

Die Geschichte von marmite

Zurück in die Zukunft

Politiker würden die Geschichte dieser Zeitschrift als «bewegt» bezeichnen. Wie sich aus einem PR-Gedanken ein unabhängiges Magazin entwickelt hat, das es theoretisch gar nicht mehr geben dürfte. Eine Saga über die Lebensmittelindustrie, Verlage und Vereine, die auch ein Stückchen Schweizer Ernährungsgeschichte dokumentiert. Begonnen hatte alles mit einem Schwindel.

Es war ein glaubhafter Schwindel, an dem lange niemand zweifeln sollte, da er auf einen eidgenössischen Grundcharakter baute. Denn was machen Schweizer Männer, wenn sie zusammenkommen und sich langweilen? Sie jassen oder sie gründen einen Verein. So sollen es auch anno 1958 spätabends nach einem Besuch an der Olma 30 Freunde gewesen sein, die in den nebligen Strassen St. Gallens plötzlich Hunger verspürten und die kurzerhand einen Wirt davon überzeugten, dessen Küche benutzen zu dürfen, um sich selber ein köstliches Mahl zu bereiten. Journalisten seien es vor allem gewesen, und Künstler. Und da nur drei der dreißig hungrigen Kameraden etwas vom Kochen verstanden, war man sich schnell einig, es müsse etwas getan werden für die kochenden Männer und vor allem für all jene, die den Herd bisher den Frauen überlassen hätten. Damit sei der Grundstein gelegt worden für die Gründung des Schweizer Clubs kochender Männer und natürlich auch für marmite, das erste Kochmagazin, das sich in erster Linie an das starke Geschlecht richten sollte.

Der Mythos, den sich ein cleverer Kopf in der PR-Abteilung des Suppen- und Bouillonherstellers Maggi im zürcherischen Kempthal ausgedacht hatte, hielt 30 Jahre lang und wird selbst heute noch von dem einen oder anderen Kochclubmitglied kolportiert.

Eugen Naef hieß der Mann, der zwei Jahrzehnte lang als «Ehrenzentralpräsident» des Männer-Kochclubs die Fäden zog, zunächst als PR-Verantwortlicher von Maggi, später in der gleichen

Position bei Nestlé. Dabei war es nicht einmal Naef gewesen, der die Idee hatte, einen gesamtschweizerischen Männer-Kochclub zu gründen. Hans Müller hieß der Schriftsetzer aus Sursee, der sich als «Küchenamateur» bezeichnete und der Maggi im November 1958 in einem Brief um Unterstützung angefragt hatte. In eigener Regie wollte Müller einen gesamtschweizerischen Männer-Kochclub gründen. Doch von den 10.000 Franken, die er sich als Startkapital von Maggi erhoffte, war schon nach dem ersten Zusammentreffen nicht mehr die Rede.

Leichtes Spiel hatten die PR-Profis von Maggi mit Müller, den sie in den «Gasthof Hammermühle» nach Kempthal eingeladen hatten. Schon nach der ersten Flasche Korbwein hatten die Maggianer Müller von einem anderen Gründungsmodus überzeugt, natürlich unter ihrer Federführung. Müller wurde der Posten des Club-Sekretärs versprochen in dem Verein, der vier Monate später im Zunfthaus «Zum Rüden» in Zürich ins Leben gerufen wurde. Und Müller kam die Ehre zu, seine Rezepte im ersten Kochbuch des neu zu gründenden Männerkochclubs zu verewigen.

«Wenn Männer kochen» hieß das kleine und von Maggi betreute Werk, das in einer limitierten Auflage von 2000 Stück gedruckt und an den Mann gebracht wurde. Eine Rezeptsammlung auch, in der in kaum einem Rezept die Maggi-Produkte fehlen durften und in dem nur wenig von Gemüse die Rede war. «Männer», ließ Maggi im Vorwort schreiben, «geben sich nicht gerne mit langem Rüsten ab. Für Gemüse nehmen sie also die entsprechende Büchse, den Büchsenöffner, und die Garnitur ist fertig.» Wertvolle Tipps für ebenso wertvolle künftige Kunden. Der Suppenbeutel- und Bouillonhersteller wollte es sich schließlich nicht nehmen lassen, seine Produkte nicht nur an die Frau, sondern zusehends auch an den Mann zu bringen.

Mit Pauken und Trompeten kündigte Maggi die Clubgründung an, Dutzende von Journalisten waren anwesend, die Schweizer Filmwochenschau berichtete darüber, das Radio kam, und die Schweizerische Depeschagentur sorgte dafür, dass auch alle kleineren Schweizer Zeitungen, die keinen Journalisten in die Gründungsversammlung geschickt hatten, etwas über diesen medial geschickt inszenierten Anlass berichten konnten. Da sie dies auch fast ausnahmslos taten, sprach sich die Clubgründung schnell herum. Als im Juni 1959 die erste Ausgabe von marmite erschien, der Zeitung des Clubs kochender Männer und der in ihm organisierten Marmiten-Bruderschaft, hatten sich schweizweit bereits 82 Sektionen dem Club angeschlossen.

Maggi zog alle Register und überzeugte die Gründungs-Mitglieder davon, den bekannten Kabarettisten und Radiokoch Charles Ferdinand Vaucher zu ihrem ersten Clubpräsidenten zu küren. Vaucher hatte schon ein Jahr zuvor an der Saffa, der gesamt-schweizerischen Frauenausstellung, Kochkurse für Männer durchgeführt. Und Samstag für Samstag gab er einer begeisterten und vor allem weiblichen Anhängerschaft am Radio seine Küchentipps preis. Dass Vaucher bereits als Regisseur große Erfolge in den Schweizer Kinos (etwa mit dem Film über den Walliser Falschmünzer und Alpen-Robin-Hood «Farinet») gefeiert und im Spanischen Bürgerkrieg Seite an Seite mit Ernest Hemingway gegen Franco gekämpft hatte, verhalf dem Männerkochclub zu einer ungemeinen Popularität. Einem kriegserprobten und dennoch kultivierten Macho konnte man schließlich nicht Verweichlichung vorwerfen in Zeiten, in denen noch eine Mehrheit der Männer – und der Frauen – der Ansicht war, das Küchenhandwerk sei allein Sache des weiblichen Geschlechts. Dass Vaucher, der aus reichem Haus stammte, zu jener Zeit sein ganzes Erbe längst verprasst und sich von Maggi als PR-Schreiber hatte engagieren lassen, wurde geflissentlich verschwiegen.

Möglich, dass Vaucher für die fiktive Marianne Berger, die damalige Maggi-Küchenfee, die Texte schrieb, mit der diese allen kochbereiten Männern unter die Arme greifen sollte. «Wenn ihr nun, ihr Schweizer Männer, am Herd eure eigene Kunst zelebriert und lukullische Düfte die kritische Nase zu kitzeln beginnen, dann ist es Zeit: dann nimmt die kundige Hand Maggi-Würze und Fondor, die guten Geister erprobter Küche, zu Hilfe», empfahl Marianne Berger allen Lesern der ersten marmite Ausgabe. Eine Zeitung notabene, die über Jahre fast ausschließlich durch Inserate von Maggi, Nescafé und dem St. Galler Backpulver-Hersteller Paidol finanziert wurde, unterstützt durch den einen oder anderen Schnapshersteller und Weinhändler.

Ganz so einfach und harmonisch, wie sich dies Maggi gewünscht hätte, verliefen die ersten Jahre indes nicht. Zwar wurden fast im Wochenrhythmus in der gesamten Schweiz neue Kochclub- Sektionen gegründet, doch waren die Unterschiede zwischen all den Gruppen so groß, dass sich schon in den ersten Jahren wieder zahlreiche Männer-Kochrunden vom Schweizer Kochclub trennten. Die Literatenküche Zürich etwa, die von Beginn weg dabei war, zog sich schon 1961 wieder zurück, da ihnen vor allem die eingeschworene Marmiten-Bruderschaft mit ihrer Freude an Kochuniformen und Vereinsorden nicht geheuer war, wie sich der bekannte Kochbuchautor und Journalist René Simmen noch erinnert. «Es waren die Mehrbesseren, denen es weniger ums Kochen ging und mehr um die Inszenierung, die uns abschreckten», so Simmen. «Als wir erfuhren, dass diese ein Flugzeug gechartert hatten, um mal schnell auf eine Bouillabaisse nach Marseille zu fliegen, zogen wir uns zurück.»

Drei Jahre später verabschiedete sich dann auch die Marmiten-Bruderschaft aus dem Schweizer Club kochender Männer und begann, ihre eigene Vereinszeitschrift herauszugeben. Zu egalitär war den auf Prestige und feierliche Kochrituale ausgerichteten Marmitenbrüdern ihr Dachverband geworden. Allen Reibereien zum Trotz wuchs der Schweizer Club kochender Männer stetig, so dass der Vorstand 1967 beschloss, das bisher als Zeitung publizierte marmite künftig als Magazin herauszugeben. Nicht zuletzt mit dem Ziel, künftig mehr Inserate zu akquirieren und damit die wachsende Auflage finanzieren zu können. Doch auch das Magazin blieb in erster Linie ein Vereinsorgan, in dem die einzelnen Kochclubs ihre Vereinsmitteilungen und Jahresversammlungsprotokolle veröffentlichen konnten. Die Zahl der publizierten Rezepte blieb bescheiden, doch das Ziel wurde erreicht: Mit Knorr war ein weiterer wichtiger Inserent an Bord geholt worden. «Geschnetzeltes Kalbfleisch an Knorr Curry-Sauce» gehörte denn auch zu den ersten Rezepten, die im neuen Magazinformat veröffentlicht wurden.

Ver mehrt begann die Redaktion in dieser Zeit, die Begeisterung der Frauen für ihre kochenden Männer zum Thema zu machen. So erhielt eine Leserin viel Platz mit ihrem Lob für ihren Gatten, der sie in Zeiten der Krankheit nicht nur fürsorglich mit leckeren Speisen versorgte, sondern der auch einsah, dass es Zeit für eine modernere Küche wurde. «Verwöhnt durch die Einrichtung einer Schulküche sah mein Mann plötzlich ein, dass unsere Küche einer Modernisierung bedurfte», so die Leserbriefschreiberin. Ohne zu verschweigen, dass in den Wochen, die ihr Mann kochte, «die Haushaltskasse etwas stark strapaziert wurde, denn mein Gatte hatte natürlich keine Ahnung, dass ich ihm normalerweise nicht jeden Tag Nierli in Weisswein oder flambierte Kalbsleber-Schnitten und andere gluschtige Delikatessen auftragen konnte.» Das Niveau der Rezepte begann allmählich zu steigen, Fertigprodukte und vorgefertigte Gewürzmischungen tauchten immer seltener auf. Die Inserenten reagierten mit weiteren Inseraten im Wissen, dass die kochenden Männer in marmite in erster Linie ihre Sonntagsrezepte publizierten und unter der Woche – falls sie dann überhaupt Zeit fanden – wie auch ihre Gattinnen gerne zur Konservenbüchse und Gefrierkost griffen. «Tiefkühlprodukte sind taufrische Produkte», bewarb ein Inserent über Jahre sein Angebot, selbst wenn sich im Heft vor allem Rindsfilet und zusehends auch mal Trüffel und Kaviar in die Rezepte einschlichen. Die größeren Geschichten, die in marmite publiziert wurden, bezogen sich weiterhin auf einfache Küchentipps. 1971 widmete sich das Heft über eine längeren Strecke dem Thema «Gril-

lieren am Holzkohlenfeuer». Die parallel ausgeschriebenen Grillkurse waren ein voller Erfolg, auch wenn die Tipps aus heutiger Sicht jeden Gourmet abschrecken. «Das Anzünden der Holzkohle geht am besten, wenn man einige Deziliter Brennsprit darübergießt,» riet Grillexperte Josef Zimmermann.

Dass der Zürcher Grillmeister nicht nur mit der Kohle, sondern auch mit dem neu aufkommenden Mikrowellenherd umgehen konnte, passte zu jener Zeit, in der den Männern im marmite in großen Lettern attestiert wurde: «**MÄNNER KOCHEN LOGISCH**». Schließlich ging es auch darum, der wachsenden Zahl an Inserenten aus dem Küchen- und dem Küchengerätebau eine Plattform zu geben. So kam es nicht ungelegen, als Grill- und Mikrowellenspezialist Zimmermann von der «International Association of Masters of Microwaves» der Meistertitel im Mikrowellen-Kochen verliehen wurde. Was marmite groß auf der Titelseite abfeierte.

Die 70er-Jahre waren für marmite eher eine schwierige Zeit, denn das rasante Wachstum der Mitglieder des Schweizer Clubs kochender Männer des ersten Jahrzehnts war längst abgeklungen. Der Club kämpfte immer wieder mit finanziellen und organisatorischen Schwierigkeiten, so dass marmite nicht immer regelmässig erschien, da dafür das Geld und die Inserenten fehlten. Und wenn die Zeitschrift doch erschien, diente sie wie in Anfangszeiten vor allem als Plattform für die Vereinsmitteilungen der einzelnen Sektionen. Viele kochbegeisterte Männer, die sich längst von der Maggibeutelsuppen-Küche verabschiedet hatten, begannen sich in den kulinarisch meist höher positionierten Frauenkochzeitschriften kundig zu machen.

Zweieinhalb Jahrzehnte gingen ins Land, bis sich der Club – nach mehreren halbherzigen Anläufen – 1985 dazu durchrang, das Heft in professionelle Hände zu übergeben. Die sollten aus dem Vereinsorgan wieder ein ernstzunehmendes Magazin für gehobene Esskultur machen. Die Federführung übernahm der Verlag des «Aargauer Tagblatts», auch wenn marmite weiterhin als offizielles Organ des Schweizer Clubs kochender Männer publiziert wurde. Der «AT-Verlag» engagierte mit Charles E. Burk nicht nur einen Chefredakteur, sondern gleich auch eine sechsköpfige Redaktion, die marmite zu einem führenden Gourmetmagazin machen sollten. Burk führte ganze Rezeptstrecken ein, in Hochglanz und erstmals farbig bebildert. Es gelang ihm auch, den neu gegründeten Club der Gastrosophinnen mit an Bord zu holen, damit bei marmite die Dominanz der Männer zu brechen und vor allem den ersten Schritt in die Richtung zu machen, die seine Nachfolger weiterführen sollten: Aus marmite ein erstklassiges Gourmetmagazin zu machen, das Köchinnen und Köche gleichermaßen ansprechen sollte.

Burk engagierte die besten Schreiber, unter ihnen auch die Bestseller-Kochbuchautorin Elfie Casty, die ihn sechs Jahre später beerbte. Casty verhalf marmite in der ersten Hälfte der 90er-Jahre dazu, sich ganz an der Spitze der Gourmetzeitschriften zu positionieren. Sie schrieb schon in ihrem ersten Editorial, dass es für eine Kochzeitschrift nur zwei Richtungen gab: «Die eine führt zu einem Kreis von Lesern mit Alltagsbedürfnissen. Die andere, also unsere Richtung, zum Kreis jener, die höhere Ansprüche stellen.» Casty, die gelernte Krankenschwester, hatte Jahre zuvor schon bewiesen, dass man es auch als Autodidaktin ganz an die Spitze der Kochgilde schaffen kann. In den 70er-Jahren wurde sie

zur schweizerischen Vorreiterin der Nouvelle Cuisine und schaffte es so zur international mehrfach ausgezeichneten Meisterköchin.

Nachdem sie mit ihrem Mann zusammen ihr Restaurant «Tschieri's Landhaus» im bündnerischen Davos verkauft hatte, wandte sie sich dem Fernsehen und der Kochbuchschreiberei zu. Ihre Kochsendungen im schweizerischen wie auch im deutschen Fernsehen waren große Erfolge. Der Klassiker unter ihren Kochbüchern mit dem Titel «Geliebte Küche» verkaufte sich einige zehntausend Mal, insgesamt dürften von all ihren Kochbüchern an die 200 000 verkauft worden sein.

Auch marmite führte sie zu neuen Höhen, nicht zuletzt dank einer treuen Anhängerschaft, die alles verschlang, was Casty lieferte. Stilsicher verpflichtete sie die besten Gourmetjournalisten, verbesserte das Design des Heftes und präsentierte erstklassige Rezepte auf hohem Niveau. Ohne die Leser und das Zielpublikum aus den Augen zu verlieren, blieben doch die Rezepte bei aller Kreativität auch für den begabten Kochlaien nachkochbar. Casty, die sich kaum für Weine interessierte, engagierte kurz nach ihrem Amtsantritt den bekannten Weinjournalisten Andreas Keller. «Elfie bot mir eine Spielweise an, auf der ich mich austoben konnte», erinnert sich Keller. Mit den Leuten aus dem Aargauer Verlag verstand sich Casty indes nicht immer. Regelmäßig beklagte sie sich, dass diese nicht begriffen hätten, dass ein Gourmetmagazin mehr bieten müsse, als Rezepte für «Wurstsalatfresser».

Als die Verlage des «Aargauer Tagblatts» und des «Badener Tagblatts» 1996 zu den «AZ-Medien» fusionierten, warf Casty den Bettel hin und verabschiedete sich mit einem gezeichneten Editorial und ohne Worte von ihrer treuen Leserschaft. Mit Andreas Keller, der die Chefredaktion übernahm, hat die «EC» den Kontakt abgebrochen. «Wer nicht mit ihr zusammen ging, galt in ihren Augen als Verräter», erinnert sich Keller. «Was schade ist, denn sie hat doch den Grundstein für den Erfolg gelegt, den marmite lange Zeit hatte», so Keller. Er hatte das Glück, dass AZ-Verleger und marmite-Besitzer Peter Wanner sich 1997 davon überzeugen ließ, marmite künftig als «Rolls Royce unter den Schweizer Gourmetmagazinen» zu positionieren. Kein Geringerer als der bekannte Schweizer Gastrokritiker Silvio Rizzi lud im April 1997 als Gastkoch zur großen Neulancierung des Gourmetmagazins ins «Zunftthaus am Neumarkt». Die gesamte Kochelite und Gastroprominenz ließ sich nicht zweimal bitten, kein bedeutendes Schweizer Medium, dass die Neulancierung nicht kommentiert hätte. «Besser, wirklich besser ist die Zeitschrift marmite nicht geworden als früher, als die grosse, patente Elfie Casty am Werk war», schrieb die «Weltwoche». «Doch Keller konnte das Niveau halten, moderner hat er die Zeitschrift gestaltet, nobler und schöner als vorher.» Keller hatte zwar nicht den Prominentenbonus seiner Vorgängerin, doch inhaltlich und gestalterisch verhalf er dem Magazin zu einem veritablen Sprung. Für die Gestaltung der Titelblätter engagierte er im Jahresrhythmus einen anderen Künstler, er baute die großen Hintergründe über Gourmet- und Weinregionen aus und begann, all jene kulinarischen Themen aufzunehmen, die heute in keiner Kochbuchbibliothek fehlen dürfen. Kulinarische Reisen durch ganze Regionen gehörten ebenso dazu wie literarische Leckerbissen. «Bei Goethe zu Tisch» hieß etwa ein größeres Stück, in dem sich Silvio Rizzi mit allen Quellen auseinandersetzte, in denen sich Goethe über seine kulinarischen Vorlieben äußerte. 112 Seiten

dick war das erste neu lancierte marmite noch 1997 unter Andreas Kellers Federführung, ganze 48 Seiten waren es fünf Jahre später. Was war passiert?

Verleger Peter Wanner hatte schon ein Jahr zuvor eine 180 Grad Kehrtwendung gemacht und sich von Elfie Castys Grundsatz, ein Kochmagazin für Leute mit höheren Ansprüchen zu produzieren, verabschiedet. Wanner hatte sich für die andere Richtung entschieden. Also für jene, welche den Leserinnen und Lesern vor allem in ihren Alltagsbedürfnissen entgegenkam.

Der Aargauer Verleger ließ sich von Annemarie Wildeisen davon überzeugen, dass sein Verlag für ein Magazin mit Breitenwirkung geeigneter sei als für ein Edel-Gourmetmagazin. Mit dem Kochmagazin «kochen» lancierte Wanner ein Heft, mit dem der Verlag in den Jahren darauf große Erfolge feiern sollte. Wildeisens Kochbücher verkauften sich wie einst Castys Bestseller. Sukzessive begann der Verlag den marmite-Abonnenten Wildeisens «kochen» anzubieten. Die marmite-Auflage brach ein. Ein Wunder nur, dass marmite den Umbruch überlebte. Dies gelang nicht zuletzt dadurch, dass marmite verstärkt auf Weingeschichten setzte und sich so klar von «kochen» unterschied, das vor allem Rezepte auf dem Niveau «Nüsslisalat mit Ei» präsentierte, damit aber einen offensichtlich neuen Zeitgeist traf. 2002 schrieb Keller etwas resigniert in seinem Editorial, dass man das vor fünf Jahren mit Pauken und Trompeten neu lancierte marmite zu Grabe getragen habe. «marmite ist tot: es lebe marmite!», schrieb er mit einem lachenden und einem weinenden Auge, wohl wissend, dass der Verlag dem Heft nicht mehr allzu viel Kredit gab.

Dennoch versuchte Keller mit seiner Crew weiterhin, ein lesenswertes Heft zu gestalten und die Leserinnen und Leser mit etwas höheren Ansprüchen bei Laune zu halten. Doch den Niedergang konnte Keller bei aller Motivation nicht aufhalten, zu gering war die Unterstützung durch den Verlag. Als AZ-Verleger Wanner 2006 das Gourmetmagazin an die Herausgeber des Wein-Magazins «Vinum» verkaufte, war die Zahl der Abonnenten massiv geschrumpft. Doch auch dieser Verkauf war nicht mehr als ein Schritt vom Regen in die Traufe. Die «Vinum»-Verantwortlichen wollten die Leserschaft des eigenen Titels stärken und marmite als Beilage zu «Vinum» wieder als reine Foodzeitschrift positionieren. Wein gab es in «Vinum» genug, aber nur bedingt kulinarische Strecken, und solche mit Rezepten suchte man dort vergebens. Man investierte vor allen Dingen in ein neues redaktionelles Konzept und in ein neues Layout. Ziel war «die Verjüngung der Leserschaft», wie es Andrin C. Willi formulierte, der damals das Ruder als Chef-Redaktor übernommen hatte.

Anfänglich wurden die Ziele hoch gesteckt, doch als sich die Besitzverhältnisse der «Intervinum AG» änderten und fortan der deutsche «Landwirtschafts-Verlag» die Aktienmehrheit und somit das Ruder der «Intervinum AG» übernahm, verlor man in Münster langsam das Interesse und schnell den Glauben an marmite. Und mit der Zeit auch das Interesse an «Vinum». Der Verlag wurde an den St. Galler Verleger Roland Köhler der «Künzler Bachmann Medien AG» verkauft. Kurz danach bekam marmite in diesem Sommer erneut einen neuen Verleger: Dominique Hiltbrunner. «Jetzt beginnen wir wieder auf der grünen Wiese», sagt er. Willi ergänzt: «Irgendwer hat ja immer an marmite

geglaubt». Es scheint, als sei man bei marmite auch nach 50 Jahren kein bisschen älter geworden. Die heutigen Macher stehen wieder vor dem Ziel, das sich der Schweizer Club kochender Männer bereits vor 50 Jahren auf die Fahne geschrieben hat: «Wider die Banausen ins Feld zu ziehen, so im Essen und Trinken nichts Besseres sehen wollen als die Stillung ihrer Notdurft.»