

Als ihr Platzhalter ermöglicht es der ›weiße N-‹ der Schweizer Hausfrau, sich für einen Moment aus dem häuslichen Alltag herauszunehmen und sich mithilfe einer kolonialen Fantasie in die Perspektive einer kolonialen Hausherrin mit Dienstboten zu versetzen. Paradoxe Weise wird diese Fantasie zu einem historischen Zeitpunkt aufgerufen, an dem sich die Zahl von Hausangestellten drastisch verringerte und sich »der Übergang von der Hausherrin zur Hausfrau, von der Aufsicht über bezahlte Hausarbeit anderer zur eigenen unbezahlten Hausarbeit«¹⁷⁴ vollzog, wie Gisela Bock und Barbara Duden konstatieren. Das vorherige Dienstmädchen konnte nun selbst die Position der bürgerlichen Hausvorsteherin anstreben – als Hausfrau ohne Bedienstete allerdings.

Die Botschaft der Werbung besagte demnach, dass die Waren des *Globus* der Hausfrau einen guten Dienst erweisen, weil sie auch die Bediensteten ersetzen könnten. Die kommodifizierte Figur des Schwarzen Dieners, der mittels der kolonialen Ikonografie zwischen Mensch und Produkt angesiedelt wird, macht die virulente Schnittstelle zwischen neuen Dienstleistungsprodukten und der verfallenden Bedienstetenkultur sichtbar. Koloniale Fantasien ermöglichen es in dieser Umbruchphase, der Hausfrau *imaginär* den sozialen Status einer Hausherrin zuzuweisen. Das partielle Weißsein des ›weißen N-‹ lässt sich vor diesem Hintergrund als unvollständige und nicht vervollständigbare Annäherung an die Schweizer Hausfrau lesen, deren Status über die Differenz zum rassifizierten Anderen attraktiv und begehrenswert erscheint. Die komische und bizarre Werbefigur des *Globus* hält der Schweizer Hausfrau einen durch die ›Rassendifferenz‹ verzerrten Spiegel hin, in dem sie sich nicht als Bedienstete, sondern als Hausherrin, nicht als *mimic man*, sondern als gute Hausfrau, nicht als feminisierter Mann, sondern als wahrhafte Frau, nicht als weißer Schwarzer, sondern als authentische Weiße erkennen kann.

WARENRASSISMUS UND *OTHERING*

Gemäß McClintock kann die intime Verknüpfung von Massenkonsum und Imperialismus im *Fin de Siècle* nicht getrennt werden von der Neu-erfindung des Häuslichen und der Hausfrau, denn »the mass-marketing

174 | Bock und Duden 1977, 155.

of empire as a global system was intimately wedded to the Western reinvention of domesticity, so that imperialism cannot be understood without a theory of domestic space«¹⁷⁵. Diese Einsicht gilt es auch umzukehren: Die Durchsetzung bürgerlicher Normen durch den Massenkonsum bedurfte der Bezugnahme auf das imperiale Projekt. Die Schweiz ist ein interessantes Beispiel für die Untersuchung dieses Zusammenhangs, weil die Einschränkung der Frauen auf die häusliche und private Sphäre hier sowohl in normativer als auch in praktischer Hinsicht besonders weitreichend war.¹⁷⁶

Wie Arni festhält, wurde das Ideal der ›modernen Familie‹ um 1900 zum normativ verbindlichen Modell des Zusammenlebens, »ein Modell, das sich auszeichnet durch eine Konzentration auf die Paarbeziehung und das Kind, durch eine ausgeprägt geschlechterpolarisierte familiäre Ordnung sowie durch eine privatistische Abgrenzung von der Außenwelt und zugleich eine zunehmende Unterwerfung unter sozialpolitische Steuerung«¹⁷⁷. Die wirkmächtige Figur der modernen Familie legitimierte unterschiedliche Machtverhältnisse, die gleichzeitig konstitutiv in sie eingelassen waren: die neu kodierten patriarchalen Herrschaftsbezüge zwischen den Familienmitgliedern, die im Schweizerischen Zivilgesetzbuch von 1907¹⁷⁸ ihren rechtlichen Niederschlag fanden, die zunehmende biopolitische Regulierung der Bevölkerung durch Staat, Kantone und Gemeinden und Wohltätigkeitsinstitutionen, die neuen affektiven Verbindungen, die zwischen den Klassen mittels der Konsumgesellschaft hergestellt wurden und eine maßgeblich durch die Wissenschaft unterstützte Ontologisierung einer komplementären und hierarchischen Zweigeschlechtlichkeit. Damit wurde die Hausfrau Teil des nationalen Projekts: »Mit der Schaffung der ›Schweizer Hausfrau‹, die sich durch besondere Sparsamkeit, Bescheidenheit und was der nationalen Tugenden noch mehr waren, auszeichnen sollte, wurde die ›Schweizer Frau«

175 | McClintock 1995, 17.

176 | Blattmann 1998, 28.

177 | Arni 2004, 13. Zur Vorgeschichte dieser Entwicklung siehe Mesmer 1988.

178 | Schweizerisches Zivilgesetzbuch vom 1. Dezember 1907, in Kraft getreten am 1. Januar 1912, Bundesblatt 1907, Band 6, S. 589-890, online abrufbar unter <https://www.amtsdruckschriften.bar.admin.ch/start.do> (Zugriff am 24. September 2018).

nachhaltig in die nationale Ideologie eingebunden.«¹⁷⁹ Wie wir noch sehen werden, diente das Leitbild bürgerlicher Weiblichkeit in der Schweiz gleichzeitig seit Mitte des 19. Jahrhunderts auch »zur Disziplinierung der Unterschichten und zu deren Einbindung in den schweizerischen Nationalstaat«¹⁸⁰.

Der Tätigkeitsbereich von Frauen wurde in den 1930er Jahren ideell und faktisch enorm eingeschränkt, etwa durch die Vorgabe, dass verheiratete Frauen nicht erwerbstätig sein sollten.¹⁸¹ Die heftig geführten Debatten zum »Doppelverdienertum«, die um 1930 einsetzten, bewirkten eine zunehmende Ablehnung der Erwerbstätigkeit von verheirateten Frauen.¹⁸² Trotz vieler Proteste und Einwände setzte sich dieses Dispositiv weitgehend durch und führte zu einer »Zementierung der rollengeteilten, hierarchisch organisierten Familie als dem Kern des bürgerlichen Staates (als einer Männergemeinschaft)«¹⁸³. Diese Norm der nicht-erwerbstätigen Hausfrau und Mutter, die im Haushalt ihre wahre Bestimmung findet, wurde in der Zwischenkriegszeit hegemonial.

Das Ideal der tüchtigen, einfachen und fleißigen Hausfrau prägte nun auch Bewegungen, die zuvor dissidente Positionen eingenommen hatten. Joris schreibt: »Auf diese Linie schweizerischen Frauseins schwenkten im Laufe der dreißiger Jahre alle bedeutenden Frauenorganisationen ein, selbst Sozialdemokratinnen, die noch vor kurzem auf das Recht auf Arbeit gepocht hatten.«¹⁸⁴ Gleichzeitig wurden die Kämpfe um die ökonomischen und politischen Rechte von Frauen in den 1930er Jahren unter dem Einfluss der Wirtschaftskrise, der zunehmend rechtskonservativen Ausrichtung der Politik und der »Geistigen Landesverteidigung« zurückgedrängt. Die Diskussion um die außerhäusliche Erwerbsarbeit der Frau

179 | Blattmann 1998, 28.

180 | Joris 1990, 100.

181 | Studer 2001a, 79.

182 | Ziegler 1996; Studer 2001b.

183 | Ziegler 1996, 100.

184 | Joris 1990, 114. Diese Entwicklung ist nicht zu trennen von der Reorganisation der Sozialdemokratie in der Schweiz, die ab den 1930er-Jahren den Diskurs der »Geistigen Landesverteidigung« zu übernehmen begann. 1935 strich die sozialdemokratische Partei die Diktatur des Proletariats aus ihrem Programm und ebnete damit den Weg in eine Koalitionsregierung mit den bürgerlichen Kräften (Degen 2013).

und ihre politische Gleichstellung verschwand zusehends, und damit auch die Forderung nach dem Frauenstimmrecht oder gleichem Lohn für gleiche Arbeit.¹⁸⁵ Umgekehrt gewann, so Joris und Witzig, »der Gedanke wieder an Bedeutung, die Schaffung einer Familienatmosphäre sei eher Berufung als Beruf. Der Schutz der Privatsphäre und der familiären Intimität war für die Frauen der Mittelschicht vorrangig«¹⁸⁶. Das Modell der »Nur-Hausfrau«¹⁸⁷ wurde zwar erst mit der Hochkonjunktur ab den 1950er Jahren für eine größere Anzahl von Frauen Realität. In den 1930er Jahren entstand aber das, was man mit McClintock den »modernen Schweizer Haushaltskult« nennen könnte.

Paradoxerweise fand das Zelebrieren des Privaten, Familiären und Intimen in hohem Maße in der Öffentlichkeit statt. Gerade die Werbung, die Hauswände und Plakatsäulen mit häuslichen Szenen im Großformat vollpflasterte – Männer, die sich rasieren, Kinder, die gebadet werden, Hausfrauen beim Putzen –, spielte mit der Durchlässigkeit der Grenzen zwischen privatem und öffentlichem Raum.¹⁸⁸ Diese Prozesse überschritten sich mit der im ausgehenden 19. Jahrhundert einsetzenden Assoziierung von Frauen mit Konsum.¹⁸⁹ Das aufstrebende Marketing der Zwischenkriegszeit wurde, wie Tanner und Studer zeigen, stark an Konsumentinnen ausgerichtet: »*Gagnez la femme* etablierte sich als Motiv der sich herausbildenden Konsumgesellschaft.«¹⁹⁰ Gleichzeitig wurde der Massenkonsum zu einem wichtigen Transmissionsriemen für die Verbreitung eines Ideals von Weiblichkeit, die sich ganz dem Heim und den Kindern verschreibt.

Die Werbung adressierte die neue Hausfrau aber nicht nur als Hüterin des Häuslichen, sondern auch als Vertreterin einer imperialen Weltordnung. Der moderne Haushaltskult der Zwischenkriegszeit verband sich dabei mit dem Versprechen, Teil einer zivilisierten und fortschrittlichen Welt zu sein. Wie Beispiele aus der Werbung der 1930er Jahre zeigen, denen ich mich im Folgenden zuwende, wurde die Schweizer Hausfrau als Bestandteil einer Kultur des Weißseins imaginiert, in der sich weiße

185 | Joris und Witzig 1986, 74.

186 | Joris und Witzig 1986, 74.

187 | Joris und Witzig 1986, 75.

188 | McClintock 1995, 209.

189 | Tanner und Studer 2012, 643.

190 | Tanner und Studer 2012, 644 [Hervorhebung im Original].

Wäsche, ein mustergültiger Haushalt und der makellose helle Teint der Haut auf signifikante Weise verschränkten und dabei Vorstellungen einer fortschrittlichen weißen Nation sichtbar machten, die erfolgreich in die imperiale Metropole eingebunden war. Werbung verhandelte demnach nicht nur komplementäre und hierarchische Geschlechternormen, sondern auch Weißsein als implizite Norm des Schweizer Haushaltskults.

Abbildung 14: Inserat der Firma Electrolux 1933

Die Neger haben Motten nicht zu fürchten ~

das ist klar! Wo keine Kleider und Teppiche sind, werden auch keine gefressen - Wir aber, - mit unserer Zivilisation brauchen Ausstattungen um leben zu können und uns wohl zu fühlen. Damit bauen wir aber auch außerordentlich günstige Schlupfwinkel für die Feinde unserer Gesundheit und unseres Besitzes, nämlich:

Staub - Bakterien - Motten

In Teppichen, Vorhängen, Stöcken, Futteulen, etc. überall setzen sich diese unheimlichen Schädlinge fest. Wie sollen wir sie wirksam bekämpfen? Die Wissenschaft beweist uns täglich, daß die früher getroffenen Maßnahmen zum Schutze gegen die uns heute im Haushalt unläslichen Gefahren bei weitem nicht mehr ausreichen.

*Es gibt nur einen Apparat, der den
Staub, Bakterien und Krankheitser-
reger, aber auch Motten und deren
Brut restlos vernichtet und das ist der*

Electrolux

Hygiene-Apparat Mod. XII



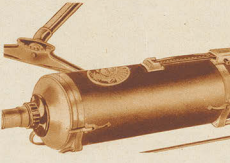
Er macht mit seinen 2000 Litern eingesaugter Luft pro Minute Razzia in allen Schlupfwinkeln und filtert während seiner gründlichen Sauberungsaktion gleichzeitig die Luft, - macht sie rein und bakterienfrei - mit einem besonderen, imprägnierten Bakterienfilter. Außerdem ist er geräuschlos, nimmt vom Teppich alle Fäden und Haare auf, klopft nicht, bürstet nicht, also ruiniert er nicht und kostet nur

Fr. 25.50 im Monat

Verlangen oder akzeptieren Sie eine kostenlose Vorführung in Ihrem Heim. Ihnen allen unmodernem Staubsauger nehmen wir, zu günstigsten Bedingungen für Sie, in Zahlung

Electrolux

A.G., Zürich • Schmidhof
 Basel Marktgasse 25 Tel. 45.400
 Bern Spitalgasse 27 Tel. 34.704
 Davos-Dorf Villa Asta Tel. 11.02
 Genève 45, Rue du Rhone Tel. 41.498
 Lausanne 2, Rue de la Paix Tel. 28.710
 Lugano Palazzo Gambrinus Tel. 12.76
 Luzern Theaterstrasse 13 Tel. 21.740
 St. Gallen Schützenstrasse 9 Tel. 47.02



Quelle: Schweizer Illustrierte Zeitung 1933(22)

Ein wichtiger Bestandteil des kolonialen Haushaltskults war die Figur der »primitiven« Anderen, durch deren Rückständigkeit die Fortschrittlichkeit der modernen Hausfrau herausgestellt werden konnte. Diese Form des *Othring* findet sich in einer Staubsauger-Werbung der Firma *Electrolux* aus dem Jahre 1933 (vgl. Abbildung 14). Sie zeigt rechts eine Fotografie, auf der fünf Schwarze Erwachsene und ein Kleinkind zu sehen sind, nackt oder wenig bekleidet und auf dem Erdboden sitzend. Am rechten Bildrand zeichnen sich Wand und Dach einer Strohütte ab. Im Inserat steht in großen Lettern: »Die N[...] haben Motten«, gefolgt von einem kleiner gedruckten Teilsatz »nicht zu fürchten -«. Der Titel spielt demnach mit der Vorstellung, Schwarze Menschen würden mit Motten leben, eine Anspielung auf die rassistische Verbindung von Schwarzsein und Schmutz.

Erst ein genauerer Blick zeigt, dass dem nicht so ist: Die abgebildeten Menschen haben gerade keine Motten. Denn weiter heißt es in kleiner Schrift: »das ist klar! Wo keine Kleider und Teppiche sind, werden auch keine gefressen – Wir aber, – mit unserer Zivilisation brauchen Ausstattungen um leben zu können und uns wohl zu fühlen. Damit bauen wir aber auch außerordentlich günstige Schlupfwinkel für die Feinde unserer Gesundheit und unseres Besitzes, nämlich: Staub – Bakterien – Motten.«

Die Funktion Schwarzer Menschen in diesem Inserat ist eine zweifache: Zum einen sind sie der Blickfang für die Werbung. Ihr Bild soll die Neugier der Leserschaft wecken und der reißerische Titel mit der unerwarteten Wendung im kleingedruckten Satzteil soll sie zum Lachen bringen – ein Lachen, das eine rassistische Weltsicht abruf und bestätigt. Gleichzeitig symbolisieren sie eine Gegenwelt zum häuslichen Dasein der Zivilisation. Sie machen deutlich, dass ein Leben ohne Motten bedeuten würde, keine Kleider und Teppiche zu besitzen. Die Motten werden damit zum Zeichen eines zivilisierten Daseins, das sich von der ›primitiven‹ Lebensweise der Wilden abhebt. Der mühsame Kampf gegen diese Eindringlinge erhält dadurch eine neue Bedeutung: Dass Motten Teppiche zerfressen, verweist auf den Status von Menschen, die in einer Wohnung und nicht in der Wildnis leben. Motten richten sich gegen ›Gesundheit und Besitz‹, aber gerade darum belegt ihr Vorhandensein eine bürgerliche Existenz, die ein modern kodierte Verständnis von Gesundheit und Besitz impliziert. Angesichts der fast nackten, dünnen, ärmlichen Schwarzen Menschen kann die weiße Hausfrau die Vorstellung getrost zurückweisen, dass sie ein Leben ohne Motten, Staub und Staubsauger führen möchte.

Mit dem Staubsauger, der die Motten erfolgreich bekämpfen soll, kommt eine weitere bedeutsame Dimension des kolonialen *Othring* ins Spiel. Das Gerät weist auf den technischen Fortschritt hin, der die Tätigkeit im Haushalt zunehmend durchdrang. Wie Joris festhält, wurde die Hausarbeit in der Zwischenkriegszeit durch Rationalisierungsbewegungen erfasst, die aus der betrieblichen Arbeit stammten.¹⁹¹ Obwohl Haushaltsgeräte erst in der Hochkonjunktur der 1950er und 1960er Jahren im größeren Stil Eingang in Schweizer Haushalte fanden, wurden sie in den 1930er Jahren bereits eifrig beworben. Neben den erhöhten Ansprüchen an die Hygiene und dem Mangel an Dienstbot*innen reagierte diese Ent-

wicklung auch auf das »Bedürfnis, die Hausarbeit der bürgerlichen Frau durch den prestigeträchtigen Besitz eines elektrischen Geräts aufzuwerten«¹⁹².

Die Vorstellung des technischen Fortschrittes verband die Haushalte mit national bedeutsamen Projekten wie dem Bau von Wasserkraftwerken oder der Elektrifizierung der Eisenbahn.¹⁹³ Der Staubsauger war damit weit mehr als ein Hilfsmittel im Haushalt, er stellte auch eine Verbindung zum Bild einer technisch avancierten Nation her. Diese Relation verstärkte sich durch die Assoziation des Staubsaugens mit der Wissenschaft. Im Inserat heißt es: »Die Wissenschaft beweist uns täglich, dass die früher getroffenen Maßnahmen zum Schutz gegen die uns heute im Haushalt umlauernenden Gefahren bei weitem nicht mehr ausreichen.« Diese Aussage bindet die Hausfrau nicht nur in eine Welt der technischen Innovationen, sondern auch der wissenschaftlichen Wahrheit ein. Gleichzeitig wird mit diesem Satz eine weitere Differenz angesprochen, die nicht die »Primitiven« ohne Teppich von den Zivilisierten mit Teppich unterscheidet, sondern die moderne Hausfrau mit einer fortschrittlichen, sprich technisch und wissenschaftlich abgestützten Haushaltsführung von der Vorfahrin mit ihren unzureichenden »früher getroffenen Maßnahmen« unterscheidet. Damit wird die Schweizer Hausfrau im Inserat durch eine doppelte Differenz als moderne Frau konstituiert: in Abgrenzung zu den zeitgenössischen »Primitiven«, die eine räumliche Differenz, und zu ihren eigenen Vorfahren, die eine zeitliche Differenz aufrufen.

Die moderne Reinigungsarbeit, so vermittelt das Inserat, ist darum effizient und hygienisch, weil sie durch Technik ermöglicht und durch wissenschaftliche Erkenntnis begleitet wird. Wie ich im zweiten Kapitel dieser Arbeit diskutiere, bestand seit dem späten 19. Jahrhundert ein enger Zusammenhang zwischen Schweizer Selbstbildern und technischem Fortschritt.¹⁹⁴ Die Staubsauger-Reklame zeigt, dass dieser »Techno-Kolonialismus« auch für den Bereich des Haushalts bedeutsam war: Die Fortschrittlichkeit der Schweizer Hausfrau maß sich daran, dass sie sich, im Unterschied zu den »primitiven« Anderen, der modernen Technik bedienen konnte.

192 | Bähler 1996, 177.

193 | Pasquier 2006.

194 | Vgl. dazu das Unterkapitel *Schweizer »Technokolonialismus«*.

Dass der technische Fortschritt der Nation im Haushalt zum Ausdruck gebracht und mit kolonialen Anderen kontrastiert wurde, verdeutlicht ein Artikel zur Schweizer Wasserversorgung, der im Jahre 1932 in der *Schweizer Illustrierten Zeitung* erschien.¹⁹⁵ Zu Beginn stellt der Bericht die selbstverständliche Verfügbarkeit von sauberem Wasser im eigenen Heim infrage: »Wer denkt groß daran, dass das kristallklare Wasser in Küche und Baderaum eine herrliche Gabe der Natur ist, um die wir in breiten Erdstrichen benieden werden? Nur wer schon einmal die wasserarmen Gebiete Italiens, Spaniens oder Nordafrikas betreten hat, weiß das kostbare Nass unserer Alpenzone nach Gebühr zu schätzen.«¹⁹⁶ Wasser taucht in dieser Darstellung erst einmal als natürliche Ressource auf, die mit den Alpen in Verbindung gebracht und dann den trockenen Landschaften Italiens, Spaniens und Nordafrikas gegenübergestellt wird. Man müsse diese anderen Gebiete betreten haben, man müsse gleichsam die wasserarmen Landschaften des Südens vor Augen gehabt haben, um den Reichtum der Schweiz erkennen zu können, so legt die auf dem *Othering* basierende Logik des Artikels nahe.

Es sind aber nicht nur die natürlichen Ressourcen, welche die Schweiz zu einem Wasserparadies machen. Es ist, so heißt es weiter, die Technik, welche die Gewinnung von Trinkwasser und seine Verteilung ermögliche. Es »sei vorausgeschickt«, hält der Text fest, bevor er sich den Details der Wasserkklärung zuwendet, »dass uns die Fortschritte der Technik alle nötigen Mittel verschafft haben, um Wasser selbst unter Überwindung größter Hindernisse an die einzelnen Verbrauchsstellen heranzuführen. Die gewaltigen Errungenschaften der Neuzeit ermöglichen ferner die Zubereitung jedes beliebigen Wassers als Trinkwasser.«¹⁹⁷ Es ist also die Kombination natürlicher Ressourcen in den Alpen mit den fortschrittlichsten Techniken, die das Schweizer Wasser zu einem hygienischen und überall erhältlichen Gut macht. Ähnlich wie die Gotthardbahn für eine Schweiz steht, die erfolgreich imposante Berglandschaften mit technischen Innovationen verbindet, symbolisiert das Trinkwasser an dieser Stelle die gelungene Fusion zwischen Natur und Technik im Kontext einer Schweiz, die für beides steht.

195 | O.V.: »Wasser im Haushalt«, in: *Schweizer Illustrierte Zeitung* 1932(6).

196 | O.V.: »Wasser im Haushalt«, in: *Schweizer Illustrierte Zeitung* 1932(6).

197 | O.V.: »Wasser im Haushalt«, in: *Schweizer Illustrierte Zeitung* 1932(6).

Bedeutsam ist, dass der Artikel explizit die Schweizer Hausfrau adressiert. Sie ist die glückliche Nutznießerin der modernen Wassertechnik, wie der Artikel zum Schluss konstatiert: »In jedem Falle aber ist die Beschaffung unseres Trinkwassers ein technisches Kunstwerk, das alle Aufmerksamkeit unserer Hausfrauen verdient, zumal wenn man sie in die Lage unserer Vorfahren zurückversetzt, welche mit so primitiven Brunnenanlagen versehen waren, dass sie sehr häufig als Herde gefährlicher Epidemien erkannt werden mussten.«¹⁹⁸ Die Technik der Trinkwasserversorgung schützt die Hausfrau und ihre Familie vor Verschmutzung und damit vor Krankheiten. Aus einer biopolitischen Perspektive lässt sich dieser Text als geschlechterspezifische Subjektivierungsanleitung lesen, in der das Herstellen von Nation und Familie unter der Perspektive der Hygiene zusammengeführt wird. Die idealisierte Schweizerin wird dabei, anders als der Schweizer (wie wir im zweiten Kapitel sehen werden), nicht als verkörperte Verbindung von imposanter Bergwelt und technischem Können betrachtet, sondern als Rezipientin und Konsumentin dieser Verbindung. Sie ist nicht die Schöpferin des »technischen Kunstwerks«, sondern die Nutzerin, deren Wirkstätte, der Haushalt, im Kontext von nationalem Territorium (die Berge und ihr Wasserreichtum), technischem Fortschritt (die Wasserreinigung und -distribution) und biopolitischer Regulierung (die hygienische Lebensführung und Pflege der Familie) verortet wird. Als differenzielles Moment dieser Verbindung dienen die im ersten Satz aufgerufenen Bewohner*innen der trockenen Gebiete dieser Erde, die bei der Illustration des Artikels wiederkehren.

Der Text ist mit zwei Fotografien bebildert (vgl. Abbildung 15), welche die Nutzung des Wassers im Alltag veranschaulichen. Das linke Bild zeigt eine weiße Frau, die an einem Spülbecken in der Küche steht und Wasser aus dem Hahn in ein gläsernes Trinkglas laufen lässt. An der Wand hängen ein Kalender und eine Kuchenform aus Metall. Sie trägt eine Bluse mit adrett aufgekrempelem Rand und eine Schürze, das typische Kleidungsstück der Hausfrau, die ihre Kleidung vor den Spuren der Küchenarbeit, vor Mehl- oder Fettflecken schützen will. Das Haar trägt sie modisch frisiert in mehreren großen Wellen. Ihr Gesichtsausdruck wirkt ruhig und konzentriert. Die Lichtführung leuchtet Gesicht und Hände der Frau, die im Zentrum des Bildes sind, hell aus. Das zweite Bild zeigt eine Schwarze Frau, die einen Krug an einem Wasserhahn im

198 | O.V.: »Wasser im Haushalt«, in: *Schweizer Illustrierte Zeitung* 1932(6).

Freien füllt. Daneben stehen neun weitere große Wasserbehälter. Ebenso wie eine jüngere Frau, die hinter ihr steht und ihr zuschaut, trägt sie ein Wickeltuch, das über ihrer linken Körperhälfte liegt und ihre rechte Schulter frei lässt. Ihre Füße sind nackt.

Abbildung 15: Illustration des Artikels »Wasser im Haushalt« 1932



Quelle: Schweizer Illustrierte Zeitung 1932(6)

Im Hintergrund ist die Wand eines einfachen einstöckigen Hauses erkennbar. Die Frau blickt direkt in die Kamera und lächelt zurückhaltend. Obwohl die Protagonistinnen auf beiden Fotos dieselben Tätigkeiten ausführen, arbeiten die Bilder mit einer Gegenüberstellung: die Frau in der Küche und die Frau draußen, das durchsichtige Glas und der schwere dunkle Krug, die modische Kleidung und das Wickeltuch, der zeitgemäße Haushalt mit seiner modernen Infrastruktur und das einfache Haus, das eine rudimentäre Ausstattung nahelegt.

Die Bildlegende treibt die in den Bildern angelegte Dichotomisierung weiter. Die Bildunterschrift des zweiten Fotos lautet: »Im Orient ist eine solche Wasserleitung durch Rohr und Hähnen selten. Meist wird das

Wasser aus Ziehbrunnen emporgezogen. Oft genug ist es schmutzig und zum Trinken unbrauchbar. Eine Leitung, wie sie hier gezeigt wird, wo die ebenholzschwarzen Schönen ihre metallenen Gefäße spülen, gehört schon zu den modernsten Errungenschaften.« Hygiene, Sauberkeit und Gesundheit sind das zentrale Moment, das die Welt der weißen und diejenige der Schwarzen Frau voneinander unterscheidet. Zudem wird auch an dieser Stelle die Schwarze Frau über den Topos der Hygiene mit der Vorfahrin der weißen Frau verbunden: Die »primitiven Brunnenanlagen [...] als Herde gefährlicher Epidemien« der historischen Schweizerinnen wecken Assoziationen mit den Ziehbrunnen im Orient, deren Wasser oft »schmutzig und zum Trinken unbrauchbar« sei.

Der eingeschränkte Zugang zu einer Technologie an einem unbekannten, ärmlichen und exotisierten Ort (der Text spricht vom Orient, während das Bild eine ostafrikanische Szene zu zeigen scheint) macht ersichtlich, wie »selbstverständlich und bequem« der Umgang mit Wasser ist, über den die moderne Schweizer Hausfrau verfügt. Erst die Differenz zur Frau im »Orient« lässt die Schweizer Hausfrau als begünstigt erscheinen: Ihre Küche mit dem Kalender und der Kuchenform an der Wand kann in eine moderne Zeitrechnung eingeordnet werden und sich so von der Lebenswelt der Schwarzen Frau absetzen, die unentschieden zwischen Draußen und Drinnen, Vormoderne und Moderne changiert. Sie lebt nicht im Freien, wie die Schwarzen Menschen in der *Electrolux*-Werbung (vgl. Abbildung 14), aber ihr Haus ist simpel und der Zugang zu einer rudimentären Technik zwingt sie dazu, Handlungen im Freien zu verrichten, welche die Schweizer Hausfrau im Inneren des Hauses ausführen kann.

Die Unterscheidung von Innen und Außen ist dabei höchst bedeutsam, denn die Herstellung eines privaten »inneren«, vom öffentlichen »äußeren« abgegrenzten Raum ist zentral für die moderne Geschlechterordnung. Bedeutsam ist auch die Herstellung von Weißsein durch das *Otherring*: Die Bezeichnung der einen Frau als »ebenholzschwarz« führt eine Differenz zum hell ausgeleuchteten Gesicht der anderen Frau ein, die weiß erscheint, ohne als weiß bezeichnet werden zu müssen. Das *Otherring* der nicht-weißen Frau macht ersichtlich, dass die Stilisierung der modernen Schweizer Hausfrau ganz wesentlich im Register des Weißseins erfolgte.