte Picknickgeschirr könne in die dazugehörige Schüssel mit Deckel gegeben werden und die Tasche bleibe sauber. Zum Thema «frisch halten» wurden unter anderem Schüsselchen angeboten, die auf den ersten Blick wie Zierschalen aussähen, aber durch ihren Deckel ermöglichten, dass übrig gebliebene Chips nicht «matschig» würden. Die Beraterin stellte das Picknickgeschirr vor, indem sie erzählte, dass sie dieses Produkt ihrem Sohn für die Rekrutenschule schenke, da dies viel besser als die «Gamelle» sei. Es könne auch einmal nur mit wenig Wasser abgewaschen werden und im Notfall reiche es allenfalls, das Picknickgeschirr lediglich abzureiben.

Die Interviews

Methode

Im Rahmen unserer Datenerhebungen führten wir neben der teilnehmenden Beobachtung an der Tupperwareparty fünf Interviews durch, welche die Grundlage für diese Arbeit bilden.

Als Methode wählten wir das problemzentrierte Interview, da dieses einerseits ermöglichte, die Befragten möglichst frei antworten zu lassen, aber andererseits mittels eines Leitfadens unsere Problemstellung einzugrenzen vermochte.³⁰

Die fünf Interviews dauerten durchschnittlich 45 Minuten. Das kürzeste Interview war ungefähr 30 Minuten lang, das längste Interview war ein Gespräch von etwas mehr als einer Stunde. Wir befragten fünf Tupperware benutzende Hausfrauen aus der Agglomeration Zürich, die nicht oder nur in einem sehr kleinen Pensum erwerbstätig sind. Alle Frauen sind um die 40 Jahre alt und haben zwei bis vier Kinder. Sie wohnen mit ihrer Familie in Einfamilienhäusern mit Garten. Bis auf eine Ausnahme kennen sich die Frauen gegenseitig und besuchten im selben Kreis auch schon Tupperwarepartys.³¹ Die Interviews fanden im Haushalt der jeweiligen Gewährspersonen statt. Der Haushalt ist zugleich auch der Ort der alltäglichen Tupperwarebenutzung, was uns den Zugang zum Thema erleichterte. Zwar legten wir konsequent offen, dass es sich bei den Befragungen um ein Projekt für die Universität über Tupperware im Haushalt handelt, aber gleichzeitig zeigten wir uns auch persönlich interessiert an dem Produkt. Dies hatte den Vorteil, dass sich die Frauen ernst genommen fühlten und bereitwillig Auskunft gaben, selbstverständlich ist auch kritisch zu hinterfragen, inwiefern die Benutzerinnen ermuntert wurden, uns die Vorteile der Produkte anzupreisen, und ob dies zu einer gewissen Verschleierung führte. Allerdings wird dieser Aspekt durch die vielen kritischen Antworten zu Tupperware wieder relativiert.

Anhand des Leitfadens wollten wir uns dem Ordnungs-, Sauberkeits- und Hygieneideal nähern. Dabei sollte das Vorhandensein von Tupperware als Bezugspunkt für die Erforschung der Reinlichkeitsideale, Regelsysteme und Normen verwendet werden. Unser Leitfaden war in vier Teile gegliedert: Fragen zu Tupperware, Fragen zum Haushalt, Fragen zu Ordnung, Sauberkeit und Hygiene und Fragen zur Tupperwareparty. Dies stellte sich jedoch schwieriger als erwartet heraus, da sich die einzelnen Bereiche überschneiden und den Interviewpartnerinnen dadurch teilweise nicht klar war, inwiefern es sich um Haushaltsführung im Allgemeinen oder um Tupperwarebenutzung im Speziellen handelt. Vielleicht entstand diese Verunsicherung dadurch, dass wir ihnen im Voraus nur mitteilten, dass wir sie über Tupperware befragen möchten. Dennoch hat unser Leitfaden gut funktioniert und nicht nur Interessantes über die Benutzung von Tupperware ergeben, sondern auch Einblicke und Vorstellungen in und über die Haushaltsführung hervorgebracht, wie wir es mit unserer Strategie erhofft hatten.

Hausfrauen: Der Haushalt als unbezahlte, geschlechterstereotype Arbeit

Auf den einleitenden historischen und theoretischen Erläuterungen aufbauend, fragen wir im Folgenden nach dem Haushalt. Was bedeutet dieser für die Hausfrauen? Und was wird mit dem alltäglichen Begriff «Hausfrau» assoziiert?

Die Frauen als Hauptverantwortliche im Haushalt

«Also 99% mache ich. Wir haben das irgendwann mal so (...) besprochen. Vorher, als wir zu zweit waren, haben wir das halb halb aufgeteilt und jetzt bin ich halt einfach zu Hause und Fredy [der Ehemann] arbeitet»,³² sagt Katja Huser. Bei der Nachfrage nach der Arbeitsteilung im Haushalt wird ersichtlich, dass die interviewten Frauen hauptsächlich für den Haushalt und die Haushaltsarbeit verantwortlich sind. Carla Waser und Marta Schmid betonen zu Beginn zwar, dass ihr Mann viel mithilft, bei der Auflistung der Haushaltsarbeiten des Mannes wird aber deutlich, dass der Mann fast nichts hilft. So beginnt Carla Waser zum Beispiel, dass ihr Mann ihr sehr viel helfe, erwähnt dann aber nur, dass er zweimal in der Woche den Abfall für die Abfuhr bereitstellt und ab und zu die Wäsche im Haus zusammentrage. Auch Marta Schmid beschreibt das viele Helfen ihres Mannes mit dem täglichen Geschirrabwaschen. Empfinden und Realität klaffen hier deutlich auseinander. Vielleicht manifestiert sich in diesen Äusserungen aber auch ein sich im Wandel befindendes Familienbild, das den Mann in die Haushaltsarbeit einerseits und die Frau in die Erwerbstätigkeit andererseits einbindet. Beide Frauen erwähnen eine mögliche Mithilfe der Kinder nicht. Bei Tanja Dietrich wird der Mann bei der Frage nach der Arbeitsteilung nicht erwähnt. Sie weicht hingegen auf die Kinder aus: «Ich schaue immer ein wenig, es hilft mir immer ein Kind, ab und zu (...) beim Haushalt, je nach dem, wer jetzt da ist und Zeit hat.» Die Mithilfe beschränkt sich allerdings auf das Abtischen und Abtrocknen sowie auf das Aufräumen und Putzen des je ei-

genen Zimmers einmal in der Woche. Nur Katja Huser erwähnt die Mithilfe der Kinder auch noch, allerdings am Rande und in einem negativen Sinne, denn der «Ämtchenplan» der Kinder funktioniere nicht.

Der Ehemann wie auch die Kinder, wenn erwähnt, helfen, überspitzt ausgedrückt, im alltäglichen Haushalten nicht mit. Zu beachten ist die Nichterwähnung entweder der Kinder oder des Mannes, denn eine Nichterwähnung kann auf ein Nichthelfen zurückgeführt werden.

Geschlechterstereotype Aufteilung der Haushaltsarbeit

Ausserdem werden bei der Arbeitsteilung im Haushalt – wenn vorhanden, dann ungleich verteilt – Geschlechterstereotypen ersichtlich. Marta Schmid nennt als Beispiel die Arbeitsteilung im Garten, bei der ihr Mann «quasi das Grobe» macht, während sie «das Kleine», wie Jäten, erledigt. Der Mann übernimmt bei ihr «viel Administratives», «also Steuererklärung, Versicherung, das Bankenwesen», während sie «mehr die Familie managt», für die Arzttermine, die Musikstunden etc. verantwortlich ist. Auch «die Reparaturarbeiten macht eigentlich alles er». Ähnlich sieht es bei Katja Huser aus: «[E]r macht dann einfach ein bisschen die schwereren Arbeiten.» Und auch bei Tanja Dietrich «tun die Knaben draussen den Rasen mähen».

Kompetenzraum vs. Unbehagen

Katja Huser bezeichnet sich als die «wahrscheinlich Einzige, welche die Andern am Wenigsten machen lässt». Ihre Auseinandersetzungen mit ihrem Mann, der nicht nach ihren Vorstellungen haushaltet, können mit ihrer Aussage, dass sie im Haushalt ihr eigener Chef sein möchte, aber auch mit der Tatsache, dass, wie sie es ausdrückt, es ihr im Haus wohl sein muss, da sie die meiste Zeit darin verbringt, in Zusammenhang gebracht werden. Der Haushalt ist ihr Kompetenzraum,³³ der nach ihren Vorstellungen geführt werden muss. Gleichzeitig ist aber Katja Huser die einzige der interviewten Frauen, die mit ihrer Situation und der Arbeitsteilung im Haushalt unzufrieden ist:

«Ich sage einfach, sie haben ihren Job (...) und ich habe eben diesen Job und mache eben jetzt diesen (...). Ich hoffe, das wird sich einmal ändern. Ich sage immer, wegen dem möchte ich gerne arbeiten, dass die anderen mehr machen müssen. Also arbeiten, einfach ausser Haus, dass sie dann wirklich ihre Sachen selber machen müssten.»

Hier wird die ungleiche, unbefriedigende Arbeitsteilung ersichtlich, die von den interviewten Frauen darauf zurückgeführt wird, dass der Mann der bezahlten Arbeit ausser Haus nachgeht, während sie, die Frauen, die unbezahlte Hausarbeit erledigen, die einen gesellschaftlich geringen Wert besitzt.

Haushaltsarbeit: eine Sisyphusarbeit

Haushalten ist «Arbeit», ein «Krampf» wie Karin Dreschler sagt. Haushalten wird, um mit der von ihr dafür verwendeten Metapher zu sprechen, als «Sisyphusarbeit» empfunden, denn, «wenn du fertig bist, kannst du von vorne anfangen». Im Folgenden werden Aspekte der Haushaltsarbeit, die sich aus den Interviews herauskristallisiert haben, diskutiert.

Täglich zu erledigen

Die Frage nach den zu erledigenden Arbeiten im Haushalt wird von allen interviewten Frauen als unbeschreiblich empfunden. «Also muss ich jetzt alles sagen, was ich da, das ist so unbeschreiblich», wie es Tanja Dietrich ausdrückt. Auch Katja Huser meint: «Jesses, (...) soll ich alles anfangen zu erzählen?» Alle Frauen beginnen ihre Auflistung dann mit dem Versuch, die täglich zu erledigenden Haushaltsarbeiten chronologisch, mit dem Morgen beginnend, aufzuzählen: Betten, Lüften und das Morgenessen zubereiten sind bei fast allen Frauen die ersten zu erledigenden Arbeiten. Dann jedoch ist ein Bruch in der Auflistung festzustellen, der auf die Menge der verschiedenen Arbeiten zurückzuführen ist. Hier greifen die Frauen auf «Überbegriffe», wie es Karin Dreschler ausdrückt, zurück. «Kochen, Putzen, Waschen, Bügeln» nennt Marta Schmid die täglich im Haushalt zu erledigenden Arbeiten. Auch Karin Dreschler beschreibt die Haushaltsarbeit mit «Aufräumen und Putzen. Das ist Haushalt. Nichts anderes. Kochen, Aufräumen und Putzen. Vielleicht noch Waschen und Bügeln.» Während das Kochen, Aufräumen, Putzen und die Wäsche als übergeordnete Begriffe für die gesamten anstehenden Haushaltsarbeiten benutzt werden, gehen die Frauen vereinzelt auch auf Details ein, nennen kleinere Arbeiten wie zum Beispiel «Flicken». Diese Arbeiten werden aber nur beispielhaft erwähnt, können nicht in ihrer Fülle aufgelistet werden. Schliesslich werden auch die Gartenarbeit, die Pflege der Haustiere wie auch die Erziehung der Kinder als zusätzliche Arbeit, neben den expliziten, in Überbegriffen festgehaltenen Hausarbeiten, erwähnt.

Schwerpunkte

Bei den Haushaltsarbeiten und bei deren Beschreibung werden nach Katja Huser «Prioritäten» und Schwerpunkte gesetzt. Katja Huser und Carla Weber ist es wichtig, dass sie auf die richtige Zeit kochen. Katja Huser sagt, dass es ihr wichtig sei, dass sie das Mittagessen «einigermassen auf die Zeit hinbringe», da «nachher alle wieder gehen müssen, oder dass die dann auch noch ein bisschen Freizeit haben». Für Carla Waser stellt dies gar ein Problem dar: «Das ist das, was mich wütend macht, dass ich das nicht ganz in den Griff kriege, (...), bin immer ein bisschen spät mit dem Mittagessen.» Bei Marta Schmid hingegen steht die «Gesundheit» an vorderster Stelle. Daher setzt sie den Schwerpunkt bei der «Kühlschrankhygiene, Lebensmittelaufbewahrung (...) und Sauberkeit in der Küche». Klar ersichtlich bei allen interviewten Frauen ist die Fokussierung der Schwerpunkte in der Haushaltsarbeit auf die Küche.

Tricks: Erleichterung und Effizienz

Um die Arbeiten im Haushalt zu erledigen, werden von den interviewten Frauen so genannte «Tricks» angewandt, damit die Haushaltsarbeit erleichtert und die Effizienz gesteigert wird.³⁴ Karin Dreschler spricht von Kriterien, die man berücksichtigen kann und die es einem ein wenig einfacher machen. Auch Marta Schmid sagt «ich versuche so effizient wie möglich zu putzen». Mit der Effizienz der Arbeitsweise im Haushalt hängt auch die Bemerkung von Katja Huser zusammen, die das Haushalten eng in Verbindung mit «Organisieren» bringt. Sie versucht ihr eigener Chef zu sein. Marta Schmid will sich dadurch «Freiräume schaffen», denn während der Zeit, in der die Kinder klein waren, musste sie ihre «persönlichen Bedürfnisse» zurückstecken, die sie jetzt ausleben möchte, wie sie es ausdrückt: «Das ist jetzt so ein wenig mein Freiraum und meine Zeit, die ich auch genieße.» Ausserdem versucht sie zu verhindern, dass Putzen ihr «Lebensinhalt» wird.

Haushaltsarbeit und Hausfrauen haben Ziele: Ordnung, Sauberkeit und Hygiene

Wurde Reinlichkeit im bürgerlichen Familienideal zum zentralen Thema in der Haushaltsführung, so können Ordnung, Sauberkeit und Hygiene auch heute noch als allgemeine Ziele, als Hauptkategorien der Haushaltsarbeit, angesehen werden, so die These, die aus dem einleitenden historisch-theoretischen Kapitel hergeleitet wurde. Das oben beschriebene, alltägliche Haushalten der interviewten Hausfrauen mit all seinen Aspekten, Schwerpunkten und Effizienzstrategien gilt als Weg zum Ziel der Reinlichkeit, in welcher Ordnung, Sauberkeit und Hygiene zusammengefasst werden. Im Folgenden werden die drei Aspekte der Reinlichkeit als Ziel der Haushaltsarbeit und der Hausfrauen genauer beschrieben, um die These zu diskutieren.

Ordnung, Sauberkeit und Hygiene stehen für alle interviewten Frauen in engem Zusammenhang. Katja Huser sagt: «Ja, also ich finde, die sind sehr verwandt miteinander.» Und auch Carla Waser meint: «Es gehört sicher zusammen.» Für Katja Huser wie auch für Carla Waser haben Ordnung, Sauberkeit und Hygiene einen hohen Stellenwert in der Haushaltsarbeit. Carla Waser drückt es so aus: «Also wenn man gehaushaltet hat, sollte es ja nachher in Ordnung sein, also das ist ja eigentlich der Hauptgrund.» So auch Katja Huser, die «relativ viel Zeit» dafür aufwendet, damit es nachher «gut aussieht» und «auch sauber» ist.

Dabei ist auffallend, dass alle interviewten Frauen Ordnung, Sauberkeit und Hygiene sehr unspezifisch definieren, deren Inhalt nicht in Worte oder Begriffe fassen können. Es bleibt bei einer oberflächlichen, vagen Beschreibung. So werden Ordnung, Sauberkeit und Hygiene wie bei Karin Dreschler oft mit «dass einfach das Nötige gemacht wird» oder wie bei Katja Huser mit «also die normalen Sachen eigentlich» beschrieben.

Ordnung

Ordnung bedeutet für Marta Schmid «Zeitersparnis». Sie empfindet es in der Haushaltsführung als praktisch, wenn sie weiss, was wo ist. Vor allem in der Küche steht für sie «das Praktische im Vordergrund». Dort hat sie alles geordnet, damit sie das «Zeugs schnell finde[t]». Ähnlich definiert Tanja Dietrich Ordnung: «Ordnung ist für mich eigentlich etwas Wichtiges. Weil, man kann dann zügig vorwärts machen, man weiss, wo das Zeugs ist. (...) Ich habe dann auch schneller meine Sachen verrichtet, wenn ich Ordnung habe.» Auch Katja Huser definiert Ordnung ähnlich: «Ordnung ist für mich, (...), dass (...) ich genau zuordnen kann, was ist wo.» Ordnung kann also mit den Effizienz-Strategien, den Tricks in der Haushaltsarbeit in Zusammenhang gebracht werden. Ordnung ist eine Hilfestellung in der Haushaltsarbeit.³⁵

Dass Ordnung neben dem Effizienz-Effekt als Ziel der Haushaltsarbeit angesehen werden kann, wird bei Carla Waser besonders deutlich, indem das Thema Ordnung für sie ein Problem darstellt: «Es [ist] ein heikles Thema bei mir, eben weil ich gerne würde, aber ich bringe es nicht zustande. Eben weil ich, weil ich es selber nicht so gut kann und vielleicht vom Kopf her nicht.» Ordnung ist für sie «ein Wunschdenken», «bewundernswert»: «Ich würde gerne, es ist mein Ziel.» Betrachtet sie sich grundsätzlich als unordentlich, hat sie dennoch «eine gewisse Art von Ordnung», die ihr hilft, den Haushalt zu führen, wie sie es beschreibt. Ihr Ordnungsverständnis entspricht partiell also auch demjenigen der Effizienzsteigerung, der Hilfestellung.

Alle Frauen, ausser Carla Waser, bezeichnen ihren Haushalt als grundsätzlich ordentlich. Dennoch weisen sie darauf hin, dass Ordnung das Ziel sei, welches nicht immer erreicht werden könne. Karin Dreschler teilt sich «der ordentlicheren Hälfte zu» und bezieht sich dabei auf Referenzen: «Das Echo von rundherum ist (...) ordentlich.» Marta Schmid bezeichnet sich als «mittelmässig ordentlich», verweist aber gleichzeitig darauf, dass es ihr und ihrer Familie wohl sei. Im Vergleich zu anderen Haushalten sehen sich die Frauen im neutralen Mittelfeld. Es gibt wohl Haushalte, die noch ordentlicher seien. Diese werden dann aber nach Karin Dreschler bereits als «steril» oder nach Marta Schmid als «Wohnungsausstellung» bezeichnet. Gleichzeitig gibt es aber auch Haushalte, die viel unordentlicher seien als die eigenen.

Ordnung, so kann zusammenfassend festgehalten werden, ist Teil der Haushaltsarbeit. Einerseits stellt Ordnung eine Effizienzsteigerung bei der Haushaltsarbeit dar und andererseits ist Ordnung an sich ein Ziel der Haushaltsarbeit.

Sauberkeit und Hygiene

Hygiene sei Sauberkeit, meint Karin Dreschler. Sie zeigt mit ihrer Aussage, dass im alltäglichen Sprachgebrauch bei allen Interviewpartnerinnen keine klare Definitionsgrenze zwischen Sauberkeit und Hygiene gemacht wird. Oft werden die beiden Begriffe sogar synonym gebraucht. Daher werden die beiden Aspekte der bürgerlichen Reinlichkeit hier im Sinne der Interviewpartnerinnen zusammengefasst.

Sauberkeit und Hygiene werden vor allem an bestimmten Orten lokalisiert und betont. So müssen vor allem die Küche und das Bad sauber und hygienisch sein. Für Katja Huser gehört ausserdem neben der Sauberkeit und Hygiene in der Küche und im Badezimmer auch die Körperhygiene zu den wichtigen Bereichen.

Marta Schmid zum Beispiel beschreibt Sauberkeit und Hygiene als «Mittel zum Zweck», sieht in der Sauberkeit und in der Hygiene «ein Mittel, um gesund zu bleiben. Auch um gesund zu essen.» In der Küche, so sagt sie, müsse man immer sauber und hygienisch sein, während man an anderen Orten «einfach wirklich nur punktuell putzen» könne. Auch Tanja Dietrich verbindet Sauberkeit und Hygiene eng mit der Nahrungsmittelaufbewahrung.

Als einzige der interviewten Frauen unterscheidet Marta Schmid Sauberkeit klar von Hygiene, indem sie von einer sichtbaren und von einer unsichtbaren Sauberkeit spricht. Ihr ist die «Sauberkeit gegen aussen» nicht wichtig, wogegen sie bei der «Nahrungsmittelverarbeitung» wegen der Gesundheit grossen Wert auf Hygiene, also unsichtbare Sauberkeit, legt.

Auffallend bei allen interviewten Frauen ist, dass sie sich klar von einem «Zu-Sauber» und «Zu-Hygienisch», wie schon von einem «Zu-Ordentlich», distanzieren. Karin Dreschler meint, «es muss nicht steril sein», Katja Huser nennt es nicht «klinisch sauber» und bezeichnet sich als jemanden, der es nicht übertreibt mit Putzen, Tanja Dietrich ist die Sauberkeit zwar wichtig, «aber man muss es nicht übertreiben», und Carla Waser «will es nicht überbewerten», obwohl sie damit, wie auch mit der Ordnung, zu kämpfen hat und versucht, den Sauberkeitszustand aufrecht zu halten. Vielleicht gibt Tanja Dietrich für diese Distanzierung eine mögliche Antwort: «Und ich glaube, (...) man muss einfach (...) ein gutes Mittelmass finden, damit man nicht verrückt wird, sonst könnte man ja (...) die ganze Zeit durch putzen und das Leben besteht einfach aus anderen Sachen.»

Sauberkeit und Hygiene sind also Ziel der Haushaltsarbeit. Sauberkeit und Hygiene werden in der Küche und im Bad lokalisiert und mit Gesundheit in Zusammenhang gebracht.

Haushaltsarbeit und Hausfrauen haben Ideale: Wohlfühlen nach innen und Repräsentation nach aussen

Mit dem Ziel von Ordnung, Sauberkeit und Hygiene sind gesellschaftlich normierte und regelhafte Idealvorstellungen des Haushaltens und der Hausfrauen verbunden. Die Interviewauswertung hat zwei Schwerpunkte bezüglich Haushaltsidealen ergeben. Zum einen soll durch das Haushalten, das zum Ziel Ordnung, Sauberkeit und Hygiene hat, das Ideal des Sich-Wohlfühlens erreicht werden. Zum anderen geht es bei der Zielverfolgung in der Haushaltsarbeit darum, das Ideal der Repräsentation zu erlangen. Somit ist, zieht man eine Verbindungslinie zum Ausgangspunkt des bürgerlichen Familienideals, die Tugend der Reinlichkeit als Kennzeichen der bürgerlich-häuslichen Tugenden, dessen Repräsentantinnen und Be-

wahrerinnen die Hausfrauen sind, erhalten geblieben. Die heutigen Hausfrauen schaffen, dem bürgerlichen Familienideal nicht unähnlich, ein Sich-Wohlfühlen im Innern des Hauses als Gegensatz zur Aussenwelt. Gleichzeitig repräsentieren sie nach aussen einen idealen Haushalt. Die Ideale der Repräsentation nach aussen und des Sich-Wohlfühlens nach innen werden im Folgenden genauer betrachtet.

Wohlfühlen nach innen

Ordnung, Sauberkeit und Hygiene sollen zum Ideal des sich Wohlfühlens nach innen führen, das von Karin Dreschler mit einem «Gefühl von Wohlbefinden» oder von Marta Schmid mit «Wohlergehen» beschrieben wird. Das Ideal ist erreicht, wenn sich die Familie in ihrem ordentlichen, sauberen und hygienischen Haus wohl fühlen.

Repräsentation nach aussen

Der angekündigte Besuch «gibt eine gewisse Motivation, dass man es [Ordnung] lieber macht, wenn man weiss, dass jemand kommt, als wenn man alleine ist», wie Karin Dreschler sagt. Und auch Marta Schmid verweist auf den Zusammenhang von Sauberkeit und Empfangen von Besuch, indem sie sagt: «Es ist, es hat schon auch einen Zusammenhang, dass die Sauberkeit für mich genügt, auch wenn Besuch kommt, möchte ich es vielleicht doch etwas sauberer haben und tu es dann halt, das Putzen vorziehen, oder.»

Der Haushalt: ein Fazit

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Hausfrauen, um mit den Worten von Katja Huser zu sprechen, 99% der Haushaltsarbeit erledigen. Der Mann hilft spärlich, wenn überhaupt, und macht vor allem die geschlechterstereotyp männlichen Arbeiten. Dass die Frauen die unbezahlte Haushaltsarbeit erledigen, während die Männer der ausserhäuslichen Erwerbsarbeit nachgehen, löst Unbehagen aus. Festzuhalten ist aber auch, dass der Haushalt von den interviewten Frauen als ihr Kompetenzraum angesehen wird, den sie nach ihren Vorstellungen gestalten.

Zieht man an dieser Stelle nochmals eine Parallele zum bürgerlichen Familienideal, das sich im 19. Jahrhundert entwickelte, so sind die Ähnlichkeiten verblüffend. Die Idee der getrennten Verantwortungsbereiche von Mann und Frau, basierend auf dem bipolaren Geschlechtermodell, welches die Theorie der Geschlechtscharaktere beinhaltet, wird auch im 21. Jahrhundert weiterverfolgt, wie auch die einleitend zitierte Studie im Auftrag des Eidgenössischen Büros für die Gleichstellung von Mann und Frau aus dem Jahre 2004 zeigt. Den Frauen wird nach wie vor die innerhäusliche, unbezahlte Hausarbeit zugeordnet, in welcher sie sich einen eigenen Kompetenzraum schaffen, während die Männer der ausserhäuslichen Erwerbsarbeit nachgehen. Dies kann als Voraussetzung dafür gelten, dass die heuti-

gen Hausfrauen weiterhin als Bewahrerinnen und Repräsentantinnen einer modern gefassten bürgerlich-häuslichen Tugend, deren Kennzeichen die Ordnung, Sauberkeit und Hygiene beinhaltende Reinlichkeit darstellt, verstanden werden können. Das bürgerliche Familienideal der getrennten Verantwortungsbereiche aufgrund der Theorie der Geschlechtscharaktere ist weiterhin aufrecht erhalten.

Die Haushaltsarbeit der Hausfrauen, so kann des Weiteren zusammenfassend festgehalten werden, ist «Arbeit», ein «Krampf», eine «Sisyphusarbeit». Dabei werden die täglich zu erledigenden Arbeiten ihrer Fülle wegen als unbeschreiblich empfunden. Es wird auf Überbegriffe wie «Kochen, Aufräumen, Putzen» zurückgegriffen. Schwerpunkte werden vor allem in der Küche gesetzt, und für ein effizientes und erleichtertes Haushalten werden Hilfsmittel und Tricks eingesetzt.

Wurde Reinlichkeit im bürgerlichen Familienideal zum zentralen Thema in der Haushaltsführung, so können Ordnung, Sauberkeit und Hygiene auch heute noch als allgemeine Ziele, als Hauptkategorien der Haushaltsarbeit angesehen werden. In Anlehnung an die bürgerliche Tugend der Reinlichkeit werden Ordnung, Sauberkeit und Hygiene von den interviewten Frauen als zusammenhängend betrachtet, wenn auch nur vage und unspezifisch definiert. Ordnung bietet einerseits eine Hilfestellung im Haushalt und ist andererseits Ziel der Haushaltsarbeit. Die Interviewpartnerinnen bezeichnen sich als grundsätzlich ordentlich und beziehen sich dabei auf Referenzen von aussen. Sauberkeit und Hygiene, die im alltäglichen Sprachgebrauch meist synonym gebraucht werden, lokalisieren sich an bestimmten Orten. Vor allem die Küche und das Bad, so die interviewten Hausfrauen, müssen sauber und hygienisch sein. Die Gesundheit wird in direkten Zusammenhang mit Sauberkeit und Hygiene gebracht. Einen interessanten Aspekt erwähnen die Frauen, indem sie sich alle von einem Zuviel und gleichzeitig von einem Zuwenig an Ordnung, Sauberkeit und Hygiene distanzieren und sich als Durchschnitt bezeichnen. Hier werden gesellschaftliche Normen und Definitionen ersichtlich, die genau festlegen, was richtig ist. Schaut man vor diesem Hintergrund ein weiteres Mal ins bürgerliche 19. Jahrhundert zurück, so ist eine Kontinuität festzustellen. Die sich damals formierende Tugend der Reinlichkeit, die zum Kennzeichen bürgerlich-häuslicher Tugenden überhaupt wurde, wird auch heute noch als zentrales Thema in der Haushaltsführung betrachtet und liegt nach wie vor im Aufgabenbereich und in der Verantwortung der Hausfrauen. Ordnung, Sauberkeit und Hygiene sind Ziel der Haushaltsarbeit.

Mit dem Ziel der Reinlichkeit sind gesellschaftlich normierte Idealvorstellungen des Haushaltes und der Hausfrau verbunden. Als Ideale können ein Sich-Wohlfühlen nach innen und eine Repräsentation nach aussen angesehen werden. Die heutigen Hausfrauen schaffen, dem bürgerlichen Familienideal nicht unähnlich, ein Sich-Wohlfühlen im Innern des Hauses als Gegensatz zur Aussenwelt. Gleichzeitig repräsentieren sie nach aussen einen idealen Haushalt. So werden die Frauen auch heute zu Repräsentantinnen und Bewahrerinnen der bürgerlich-häuslichen Ideale.

Tupperware

In den Zusammenhang des vorangehenden Teils über den Haushalt eingebettet, wird Tupperware als Hilfe für die Erreichung der erläuterten Ziele und Idealvorstellungen im Haushalt betrachtet. Tupperware wird so zur Hilfestellung, zur Trickanwendung bzw. zur Effizienzsteigerung der Hausfrauenarbeit. Tupperware rückt aber, um an den historisch-theoretischen Teil anzuknüpfen, neben der rein praktischen Hilfestellung eines Haushaltsprodukts «ohne eigenes Leben»³⁶ auch in den Bereich einer materiellen Kultur. Tupperware ist eine kulturelle Objektivation des alltäglichen Gebrauchs.



Tupperware bei Karin Dreschler.



Tupperware bei Carla Waser.



Tupperware bei Tanja Dietrich.



Vorratsschrank bei Tanja Dietrich.



Tupperware bei Katja Huser.

Tupperwarebestand

Zu Beginn des Interviews wurden die Frauen gefragt, ob sie ihren Tupperwarebestand aus dem Kopf aufzählen können. Die Antworten sind dabei relativ knapp ausgefallen. Die Aufforderung am Schluss des Interviews, uns die vorhandene Tupperware zu zeigen, fiel dann mit Ausnahme von Tanja Dietrich viel leben-

diger aus. Die interviewten Frauen zeigten ihre ganze Küche, öffneten alle Schränke und erklärten jedes Tupperwarestück, erläuterten dessen Funktion, die Vor- bzw. die Nachteile. Ein Interviewausschnitt soll dies illustrieren:

«Dann solche Sachen. Von denen hab ich zwei flache und eine etwas höhere. Das sind auch so, sehr praktische Sachen, man kann da auch noch übrigen Kuchen drein tun, man kann Brötchen drein tun, auch mal übrige Kekse, man kann, da tu ich immer meine übrigen Sachen rein, damit ich trotzdem noch rein sehe. Ähm. Und dann hab ich es öfters so offen, das ist ja, das sieht ja noch einigermaßen anständig aus.»

Auffallend war auch, dass die Frauen alle viel mehr Tupperware besitzen, als sie zu Beginn des Interviews aufzählten. Marta Schmid hat dies selbst festgestellt: «Stimmt, ich hab ja viel mehr, als ich gedacht habe.» Während Katja Huser und Marta Schmid eine begrenzte Anzahl an Tupperwareprodukten besitzen, ist bei Carla Waser, Tanja Dietrich und Karin Dreschler «die ganze Küche voll von Tupperware», wie Katja Huser sagt.

An dieser Stelle alle einzelnen Tupperwareprodukte aufzulisten, welche die interviewten Frauen nannten, würde keinen Sinn machen. Daher beschränken wir uns auf eine Zusammenfassung der häufigsten Produkte, die wir nach deren Funktionsweise gegliedert haben: Vorratsdosen in allen Variationen zur Aufbewahrung von trockenen Lebensmittelvorräten, Vorratsdosen zur Aufbewahrung von Lebensmitteln (Milchprodukte, Fleisch und Gemüse) im Kühlschrank, Schüsseln, kleinere Schüsselchen mit Deckel und «Znüniboxen» zur Aufbewahrung von Resten oder für unterwegs, Transportgefäße für den Lebensmitteltransport (z.B. Kuchenglocke), Krüge, Picknicksachen, Gefäße für den Tiefkühler, Gefäße für die Mikrowelle und schliesslich diverse Hilfsmittel für das Kochen wie unter anderem Messkrüge, Kochkellen, Kuchenformen oder Schüttelbecher.

Im Anschluss an die von uns selektierte Auflistung des Tupperwarebestandes möchten wir die Lieblingsprodukte der interviewten Frauen aufzählen, die sie täglich oder sehr häufig brauchen: Karin Dreschler braucht den Schüttelbecher, das «Treibhäuschen für den Salat» («Fridge Smart»), Kellen, Krüge und die Vorratsdosen und die Aufbewahrungsdosen für den Kühlschrank täglich. «Es hat mehrere Sachen, die ich gut finde und die ich wirklich fast täglich brauche.» Marta Schmid hingegen nennt nur das «Gemüsetupper» («Fridge Smart») als Lieblingsstück. Carla Waser erwähnt, als am häufigsten gebrauchte Tupperware, die Käseglocke und das Butterdöschen: «Eben, die sind einfach alltäglich.» Tanja Dietrich nennt kein konkretes Lieblingsstück, da sie lieber Glas habe, betont aber, dass sie Tupperware vor allem für unterwegs praktisch finde. Und Katja Huser definiert ihr Lieblingsstück anders: «Es hat rein mit der Optik zu tun. Also nicht vom, vom Nutzen, den es mir bringt (...) im Alltag. Es hat einfach eine sehr schöne Farbe, ein sehr schönes Grün.»

Tupperware in der Praxis: Benutzungsbereiche

«Ich brauche es zum Arbeiten, ich brauche es im Alltag», so Karin Dreschlers zusammenfassende Beschreibung der Tupperware in der Praxis. Tupperware im alltäglichen Haushalten korreliert grösstenteils mit dem Tupperwarebestand. Tupperware wird folglich zum einen zur Aufbewahrung von verschiedenen Lebensmitteln, zum andern für unterwegs und schliesslich als Kochhilfe verwendet. Die Gebrauchsgebiete von Tupperware lassen bereits hier die Feststellung zu, dass Tupperware als Hilfestellung im Haushalt gesehen werden kann. Gleichzeitig sind aber auch Grenzen des Gebrauchs festzustellen. Im Folgenden wird näher darauf eingegangen.

Tupperware zur Aufbewahrung von Lebensmitteln

Tupperware wird zum einen zur Aufbewahrung von diversen Lebensmitteln und Vorräten und zur Aufbewahrung von Resten verwendet. «Also im alltäglichen Gebrauch eigentlich um Speisen aufzubewahren oder auch Vorrat aufzubewahren», sagt Tanja Dietrich. Carla Waser bezeichnet Tupperware allgemein als «Aufbewahrungsboxen». Dabei soll durch das Aufbewahren im Tupperware, allgemein ausgedrückt, eine längere Frische und eine bessere Qualität der Lebensmittel erzeugt werden. «[E]s sind praktische Döschen, die man gut im Kühlschrank aufbewahren kann und im (...) Schrank mit (...) Vorrat. Ich benutze das für (...) diese Sachen und dann bin ich sicher, dass diese Nahrungsmittel gut versorgt sind», meint Tanja Dietrich und auch Carla Waser sagt: «[M]an kann lange Sachen frisch halten darin.»

Tupperwarevorratsdosen werden, wie oben erwähnt, von allen interviewten Frauen «um Vorrat aufzubewahren, trockene Vorräte», um es in den Worten von Karin Dreschler zu sagen, verwendet. Im Kühlschrank werden verschiedene Tupperware Dosen für die Frischhaltung diverser Lebensmittel verwendet. Tanja Dietrich: «Im Kühlschrank, um Esswaren, die, die ich wieder brauche, aufzubewahren, dass sie schön und frisch bleiben.» Speziell das Gemüse wird in so genannten «Fridge Smarts» im Kühlschrank aufbewahrt.

«Du kannst einen gewaschenen, also du hast einen Kopfsalat, legst ihn da rein, fertig gerüstet, gewaschen, was du nicht brauchst. Sieb unten hinein, es hat so einen gewölbten Deckel und er bleibt dir wirklich noch drei Tage einwandfrei im Kühlschrank. Weisst du, er bleibt auch knackig, weil er nicht im Wasser liegt, da die Flüssigkeit hinuntertropft, läuft unten hinein und dann ist sie da unten drin und er bleibt effektiv vier Tage knackiger, frischer Salat»,

beschreibt Karin Dreschler die Vorteile der Aufbewahrung von Gemüse im Tupperware für den Kühlschrank. Aber auch der Käse wird im Kühlschrank in einem Tupperware («CheeSmart») aufbewahrt. Wiederum Karin Dreschler: «Das ist für den Käse, du legst den Käse da drauf, (...), dann lege ich jeweils noch ein Haushaltspapier darauf, dass wenn sie schwitzen, die Feuchtigkeit aufzieht, so in den Kühlschrank, dann stinkt der Kühlschrank nicht nach Käse.» Und auch Resten

werden im Kühlschrank in Tupperware aufbewahrt: «Wenn es Resten gibt, gebe ich sie da hinein», wie Katja Huser beschreibt. Tupperware wird auch in den eigens dafür hergestellten Tupperwarebehältern für die Aufbewahrung von Lebensmitteln im Tiefkühler verwendet, erklärt Karin Dreschler: «Und nachher haben sie da so «Gefrierböxchen», die haben jetzt also nichts, die sind weich, die sind zum Einfrieren.»

Als Aufbewahrungshilfe von Lebensmitteln bedeutet Tupperware bessere Qualität und längere Frische der Lebensmittel. Die interviewten Frauen haben daher die Sicherheit und Kontrolle über die Nahrungsmittelaufbewahrung, was einen praktischen Nutzen hervorruft, eine Hilfestellung bietet.

Tupperware unterwegs

Tupperware wird, neben dem verschiedenen Aufbewahren von Lebensmitteln, unterwegs gebraucht. Ziel der Verpackung von Lebensmitteln in Tupperware für unterwegs ist es, die Lebensmittel heil, frisch und praktisch bis zum Gebrauch transportieren zu können. «Tupperware finde ich gut, wenn man picknicken geht, (...) wenn man unterwegs ist oder wenn wir zu Leuten gehen, einfach so für praktische Sachen», meint Tanja Dietrich. Und auch Carla Waser betont das Praktische an Tupperware unterwegs:

«Ah, ich glaube, es ist wirklich sehr praktisch. Also, ich glaube nicht, ich finde es wirklich (...). [I]ch kann es mit in die Schule geben, mit in das Geschäft geben, ich kann es auf, also zum Picknicken, man kann, also wenn man irgendwo eingeladen ist, kann man es wirklich sehr gut transportieren, die Ware. Ich habe eigentlich auch aus diesem Grund ein bisschen angefangen, wenn man irgendwo eingeladen ist, kann man einen Salat mitnehmen. Früchtesalat, ohne dass es im Auto ausleert. (...). [E]ben, man kann wirklich das Zeug super versorgen, da drinnen, das finde ich schon lässig.»

Bei der Beschreibung von Tupperware für unterwegs unterscheiden sich verschiedene Formen, wie ersichtlich wird: Zum einen wird Tupperware auf Wanderungen, zum Picknicken oder täglich für das «Znüni» der Kinder verwendet: «[D]ie Kinder nehmen es mal mit auf die Schulreise, dass es einfach schön eingepackt ist», sagt Katja Huser. Und auch Karin Dreschler beschreibt dies:

«Zum Beispiel in diesem da hat eine kleine Banane gerade darin Platz. Du hast sicher auch schon Bananen mitgenommen, nicht gegessen und es ist ein bisschen warm gewesen. Wenn du heimkommst, ist sie schwarz. So ein bisschen «Pflatsch». Nicht mehr so appetitlich. (...). [W]enn du sie da drin hast, nimmst du die Banane heim und du kannst sie noch gebrauchen. (...). [I]ch meine, die andere wäre auch nicht schlecht, aber sie ist nicht mehr appetitlich und da drin hält das Zeug einfach. (...) Oder auch für, für das Freibad. Wenn die Kinder irgendwie Pommes Chips oder irgendwas mitnehmen oder auch Salzstängelchen oder irgendetwas (...), ja anstatt im offenen Sack. Dann hat man die ganze Badetasche voller Brosamen und der Sack ist kaputt. Man kann es in so etwas hinein geben und dann können sie soviel essen, wie sie mögen, Deckel wieder darauf setzen, man kann es heimnehmen, es bleibt knusprig, es bleibt einwandfrei. Das ist der Vorteil von diesen Vorratsdosen.»

Zum anderen wird Tupperware für den Transport von grösseren Lebensmitteln, Salaten und Kuchen verwendet, wenn sie zu Besuch gehen.

Für die Lebensmittelaufbewahrung und deren Transport ausser Haus bedeutet Tupperware eine Sicherheit, die Lebensmittel ohne Schaden bis zum Gebrauch transportieren zu können, was wiederum die Qualität der Lebensmittel erhöht und praktischen Nutzen hervorruft, eine Hilfestellung bietet.

Tupperware als Kochhilfe

Und schliesslich ist Tupperware eine Kochhilfe. Carla Waser sagt: «Und ich brauche es eben einfach zum Kochen, so diese Messbecher zum Abmessen.» Karin Dreschler macht ein Beispiel:

«Ja, den brauch ich zum Beispiel zum Omeletten machen, da kann ich gerade, gebe ich Mehl rein, dann habe ich da die Gramm-Anzeige, schüttele ihn einfach ein bisschen, damit es flach ist, dann gebe ich die Flüssigkeit dazu. (...). [G]ehe mit einem Mixer hinein, weisst du, mit dem Stabmixer, man muss es ja jeweils noch stehen lassen. Ist der Teig da drin, kann ich den Deckel darauf setzen und kann ihn so stehen lassen. (...) Aber er ist dann einfach, ist noch handlich dann, irgendwie und man kann auch noch, wegen dem Spritzen, das ist eben speziell, dass es nicht oben hinaus spritzt, kannst eben so hinein.»

Tupperware als Kochhilfe erleichtert das Kochen. Gleichzeitig wird das Kochen aber auch erweitert, wie der folgende Interviewausschnitt von Carla Waser zeigt:

«Da kann man Schlagrahm drinnen machen. So viel ich weiss, leert man es da rein und schüttelt es einfach ein paar Mal, dann sollte es mit der Zeit Schlagrahm geben und dann kann man dieses Deckelchen da abnehmen, kann man diese Teile drauf rauf setzen und dann kann man es eben pressen und dadurch, dass sich das bewegen lässt, kann man das dann wirklich rauspressen, in die andere Richtung, oder, weil es die gleiche Form hat und dann wieder zurückziehen. (...) Und es hat einfach eindrücklich ausgesehen, wenn sie [die Beraterin] dann, weisst du, so kleine Häppchen macht. Und dann kann man so Frischkäse und mit Cantadou und Kräuter und Zeugs und Sachen noch druntermischen und dann, so kleine Crackers hat sie dann betüpfelt damit und dann hat sie es gleich gezeigt und jeder hat gerade eines genommen. Hab ich gedacht, ja, toll.»

Grenzen

Tupperware wird nicht ausserhalb der Küche verwendet. Karin Dreschler, Katja Huser und Tanja Dietrich distanzieren sich davon. «[E]s gibt auch solche, die brauchen solche Sachen nicht nur für Lebensmittel. (...) Aber ich will sie einfach für Lebensmittel», meint Karin Dreschler. Zudem will sie Tupperware nicht auf den Tisch stellen: «Ich würde jetzt nicht unbedingt (...) solch ein Büchchen auf den Tisch stellen, welches wirklich offensichtlich, das ist wirklich.» So distanziert sich auch Katja Huser von Tupperware ausserhalb der Küche: «Sonst hab ich nichts mehr Tupperwareartiges, einzig hier in der Küche.» Und Tanja Dietrich schliesslich sagt: «Aber so für auf den Tisch hab ich schon lieber Glas und Porzellan als Tupperware.»

Die Benutzungsbereiche von Tupperware haben also ihre Grenzen. Ausserhalb der Küche scheint Tupperware keinen Einfluss zu haben. Es muss hier aber betont werden, dass, wie im Kapitel «Der Haushalt» ersichtlich wurde, die Küche als Schwerpunkt der Haushaltsarbeit wahrgenommen wird. Ausserdem wird Tupper-

ware durch den Transport von Lebensmitteln auch in ausserhuslichen Bereichen verwendet. Offen bleibt die Frage, warum Tupperware ortslich begrenzt benutzt wird.

Tupperware in der Praxis: Die Benutzung

Tupperware wird von den interviewten Frauen als praktisch und benutzerfreundlich empfunden. Gleichzeitig wird aber eine erworbene Kompetenz, ein Fachwissen vorausgesetzt. Diese zwei Aspekte in Verbindung gebracht, können als Beispiel für einen von den interviewten Hausfrauen konstruierten Kompetenzbereich gesehen werden. Denn nur bei der entsprechenden Kenntnis ist Tupperware benutzerfreundlich, praktisch und hilfreich.

Praktisch und benutzerfreundlich?

Tupperware wird von allen Frauen als praktisch und benutzerfreundlich beschrieben: «Ich denke schon, ja. Ich denke, es ist benutzerfreundlich. Auf alle Fälle diese Ware, die ich habe schon. Ob sie irgendwelche Sachen haben, die extrem kompliziert sind, weiss ich gar nicht, aber ich denke schon, es ist benutzerfreundlich», sagt Karin Dreschler, wie die anderen Frauen auch. Marta Schmid diskutiert die Benutzerfreundlichkeit von Tupperware differenziert:

«Also ich denke, das ist ihre grosse (...) Strategie, dass sie sehr benutzerfreundlich sind. Dass zum Beispiel ihre Vorratsdosen, sind genau so gross, dass ein Kilo Mehl darin Platz hat. Die anderen Anbieter machen dann einfach irgendwie eine Einliter-Vorratsdose und dann hat man gerade einen blöden Rest, also ich denke, da ist, da ist ein grosses Wissen dahinter, auch immer ein Nachfragen beim Konsumenten. Ein Erfassen von Trends, (...) einfach die neuesten Trends. Ich bin jetzt schon lange nicht mehr an Tupperwarepartys gewesen, aber wenn man geht, sieht man ja, da sind immer die neuesten Produkte, die neusten Trends, irgendwie (...). Sachen, die, die gerade im Trend sind, haben sie, haben sie das Produkt dazu. Und ich denke, sie haben viele Rückmeldungen, oder, von Frauen, die (...) das Zeugs brauchen und im Haushalt tätig sind. Oder sie sind immer die ersten, die bei den Vorratsdosen, hier ist es gelochelt, hier ist die Öffnung etwas grösser, ich denke, so Zeugs, (...) sind sie natürlich führend. Und genau wegen dem, denke ich, ist ihr grosser Erfolg. Oder dass es wieder neue Farben sind, auch neue Formen, manchmal hat man es lieber eckiger und dann sind die Formen wieder runder und sie nehmen auch das Design vom Zeitgeist auf. Und das ist ihre grosse, ihr grosser Vorteil, ja. Und ich, also ich habe es jetzt in der letzten Zeit nicht mehr so verfolgt, aber ich denke wirklich, Trends, sie sind Vorreiter von Trends. Auch von Kuchenkultur. (...). [E]infach diese Sachen, die sind sehr ausgeklügelt und gut. Ja.»

Und auch Carla Waser sagt:

«Ah, ich glaub, es ist wirklich sehr praktisch. Also, ich glaube nicht, ich finde es wirklich, eben, man kann es in den Geschirrspüler geben, ich kann es in den Tiefkühler stellen, in die Mikrowelle, je nachdem, welches Produkt. Ich kann es, eben, im Kühlschrank, in den Kästchen drinnen, ich kann es mit in die Schule geben, mit in das Geschäft geben, ich kann es auf, also zum Picknicken, man kann, also wenn man irgendwo eingeladen ist, kann man es wirklich sehr gut transportieren, die Ware.»

Kompetenz, richtiges Einsetzen

«[Tupperware] tut (...) den Haushalt vereinfachen, wenn du es richtig einsetzt», denn: «Es hilft. Wenn man es richtig einsetzt, dann hilft es», sagt Karin Dreschler. Obwohl alle interviewten Frauen Tupperware – wie oben gezeigt – als praktisch und benutzerfreundlich beschreiben, setzt die Verwendung von Tupperware im Haushalt ein entsprechendes Fachwissen und die nötige Kompetenz voraus. Alle interviewten Frauen machen während der Interviews wiederholt Äusserungen wie folgende von Karin Dreschler: «Du musst es einfach für das einsetzen, für das es gedacht ist, damit es effektiv auch das bringt.» Die einzelnen Tupperwareprodukte stehen für einen je eigenen Einsatzbereich, wird dieser nicht beachtet, so hat Tupperware keine oder eine nur geringere Wirkung, Effizienz. «Und dann liegt es», laut Karin Dreschler, «nicht an Tupperware, sondern dann liegt es am Benutzer.» Gleichzeitig verweisen die interviewten Frauen darauf, dass das einzelne Produkt richtig, «fachgerecht», wie Karin Dreschler es ausdrückt, verwendet werden muss und dass dazu ein entsprechendes Wissen vorhanden sein muss. «Also es verschliesst sehr gut, (...) wenn du dann diesen Deckel hebst und die Luft raus lässt», erklärt Katja Huser. Karin Dreschler beschreibt: «Und, und es gibt, eben, diese Teigschüssel zum Beispiel, die du schütteln kannst, anstatt einer Küchenmaschine, das funktioniert, wenn du das richtig einsetzt, ich habe es ausprobiert, das funktioniert.»

Neben dem Wissen um das richtige Einsetzen und den richtigen Gebrauch von Tupperware und die damit verbundene Kompetenz konstatieren die interviewten Frauen immer auch ein eigenes Unwissen. So sagt Karin Dreschler: «Tupperware hat schon noch irgendwie, aber da komme ich jetzt auch nicht ganz draus. Die Runden sind für das, die viereckigen sind für das, aber da bin ich jetzt zu wenig durch, muss ich sagen, das weiss ich jetzt zu wenig genau.» Und auch Carla Waser fehlt bei gewissen Produkten die Kompetenz, obwohl sie gleichzeitig die vielen Tricks und Anwendungsmöglichkeiten, die Tupperware bietet, schätzt: «Das sieht immer so lässig aus, wenn sie es präsentieren, oder. Aber bei mir funktioniert das nicht so.» Katja Huser kommt beim gescheiterten Versuch, die Funktion und Handhabung der «Pausenböchchen» zu demonstrieren, gar in Rage:

«Aber eben, ich finde, du bringst die Sachen fast nicht auf oder ich kenne den Trick nicht, ich weiss es nicht. (...). Man konnte irgendwie da hinten drücken, «Gopfertori» [Verflucht], warum geht das jetzt nicht (...). «Gopfertori nomol» [Verflucht nochmals], da müsstest du wirklich zu jemandem gehen, der besser draus kommt. (...) Irgendwie habe ich das Gefühl, dass ich es nicht richtig kapiere.»

Der Entscheid zu Tupperware: Vorteile und Nachteile

Warum haben sich die interviewten Frauen für Tupperware entschieden? Warum benutzen sie es? «Es hat sich eigentlich so ergeben. Man rutscht irgendwie rein. Ich kann dir nicht sagen warum. (...). Man bekommt irgendwann etwas und findet es gut.» Alle interviewten Frauen haben ihren ersten Kontakt mit Tupper-

ware wie Karin Dreschler als ein «Reinrutschen» beschrieben. Durch eine Einladung an eine Tupperwareparty kamen die interviewten Frauen zu ihren ersten Tupperwareprodukten und kauften in der Folge weitere Produkte via Party bzw. organisierten selbst Partys. Viele der interviewten Frauen haben Tupperware zudem bereits von ihrer Mutter gekannt: «Sicher weil meine Mutter Partys gemacht hat. Ich habe es von zu Hause gekannt», sagt Marta Schmid. Ausserdem nennen Marta Schmid und Tanja Dietrich das Problem von Küchenmotten als Auslöser für den Kauf von Tupperware. «Und eigentlich ist diese Begebenheit mit den Küchenmotten, bei der ich gefunden habe, so und jetzt nehme ich halt doch Tupper, dann hab ich Ruhe und bin sicher. Und das ist gerade zusammengefallen, dass eine Kollegin von mir eine Tupperparty gemacht hatte», erzählt Marta Schmid. Durch Tupperware konnte also eine Problemstellung im Haushalt – hier die Küchenmotten – gelöst werden.

Vorteile

Tupperware ist «praktisch» und «es ist nützlich», so Tanja Dietrich. Als Vorteile von Tupperware nennen die interviewten Frauen verschiedene Aspekte.

Ganz allgemein wird die Qualität des Produkts Tupperware genannt. «Aber früher (...) ist Tupperware schon für Qualität gestanden, würde ich sagen. Und es steht auch heute noch für Qualität», meint Karin Dreschler. Und auch Tanja Dietrich sagt: «Es ist teuer, eigentlich, wenn man (...) in die Migros geht, sind diese Sachen viel, viel billiger, es hat ja viele Kopien. Aber ich denke, dies, das, das Ursprüngliche ist wirklich sehr gut.» Mit der Qualität im Allgemeinen eng verknüpft ist die genannte Stabilität. «Und einfach von der Qualität, es ist einfach viel stabiler», sagt Carla Waser, während Karin Dreschler es so ausdrückt: «[S]ie sind langlebig, effektiv, es hält fast ewig.» Qualität garantiert nach Carla Waser auch die «lange Garantie» und die Möglichkeit des Auswechselns einzelner Teile, was bei anderen, ähnlichen Produkten nicht möglich ist: «Und was der Vorteil ist, wenn etwas kaputt ist, ist es ersetzbar», denn «es hat Garantie drauf, (...) da bekommst du Ersatz», so Karin Dreschler. Die Qualität garantiert auch die als Vorteil genannte Eigenschaft der Nicht-Zerbrechlichkeit. Karin Dreschler erklärt dies anschaulich an einem Beispiel: «[E]igentlich habe ich ein Glas gehabt, ein schönes Spaghettiglas, es ist mir heruntergefallen, das Glas war kaputt, der Boden hat einen «Hick» gehabt. Dann habe ich gesagt, jetzt kaufe ich dieses Tupperware-Plastikding. Wenn das hinunterfällt, geht nichts kaputt.» Carla Waser sieht den Vorteil beim Haushalten mit Kindern: «Eben, wenn man Kinder im Haushalt hat, die auch mitarbeiten, dann muss man nicht Angst haben, das Zeug zerbreche, wenn sie es mal fallen lassen oder so.» Plastik wird nicht aus ästhetischen, aber aus praktischen Gründen dem Glas oder Porzellan vorgezogen. Ein weiterer mit der Qualität verbundener Vorteil ist die gute und sichere Verschlussmöglichkeit, das hermetische Verschliessen, die Tupperware bietet. Tanja Dietrich sagt, «dass es wirklich dicht ist, dass der Deckel hält».

Vielleicht wichtigster Beweggrund, sich für Tupperware zu entscheiden, ist das «System», das Tupperware bietet. Denn Carla Waser hat «nicht so gerne verschiedene Systeme». Tupperware ist «immer passend zueinander», «es ist zum Teil wirklich noch durchdacht», konstatiert Karin Dreschler. Sie nennt als Beispiel unter anderen: «Ja, praktisch, aber schau mal, du kannst da, da hat es eine, da hat genau ein Kilo Mehl darin Platz und in einem solchen hat gerade bündig ein Kilo Zucker Platz oder ein, oder ein Pack Reis, das hat genau Platz. (...) Sie haben noch ein bisschen überlegt, von der Füllmenge her.»

Tupperware ist immer passend zueinander. Dadurch entstehen viele Stapelmöglichkeiten, was als grosser Vorteil und Grund für die Benutzung von Tupperware genannt wird. Carla Waser: «Ich habe dann gefunden, ja nein, so kann ich sie auch aufeinander aufstapeln und es sieht ordentlich aus. Das war schon fast ein wenig ein Ziel, oder. So ein bisschen ein Wunsch, dass dies nachher wirklich so aussieht, wie es im Prospekt gewesen ist.» Daneben wird immer wieder die Multifunktionalität von Tupperware betont. Als Beispiel dient hier ein Interviewausschnitt von Carla Waser:

«Das ist so eine, eine Znünibox, oder eine Lunchbox. Es hat mich einfach überzeugt gehabt, man kann so vieles machen, diese Tricks, oder. Man kann zum Beispiel da unten hinein ein Brötchen tun, da kann man eine Cola, eine Colabüchse drein tun, da oben drauf noch etwas, zumachen, dann, man kann es auch so, dann kann man da noch Früchte drein tun, hoppla, jetzt hab ich es zu fest runter gedrückt. Man kann da oben etwas drauf legen, einfach dass man es abtrennen kann, damit das Zeugs nicht ineinander reinrollt, und dann kann man es wieder einklemmen und dann hält es, oder, man kann es auch umgekehrt, dann kann man unten etwas Langes drein tun. Ja. Solche Trickchen.»

In diesen Bereich gehört auch, dass Tupperware «stapelbar» ist, bemerkt Karin Dreschler stellvertretend. «Das ist auch ein Grund für Tupper, eben, man kann es gut versorgen, aufeinander stellen», sagt Carla Waser. Ausserdem «sind Tricks dabei», wie sie bemerkt. Auch hat «Tupperware (...) natürlich einen Haufen Produkte, bei denen die Migros nie hin kann. (...). [V]or allem Format und Grössen hat Tupperware viel die grössere Auswahl.» So beschreibt Karin Dreschler das Tupperwareangebot. Neben dem grossen Angebot wird auch das Design und die Ästhetik immer wieder erwähnt: «[E]s sind auch die Farben, die mich jeweils ansprechen», sagt Carla Waser.

Verbunden mit Qualität und System ist die Aufbewahrungsmöglichkeit von Tupperware, die als Vorteil genannt wird. Tupperware wird von Tanja Dietrich als «Aufbewahrungsform» beschrieben. Dabei wird die stationäre Aufbewahrung in der Küche wie auch die Aufbewahrung beim Transport von Lebensmitteln genannt. Die Lebensmittel bleiben im Tupperware frisch. «[E]s sind praktische Döschen, die man gut im Kühlschrank aufbewahren kann und im Schrank mit (...) Vorrat, ich benutze das für (...) diese Sachen und dann bin ich sicher, dass diese Nahrungsmittel gut versorgt sind», sagt Tanja Dietrich, ähnlich wie auch Carla Waser: «[A]lso was ich irrsinnig super finde, ist eben, dass man das Gemüse ganz lange behalten kann, in diesen Fridge Smart.» Auch unterwegs bleiben die Nahrungsmittel «einwandfrei», wie Karin Dreschler es nennt.

Nachteile

«Einen wirklichen Nachteil hat es nicht», sagt Karin Dreschler. Nachteile werden so von den interviewten Frauen wenige und sehr unterschiedliche aufgezählt. Auffallend bei der Aufzählung der Nachteile ist bei allen interviewten Frauen, dass die Nachteile mit der gleichzeitigen Erwähnung der Vorteile abgeschwächt werden. Die Nachteile dürfen bei einer überzeugten Benutzung aber auch nicht überwiegen, dies ist hier zu berücksichtigen.

Tanja Dietrich, Marta Schmid und Karin Dreschler erwähnen als Nachteil den Preis, betonen gleichzeitig aber auch das Preis-Leistungsverhältnis, das bei Tupperware sehr gut sei. «Die Nachteile: Es ist relativ teuer. Wobei, sie sind langlebig, effektiv, es hält fast ewig», umschreibt es Karin Dreschler, und Tanja Dietrich drückt es so aus: «Es ist teuer, eigentlich, wenn man (...) in die Migros geht, sind diese Sachen viel, viel billiger, es hat ja viele Kopien. Aber ich denke, dies, das, das Ursprüngliche ist wirklich sehr gut.»

Neben dem teuren Preis wird von Karin Dreschler und Marta Schmid als Nachteil empfunden, dass Tupperware nicht im freien Handel erhältlich ist. «Der Nachteil vielleicht noch, du musst über eine Tupperberaterin, du kannst es nicht im Detailhandel kaufen. Du musst eben wissen, wo du es bekommst», sagt Karin Dreschler. Marta Schmid umschreibt den Nachteil der Verkaufsparty sehr detailliert. Hier ein Ausschnitt:

«Als einen grossen Nachteil empfinde ich, dass es nicht im freien Handel erhältlich ist. Dass das an einer Party passiert, an der man eigentlich auch ein bisschen beeinflusst ist, von der Euphorie der anderen, es ist so ein Abhängigkeitsverhältnis, denn man geht ja zu jemandem an die Party, den man kennt.»

Als einzige sieht Katja Huser in der Handhabung einiger Produkte einen Nachteil:

«Ein Nachteil ist jetzt gerade bei diesen Pausenboxen, die ich den Kindern ab und zu mitgebe, du bringst die fast nicht, fast nicht auf. Also, die haben so ein Klämmerchen vorne und ich weiss, dass ich mir also schon Nägel eingerissen habe und ich muss meistens mit einem Hilfswerkzeug, also mit einem Löffel oder Messerchen probieren, dieses Bügelchen zu öffnen. Das finde ich ohnmächtig.»

Carla Waser sieht ebenfalls einen für sie spezifischen Nachteil: «Die Nachteile sind, also mein Mann regt sich auf, ich hätte zu viele. Ich bin froh, kann ich einfach etwas zücken und habe es immer in der rechten Grösse (...). Der Nachteil ist, eben, es ist ein bisschen eine Leidenschaft, man hat eigentlich zu viele.»

Bedeutung von Tupperware

Während für Carla Waser Tupperware «schon seinen Platz im Haushalt und in der Familie» hat, bedeutet Tupperware für die andern interviewten Frauen nichts Spezielles. Für sie ist Tupperware «etwas Normales», «einfach etwas Praktisches in

dem Sinne». Tupperware bedeutet Qualität – Bedeutung und Vorteile überschneiden sich hier – und ist ein Hilfsmittel. Daneben ist aber auch eine Distanzierung, die auch im Zusammenhang mit einem Tupperwarekult gesehen werden muss, zu beobachten. Im Folgenden wird auf diese vier Punkte eingegangen.

Qualität

Tupperware, da sind sich alle interviewten Frauen einig, steht für Qualität und garantiert diese. Karin Dreschler benutzt Tupperware, «weil sie gute Sachen haben». Denn Tupperware, so sagt sie, «steht auch heute noch für Qualität». Genauso drückt es Carla Waser aus: «Es ist einfach die Qualität.» Tanja Dietrich setzt die Qualität von Tupperware in Relation zu anderen Produkten: «Ein anderes Produkt ist sicher billiger, aber (...) Tupperware ist sicher besser.» Ausdruck der Qualität sind auch die «Beständigkeit», die «Langlebigkeit» und das «hochstehende Markenprodukt», wie Marta Schmid beschreibt, die mit Tupperware verbunden werden.

Hilfsmittel

«Ich verbinde halt einfach, ja, wir sind Hausfrauen oder auch Hausfrauen und es ist Haushalt und macht den Haushalt ein bisschen, ein bisschen interessanter, finde ich», sagt Carla Waser. Tupperware bedeutet für alle interviewten Frauen ein «Hilfsmittel in der Küche», es «erleichtert gewisse Arbeiten» und «es tut (...) den Haushalt vereinfachen», wie Karin Dreschler stellvertretend für alle sagt. Tupperware kann also als Hilfsmittel, als Problemlösung im Haushalt angesehen werden. Daneben ist der Aspekt, dass Tupperware den Haushalt interessanter macht, hervorzuheben. Er impliziert, dass Haushaltsarbeit uninteressant ist und durch Tupperware spannender gestaltet werden kann.

Tupperwarekult und die Distanzierung davon

Ausser Katja Huser sind alle interviewten Frauen davon überzeugt, dass es einen Tupperwarekult gibt. «Ich denke schon, dass es das gibt (...). [E]s gibt schon solche, ja, die das betreiben. Denke ich. Die einfach Fan sind davon», sagt Karin Dreschler. Auch Carla Waser spricht von Fans: «Es gibt wirklich Fans.» Tanja Dietrich drückt die Vorstellung eines Tupperwarekults wie folgt aus: «Und ich denke schon, es gibt Leute, die, die völlig abfahren auf diese Plastikdöschen, (...) das kann ich mir schon vorstellen.» Marta Schmid verbindet mit dem Kult, den sie sich «bei gewissen Leuten wirklich vorstellen» kann, «dass man dann in der Küche wirklich alles durchorganisiert.» Dies zeigt, dass Tupperware auch ein Organisationsmittel und somit ein Hilfsmittel darstellt. Sie illustriert ihr Verständnis von einem Tupperwarekult anhand eines Beispiels:

«Oder ich bin irgendwo mal eingeladen gewesen und die hatten eineinhalb oder zwei Schränke nur Gewürz gehabt. Und zwar ist das ein Koch gewesen. Und der hatte jedes Gewürz in einem kleinen Tupper gehabt und hatte so stolz diesen Schrank aufgemacht und von unten bis oben waren einfach so kleine Tupper. Da kann ich mir vorstellen, das gibt es.»

Gleichzeitig gibt sie auch eine Erklärung für das Vorhandensein eines Tupperwarekults: «Und irgendwie muss man es sich ja selber rechtfertigen, wieso kauft man einfach so teure Sachen, also muss es so gut sein, also muss ich so begeistert sein.»

«Also, ich betreibe diesen Kult nicht», sagt Karin Dreschler deutlich. Gleichzeitig, mit der Bejahung des Vorhandenseins eines Tupperwarekultes, distanzieren sich die interviewten Frauen eindeutig vom beschriebenen Kult. Karin Dreschler sagt: «Aber bei mir ist es nicht so, also ich brauche es zum Arbeiten, ich brauche es im Alltag.» Und Marta Schmid sagt: «Es muss praktisch sein und hygienisch und langlebig, weiss ich was alles. Aber zum Kult würde ich es nie werden lassen.» Einzig Carla Waser deutet an, dass sie «schon ein bisschen in einem Fieber drin» war. Dieses sei aber schon lange wieder vorbei. Nun ist sie «nicht mehr in so einem Kreis drin, wo ständig wieder etwas läuft». Auch kennt keiner der interviewten Frauen jemanden, der den von ihnen beschriebenen Kult betreibt: «Ich kenne jetzt persönlich niemanden näher, aber ich, ich kann es mir vorstellen, ja, ja, das gibt es», sagt Marta Schmid. Einen Grund für die Ablehnung eines Tupperwarekults gibt wiederum Marta Schmid: «Und ich begeistere mich eigentlich nicht so für ein Alltagsprodukt, im Haushalt könnt ich mich jetzt nie so begeistern.»

Distanzierung von Tupperware

Obwohl alle Frauen überzeugt Tupperware benutzen, ist eine in Nebensätzen mitlaufende Distanzierung während der Interviews festzustellen. Vor allem bei Karin Dreschler, die unseres Erachtens sehr viel Tupperware hat, ist eine zeitweilige grosse Distanzierung festzustellen. Zu Beginn und am Schluss des Interviews betont sie in fast jedem Satz, dass es nicht Tupperware sein müsse. Sie hängt an jeden Vorteil, jeden Nutzen von Tupperware Sätze wie «es muss nicht Tupperware sein» oder «aber ob es Tupperware ist oder nicht, ist mir eigentlich egal». Bei den anderen Interviewpartnerinnen ist ebenfalls eine ähnliche Distanzierung, wenn auch nicht in diesem Ausmass, festzustellen. Auch Marta Schmid sagt: «Also es muss überhaupt nicht Tupperware sein», wie auch Katja Huser: «Eigentlich muss es für mich überhaupt nicht Tupperware sein.» Ebenfalls verweisen die interviewten Frauen bei ihrer Distanzierung von Tupperware auf andere.

«Mh, eben diese paar Freundinnen, von denen ich dir erzählt habe, die, also das müsstest du sehen, das müsstest du sehen. Das ist ähm, wenn sie die Schränke öffnen, dann ist alles, es ist alles in Tupperware. Also jedes Reiskorn, jedes «Hörnli» [Teigwaren-Sorte], jedes «Müesli», alles. Es ist alles, es wird in diesen Boxen aufbewahrt. (...). Also wirklich alles, habe ich das Gefühl, ist voll. (...). (E)infach alles wird in Tupperware aufbewahrt»,

erzählt Katja Huser. Auf der Suche nach Gründen, warum sich die interviewten Frauen trotz Überzeugung bewusst von Tupperware distanzieren, gibt Carla Waser mögliche Antworten:

«Die wissen, dass ich viel habe. Es gibt auch solche, die schmunzeln darüber oder die es vielleicht schon fast, also eben nicht krankhaft finden, aber. Also mein Mann hat es eine Zeitlang krankhaft gefunden, oder. Er hat sich darum aufgeregt, weil es einfach immer mehr und mehr geworden ist, darum habe ich auch aufgehört, weil. Also auch bewusst, weil ich ja genug habe.»

Tupperware: ein vorläufiges Fazit

An dieser Stelle möchten wir das bisher Gesagte zusammenfassen und nochmals in Bezug zum Haushalt und zum Theorieteil setzen, um dann die Frage zu diskutieren, ob Tupperware als Möglichkeit zur Erreichung der Haushaltsziele und Haushaltsideale gesehen werden kann.

Tupperware im alltäglichen Haushalten kann in folgende drei Benutzungsbereiche aufgeteilt werden: Tupperware wird zur verschiedenen Aufbewahrung von Lebensmitteln, unterwegs und als Kochhilfe im Haushalt verwendet. Dabei sind Grenzen der Benutzung festzustellen: Tupperware wird auf die Küche begrenzt. Die Benutzung von Tupperware an sich wird als benutzerfreundlich und praktisch beschrieben, wobei eine erlernte Kompetenz zum richtigen Einsetzen vorausgesetzt wird. Der Entscheid für Tupperware wird durch die Vorteile geleitet, wobei Nachteile zwar vorhanden, aber nicht relevant sind. Tupperware steht für Qualität mit verschiedenen Aspekten wie der langen Garantie oder der Möglichkeit des Auswechselns. Tupperware stellt ein System dar, das immer zueinander passt und durchdacht ist. Dadurch entstehen Stapelmöglichkeiten. Die Multifunktionalität mit vielen Tricks führt zusammen mit der Stapelbarkeit auch zu vielseitigen Aufbewahrungsmöglichkeiten. Tupperware bedeutet zum einen, so kann zusammenfassend festgehalten werden, Qualität, zum anderen ist Tupperware ein Hilfsmittel. Trotz der Benutzung von Tupperware distanzieren sich alle interviewten Frauen einerseits von einem Tupperwarekult, andererseits von Tupperware im Allgemeinen.

Um einen Bogen zum Kapitel «Der Haushalt» zu spannen, ist hier festzustellen, dass Tupperware durch die symbolisch aufgeladene Benutzung – Tupperware wird mit dem Wissen von Qualität und Hilfestellung benutzt – als Hilfsmittel im Haushalt, als Effizienzstrategie zur Erreichung der Haushaltsziele, die ihrerseits zu den Haushaltsidealen führen, gesehen wird. Dieser These folgt das nächste Kapitel.

Tupperware im Zusammenhang mit Ordnung, Sauberkeit und Hygiene – Zum Haushaltsziel und -ideal dank Tupperware?

Karin Dreschler hat Tupperware wie folgt beschrieben: «Platzsparend, ist ordentlich und es bleibt länger frisch, denk ich.» Dieses Kapitel knüpft einerseits an die allgemeinen Ausführungen zu den Haushaltszielen und Haushaltsidealen im Kapitel «Der Haushalt» und andererseits an die Ausführungen zu Tupperware im vorangehenden Kapitel an. Tupperware wird hier mit den Haushaltszielen der Hausfrauen von Ordnung, Sauberkeit und Hygiene verbunden, die zu den Haus-

halts- und Hausfrauenidealen führen. Kann Tupperware zu Ordnung, Sauberkeit und Hygiene und somit zu den Haushaltszielen und Haushaltsidealen der Hausfrauen führen?

Tupperware und Ordnung

Tupperware hilft, Ordnung zu halten, so eine erste allgemeine Aussage. «Es hilft schon. Ich finde es», meint Karin Dreschler. Dabei wird betont, dass nicht Tupperware selbst Ordnung bringt, sondern ein Hilfsmittel für die Ordnung sei. Die Ordnung an und für sich muss von den interviewten Frauen selbst gemacht werden. Marta Schmid drückt dies wie folgt aus: «Es ist hilfreich, um Ordnung zu halten, aber die Ordnung hab ich, nicht das Tupperware.» Ordnung herstellen und zu halten, ist Arbeit und ein Ziel, wie im allgemeinen Teil zur Ordnung ersichtlich wurde. Dabei ist Tupperware eine Hilfestellung, die Ordnung erleichtert und näher bringt. Dass Ordnung erstrebenswert ist, zeigt Carla Weber, die stolz ist, eine Tupperwareordnung zu haben. Einzig Katja Huser sieht keinen direkten Zusammenhang zwischen Tupperware und Ordnung.

Im Folgenden sind vier Ordnungsebenen zu differenzieren:

Erstens ist zu erwähnen, dass Tupperware als Produkt selber als ordentlich empfunden wird: «Wenn ich will, dass es ordentlich aussieht, dann weiss ich, dann nehme ich meine Tupperwaresachen hervor», meint Carla Waser.

Zweitens wird Tupperware von allen interviewten Frauen als «Aufbewahrungssystem» oder «Aufbewahrungsform» für Lebensmittel beschrieben: «Gut, das Zeug ist dann versorgt, in so einem Döschen drin. Es ist eigentlich auch an einem Platz, es ist verräumt, es ist dann eigentlich schon ordentlich, oder», sagt Tanja Dietrich. Im Tupperware kann man also Lebensmittel ordentlich und besser aufbewahren. Tanja Dietrich braucht Tupperware «im alltäglichen Gebrauch eigentlich, um die Speisen aufzubewahren oder auch um Vorrat aufzubewahren.» Die Sicherheit, dass «diese Nahrungsmittel gut versorgt sind» und damit Ordnung entsteht, wird durch Tupperware gewährleistet. Neben der Ordnung, die durch das gute Aufbewahrungssystem gebracht wird, nennt Carla Waser den Aspekt der Vorratslagerung, die erst durch eine gute Aufbewahrungsform ermöglicht wird: «Durch das, dass ich es eben so gut aufbewahren kann, (...) tu ich es mir immer nachfüllen und dann hab ich eben das Zeugs, das ich brauche». In diesem Zusammenhang werden vor allem Vorratsdosen für trockene Vorräte und Aufbewahrungsboxen für den Kühlschrank erwähnt.

Drittens wird Tupperware von allen interviewten Frauen als gut zu versorgen und als stapelbar beschrieben: «Man kann es gut versorgen, aufeinander stellen», was dann wiederum «ordentlich aussieht», meint Carla Waser. Die Wichtigkeit der Stapelmöglichkeit betont Karin Dreschler: «Und ich kann ja nicht alles nebeneinander haben, ich hätte ja gar keinen Platz mehr für alles.» Dennoch, auch wenn Tupperware die Möglichkeit zu Ordnung bietet, sind es die interviewten Frauen, welche die Ordnung herstellen und erhalten müssen. Carla Waser, die den Wunsch hat, «dass dies nachher wirklich so aussieht, wie es im Prospekt gewesen ist», pro-

blematisiert dies so: «Und eben, das Verräumen finde ich immer so ein Problem. (...) [D]a hab ich halt immer schauen müssen, ob das überhaupt nebeneinander Platz hat.»

Viertens ist der immer wieder implizit angesprochene Aspekt einer Ordnung in der Ordnung zu erwähnen, denn «es braucht relativ viel Platz, man muss sich gut überlegen, was man braucht, zuviel ist auch nicht gut», meint Tanja Dietrich. Und auch Katja Huser meint: «Ich habe einfach nicht mehr Platz.» Damit innerhalb der Tupperwarelagerung von im Moment nicht gebrauchtem Tupperware keine Unordnung entsteht, haben die interviewten Frauen verschiedene Strategien entwickelt. Viele haben alle Tupperware am gleichen Ort versorgt oder der Tupperware fixe Orte zugewiesen: «Eigentlich [ist] alles immer ein bisschen am gleichen Ort, (...) es hat alles so seinen Platz eigentlich», erklärt Carla Waser. «Deckelhalter» bieten eine Möglichkeit, die Tupperware-Deckel ordentlich zu versorgen.

Zusammenfassend kann folglich gesagt werden, dass Tupperware als Hilfestellung für die Ordnung dient. Dabei wird mit dem Produkt an sich Ordnung assoziiert. In der Tupperware kann man Ordnung halten, was wiederum Ordnung in der Aufbewahrung von Lebensmitteln mit sich bringt. Und man kann Tupperware selbst ordentlich aufbewahren. Dabei ist aber eine Ordnung in der Ordnung zu berücksichtigen. Tupperware führt folglich zum Ziel der Haushaltsarbeit, zum Ziel der Ordnung.

Tupperware und Sauberkeit / Tupperware und Hygiene

Den Erläuterungen zu Sauberkeit und Hygiene von Tupperware stellen wir den Vergleich mit dem Tupperwaregebrauch in der Medizin, den Tanja Dietrich gleichsam metaphorisch für die Sauberkeit und Hygiene von Tupperware bei der Lebensmittelaufbewahrung eingesetzt hat, voraus:

«Ich weiss auch, dass man in der Medizin auch diese Tupperware, zum Teil auch in der Chirurgie, also auf der, früher, früher auf der, im Operationsaal hat man diese, diese Behälter gebraucht. Man kann, man kann sie wirklich steril behalten. Wenn man irgendwelche Teile, Organe rein tun muss. Ich weiss jetzt nicht, ob das immer noch so ist, aber früher ist es so gewesen.»

Tupperware hilft, Sauberkeit und Hygiene in der Küche bei der Lebensmittelaufbewahrung zu erreichen und zu halten, da sind sich alle interviewten Frauen einig. Marta Schmid drückt es so aus: «An sich ist nicht das Produkt hygienisch, sondern es erleichtert den Umgang mit Hygiene.» Schwierig ist hier allerdings eine klare Grenze zwischen Sauberkeit und Hygiene festzustellen, obwohl danach bewusst getrennt gefragt wurde. Die Antworten vermischen sich, Sauberkeit und Hygiene werden oft in einem Satz gebraucht, so zum Beispiel bei Carla Waser: «Hygiene ist, (...) dass die Esswaren sauber bleiben.» Ob zum Beispiel eine hermetische Abschliessbarkeit oder eine längere Frische der Lebensmittel Aspekte von Sauberkeit oder Hygiene sind, wird von den Interviewten nicht bezeichnet bzw. unterschieden. Es scheint, wie bereits erwähnt, dass der alltägliche Sprachgebrauch der Begriffe «Sauberkeit» und «Hygiene» nicht klar differenziert wird.

Daher sollen in diesem Teil die Themen «Tupperware und Sauberkeit» und «Tupperware und Hygiene» zusammen abgehandelt werden.

Als erstes wird auf die saubere und hygienische Aufbewahrungsmöglichkeit, die Tupperware bietet, eingegangen. Tupperware ist «absolut dicht», da es sich gut verschliessen lässt, sagt Karin Dreschler. Marta Schmid spricht von «hermetisch abschliessen». In diesem Zusammenhang sehen die interviewten Frauen die Hilfestellung von Tupperware, Nahrungsmittel sauber und hygienisch aufbewahren zu können. Mit Tupperware bleiben die Nahrungsmittel durch den guten Verschluss und die getrennte Aufbewahrung länger frisch, wie Katja Huser meint: «Ich glaube, es hat etwas, es bleibt wirklich länger frisch.» Auch die Küchenmotten, die viele der interviewten Frauen als Auslöser für den Kauf von Tupperware nennen, können durch das dichte Abschliessen von Tupperware verhindert werden.

Für eine saubere und hygienische Aufbewahrung von Lebensmitteln ist neben der dichten Verschliessung und der Möglichkeit der getrennten Aufbewahrung auch die richtige Handhabung notwendig: «Für das ist Tupper eben schon noch gut, man kann, man kann getrennt aufbewahren», so Carla Waser.

Eine saubere und hygienische Haltung des Tupperware wird vorausgesetzt: «Man muss es eben auch hygienisch und sauber halten, also ganz ohne waschen und aufräumen und so geht es auch nicht mit Tupper. (...). [E]s gibt eben auch Arbeit, Tupper», sagt Carla Waser. Tupperware als Produkt an sich wird aber auch als sauber und hygienisch empfunden: «Man kann es gut sauber halten», meint Katja Huser und vielen kommt bei Tupperware spontan das Wort «Hygiene» in den Sinn.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass Tupperware den Umgang mit Sauberkeit und Hygiene erleichtert und diese gleichzeitig garantiert.

Haushalts- und Hausfrauenideal

Tupperware kann als Möglichkeit zur Erreichung der Haushaltsziele von Ordnung, Sauberkeit und Hygiene gelten. Tupperware bietet zum einen eine Hilfestellung im Umgang mit Ordnung, Sauberkeit und Hygiene und garantiert andererseits Ordnung, Sauberkeit und Hygiene. Folglich führt Tupperware auch zu den Haushaltsidealen, die im allgemeinen Teil «Der Haushalt» als ein Wohlfühlen nach innen und eine Repräsentation nach aussen dargestellt wurden. Die Symbolik von Tupperware kann also als gegenwärtige Verdinglichung eines Hausfrauenideals, resp. eines Haushaltsideals, das sich in traditionellen Werten manifestiert, gesehen werden.

Schlusswort

Ausgehend vom bürgerlichen Ideal der reinlichen Hausfrau ist diese Arbeit geleitet von der Frage nach dem Zusammenhang von Ordnung, Sauberkeit und Hygiene mit dem gegenwartsbezogenen, alltäglichen und kulturell normierten Regelsystem, das heutige Hausfrauen definiert. Am Beispiel Tupperware verfolg-

ten wir die These, dass die Hausfrau auch heute noch für Ordnung, Sauberkeit und Hygiene im Haushalt verantwortlich ist und die Frage, in welchen Formen sich dies manifestiert. Dabei wurde Tupperware als kulturelle Objektivation betrachtet und danach gefragt, inwiefern die Symbolik und Repräsentation von Tupperware als gegenwärtige Verdinglichung eines Hausfrauenideals, das sich in traditionellen Werten orientiert, gesehen werden kann.

Eine Tupperwareparty diente als Feldzugang, um die historisch-theoretische Grundlage im Alltag verstehen zu können. Darauf aufbauend, erarbeiteten wir einen Leitfaden für fünf problemzentrierte Interviews mit Hausfrauen, die Tupperware benutzten. Die Interviews wie auch die Arbeit wurden, dem Forschungsinteresse entsprechend, in einen allgemeinen Teil über den Haushalt, einen Teil über Tupperware, einen Teil über Ordnung, Sauberkeit und Hygiene und einen Teil über die Tupperwareparty gegliedert. Der theoriegeleiteten Fragestellung folgend, werteten wir die in den Interviews gewonnene Daten in Anlehnung an die Methode des zirkulären Dekonstruierens aus und verknüpften die Resultate mit den historisch-theoretischen Vorüberlegungen. Zur Schlussdiskussion der Forschungsergebnisse fassen wir an dieser Stelle die wichtigsten Forschungsergebnisse, basierend auf dem historisch-theoretischen Teil und dem Feldzugang via Tupperwareparty, nochmals zusammen:

Die interviewten Frauen sind für den Haushalt hauptverantwortlich. Dabei ist eine geschlechterstereotype, ungleiche Arbeitsverteilung ersichtlich, was einerseits Unbehagen und andererseits einen so genannten Kompetenzraum zur Folge hat. Haushaltsarbeit wird als «Krampf», als «Sisyphusarbeit» empfunden. Die täglich zu erledigenden Arbeiten sind aufgrund ihrer Fülle von den Interviewpartnerinnen nicht beschreibbar, sie weichen auf Überbegriffe wie Kochen, Aufräumen und Putzen aus. Festzustellen ist eine Schwerpunktsetzung der Haushaltsarbeit in der Küche. Ausserdem werden Tricks oder Hilfestellungen zur Erleichterung und Effizienz in der Haushaltsarbeit angewandt. Die Haushaltsarbeit der Hausfrauen hat Ordnung, Sauberkeit und Hygiene – wobei Sauberkeit und Hygiene im alltäglichen Sprachgebrauch synonym gebraucht werden und in der Küche und im Bad lokalisiert werden – zum Ziel und ein Sich-Wohlfühlen nach innen wie auch eine Repräsentation nach aussen als Ideal. Im darauf folgenden Kapitel «Tupperware» wurde an das Kapitel «Der Haushalt» angeknüpft. Tupperware, so kann zusammengefasst werden, wird zur Aufbewahrung von Lebensmitteln, unterwegs und als Kochhilfe gebraucht. Es wird als praktisch und benutzerfreundlich beschrieben. Gleichzeitig wird aber eine Kompetenz, ein Wissen um das richtige Einsetzen vorausgesetzt. Vorteile von Tupperware sind die Qualität mit all ihren Aspekten und das System, welches hinter den einzelnen Produkten steht. Nachteile sind keine bedeutsam und werden immer im Zusammenhang mit den Vorteilen genannt. Die Bedeutung von Tupperware schliesslich, die zusammen mit den vorangehenden Themenbereichen gesehen werden muss und sich mit denselben auch überschneidet, ist mit Qualität einerseits und Hilfsmittel andererseits zu umschreiben, wobei sich alle interviewten Frauen von einem Tupperwarekult und Tupperware allgemein distanzieren. Dieses

Kapitel über allgemeine Bemerkungen zu Tupperware führte zum letzten Kapitel, das Tupperware in Verbindung mit den Haushaltszielen von Ordnung, Sauberkeit und Hygiene und mit den Haushaltsidealen von einem Sich-Wohlfühlen nach innen und einer Repräsentation nach aussen brachte. Tupperware hilft Ordnung, Sauberkeit und Hygiene zu halten und garantiert diese, wodurch die Ideale erreicht werden können.

Tupperware, das ein System ist, Tupperware, das Qualität bedeutet und Tupperware, das ein Hilfsmittel darstellt, überschreitet die blosser Funktionalität und wird zum Symbolträger. Gelten Ordnung, Sauberkeit und Hygiene als Ziel der Haushaltsführung zur Erreichung traditioneller Haushaltsideale des Sich-Wohlfühlens nach innen und der Repräsentation nach aussen, wird aus Tupperware Hilfestellung zur Verdinglichung eines Haushalts- und Hausfrauenideals. Mit Hilfe von Tupperware wird es möglich, einem, dem bürgerlichen Ideal der reinlichen Hausfrau angelehnten Bild, näher zu kommen.

Offen bleibt am Ende dieser Arbeit, wo andere kulturelle Objektivationen mit den gleichen oder ähnlichen Bedeutungen im Haushalt zu finden sind und wie sich Frauen, die kein Tupperware benutzen, Ziele und Ideale definieren.

Anmerkungen

- ¹ Tupperwarewerbung von 1956. In: Clarke: Tupperware, 121.
- ² Bei diesem Beitrag handelt es sich um eine leicht veränderte und gekürzte Version einer Seminararbeit, die im Rahmen des zweisemestrigen Projektseminars «Sauberkeit und Hygiene im Alltag» (SoSe 05, WS 05/06) unter der Leitung von Prof. Dr. Ueli Gyr und lic. phil. Annina Wettstein am Volkskundlichen Seminar der Universität Zürich entstanden ist.
- ³ Joris: Frauengeschichte(n), 25–26.
- ⁴ Hausen: Die Polarisierung der «Geschlechtscharaktere», 370.
- ⁵ Joris: Frauengeschichte(n), 31.
- ⁶ Messmer: Reinheit und Reinlichkeit, 477–480.
- ⁷ Frey: Der reinliche Bürger, 178.
- ⁸ Frey: Der reinliche Bürger, 179.
- ⁹ Eynatten: Fürs Haus, 436. Zit. in: Messmer: Reinheit und Reinlichkeit, 484.
- ¹⁰ Als Beispiele seien die Rationalisierungsbestrebungen der Hausarbeit in der Zwischenkriegszeit genannt, welche die Hausfrau in ihrer Rolle noch mehr isolierte oder aber die erneute Betonung der bürgerlichen Familienideologie auf gesellschaftlicher und politischer Ebene in der Schweiz nach dem 2. Weltkrieg. Vgl. Sachse: Anfänge der Rationalisierung, 52 und Broda: Die alte und neue Frauenbewegung, 202.
- ¹¹ «Männer engagieren sich zuwenig», in TA 15. Januar 2004, 8.
- ¹² Wir haben die Definitionen abgeleitet aus dem alltäglichen Gebrauch der Begriffe. Eine vergleichbare, wenn auch kürzere Definition des Begriffs «Hausfrau» mit Bezug auf das bürgerliche Familienideal findet sich auch in Joris: Die Schweizer Hausfrau: Genese eines Mythos, 99.
- ¹³ «Applaus für den genialen Tupper-Shaker», in TA 22. 09.1998, 77.
- ¹⁴ Russo: Hexensabbat, 153.
- ¹⁵ «Die Partylaune ist verfliegen», in SonntagsZeitung 1. Sept. 2002, 75.
- ¹⁶ Blaschka: Tupperware als Lebensform, 10.
- ¹⁷ Blaschka: Tupperware als Lebensform, 10–11.
- ¹⁸ Blaschka: Tupperware als Lebensform, 10.
- ¹⁹ Kaschuba: Einführung in die Europäische Ethnologie, 224.

- ²⁰ Berger / Luckmann: *Gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit*, 37. Die Autoren legen ihre Ausführungen am Beispiel von Zorn und einer Waffe dar. Für sie kann Zorn mittels einer Waffe «vergegenständlicht bzw. objektiviert» werden.
- ²¹ Unser Plan sah vor, dass wir durch den Kontakt mit der Beraterin der ersten Party den Zugang zu weiteren Partys erhalten würden. Dort wollten wir dann auch die Interviewpartnerinnen rekrutieren. Dies funktionierte aus folgenden Gründen nicht: Einerseits erhoben wir unsere Daten im Hochsommer, als fast keine Partys stattfanden. Andererseits wurden wir nach anfänglicher Zusage von der Beraterin am Ende doch abgeblockt.
- ²² Russo: *Tupperware*, 148.
- ²³ www.tupperware.ch, 17.4.2005.
- ²⁴ Alle Namen, welche in dieser Arbeit vorkommen, sind geändert.
- ²⁵ Die Gastgeberin ist die Tante von Helene Mühlestein. Da Karin Dreschler bereits aktiv Tupperwarepartys veranstaltet hatte und auch regelmässig daran teilnahm, war es nicht aussergewöhnlich, dass sie eine Party für ihre Nichte durchführte, um diese in die Welt von Tupperware einzuführen.
- ²⁶ Lüders: *Beobachten im Feld*, 396–399.
- ²⁷ Vgl. z.B.: Kapitel «Distanzierung von Tupperware».
- ²⁸ Die Gastgeberin und uns eingerechnet.
- ²⁹ Dabei nicht eingerechnet sind wir als Teilnehmerinnen. Wir haben als Dankeschön für die Organisation der Party und wegen der Angst, der Gastgeberin keinen Umsatz zu erwirtschaften, Tupperware für insgesamt 90 Franken gekauft. Auch nicht mitgerechnet ist die Gastgeberin, die wohl kaum für 100 Franken eingekauft hat, da sie ja wusste, dass sie viele Bonusgeschenke erhalten würde.
- ³⁰ Mayring: *Qualitative Sozialforschung*, 67.
- ³¹ Die interviewten Frauen sind (anonymisiert): Karin Dreschler, Marta Schmid, Katja Huser, Tanja Dietrich und Carla Waser.
- ³² Alle Interviews wurden transkribiert und nach der Methode des zirkulären Dekonstruierens ausgewertet (Jäggi u.a.: *Denkverbote gibt es nicht!*, 4–31.). Alle Zitate und Paraphrasen beziehen sich auf die von uns vorgenommene Transkription.
- ³³ Vgl. z.B.: *Tupperware als Kompetenzraum* (Kapitel «Tupperware», «Die Benutzung»).
- ³⁴ Tupperware wird als eine solche Hilfestellung betrachtet. Im Kapitel «Tupperware» wird näher darauf eingegangen.
- ³⁵ Vgl. z.B.: Kapitel «Tupperware im Zusammenhang mit Ordnung, Sauberkeit und Hygiene – zum Haushaltsziel und -ideal dank Tupperware?».
- ³⁶ Kaschuba: *Einführung in die Europäische Ethnologie*, 224.
- ³⁷ Die hier erwähnten Freundinnen sind u.a. Carla Waser und Tanja Dietrich.

Literaturverzeichnis

Darstellungen

- Berger Peter L., Thomas Luckmann: *Die gesellschaftliche Konstruktion von Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie*. 20. Auflage. Frankfurt a. M. 2004.
- Blaschka, Martina: *Tupperware als Lebensform. Die Schüssel, die Party, die Beraterin. Eine empirische Studie*. Tübingen 1998 (Studien & Materialien des Ludwig-Uhland-Instituts der Universität Tübingen, Bd. 19).
- Clarke, Alison J.: *Tupperware. The Promise of Plastic in 1950s America*. New York 1999.
- Broda, May M., Elisabeth Joris, Regina Müller: *Die alte und neue Frauenbewegung*. In: Mario König, Georg Kreis, Franziska Meister (et al.) (Hg.): *Dynamisierung und Umbau. Die Schweiz in den 60er und 70er Jahren*. Zürich 1998 (Die Schweiz 1798–1998. Staat – Gesellschaft – Politik, Bd. 3), 201–226.
- Frey, Manuel: *Der reinliche Bürger*. Göttingen 1997.
- Hausen, Karin: *Die Polarisierung der «Geschlechtscharaktere» – Eine Spiegelung der Dissoziation von Erwerbs- und Familienleben*. In: Werner Conze (Hg.): *Sozialgeschichte der Familie in der frühen Neuzeit Europas. Neue Forschungen*. Stuttgart 1976 (Industrielle Welt, Bd. 21), 363–393.
- Kaschuba, Wolfgang: *Einführung in die Europäische Ethnologie*. 2., aktualisierte Auflage. München 2003.

- Jäggi, Eva, Angelika Faas, Katja Mruck*: Denkverbote gibt es nicht! Vorschlag zur interpretativen Auswertung kommunikativ gewonnener Daten. In: Dietmar Görlitz, Hans Harloff, Eva Jäggi (et al.) (Hg.): Forschungsbericht aus der Abteilung Psychologie im Institut für Sozialwissenschaften der Technischen Universität Berlin, Nr. 98-2. Berlin 1998 (Veröffentlichungsreihe der Technischen Universität Berlin, Fachbereich 7, Umwelt und Gesellschaft), 4-31.
- Joris, Elisabeth, Heidi Witzig (Hg.)*: Frauengeschichte(n). Dokumente aus zwei Jahrhunderten zur Situation der Frauen in der Schweiz. 4. erw. und erg. Auflage. Zürich 1986/2001.
- Joris, Elisabeth*: Die Schweizer Hausfrau: Genese eines Mythos. In: Sebastian Brändli, David Gugerli, Rudolf Jaun (Hg.): Schweiz im Wandel: Studien zur neueren Gesellschaftsgeschichte. Festschrift für Rudolf Braun zum 60. Geburtstag. Zürich 1990, 99-116.
- Lüders, Christian*: Beobachten im Feld und Ethnographie. In: Uwe Flick, Ernst von Kardorff, Ines Steinke (Hg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. 3. Auflage. Hamburg 2004, 384-401.
- Mayring, Phillip*: Einführung in die Qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zum qualitativen Denken. 5. überarbeitete und neu ausgestattete Auflage, Weinheim u. Basel 2002.
- Mesmer, Beatrix*: Reinheit und Reinlichkeit. Bemerkungen zur Durchsetzung der häuslichen Hygiene in der Schweiz. In: Nicolai Bernard, Quirinus Reichen (Hg.): Gesellschaft und Gesellschaften. Bern 1982, 470-494.
- Russo, Manfred*: Die Tupperware – Hexensabbat in den Suburbs. In: Manfred Russo. Tupperware und Nadelstreif. Wien, Köln, Weimar 2000, 147-153.
- Sachse, Carola*: Anfänge der Rationalisierung der Hausarbeit. In: Barbara Orland (Hg.): Haushaltsträume. Ein Jahrhundert Technisierung und Rationalisierung im Haushalt. Königstein im Taunus 1990.
- O.H.*: Tupperware Transparent. Ostfildern-Ruit 2005.
- Zec Peter*: Frische in Form. Tupperware – Mythos und Ästhetik einer Alltagskultur. Essen 1992.
- Zec, Peter*: Lebensform. Die Kultivierung des Gebrauchs. Essen 1997.

Zeitungsartikel

- «Applaus für den genialen Tupper-Shaker». In: Tages Anzeiger, 22. September 1998, 77.
- «Die Partylaune ist verflogen». In: Sonntags Zeitung, 1. September 2002, 75.
- «Männer engagieren sich zu wenig». In: Tages Anzeiger, 15. Januar 2004, 8.

Internet

www.tupperware.ch, 24.2.2006.

Bildnachweise

Alle Fotos stammen von Rebecca Niederhauser.