



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Das Kaffeehaus als Seismograph
gesellschaftlicher Veränderungen. Wien ab 1950 “

verfasst von

Sabrina Wolfschluckner

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2014

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Betreut von:

A 190 313 353

Lehramtsstudium UF Geschichte,

Sozialkunde, Politische Bildung

UF Spanisch

a.o. Univ. Prof. Dr. Peter Eigner

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe.

Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, Juni 2014

Sabrina Wolfschluckner

HINWEIS: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in der vorliegenden Arbeit auf die Anführung von maskulinen und femininen Formen oder der Binnenmajuskel verzichtet. Die Termini sind, auch wenn diese grammatikalisch rein männlich sind, stets auf Männer und Frauen gleichermaßen zu beziehen.

DANKSAGUNGEN

An dieser Stelle möchte ich mich von ganzem Herzen bei meinen Eltern, Ingrid und Rudolf Wolfschluckner, bedanken, die mich während meines Studiums stets unterstützt haben und immer für mich da gewesen sind. Ihnen, die keine Kosten und Mühen gescheut haben, um mir meinen Berufswunsch zu erfüllen, ist es zu verdanken, dass ich heute diese Zeilen schreibe. Sie haben mich immer dazu animiert, nicht aufzugeben und zu dem Menschen gemacht, der ich heute bin. Liebe Mama, lieber Papa, dafür danke ich euch vielmals!

Auch meinem Freund, Patrick, der mich stets beruhigt hat, gebührt großer Dank. Er gab mir Kraft und Motivation, schenkte mir viele aufbauende Worte und war in jeder schwierigen Phase an meiner Seite. Danke, dass du die Strapazen auf dich genommen hast, mein Ruhepol in Mitten von Selbstzweifel und Stress zu sein.

Außerdem möchte ich meinen Schwestern, Carmen und Vanessa, für die moralische Unterstützung und die Hilfestellung bei der Korrektur meiner Arbeit, danken.

Des Weiteren bin ich auch dem „Engels“ zu Dank verpflichtet. Hier saß ich stundenlang und arbeitete an meinen Ausführungen. Dabei war ich stets von Menschen umgeben, die mich motiviert haben, weiter zu machen. Danke für die vielen Gespräche, die mich in meiner Arbeit voranbrachten. Danke für die freie Zeit, die mir ermöglicht wurde, um dieses Projekt so schnell wie möglich zu beenden. Danke, dass ihr mir stets Mut zugesprochen habt.

Zu guter Letzt muss ich auch meinem Betreuer, Herrn a.o. Univ. Prof. Dr. Peter Eigner, danken, der mir trotz des knappen Zeitrahmens seine Betreuung zugesichert hat. Vielen Dank für die wertvollen Anregungen und die Zeit, die sie mir und meiner Diplomarbeit gewidmet haben.

INHALTSVERZEICHNIS

1. Einleitung.....	10
2. Begriffsdefinitionen.....	13
2.1. Kaffeehaus.....	13
2.2. Kaffeehauskultur.....	15
3. Geschichte des Kaffees.....	18
3.1. Die Entdeckung des Kaffees und seine Verbreitung nach Europa.....	18
3.2. Die Einführung des Kaffees in Europa.....	20
3.3. Die Einführung des Kaffees in Wien.....	22
4. Das Wiener Kaffeehaus.....	26
4.1. Diodatos Ausschankprivileg und die Anfänge des Wiener Kaffeehauses.....	26
4.2. Das Anwachsen der Zunft.....	27
4.3. Die Schlagbrücken-Cafés.....	30
4.4. Der Streit mit den Wasserbrennern.....	30
4.5. Johann Jakob Tarone – der Erfinder des Schanigartens.....	31
4.6. Die ersten bedeutenden Kaffeehäuser.....	33
4.6.1. Zeitungen.....	33
4.6.2. Das Kaffeehaus als Spielstätte.....	35
4.6.3. Die ersten bedeutenden Kaffeehäuser.....	36
4.6.3.1. Das „Café Rebhuhn“.....	36
4.6.3.2. Das „Café Milani“.....	37
4.6.3.3. Das „Kramersche Kaffeehaus“.....	38
4.6.3.4. Die Praterkaffeehäuser.....	38
4.6.3.5. Konzertcafés.....	39
4.7. Napoleons Kontinentalsperre und die Kaffee-Surrogate.....	40
4.8. Die Blütezeit des Wiener Kaffeehauses.....	42
4.8.1. Das „Silberne Kaffeehaus“.....	43
4.9. Die Ringstraßenära.....	44
4.9.1. Das „Café Prückel“.....	45
4.10. Die Wiener Literatencafés.....	47
4.10.1. Das „Café Griensteidl“.....	47
4.10.2. Das „Café Central“.....	49
4.10.3. Das „Café Sperl“.....	51
4.10.4. Das „Café Museum“.....	53

4.11. Der Erste Weltkrieg und seine Folgen	55
4.12. Das Kaffeehaus während des Zweiten Weltkrieges	56
4.12.1. Das „Café Hawelka“	59
5. Charakteristika des Wiener Kaffeehauses.....	63
5.1. Gastronomisches Angebot	63
5.1.1. Der Kaffee	63
5.1.2. Die Mehlspeisen	64
5.1.3. Speisen	64
5.2. Das Personal	65
5.2.1. Der „Herr Ober“	65
5.2.2. Die Sitzkassierin	66
5.3. Die Ausstattung	67
5.3.1. Mobiliar	67
5.3.2. Wandschmuck	67
5.3.3. Schanigarten.....	68
5.3.4. Unterhaltungsmittel.....	68
5.4. Die Gäste	68
6. Der schnelle Espresso der 1950er & 1960er Jahre.....	69
6.1. Kontextualisierung	69
6.2. Stadtplanung und Stadtentwicklung	72
6.3. Gesellschaftliche Veränderungen im Österreich der 1950er und 1960er Jahre.....	74
6.3.1. Das Wirtschaftswunder	75
6.3.2. Die neue Konsumgesellschaft	78
6.3.3. Das Freizeitverhalten.....	86
6.3.4. Das neue Lebensgefühl nach amerikanischem Vorbild.....	89
6.3.4.1. Jugendkultur	91
6.4. Die Veränderungen der Kaffeehauslandschaft in den 1950er Jahren	95
6.4.1. Das Espresso	96
6.4.1.1. Charakteristika des Espressos	97
6.4.1.2. Das Wiener Espresso versus das Wiener Kaffeehaus.....	98
6.4.2. Die Auswirkungen des Espressos auf die Wiener Kaffeehauslandschaft.....	101
7. Der Kampf des Kaffeehauses gegen Fernseher und Auto	103
7.1. Kontextualisierung	104
7.2. Stadtplanung und Stadtentwicklung	108
7.3. Gesellschaftliche Veränderungen in den 1970er Jahren.....	110

7.3.1. Der Fernseher erobert die österreichischen Wohnzimmer	110
7.3.2. Der Boom des motorisierten Individualverkehrs	113
7.3.3. Der Konsumismus der 1970er Jahre	117
7.4. Die Kaffeehauslandschaft in den 1970er Jahren	120
8. Die Revitalisierung des Kaffeehauses ab den 1980er Jahren	123
8.1. Kontextualisierung	123
8.2. Stadtplanung und Stadtentwicklung	128
8.3. Gesellschaftliche Veränderungen ab den 1980er Jahren.....	130
8.3.1. Die Wiederbelebung der Stadt.....	130
8.3.2. Wien als Ziel des Städtetourismus	134
8.3.2.1. EXKURS: Die „Marke Wiener Kaffeehaus“	138
8.3.3 Die digitale Revolution	143
8.4. Die neue Popularität des Kaffeehauses.....	147
8.4.1 EXKURS: Das Rauchverbot in gastronomischen Einrichtungen.....	150
8.4.2. EXKURS: Das Glas Wasser.....	160
8.5. Coffeeshops.....	164
8.5.1. „Starbucks“	166
8.5.1.1. Entstehungsgeschichte des Unternehmens.....	166
8.5.1.2. Die Expansion von „Starbucks“	168
8.5.1.3. Das Konzept von „Starbucks“	169
8.5.2. „McCafé“	173
8.5.2.1. Die Entstehungsgeschichte von „McCafé“ und das Konzept	174
8.5.3. Erobert der Coffeeshop das Wiener Kaffeehaus?	178
8. 6. Mobile „Kaffeehäuser“	181
8.6.1. Das „Espressomobil“	182
8.7. Die Espressi des 21. Jahrhunderts	185
8.7.1. Die Wiederbelebung des Espressos	185
8.7.1.1. Das „Espresso“.....	185
8.7.1.2. Das Espresso im Hochhaus.....	185
8.8. Das Espresso trifft auf die Kaffeerösterei.....	187
8.8.1. Die Rösterei „Naber“	187
8.8.2. „Die Büro-WG“	188
8.8.3. Die „Kaffeeabrik“.....	189
8.9. Die Kaffeehauslandschaft im 21. Jahrhundert	190
9. Resümee	194

10. Literaturverzeichnis.....	198
10.1. Primärliteratur.....	198
10.2. Sekundärliteratur	203
11. Anhang	213
11.1. Statistik der Innung der Kaffeesieder Wiens.....	213
11.2. Abstract	215

1. Einleitung

„Noble Damen trinken Kaffee“ – das hat meine Uroma immer zu mir gesagt, als ich mit jugendlichem Alter ihr Angebot einen Kaffee zu trinken, ausschlug. Heute wäre sie stolz auf mich, denn geht es dabei wirklich um den Kaffeekonsum, bin ich wahrlich zu einer noblen Dame avanciert. Der Wecker läutet, ich stehe auf und gehe zielstrebig zur Kaffeemaschine - Wasser, Filter mit Kaffee füllen, Start – und erst danach folgt die Dusche. Aber nicht nur das morgendliche Kaffee kochen und trinken ist zu einem unverzichtbaren Ritual geworden, sondern auch die Tasse Kaffee am Nachmittag. Um Punkt drei läutet meine innere Uhr und ruft: Kaffee. Dieser Umstand scheint von Generation zu Generation weitergegeben zu worden sein, denn die Kaffeekränzchen bei meiner Oma und auch bei meiner Mutter finden immer Schlag drei Uhr nachmittags statt und das jeden Tag. Dabei sollte man sich hüten zu spät zu erscheinen, denn der „Grant“ denn man ob des verspäteten Kaffeekonsums hervorruft, bereitet einem kein Vergnügen. Die Sozialisation hinsichtlich des Kaffee Trinkens passierte demnach im familiären Rahmen und machte Kaffee zu einem wichtigen Bestandteil meines Lebens. Verstärkt hat sich dies in weiterer Folge durch berufliche Tätigkeiten in der Gastronomie und den Umzug in die „Hauptstadt des Kaffeehauses“. Mit der vielfältigen Wiener Kaffeehauslandschaft einmal in Berührung gekommen, ließ mich diese nicht mehr los.

Ich gehöre offensichtlich zu den Menschen, die das Kaffeehaus als erweitertes Wohnzimmer beziehungsweise Arbeitszimmer wahrnehmen. Nicht wenige meiner bisherigen Seminararbeiten sind, umringt von einem Stapel Bücher, in einem Kaffeehaus geschrieben worden, wobei ich mir immer schon die Frage stellte, warum genau dieses Ambiente eine so anregende Wirkung auf den Arbeitsprozess hat. Darüber hinaus stehen Kaffeehäuser auch jedes Mal auf meiner Liste, wenn ich Reisen in andere Länder und Städte unternehme. Sie stellen für mich einen Ort dar, der repräsentativ für die jeweiligen Kulturen und Gesellschaften steht. Sei es die kleine *cafeteria* in Madrid, in welcher sich die *madrileños* morgens einen *café con leche* oder einen *cortado* genehmigen und Zeitung lesen oder sich über aktuellen Klatsch und Tratsch des Viertels informieren. Sei es das alteingesessene Café im Burgviertel Budapests, welches am Nachmittag auf Grund seiner traditionellen Mehlspeisen regelrecht gestürmt wird. Sei es der überfüllte Schanigarten eines Wiener Kaffeehauses, wo man bei Melange und Topfenstrudel – im besten Fall – die Sonne genießt.

Folglich ist es nicht überraschend, dass diese Materie zu „meinem“ Thema auserkoren wurde. Schwierig dabei war, aus der Fülle der vorhandenen Literatur jene herauszufiltern, die nicht einer Aneinanderreihung von Anekdoten gleicht. Viele Legenden und Mythen ranken sich um die Thematik Kaffee und Kaffeehaus, weswegen es nicht leicht ist, Bücher zu finden, die kritische und faktenreiche Darstellungen enthalten. Vor allem die Tatsache, dass es sehr viel Material hinsichtlich der letzten Jahrhundertwende und den damit verbundenen Literatencafés gibt, veranlasste mich dazu, eine

andere Fokussierung vorzunehmen und so widmete ich mich der Kaffeehauslandschaft Wiens ab 1950. 330 Tassen Kaffee später, hatte die Arbeit Gestalt angenommen und den Titel „Das Kaffeehaus als Seismograph gesellschaftlicher Veränderungen. Wien ab 1950“ erhalten.

Die Funktionen von Kaffeehäusern sind wahrscheinlich so vielfältig wie ihre Gäste und nochmal ebenso viele unterschiedliche Kaffeehaustypen gibt es. Die Vorstellung davon, was ein typisches Kaffeehaus ausmacht, ist zeitlich, räumlich, national und sozial determiniert und fällt entsprechend variantenreich aus. Eine einheitliche Definition gestaltet sich daher als schwierige Aufgabe; sicher ist jedoch, dass sich das Kaffeehausgewerbe im Laufe der Zeit zu einem Kulturträger entwickelt hat. Als gastgewerbliche Institution folgt es heute ebenso wie in den vergangenen Jahren den politischen, ökonomischen und gesellschaftlichen Entwicklungen der Zeit und kann somit stellvertretend als Symbol für kulturelle Veränderungen herangezogen werden. Daher liegt nahe, die Kaffeehauslandschaft als Indikator eines Kulturwandels oder gesellschaftlicher Veränderungen auszuzeichnen.

Die Gesellschaft erfährt eine kontinuierliche Weiterentwicklung, welche durch verschiedenste Trends beeinflusst wird. Die folgende Arbeit versucht, einen Zusammenhang zwischen solchen gesellschaftlichen Veränderungen und dem Wandel der Wiener Kaffeehauslandschaft herzustellen.

Daraus ergeben sich die nachstehenden Forschungsfragen:

1. Lässt sich die Wiener Kaffeehauslandschaft als Seismograph gesellschaftlicher Veränderungen betrachten?
2. Welche gesellschaftlichen Veränderungen hatten Auswirkungen auf die Wiener Kaffeehauslandschaft?
3. Ist das traditionelle Wiener Kaffeehaus noch zeitgemäß?
4. Wird die „gemütliche Wiener Melange“ vom „hastigen Coffee-to-go“ abgelöst?
5. In welchen Zeiträumen wurde ein Kaffeehaussterben proklamiert? Trat dies ein?
6. Ist das klassische Wiener Kaffeehaus zu einer Touristenattraktion avanciert?
7. Welche neuen Trends hinsichtlich der Kaffeehauslandschaft Wiens haben sich seit den 1950er Jahren entwickelt und durch welche gesellschaftlichen Entwicklungen konnten sich diese etablieren?
8. Ist das Kaffeehaus eine Institution, die jeglichen Kulturwandel überlebt?

Um diese Fragestellungen zu beantworten, werden Statistiken der Innung der Kaffeesieder Wiens sowie der Statistik Austria herangezogen. Des Weiteren stützen sich die Ausführungen auf eine breite Literaturstudie.

Kapitel 1 dieser Arbeit wird sich mit den Begrifflichkeiten Kaffeehaus und Kaffeehauskultur auseinandersetzen und diese näher beleuchten. Dabei geht es einerseits um die Definition des Terms Kaffeehaus sowie dessen Wortherkunft und andererseits um dessen Verknüpfung mit dem Begriff Kultur.

Das folgende Kapitel widmet sich der Geschichte des Kaffees und seiner Verbreitung nach Europa. Im Zuge dessen wird auch die Einführung des Kaffees in Wien Eingang in die Arbeit finden, was den Beginn der Wiener Kaffeehausgeschichte markierte. Dabei soll speziell auch auf die Legende rund um Georg Franz Kolschitzky Rücksicht genommen werden, da sich diese stark im kollektiven Gedächtnis manifestiert hat.

Kapitel 3 zeichnet die Entwicklung des Wiener Kaffeehauses von seinen Anfängen bis zum Zweiten Weltkrieg nach und dient als Vorgeschichte für die weiteren Bestandteile der Arbeit. Um die Bedeutung des Kaffeehauses in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts und im 21. Jahrhundert zu verstehen, muss dessen Werdegang aufgezeigt und an Hand von Beispielen illustriert werden. Des Weiteren haben sich im Zuge dessen charakteristische Merkmale der Wiener Kaffeehauskultur herauskristallisiert, die auch im weiteren Verlauf der Geschichte noch eine große Rolle spielen sollten. Dabei sollen sowohl politische und ökonomische Faktoren, die die Kaffeehausgeschichte beeinflusst haben, als auch die Funktion, die diese Institution einnimmt, eingehend beschrieben werden. Dieser Abschnitt behandelt den Zeitraum vom Ende des 17. Jahrhunderts bis zum Ende des Zweiten Weltkrieges.

Im Anschluss daran folgt mit Kapitel 4 eine Bestandsaufnahme des Wiener Kaffeehauses. Dabei werden die Charakteristika dieser Institution näher erläutert. Dieser Abschnitt beinhaltet das gastronomische Angebot von Kaffeehäusern, also den angebotenen Kaffeevariationen und Speisen, den Aspekt des Personals sowie der traditionellen Ausstattung und die Frage nach dem Gast.

Mit Kapitel 5 sollen die 1950er und 1960er Jahre in Wien bezüglich der Wiener Kaffeehauslandschaft näher betrachtet werden. Dabei wird anfänglich eine Kontextualisierung vorgenommen, welche die demografische Situation Wiens beinhaltet und außerdem politische und wirtschaftliche Rahmenbedingungen der Jahrzehnte zusammenfasst. Auch der Stadtentwicklung und Stadtplanung ist diesbezüglich ein Abschnitt gewidmet, der den Wandel des Wiener Stadtbildes aufzeigt. In weiterer Folge finden jene gesellschaftlichen Veränderungen Eingang in die Arbeit, die Auswirkungen auf die Kaffeehauslandschaft hatten sowie der neue Kaffeehaustypus des Espressos.

Kapitel 6 behandelt die 1970er Jahre in Wien, wobei abermals ein Abriss über die demografischen, politischen und ökonomischen Rahmenbedingungen dieser geschichtlichen Periode gegeben sein wird. Im Anschluss daran werden die Aspekte des motorisierten Individualverkehrs und das neue

Medium Fernsehen näher beschrieben, da diese erhebliche Einflüsse auf die Kaffeehausgeschichte hatten.

Abschluss des Hauptteiles bildet mittels des Kapitels 7 die Revitalisierung des Kaffeehauses, welche ab den 1980er Jahren begonnen hat. Dieser Abschnitt reicht bis zur Gegenwart und thematisiert im Zuge dessen neue Trends der Kaffeehauslandschaft, wie beispielsweise den Coffeeshop oder mobile Kaffeehäuser. Zusätzlich kommt es auch hier zu einer Erläuterung der Rahmenbedingungen sowie bedeutender gesellschaftlicher Veränderungen, wobei die Reurbanisierung Wiens, der Wien-Tourismus und die digitale Revolution im Zuge dessen fokussiert werden. Des Weiteren finden in diesem letzten Kapitel drei Exkurse Platz, die sich mit aktuellen Debatten der Kaffeehauslandschaft sowie der Präsentation des Wiener Kaffeehauses für Touristen befassen.

Das letzte Kapitel bietet eine Zusammenfassung über die gewonnenen Erkenntnisse.

2. Begriffsdefinitionen

2.1. Kaffeehaus

Die Kaffeehauslandschaft ist durch eine extreme Vielfalt geprägt, weswegen eine eindeutige und einheitliche Definition ein schwieriges Unterfangen ist. Die verschiedenen Kaffeehaustypen, die sich im Laufe der Geschichte entwickelt haben, weisen zwar bestimmte Charakteristika auf, fallen jedoch zeitlich, räumlich und sozial variantenreich aus. Darüber hinaus gibt es Formen des Kaffeehauses, die bereits verschwunden, und wiederum andere, die neu entstanden sind. Alle Aspekte und Differenzierungen in einer kompakten Erklärung zusammenzufassen ist somit schier unmöglich.

„Nur zwei Kriterien können für eine Tendenzdefinition gelten, wenn auf die Geschichte der europäischen Kaffee lokale uneingeschränkt und vorbehaltlos geblickt wird: 1. Das Kaffeehaus/Café ist eine öffentliche, in erster Linie gastgewerbliche Institution, die diese oder eine mit ihr kombinierte Bezeichnung (wie Café-Konditorei, Café-Restaurant, Hotelcafé) trägt. 2. Unter den ausgeschenkten Getränken befindet sich Kaffee.“¹

Auf Basis von Einträgen in Lexika ergab sich für den Begriff „Kaffeehaus“ folgende Definition: „Kaffeehaus, bes. in Österreich übl. Bez. für eine öffentl. gastronom. Einrichtung, in der neben dem Ausschank von Kaffee u.a. Getränken oft Zeitungen, Spiel u.a. bereitgestellt werden. Zudem erfüllen die österr. K. als Treffpunkte eine wichtige soziale Funktion (→ Gaststätte).“² Nach dieser knappen Erklärung folgt im Brockhaus ein kurzer Abriss über die Geschichte des Kaffeehauses in Europa, welcher mit der Wende zum 21. Jahrhundert endet. Hierbei wird die vorangegangene Definition

¹ Ulla Heise, Kaffee und Kaffeehaus. Eine Geschichte des Kaffees (Frankfurt am Main/Leipzig 2002), 156-157.

² Brockhaus, Enzyklopädie in 30 Bänden, 14 (Leipzig/Mannheim ²¹2006), 249.

noch weiter spezifiziert, indem die Funktion des Kaffeehauses erläutert wird. Dabei wird die Rolle als öffentlicher Kommunikationsraum hervorgehoben, indem man das Kaffeehaus des 19. Jahrhunderts als Sammelstätte von Künstlern, Dichtern, Journalisten, Politikern und Geschäftsleuten bezeichnet. Diese gelten dadurch des Weiteren als Räume kultureller, politischer und wirtschaftlicher Meinungsbildung, die als „Kristallisationspunkte geistiger Anregung“ beschrieben werden.³

Im Arabischen bedeutet Kaffee *qawah*, was ebenfalls für den Begriff Wein verwendet wird. Dieser Umstand ist auf die anregende Wirkung des koffeinhaltigen Getränks zurückzuführen. Ausgehend vom arabischen *qawah* hat sich das türkische Wort *kaweh* und in weiterer Folge der deutsche „Kaffee“ entwickelt.⁴ Ein Kaffeehaus bezeichnet somit einfach nur eine Einrichtung, die Kaffee ausschenkt. Das französische Pendant *café* verbreitete sich seit dem 19. Jahrhundert auf internationaler Ebene, nachdem es 1694, also drei Jahrzehnte nach den ersten Eröffnungen, erstmalig in Frankreich selbst verwendet wurde.⁵

Grob gesagt heißt das, ein Kaffeehaus beziehungsweise Café ist eine gastgewerbliche Organisation, die unter anderem Kaffee verkauft und darüber hinaus eine Rolle als Kulturträger übernimmt. Als öffentliche Kommunikationsräume haben Kaffeehäuser eine nicht zu verachtende soziale Funktion, weswegen diese auch als „Seismograph [...] [von] gesellschaftlichen Veränderungen“⁶ angesehen werden können.

Da sich die vorliegende Arbeit mit der österreichischen Kaffeehauslandschaft beschäftigt, wird die Definition der Brockhaus Enzyklopädie als Basis der terminologischen Bestimmung herangezogen. Die Tatsache, dass man dabei sofort auf Österreichs Kaffeehäuser verwiesen wird, zeigt die Bedeutung der österreichischen Kaffeehauskultur auf. Das Wiener Kaffeehaus kann als identitätsstiftende Institution angesehen werden, die auf Grund ihrer langen Tradition fest im gesellschaftlichen Leben verankert ist. Darüber hinaus kann man von der Marke Wiener Kaffeehaus sprechen, die weltweit einen besonderen Ruf genießt. Auch wenn sich das Wiener Kaffeehaus seit seinen Anfängen weiterentwickelt und auch verändert hat, so ist es stets von einer sagenumwobenen Atmosphäre umgeben, die nostalgische Gefühle bei Wienern weckt und es bei Touristen zur Attraktion macht.

„Wiener Kaffeehaus“ und „Wiener Café“ werden in weiterer Folge synonym verwendet werden. Der in der Alltagssprache übliche Begriff des „traditionellen Wiener Kaffeehauses“ wird ebenfalls als Synonym der vorangegangenen Termini Eingang in die Arbeit finden. Gänzlich verzichtet wird auf den

³ Vgl. Brockhaus, Enzyklopädie in 30 Bänden, 14 (Leipzig/Mannheim ²¹2006), 250.

⁴ Vgl. Birgit *Schwaner*, Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 16.

⁵ Vgl. Ulla *Heise*, Kaffee und Kaffeehaus. Eine Geschichte des Kaffees (Frankfurt am Main/Leipzig 2002), 160.

⁶ Birgit *Schwaner*, Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 45.

Ausdruck „Alt Wiener Kaffeehaus“. Als „Alt Wien“ bezeichnete man die Innere Stadt, als diese noch von der Stadtmauer umgeben war, wodurch auch die dortigen Kaffeehäuser den Beinamen „Alt Wien“ erhielten. Nachdem heutzutage die terminologischen Grenzen, vor allem im alltäglichen Sprachgebrauch, verstärkt verschwimmen und somit auch Kaffeehäuser außerhalb des damaligen Gebietes mit „Alt Wiener Kaffeehaus“ betitelt werden, soll dieser Begriff ausgeklammert werden.

2.2. Kaffeehauskultur

„So leben wir alle Tage. Nämlich im Kaffeehaus. Von acht Uhr früh bis zwei Uhr nachts spielt sich hier ein wesentlicher Teil des Wiener Lebens ab. Hier werden die Meinungen gebildet, die Gemeinplätze und manchmal auch die Gemeinheiten. Hierher kommt man immer wieder und bei jedem Anlaß: weil man verbittert oder glänzend gelaunt ist, weil's einem schlecht oder zu gut geht, weil man Hunger hat oder zu satt ist. Das ist das Wiener Kaffeehaus: alles für alle. Rendezvousplatz für den Anfänger der Liebe, Klub für den Uneleganten, Geschäftslokal für den Mann ohne Bureau, Traumstätte für den Werdenden und Vergehenden, Wohnung für den Menschen ohne Heim und Anschluß für den Familienlosen. Und das alles, diese kleine eigentümliche Welt, in einen weichen, warmen Mokka duft getaucht – sehen Sie: das ist Kaffeehauskultur.“⁷

Wie man durch dieses Zitat von Ludwig Hirschfeld sehen kann, nimmt die österreichische Kaffeehauskultur eine bedeutende Rolle im gesellschaftlichen Leben ein. Um diesen Begriff genauer bestimmen zu können, muss erstmals der Term „Kultur“ näher definiert werden.

Der Ausdruck „Kultur“ leitet sich vom lateinischen *colere* beziehungsweise *cultum* ab, was so viel heißt wie bebauen, pflegen, ehren oder auch (be)wohnen. Das lateinische Pendant zu Kultur ist *cultura*, was mit den Termen Pflege und Landbau übersetzt wird. Ursprünglich stammt der Kulturbegriff also aus der Landwirtschaft.⁸ Kultur beruht demnach auf einem Verhältnis zwischen den Menschen und der Natur, das diese den Gesellschaften das Überleben sicherte. Der Landbau spielte dabei offensichtlich eine große Rolle, so dass er im sprachlichen Gedächtnis mit dem Term Kultur verankert wurde.⁹ Der anfängliche Bezug zur Landwirtschaft wurde im Laufe der Geschichte erweitert, auf andere Bereiche übertragen und so „zum Modell für andere mentale und soziale Formen der Kultivierung einer Gesellschaft“¹⁰.

⁷ Ludwig Hirschfeld, Kaffeehauskultur. In: Petra Neumann (Hg.), Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole (München 1997), 29.

⁸ Vgl. Brockhaus, Enzyklopädien in 30 Bänden, 16 (Leipzig/Mannheim ²¹2006), 61.

⁹ Vgl. Hartmut Böhme, Vom Cultus zur Kultur(wissenschaft). – Zur historischen Semantik des Kulturbegriffs. In: Renate Glaser, Matthias Luserke (Hg.), Kulturwissenschaft – Literaturwissenschaft. Positionen, Themen, Perspektiven (Wiesbaden 1996), 53.

¹⁰ Ansgar Nünning, Vielfalt der Kulturbegriffe. In: Bundeszentrale für politische Bildung, online unter <<http://www.bpb.de/gesellschaft/kultur/kulturelle-bildung/59917/kulturbegriffe?p=all>> (22. April 2014).

„In seiner weitesten Verwendung kann mit dem Begriff K. alles bezeichnet werden, was der Mensch geschafften hat, was also nicht naturgegeben ist. [...] In einem engeren, auch traditionell so vorgegebenen Sinn bezeichnet K. die Handlungsbereiche, in denen der Mensch auf Dauer angelegte, einen individuellen oder kollektiven Sinnzusammenhang gestaltende oder repräsentierende Produkte, Produktionsformen, Verhaltensweise und Leitvorstellungen hervorzubringen vermag, die dann im Sinne einer Wertordnung oder eines Formenbestandes das weitere Handeln steuern und auch strukturieren können.“¹¹

Obwohl sich dieses Wort fest im alltäglichen Sprachgebrauch etabliert hat, fehlt ihm zumeist eine genaue Bedeutung. Ferner ist zu erkennen, dass die unterschiedlichen wissenschaftlichen Disziplinen jeweils ein anderes Verständnis für diesen Term aufbringen und ihre Definitionen daher stark variieren. Die Definition des Begriffes „Kultur“ ist somit durch eine extreme Vielfalt gekennzeichnet, die sich sowohl in der Wissenschaft, als auch in der Gesellschaft zeigt, da seine Verwendung außerdem sozial determiniert ist. Im alltäglichen Gebrauch wird dieser in den unterschiedlichsten Bedeutungen und Kontexten verwendet, was sich auch an etlichen Komposita mit dem Bestandteil „Kultur“ zeigt: Alltagskultur, Diskussionskultur, Kulturlandschaft, Fußballkultur sowie der Begriff Kaffeehauskultur.¹²

Im Rahmen meiner Forschungsarbeit entschied ich mich, die Kulturdefinition der UNESCO als Basis heranzuziehen. Vor allem die Tatsache, dass das Wiener Kaffeehaus im Verzeichnis für immaterielles Kulturerbe aufgenommen wurde, war hierfür ein entscheidender Faktor. Darüber hinaus ist es eine knappe Definition, die breit aufgestellt ist und somit Räume offen lässt.

„Die Kultur kann in ihrem weitesten Sinne als die Gesamtheit der einzigartigen geistigen, materiellen, intellektuellen und emotionalen Aspekte angesehen werden, die eine Gesellschaft oder eine soziale Gruppe kennzeichnen. Dies schliesst nicht nur Kunst und Literatur ein, sondern auch Lebensformen, die Grundrechte des Menschen, Wertsysteme, Traditionen und Glaubensrichtungen.“¹³

Die Kaffeehauskultur kann somit als Lebensform betrachtet werden, die sich im Laufe der Sozialisation entwickelt hat. Das Kaffeehaus ist ein öffentlicher Ort und gesellschaftlicher Kommunikationsraum, welchem nun schon seit mehreren Jahrhunderten ein bedeutender Stellenwert zugesprochen wird. Kunst und Literatur spielten in diesem Zusammenhang stets eine große Rolle, man denke nur an die so genannten Literatencafés in Wien. Als ‚soziale Einrichtung‘ liegt das Kaffeehaus an einer Schnittstelle zwischen Öffentlichkeit und Privatsphäre. „Man geht hin und fühlt sich zu Hause, obwohl man nicht zu Hause ist. Man hat seine Ruhe, obwohl man nicht allein ist.

¹¹ Brockhaus, Enzyklopädien in 30 Bänden, 16 (Leipzig/Mannheim ²¹2006), 61.

¹² Vgl. Ansgar *Nünning*, Vielfalt der Kulturbegriffe. In: Bundeszentrale für politische Bildung, online unter <<http://www.bpb.de/gesellschaft/kultur/kulturelle-bildung/59917/kulturbegriffe?p=all>> (22. April 2014).

¹³ Deutsche UNESCO-Kommission (Hg.), Weltkonferenz über Kulturpolitik. Schlussbericht der von der UNESCO vom 26. Juli bis 6. August in Mexiko-Stadt veranstalteten internationalen Konferenz (München 1983). In: Bundesamt für Kultur, online unter <<http://www.bak.admin.ch/themen/04117/index.html>> (22. April 2014).

Und man hat allen Komfort, den man im eigenen Wohnzimmer – einem weiteren Bonmot zufolge ist das Kaffeehaus das erweiterte Wohnzimmer des Wieners – nicht hätte.“¹⁴

Das Kaffeehaus erfüllt eine wichtige Aufgabe im öffentlichen Leben und hat zusätzlich auch eine identitätsstiftende Funktion. Der Konnex zum Begriff Kultur und somit die terminologische Zusammenführung zur Kaffeehauskultur gelingt auf der einen Seite durch das kulturelle Angebot der Cafés und auf der anderen Seite tragen sie, genau wie die Kultur selbst, zur Ich- sowie Wirkonstruktion der Identität bei. Einer der Kritikpunkte von Ansgar Nünning ist, dass der Kulturbegriff zur Homogenisierung von Gesellschaften verleitet und somit ihre Vielfalt außer Acht gelassen wird.¹⁵ Dieser Aspekt kann ebenso auf die Thematik des Kaffeehauses angewendet werden, da die Kaffeehauslandschaft durch eine außerordentliche Fülle an verschiedenen Typen gekennzeichnet ist, welche berücksichtigt werden muss.

Die Wiener Kaffeehauskultur wurde von der UNESCO 2011 als „typische gesellschaftliche Praxis“¹⁶ in das Verzeichnis des nationalen immateriellen Kulturerbes aufgenommen und wie folgt charakterisiert.

„Die Tradition der Wiener Kaffeehauskultur reicht bis Ende des 17. Jahrhunderts zurück und ist durch eine ganz spezielle Atmosphäre geprägt. Typisch für ein Wiener Kaffeehaus sind Marmortischchen, auf denen der Kaffee serviert wird, Thonetstühle, Logen, Zeitungstischchen und Details der Innenausstattung im Stil des Historismus. Nach wie vor können Gäste während den flexiblen Öffnungszeiten von sechs Uhr in der Früh bis Mitternacht aus dem Angebot an Speisen und Getränken wählen, und mitunter auch Lesungen und musikalische Abende genießen. Die Kaffeehäuser sind ein Ort, ‚in dem Zeit und Raum konsumiert werden, aber nur der Kaffee auf der Rechnung steht‘.“¹⁷

Wie man bereits im anfänglichen Zitat erkennen konnte, ist die Kaffeehauskultur ein Phänomen, das individuell auf unterschiedlichste Art und Weise wahrgenommen und bewertet werden kann. Eine einheitliche Antwort auf die Frage, was Kaffeehauskultur ist, wird es daher wahrscheinlich nie geben. Spreche ich im weiteren Verlauf meiner Arbeit von Wiener Kaffeehauskultur, so beziehe ich mich dabei auf die vorangegangene Beschreibung der UNESCO. Diese bezieht sich vorrangig auf den Typ des traditionellen Wiener Kaffeehauses und enthält somit alle historischen Entwicklungen, die diese

¹⁴ Petra Neumann (Hg.), Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole (München 1997), 13.

¹⁵ Vgl. Ansgar Nünning, Vielfalt der Kulturbegriffe. In: Bundeszentrale für politische Bildung, online unter <<http://www.bpb.de/gesellschaft/kultur/kulturelle-bildung/59917/kulturbegriffe?p=all>> (22. April 2014).

¹⁶ Kulturerbe „Wiener Kaffeehauskultur“. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <<http://www.wien.gv.at/freizeit/essen/kaffeehaus/kulturerbe.html>> (22. April 2014).

¹⁷ Verzeichnis des Immateriellen Kulturerbes in Österreich. Wiener Kaffeehauskultur. In: Österreichische UNESCO-Kommission, online unter <<http://immaterielleskulturerbe.unesco.at/cgi-bin/unesco/element.pl?eid=71>> (22. April 2014).

Institution im Laufe der Geschichte zu dem gemacht haben, was sie ist. Klar abgegrenzt wird dieser Begriff von dem der Kaffeehauslandschaft, der alle unterschiedlichen Arten von Kaffeehäusern abdeckt und dadurch einen weitaus neutraleren Ausdruck darstellt.

3. Geschichte des Kaffees

3.1. Die Entdeckung des Kaffees und seine Verbreitung nach Europa

Viele Legenden ranken sich um die Entdeckung der Kaffeepflanze und des Getränks Kaffee, welche der Thematik eine mystische Atmosphäre verleihen und vielleicht gerade deswegen noch immer fest im gesellschaftlichen Bewusstsein verankert sind. Möglicherweise liegt es aber auch einfach daran, dass Legenden, Sagen und Geschichten viel einfacher, plakativer und somit einprägsamer sind. Darüber hinaus gibt es sehr wenig gesichertes Wissen bezüglich der Geschichte des Kaffees bis zur Mitte des 15. Jahrhunderts, was wiederum die Verankerung von „Tausend-und-eine-Nacht-Geschichten“¹⁸ förderte.

Eine der wohl bekanntesten Erzählungen ist die der Entdeckung des Wirkstoffes der Kaffeepflanze durch das auffällige Verhalten einer Ziegenherde. Ein Ziegenhirte namens Kaldi fand eines Tages seine Herde unter einem Blätterdach einer unbekannt Pflanze. „Sie rannten umher, stießen sich gegenseitig mit den Hörnern, tanzten auf den Hinterbeinen und meckerten aufgeregt, weshalb er annahm, dass die Ziegen verhext seien.“¹⁹ Als er die Ziegen genauer beobachtete, sah er, dass sie alle die Blätter und Beeren des unbekannt Baumes kauten und berichtete dies sofort seinem Vater. Die Nachricht der Zauberbäume verbreitete sich rasch und es dauerte nicht mehr lange, gehörte Kaffee zum äthiopischen Alltagsleben dazu.²⁰

Trotz der sagenumwobenen Entdeckungsgeschichte des Kaffees ist man sich heute sicher, dass dieser erstmals in Äthiopien bekannt wurde. Durch wen und wann genau das geschah, weiß jedoch niemand. Man vermutet, dass das koffeinhaltige Getränk zum ersten Mal im 9. Jahrhundert in der Bergregion Kaffa im Südwesten Äthiopiens verwendet wurde. In dieser Region wächst zumindest die bis zu 15 Meter hohe Kaffeepflanze *Coffea Arabica*, welche abhängig von ihrem Reifungsgrad, grüne, gelbe oder rote Früchte trägt. Diese Kaffeekirschen schließen innerhalb ihres Fruchtfleisches zwei grüne Kerne ein, die in Äthiopien als „Bun“, „Buna“, „Ban“ oder „Bunch“ bezeichnet werden. Unser heutiges Wort „Bohne“ hat sich daraus entwickelt.²¹ Die Krieger des äthiopischen Volkes der Oromo

¹⁸ Ulla Heise, Kaffee und Kaffeehaus. Eine Geschichte des Kaffees (Frankfurt am Main/Leipzig 2002), 16.

¹⁹ Joachim Steinlechner, Kaffee, Kakao, Tee – Österreichs Außenhandel mit Kolonialwaren 1918-2004. Import – Vertrieb - Konsum (Wien/Berlin 2008), 34.

²⁰ Vgl. Mark Pendergrast, Kaffee. Wie eine Bohne die Welt verändert (Bremen ²2002), 21-22.

²¹ Vgl. Katja Sindemann, Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft (Wien 2008), 15.

waren die ersten, die die Kaffeepflanze auf Grund ihrer aufputschenden Wirkung benutzten und bald darauf anbauten.²²

Die heute übliche Zubereitungsart, Kaffeebohnen zu rösten, zu mahlen und anschließend zu kochen, entwickelte sich erst gegen Ende des 15. Jahrhunderts im Jemen. In den arabischen Raum gelangte Kaffee durch die Handelsbeziehungen zwischen den beiden Ländern am Roten Meer. Wann genau die Kaffeepflanze den Jemen erreichte, wo sie sehr rasch großflächig kultiviert wurde, ist jedoch abermals unbekannt.²³ Einem arabischen Manuskript zu Folge gab es in Aden 1450 einen Gelehrten namens Al-Dhabhani, der anscheinend dafür sorgte, dass Kaffeekulturen im Jemen angelegt wurden.²⁴

Es ist also den Arabern, die sich schnell zu Kaffeeliebhavern entwickelten, zu verdanken, dass sich dieser weiter ausgebreitet und sich seine Zubereitungsart verfeinert hat. Man kultivierte die Pflanze nämlich nun auf Grund seiner Kerne (und nicht der roten Kirschen wegen) um diese, wie bereits erwähnt, zu rösten, zu mahlen und in Wasser zu kochen.²⁵

Zunächst war es die anregende und heilende Wirkung, die den Kaffee in der arabischen Welt schnell zu einem so genannten Modegetränk werden ließ. Auch hierzu gibt es eine weit verbreitete Legende, die direkt mit Mohammed in Verbindung gebracht wird. Als der Prophet schwerkrank war und keine Besserung der Lage in Sicht, erschien ihm plötzlich der Erzengel Gabriel und reichte ihm eine Schale Kaffee. Mohammed war auf der Stelle gesund und konnte in den kommenden Nächten vierzig Reiter bezwingen sowie vierzig Jungfrauen lieben.²⁶

Waren es zu Beginn noch die arabischen Sufimönche, die Kaffee konsumierten, um für die mitternächtlichen Gebete wach zu sein, so fand dieser schon bald seinen Weg in den Alltag der jemenitischen Bevölkerung und breitete sich auch auf den restlichen arabischen Raum aus. In Mekka und Medina entstanden Kaffeeschenken für Pilger (zwischen 1470 und 1500²⁷) und 1510 wird Kaffee durch Studenten aus dem Jemen auch in Kairo bekannt.²⁸ Sieben Jahre später findet man dann die ersten Zeugnisse bezüglich des Kaffegebrauchs in Istanbul, wodurch seiner Ausbreitung Richtung Europa nichts mehr im Weg stand.²⁹ Folglich kannte man am Ende des 15. Jahrhunderts das koffeinhaltige Getränk mittels muslimischer Pilger in der gesamten islamischen Welt, in Persien, in der Türkei sowie im Norden Afrikas, wo es zu einem bedeutenden Handelsgut wurde.³⁰ Der Siegeszug

²² Vgl. Birgit *Schwanner*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 15.

²³ Vgl. Mark *Pendergrast*, *Kaffee. Wie eine Bohne die Welt verändert* (Bremen ²2002), 23.

²⁴ Vgl. Ulla *Heise*, *Kaffee und Kaffeehaus. Eine Geschichte des Kaffees* (Frankfurt am Main/Leipzig 2002), 21-22.

²⁵ Vgl. Birgit *Schwanner*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 15.

²⁶ Vgl. Katja *Sindemann*, *Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft* (Wien 2008), 17.

²⁷ Ulla *Heise*, *Kaffee und Kaffeehaus. Eine Geschichte des Kaffees* (Frankfurt am Main/Leipzig 2002), 22.

²⁸ Vgl. Birgit *Schwanner*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 17.

²⁹ Vgl. Ulla *Heise*, *Kaffee und Kaffeehaus. Eine Geschichte des Kaffees* (Frankfurt am Main/Leipzig 2002), 23.

³⁰ Vgl. Mark *Pendergrast*, *Kaffee. Wie eine Bohne die Welt verändert* (Bremen ²2002), 24.

des Kaffees beginnt somit in der arabischen Welt und wird durch die osmanische Expansion fortgesetzt beziehungsweise intensiviert. Um 1600 trinkt man Kaffee im gesamten Osmanischen Reich.³¹

Der Begriff „Kaffee“ hat übrigens nichts mit seiner ursprünglichen Heimat, der Provinz Kaffa, zu tun, sondern leitet sich vom Wort *kahwa* (oder auch *qahwah*³²), eine arabische Bezeichnung für Wein, ab, was so viel bedeutet wie „der Erregende“ oder „das Erhebende“.³³ Gläubigen Moslems war der Konsum von Wein verboten und so wurde Kaffee auf Grund von seiner anregenden und leicht berauschenden Wirkung als Ersatzmittel herangezogen, was ihm seine Bezeichnung als „Wein des Islams“ bescherte.³⁴ Durch die Kultivierung und steigende Popularität von Kaffee widmete man sich auch der Frage nach seiner Legitimität. Muslimen war der Konsum von alkoholischen Getränken strengstens verboten, das heißt, die das Mittelalter prägenden Genussmittel Wein und Bier konnten durch Kaffee ersetzt werden. Da dieser aber ebenfalls eine anregende Wirkung besitzt, entstand ein Streit zwischen Ärzten, Herrschern und Korangelehrten, ob das Getränk gottgefällig oder im Gegenteil schädlich sei.³⁵ Beendet wurde die Diskussion mit der Entscheidung, dass das koffeinhaltige Getränk sowohl für Frauen als auch Männer erlaubt sei.³⁶

Wir befinden uns im 16. Jahrhundert und der Kaffeekonsum hat sich ausgehend vom Jemen bereits im gesamten Osmanischen Reich etabliert. 1554 wurde das erste Kaffeehaus in Konstantinopel eröffnet und bereits zwanzig Jahre später war ihre Zahl auf 600 angestiegen.³⁷ Die Bohnen des Kaffeestrauches stammten immer noch ausschließlich aus dem Jemen mit den wichtigen Exporthäfen Jiddah bei Mekka und Mocha, wovon sich unser heutiger Begriff „Mokka“ ableitet. Vor allem hier lernen vermehrt Seefahrer und Reisende das bislang noch unbekannte Gebräu kennen; es sollte aber noch länger dauern, bis der so genannte „Türkentrunk“ Europa erreichte.³⁸

3.2. Die Einführung des Kaffees in Europa

Schon seit der Antike waren Asien und Europa auf unterschiedliche Arten und Weisen miteinander verbunden. Die Seidenstraße beispielsweise reichte vom mediterranen Raum bis nach China. Auch im anschließenden Mittelalter setzten sich die Kontakte, sowohl auf kultureller als auch wirtschaftlicher Basis, fort. In Hinblick auf Europa spielte dabei das Osmanische Reich eine bedeutende, aber auch

³¹ Vgl. Ulla Heise, Kaffee und Kaffeehaus. Eine Geschichte des Kaffees (Frankfurt am Main/Leipzig 2002), 23-25.

³² Katja Sindemann, Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft (Wien 2008), 17.

³³ Vgl. Gerhard H. Oberzill, Ins Kaffeehaus! Geschichte einer Wiener Institution (Wien/München 1983), 24-26.

³⁴ Vgl. Edmund Mayr, K. Falkner, Kaffeegeschichte. In: Kaffee Kompetenz Zentrum, online unter <<http://www.kaffeemuseum.at/index.php?id=5>> (8. April 2014).

³⁵ Vgl. Katja Sindemann, Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft (Wien 2008), 18.

³⁶ Vgl. Birgit Schwaner, Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 16-18.

³⁷ Vgl. Katja Sindemann, Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft (Wien 2008), 19.

³⁸ Vgl. Birgit Schwaner, Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 18-19.

ambivalente Rolle. Einerseits war dieses ein wichtiger Bündnispartner und andererseits entwickelte es sich, vordergründig durch die geografische Expansion, zu einem europäischen Feindbild. Auf Grund dieser Kontakte gelangte jedoch letztlich auch der Kaffee nach Europa und in weiterer Folge nach Österreich.³⁹

Die ersten Nachrichten über die exotische Kaffeepflanze erreichten Europa auf Grund von Reiseberichten aus dem Orient bereits im 16. Jahrhundert.⁴⁰ Zu dieser Zeit war Kaffee beziehungsweise die Kaffeepflanze Gegenstand der Forschung und noch lange kein Alltagsgetränk der Europäer. Leonard Rauwolf gilt als erster Europäer, der den Kaffee genauer beschrieb und ihn, nachdem er 1573-1576 den Orient bereist hatte, einem wissenschaftlichen Publikum vorstellte.⁴¹ Er widmete sich dabei vor allem der Verwendung und Wirkung von Kaffeebohnen sowie dem sozialen Aspekt des Kaffeetrinkens, also den im Orient vorherrschenden Trinkritualen. Seine Eindrücke schilderte er im 1582 veröffentlichten Buch „Reise in die Morgenländer“.⁴² Die Anfänge der Kaffeebohne in Europa waren insofern geprägt von ihrer Verwendung als Arzneimittel und vom Forschungsinteresse einiger Botaniker und Orientreisender. Für die übrige Gesellschaft galt Kaffee noch als Kuriosität, was sich erst im Laufe des 17. Jahrhunderts änderte.⁴³

Die regen Handelskontakte zwischen der Republik Venedig und Kleinasien waren die Voraussetzung, dass Kaffee in Europa bekannt wurde.⁴⁴ Berichtete der venezianische Gesandte Gianfrancesco Morosini 1585 noch vom schwarzen Wasser der Türken, welches sie *cavee* nennen würden, so brachte eine venezianische Flotte 1615 die ersten Kaffeesäcke aus Alexandria in die europäische Welt.⁴⁵ Ebenfalls in Italien, genauer gesagt in Venedig, wurde auch das erste europäische Kaffeehaus mit dem Namen „Bottega del caffè“ eröffnet. Schon zehn Jahre zuvor brach auch unter den christlichen Gelehrten ein Streit rund um das koffeinhaltige Getränk und dessen heidnischen Charakter aus.

„Papst Clemens VIII. [...] probierte den muslimischen Trank vermutlich auf Geheiß seiner Priester, die das ‚Satansgebräu‘ verbieten wollten. ‚Es wäre eine Sünde‘, soll der Papst angeblich ausgerufen haben, ‚den

³⁹Vgl. Martin Krieger, Kaffee. Geschichte eines Genussmittels (Köln/Weimar/Wien 2011), 124-125.

⁴⁰Vgl. Katja Sindemann, Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft (Wien 2008), 21.

⁴¹Vgl. Martin Krieger, Kaffee. Geschichte eines Genussmittels (Köln/Weimar/Wien 2011), 125-127.

⁴²Vgl. Katja Sindemann, Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft (Wien 2008), 21.

⁴³Vgl. Joachim Steinlechner, Kaffee, Kakao, Tee – Österreichs Außenhandel mit Kolonialwaren 1918-2004. Import – Vertrieb – Konsum (Wien/Berlin 2008), 36-37.

⁴⁴Vgl. Joachim Steinlechner, Kaffee, Kakao, Tee – Österreichs Außenhandel mit Kolonialwaren 1918-2004. Import – Vertrieb – Konsum (Wien/Berlin 2008), 36.

⁴⁵Vgl. Katja Sindemann, Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft (Wien 2008), 23.

Ungläubigen ein solch köstliches Getränk zu überlassen; besiegen wir den Teufel, indem wir ihm unseren Segen aussprechen, dafür, daß er uns ein wahrhaft christliches Getränk beschert hat!“.“⁴⁶

Neben Venedig stellte Amsterdam ein wichtiges Einfallstor für Kaffee dar, welcher durch direkte Handelsbeziehungen zwischen Holland und dem Jemen nach Europa gelangte. Darüber hinaus wurde im Jahr 1618 durch die Niederländisch-Ostindische Kompanie eine Faktorei in Mocha eingerichtet, was noch im selben Jahr von der Britisch-Ostindischen Kompanie nachgeahmt wurde. 1652 eröffnete das erste Kaffeehaus in London, 1660 in Marseille, 1666 in Amsterdam, 1669 in Paris und 1677 in Hamburg.⁴⁷

3.3. Die Einführung des Kaffees in Wien

Zig Male gehört und gelesen und nun schon seit geraumer Zeit als Legende betitelt, kommt man dennoch nicht darum herum, die Geschichte Georg Franz Kolschitzkys nochmals zu erzählen, wenn man sich mit der Thematik „Wien und der Kaffee“ beschäftigt. Friedrich Torberg war es, der diesbezüglich festgehalten hat: „Wien ist die Stadt der funktionierenden Legenden, Böswillige behaupten, dass die Legenden überhaupt das einzige seien, was in Wien funktioniert; die weitaus komplizierteste dieser Legenden ist das Wiener Kaffeehaus.“⁴⁸

Georg Franz Kolschitzky wurde 1640 im heutigen ukrainischen Sambir geboren, kam schon sehr bald nach Wien und wurde zum Bediensteten des kaiserlichen Gesandten Johann Philipp Beris. Als dieser nach Konstantinopel bestellt wurde, hieß das für Kolschitzky die türkische Sprache und Kultur (kennen-)zu lernen, weswegen er auch später von der Ersten Wiener Orientalischen Compagnie als Dolmetscher beschäftigt wurde. Wir befinden uns nun im Jahre 1683, wo das türkische Heer angeführt von Kara Mustafa Pascha nach Wien vorrückte. Unter Graf Ernst Rüdiger von Starhemberg wurde versucht, die Belagerung der Stadt zu verhindern, was sich durch den Ausbruch von Seuchen und die immer akuter werdende Nahrungsmittelknappheit als schwieriges Unterfangen gestaltete. Währenddessen befanden sich Herzog Karl V. und das kaiserliche Heer auf der linken Seite der Donau. Es wurde ein Bote gesucht, der sich durch die feindlichen Linien zu Karl V. vorkämpfen sollte, um die aussichtslose Situation zu schildern und Hilfe zu erbitten. Kolschitzky meldete sich freiwillig und machte sich in Begleitung seines Dieners, als Türke verkleidet, auf den Weg. Trotz einiger Hindernisse erreichten sie das Lager der kaiserlichen Truppen, kehrten unversehrt wieder nach Wien zurück und berichteten vom bereits in Österreich eingetroffenen polnischen Entsatzheer. Für seine tapfere Tat wurde Kolschitzky reich belohnt und erhielt neben dem Bürgerrecht auch 200 Dukaten.

⁴⁶ Mark *Pendergrast*, Kaffee. Wie eine Bohne die Welt verändert (Bremen ²2002), 26.

⁴⁷ Vgl. Joachim *Steinlechner*, Kaffee, Kakao, Tee – Österreichs Außenhandel mit Kolonialwaren 1918-2004. Import – Vertrieb - Konsum (Wien/Berlin 2008), 37.

⁴⁸ Friedrich *Torberg*, Traktat über das Wiener Kaffeehaus. Zitiert nach: Helmut Kretschmer, Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser (Wien 2006), 3-4.

Dies ist aber noch nicht das Ende der Geschichte, so fehlt noch jegliche Spur der Kaffeebohnen. Als die Türken im September 1683 flohen, ließen sie Wasserpfeifen, Kanonen, Papageien und auch die berüchtigten Kaffeebohnen, die man für Kamelfutter hielt, zurück.⁴⁹ Ohne Kamele, dachten sich die Wiener, braucht man auch kein Kamelfutter und so begannen sie die Säcke zu verbrennen. Kolschitzky bemerkte den aus Konstantinopel so bekannten Duft, unterband die Vernichtung der Bohnen, nannte sie sein Eigentum und eröffnete sogleich das erste Wiener Kaffeehaus.⁵⁰

Dieses erste Wiener Kaffeehaus trug den Namen „Zur blauen Flasche“ und befand sich am Stock-im-Eisen-Platz. Als Kaffeeschenke kennzeichnete es ein „Schild, das einen Türken mit Pluderhosen und Turban zeigte“⁵¹. Hier war jeder Gast willkommen und wurde ohne Rücksicht auf soziale Unterschiede mit einer Umarmung und einem „Sei begrüßt, Bruderherz“⁵² empfangen.⁵³ „Angeblich süßte Kolschitzky als erster das bittere Gesöff mit Milch und Zucker und erfand so die Melange. Und wenn man schon dabei ist, auch noch schnell das Kipferl dazu. So weit die Legende, wie sie angeblich jedes Wiener Schulkind kennt.“⁵⁴

Georg Franz Kolschitzky gehört immer noch zu den berühmtesten Personen, wenn es um das Thema der zweiten Türkenbelagerung geht. Sein anscheinend höchst gefährlicher Botengang durch die feindlichen Linien hin zur kaiserlichen Armee von Karl V. ist der Hauptgrund hierfür. Diese Art Kurierdienste stellten damals jedoch keine Seltenheit dar, woraus sich die Frage ergibt, warum gerade dieser Herr Kolschitzky so stark im kollektiven Gedächtnis verankert blieb. Man nimmt an, dass ein noch während der Belagerung Wiens publiziertes Flugblatt diesem Umstand zu Grunde liegt. Karl Tepy bezeichnete das „Extrablatt“ als „Keimzelle des gesamten Traditionskomplexes um Kolschitzky“⁵⁵. „In dieser Flugschrift hat sich Kolschitzky den Zeitgenossen des Türkenjahres vorgestellt, und so hat er sich auch als Retter Wiens vor dem Ansturm des ‚grausamen Erbfeindes‘ dem Gedächtnis der Nachwelt unauslöschlich eingepägt. Denn dieses eigentlich nur für den Tag geschriebene ‚Extrablatt‘ war es, das als erstes zugleich mit der triumphierenden Nachricht von der siegreichen Entsatzschlacht in die Welt hinausging, in Salzburg, Ulm, Nürnberg, Straßburg

⁴⁹ Vgl. Katja *Sindemann*, *Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft* (Wien 2008), 41-43.

⁵⁰ Vgl. Mark *Pendergrast*, *Kaffee. Wie eine Bohne die Welt verändert* (Bremen²2002), 29.

⁵¹ Katja *Sindemann*, *Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft* (Wien 2008), 47.

⁵² Katja *Sindemann*, *Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft* (Wien 2008), 47.

⁵³ Vgl. Helmut *Kretschmer*, *Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser* (Wien 2006), 5.

⁵⁴ Katja *Sindemann*, *Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft* (Wien 2008), 43.

⁵⁵ Karl *Tepy*, *Die Einführung des Kaffees in Wien. Georg Franz Kolschitzky. Johannes Diodato. Isaak de Luca.* In: Felix Czeike (Hg.), *Forschungen und Beiträge zur Wiener Stadtgeschichte. Sonderreihe der „Wiener Geschichtsblätter“*, 6 (Wien 1980), 21.

nachgedruckt wurde und so in ganz Europa in die verschiedenen Berichte über die Belagerung eingegangen ist.“⁵⁶

Die Legende, dass Kolschitzky der erste Kaffeesieder Wiens war, festigte sich im späten 18. Jahrhundert durch Gottfried Uhlrichs Werk „Geschichte der zweyten türkischen Belagerung Wiens“. In diesem beschreibt Uhlrich, dass Kolschitzky ein Kaffeehaus im ehemaligen Schlossergassel mit dem Namen „Zur blauen Flasche“ betrieben hat. Kurze Zeit später griff auch Anton Gesau diese Geschichte auf und verewigte sie in seinem Buch „Geschichte der Haupt- und Residenzstadt Wien in Österreich“. Unter anderem diesen beiden Männern ist es zu verdanken, dass Kolschitzky als unsterbliche Figur in die Tradition der Kaffeesieder eingegangen ist. Weiter popularisiert hat sich die Saga wahrscheinlich 1883, welches als Säkularjahr an die Ereignisse der Zweiten Türkenbelagerung 1683 erinnern sollte.⁵⁷ Im Zuge dessen kam es auch zur „Historischen Ausstellung der Stadt Wien 1883“, welche die Geschehnisse rund um die Befreiung Wiens zum Thema hatte.⁵⁸ Die Person Kolschitzky manifestierte sich darüber hinaus im gesellschaftlichen Bewusstsein, da man ihm nicht nur eine Gasse, sondern auch einen Hof, eine Gedenktafel und ein Sgraffito widmete. Außerdem bekam der angeblich erste Kaffeehausbesitzer Wiens ein Denkmal. Dieses befindet sich an der Ecke Favoritenstraße/Kolschitzkygasse und wurde 1885 von Emanuel Pendl geschaffen.⁵⁹

Widmen wir uns nun wieder den historischen Tatsachen hinsichtlich der Einführung des Kaffees in Wien. Belegt ist, dass Kolschitzky sowohl für die Wiener Orientalische Handelskompanie, als auch als Hofkurier für Herzog Karl V. von Lothringen tätig war. Er sprach nachweislich Türkisch und hielt sich im Dienst der Gesandten Beris und von Kuniz für längere Zeit in Konstantinopel auf. Ende des 17. Jahrhunderts erhielt er im Haus „Zum grünen Kreuz“ (Domgasse 6) eine Mietwohnung, wo er am 19. Februar 1694 starb.⁶⁰

Die Wahrheit ist, dass die Wiener schon vor der Türkenbelagerung und der angeblichen Heldentat von Georg Franz Kolschitzky Kaffee gekannt haben. Diese Richtigstellung ist Karl Tepy zu verdanken,

⁵⁶ Helmut *Kretschmer*, Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser (Wien 2006), 5.

⁵⁷ Vgl. Helmut *Kretschmer*, Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser (Wien 2006), 6.

⁵⁸ Vgl. Wiener Zeitung, Eröffnung der historischen Ausstellung der Stadt Wien (Wien 1883), 5. In: Österreichische Nationalbibliothek, online unter <<http://anno.onb.ac.at/cgi-content/anno?apm=0&aid=wrz&datum=18830913&seite=5>> (17. April 2014).

⁵⁹ Vgl. Berühmte Personen und ihre Denkmäler und Gedenktafeln im 4. Bezirk. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <<https://www.wien.gv.at/bezirke/wieden/geschichte-kultur/sehenswuerdigkeiten/beruehmt.html>> (17. April 2014).

⁶⁰ Vgl. Helmut *Kretschmer*, Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser (Wien 2006), 5.

der in seinem Werk „Die Einführung des Kaffees in Wien“ gezeigt hat, dass Kolschitzky eigentlich Koltshitzky⁶¹ heißen müsste und dieser eben niemals ein Kaffeesieder war.

Botschafter, die nach Konstantinopel geschickt wurden, dürften den Brauch des Kaffeetrinkens bereits in der Mitte des 16. Jahrhunderts gesehen haben. Im Jahr 1582 beobachteten habsburgische Gesandte in Konstantinopel einen Umzug, wobei ihnen der Wagen der Kaffeesieder auffiel und sie notierten: „Der unbekannte schwarzte warme Tranck dient zur Verdäung der Speisen wie zur Verhinderung des Schlaafs und der Traurigkeit.“⁶² Eingang in die österreichische beziehungsweise Wiener Bevölkerung fand der Kaffee wahrscheinlich im Jahre 1665, als eine osmanische Gesandtschaft am Hof Kaiser Leopold I. eingerichtet wurde.⁶³

„Kara Mehmed Pascha, der osmanische Gesandte, zog mit orientalischem Prunk und einem Gefolge von 300 Personen in Wien ein, darunter die zwei Kaffeeköche Mehmed und Ibrahim. Die beiden würden den ganzen Tag lang Kaffee kochen und zuviel Holz verbrauchen, klagt der zuständige Kommissar. Doch die Wiener, die bekannterweise Spektakel lieben, zumal exotische, strömten in Scharen zur türkischen Botschaft [...]. Da das Offerieren von Kaffee ein Gebot der osmanischen Gastfreundschaft ist, hat sich mancher den schwarzen, duftenden Trank bestimmt schon jetzt schmecken lassen.“⁶⁴

Darüber hinaus sei anzumerken, dass 1685 der kaiserliche Offizier Luigi Conte Marsigli in Wien das Werk „Bevanda Asiatica“ publizierte, worin der Kaffee und seine Zubereitungsarten ausführlich behandelt wurden.⁶⁵ Er hatte das Traktat jedoch nicht selbst verfasst, sondern lediglich aus dem Original vom Historiker Hezarfenn übersetzt.⁶⁶ Die Kaffe Zubereitung wurde in dem wissenschaftlichen Text wie folgt beschrieben.

„Die gerösteten Bohnen werden in einem Mörser zu Pulver zerstampft und dieses durch ein engmaschiges Sieb gedrückt. [...] Das Pulver hebt man in Ledersäckchen auf, befeuchte es von Zeit zu Zeit mit einigen Tropfen warmem Kaffeeabsud, damit die aromatischen Stoffe sich nicht verflüchtigen. Das Getränk bereite man in einem silbernen, mit einem Deckel versehenen Gefäß, fülle es mit zehnmal soviel Wasser als Kaffee, den man hineinwirft, sobald das Wasser zu kochen beginnt. Man schließe den Deckel und warte, bis der Schaum durch die Spalte des Deckels dringt, ziehe die Kanne langsam zurück, [...], und warte vier Vaterunser, bis das Wasser den Kaffee aufgenommen hat. [...] Bevor die Tassen gefüllt werden, warte man

⁶¹ Anm.: Da die in der Literatur gebräuchliche Schreibweise jedoch Kolschitzky ist, werde auch diese Form im weiteren Verlauf der Arbeit verwendet werden.

⁶² Katja *Sindemann*, *Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft* (Wien 2008), 44.

⁶³ Vgl. Ulla *Heise*, *Kaffee und Kaffeehaus. Eine Geschichte des Kaffees* (Frankfurt am Main/Leipzig 2002), 43.

⁶⁴ Birgit *Schwane*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 27.

⁶⁵ Vgl. Helmut *Kretschmer*, *Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser* (Wien 2006), 6.

⁶⁶ Vgl. Katja *Sindemann*, *Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft* (Wien 2008), 45-46.

wieder drei Vaterunser, damit der Satz sich setze. Vorher kann man den Boden der Tasse mit einigen Tropfen Sirup bedecken, der mit Jasmin oder acqua d'ambra aromatisch gemacht worden ist.“⁶⁷

Das Jahr 1685 ist jedoch nicht nur der Zeitpunkt der ersten Veröffentlichung zum Thema Kaffee im deutschen Sprachraum, sondern ebenso das Jahr, in welchem Johannes Diodato in Wien die Hoffreiheit erhielt, Kaffee auszuschenken. Der Armenier Diodato (auch Deodat oder Theodat genannt) war es, der die Epoche des Wiener Kaffeehauses eingeläutet hat – mögliches Geburtsdatum ist der 17. Jänner 1685.⁶⁸ Obwohl diesem Mann die so hochgehobene Wiener Kaffeehauskultur zu verdanken ist – ist er doch sozusagen der Urgroßvater dieser bedeutenden österreichischen Institution – wurde ihm lediglich ein Park in Wien gewidmet. Der Johannes-Diodato-Park befindet sich in der Schäffergasse im vierten Wiener Gemeindebezirk und erhielt im Jahre 2004 seinen Namen. Im Vergleich dazu verewigte sich Kolschitzky fünf Mal im Stadtbild. Der Mythos des Pluderhosen tragenden Hofkuriers, der die türkischen Feinde überlistete und als Dank dafür das erste Kaffeehaus Wiens gründete, erweist sich somit als äußerst präsent. Dies gilt natürlich vorrangig für den vierten Bezirk, dennoch überholt Kolschitzky bezüglich ihm errichteter Denkmäler Diodato um Längen.

4. Das Wiener Kaffeehaus

4.1. Diodatos Ausschankprivileg und die Anfänge des Wiener Kaffeehauses

Wie bereits erwähnt, war nicht Kolschitzky der erste Kaffeesieder Wiens, sondern der Armenier Johannes Diodato. Dieser hieß eigentlich Owanes Astouatzatur und wurde um 1640 in Istanbul geboren.⁶⁹ 1654 war er im Zuge einer Reise mit seinem Vater nach Wien gekommen, wo er sich zwölf Jahre später endgültig niederließ. Diodato war hier als Kaufmann tätig und handelte mit türkischen Waren, wie beispielsweise Gewürzen, Teppichen und Lederwaren.⁷⁰ Gerhard Oberzill verweist darüber hinaus explizit auf eine Tätigkeit Diodatos als Kurier. Auch Katja Sindemann schreibt, dass er „von den Habsburgern als Kurier – man könnte auch sagen Spion – engagiert wurde“⁷¹. Das Wiener Stadt- und Landesarchiv hält jedoch fest, dass Diodato nie die Stelle des orientalischen Hofkuriers besetzte.⁷² Die historischen Gegebenheiten werden also widersprüchlich dargestellt. Ebenso konträr

⁶⁷ Luigi Conte *Marsigli*, *Bevanda Asiatica*. Zitiert nach: Katja Sindemann, *Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft* (Wien 2008), 46.

⁶⁸ Vgl. Birgit *Schwaner*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 29-30.

⁶⁹ Vgl. Gerhard H. *Oberzill*, *Ins Kaffeehaus! Geschichte einer Wiener Institution* (Wien/München 1983), 17.

⁷⁰ Vgl. Helmut *Kretschmer*, *Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser* (Wien 2006), 6-7.

⁷¹ Katja *Sindemann*, *Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft* (Wien 2008), 45.

⁷² Vgl. Helmut *Kretschmer*, *Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser* (Wien 2006), 7.

gestalten sich die Ausführungen rund um seine Tätigkeit als Versorger des kaiserlichen Hofes mit Silber für die Münzproduktion. Obgleich man nicht gesichert sagen kann, inwieweit ihm dies gelang, war ihm das Herrscherhaus dankbar und belohnte ihn mit Steuerfreiheit sowie dem kaiserlichen Privileg, als Einziger für zwanzig Jahre Kaffee ausschütten zu dürfen.⁷³ Im Original liest sich das so: „...das Türkische Getränk, als Caffé, The und Scherbet, zu praeparieren, um ein Stück Brodt zu gewinnen.“⁷⁴

Diodato gehörte der kleinen in Wien ansässigen armenischen Gemeinde an, die maßgeblich an der Verbreitung des Kaffees beteiligt war. Auch in anderen europäischen Städten waren es armenische Händler, die Kaffee als Alltagsgetränk in der Gesellschaft etablierten.⁷⁵ Ab 1670 ist Diodato als Besitzer eines Warenlagers in der Rotenturmstraße registriert. Dort befand sich einerseits das kaiserliche Maut- und Waaghaus und andererseits eine Vielzahl von Verkaufsstellen der „Raizen“ (Serben). Es ist also nicht sonderlich überraschend, dass in dieser orientalisches geprägten Atmosphäre das erste Kaffeehaus der Stadt entstand. Wahrscheinlich lag dieses gegenüber dem Maut- und Waaghaus, nahe der heutigen Hausnummer 14.⁷⁶ Die Eröffnung des ersten Wiener Kaffeehauses unter Diodato datiert man zwar auf den 17. Jänner 1685, sicher ist aber nur, dass an diesem Tag das Privileg für den Verkauf von Kaffee ausgestellt wurde. Aufzeichnungen diesbezüglich existieren keine, da der armenische Kaufmann als so genannter „hofbefreiter“ Kaffeesieder tätig war und daher keine Steuern zahlen musste.⁷⁷

Alles in allem heißt das, Diodato war mit Sicherheit der erste Kaffeesieder Wiens, lebte in der heutigen Rotenturmstraße und erhielt im Jahre 1685 die Hoffreiheit, Kaffee auszuschütten. Umstritten ist, ob sich sein Kaffeehaus ebenfalls in der Rotenturmstraße befand und ob dieses am Tag der Datierung des Ausschankprivilegs tatsächlich eröffnet wurde.

4.2. Das Anwachsen der Zunft

Ganze zwanzig Jahre wollte Johannes Diodato der alleinige Kaffeesieder Wiens bleiben – ein Monopol, welches ihm die Residenzstadt laut Privileg zugesichert hatte. Neben der Hoffreiheit gab es jedoch auch noch ein städtisches Privileg und beide schlossen einander aus. Letzteres erhielten lediglich diejenigen, die das Bürgerrecht besaßen, eine Hoffreiheit, wenn man dieses nicht hatte. Ist man nun zu jener Zeit in Österreich eingebürgert worden, so musste man eigentlich ein städtisches Privileg beantragen und die Hoffreiheit aufgeben. Damit einher ging aber auch der Umstand der

⁷³ Vgl. Katja *Sindemann*, *Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft* (Wien 2008), 45.

⁷⁴ Katja *Sindemann*, *Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft* (Wien 2008), 45.

⁷⁵ Vgl. Birgit *Schwaner*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 30-31.

⁷⁶ Vgl. Birgit *Schwaner*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 30.

⁷⁷ Vgl. Gerhard H. *Oberzill*, *Ins Kaffeehaus! Geschichte einer Wiener Institution* (Wien/München 1983), 18.

Steuerpflicht, welcher sich Diodato entziehen wollte und somit trotz seiner Einbürgerung kein städtisches Privileg beantragte.⁷⁸

Als Diodato in den 1690er Jahren auf Grund von geschäftlichen Schwierigkeiten nach Venedig reisen musste, überließ er den Kaffeehausbetrieb seiner Frau. Dies ist auch die Zeit, in der Sahak Lucasian beziehungsweise Lucas aus Eriwan die Bildfläche der Wiener Kaffeehauslandschaft betrat und sich just zu Isaak de Luca umbenannte.⁷⁹ Der ebenfalls aus Armenien stammende Isaak de Luca kam 1697 nach Wien, wo er sogleich Theresia Barbara Schneider, Tochter eines kaiserlichen Notars, heiratete und dadurch das Bürgerrecht erhielt.⁸⁰ Auch er handelte mit türkischen Waren, wandte sich aber schon bald der Kaffeesiederei zu und wurde noch im selben Jahr als bürgerlicher Kaffeesieder betitelt.⁸¹ Seine erste Kaffeeschenke befand sich in der noch heute existierenden Salvatorgasse im ersten Wiener Gemeindebezirk; 1703 übersiedelte er innerhalb des Bezirkes in das in der Goldschmiedgasse gelegene Haus „Bey der blauen Flasche“. Da sich de Luca auf Grund seiner Tätigkeit als türkischer Hofkurier häufig auf Reisen befand, oblag die Führung des Kaffeehauses hauptsächlich seiner Frau.⁸² Isaak de Luca war somit der Erste, dem von Kaiser Leopold I. ein bürgerliches Ausschankprivileg ausgestellt wurde, und es dauerte nicht mehr lange, bis zwei weitere ernannt wurden. Auch sie waren armenischer Herkunft und hießen Andreas Pain, welcher sich in der Vorstadt St. Ulrich (siebter Wiener Gemeindebezirk) niederließ, und Philipp Rudolf Kämberg. Ein vierter, ein getaufter Türke namens Dewisch, folgte einige Zeit später. Letzterer hatte das bürgerliche Kaffeesiederprivileg, welches im Gegensatz zur Hoffreiheit an jeden weitergegeben werden konnte, von Leopold Rieß übernommen. Dieser Umstand führte dazu, dass die frühe Wiener Kaffeehausgeschichte von einer gewissen Unübersichtlichkeit gekennzeichnet ist. Wechselnde Besitzer, Adressen und Namen tragen hierzu wesentlich bei.⁸³

Johannes Diodato kehrte 1705 nach Wien zurück und musste feststellen, dass er sein Monopol verloren hatte. Er befand sich nun in einem kleinen Kreis Wiener Kaffeesieder, welcher sich in den kommenden Jahren aber rasch zu einer großen Gruppe ausweiten sollte. Mit Hilfe eines Schreibens an die Hofkammer wollte er seine Vorrangstellung wieder zurückerringen und so klagte er: „...daß besagtes privilegium sowohl von meinen aigenen Bedienten alß auch villen andern dolose und höchst

⁷⁸ Vgl. Birgit *Schwaner*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 33-34.

⁷⁹ Vgl. Helmut *Kretschmer*, *Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser* (Wien 2006), 7.

⁸⁰ Vgl. Birgit *Schwaner*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 35.

⁸¹ Vgl. Helmut *Kretschmer*, *Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser* (Wien 2006), 7.

⁸² Vgl. Helmut *Kretschmer*, *Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser* (Wien 2006), 8.

⁸³ Vgl., Birgit *Schwaner*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 35-38.

straffbahr violirt undt hindan gesetzt wordten, dergestalt, daß anietzo fast alle Straßen, Gassen und Wünckhl mit burgerlichen und hoffbefreyten Caffee Siedern in gröster quantitet angefület, [...] wodurch dan in vermeldtes privilegium, ehe ich dessen einmahl recht genossen, inutil gemacht, gänzlich zernichtet und alle darauß gehoffte contolation auf einmahl entzogen wordten.“⁸⁴ Er fügte des Weiteren hinzu, dass „*fast kein veritabler Caffee Tranckh mehr zu haben und zu bekommen sei*“⁸⁵. Und als wäre dies für Diodato noch nicht schädlich genug, befanden sich seine Konkurrenten nicht weit von seiner am Stephansplatz gelegenen Kaffeeschenke und luden in ihre Häuser ein.

Die Schreiben Diodatos halfen nichts und so vergrößerte sich das Kaffeehausgewerbe rasend schnell. 1714 gab es bereits elf bürgerliche und rund zwanzig hofbefreite Kaffeesieder. Die Gesamtzahl der Kaffeehäuser dürfte jedoch höher gewesen sein, da die Summe der Vorstadt- und Schlagbrückencafés hierbei nicht berücksichtigt wurden.⁸⁶ „Die bürgerlichen sind in einer Bruderschaft zusammengeschlossen. Sie erreichen, dass Kaiser Karl VI. ihnen per Schutzpatent die Exklusivität garantiert, um *mehrere schmälierung ihrer Nahrung zu verhindern*. Das bedeutet: Aufnahmestopp für neue Anwärter; für lange Zeit wird kein bürgerliches Privileg mehr vergeben. Wer eins möchte, muss ein vorhandenes erwerben.“⁸⁷ Das Privileg der Kaffeesieder von Karl VI. 1714 lautete wie folgt:

„Viertens, Sollen zu fortsetzung ihres Gewerbes obberührte Eilf Burger, und nach ihnen ihre Nachkomben allein, und Niemand anderer befuegt seyn, Thee, Caffee, Schogoladi und derley Sorbeten zum Verkauf zubrennen, oder gebreuter zuverkauffen, weniger noch zukochen, und zu conficiren, gekochter in offentlichen Gewölbern, sambt allen darzue erforderlichen Appertinentien, durch sich, oder ihre darzue bestelte dienst Leüth zuverkauffen, inn- und außer Marcktszeiten vor- und in der Statt fail zuhaben, bey welcher freyheit sie jederzeit guet- und gerechte Wahr bey verlust des Handls und noch absonderlicher Straff außgegeben und gemacht werden.“⁸⁸

Der erste Kaffeesieder Wiens starb am 17. Mai 1725 in seinem Haus „Zum grünen Elefanten“ in der heutigen Hollandstraße im zweiten Wiener Gemeindebezirk. Kurze Zeit später, genauer gesagt im Jahre 1729, folgte ihm Isaak de Luca, als er im heutigen Istanbul zu Tode kam. Die 1720er Jahre waren es auch, in denen die Brüder Anton und Franz Ignaz Deodat, weitschichtige Verwandte von Johannes Diodato, nach Wien einwanderten. Hier angekommen, heirateten sie zwei Schwestern;

⁸⁴ Zitiert nach: Katja *Sindemann*, *Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft* (Wien 2008), 47-48.

⁸⁵ Zitiert nach: Birgit *Schwane*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 38.

⁸⁶ Vgl. Katja *Sindemann*, *Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft* (Wien 2008), 49.

⁸⁷ Birgit *Schwane*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 45.

⁸⁸ Zitiert nach: Hans *Weigel*, Christian *Brandstätter*, Werner J. *Schweiger* (Hg.), *Das Wiener Kaffeehaus. Einleitender Essay von Hans Weigel. Text- und Bildauswahl von Christian Brandstätter und Werner J. Schweiger. Mit 121 Abbildungen* (Wien/München/Zürich 1978), 41.

eine von ihnen war die Witwe Isaak de Lucas, welche das Kaffeehaus ihres Mannes geerbt hatte. So erhielten die beiden Armenier das Bürgerrecht, erwarben zwei Kaffeehütten, welche sich direkt nebeneinander an der Schlagbrücke befanden und besaßen darüber hinaus auch die ehemalige „Blaue Flasche“, welche „Zum Bruder Herz“ umbenannt wurde.⁸⁹

4.3. Die Schlagbrücken-Cafés

Die ab 1645 entstandenen Kaffeehäuser waren noch weit davon entfernt, dem heutigen Bild eines Cafés zu entsprechen. Sie stellten eher eine Stube beziehungsweise Taverne dar, in der Kaffee ausgeschenkt wurde. Gleichzeitig etablierten sich von Anfang an auch ambulante Schänken, die als „Coffeeambulancen“ bezeichnet wurden und im 18./19. Jahrhundert auf Märkten sowie Messen zu finden waren.⁹⁰ War man im beginnenden 18. Jahrhundert in Wien auf der Suche nach einer Schale Kaffee, so musste man folglich entweder eine ambulante Kaffeeausschank oder ein Kaffeehauschild mit einem in türkischer Tracht gekleideten Mann, der eine langstielige Messingkanne in der Hand hält, finden. Diese Schilder befanden sich zu Beginn der Kaffeehausgeschichte hauptsächlich in zwei Gegenden. Auf der einen Seite war dies die Innenstadt, das heißt im ehemaligen Schlossergassl, welches dem heutigen Bereich des Grabens entspricht und auf der anderen Seite die Region an der so genannten Schlagbrücke. Die Schlagbrücke gab es seit dem Mittelalter, erhielt ihren Namen, da man damals auf ihr das Vieh geschlachtet (oder auch geschlagen) hat und war die einzige Verbindung zur Leopoldstadt.⁹¹ Auf Grund ihrer Lage am Donaukanal hatte die heutige Schwedenbrücke zu jener Zeit eine bedeutende wirtschaftliche Funktion. Sie stellte den Ankunftsort aller Reisenden aus dem Osten dar und war somit prädestiniert, sich zu einem Zentrum der Kaffeehauskultur zu etablieren.⁹²

Die Kaffeehäuser an der Schlagbrücke können somit als erste Vorstadtcafés bezeichnet werden oder zumindest als ihre Vorläufer. Das hier befindliche Kaffeehauswesen konnte man nicht mit dem der Innenstadt vergleichen und war geprägt von Armeniern, Juden, Türken und ‚Raizen‘. Aus diesen einfachen Kaffeehütten sollten im Laufe der Geschichte noch bedeutende Kaffeehäuser der Frühzeit werden.

4.4. Der Streit mit den Wasserbrennern

Mit dem Aufkommen der ersten Kaffeehäuser entstand ein neues Feindbild in der Wiener Gastronomieszene. Die österreichische Bevölkerung entwickelte sich zunehmend zu Kaffeeliehabern, was sich in der verstärkten Popularität des Kaffeehauses zeigte und wodurch die

⁸⁹ Vgl. Helmut *Kretschmer*, Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser (Wien 2006), 6-8.

⁹⁰ Vgl. Ulla *Heise*, Kaffee und Kaffeehaus. Eine Geschichte des Kaffees (Frankfurt am Main/Leipzig 2002), 157.

⁹¹ Vgl. Birgit *Schwaner*, Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 45-46.

⁹² Vgl. Katja *Sindemann*, Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft (Wien 2008), 49.

Kaffeehausbranche einen stark anwachsenden Markt darstellte. Die Verlierer dieser Geschichte waren die Wasserbrenner, die durch zunehmenden Kaffeekonsum weniger Schnaps verkauften. Kurzerhand entschieden sie sich, neben Branntwein auch das koffeinhaltige Getränk in ihren Läden zu verkaufen, obwohl sie dafür keine Konzession hatten. Der Ärger ihrer Kaffeehauskollegen war ihnen sicher. Vorhersehbar war auch, dass sich dieses anfängliche Konkurrenzverhalten zu einer handfesten Auseinandersetzung rund um das jeweilige Ausschankprivileg entwickeln würde.⁹³ Dem jahrelangen Streit bereitete man erstmals 1723 ein Ende, als der Stadtrat den Wasserbrennern verbot, Kaffee auszuschenken. Die wirtschaftliche Lage der Schnapsbrenner spitzte sich durch diese Verfügung weiter zu, wodurch sie sich durch die Kaffeessieder in ihrer Existenz bedroht sahen.⁹⁴ Dieser Umstand führte dazu, dass den ärmsten Wasserbrennern der Verkauf von Kaffee erlaubt wurde. Johann Jakob Tarone war einer von ihnen und sollte sich im weiteren Verlauf der Kaffeehausgeschichte noch zu einem wichtigen Protagonisten entwickeln.⁹⁵

Maria Theresia war es, die die Wasserbrenner aus ihrer prekären Lage befreien wollte. Den Grund dafür äußerte sie wie folgt.

„Es widerstrebe aber der natürlich billichkeit, daß der unfleiß ihresadvokaten eine so schwäre gewerbs=Benachtheillung nach sich ziehen und so vielle familien um ihre nahrung bringen sollte! Jedermann seye bekannt, wie sehr sich die zeiten veränderet und daß dermahlen keine kalte, sondern bloß die warme Lust-getränke gesucht werden, dahero ihnen Wasserbrennern betrüblich fallen müsse, daß sie mit ihrem uralten gewerb vollends aufligen, die Caffee=sieder hingegen sich emporschwingen, ohngeacht ihre Befugnis weith minders gegründet seye.“⁹⁶

Die Auseinandersetzung beider Gewerbe wurde somit 1747 endgültig beigelegt, als Maria Theresia beschloss, beide Zünfte zu einer gemeinsamen zusammenzufassen. Ein weiterer positiver Aspekt daran war, dass nun nicht nur die Wasserbrenner legal Kaffee ausschenken durften, sondern auch die Kaffeessieder Alkohol verkaufen konnten, was als erste bedeutende Zäsur der Kaffeehausentwicklung angesehen werden kann.⁹⁷

4.5. Johann Jakob Tarone – der Erfinder des Schanigartens

Wie im vorangegangenen Kapitel bereits erwähnt, war es ein verarmter Wasserbrenner, der sich als Kaffeessieder einen Namen machte. Diesen Umstand verdankte der Italiener der Idee, vor seinem Lokal Tische und Stühle aufzustellen – der Schanigarten war geboren. Die Bezeichnung des

⁹³ Vgl. Birgit *Schwaner*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 47-48.

⁹⁴ Vgl. Olaf *Link*, *Geschichte(n) Wiener Kaffeehäuser* (Würzburg 2011), 12.

⁹⁵ Vgl. Gerhard H. *Oberzill*, *Ins Kaffeehaus! Geschichte einer Wiener Institution* (Wien/München 1983), 21-22.

⁹⁶ Zitiert nach: Gustav *Gugitz*, *Das Wiener Kaffeehaus. Ein Stück Kultur- und Lokalgeschichte* (Wien 1940), 39.

⁹⁷ Vgl. Katja *Sindemann*, *Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft* (Wien 2008), 49.

Gastgartens als Schanigarten basiert abermals auf Vermutungen und überlieferten Geschichten. Man sagt, dass die Kellner, die im Frühling die Tische und Stühle hinaustrugen, meistens Johann, im Wienerischen ‚Schani‘, hießen und durch den Ausruf „Schani, trag den Garten außi“ sich der Begriff des Schanigartens etabliert hat.⁹⁸ Wahrscheinlicher ist aber, dass sich dieser Term vom Kaffeehausbesitzer Johann Jakob Tarone, auch Johann Jakob Taroni oder Gianni Torrini genannt, ableitet. Nachdem ihm die Erlaubnis erteilt wurde, einen Gastgarten vor seinem Lokal zu eröffnen, eilten die Wiener in Strömen in „Giannis Garten“. Mit Hilfe einiger Lautverschiebungen dauerte es nicht lange und aus „Giannis Garten“ wurde der „Schanigarten“.⁹⁹

Es war das Jahr 1749 als Tarone um die Genehmigung für einen Schanigarten ansuchte und diese auch noch im selben Jahr bekam. Fortan war das Kaffeehaus auch im Sommer attraktiv, was dazu führte, dass sich nun jeder Kaffeekocher, der nur ein wenig Platz vor seinem Lokal hatte, um einen Gastgarten bemühte.¹⁰⁰ Neben dieser lukrativen Geschäftsidee, gilt Tarone auch als Begründer der so genannten Sommerkaffeehäuser am Graben. Diese als Gifhütten bezeichneten Sommerkaffeehäuser unterschieden sich sehr deutlich von den eigentlichen Cafés, waren sie doch lediglich Zelte in deren Nähe. Eine weitere Besonderheit war, dass hier auch Frauen der Zutritt gewährt wurde und diese sich ebenso an den ausgeschenkten Erfrischungsgetränken erfreuen konnten. So waren der Schanigarten und die Sommerzelte vor allem für die Damen eine wichtige Errungenschaft und der erste Schritt in das Innere der Kaffeehäuser.¹⁰¹

Als der mittlerweile Vorsteher der Kaffeekocherinnung, Johann Jakob Tarone, 1777 im Alter von 71 Jahren starb, hinterließ er seiner Frau Magdalena, die die Limonadenhütte am Graben betrieb, das Kaffeehaus „Zum Taroni“. Auch nach der Hochzeit Magdalenas mit Josef Mazella behielt dieses ihren Namen und war stets ob seines Schanigartens bekannt. Die nachfolgenden Besitzer Anton Simon und Josef Schweiger machten ebenfalls keine Anstalten, das Kaffeehaus umzubenennen. Erst Ignaz Schlegel brach 1825 mit der Tradition und taufte das ehemalige „Zum Taroni“ auf den Namen „Zum Jüngling“. Geblieben sind die italienischen Stammgäste, jedoch verlor es immer mehr an Bedeutung und war nach der Regulierung des Grabens, wodurch fast alle alten Häuser durch Neubauten ersetzt wurden, ganz verschwunden.¹⁰²

⁹⁸ Vgl. Birgit *Schwaner*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 48-49.

⁹⁹ Vgl. Robert *Sedlacek*, *Wem wir die Schanigärten verdanken*. In: *wienerzeitung.at*, online unter <http://www.wienerzeitung.at/meinungen/glossen/229010_Wem-wir-die-Schaniarten-verdanken.html> (23. April 2014).

¹⁰⁰ Vgl. Birgit *Schwaner*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 49.

¹⁰¹ Vgl. Gustav *Gugitz*, *Das Wiener Kaffeehaus. Ein Stück Kultur- und Lokalgeschichte* (Wien 1940), 51-53.

¹⁰² Vgl. Gustav *Gugitz*, *Das Wiener Kaffeehaus. Ein Stück Kultur- und Lokalgeschichte* (Wien 1940), 52-54.

4.6. Die ersten bedeutenden Kaffeehäuser

Wie schnell sich die Kaffeehäuser in Wien verbreiteten, kann man an folgender Grafik erkennen.

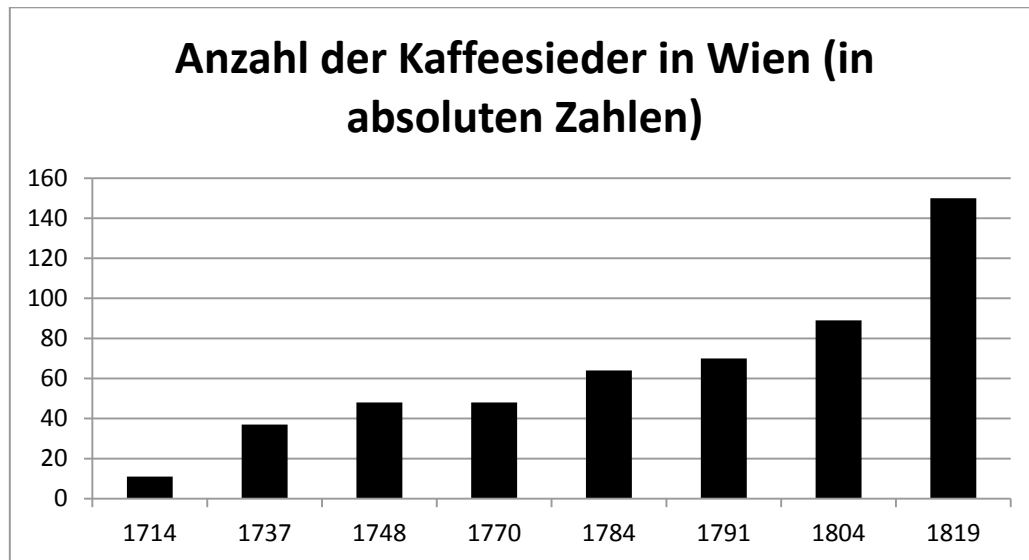


Abbildung 1: Die Zahl der Wiener Kaffeesieder von 1714-1819¹⁰³

Waren es 1714 noch elf bürgerliche Kaffeesieder, so hatte sich ihre Zahl 1737 schon mehr als verdreifacht. Ein vergleichbar langsamer Anstieg kann bis zum Jahre 1770 angenommen werden, in welchem 48 Kaffeehausbesitzer registriert waren. Ab diesem Zeitpunkt jedoch schien das Gewerbe zu wachsen, denn 1804 gab es bereits 89 Kaffeesieder und im Jahre 1819 sogar 150.

Zu Beginn des 18. Jahrhunderts war das Kaffeehaus noch ein dunkles Gewölbe, spärlich mit Kerzenlicht ausgeleuchtet und nicht allzu groß. Zumeist traf man dort den in türkischen Pluderhosen gekleideten Kaffeesieder, der aus einer langstieligen Messingkanne Kaffee ausschenkte. Die Gäste waren ausschließlich männlich, die Einrichtung spartanisch und von der heute propagierten Gemütlichkeit des Wiener Kaffeehauses war damals noch wenig zu spüren. Es sollte noch bis zum Ende des Wiener Kongresses dauern, bis sich die Marke Wiener Kaffeehaus mit all ihren Facetten und Charakteristika herausgebildet hatte. Wesentlich für die Entwicklung waren zwei Begleiterscheinungen des Kaffeehauses: Zeitungen und Spiele.¹⁰⁴

4.6.1. Zeitungen

Wir befinden uns im 18. Jahrhundert, als die Kaffeesieder begannen, Zeitungen zu abonnieren und sie in ihren Kaffeehäusern auszulegen.

¹⁰³ Eigene Darstellung auf Basis von: Helmut *Kretschmer*, Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser (Wien 2006), 8. Birgit *Schwane*, Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 67.

¹⁰⁴ Vgl. Katja *Sindemann*, Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft (Wien 2008), 51.

„Der französische Benediktiner Casimir Freschot, der durch das Habsburgerreich reiste, beobachtete 1704 in Wien erstaunt, dass sich in den Wiener Kaffeehäusern zahlreiche ‚Müßiggänger‘ trafen, Zeitung lasen und eifrig über das Gelesene sowie die politische Lage diskutierten. Dabei wurde Tratsch und Klatsch mit ernsthafter Kritik an den politischen Verhältnissen, der Regierung und dem Militär vermischt. Freschot war perplex über die Meinungsfreiheit, die bei solchen Debatten herrschte, wo nicht einmal das Leben des Kaisers vor Kommentar und Kritik sicher war.“¹⁰⁵

Man darf sich von diesem Kommentar aber nicht in die Irre führen lassen, muss man doch bedenken, dass zu dieser Zeit in Österreich die Zensur herrschte. Diese wurde zu Beginn von den Patres der Jesuiten ausgeführt und später durch die Hofkommission unter der Leitung von Maria Theresias Leibarzt van Swieten.¹⁰⁶ Die Vielfalt der in den Kaffeehäusern zu findenden Zeitungen war nicht in Maria Theresias Interesse, weswegen sie der Polizei den Auftrag erteilte, die Blätter zu kontrollieren und man jedem Cafetier Strafen androhte, falls sie dennoch verbotene Zeitungen auslegten.¹⁰⁷ Verboten waren auch die so genannten „privaten Zeitungen“, das heißt unzensierte, handgeschriebene Texte, die zumeist Gegendarstellungen zu offiziellen Meldungen waren.¹⁰⁸ Trotz der allgegenwärtigen Zensur waren und blieben die Kaffeehäuser Orte politischer Diskussion, wo sich das Erwachen einer bürgerlichen Autonomie zeigte.

Nach dem Tod Maria Theresias erließ Joseph II. ein gemäßigteres Zensurgesetz, was sich in den vielfachen Neugründungen von Tageszeitungen und Journalen widerspiegelte. Das Zeitungsrepertoire in den Cafés erfreute sich abermals einer großen Vielfalt, die in einem literarisch begeisterten und intellektuellen Publikum resultierte.¹⁰⁹ Auch die Anzahl der Kaffeehäuser wuchs während der Alleinherrschaft von Joseph II (1780-1790) wieder an, was in Abbildung 1 zu erkennen ist.

Ein typisches Merkmal des Wiener Kaffeehauses war übrigens damals schon der Zeitungshalter, welcher von Michael Hertl in den 1770er Jahren erfunden wurde und in den die Tages- und Wochenblätter eingespannt waren.¹¹⁰ Selbst der Berliner Buchhändler Friedrich Nicolai, der Wien Anfang der 1780er Jahre besuchte und Stadt und Leute ansonsten bemängelte, wusste dieses „unangemeldete Wiener Patent“ zu würdigen: „In den Wiener Kaffeehäusern werden Zeitungen an

¹⁰⁵ Katja *Sindemann*, *Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft* (Wien 2008), 65.

¹⁰⁶ Vgl. Birgit *Schwaner*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 50.

¹⁰⁷ Vgl. Olaf *Link*, *Geschichte(n) Wiener Kaffeehäuser* (Würzburg 2011), 13.

¹⁰⁸ Vgl. Birgit *Schwaner*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 51.

¹⁰⁹ Vgl. Sonja *Moser*, *Das Hawelka. Geschichte & Legende* (Wien/Graz/Klagenfurt 2009), 25.

¹¹⁰ Vgl. Lukas Marcel *Vosicky*, *Die Weltanschauung des Wiener Kaffeehauses: »allein sein wollen, aber dazu Gesellschaft brauchen«*. In: Mădălina Diaconu, Gerhard Buchbauer, James G. Skone, Karl-Georg Bernhardt, Elisabeth Menasse-Wiesbauer (Hg.), *Sensorisches Labor. Urbane Haptik- und Geruchsforschung* (Wien/Berlin 2011), 191-192.

ein besonderes Brett, worin ein Stab ist, mit dem sie eingeklemmt sind, mit einem Schlosse festgeschlossen. Solcher Bretter liegen wohl ein paar Dutzend herum. Diese Erfindung ist nicht übel, damit die einzelnen Blätter nicht verworfen oder verschleppt werden.“¹¹¹

4.6.2. Das Kaffeehaus als Spielstätte

Das Kaffeehaus als Unterhaltungsstätte zu bezeichnen, resultiert in jener Zeit vorwiegend aus dem Umstand, dass es ein Ort des Spieles war. In Wien hatte dabei vor allem das Billard – neben Kartenspielen und Schach – die Herzen der Wiener gewonnen. Nachdem dieses lange nur dem Adel zugänglich war, etablierte es sich mit Hilfe der Kaffeehäuser in allen Bevölkerungsschichten.¹¹²

Obwohl man Billard schon vor der Etablierung der ersten Kaffeehäuser in Österreich kannte, waren es dennoch diese, die seine Popularität förderten. In seinen Anfängen wurde das Billard, vergleichbar mit Krocket, auf einem Rasen gespielt und erst im 15. Jahrhundert ging man dazu über, das Grün der Wiese durch das Grün des Billardtisches zu ersetzen. Ausgehend von Frankreich und mit Hilfe der kaiserlichen Heiratspolitik verbreitete sich die „Kunst der Kugel“¹¹³ in ganz Europa und gelangte auf diese Weise auch nach Wien. Schnell entdeckten die Kaffeekocher mit dem Billard ein neues lukratives Nebengeschäft und so war ein weiteres charakteristisches Merkmal des Wiener Kaffeehauses geboren. Nachdem dieses Fuß gefasst hatte, entwickelte sich auch eine typische Figur des Wiener Cafés, der *Marqueur*. Er war es, der die Punkte der jeweiligen Spiele zählte und notierte. Obwohl die Kaffeekocher für das Aufstellen von Billardtischen eine Genehmigung anfordern mussten und darüber hinaus verpflichtet waren, Steuern zu zahlen, erwies sich das Billard als ertragreiches Geschäft; konnte man pro Tisch doch bis zu zwölf Gulden kassieren.¹¹⁴

Das Kaffeehaus stellte also einen zentralen Ort des Vergnügens und der Unterhaltung dar und so ist es nicht verwunderlich, dass es auch hier zu kaiserlichen Verordnungen diesbezüglich kam. Die hohen Spieleinsätze und daraus resultierenden Verluste wurden von den Obrigkeiten nicht gerne gesehen. Schon Kaiser Karl VI. erließ 1714 ein Dekret, welches das Spielen im Café verboten und unter Strafe gestellt hatte.¹¹⁵ Auch für die absolutistische Herrscherin Maria Theresia war das (Glücks-)Spiel ein rotes Tuch und dadurch veranlasste sie 1745 in der „Billard-Normale“, dass die Billardtische im Erdgeschoss aufgestellt sein mussten, um das Treiben von Wachen kontrollieren zu können, und darüber hinaus wurden strengere Öffnungszeiten eingeführt.¹¹⁶ Zu Ostern, Pfingsten, am Dreifaltigkeitssonntag, am Tag von Maria Empfängnis sowie zu Weihnachten durfte kein Kaffeehaus

¹¹¹ Friedrich *Nicolai*, Beschreibung einer Reise durch Deutschland und die Schweiz im Jahre 1781. Zitiert nach: Herta Singer, *Im Wiener Kaffeehaus* (Wien 1959), 70-71.

¹¹² Vgl. Birgit *Schwaner*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 63.

¹¹³ Katja *Sindemann*, *Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft* (Wien 2008), 52.

¹¹⁴ Vgl. Katja *Sindemann*, *Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft* (Wien 2008), 52-55.

¹¹⁵ Vgl. Ulla *Heise*, *Kaffee und Kaffeehaus. Eine Geschichte des Kaffees* (Frankfurt am Main/Leipzig 2002), 215.

¹¹⁶ Vgl. Katja *Sindemann*, *Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft* (Wien 2008), 55.

geöffnet sein und auch am Sonntag war der Ausschank von Kaffee erst mittags erlaubt.¹¹⁷ Anfänglich mussten die Cafés bereits um neun Uhr abends ihre Türen schließen; später wurde die Sperrstunde auf 23 Uhr ausgeweitet. Billard durfte man aber keineswegs den ganzen Tag über spielen; die Erlaubnis hierfür war erst ab drei Uhr nachmittags erteilt worden.¹¹⁸

Auch diesbezüglich kam es nach dem Tod von Maria Theresia durch die Alleinregentschaft ihres Sohnes Joseph II. zu einer Liberalisierung der Gesetzgebung. Der aufgeklärte Monarch erlaubte von nun an, Tische auch im ersten Stock aufzustellen und erklärte die „Billard-Normale“ seiner Mutter für aufgehoben. Die Freude der Kaffeekocher währte aber nicht lange, denn schon unter Metternich wurde die Verfügung von Joseph II. aus Angst vor einer Revolution wieder außer Kraft gesetzt.¹¹⁹

Ende des 18. Jahrhunderts und zu Beginn des 19. Jahrhunderts verschwindet das private Glücksspiel fast zur Gänze von der Bildfläche und wird von staatlichen Lotterien abgelöst. Das Kaffeehaus als Spielstätte verlor an Bedeutung und stellte nicht mehr den Mittelpunkt des Kaffeehauslebens dar. Dies bezog sich vor allem auf jegliche Art von Kartenspielen; die Begeisterung für Billard blieb noch lange Zeit bestehen und führte dazu, dass in manchen Kaffeehäusern Ende des 19. Jahrhunderts eigene Billardsäle eingerichtet wurden.

„Der absolute In-Treff für Billardspieler war das Café Hugelmann jenseits der Schlagbrücke, heute Praterstraße 2. Die ungarischen Marqueure dort galten als wahre Meister des Spiels. Diese ‚Universität des Billard‘ wurde vor allem von Reisenden aus dem Osten, aber auch von Einheimischen frequentiert.“¹²⁰

Ähnliche Entwicklungen sind bezüglich des Tarockspieles in Wien zu erkennen. In den habsburgischen Kaffeehäusern bildete sich eine spezielle Szene des Tarocks heraus, wodurch viele Spielzimmer auch des Öfteren als Tarockzimmer bezeichnet wurden und ein typisches Charakteristikum österreichischer Kaffeehauskultur verkörperten.¹²¹

4.6.3. Die ersten bedeutenden Kaffeehäuser

4.6.3.1. Das „Café Rebhuhn“

Das „Café Rebhuhn“ in der Goldschmiedgasse, eines der wenigen, die nicht nach ihrem Besitzer benannt worden waren, kann als eines der ersten politischen Kaffeehäuser Wiens bezeichnet werden. Hier kamen interessierte Zeitungsleser auf ihre Kosten, denn man ließ es sich nicht nehmen, auch lautstark über die Ereignisse zu diskutieren. Debatten über das tagespolitische Geschehen waren somit alltäglich.¹²² „An dem langen ‚politischen‘ Tisch neben der Tür trafen sich Bürger und

¹¹⁷ Vgl. Olaf Link, Geschichte(n) Wiener Kaffeehäuser (Würzburg 2011), 13.

¹¹⁸ Vgl. Katja Sindemann, Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft (Wien 2008), 55.

¹¹⁹ Vgl. Katja Sindemann, Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft (Wien 2008), 55-56.

¹²⁰ Katja Sindemann, Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft (Wien 2008), 57-58.

¹²¹ Vgl., Ulla Heise, Kaffee und Kaffeehaus. Eine Geschichte des Kaffees (Frankfurt am Main/Leipzig 2002), 215-217.

¹²² Vgl., Gustav Gugitz, Das Wiener Kaffeehaus. Ein Stück Kultur- und Lokalgeschichte (Wien 1940), 54-55.

Beamte zu ausgedehnten Debatten. Der Marqueur servierte den Kaffee und der Kaiser Joseph die Gesprächsthemen.¹²³ Vor allem diesem Umstand verdankt das „Café Rebhuhn“ seine Berühmtheit. Weniger wurden die politischen Diskurse erst 1784, als die Kaffeehaus-Freiheit abermals eingeschränkt wurde. Obwohl die weitere Geschichte des ersten politischen Kaffeehauses Wiens durch viele Übernahmen und Krisen gekennzeichnet ist, hat es dennoch überlebt und ziert, wenn auch nicht mehr im selben Haus, noch immer die Goldschmiedgasse im ersten Wiener Gemeindebezirk.¹²⁴

4.6.3.2. Das „Café Milani“

Das „Café Milani“ läutete die Ära der prachtvollen Kaffeehauseinrichtungen ein. Obwohl die Zeit der großen prunkvollen Kaffeehäuser, die wohl eher als Salons benannt werden sollten, noch nicht gekommen war, so erkannte Giovanni Milani schon sehr bald, dass eine elegante und pompöse Ausstattung die Besucher anlockt. Darüber hinaus legte der aus Ferrara stammende Italiener vor allem Wert auf ein ausreichendes Angebot an Unterhaltung, wie beispielsweise das Billard, was dem Café zu großer Berühmtheit verhalf.¹²⁵ Das in einem ehemaligen Stall untergebrachte Kaffeehaus war so beliebt, dass man es wahrscheinlich als erstes „Szenelokal“ Wiens bezeichnen kann. Die Tatsache, dass das „Milani“ jeden Tag gerammelt voll war, erfreute aber nicht jeden Besucher und auch sein Besitzer hatte dadurch mit Problemen zu kämpfen, wie das folgende Zitat erkennen lässt. In diesem wird erzählt, dass das Lokal stets prall gefüllt war, so dass man die Türen nicht schließen konnte und sei es nur mit Menschen, die lediglich ein Glas Wasser konsumierten. Inmitten stand der Kaffeekocher Milani, „vergebens bittend, flehend, drohend *corpo di Dio maledetto*, alles umsonst; kein Mensch geht fort“¹²⁶. Vor allem diejenigen, die nichts konsumierten, aber stundenlang im Kaffeehaus verweilten, waren dem Italiener ein Dorn im Auge. Nichtsdestotrotz liefen die Geschäfte an der Ecke Kohlmarkt und Wallnerstraße gut; so gut, dass Milani expandierte. Mit weiteren Kaffeekochern erhielt er die Genehmigung auf der Burgbastei ein Limonadenzelt zu errichten, was sich als In-Lokal des späten 18. Jahrhunderts erweisen sollte.¹²⁷ Sehr viel mehr Platz als im Kaffeehaus hatten seine Gäste hier aber auch nicht, weswegen man sich zum Beine Vertreten rund um Milanis Zelt bewegte. Vergleichbar mit Ochsen, die eine Mühle in Gang halten, wanderten zig Menschen tagtäglich um das Sommercafé herum und schon bald hatte sich sein Spitzname „Ochsenmühle“ eingebürgert.¹²⁸ Verwunderlich ist, dass Milani ungeachtet seines großen Ruhmes, das Geschäft nicht am Leben erhalten konnte. Bereits 1795 musste er Konkurs anmelden und so schloss das „Café Milani“ 1808 für

¹²³ Herta Singer, *Im Wiener Kaffeehaus* (Wien 1959), 59.

¹²⁴ Vgl., Herta Singer, *Im Wiener Kaffeehaus* (Wien 1959), 59-60.

¹²⁵ Vgl. Gustav Gugitz, *Das Wiener Kaffeehaus. Ein Stück Kultur- und Lokalgeschichte* (Wien 1940), 56-57.

¹²⁶ Gustav Gugitz, *Das Wiener Kaffeehaus. Ein Stück Kultur- und Lokalgeschichte* (Wien 1940), 57.

¹²⁷ Helmut Strutzmann, *Nicht daheim und doch zu Hause. 300 Jahre Wiener Kaffeehaus* (Wien 1983), 7-8.

¹²⁸ Vgl. Herta Singer, *Im Wiener Kaffeehaus* (Wien 1959), 67-68.

immer seine Türen. Sein Besitzer verstarb noch im selben Jahr und hinterließ nichts als einen großen Namen.¹²⁹

4.6.3.3. Das „Kramersche Kaffeehaus“

Das „Kramersche Kaffeehaus“, welches seit 1719 unter Jakob Kramer im ehemaligen Schlossergässchen zu finden war, glich einer dunklen Höhle und auch die Einrichtung, bestehend aus einigen Eichentischen und schwerfälligen Bänken sowie Stühlen, zeichnete sich durch Spärlichkeit aus.¹³⁰ Diesem düsteren Gewölbe, alles andere als gemütlich, allenfalls romantisch durch seine Kerzenbeleuchtung, gelang es trotz seiner Beengtheit zu einem der berühmtesten Kaffeehäuser der josephinischen Ära zu werden. Grund hierfür war das reichhaltige Zeitungsangebot des „Kramerschen Kaffeehauses“, was aber nicht Jakob Kramer, sondern seinem Nachfolger Michael Hertl zu verdanken war und ihm seinen Ruf als erstes Literatencafé von Wien einbrachte.¹³¹

Das üppige Angebot an nationalen und internationalen Blättern zog die Gelehrten in Michael Hertls Café, was durch seine Erfindung – dem Zeitungshalter – verstärkt wurde. Bekannt für seine literarisch begeisterten Gäste, durfte aber dennoch der Billardtisch nicht fehlen. Da sich dieser im ersten Stock des Gebäudes befand, teilte sich das Kaffeehaus in das mit zeitungslisenden Gästen gefüllte Erdgeschoss und beherbergte das Billard spielende Publikum eine Etage darüber. Diese räumliche Trennung machte den Aufenthalt der zwei so unterschiedlichen Besuchergruppen möglich.¹³²

Als Michael Hertl 1797 starb, übernahm seine Frau Elisabeth das Café, jedoch konnte es seinem alten Ruf nicht mehr gerecht werden. Auf Grund dessen verkaufte sie es 1799 an Anton und Anna List, die sich einer anderen Zielgruppe hinsichtlich ihrer Besucher zuwandten beziehungsweise es zumindest versuchten. Sie scheuten keine Kosten und Mühen, um das Kaffeehaus in Form eines Ausbaus des ersten Stockes zu vergrößern und dem Zeitgeist entsprechend auszustatten. Auf Grund der österreichischen Bürokratie sowie der Kaffeehauskollegen gestaltete sich das aber als schwieriges Unterfangen und so gelang es erst dem Nachfolger des Ehepaares, Blasius Tschitschmann, den Ausbau des Lokals umzusetzen. Das ehemalige „Café Kramer“, das Urlokal sozusagen, war hiermit verschwunden und es erinnerte nichts mehr an das alte Literaten- und Zeitungscafé. 1866 musste das nun vom Ehepaar Brandstätter geführte Kaffeehaus ganz seine Pforten schließen.¹³³

4.6.3.4. Die Praterkaffeehäuser

In der Regierungszeit Josephs II., der den Kaffeesiedern im Gegensatz zu seiner Mutter große Freiheiten zugestand, kam es zu unzähligen Neugründungen von Cafés vor allem auch in den

¹²⁹ Vgl. Gustav *Gugitz*, *Das Wiener Kaffeehaus. Ein Stück Kultur- und Lokalgeschichte* (Wien 1940), 58-59.

¹³⁰ Vgl. Herta *Singer*, *Im Wiener Kaffeehaus* (Wien 1959), 72.

¹³¹ Vgl. Gerhard H. *Oberzill*, *Ins Kaffeehaus! Geschichte einer Wiener Institution* (Wien/München 1983), 58.

¹³² Vgl. Herta *Singer*, *Im Wiener Kaffeehaus* (Wien 1959), 72-73.

¹³³ Vgl. Klaus *Thiele-Dohrmann*, *Europäische Kaffeehauskultur* (Zürich/Düsseldorf 1997), 89-90.

Vorstädten. Innerhalb dieser besaß die Leopoldstadt die größte Anzahl, was ihren Anfang durch die Cafés an der Schlagbrücke nahm. Diese wurden in der Mitte des 18. Jahrhunderts auf Grund ihrer Brandgefahr abgerissen und als Steinhäuser wieder errichtet.¹³⁴ Den Erfolg der Vorstadtcafés besiegelte in weiterer Folge die Eröffnung der drei Kaffeehäuser im Prater. Als nämlich Kaiser Joseph II. 1766 den Park für die gesamte Wiener Bevölkerung zugänglich machen ließ, verkündete er folgendes: „künftighin und von nun ab zu allen Zeiten des Jahres und zu allen Stunden des Tags ohne Unterschied jedermann in den Bratter . . . frei spazieren zu gehen, zu reiten und zu fahren, und zwar nicht nur in der Hauptallee, sondern auch in den Seitenalleen, Wiesen und Plätzen erlaubt, auch niemand verwehrt sein soll, sich daselbst mit Ballonschlagen, Kegelscheiben und anderen erlaubten Unterhaltungen . . . zu divertieren.“¹³⁵

Das Erste, Zweite und Dritte Kaffeehaus, welche anfangs nur einen Saisonbetrieb im Sommer aufwiesen, stellten ein beliebtes Ausflugsziel der Wiener dar und blieben auf Grund der großen Nachfrage schon bald das gesamte Jahr über geöffnet.¹³⁶ Die drei Kaffeehäuser im ehemaligen Jagdrevier des Kaisers erlangten den Status eines gesellschaftlichen Hotspots und das, obwohl sie sich nicht in der Innenstadt befanden. Dort traf sich nun das *who is who* von Wien, um sich in den Schanigärten der Pratercafés zu präsentieren.

4.6.3.5. Konzertcafés

Befasst man sich mit der so genannten Kaffeehausmusik in Wien, so stolpert man unweigerlich binnen kürzester Zeit über einen Martin Wiegand. Ihm wurde nämlich 1792 die offizielle Erlaubnis erteilt, die Gäste seines Kaffeehauses mittels Musik zu unterhalten.¹³⁷ Sein Café, genannt „Café Bellevue“, lag unweit vom Kärntner Tor im ersten Wiener Gemeindebezirk und bot die Möglichkeit Freiluftkonzerte anzubieten.¹³⁸ Auch nachdem das Geschäft von Kleopha Lechner übernommen wurde, bezauberte es die Wiener Bevölkerung weiterhin mit seinen musikalischen Auftritten. Es begann die Ära der Konzertcafés, die sich immer größerer Beliebtheit erfreuten und so mancher musikalischen Größe zum Durchbruch verhalfen. Ein Ludwig van Beethoven beispielsweise gab im „Ersten Praterkaffeehaus“ 1814 die Uraufführung seines B-Dur-Trios und im „Café Jüngling“ geigte Johann Strauß mit Josef Lanner sowie den Brüdern Drahanek. Vor allem Strauß' Walzer läuteten die „Ära der ‚Wiener Kaffeehausmusik‘, die als instrumentale Tanz- und Unterhaltungsmusik im Laufe

¹³⁴ Vgl. Birgit *Schwamer*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 73.

¹³⁵ Zitiert nach: Herta *Singer*, *Im Wiener Kaffeehaus* (Wien 1959), 69.

¹³⁶ Vgl. Gerhard H. *Oberzill*, *Ins Kaffeehaus! Geschichte einer Wiener Institution* (Wien/München 1983), 64.

¹³⁷ Vgl. Ulla *Heise*, *Kaffee und Kaffeehaus. Eine Geschichte des Kaffees* (Frankfurt am Main/Leipzig 2002), 224-225.

¹³⁸ Vgl. Herta *Singer*, *Im Wiener Kaffeehaus* (Wien 1959), 128.

des 19. Jahrhunderts die ganze Welt eroberte“¹³⁹, ein. Musikalische Unterhaltung war von nun an ein fester Bestandteil im Wiener Kaffeehaus. Da die Kaffeehausbesitzer dafür Vergnügungssteuer zahlen mussten, breitete sich der so genannte „Konzertaufschlag“ aus. Das heißt, ertönte in einem Lokal „lebende Musik“, so wurde auf alle Speisen und Getränke ein Zuschlag verrechnet, um das Honorar der Künstler zu decken.¹⁴⁰

4.7. Napoleons Kontinentalsperre und die Kaffee-Surrogate

Anfang des 19. Jahrhunderts wurde zum ersten Mal eine große Kaffeehauskrise proklamiert. Diese hatte ihre Ursprünge in der von Napoleon verhängten Kontinentalsperre und dem daraus resultierenden Umstand, dass Kaffeebohnen nicht mehr importiert werden konnten.

Als Napoleon Bonaparte ganz Europa für die Franzosen einzunehmen versuchte, machte er auch vor Wien nicht Halt. Auf der Höhe seines Ruhmes drang er sowohl 1805 als auch 1809 bis in die habsburgische Residenzstadt vor und konnte diese besetzen. Obwohl die Besatzung sehr friedfertig und gewaltfrei verlief, so stellte sich das Leben im Kaffeehaus alles andere als ruhig dar. Man debattierte über Napoleons weitere Schritte und die zukünftigen Veränderungen, die sich daraus ergeben könnten. Darüber hinaus wurden wieder bedeutende Novellierungen bezüglich des Zensurgesetzes und der Überwachung der Cafés eingeführt. Hatten sich Maria Theresias Nachfolger, Joseph II. und in weiterer Folge Leopold II., noch für einen liberaleren Kurs entschieden, so wurde dieser unter Franz I. erneut verschärft.¹⁴¹

Wir schreiben das Jahr 1806, als der französische Kaiser Napoleon mittels einer Kontinentalsperre versuchte, England vom Welthandel auszuschließen und somit wirtschaftlich zugrunde zu richten. Die Handelsblockade der Briten hatte jedoch auch auf die österreichischen Kaffeehäuser einen verheerenden Impetus.¹⁴² Von nun an mussten die Kaffeekocher nämlich auf Kaffee-Surrogate, also Ersatz-Kaffee, zurückgreifen. Schon unter Joseph II., der die Errichtung von Kaffeeständen in den Vorstädten erlaubt hatte, war es zum Einsatz von Surrogatkaffee gekommen. Dieser bestand aus Gerste, war aber damals lediglich in den so genannten „fliegenden Kaffeeschalen“ vorzufinden. Mitsamt einem Kipferl war der Gerstenkaffee für genau einen Kreuzer zu erhalten und damit auch für

¹³⁹ Ulla Heise, Kaffee und Kaffeehaus. Eine Geschichte des Kaffees (Frankfurt am Main/Leipzig 2002), 225.

¹⁴⁰ Vgl. Ulla Heise, Kaffee und Kaffeehaus. Eine Geschichte des Kaffees (Frankfurt am Main/Leipzig 2002), 224-228.

¹⁴¹ Vgl., Karl Vocelka, Geschichte Österreichs. Kultur-Gesellschaft-Politik (München ⁶2002), 167-173.

¹⁴² Vgl., Gustav Gugitz, Das Wiener Kaffeehaus. Ein Stück Kultur- und Lokalgeschichte (Wien 1940), 125.

die ärmsten Bevölkerungsschichten erschwinglich.¹⁴³ Wer 1785 einen „richtigen“ Kaffee haben wollte, musste drei Mal so viel bezahlen.¹⁴⁴

Die Ärmsten waren es, die schon immer auf den hochwertigeren Bohnenkaffee verzichten mussten, ein Zustand, der sich jetzt über die gesamte Bevölkerung ausbreiten sollte. Neben Napoleons Kontinentalsperre hatte die Habsburgermonarchie nämlich noch mit einer Wirtschaftskrise zu kämpfen, was dazu führte, dass Bohnenkaffee bald nicht mehr leistbar war. Zu Beginn versuchten sich die Kaffeesieder durch das Mischen von Bohnen und diversen Ersatzmitteln, wie Zichorie, Feigen, Roggen oder auch Zwetschkenkernen, über Wasser zu halten, was aber nicht lange funktionierte. Dazu kam, dass die Portionen kleiner und zusätzlich auch noch teurer wurden. Wie man in Abbildung 2 sehen kann, kostete eine Tasse Kaffee zu Beginn der Französischen Revolution noch drei Kreuzer, erhöhte sich acht Jahre später um einen, aber bereits Anfang des 19. Jahrhunderts war der Kaffeepreis auf neun Kreuzer angestiegen. Im Jahr der Kontinentalsperre lag der Preis bei elf Kreuzern und 1810, wo das Ende der kaffeelosen Zeit eingeläutet wurde, kostete eine Tasse des beliebten Heißgetränks volle 24 Kreuzer.

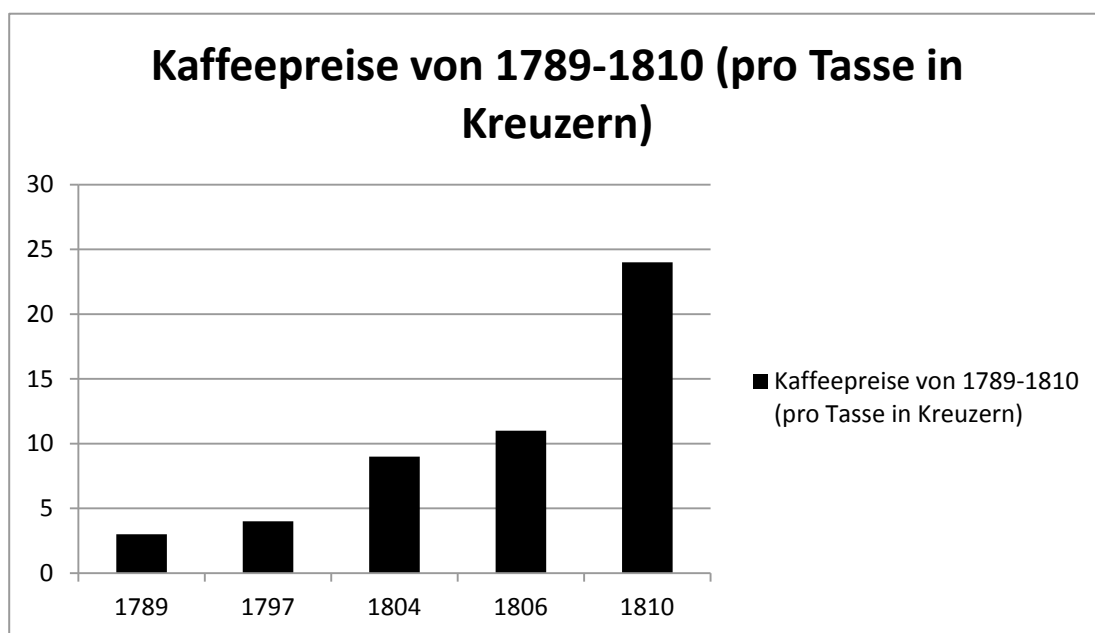


Abbildung 2: Die Kaffeepreise von 1789 bis 1810¹⁴⁵

Die Cafetiers versuchten also mit allen Mitteln, ihre Geschäfte am Laufen zu halten. Kleine Portionen, große Preise und eine schlechte Qualität beschreiben diese Zeit der Kaffeehausgeschichte am besten. Bei Gustav Gugitz liest man sogar von pfifflig ausgeschenktem Kaffee und auch die „Eipeldauerbriefe“ berichten von der bereits erwähnten qualitativen Verschlechterung und

¹⁴³ Vgl., Herta Singer, Im Wiener Kaffeehaus (Wien 1959), 104-105.

¹⁴⁴ Vgl., Birgit Schwaner, Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 67-68.

¹⁴⁵ Eigene Darstellung auf Basis von: Herta Singer, Im Wiener Kaffeehaus (Wien 1959), 107.

Verteuerung des Getränks.¹⁴⁶ Man dachte, es könnte nicht schlimmer werden, bis zu dem Zeitpunkt, als es überhaupt keinen Kaffee mehr gab, was zur Egalisierung der negativen Zahlungsbilanz beitragen sollte. Ab 1810 gehörte Kaffee folglich zu den „außer Handel gesetzten Waren und durfte weder verkauft, noch ausgedient werden.“¹⁴⁷ Erst in dieser kaffeelosen Zeit wurde den Menschen bewusst, wie sehr sich das koffeinhaltige Getränk im Alltag als Nahrungsmittel etabliert hatte und dessen Ersatz ein schwieriges Unterfangen war.

Obwohl die Wiener Kaffeesieder am Rande ihrer Existenz standen, mangelte es ihnen nicht an Überlebenswille. Eine neue Geschäftsidee musste her und war auch sogleich gefunden: Warme Speisen waren die Rettung und somit entstand während der ersten Kaffeehauskrise ein neuer Typ des Kaffeehauses – das Café-Restaurant. Sowohl mittags als auch abends servierten diese von nun an warme Mahlzeiten zu humanen Preisen, was zu einem regen Zulauf führte. Ferner wurde ihnen 1811 auch wieder der Ausschank von Wein erlaubt, um sich in Zeiten der Wirtschaftskrise über Wasser zu halten.¹⁴⁸

Am 1. Juli 1813 atmeten die Wiener Kaffeesieder und auch die Kaffeehausbesucher auf, denn die kaffeelose Zeit hatte endlich ein Ende. Noch vor der Schlacht bei Leipzig, die Napoleon letztlich zu Fall brachte, wurde das Kaffeeverbot aufgehoben. Groß war die Freude der Wiener nun wieder Bohnenkaffee, wenngleich noch immer teurer als zuvor, konsumieren zu können.¹⁴⁹ Nach der Aufhebung der Kontinentalsperre hatte sich das Café-Restaurant bereits als fixer Bestandteil in der Kaffeehauslandschaft durchgesetzt. Darüber hinaus suchten zu jener Zeit viele Zuckerbäcker und Konditoren um die Genehmigung des Kaffeeausschanks an, wodurch ein weiterer Kaffeehaustyp, die Café-Konditorei, geboren war. Beide Betriebsarten prägten fortan die Kaffeehauslandschaft und sind bis heute nicht mehr wegzudenken.¹⁵⁰ Die Kontinentalsperre hatte somit auch ihr Gutes, da sie den Wiener Kaffeehäusern zu einer gastronomischen Erweiterung ihrer Lokalitäten verhalf.

4.8. Die Blütezeit des Wiener Kaffeehauses

Nachdem die diplomatischen Größen am Wiener Kongress ausgetanzt hatten und sich die wirtschaftliche Lage in der Habsburgermonarchie stetig verbesserte, brach eine neue Ära des Kaffeehauses an. Waren die Lokale bis dahin noch von bescheidener Ausstattung, so zog jetzt der Luxus in die einst schlichten Stuben ein. Ein Café stach dabei unter seinesgleichen besonders hervor.

¹⁴⁶ Vgl. Gustav *Gugitz*, *Das Wiener Kaffeehaus. Ein Stück Kultur- und Lokalgeschichte* (Wien 1940), 125.

¹⁴⁷ Herta *Singer*, *Im Wiener Kaffeehaus* (Wien 1959), 118.

¹⁴⁸ Vgl. Gustav *Gugitz*, *Das Wiener Kaffeehaus. Ein Stück Kultur- und Lokalgeschichte* (Wien 1940), 127.

¹⁴⁹ Vgl. Gustav *Gugitz*, *Das Wiener Kaffeehaus. Ein Stück Kultur- und Lokalgeschichte* (Wien 1940), 128-129.

¹⁵⁰ Vgl. Ulla *Heise*, *Kaffee und Kaffeehaus. Eine Geschichte des Kaffees* (Frankfurt am Main/Leipzig 2002), 240-163.

Die Rede ist vom „Neunerschen Kaffeehaus“, welches auf Grund seiner prunkvollen Einrichtung bald den Beinamen „Das Silberne Kaffeehaus“ bekam.¹⁵¹

4.8.1. Das „Silberne Kaffeehaus“

Noch während der Napoleonischen Kontinentalsperre eröffnete Ignaz Neuner 1808 in der Plankengasse das „Neunersche Kaffeehaus“. Damals noch von den wirtschaftlichen Problemen der Zeit gebeutelt, entwickelte es sich nach dem Wiener Kongress rasch zu einer festen Größe der Wiener Kaffeehauslandschaft.¹⁵² Dieser Umstand verdankt sich vor allem der Umgestaltung des Lokals, welches Neuner sozusagen in Silber tauchte, was dem Café den Beinamen „Das Silberne Kaffeehaus“ bescherte. Die luxuriöse Ausstattung, bestehend aus silbernem Geschirr und Türklinken sowie Kleiderhaken, brachte die Wiener zum Staunen.¹⁵³ Die Popularität des „Neunerschen Kaffeehauses“ stieg noch weiter, als es die Literatenszene zu ihrem neuen Stammlokal erklärte. Somit löste dieses das „Kramersche Kaffeehaus“ ab und wurde zum bedeutendsten Literatencafé im Vormärz. Hier trank nicht nur Franz Grillparzer seinen kleinen Braunen, sondern auch Nikolaus Lenau, Ferdinand Raimund oder Anastasius Grün.¹⁵⁴ Die Größen der Wiener Musikszene, wie Josef Lanner, Vater Strauß und Franz Schubert, gingen ebenfalls aus und ein, wodurch es einen nicht überraschen mag, dass das „Neunersche Kaffeehaus“ den Groll von Fürst Metternich auf sich zog.¹⁵⁵ Es liegt daher nahe, dass dieser zu jeder Zeit über die Geschehnisse im Kaffeehaus informiert werden wollte, wofür er die so genannten „Naderer“, also Spitzel, einsetzte. Man hatte die Befürchtung, dass hier ein starkes oppositionelles Lager heranwuchs, welches das bestehende System ins Wanken bringen könnte.¹⁵⁶ Ganz so abwegig waren diese Gedanken wirklich nicht, so sagt man, dass das „Neunersche Kaffeehaus“ für die Revolution 1848 eine bedeutende Rolle gespielt hat.¹⁵⁷

Nach dem Tod Ignaz Neuners sollte eigentlich sein Sohn die Geschäfte weiterführen. Da diesem jedoch auch ein frühes Ableben beschied wurde, musste seine Frau den Betrieb aufrecht erhalten.

¹⁵¹ Vgl. Gerhard H. *Oberzill*, *Ins Kaffeehaus! Geschichte einer Wiener Institution* (Wien/München 1983), 60.

¹⁵² Vgl. Birgit *Schwaner*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 106.

¹⁵³ Vgl. Gerhard H. *Oberzill*, *Ins Kaffeehaus! Geschichte einer Wiener Institution* (Wien/München 1983), 60.

¹⁵⁴ Vgl. Birgit *Schwaner*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 106.

¹⁵⁵ Vgl. Helmut *Kretschmer*, *Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser* (Wien 2006), 12.

¹⁵⁶ Vgl. Birgit *Schwaner*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 106-115.

¹⁵⁷ Vgl. Ulla *Heise*, *Kaffee und Kaffeehaus. Eine Geschichte des Kaffees* (Frankfurt am Main/Leipzig 2002), 240-241.

Nach einigen Jahren kam jedoch der Zeitpunkt, an dem sie das Werk ihres Mannes aufgeben musste und so schloss „Das Silberne Kaffeehaus“ 1855¹⁵⁸ seinen Türen.¹⁵⁹

4.9. Die Ringstraßenära

Nachdem sich die politische Situation durch den Wiener Kongress wieder stabilisiert hatte, durchlebte das Kaffeehaus wichtige Veränderungen. Eine luxuriöse und prunkvolle Innenausstattung war von jetzt an unverzichtbar. Die heute noch als klassisch betitelten Kristallluster, die mit rotem Samt bezogenen Sitzgelegenheiten und an den Wänden angebrachten Leuchter sind wesentliche Charakteristika dieser Zeit. Ferner entstanden damals auch vermehrt verglaste Terrassen und Balkone, welche das Kaffeehaus vergrößerten und pompöser wirken ließen. Eine weitere bedeutende Entwicklung stellte die Öffnung der Kaffeehäuser für Frauen dar. Ab 1856 wurde nun auch ihnen der Zutritt gewährt.¹⁶⁰ Bis dahin war es einzig und allein die Sitzkassierin, die die weibliche Bevölkerung im Kaffeehaus repräsentierte. Es gab zwar teilweise weibliches Küchenpersonal, jedoch arbeiteten diese im Verborgenen.

„Nun ist im Kaffeehaus von damals eine Sitzkassierin [...] das einzig geduldete weibliche Wesen. Von dem man(n) schwärmt: Respekt einflößend, unübersehbar und herrlich frisiert sitzt sie hinter der Kassa, meist dem Eingang gegenüber, und hat zudem die Oberhoheit über den Zucker. Sie ist daran gewöhnt, von alterslosen Galanen hofiert zu werden – und es ist anzunehmen, dass sie über beträchtlichen Charme und noch beträchtlicheres Urteilsvermögen verfügt; denn sie steht im Ruf unbestechlich zu sein.“¹⁶¹

Der Prunk des Vormärz und Biedermeier hatte aber noch nicht seinen Höhepunkt erreicht. Wir befinden uns im Jahre 1857, als Kaiser Franz Joseph beschloss, die Stadtmauer und die Befestigungsanlagen Wiens schleifen zu lassen und stattdessen eine prächtige Straße, den Ring, anzulegen. Das Stadtbild erhielt damit ein neues Aussehen, welches sich in unzähligen monumentalen Prachtbauten widerspiegelte. Als Ort der bürgerlichen Repräsentation entstanden hier auch etliche neue Kaffeehäuser, die prächtiger nicht hätten sein können.¹⁶² Sie wurden als Gründerzeit-Cafés bezeichnet und prägten den Typ des Wiener Kaffeehauses nachhaltig.¹⁶³

¹⁵⁸ Helmut Kretschmer, Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser (Wien 2006), 12.

¹⁵⁹ Vgl. Klaus Thiele-Dohrmann, Europäische Kaffeehauskultur (Düsseldorf/Zürich 1997), 102.

¹⁶⁰ Vgl. Die Geschichte der Wiener Kaffeehäuser. In: Das Wiener Kaffeehaus, online unter <<http://www.wienerkaffeehaus.at/pdf/Geschichte-Details.pdf>> (27. April 2014).

¹⁶¹ Birgit Schwaner, Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 84.

¹⁶² Vgl. Helmut Kretschmer, Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser (Wien 2006), 13-14.

¹⁶³ Vgl. Gerhard H. Oberzill, Ins Kaffeehaus! Geschichte einer Wiener Institution (Wien/München 1983), 108-113.

Ganze dreißig Kaffeehäuser sind damals auf der Wiener Ringstraße eröffnet worden, die vor allem auf Grund ihrer Schanigärten besonders beliebt waren.¹⁶⁴ Hier konnte sich das Großbürgertum standesgemäß präsentieren; frei nach dem Motto: sehen und gesehen werden.

„Schon von außen fielen die durch ein Glasdach oder [...] eine Plache überdeckten ehemaligen Schanigärten auf, die nun zu vornehmen Straßenterrassen avanciert waren. Vom zumeist an der Hausecke gelegenen Lokaleingang erstreckten sich nach rechts und links festsaalartige Räume mit großen Fenstern, die von schweren Samt- oder Plüschvorhängen eingerahmt wurden. Auch die übrigen Dekorationen waren dem (Makart-) Stil der Zeit entsprechend prunkhaft: viel Stuck, dunkles Holz und Gold, Säulenverkleidungen und Tischplatten aus echtem oder künstlichem Marmor [...], Spiegel und Luster aus Kristallglas, dazwischen Gipsfiguren und Gußeisenverzierungen, Palmen, Teppiche . . . alles üppig und überladen.“¹⁶⁵

Obwohl sich diese Periode der Kaffeehausgeschichte durch Prunk auszeichnete, wurde damals auch ein schlichtes Möbelstück entwickelt, welches bis heute modern geblieben ist und ein Charakteristikum des traditionellen Wiener Cafés darstellt: der Thonet-Sessel.¹⁶⁶ Entworfen wurde der berühmte aus Bugholz hergestellte Sessel erstmals für das „Café Daum“ am Kohlmarkt, jedoch wurde er bald in die ganze Welt verschifft und so hatte man bis 1930 bereits über 50 Millionen Stück verkauft.¹⁶⁷

Es ist der Sessel mit der Nummer 14, welcher als „Wiener Kaffeehausstuhl“ populär und nach seinem 150. Geburtstag als „Sessel Nr. 214“ weitergeführt wurde.¹⁶⁸

4.9.1. Das „Café Prückel“

Stellvertretend für die Kaffeehäuser der Ringstraßenepoche soll hier das „Café Prückel“ als immer noch bestehende Institution genannt und kurz näher beschrieben werden.

Das „Café Prückel“ wurde 1903 vom einstigen Radrenneuropameister Maxime Lurion eröffnet, nach ihm benannt und zählte zu den prächtigsten seiner Zeit.¹⁶⁹ Eine Anzeige im „Neuen Wiener Tagblatt“ beschreibt dieses Ereignis wie folgt:

„Heute wird in Wien ein Etablissement eröffnet, welches den Ruf, dessen sich das Wiener Kaffeehaus in der ganzen Welt erfreut, nicht nur um ein Bedeutendes erhöhen, sondern durch die auf weltstädtischer Basis aufgebaute Gestion im Wiener Kaffeehausleben eine ganze Umwälzung hervorrufen wird. Mit weit

¹⁶⁴ Vgl. Die Geschichte der Wiener Kaffeehäuser. In: Das Wiener Kaffeehaus, online unter <<http://www.wienerkaffeehaus.at/pdf/Geschichte-Details.pdf>> (27. April 2014).

¹⁶⁵ Gerhard H. Oberzill, Ins Kaffeehaus! Geschichte einer Wiener Institution (Wien/München 1983), 113.

¹⁶⁶ Vgl. Gerhard H. Oberzill, Ins Kaffeehaus! Geschichte einer Wiener Institution (Wien/München 1983), 113.

¹⁶⁷ Vgl. Birgit Schwaner, Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 122-123.

¹⁶⁸ Sonja Moser, Das Hawelka. Geschichte & Legende (Wien/Graz/Klagenfurt 2009), 36.

¹⁶⁹ Vgl. Helmut Kretschmer, Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser (Wien 2006), 14.

*ausschauendem Blicke hat Herr Maxime Lurion Ecke Stubenring und Wollzeile, auf dem ehemaligen Kasernengrunde ein Kaffeehaus errichtet, dessen mit auserlesenem Geschmacke, Eleganz und gediegenem Luxus ausgestatteten Lokalitäten eine grande attraction von Wien bilden werden.*¹⁷⁰

Ob es wirklich eine so große Attraktion war, kann man nicht beurteilen, jedoch hat Maxime Lurion sein Kaffeehaus bereits zwei Jahre später wieder verkauft und ab diesem Zeitpunkt hieß es dann auch „Café Prückel“.¹⁷¹ Im Stil des Historismus eingerichtet, war vor allem die Brunnenfigur des Bildhauers Oefner mit dem Namen „Wahrheit“ ein besonderer Blickfang. Darüber hinaus soll es noch eine sprechende Uhr gegeben haben, die ebenfalls die Aufmerksamkeit der Gäste auf sich zog.¹⁷² Nach dem Ersten Weltkrieg wurde das Café von Johann und Therese Palouda übernommen. Die Familie, nun durch die Enkeltochter Christl Sedlar vertreten, stellt noch heute die Besitzer des „Café Prückel“ dar. Eine erste Umgestaltung wurde innerhalb kürzester Zeit vorgenommen und man ersetzte die gründerzeitliche durch eine Art-Deco Ausstattung. Da das Kaffeehaus im Zweiten Weltkrieg schwer beschädigt wurde, folgten zahlreiche Reparaturen, um es wieder als solches nutzen zu können.¹⁷³ In den 1950er Jahren beauftragte man Oswald Haerdtl¹⁷⁴, das Café von seinen kitschigen Altlasten zu befreien und ein schlichtes Interieur, welches auf dekorativen Schnick-Schnack verzichtet, zu gestalten. Rund vierzig Jahre später kam es erneut zu einer Umgestaltung, dessen Leitung von Architekt Johannes Spalt übernommen wurde. Seit jeher zeichnet sich das „Café Prückel“ durch weiße Wände und einen Plafond in altrosa aus. In Kombination „mit den deckenhohen Spiegeln [ergibt sich] ein einzigartiges Raumgefühl in diesem Lokal mit einer Fläche von rund sechshundert Quadratmetern“¹⁷⁵. Im Zuge des letzten Umbaus ist außerdem hervorzuheben, dass die gesamte Einrichtung aus den fünfziger Jahren im Original wiederverwendet wurde. Auch die noch erhaltenen Stuckarbeiten wurden in dieser Zeit wiederhergestellt und tragen zur unverwechselbaren Mischung aus Einrichtungsgegenständen längst vergessener Tage und moderner Ausstattung bei.¹⁷⁶

¹⁷⁰ Zitiert nach: Petra Neumann (Hg.), Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole (München 1997), 279.

¹⁷¹ Vgl. Petra Neumann (Hg.), Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole (München 1997), 281.

¹⁷² Vgl. Café Prückel. 100 Jahre Ringstraßencafé. In: Café Prückel, online unter <<http://www.prueckel.at/flash.htm>> (28. April 2014).

¹⁷³ Vgl. Petra Neumann (Hg.), Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole (München 1997), 281.

¹⁷⁴ Vgl. Café Prückel. 100 Jahre Ringstraßencafé. In: Café Prückel, online unter <<http://www.prueckel.at/flash.htm>> (28. April 2014).

¹⁷⁵ Helmut Kretschmer, Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser (Wien 2006), 14.

¹⁷⁶ Vgl. Petra Neumann (Hg.), Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole (München 1997), 281-282.

4.10. Die Wiener Literatencafés

Wiens Zeit als literarischer Ort war um die Jahrhundertwende gekommen. Schon zuvor erkannte man das Erwachen geistiger Strömungen, die die Entwicklung von Wissenschaft und Kultur vorantreiben und der Residenzstadt der Habsburger zu glorreichem Ruf verhelfen sollten. Es war nicht nur die Zeit des wirtschaftlichen Wachstums, technischen Fortschritts und eines starken Zuwachses der Wiener Bevölkerung, sondern auch die Jahre, welche die Stellung des Kaffeehauses als Schmelztiegel verschiedenster intellektueller und künstlerischer Strömungen in die Geschichte eingehen ließen.¹⁷⁷ Man stellt sich nun die Frage, warum es genau das Kaffeehaus war, das eine so anziehende Wirkung auf die Schriftsteller dieser Epoche ausgeübt hat. Es war die Verbindung aus privatem und öffentlichem Raum, die das Café zum literarischen Zentrum machte.

„Diese doppelte Funktion [...] ist denn auch ein wesentliches Charakteristikum, warum gerade das Kaffeehaus zu derart immenser Bedeutung gelangte, gewährt doch gerade sie einerseits den zum Schreiben [...] nötigen Blick in das Zentrum des Geschehens von Politik, Wirtschaft und Kultur und bietet andererseits Platz und Ruhe auch zum Schreiben. Eine doppelte Präsenz von Stillstand und Bewegung, Lärm und Stille, Erholung, Konzentration und Lebendigkeit und daneben [...] auch die Möglichkeit, Essen und Trinken zu sich zu nehmen. Mit diesen verschiedenen Funktionen repräsentiert das Kaffeehaus einen Ort [...] an dem [...] Einsamkeit und Gesellschaft, Privatheit und Öffentlichkeit zusammenrücken und dem Verweilenden, so Karl Kraus, ‚nomadenhafte Häuslichkeit‘ bieten.“¹⁷⁸

Es waren das „Café Griensteidl“, „Café Central“, „Café Herrenhof“, „Café Museum“, „Café Imperial“ und das „Café Sperl“, die um 1900 die Zentren der österreichischen Kunst und Literatur darstellten. Hierzu sind vor allem die Autoren des „Jung Wien“ sowie Anton Kuh, Egon Friedell, Alred Polgar und Peter Altenberg zu zählen.¹⁷⁹

4.10.1. Das „Café Griensteidl“

Bereits 1844 vom Apotheker Heinrich Griensteidl begründet, war das gleichnamige Kaffeehaus damals noch eine kleine Schenke in der Biberstraße. Zu Größe gelangte es erst durch seinen 1847 durchgeführten Umzug in das Palais Herberstein, wo es unter dem Beinamen „Café National“ zu den politischen Kaffeehäusern der Stadt zählte.¹⁸⁰ Dies resultiert aus dem Umstand, dass sich hier die

¹⁷⁷ Vgl. Andrea *Portenkirchner*, Die Einsamkeit am »Fensterplatz« zur Welt. Das literarische Kaffeehaus in Wien 1890-1950. In: Michael Rössner (Hg.), *Literarische Kaffeehäuser. Kaffeehausliteraten (Wien/Köln/Weimar 1999)*, 32-33.

¹⁷⁸ Andrea *Portenkirchner*, Die Einsamkeit am »Fensterplatz« zur Welt. Das literarische Kaffeehaus in Wien 1890-1950. In: Michael Rössner (Hg.), *Literarische Kaffeehäuser. Kaffeehausliteraten (Wien/Köln/Weimar 1999)*, 34.

¹⁷⁹ Vgl. Andrea *Portenkirchner*, Die Einsamkeit am »Fensterplatz« zur Welt. Das literarische Kaffeehaus in Wien 1890-1950. In: Michael Rössner (Hg.), *Literarische Kaffeehäuser. Kaffeehausliteraten (Wien/Köln/Weimar 1999)*, 33.

¹⁸⁰ Vgl. Petra *Neumann* (Hg.), *Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole (München 1997)*, 60.

Vertreter der unterschiedlichsten Parteien trafen. Zu den Stammgästen des „Café Griensteidl“ zählten sowohl Georg Ritter von Schönerer, als auch Karl Lueger und Viktor Adler, um den sich später noch ein „Sozialisten-Stammtisch“ gruppieren sollte.¹⁸¹

„Bei Griensteidl lagen sehr viele in- und ausländische Zeitungen aus, und wie bei Neuner wurden hier [...] auch antimonarchistische Ideen diskutiert. Allerdings war auch die Polizei darüber im Bilde, was im *Griensteidl* besprochen wurde. Dafür sorgte heimlich der Oberkellner Schorsch, der aber die Denunziantenrolle in diesem liberalen Kreis nicht allzulange spielen konnte, er wurde eines Tages als Polizeispitzel enttarnt und umgehend entlassen.“¹⁸²

Auf Grund seiner Lage am Michaelerplatz war das „Café Griensteidl“ auch bei den Schauspielern des nahe gelegenen alten Burgtheaters beliebt. Dichter wie Franz Grillparzer und Musiker wie Anton Bruckner zählten ebenfalls zu seinen Gästen. Als Nachfolger des „Neunerschen Kaffeehauses“ gefeiert, wurde es jedoch erst kurz vor seiner Demolierung 1897 zum literarischen Zentrum der Stadt. Treffender als mit Hilfe seines damals erhaltenen Spitznamen „Café Größenwahn“ kann diese Epoche des „Café Griensteidl“ wohl nicht beschrieben werden.¹⁸³

Hier versammelten sich nun die Gruppe „Jung Wien“, wozu unter anderem Hermann Bahr, Arthur Schnitzler und Hugo von Hoffmannsthal gehörten.¹⁸⁴ Ihr Ziel war die „Überwindung des Naturalismus“ mit Hilfe der Ideen von Nietzsche und den französisch-belgischen Symbolisten, was sie und auch das „Café Griensteidl“ sehr bekannt machte.¹⁸⁵ Stefan Zweig beschrieb in „Jugend im Griensteidl“, wie ihn diese geistreiche Kaffeehausatmosphäre geprägt hat:

„Unsere beste Bildungsstätte für alles Neue blieb das Kaffeehaus. Nichts hat vielleicht so viel zur intellektuellen Beweglichkeit und internationalen Orientierung des Österreicherers beigetragen, als dass er im Kaffeehaus sich über alle Vorgänge der Welt umfassend orientieren und im freundschaftlichen Kreis diskutieren konnte.“¹⁸⁶

Die legendäre Geschichte des „Café Griensteidl“ nahm 1897, zumindest vorerst, ein jähes Ende. Wien sollte erneuert werden und im Zuge dessen musste man sich nicht nur vom alten Burgtheater,

¹⁸¹ Vgl. Helmut *Kretschmer*, Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser (Wien 2006), 15.

¹⁸² Klaus *Thiele-Dohrmann*, Europäische Kaffeehauskultur (Düsseldorf/Zürich 1997), 104.

¹⁸³ Vgl. Helmut *Kretschmer*, Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser (Wien 2006), 15.

¹⁸⁴ Vgl. Andrea *Portenkirchner*, Die Einsamkeit am »Fensterplatz« zur Welt. Das literarische Kaffeehaus in Wien 1890-1950. In: Michael Rössner (Hg.), Literarische Kaffeehäuser. Kaffeehausliteraten (Wien/Köln/Weimar 1999), 36-37.

¹⁸⁵ Vgl. Helmut *Kretschmer*, Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser (Wien 2006), 15.

¹⁸⁶ Stefan *Zweig*, Jugend im Griensteidl. Zitiert nach: Katja Sindemann, Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft (Wien 2008), 77-78.

sondern auch vielen Gebäuden am Graben trennen. Unter diesen Häusern befand sich ebenfalls das Palais Herberstein, welches Ende des 19. Jahrhunderts abgerissen wurde, was wiederum dafür sorgte, dass sich seine berühmten Besucher ein neues zweites Zuhause suchen mussten. Der Verlust schmerzte sehr, was man an Karl Kraus' berühmter Satire „Die demolierte Literatur“ erkennen kann. Was Kraus damals noch nicht wissen konnte, war, dass das „Café Griensteidl“ fast hundert Jahre später seine Wiedereröffnung feiern konnte.¹⁸⁷

Als touristischer *Hotspot* erfreut es heute die Herzen aller Wienbesucher, mit seinem literarischen Vorleben hat es jedoch nichts mehr gemein. Es stellt sich aber grundsätzlich die Frage, ob dieser Typ von Kaffeehaus, das berühmte Literatencafé, überhaupt noch irgendwo existiert.

4.10.2. Das „Café Central“

Auf der Suche nach einem neuen Stammlokal wurden die literarischen Größen des damaligen Österreichs bald fündig. Das benachbarte „Café Central“, welches sich bis heute im Palais Ferstel befindet und eine fixe Institution der Kaffeehauslandschaft Wiens darstellt, sollte fortan das Erbe des „Café Griensteidl“ antreten.

In einem von Heinrich Ferstel im Stil der Neorenaissance errichteten Palais öffnete 1876 das „Café Central“ seine Pforten und wurde nicht nur durch seine populären Gäste, sondern auch wegen seiner riesigen Anzahl an aufliegenden Zeitungen – 1913 sollen es 251 Stück gewesen sein¹⁸⁸ – berühmt.¹⁸⁹ Von Helga Malmberg, einer Freundin des wohl bekanntesten Stammgastes des „Café Central“, Peter Altenberg, ist uns eine Beschreibung des altehrwürdigen Lokals erhalten.

„Man trat zuerst in einen düsteren Vorsaal mit tiefen Fensternischen. Hier herrschte stets eine kühle Dämmerung, die ideale Beleuchtung für Stubenhocker und Eigenbrötler. Dann ging man durch einen schmalen Gang und gelangte in eine Art Hof mit Oberlicht, zu dem eine kleine Stiege mit breiten Stufen hinaufführte. Der große Saal war eigentlich ein Gewölbe ohne Decke. Der Rauch verteilte sich daher bis unter das hohe Glasdach. Im Gegensatz zum Vorraum war dieser Hof sehr hell und luftig. Hier waren die Stammtische der einzelnen Künstler, die absolut tabu waren, die Inseln der Schachspieler, die Oase der Domino-Liebhaber, die Ecke, wo man Billard spielte“¹⁹⁰

Es waren aber nicht nur Dichter, die dem „Café Central“ seinen Ruhm einbrachten. Die Politiker Viktor Adler, Karl Lueger, Karl Renner und Otto Bauer zählten ebenso zu seinen Gästen wie die Mitglieder des Wiener Kreises und andere Wissenschaftler, wozu unter anderen Sigmund Freud

¹⁸⁷ Vgl. Klaus *Thiele-Dohrmann*, Europäische Kaffeehauskultur (Düsseldorf/Zürich 1997), 107-109.

¹⁸⁸ Vgl. Gerhard H. *Oberzill*, Ins Kaffeehaus! Geschichte einer Wiener Institution (Wien/München 1983), 69.

¹⁸⁹ Vgl. Café Central. Geschichtliche Daten. In: [palaisevents.at](http://www.palaisevents.at), online unter <<http://www.palaisevents.at/cafecentral/stil-geschichte.html>> (2. Mai 2014).

¹⁹⁰ Zitiert nach: Helmut *Kretschmer*, Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser (Wien 2006), 15.

gehörte. Zu leugnen ist jedoch nicht, dass es die bekannten Literaten waren, die das Café zu ihrem Lebensmittelpunkt machten. Der bereits erwähnte Peter Altenberg hatte beispielsweise das „Central“ als seine Postadresse angegeben. Einer seiner Freunde, Alfred Polgar, tat es ihm gleich und auch Adolf Loos und Egon Friedell gesellten sich zu dieser illustren Runde.¹⁹¹

Die Liebe Peter Altenbergs zum Kaffeehaus beziehungsweise zum „Café Central“ veranlasste ihn eine Hymne dafür zu verfassen.

„Du hast Sorgen, sei es diese, sei es jene - - - ins Kaffeehaus!

Sie kann, aus irgendeinem, wenn auch noch so plausiblen

Grunde, nicht zu dir kommen - - - ins Kaffeehaus!

Du hast zerrissene Stiefel - - - Kaffeehaus!

Du hast 400 Kronen Gehalt und gibst 500 aus - - -

Kaffeehaus!

Du bist korrekt sparsam und gönnst dir nichts - - -

Kaffeehaus!

Du bist Beamter und wärest gern Arzt geworden - - -

Kaffeehaus!

Du findest Keine, die dir paßt - - - Kaffeehaus!

Du stehst innerlich vor dem Selbstmord - - - Kaffeehaus!

Du haßt und verachtest die Menschen und kannst sie den-
noch nicht missen - - - Kaffeehaus!

Man kreditiert dir nirgends mehr - - - Kaffeehaus!“¹⁹²

Für Altenberg waren demnach (fast) alle Probleme durch das Kaffeehaus zu lösen. Welche Bedeutung dieser für das „Café Central“ gehabt haben muss, lässt sich an Hand der Tatsache erkennen, dass eine plastische Nachbildung des Dichters an seinem Stammtisch aufgestellt wurde. Er ist somit noch immer im „Café Central“ zu Hause und begrüßt die eintretenden Gäste.¹⁹³

Alfred Polgar widmete seinem Stammlokal die Schrift „Theorie des Café Central“, wo er dieses von allen anderen Kaffeehäusern differenziert, indem er es als eigene Weltanschauung betitelt. Inbegriff dieser Weltanschauung sei es, die Welt nicht anzusehen; vor allem folgende Worte sollten Berühmtheit erlangen: „Seine Bewohner sind größtenteils Leute, deren Menschenfeindschaft so

¹⁹¹ Vgl. Andrea *Portenkirchner*, Die Einsamkeit am »Fensterplatz« zur Welt. Das literarische Kaffeehaus in Wien 1890-1950. In: Michael Rössner (Hg.), *Literarische Kaffeehäuser. Kaffeehausliteraten* (Wien/Köln/Weimar 1999), 38.

¹⁹² Peter *Altenberg*, *Kaffeehaus*. Zitiert nach: Petra Neumann (Hg.), *Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole* (München 1997), 121.

¹⁹³ Vgl. Klaus *Thiele-Dohrmann*, *Europäische Kaffeehauskultur* (Düsseldorf/Zürich 1997), 110.

heftig ist wie ihr Verlangen nach Menschen, die allein sein wollen, aber dazu Gesellschaft brauchen.“¹⁹⁴

Als die lange Tradition der Habsburgermonarchie nach dem Ersten Weltkrieg ihr Ende fand, sah sich nicht nur Österreich mit einer neuen Situation konfrontiert, sondern auch das „Café Central“. Durch die Neueröffnung des „Café Herrenhof“, welches sich nur ein paar Meter weiter befand, verlor man wichtige Stammgäste. Obwohl die Geschäfte nicht schlecht liefen, neigte sich die große Ära des „Café Central“ als das einzige und wichtigste Kaffeehaus der geistigen Elite dem Ende zu. Hinzu kam außerdem, dass seine wohl populärste Figur, Peter Altenberg, 1919 starb und dadurch ein Loch in die Szene der Kaffeehausliteraten gerissen wurde.¹⁹⁵

1925 erfolgte die erste Renovierung des Cafés und das „Central“ wurde fortan als Café-Restaurant geführt. Im Zuge dessen verwirklichte man unter anderem auch diverse Spielzimmer und einen Damensalon.¹⁹⁶

Kurz vor dem Ende des Zweiten Weltkrieges musste es letztlich, auf Grund der schweren Kriegsschäden, seine Türen schließen. Die Nutzung als Lagerraum, Geschäft oder Bank prägten in weiterer Folge seine Geschichte, bis es in den 1980er Jahren unter dem historischen Namen seine Wiedereröffnung feiern konnte.¹⁹⁷ Vor diesem denkwürdigen Augenblick wurde das Palais Ferstel noch unter Denkmalschutz gestellt und von seinem Besitzer, BILLA-Begründer Fritz Wlaschek¹⁹⁸, aufwendig restauriert. Am 30. Oktober 1986 war es dann soweit und man eröffnete das neue „Café Central“.¹⁹⁹ Dieses umfasste nur mehr einen Teil des früheren, da man im Zuge der Renovierung auch Veranstaltungszentren angelegt hatte. Ebenso fungiert seither der Arkadenhof nicht mehr als Bestandteil des Cafés, sondern wurde in die Einkaufspassage des Palais integriert.²⁰⁰

4.10.3. Das „Café Sperl“

Im sechsten Wiener Gemeindebezirk befindet sich auch heute noch ein wahrlich geschichtsträchtiges Kaffeehaus. Die Rede ist vom „Café Sperl“, welches 1880 in der Gumpendorfer Straße 11-13 von Jakob Ronacher eröffnet wurde.²⁰¹ Das von den Architekten Gross und Jelinek entworfene Café trug

¹⁹⁴ Zitiert nach: Klaus *Thiele-Dohrmann*, Europäische Kaffeehauskultur (Düsseldorf/Zürich 1997), 112.

¹⁹⁵ Vgl., Petra *Neumann* (Hg.), Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole (München 1997), 116-117.

¹⁹⁶ Vgl. Café Central. Geschichtliche Daten. In: [palaisevents.at](http://www.palaisevents.at), online unter <<http://www.palaisevents.at/cafecentral/stil-geschichte.html>> (2. Mai 2014).

¹⁹⁷ Vgl. Birgit *Schwaner*, Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 163.

¹⁹⁸ Birgit *Schwaner*, Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 163.

¹⁹⁹ Vgl. Petra *Neumann* (Hg.), Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole (München 1997), 117.

²⁰⁰ Vgl. Birgit *Schwaner*, Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 163-164.

²⁰¹ Vgl. Gerhard H. *Oberzill*, Ins Kaffeehaus! Geschichte einer Wiener Institution (Wien/München 1983), 124.

damals noch den Namen seines Besitzers, was sich aber schon im Dezember 1880 ändern sollte, wo es im Zuge der Übernahme durch die Familie Sperl seine immer noch bestehende Bezeichnung erhielt.²⁰²

Das „Café Sperl“ ist mit seinem L-förmigen Grundriss ein charakteristisches Beispiel für das typische Wiener Kaffeehaus. Betritt man dieses durch den Windfang, so hat man zunächst den früheren Thron der SitzkassiererIn, das Buffet, im Blick. Von hier aus erstrecken sich nach links und rechts die zwei großzügigen Räume des Lokals, die mit ihren Fensternischen und Thonetsesseln ausreichend Gästen Platz bieten.²⁰³ Ende des 19. Jahrhunderts trafen sich hier die Größen der Wiener Kunstszene, aber auch hohe Militärs der benachbarten k.u.k. Kriegsschule. Conrad von Hötzendorf sowie die Erzherzöge Josef und Karl Ferdinand sind nur einige der bekannten Namen des als Künstler- und Militärcafé rangierenden „Café Sperl“.²⁰⁴ Für die Kunstgeschichte besonders bedeutend ist die Tatsache, dass ab 1895 an jenem Ort die „Hagengesellschaft“ und der „Siebenerclub“ ihre Stammtische hatten. Erstere dürften den damaligen Besitzer Kratochwilla des Öfteren zur Weißglut getrieben haben, da sie, wenn sie ein künstlerischer Geistesblitz ereilte, auch gerne die Tische des „Café Sperl“ als Papierersatz verwendeten. Um dies zu verhindern, hatte der Kaffeesieder von nun an stets einige Bögen Packpapier bereitgestellt.²⁰⁵ Die darauf entstandenen Werke befinden sich heute in der Albertina.²⁰⁶ Ausgehend von diesen beiden Zirkeln entstand 1897 die Vereinigung bildender Künstler, bekannt unter dem Namen „Wiener Secession“. Ihre Mitglieder waren unter anderem Josef Olbrich, Leo Kleinradl, Adolf Kapellus, Maximilian Kurzweil und Josef Hoffmann. Gesellschaft erhielten sie durch die Größen des Raimundtheaters und des Theaters an der Wien. Lehár, Eysler, Millöcker und Girardi begeisterten somit nicht nur ihr Publikum auf der Bühne, sondern auch im „Café Sperl“.

Die beiden Weltkriege überstand das Kaffeehaus unbeschadet und soll anscheinend auch während dessen weiterhin als künstlerisches Zentrum gedient haben. Trotz Lebensmittelkürzungen und Ersatzkaffee blieben ihm seine Stammgäste treu und man konnte den Betrieb aufrecht erhalten. Als Manfred Staub das „Café Sperl“ 1968 übernahm, konnte dieses schon auf eine lange Geschichte, welche ihre Spuren hinterlassen hatte, zurückblicken. So strebte man in Kooperation mit dem

²⁰² Vgl. Café Sperl. Geschichte. In: Café Sperl, online unter <<http://www.cafesperl.at/html/CSkap2.html>> (29. April 2014).

²⁰³ Vgl. Petra Neumann (Hg.), Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole (München 1997), 298.

²⁰⁴ Vgl., Helmut Kretschmer, Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser (Wien 2006), 16-17.

²⁰⁵ Vgl., Gerhard H. Oberzill, Ins Kaffeehaus! Geschichte einer Wiener Institution (Wien/München 1983), 124.

²⁰⁶ Vgl., Petra Neumann (Hg.), Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole (München 1997), 302.

Bundesdenkmalamt und Architekt Nairz eine grundlegende Restaurierung des Gebäudes an.²⁰⁷ 1980 wurde dieses unter Denkmalschutz gestellt und 1983 schließlich die Sanierungsarbeiten begonnen.²⁰⁸ Ziel war es, ohne Traditionsverlust die Ansprüche eines zeitgemäßen Lokals zu gewährleisten, um die Vergangenheit mit der Gegenwart zu verbinden.

„So ließ man etwa den Originalbezugsstoff der Bänke [...] nach alten Vorlagen eigens nachweben. Der alte Parkettboden, der bei der Restaurierung zum Vorschein kam, konnte gerettet werden, so daß der Sperlgest sich heute [...] auf dem gut gebohnerten Boden der Historie bewegt. Aber auch alles andere ist original im Sperl, angefangen bei den Thonetsesseln und den Marmortischen mit den Löwenköpfen an den Gußeisenfüßen oder den gußeisernen Garderobenständern, bis hin zu den geschickt elektrifizierten Gaslustern und den Messingvorhangständern an den Fenstern.“²⁰⁹

Manfred Staub ist auch heute noch der Inhaber des „Café Sperl“, welches gerne als „lebendiges Museum“²¹⁰ bezeichnet wird, da es sein damaliges Aussehen bewahren konnte. Dieser Umstand erfreute auch Hans Weigel, was sich an seinem Eintrag ins Gästebuch im Jahre 1990 deutlich zeigt: *„Wir haben gesiegt, das Kaffeehaus lebt.“²¹¹*

4.10.4. Das „Café Museum“

Neben den bereits erwähnten berühmten Beispielen von Künstler- und Literatencafés rund um 1900, welche nicht dem Zahn der Zeit zum Opfer gefallen sind, darf ein weiteres nicht vergessen werden. Das „Café Museum“ wurde 1899 von Ferdinand Raimund eröffnet und war vor allem auf Grund seines Standortes prädestiniert dafür, ein bedeutendes Kaffeehaus für bildende Künstler und Musiker zu werden. In einem Eckhaus, wo sich die Operngasse und die Friedrichstraße treffen, liegt es in unmittelbarer Nähe zum 1898 fertig gestellten Secessionsgebäude²¹².

Das Lokal war eine der ersten größeren Arbeiten von Adolf Loos, der den prunkvollen Kaffeehäusern der Gründerzeit nichts abgewinnen konnte.²¹³ Sein Ziel war es, ein schlichtes und funktionales Café

²⁰⁷ Vgl., Café Sperl. Geschichte. In: Café Sperl, online unter <<http://www.cafesperl.at/html/CSkap2.html>> (29. April 2014).

²⁰⁸ Vgl., Petra Neumann (Hg.), Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole (München 1997), 297.

²⁰⁹ Petra Neumann (Hg.), Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole (München 1997), 298.

²¹⁰ Gerhard H. Oberzill, Ins Kaffeehaus! Geschichte einer Wiener Institution (Wien/München 1983), 125.

²¹¹ Petra Neumann (Hg.), Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole (München 1997), 303.

²¹² Vgl. Vereinigung bildender Künstlerinnen Secession. In: secession.at, online unter <<http://www.secession.at/kuenstlerinnenvereinigung/index.html>> (1. Mai 2014).

²¹³ Vgl. Historisches zum Café Museum. In: Café Museum, online unter <<http://www.cafemuseum.at/damals-und-heute/historisches-zum-cafenbspmuseum.html>> (1. Mai 2014).

zu errichten, welches im Gegensatz zu den Ringstraßenbauten stand.²¹⁴ Insofern ist auch nicht verwunderlich, dass das „Café Museum“ vom Kunstkritiker Ludwig Hevesi als „Café Nihilismus“ bezeichnet wurde. Den Einzug von Schlichtheit verwirklichte Adolf Loos durch die Verwendung von glattem Metall, der von ihm entworfenen Thonetsessel und einfacher Billardfüße ohne Schnörkelarbeiten.²¹⁵

„Loos hatte in seinem Café im Grunde alle Elemente akzeptiert, die sich in einem traditionellen Wiener Kaffeehaus bislang als praktisch bewährt hatten. Er nutzte die klassische Aufteilung des Eckcafés, indem er die Sitzkassa direkt gegenüber dem an der Ecke gelegenen Eingang plazierte. Zum Spielzimmer hin baut er eine Lärmschleuse. Die mahagoni gebeizten Thonetsessel mit geflochtenen Sitzflächen gruppierte er um Thonettische mit Marmorplatten, die Holzfüße an Stelle der üblichen Metallfüße hatten. Die hell und kühl wirkenden Räume wurden von Holz, Messing und weißer Mauerfläche beherrscht, Spiegel dienten nur der Wandauflockerung, nicht der Raumillusion. Im sogenannten Gibson-Zimmer waren Zeichnungen des um 1900 weltbekannten amerikanischen Karikaturisten Charles Dana Gibson ausgestellt.“²¹⁶

Es war diese moderne Einrichtung, die auf der ganzen Welt bekannt und auch nachgeahmt wurde. Die künstlerische Prominenz Wiens genoss dieses neuartige Ambiente regelmäßig und über einen langen Zeitraum hinweg. Die Zunft der Maler wurde dabei durch Gustav Klimt, Egon Schiele und Oskar Kokoschka vertreten, die der Literaten beispielsweise von Robert Musil oder Karl Kraus und natürlich besuchten auch Architekten, wie Otto Wagner, das von Loos, der selbst gerne im Kaffeehaus saß, ausgestattete Lokal.²¹⁷ In den 1920er Jahren beherbergte es neben dem Stammtisch der Maler und Schriftsteller auch einen Musikertisch, der unter anderem durch Franz Léhar besetzt war.²¹⁸

Nachdem das Café 1906 von der Familie Pretschner übernommen wurde, errichtete man im Jahre 1911 einen Schanigarten, den der Architekt Josef Zotti gestaltete. Dieser war es auch, der zwei Jahrzehnte später die revolutionäre Inneneinrichtung von Adolf Loos durch eine neue ersetzen sollte. Zu Beginn des 21. Jahrhunderts hielt jedoch wieder die Vergangenheit Einzug im „Café Museum“, als man dieses mit Nachahmungen der ursprünglichen Möblierung ausstattete. 2010 pachtete Berndt

²¹⁴ Vgl. Helmut Kretschmer, Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser (Wien 2006), 17.

²¹⁵ Vgl. Helmut Kretschmer, Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser (Wien 2006), 17.

²¹⁶ Petra Neumann (Hg.), Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole (München 1997), 144.

²¹⁷ Vgl. Historisches zum Café Museum. In: Café Museum, online unter <<http://www.cafemuseum.at/damals-und-heute/historisches-zum-cafenbspmuseum.html>> (1. Mai 2014).

²¹⁸ Andrea Portenkirchner, Die Einsamkeit am »Fensterplatz« zur Welt. Das literarische Kaffeehaus in Wien 1890-1950. In: Michael Rössner (Hg.), Literarische Kaffeehäuser. Kaffeehausliteraten (Wien/Köln/Weimar 1999), 41.

Querfeld, Besitzer des „Café Landtmann“, die Lokalitäten, wodurch Loos' Inneneinrichtung abermals dem Interieur von Josef Zotti weichen mussten.²¹⁹

4.11. Der Erste Weltkrieg und seine Folgen

Auf Grund des Ersten Weltkrieges mussten viele Kaffeehäuser schließen oder wurden für andere Verwendungszwecke herangezogen. Es war sehr ruhig geworden in der Wiener Kaffeehauslandschaft und an Neugründungen war nicht zu denken.²²⁰

Nachdem der Krieg beendet und die Nachkriegszeit angebrochen war, musste man sich in Österreich erst mit der Schrumpfung des Landes anfreunden, um wieder zur Normalität zurückzukehren. Die Weltwirtschaftskrise und der Börsenkrach beeinflussten dabei die 1920er Jahre stark und waren unter anderem für eine neue Funktion der Kaffeehäuser verantwortlich. Dieses fungierte damals als Umschlagplatz für illegalen Warenaustausch, was den einen oder anderen Gast ins Café lockte.²²¹ Darüber hinaus wollten die Menschen „ein paar Stunden dem grauen Alltag und ihren kalten Behausungen entfliehen [...] [sowie] über die Geschehnisse, die ihre Zukunft betrafen, informiert werden“²²². Auf Grund der Tatsache, dass Zeitungen in der Nachkriegszeit oft nicht leistbar waren, gewann die Funktion des Kaffeehauses als Informationsquelle erneut an Bedeutung.

Es waren die so genannten „wilden Zwanziger“, die vor der Tür standen und trotz der prekären wirtschaftlichen Situation auch ausgelebt wurden. Aus den Vereinigten Staaten von Amerika importierte man den Jazz und so hielt die Tanzlust Einzug im Kaffeehaus.²²³ Manche Tische und Sessel mussten weichen, um ein Tanzparkett anlegen zu können. Meist direkt neben dem Musikpodest, tanzte man hier zu Schlagzeug und Saxophon und falls man weder Platz noch Geld für Live-Musiker hatte, so verfügte man zumindest über ein Grammophon und ein paar Schallplatten. Die in dieser Epoche neu entstandenen Tanzcafés stellten den Nachfolger der einstigen Konzertcafés dar und waren seither in jedem Winkel Wiens zu finden. „Five o'clock tea“ nannte man die nachmittägliche Unterhaltung im Tanzcafé der Innenstadt, „Fünf-Uhr-Tee“ hieß es im Tschecherl der Vorstadt; Tee trank hier jedoch selten jemand. Der English-Waltz von Hermann Leopoldi und Peter Herz beschreibt die Atmosphäre der Tanzcafés wohl am besten und lautet wie folgt²²⁴:

*„In einem kleinen Café in Hernals
Spielt's Grammophon
Mit leisem Ton*

²¹⁹ Vgl. Historisches zum Café Museum. In: Café Museum, online unter <<http://www.cafemuseum.at/damals-und-heute/historisches-zum-cafenbspmuseum.html>> (1. Mai 2014).

²²⁰ Vgl. Sonja Moser, Das Hawelka. Geschichte & Legende (Wien/Graz/Klagenfurt 2009), 46.

²²¹ Vgl. Die Geschichte der Wiener Kaffeehäuser. In: Wiener Kaffeehaus, online unter <<http://www.wiener-kaffeehaus.at/geschichte.aspx>> (2. Mai 2014).

²²² Sonja Moser, Das Hawelka. Geschichte & Legende (Wien/Graz/Klagenfurt 2009), 27.

²²³ Vgl. Helmut Strutzmann, Nicht daheim und doch zu Hause. 300 Jahre Wiener Kaffeehaus (Wien 1983), 13.

²²⁴ Vgl. Herta Singer, Im Wiener Kaffeehaus (Wien 1959), 265.

An English-Waltz.

Da genügen zwei Mokka allein,

Um ein paar Stunden so glücklich zu sein . . .“²²⁵

Die schlechte wirtschaftliche Lage Österreichs in der Nachkriegszeit konnte sich mit der Einführung des Schilling wieder beruhigen, auch wenn die hohe Arbeitslosigkeit immer noch ein großes Problem darstellte. Viele Gläser Wasser wurden in jener Etappe der Kaffeehausgeschichte ausgeschenkt und so mancher Kaffeesieder musste seine Türen schließen, um einer Bank oder einem Autosalon Platz zu machen.²²⁶ Bis 1938 hatten sich die Wiener Kaffeehäuser aber wieder einigermaßen erholt; so gab es in diesem Jahr 1.238 Kaffeehauskonzessionen.²²⁷ Es sollte jedoch schon bald eine der größten historischen Katastrophen der Weltgeschichte ihren Anfang nehmen und das Wiener Café abermals vor große Probleme stellen.

4.12. Das Kaffeehaus während des Zweiten Weltkrieges

Als 1938 die nationalsozialistischen Truppen unter Adolf Hitler in Österreich einmarschierten, hatte die Kaffeehauslandschaft Wiens gerade erst die Folgen der Weltwirtschaftskrise hinter sich gelassen. Tanz- und auch Literatencafés erfreuten sich erneut erhöhter Beliebtheit und stellten die Zentren der Unterhaltung und Freizeit dar. Doch „unmittelbar nach Einmarsch der deutschen Nationalsozialisten wurde, wie die Wiener Moderne, auch die blühende Kaffeehauskultur zerstört. Kuh, Werfel, Polgar, Torberg, Gina Kaus, Hilde Spiel und Vicki Baum [...], Ernst Polak, Arnold Schönberg, Felix Salten ... und mit ihnen der größte Teil derjenigen, die das Geistes- und Kulturleben im Wien der Zwischenkriegszeit geprägt hatten, besaßen jüdische Wurzeln und wurden nun unterdrückt, misshandelt, zur Emigration gezwungen.“²²⁸

Nicht nur eine Vielzahl der Kaffeehausgäste war durch das nationalsozialistische Regime Hitlers verschwunden, unzähligen Kaffeesiedern erging es nicht anders. Vor allem die Kaffeehäuser in der Leopoldstadt, wo bis 1900 circa ein Drittel der in Wien lebenden Juden beheimatet war, wurden häufig von jüdischen Eigentümern geleitet und diese traf nun ein schweres Schicksal. Eine traurige Vorgeschichte prägte die Wiener Gemeinde Leopoldstadt, so wurden schon im Jahre 1669 von Kaiser Leopold I. die dort lebenden Juden vertrieben. Nach der erneuten Ansiedlung, sollte sich die

²²⁵ Zitiert nach: Herta *Singer*, Im Wiener Kaffeehaus (Wien 1959), 266.

²²⁶ Vgl. Sonja *Moser*, Das Hawelka. Geschichte & Legende (Wien/Graz/Klagenfurt 2009), 46.

²²⁷ Vgl. Das Wiener Kaffeehaus heute. In: Café Museum, online unter <<http://www.cafemuseum.at/damals-und-heute/das-wiener-kaffeehaus/das-wiener-kaffeehaus-heute.html>> (2. Mai 2014).

²²⁸ Birgit *Schwaner*, Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 177.

Geschichte Mitte des 20. Jahrhunderts wiederholen und auch von der blühenden Kaffeehauslandschaft nichts mehr übrig lassen.²²⁹

„Die Nazis sahen darin in erster Linie eine ‚jüdische‘ Institution. Kurzerhand wurden mehrere geschlossen, wie die noblen Ringstraßencafés ‚Wiener Künstlercafé‘, ‚Kristall‘, ‚Prinz Eugen‘ oder das ‚Ringstraßencafé [sic!]‘. Die beiden letztgenannten wurden in Autosalons umfunktioniert.“²³⁰

Als Hitler 1938 in Österreich einmarschierte, lebten etwa 167.249 Menschen jüdischen Glaubens in Wien. Mit der Einführung der „Nürnberger Gesetze“ vergrößerte sich die Zahl der als Juden bezeichneten Personen drastisch. Fortan zählte man nämlich nicht mehr nur gläubige Juden, sondern auch jene, die von jüdischer Abstammung beziehungsweise durch die Nürnberger Rassegesetze als solche definiert wurden. Exakte Daten gibt es nicht, aber man geht davon aus, dass rund 200.000 Menschen vom rassistisch basierten Vermögensentzug der Nationalsozialisten betroffen waren.²³¹

Die von den Nationalsozialisten durchgeführte „Arisierung“ lässt sich hierbei in drei Phasen unterteilen, wobei die erste auch als „wilde Arisierung“ bezeichnet wird und bis Mai 1938 dauerte. Der Druck auf jüdische Unternehmen wurde durch den „Anschluss“ sehr groß, weswegen es zu etlichen Eigentumsübertragungen, Verkäufen sowie Kapitalumschichtungen kam. Die zweite Phase der „Arisierung“ wurde durch die Gründung der Vermögensverkehrsstelle initiiert und dauerte bis zum Novemberprogramm 1938. Für jüdische Unternehmer wurde es immer schwerer, ihre Geschäfte zu halten, und die zunehmende Bedrohung, der sie ausgesetzt waren, förderte die Übertragung von Firmen und Vermögen, was bei weitem nicht als freiwilliger Akt bezeichnet werden kann. Das Novemberprogramm läutete dann die dritte Phase ein. Ab dem 12. November 1938 herrschte eine „geplante Arisierung“ vor, was für jüdische Geschäftsleute den Verkauf ihres Betriebes bedeutete. Gesah dies nicht, folgte die Liquidation durch die Vermögensverkehrsstelle. Zu großen Teilen abgeschlossen war die „Arisierung“ mit der Ausrichtung der österreichischen Ökonomie auf die Kriegswirtschaft.²³² Im Jahre 1940 lag die Zahl der „arisierten“ jüdischen Gewerbebetriebe (mit

²²⁹ Vgl. Die Geschichte der Wiener Kaffeehäuser. In: Das Wiener Kaffeehaus, online unter <<http://www.wiener-kaffeehaus.at/pdf/Geschichte-Details.pdf>> (27. April 2014).

²³⁰ Tina Walzer, Stephan Templ, Unser Wien. »Arisierung« auf österreichisch (Berlin 2001), 143.

²³¹ Vgl. Clemens Jabloner, Brigitte Bailer-Galanda, Eva Bliminger, Georg Graf, Robert Knight, Lorenz Mikoletzky, Bertrand Perz, Roman Sandgruber, Karl Stuhlpfarrer, Alice Teichova, Schlussbericht der Historikerkommission der Republik Österreich. Vermögensentzug während der NS-Zeit sowie Rückstellungen und Entschädigungen seit 1945 in Österreich. Zusammenfassung und Einschätzungen (Wien/München 2003), 85-87.

²³² Vgl. Clemens Jabloner, Brigitte Bailer-Galanda, Eva Bliminger, Georg Graf, Robert Knight, Lorenz Mikoletzky, Bertrand Perz, Roman Sandgruber, Karl Stuhlpfarrer, Alice Teichova, Schlussbericht der Historikerkommission der Republik Österreich. Vermögensentzug während der NS-Zeit sowie Rückstellungen und Entschädigungen seit 1945 in Österreich. Zusammenfassung und Einschätzungen (Wien/München 2003), 106-107.

Ausnahme von Banken) bei über 4.000; die Zahl der Liquidationen entsprach 18.800 und knapp über 2.000 Geschäfte sollten noch der Enteignung jüdischen Vermögens zum Opfer fallen.²³³

„1938 wurden zahlreiche Kaffeehäuser arisiert, und während ‚in fast allen Fenstern [...] Tafeln aufgestellt [werden], auf denen verkündet wird, daß jüdische Gäste unerwünscht seien, wird am Café Schwarzenberg, das sich dabei besonders hervortut, über dem Eingang in mächtigen gotischen Lettern das lapidare Wort ‚Judenverbot‘ angebracht.“²³⁴

Stephan Templ gibt in seiner „Topographie des Raubes“ 23 Wiener Kaffeehäuser an, die arisiert wurden. Das „Café Ritter“ im Wiener Gemeindebezirk Mariahilf fiel der Phase der „wilden Arisierung“ zum Opfer. Ihr Besitzer Isidor Strasser musste sein Kaffeehaus an das Ehepaar Josef und Auguste Feichtegger abtreten. Auch das „Café Dobner“ am Naschmarkt, berühmt für seine Kleinkunsthöhle, wurde ihrer Eigentümerin, Johanna Medak, entzogen. Robert Püringer war hierbei der Begünstigte, jedoch musste er das Café im Zuge der Rückstellungsverfahren²³⁵ an die Erben der in Theresienstadt umgekommenen Johanna Medak zurückgeben. Das „Wiener Ringstraßencafé“ wurde enteignet, liquidiert und in einen Autosalon umgewandelt. Letzteres deutete eine Entwicklung an, die sich bis in die 1960er Jahre fortsetzen sollte. Auch das „Café Raimund“ in der Museumsstraße gehörte zu den von den Nationalsozialisten „arisierten“ Lokalen. Die Nähe zum Volkstheater bestimmte die Gäste des Kaffeehauses und so gingen hier Egon Friedell, Rudolf Beer und Franz Theodor Csokor aus und ein. Sie waren den Nationalsozialisten ein Dorn im Auge, wodurch die „Arisierung“ des Cafés folgte. Dem „Café Herrenhof“ erging es ähnlich. Als literarisches Zentrum beherbergte es bedeutende Persönlichkeiten wie Alfred Polgar oder Karl Kraus und wurde unter anderem deswegen „bereits am 15. März 1938 unter ‚kommissarische Verwaltung‘ gestellt“²³⁶. Das „Café Schottentor“ gehörte ab dem Zeitpunkt der Machtübernahme nun nicht mehr Eugenie Lichtenstern sowie Ernst und Gustav Waldmann, sondern Leo Ortner. Als Begünstigter der „Arisierung“ des „Café Gross“, im ersten Wiener Gemeindebezirk, wird das Deutsche Reich angeführt. Interessant ist hier vor allem die Liste der so genannten „Arisierungsanwärter“, denn unter ihnen befindet sich auch ein Mann, der noch zum bedeutendsten Kaffeesieder Wiens werden sollte: Leopold Hawelka.²³⁷

²³³ Vgl. Clemens Jabloner, Brigitte Bailer-Galanda, Eva Bliminger, Georg Graf, Robert Knight, Lorenz Mikoletzky, Bertrand Perz, Roman Sandgruber, Karl Stuhlpfarrer, Alice Teichova, Schlussbericht der Historikerkommission der Republik Österreich. Vermögensentzug während der NS-Zeit sowie Rückstellungen und Entschädigungen seit 1945 in Österreich. Zusammenfassung und Einschätzungen (Wien/München 2003), 98.

²³⁴ Andrea Portenkirchner, Die Einsamkeit am »Fensterplatz« zur Welt. Das literarische Kaffeehaus in Wien 1890-1950. In: Michael Rössner (Hg.), Literarische Kaffeehäuser. Kaffeehausliteraten (Wien/Köln/Weimar 1999), 44.

²³⁵ Vgl. Niemals vergessen! Novemberprogramm 1938 in Wien. Broschüre zum Antifaschistischen Gedenkrundgang am 10.11.2011. Wien, 6. Bezirk, Mariahilf. In: AK Gedenksparweg, online unter <http://rundgang.blogspot.de/images/11November_web2.pdf> (4. Mai 2014).

²³⁶ Tina Walzer, Stephan Templ, Unser Wien. »Arisierung« auf österreichisch (Berlin 2001), 144.

²³⁷ Vgl. Tina Walzer, Stephan Templ, Unser Wien. »Arisierung« auf österreichisch (Berlin 2001), 144-149.

Nachdem der Zweite Weltkrieg 1945 endlich zu Ende war, konnte man sich erstmals ein Bild über die verheerenden Schäden machen. Auch das Wiener Kaffeehaus befand sich wieder an seinen Anfängen, da viele Kaffeesieder enteignet und deportiert sowie in den Militärdienst gerufen worden waren. Das blühende Kaffeehausleben mit seinen intellektuellen Stammgästen gehörte der Vergangenheit an, was aber nicht bedeuten sollte, dass man dieses nicht wieder aufbauen konnte. In der Nachkriegszeit war es vor allem die Not, die die Menschen wieder ins Kaffeehaus brachte. Hier fand man zumindest beheizte Räumlichkeiten vor. Schwierig gestaltete sich auch die Situation für die Kaffeesieder, die viele der in einem Café üblichen Genussmittel nur auf dem Schwarzmarkt erhalten konnten. Bis 1946/47 musste abermals auf Kaffee-Surrogate zurückgegriffen werden und auch danach erhielt man Bohnenkaffee nur mit den entsprechenden Lebensmittelmarken. Man befand sich als Kaffeesieder in den Nachkriegsjahren stets mit einem Fuß in der Illegalität und lebte in ständiger Angst, dass die Polizei im Zuge ihrer Razzien nicht die im Ofen versteckten Zigaretten findet.²³⁸

Genau in diesen schweren Jahren des Kaffeehauses erhielt eines jedoch den nötigen Auftrieb und entwickelte sich in weiterer Folge zu einem der bedeutendsten Wiener Cafés. Die Rede ist vom „Café Hawelka“.

4.12.1. Das „Café Hawelka“

Die Geschichte des weltweit vielleicht bekanntesten Kaffeesiederpaares, Josefine und Leopold Hawelka, beginnt, noch vor dem Einmarsch der nationalsozialistischen Truppen im Jahre 1936. Frisch verheiratet pachtete das junge Ehepaar das „Café Alt Wien“ in der Bäckerstraße und verbrachte seine Flitterwochen damit, dieses auf Vordermann zu bringen. Nachdem der Pachtvertrag drei Jahre später abgelaufen war und der Besitzer die Miete stark erhöhte, konnten die beiden das Kaffeehaus nicht mehr weiterführen und mussten sich nach einem neuen Objekt umsehen. Schnell war das „Café Ludwig Carl“ in der Dorotheerstraße gefunden. Vom damaligen Cafetier Anton Berger niedergewirtschaftet, musste es dieser auf Grund von hoher Verschuldung verkaufen und so übersiedelten die Hawelkas am 15. Mai 1939 in die Dorotheergasse 6 und waren fortan stolze Besitzer des heute so berühmten Wiener Künstler- und Intellektuellencafés „Café Hawelka“.²³⁹ Bereits ein Jahr später wurde Leopold aber zur Wehrmacht eingezogen und im Zuge dessen nach Russland geschickt. Das „Café Hawelka“ musste schließen und sollte erst nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges erneut seine Türen öffnen. Vom Krieg verschont, konnte man bereits im Herbst

²³⁸ Vgl. Sonja Moser, *Das Hawelka. Geschichte & Legende* (Wien/Graz/Klagenfurt 2009), 93-99.

²³⁹ Vgl. Sonja Moser, *Das Hawelka. Geschichte & Legende* (Wien/Graz/Klagenfurt 2009), 90-93.

1945 wieder Kaffee am Holzofen, welcher von Leopold eigenhändig mit Brennmaterial aus dem Wiener Wald gefüllt wurde, kochen.²⁴⁰

Der Aufstieg zum neuen Künstlercafé begann für das „Hawelka“ Ende der 1940er Jahre, wodurch es in die Fußstapfen einer langen Tradition trat. Diese nahm seine Anfänge im „Silbernen“, wurde im „Café Griensteidl“, „Café Central“ und „Café Herrenhof“ perfektioniert und sollte nun im „Café Hawelka“ fortgesetzt werden.²⁴¹ Wie schon zuvor in den großen Literatencafés waren es, abgesehen vom allseits beliebten Ehepaar Hawelka, die Stammgäste, die dem Kaffeehaus zu seiner Berühmtheit verhalfen. Unter ihnen gab es zwei besonders bedeutende Gruppen. Auf der einen Seite waren dies die Maler des so genannten „Phantastischen Realismus“, wie beispielsweise Arik Brauer, Ernst Fuchs, oder Rudolf Hausner.²⁴² Auf der anderen Seite trafen sich hier auch die Vertreter der „Wiener Gruppe“, rund um H.C. Artmann. Mit ihm am Tisch saßen unter anderen Friedrich Achleitner, Gerhard Rühm oder Oswald Wiener. Auch Schriftsteller und Schauspieler ließen es sich nicht nehmen, im „Café Hawelka“ Präsenz zu zeigen und so zählten Friedrich Torberg, Heimito von Doderer sowie Elias Canetti ebenso zu den Stammgästen wie Helmut Qualtinger und Oskar Werner.²⁴³ „Hans Weigel, ebenfalls dort ständiger Gast, meinte: ‚Wenn es das *Hawelka* nicht gäbe, müßte man es erfinden‘, und Andre Heller erzählte, daß er ‚für den ganzen, unvorstellbar mühseligen Weg vom Anfängertisch, vor der Telefonzelle links neben dem Eingang, zum fünf Meter Luftlinie entfernten Tisch, links von der Anrichte, etwa sechs Jahre‘ brauchte, mit langen, erlebnisreichen Zwischenaufenthalten an vielen anderen Tischen.“²⁴⁴ Der Telefonzelle, von welcher André Heller hier spricht, sagt man übrigens nach, dass sie die am häufigsten benutzte in ganz Wien war. Hing gerade niemand am Hörer, so läutete es fortwährend, denn die Stammgäste des „Café Hawelka“ waren alle hier erreichbar.²⁴⁵

Neben André Heller, der erst dreizehn Jahre alt war, als er das erste Mal in die Welt des „Café Hawelka“ eintauchte und dieses fortan zu seiner zweiten Familie wurde, war Georg Danzer eine weitere bekannte Persönlichkeit, die hier sozusagen aufgewachsen ist. „*Den hab i mit kleine Braune aufzogen*“²⁴⁶, soll Leopold Hawelka gesagt haben. Dem österreichischen Musiker ist auch zu verdanken, dass Mitte der 1970er Jahre ganze Heerscharen an Neugierigen das Café stürmten. Der

²⁴⁰ Vgl. Petra Neumann (Hg.), Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole (München 1997), 168.

²⁴¹ Vgl. Helmut Strutzmann, Nicht daheim und doch zu Hause. 300 Jahre Wiener Kaffeehaus (Wien 1983), 14.

²⁴² Vgl. Petra Neumann (Hg.), Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole (München 1997), 169.

²⁴³ Vgl. Helmut Kretschmer, Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser (Wien 2006), 17-18.

²⁴⁴ Zitiert nach: Klaus Thiele-Dohrmann, Europäische Kaffeehauskultur (Zürich/Düsseldorf 1997), 114.

²⁴⁵ Vgl. Sonja Moser, Das Hawelka. Geschichte & Legende (Wien/Graz/Klagenfurt 2009), 119.

²⁴⁶ Zitiert nach: Petra Neumann (Hg.), Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole (München 1997), 171.

Grund dafür war ein Lied mit dem Namen „jö schau“. Es war die Textzeile „jö schau, so a sau, jössas na was macht a nackterer im hawelka“²⁴⁷, die den regelrechten Ansturm auf das Kaffeehaus auslöste, denn nun wollte jedermann wissen, ob es den besagten „Nackerten“ wirklich gibt.

„I war scho ganz narrisch‘, erzählt Herr Hawelka über diese Zeit. ‚Ka Tog, wo net jemand ang‘rufen und nach dem Nackerten g‘fragt hätt. Verrückt, sog i ihna! Autobusse sind vor dem Lokal stehengeblieben und haben die Insassen ausgespuckt, die san durch das Lokal gestiefelt, haben herumgeschaut wie in an Museum und san wieder hinausgegangen‘.“²⁴⁸

Umsonst haben sie alle das „Café Hawelka“ aufgesucht, denn der Liedtext basiert nicht auf einer wahren Begebenheit und auch wenn die Geschichte des „Nackerten im Hawelka“ Josefine und Leopold viele Nerven kostete, so verhalf sie ihnen dennoch, in die Kaffeehausgeschichte einzugehen. Ganz umsonst war die Schaar der Sensationsgierigen also doch nicht. Das Gästebuch des Hauses veranschaulicht dies gekonnt, wenn sich Heinz Fischer für einen bunten, schönen und interessanten Abend bedankt oder Thomas D schreibt: „Hier, wo die Geschichte lebt, nehme ich die Inspiration dankend entgegen und versuche meinen Teil zurück zu geben[.] Danke Dafür Thomas D“²⁴⁹ ²⁵⁰.

Als Familienbetrieb, der nun schon über drei Generationen hinweg geführt wird, stellt das „Hawelka“ ein Original dar. Die unangetastete Einrichtung ist Zeuge der langen Tradition des Kaffeehauses. Seine große Vergangenheit hat sich in den vergilbten Wänden und zerschlissenen Sitzbezügen verankert, was hier nicht nur in Kauf genommen, sondern als historisches Wahrzeichen honoriert werden muss. Bilder von beispielsweise Hundertwasser oder Attersee schmücken den Raum und machen ihn zu einem lebenden Museum.²⁵¹ Auch die von Leopold Hawelka erfundene Plakatwand gibt es noch und gilt neben der Espresso-Maschine als einziges Zugeständnis zu Veränderung, muss diese doch immer auf dem neuesten Stand sein. „Er kam 1960 als Erster aller Wiener Gastronomiebetreiber auf die Idee, eine Wand in seinem Kaffeehaus mit bedruckten und damals noch zum Teil handbemalten Plakaten zu gestalten, um damit seinen Gästen und Künstlern einen kreativen Veranstaltungskalender zu bieten. Diese Design-Innovation hat sich sehr bald in ganz Wien durchgesetzt.“²⁵² Ein weiteres Charakteristikum des Cafés waren die ab 22 Uhr erhältlichen Buchteln von Josefine Hawelka. Sie war es, die täglich frische Mehlspeisen zubereitete, was auch nach ihrem

²⁴⁷ Georg Danzer, jö schau. In: Petra Neumann (Hg.), Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole (München 1997), 196.

²⁴⁸ Zitiert nach: Petra Neumann (Hg.), Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole (München 1997), 170-171.

²⁴⁹ Sonja Moser, Das Hawelka. Geschichte & Legende (Wien/Graz/Klagenfurt 2009), 229.

²⁵⁰ Vgl. Sonja Moser, Das Hawelka. Geschichte & Legende (Wien/Graz/Klagenfurt 2009), 211.

²⁵¹ Vgl. Petra Neumann (Hg.), Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole (München 1997), 171-172.

²⁵² Sonja Moser, Das Hawelka. Geschichte & Legende (Wien/Graz/Klagenfurt 2009), 119.

Tod 2005 nicht verloren ging. Nun ist es ihr Sohn Günter, gelernter Zuckerbäcker, der die stadtbekanntesten Buchteln nach altem Familienrezept jeden Tag aufs Neue in den Ofen schiebt.²⁵³

Der Erfolg des Kaffeehauses ist ganz und gar seinen Besitzern zuzuschreiben, die sich auch noch in hohem Alter um ihre Gäste bemühten. Leopold Hawelka, dessen Markenzeichen ein Hangerl über dem linken Unterarm und ein schräges Mascherl war²⁵⁴, verstirbt 2012 und geht als einzigartiger Cafetier, wie folgendes Beispiel zeigen soll, in die Kaffeehausgeschichte ein.²⁵⁵

„Es war kurz nach neun, das Lokal lag noch im Dämmerlicht zweier Kugellampen, als ich das Café betrat. Der Raum ruhig und dennoch voller Leben. Das spärliche Licht brachte die Form der Tische und Stühle, die Strukturen der abgenutzten Polster, den blank geschliffenen Boden heraus. Der Ober sortierte Zeitungen, und Herr Hawelka war in ständiger Bewegung. Erst einen großen Schwarzen, Arbeit an der Espressomaschine, dann inspizierte er den Raum, entdeckte einen wackeligen Tisch, rief den Ober um Hilfe, der einen Pappendeckel als Unterlage unter das zu kurz geratene Bein schob. Der große Schwarze stand vor mir, ich genoß den Raum als warme Höhle, die abschirmt vor rauher Wirklichkeit und den Tag in seinen engen Grenzen aufleben läßt. [...] Langsam füllte sich der von Polstern und Bildern umspannte Raum. Hawelka, damals zweiundachtzig, marschierte auf und ab, half bedienen, putzte den Tisch, wienerte ein Tablett, tat gebrauchte Zeitungen zusammen, legte sie sorgfältig zurück. Ein Phänomen, dieser Mann, der 1939 sein Reich gründete, ein Fanatiker seines Berufes.“²⁵⁶

Obwohl Leopold Hawelka verstorben ist, lebt die Tradition seines Kaffeehauses weiter. Sein Sohn Günter könnte bereits im Ruhestand sein, kann es aber, genau wie sein Vater, nicht lassen, die dritte Generation Kaffeesieder, Amir und Michael Hawelka, tatkräftig zu unterstützen. Auch wenn man sich hier der Tradition verschrieben hat, musste man sich so mancher Umstellung und Veränderung im 21. Jahrhundert beugen. Im Zuge dessen wurde die Küche des Cafés renoviert und auf Computer umgestellt.²⁵⁷ Michael Hawelka kommentiert diesen Umstand folgendermaßen:

„Für meinen Großvater war es der Fernseher, für meinen Vater waren es die industriell produzierten Mehlspeisen, die plötzlich überall verkauft wurden. Mein Bruder zerbrach sich über die Verbreitung der amerikanischen Kaffeehauskultur den Kopf, abgesehen vom Rauchverbot. Und ich musste mich vor kurzem rechtfertigen, warum der Laptop in einem Alt-Wiener Kaffeehaus erlaubt wird. Unsere Richtlinie lautet: Zuerst müssen Neuigkeiten den Tagestrend überstehen und eine gewisse Notwendigkeit aufweisen, erst dann werden diese im Kaffeehaus gewährt.“²⁵⁸

²⁵³ Vgl. Sonja Moser, *Das Hawelka. Geschichte & Legende* (Wien/Graz/Klagenfurt 2009), 160-170.

²⁵⁴ Vgl. Sonja Moser, *Das Hawelka. Geschichte & Legende* (Wien/Graz/Klagenfurt 2009), 156-157.

²⁵⁵ Vgl. Leopold & Josefine. In: *Café Leopold Hawelka*, online unter <<http://www.hawelka.at/cafe/de/leopold-and-josefine/>> (3. Mai 2014).

²⁵⁶ Walter Vogel, *Das Café. Vom Reichtum europäischer Kaffeehauskultur* (Wien ³2001), 26-29.

²⁵⁷ Vgl. Sonja Moser, *Das Hawelka. Geschichte & Legende* (Wien/Graz/Klagenfurt 2009), 180-182.

²⁵⁸ Zitiert nach: Sonja Moser, *Das Hawelka. Geschichte & Legende* (Wien/Graz/Klagenfurt 2009), 241-243.

5. Charakteristika des Wiener Kaffeehauses

5.1. Gastronomisches Angebot

5.1.1. Der Kaffee

Das Wiener Kaffeehaus hat schon sehr bald ein äußerst weitreichendes Angebot an Kaffeespezialitäten hervorgebracht. Diese Differenzierungen bestimmen die österreichische Kaffeeküche und stellen ein Spezifikum dieser dar, weshalb sie hier kurz erwähnt werden sollen.

Die wohl typischste Zubereitungsart ist die „Wiener Melange“, ein etwas verlängerter Mokka mit warmer Milch und Milchschaumhaube. Ein Mokka wird in Österreich als „Schwarzer“ bezeichnet und kann sowohl groß als auch klein bestellt werden. Möchte man diesen mit Obers serviert bekommen, so bestellt man einen kleinen oder großen „Braunen“. Traditionell wird hierbei das Obers separat in einem kleinen Kännchen serviert, so dass der Gast das Mischverhältnis selbst bestimmen kann. Ähnlich dem „Braunen“ ist die „Schale Gold“, welche mit mehr Obers zubereitet wird und dadurch seine goldbraune Farbe erhält. Zu den gängigsten Begriffen zählt des Weiteren der „Verlängerte“, ein Mokka, welcher aber mit der doppelten Menge an Wasser zubereitet wird und wahlweise schwarz oder braun zu erhalten ist. Möchte man seine Melange lieber mit Obers statt Milch, so bestellt man einen „Franziskaner“, wenn man jedoch nur ausgesprochen wenig Obers möchte, so muss man einen „Kapuziner“ ordern. Letzteres ist ein kleiner Mokka mit einigen Tropfen Schlagobers, so dass er die Farbe einer Kapuzinerkutte annimmt. Das Gegenteil davon wäre ein „Kaffee verkehrt“, bestehend aus sehr viel Milch und lediglich einem Schuss Kaffee. Der „Einspanner“ wiederum ist ein großer „Schwarzer“ mit einer dichten kalten Obersdecke, serviert im Glas.²⁵⁹ Ebenfalls im Glas erhält man einen „Fiaker“, das heißt einen „Verlängerten“ mit Rum und Schlagobers. „Maria Theresia“ wurde ein doppelter Mokka mit einem Schuss Orangenlikör getauft und bei einer „Kaisermelange“ wird die traditionelle „Melange“ mit einem Eidotter und Cognac versetzt. Mischt man in seinen Kaffee ein alkoholisches Getränk, so heißt dies im Fachjargon „gspritzt“. Der Binsenweisheit kalter Kaffee mache schön, dürfte man wohl auch schon damals Glaube geschenkt haben, denn ein kühler doppelter Mokka mit einem Eiswürfel, genannt „Mazzagran“, stand auch auf den Karten der Wiener Kaffeehäuser.²⁶⁰ Eine weitere kalte Spezialität ist der „Wiener Eiskaffee“, welcher aus Vanilleeis, sehr kaltem Mokka und viel Schlag besteht. Neben all diesen Kaffeespezialitäten gab es noch persönliche Kreationen von diversen Stammgästen, die hier jedoch ausgespart bleiben sollen, da die große Vielfalt an Zubereitungsarten hinreichend erläutert wurde.

²⁵⁹ Vgl. Wiener Kaffee-Spezialitäten. In: Kaffee in Wien, online unter <<http://www.coffee-in-vienna.com/de/kaffee-spezialitaeten.htm>> (13. Mai 2014).

²⁶⁰ Vgl. Weitere Wiener Kaffee-Spezialitäten. In: Kaffee in Wien, online unter <<http://www.coffee-in-vienna.com/de/weitere-kaffee-spezialitaeten.htm>> (13. Mai 2014).

Trotz dieser schier unüberblickbaren Bandbreite an Kaffeevariationen haben sie alle etwas gemeinsam; serviert werden sie nämlich auf einem Silbertablett mit einem Glas Wasser. Auf Letzterem liegt traditionell der Kaffeelöffel mit dem ‚Gesicht‘ nach unten. Darüber hinaus sollte dieses stets aufgefüllt werden.²⁶¹

5.1.2. Die Mehlspeisen

Obwohl das Kaffeehaus keine Konditorei ist, so gibt es dennoch auch hier ein Angebot an Mehlspeisen. Dieses ist normalerweise kleiner und besteht hauptsächlich aus Plundergebäck und verschiedenen Arten von Strudeln. Bekannte Beispiele sind der Apfel- oder Topfenstrudel, aber auch der Gugelhupf durfte und darf in keinem klassischen Kaffeehaus fehlen. Obstkuchen, wie ein Marillen- oder Zwetschkenfleck, reihen sich ebenso in die Liste der angebotenen Mehlspeisen ein wie Linzerschnitten, Kolatschen, Buchteln, Beugel oder Krapfen. Hinzu kommt, dass die 1832²⁶² kreierte und weltweit berühmte Sachertorte in das Sortiment vieler Kaffeehäuser aufgenommen wurde. So manche gestalteten jedoch auch ihre eigenen Haustorten, wie beispielsweise das „Café Sperl“. Die so genannte „Sperl Torte“ wurde 1880 erfunden und zeichnet sich durch eine Kombination aus Mandeln, Schokolade, Vanille und Zimt aus.²⁶³

5.1.3. Speisen

Widmet man sich der Küche des frühen Wiener Kaffeehauses, so fällt die Beschreibung der Speisekarte eher spärlich aus. Neben belegten Broten sowie Würsteln mit Senf und Kren gab es noch Gerichte mit Ei, also Eierspeise wahlweise mit oder ohne *ham*. Komplementiert wurde dieses Angebot mit einer Auswahl an Gebäck, wie Semmeln, Salzstangerln oder Mohnstriezeln, um nur einige zu nennen. Dazu genehmigte man sich auch gerne einmal ein Glas Wein oder Bier, was ebenfalls im Kaffeehaus ausgeschenkt wurde.²⁶⁴

Mit der Etablierung des Kaffee-Restaurants (im Zuge der von Napoleon verhängten Kontinentalsperre) erfolgte die Erweiterung des Speisenangebotes. Viele der vormals „reinen“ Kaffeehäuser stellten ihren Betrieb um und etablierten sich als Kaffee-Restaurants mit teils guter Küche und vergleichsweise großer Speisekarte. Charakteristisch für diese Betriebsart ist, dass sie sowohl mittags als auch abends als Restaurant dient und die restliche Zeit als „typisches“ Kaffeehaus fungiert.²⁶⁵ Ein Wiener Schnitzel, ein Tafelspitz oder Schinkenfleckerl waren seither nicht mehr aus

²⁶¹ Vgl. Christopher *Wurmdobler*, Kaffeehäuser in Wien. Ein Führer durch eine Wiener Institution. Klassiker, moderne Cafés, Konditoreien, Coffeeshops (Wien 2010), 28.

²⁶² Vgl. Ein echtes Stück Wien. In: Hotel Sacher Wien, online unter <<http://www.sacher.com/ein-echtes-stueck-wien/>> (13. Mai 2014).

²⁶³ Vgl. Sperlortorte. In: Café Sperl, online unter <<http://www.cafesperl.at/html/CSkap9.html>> (13. Mai 2014).

²⁶⁴ Vgl. Gerhard H. *Oberzill*, Ins Kaffeehaus! Geschichte einer Wiener Institution (Wien/München 1983), 84.

²⁶⁵ Vgl. Alexandros *Rambacher*, Infoblatt. Gastgewerbe & Betriebsarten (St. Pölten 2011), 11. In: Wirtschaftskammer Niederösterreich, online unter

dem Angebot wegzudenken. Darüber hinaus baute man mit Hilfe von Tages- und Wochenkarten die reguläre Speisekarte zusätzlich aus.

5.2. Das Personal

5.2.1. Der „Herr Ober“

Stets mit schwarzem Smoking und Fliege gekleidet, erkennt man den „Herrn Ober“, für den die Bezeichnung Kellner eine schiere Beleidigung darstellt. Ein „Herr Ober“ in einem „echten“ Wiener Kaffeehaus rühmt sich vor allem ob seiner gesellschaftlichen, und keineswegs finanziellen, Stellung. Diese drückt sich in der obligaten Begrüßung „Küss die Hand, gnä' Frau!“ sowie der Selbstverständlichkeit, Damen in den Mantel zu helfen, aus. Umgangsformen werden beim „Herrn Ober“ großgeschrieben, so dass die Etikette des Kaffeehauses stets gewahrt bleibt.²⁶⁶ Diese hier so unterstrichene Höflichkeit ist jedoch des Öfteren durch eine sehr spezielle Art von sprödem Charme durchzogen. Dieser sollte wohl eher als „Grant“ bezeichnet werden und stellt „eine lokale Ausprägung schlechter Laune, changierend bis zum Raunzertum [...], zwischen Weltschmerz und – überdruss, auf allen und jedes gerichtet, darum nie persönlich zu nehmen,“²⁶⁷ dar. Ob man es nun als schlechten Umgangston empfindet oder als Teil des Wiener „Kaffeehausschmäh“, das „Granteln“ gehört zum „Herrn Ober“ wie seine Fliege. Angesprochen wird dieser, wie bereits zu erkennen war, mit „Herr Ober“. Den einzigen, welchen hierbei eine Ausnahmeregelung gewährt wird, sind die Stammgäste, denn diese haben das Recht, ihn mit seinem Vornamen anzusprechen. Der Zusatz „Herr“ darf aber auch hier nicht fehlen.

„Ihm einfach das Wort „Ober!“ hinterherzurufen, wird ihn zu keiner schnellen Reaktion veranlassen. Noch schlimmer ist es, wenn Gäste ein unpersönliches „Hallo!“ durch das Lokal rufen, oder gar mit den Fingern schnippen und dabei mit dem Löffel an das Glas klopfen. [...] Wenn er von Ihnen aber ein wohlklingendes „Herr Ober!“ vernimmt, so wird er es sofort mit einem „Bitte sehr, bitte gleich, Sie wünschen?“ beantworten.“²⁶⁸

Ein gewisses Maß an Arroganz gehört offensichtlich zum guten Ton dieser Berufsgruppe, weshalb es auch nicht überrascht, dass man sich als Gast schon mal entschuldigt, um die Aufmerksamkeit dieser zu erhalten. Die Würde des „Herrn Ober“ zu untergraben wäre ein schwerer Fehler, stellt er doch die Respektsperson der Institution dar und so ist man mit einem „'tschuldigen's bitte“ als Gast im Kaffeehaus immer auf der sicheren Seite.

<https://www.wko.at/Content.Node/branchen/noe/Gastronomie/Gastgewerbe___Betriebsarten_2014.pdf> (17. Mai 2014).

²⁶⁶ Vgl. Sonja Moser, *Das Hawelka. Geschichte & Legende* (Wien/Graz/Klagenfurt 2009), 80.

²⁶⁷ Birgit Schwaner, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 131-132.

²⁶⁸ Sonja Moser, *Das Hawelka. Geschichte & Legende* (Wien/Graz/Klagenfurt 2009), 87.

„Herr Ober“ wird man nicht von heute auf morgen; das muss hart erarbeitet werden. Neben dem Ober gab es bis in die 1960er Jahre auch noch den Zuträger und den Piccolo.²⁶⁹ Letzterer ist sozusagen das Mädchen für alles und war meist noch ein Kind. Seine Aufgabe war es, die Aschenbecher zu entleeren, Wasser nachzuschenken und er galt ferner als Überbringer von Liebesbriefen. All das sollte er, natürlich ohne vom Gast bemerkt zu werden, erledigen.²⁷⁰ Hatte der Piccolo seine Aufgaben zur Zufriedenheit des Kaffeesieders beziehungsweise des „Herrn Ober“ bewältigt, so durfte er eine Stufe in der Kaffeehaushierarchie hinaufklettern und wurde zum Zuträger. Dieser assistierte dem Ober hinsichtlich jeglicher Tätigkeiten mit Ausnahme des Kassierens. Falls nun der „Herr Ober“ in seinen wohlverdienten Ruhestand ging, konnte der Zuträger im besten Fall dessen Position einnehmen und war fortan für das Wohl seiner Gäste und die Kasse zuständig. Als gute Seele des Kaffeehauses kennt er alle seine Stammgäste und ihre Wünsche. Diese erhalten ungefragt ihren bevorzugten Kaffee, ihre Lieblingszeitung und, das Wichtigste von allem, ihren Tisch. Diskret aber aufmerksam soll der „Herr Ober“ sein; sich taktvoll jedoch nicht aufdringlich nach dem Gemütszustand erkundigen und somit den Gästen vermitteln, stets umsorgt zu werden. Nicht nur einmal waren es die „Herren Ober“, welche einem Café das gewisse Etwas verliehen und somit zur Anzahl der Besucher einen erheblichen Beitrag leisteten.²⁷¹

5.2.2. Die Sitzkassierin

Lange Zeit war die Sitzkassierin, neben den in der Küche tätigen Frauen, die einzige Dame im Kaffeehaus. Bis zur Mitte des 19. Jahrhunderts war diesen nämlich der Zutritt zu Kaffeehäusern untersagt und so stellte die in einem Kasten sitzende Kassiererin das Objekt der männlichen Begierde dar. Sie herrschte über den Zuckerstreuer und regelte außerdem die Abrechnung. Als Kontrollorgan überwachte sie die Rechnungen der Kellner sowie jene am Buffet.²⁷² Ihr Wesen wird als freundlich, ruhig und zurückhaltend beschrieben,²⁷³ jedoch wusste sie auch mit der Männerwelt des Kaffeehauses umzugehen, da sie stets von Verehrern umringt war, die sie mit Komplimenten oder kleinen Geschenken zu umgarnen versuchten. Zumeist war die Sitzkassierin jedoch die Ehefrau des Kaffeesieders oder dessen Tochter, weswegen die Erfolge der Kavaliere wohl eher aussichtslos

²⁶⁹ Vgl. Birgit *Schwaner*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 136.

²⁷⁰ Vgl. Kaffeehaus-Kultur. In: *Das Wiener Kaffeehaus*, online unter <<http://www.wiener-kaffeehaus.at/wissbegierige-1.aspx#sitz>> (13. Mai 2014).

²⁷¹ Vgl. Birgit *Schwaner*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 133.

²⁷² Vgl. Gustav *Gugitz*, *Das Wiener Kaffeehaus. Ein Stück Kultur- und Lokalgeschichte* (Wien 1940), 186.

²⁷³ Vgl. Kaffeehaus-Kultur. In: *Das Wiener Kaffeehaus*, online unter <<http://www.wiener-kaffeehaus.at/wissbegierige-1.aspx>> (13. Mai 2014).

blieben.²⁷⁴ Mit dem Einzug der Registrierkasse verlor die Sitzkassierin zunehmend an Bedeutung und so blieb lediglich ihr Podest vereinzelt erhalten.²⁷⁵

5.3. Die Ausstattung

5.3.1. Mobiliar

Üblicherweise war das Wiener Kaffeehaus im Erdgeschoss eines Eckhauses untergebracht, um für Gäste von zwei Straßenseiten erkennbar zu sein. Den Eingangsbereich eines klassischen Cafés bildete der Windfang, welcher sozusagen einen kleinen Vorraum darstellte und darüber hinaus die Besucher vor Zugluft schützen sollte. Zu den typischen Einrichtungsgegenständen zählte der Garderobenständer aus Bugholz, aber des Öfteren fand man auch Garderobiere vor, die Jacken und Mäntel gegen Bezahlung verwahrten.²⁷⁶ Ebenfalls aus Bugholz waren die Sessel des Kaffeehauses, besser bekannt unter dem Namen seines Erfinders: Thonet. Der Thonet-Sessel mit der Nummer 14 war zu einem essentiellen Möbelstück des Wiener Kaffeehauses geworden. Neben diesem gab es aber auch die häufig mit rotem Stoff bezogenen Sitzbänke, welche man vor allem in den Logen vorfand. Nimmt man nun noch die typischen Marmortischchen, so wäre das Mobiliar des Wiener Cafés vervollständigt. Der Marmor soll übrigens auch der Grund sein, warum man Kaffee auf einem Silbertablett serviert bekommt; die Säure des Getränks kann so nämlich nicht die Oberfläche des Tisches angreifen.²⁷⁷

5.3.2. Wandschmuck

Purismus ist etwas, das man in einem traditionellen Wiener Kaffeehaus nicht findet und so ist es auch der Wandschmuck, der dem Gast eine besondere Atmosphäre vermittelt. Seit der Gründerzeit prägte der prunkvolle Makart-Stil die Einrichtung der Kaffeehäuser und etablierte sich als deren Standard. Stuck, Holzvertäfelungen, Gobelins und Gipsskulpturen stellten wichtige Elemente dieser Epoche dar und waren ebenso im 20. Jahrhundert wesentlich für die Ausstattung eines Wiener Cafés. Darüber hinaus zierten Gemälde zumeist lokaler Künstler sowie die teils riesigen Spiegel die Wände der Kaffeehäuser. Einerseits dienten diese der optischen Vergrößerung und andererseits der unauffälligen Beobachtung anderer Kaffeehausgäste. Genau wie die spezifische Atmosphäre der einzelnen Kaffeehäuser hat sich im Laufe der Geschichte auch ein individueller Wandschmuck

²⁷⁴ Vgl. Herta Singer, *Im Wiener Kaffeehaus* (Wien 1959), 172.

²⁷⁵ Vgl. Petra Neumann (Hg.), *Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole* (München 1997), 34.

²⁷⁶ Vgl. Christopher Wurdobler, *Kaffeehäuser in Wien. Ein Führer durch eine Wiener Institution. Klassiker, moderne Cafés, Konditoreien, Coffeeshops* (Wien 2010), 15.

²⁷⁷ Vgl. Christopher Wurdobler, *Kaffeehäuser in Wien. Ein Führer durch eine Wiener Institution. Klassiker, moderne Cafés, Konditoreien, Coffeeshops* (Wien 2010), 20.

herausgebildet. Dieser wird als Patina bezeichnet und charakterisiert sich unter anderem nicht nur durch berühmte Gemälde sondern auch die gelbliche Farbe auf Grund des Tabakkonsums.²⁷⁸

5.3.3. Schanigarten

Johann Jakob Tarone war es, der den Schanigarten in Wien etablierte und damit große Erfolge feierte. Es ist daher keine Überraschung, dass diese Erfindung von allen Kaffeesiedern, die den nötigen Platz dafür hatten, übernommen wurde. Schnell zählte der Schanigarten, der in den warmen Monaten zahlreiche Gäste beherbergte und so das „Sommerloch“ für Gastgewerbebetriebe erträglicher machte, zu den wesentlichen Merkmalen eines Wiener Kaffeehauses. Da man als Lokal vor allem in den Urlaubsmonaten Juli und August oft starke Umsatzeinbußen zu verzeichnen hat, wird dieser Zeitraum des Jahres als „Sommerloch“ bezeichnet. Mit Hilfe der Schanigärten konnte und kann man aber auch in den heißen Monaten Geschäft machen.

5.3.4. Unterhaltungsmittel

Zwei bedeutende Einrichtungsgegenstände des Wiener Kaffeehauses wurden ob seines Unterhaltungscharakters im Abschnitt über das Kaffeehaus-Mobiliar ausgeklammert. Die Rede ist vom Billardtisch und dem Zeitungshalter. Auf der einen Seite charakterisiert sich das Kaffeehaus nämlich als Spielstätte und auf der anderen Seite als Informationsbörse. Schach, Billard und diverse Kartenspiele waren schon sehr früh Bestandteile eines klassischen Wiener Kaffeehauses und führten des Öfteren zur Einrichtung ganzer Spielzimmer. Auch der von Michael Hertl entwickelte Zeitungshalter ist eine Errungenschaft, die aus einem Café nicht mehr wegzudenken ist. Das Angebot der gratis bereit gestellten Tages- und Wochenblätter variierte von Lokal zu Lokal, offeriert haben es aber alle. Ein weiteres Merkmal zu jener Zeit war die vorhandene Fernsprechkabine, also eine Telefonzelle im Kaffeehaus. Dort machte man nicht nur seine Telefonate, sondern konnte auch angerufen werden, was vor allem ein Privileg der Stammgäste war.

5.4. Die Gäste

Natürlich sind auch die Gäste ein wesentlicher Bestandteil des Wiener Kaffeehauses und prägen somit dessen Atmosphäre. Man ging ins Kaffeehaus, um sich bei einer Melange mit Freunden zu treffen und zu unterhalten. Man ging ins Kaffeehaus, um dort bei einem kleinen Brauner und einer Zigarette eine Zeitung zu lesen. Man ging ins Kaffeehaus, um gesehen zu werden oder andere Gäste zu beobachten. Man ging ins Kaffeehaus, um beispielsweise Billard zu spielen und man ging ins Kaffeehaus, um zu arbeiten. So manche literarischen Werke sind im Kaffeehaus entstanden und auch Geschäftstermine wurden hier abgehalten. Immer mit dabei die Zigarre oder Zigarette, denn Rauchen spielte damals ebenfalls eine wichtige Rolle. Das Anzünden von Zigarren oder Pfeifentabak

²⁷⁸ Vgl. Christopher *Wurmdobler*, Kaffeehäuser in Wien. Ein Führer durch eine Wiener Institution. Klassiker, moderne Cafés, Konditoreien, Coffeeshops (Wien 2010), 28.

war zwar verboten, aber dichter Zigarettenrauch gehörte zu einem Wiener Kaffeehaus wie seine Ober.²⁷⁹

Die wohl bekanntesten Gäste eines Kaffeehauses sind jene, die man des Öfteren auch schon zum Inventar zählt: die Stammgäste. Gesellschaftliche Vielfalt bestimmte das Publikum eines Cafés und somit auch die Stammgäste. Allen gemein war der Umstand, dass sie beim „Herrn Ober“ wohl bekannt waren. Dieser wusste fast alles über seine Stammkundschaft: Name, Beruf, Wohnort und so manch heikle Anekdote. Otto Friedländer beschrieb die Beziehung zwischen Stammgast und Oberkellner wie folgt.

„Der Wiener ist stolz darauf, ein Stammgast zu sein, und führt es gerne seinen Freunden vor, welche Vorzüge er als solcher genießt. Zum Stammgast wird man vom Kellner ernannt. Der Kellner ist wie ein Lehrer in der Schule: er teilt gute und schlechte Noten aus. Nicht immer kriegt der, der am meisten konsumiert und die größten Trinkgelder gibt, die besten Noten. [...] Er ist aber nicht nur gerecht, er ist auch gütig; er sorgt für die Liebes- und Geldbedürfnisse seiner Stammgäste.“²⁸⁰

Egal in welcher Epoche der Kaffeehausgeschichte, es waren vielfach auch die Stammgäste, die ihr einen speziellen Ausdruck verliehen. Das Gegenteil des Stammgastes war und ist der so genannte Laufgast beziehungsweise die Laufkundschaft. Diese wurden nicht schlechter bedient, jedoch konnten sie nicht auf die Zusatzleistungen eines Stammkunden zurückgreifen. Ein Laufgast konnte beispielsweise niemals „seinen Deckel beim ‚Herrn Ober‘ anschreiben“.

6. Der schnelle Espresso der 1950er & 1960er Jahre

6.1. Kontextualisierung

Die 1950er Jahre in Wien können als Urbanisierungsperiode der Stadt kategorisiert werden, was unter anderem auf den leichten Anstieg der Bevölkerungszahlen zurückzuführen ist. Lebten 1951 noch 1,616 Millionen Menschen in Wien, so erhöhte sich dies zehn Jahre später auf 1,628 Millionen. Vor allem die Zuwanderung spielte, auf Grund einer negativen Geburtenbilanz, dabei eine wesentliche Rolle und zeichnete sich vorwiegend durch Inlandsmigration aus. Betrachtet man die einzelnen Bezirke der Stadt Wien, ist zu erkennen, dass sowohl die City als auch die inneren Bezirke

²⁷⁹ Vgl. Christopher *Wurmdobler*, *Kaffeehäuser in Wien. Ein Führer durch eine Wiener Institution. Klassiker, moderne Cafés, Konditoreien, Coffeeshops* (Wien 2010), 24.

²⁸⁰ *Otto Friedländer*, *Kaffeehaus*. Zitiert nach: Hans Weigel, Christian Brandstätter, Werner J. Schweiger (Hg.), *Das Wiener Kaffeehaus. Einleitender Essay von Hans Weigel. Text- und Bildauswahl von Christian Brandstätter und Werner J. Schweiger. Mit 121 Abbildungen* (Wien/München/Zürich 1978), 116.

(II bis IX und XX) einen Rückgang der Einwohnerzahlen zu verzeichnen hatten, wohingegen die äußeren Bezirke (X bis XIX und XXI bis XXIII) einen Zuwachs aufwiesen.²⁸¹

In Hinblick auf die anschließenden 1960er Jahre konstatiert man eine Phase der Suburbanisierung, da es zu einem minimalen Rückgang der Wiener Bevölkerung kam, die 1971 nur mehr 1,620 Millionen Einwohner umfasste. Man verzeichnete zwar lediglich ein Minus von 0,5 Prozent, jedoch erfolgte eine entscheidende Verschiebung der Wohnbevölkerung und Arbeitsstätten innerhalb der Stadt. Im Zuge dessen sank die Zahl der Personen, die in der Inneren Stadt sowie den inneren Bezirken lebten, und jene, die in den äußeren Bezirken wohnten, vergrößerte sich. Obwohl man für diese Jahrzehnte von einem „Babyboom“ spricht, konnte wiederum nur die Zuwanderung den natürlichen Bevölkerungsabgang ausgleichen. Zurückzuführen ist das auf die deutlich höhere Sterbe- als Geburtenrate. Die stagnierenden Einwohnerzahlen und die Überalterung der Bevölkerung sowie die verlängerte Schulpflicht führten folglich in den sechziger Jahren zu einem Rückgang der Wiener Arbeitsbevölkerung um 9,1 Prozent. Diese Verringerung des Arbeitskräfteangebots wirkte sich bis in die 1970er Jahre als bedeutendes Hindernis für ein erfolgreiches Wirtschaftswachstum aus, was auch nicht durch die verstärkte Beschäftigung ausländischer Arbeitskräfte („Gastarbeiter“) ausgeglichen werden konnte. Ein weiteres Merkmal jener Zeit ist die Tatsache, dass die inneren Bezirke weite Teile der Arbeitsbevölkerung an die Außenbezirke abgeben mussten. Die Zahl der innerstädtischen Arbeitspendler nahm ab, die der Ein- und Auspendler zu, was auf eine intensivere Verflechtung zwischen Wien und seinem Umland schließen lässt.²⁸²

Bezüglich der wirtschaftlichen Entwicklung Wiens in den 1950er und 1960er Jahren ist hervorzuheben, dass sich diese bis zum Staatsvertragsjahr 1955 als unsicher erwies. Die Lage der österreichischen Bevölkerung war gekennzeichnet durch Lebensmittelknappheit, die sich vor allem in Wien stark manifestiert hatte. Erst nach vier schweren Jahren kehrte eine Normalisierung der Situation ein und ab 1953 konnten auch die vormals benötigten Lebensmittelkarten abgeschafft werden. Eine vollständige Erholung erlangte man primär durch die Teilnahme am „European Recovery Program“, welches vor allem unter dem Namen „Marshallplan“ bekannt wurde. Vom amerikanischen *Secretary of State*, George Marshall, entworfen, erhielt Österreich im Zuge dieses Programms hauptsächlich Lebensmittel und Kohle im Wert von mehreren hundert Millionen Dollar. Neben den wirtschaftlichen Problemen, die diese Phase der österreichischen Geschichte charakterisierten, stellte aber auch die Besatzung des Landes eine schwere Bürde dar. Überschattet

²⁸¹ Vgl. Peter Eigner, Andreas Resch, Phasen der Wiener Stadtentwicklung (Wien 2001), 3. In: demokratiezentrum.org, online unter http://www.demokratiezentrum.org/fileadmin/media/pdf/eigner_resch_phasen.pdf (12. Juni 2014).

²⁸² Vgl. Peter Eigner, Andreas Resch, Phasen der Wiener Stadtentwicklung (Wien 2001), 6-7. In: demokratiezentrum.org, online unter http://www.demokratiezentrum.org/fileadmin/media/pdf/eigner_resch_phasen.pdf (12. Juni 2014).

wurde beides durch die politische Frage der staatlichen Einheit, was sich in weiterer Folge durch die Unterzeichnung des Staatsvertrages 1955 klären sollte. Auf die Wiedererlangung der staatlichen Souveränität und Unabhängigkeit folgte das Ende der Besatzungszeit und Österreich war mit einer komplett anderen Situation konfrontiert: politische Stabilität und ökonomischer Aufschwung.²⁸³ Die Phase des „Wirtschaftswunders“ wird dabei im Zeitraum zwischen 1953 und 1962 angesetzt. Ihren Anfang nahm dies durch eine verstärkte Investitionstätigkeit und die Tatsache, dass man begann, größere Betriebe an die Peripherie zu verlagern. Atypisch für die langfristige Entwicklung in Richtung einer Dienstleistungsgesellschaft war dabei, dass neben dem tertiären auch der sekundäre Sektor ein Wachstum zu verzeichnen hatte. Erklärt wird dieser Umstand als Resultat der ökonomischen Stagnation der Zwischenkriegszeit, welche in einem Aufholprozess, der sich durch einen Industrialisierungsschub charakterisierte, endete. 1951 waren von 770.016 Erwerbstätigen 49,3 Prozent im Sekundär- und 49,2 Prozent im Tertiärsektor angestellt. Zehn Jahre später hatten sich die Beschäftigungszahlen auf 820.597 erhöht, wovon 47,2 Prozent auf den Sekundär- und 51,7 Prozent auf den Tertiärsektor entfielen.²⁸⁴ Das bedeutet, dass ab den sechziger Jahren die dauerhafte Dienstleistungsgesellschaft eingeläutet wurde. Der Anteil der Erwerbstätigen im sekundären Sektor sank im Jahre 1971 auf 38,6 Prozent, wohingegen 60,6 Prozent der Berufstätigen auf den tertiären Sektor entfielen. Dabei verstärkte sich auch die Verdrängung der Industriebetriebe an den Stadtrand, da sich diese nun vermehrt an Anschlüssen zum Autobahnnetz orientierten, was von der Stadtplanung bewusst unterstützt wurde.²⁸⁵

Auf politischer Ebene standen bis Mitte der 1950er Jahre die Themen Wiederaufbau und Besatzung im Mittelpunkt. Sehr rasch hatte sich die alte Parteienlandschaft rekonstruiert und somit bildeten die SPÖ, ÖVP und KPÖ nach dem Zweiten Weltkrieg eine provisorische Konzentrationsregierung. Es folgte die Unabhängigkeitserklärung von 1945 auf Basis der Verfassung von 1920. Im Zuge dessen wurde auch der „Anschluss“, unter Berücksichtigung der Moskauer Deklaration, für nichtig erklärt und der „Opfermythos“ erschaffen. Durch die vier verschiedenen Besatzungsmächte war die politische Lage der Nachkriegszeit äußerst schwierig, was sich auch für die ersten freien Wahlen nach 15 Jahren am 25. November konstatieren lässt. Die ÖVP ging dabei als stimmenstärkste Partei hervor, gefolgt von der SPÖ und, weit abgeschlagen, der KPÖ. Man bildete abermals eine Konzentrationsregierung, die zwar mit wirtschaftlichen Problemen konfrontiert war, sich aber dennoch bald wieder der Normalität zuwandte. Dies lässt sich auch für die Thematik der

²⁸³ Vgl. Karl *Vocelka*, *Geschichte Österreichs. Kultur-Gesellschaft-Politik* (München⁶2002), 316-330.

²⁸⁴ Vgl. Peter *Eigner*, *Andreas Resch*, *Die wirtschaftliche Entwicklung Wiens im 20. Jahrhundert*. In: Franz X. Eder, Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl (Hg.), *Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum* (Innsbruck/Wien/München/Bozen 2003), 13-14.

²⁸⁵ Vgl. Peter *Eigner*, *Andreas Resch*, *Phasen der Wiener Stadtentwicklung* (Wien 2001), 7-8. In: *demokratiezentrum.org*, online unter http://www.demokratiezentrum.org/fileadmin/media/pdf/eigner_resch_phasen.pdf (12. Juni 2014).

Entnazifizierung anmerken, denn obwohl es durch die Alliierten zu den „Nürnberger Prozessen“ gegen die Hauptkriegsverbrecher kam, eine Registrierungspflicht für NSDAP-Mitglieder eingeführt wurde und nationalsozialistische Beamte und Lehrer an Bildungsinstitutionen entlassen wurden, legte man die Entnazifizierung in Österreich bald auf Eis. Minderbelastete integrierte man mittels der „Nazi-Amnestie“ ab 1948 wieder in die Gesellschaft und die Einschränkungen im beruflichen Bereich verfielen ebenso. Des Weiteren etablierte sich zu jener Zeit eine vierte politische Kraft: der Verband der Unabhängigen, später Wahlverband der Unabhängigen, wurde geboren und sollte sich in weiterer Folge zur Freiheitlichen Partei Österreichs (FPÖ) entwickeln. Bis 1966 beherrschte die Große Koalition die politische Landschaft, welche sich durch eine friedliche Innenpolitik auszeichnete. Im Zuge dessen kam es auch zur Unterzeichnung des Staatsvertrages 1955, der an die Bedingung der Neutralität Österreichs geknüpft war und die Besatzungszeit enden ließ. Die erste Bewährungsprobe folgte bereits ein Jahr später durch den Ungarischen Volksaufstand und 1968 durch den Prager Frühling. In beiden Fällen wurden Flüchtlinge aus den Ländern aufgenommen, wodurch man humane Hilfe – zumindest bis 1989 – als Stärke der österreichischen Politik bezeichnen konnte. Die Große Koalition etablierte außerdem den Proporz und das System der Sozialpartnerschaft, dem eine starke Verbindung zwischen den Parteien und Interessensvertretungen zugrunde lag.²⁸⁶

6.2. Stadtplanung und Stadtentwicklung

Als bedeutendes Dokument der Stadtplanung für die 1950er Jahre ist das „8-Punkte-Programm des sozialen Städtebaus“ zu nennen, welches eine neue Flächenwidmung für Wien vorsah und 1952 abgesegnet wurde. Wichtig für die Stadtplanung war vor allem die Tatsache, dass die Stadtgrenzen auf Grund der umfangreichen Eingemeindungen durch die Nationalsozialisten nach 1945 heftig umstritten und nicht eindeutig festgelegt waren. Als sich dieser Aspekt im Jahre 1954 geklärt hatte, konnte man sich dem neuen Flächenwidmungsplan für Wien zuwenden. Schwerpunkte dabei bildeten die Beseitigung der Kriegsschäden, die Nutzung unerschlossener Baugründe im Stadtkern sowie erste Wohnbauprojekte in den Außenbezirken, wofür die Per-Albin-Siedlung im zehnten Wiener Gemeindebezirk ein Beispiel darstellt. Bis 1954 errichtete man 28.000 Wohnungen und in den darauf folgenden fünf Jahren kam es zu einer Wohnbauleistung von 6.000 bis 7.000 Einheiten pro Jahr, so dass die größte (numerische) Wohnraumnot im Jahre 1960 gelindert worden war.²⁸⁷

Die Verkehrsinfrastruktur reichte, trotz der angestiegenen PKW-Zahlen, bis Ende der 1950er Jahre aus und sollte erst in den kommenden Jahrzehnten einem deutlichen Ausbau unterworfen sein. 1949 waren fast alle Schäden an den Anlagen der Wiener Verkehrslinien behoben worden, ein Jahr später

²⁸⁶ Vgl. Karl *Vocelka*, *Geschichte Österreichs. Kultur-Gesellschaft-Politik* (München⁶2002), 316-329.

²⁸⁷ Vgl. Peter *Eigner*, *Andreas Resch*, *Phasen der Wiener Stadtentwicklung* (Wien 2001), 5. In:

demokratiezentrum.org, online unter

<http://www.demokratiezentrum.org/fileadmin/media/pdf/eigner_resch_phasen.pdf> (12. Juni 2014).

wurde mit dem Bau des Westbahnhofs begonnen und 1953 startete man die Arbeiten am neuen Südbahnhof. Trotz des vergleichsweise geringen Verkehrsaufkommens forderte der steigende Autoverkehr aber schon damals zahlreiche Opfer. Die Opernkreuzung mit 80 Unfällen im Jahr 1954 stellte dabei den Spitzenreiter dar, weswegen man auch hier die erste Fußgängerunterführung baute. Diese entsprach ganz den Kriterien des Fortschritts, da sie mit Rolltreppen, Geschäften und einem Espresso in der Mitte ausgestattet war. Des Weiteren entstanden die unterirdische Passage beim Schottentor und die Karlsplatzpassage.

Wichtige Ereignisse für die kulturelle Bedeutung Wiens waren vor allem der Wiederaufbau des Stephansdoms, der Oper, des Burgtheaters und einiger Ringstraßenbauten. Parallel dazu errichtete man aber auch die Wiener Stadthalle, welche als moderner Veranstaltungsort außerhalb des Gürtels im Gegensatz zu den innerstädtischen Bauten im historischen Stil stand.²⁸⁸

Der kommunale Wohnbau in den 1960er Jahren war geprägt von der Errichtung neuer Wohnviertel. Parallel ausgerichtete Wohnblöcke mit üblicherweise vier oder neun Geschossen waren dabei charakteristisch. Die größten Projekte dieser Zeit waren ein neuer Stadtteil an der Erzherzog Karl-Straße in Kagran sowie die Großfeldsiedlung, wo man erstmals auch auf industrielle Massenfertigung setzte. 105.000 Wohnungen entstanden damals, welche zum Großteil in den klassischen Stadterweiterungsgebieten Wiens – Favoriten, Floridsdorf, Donaustadt und Liesing – angesiedelt waren und die explizite Trennung von Wohnen und Arbeiten ausdrückten. Gerade diese Funktionstrennung löste in weiterer Folge heftige Kritik aus, wofür vorwiegend die mangelnde infrastrukturelle Anbindung und das Fehlen von Arbeitsplätzen ausschlaggebend waren. Darüber hinaus fehlten Kindergärten, Schulen und Orte der Freizeitgestaltung, was in Vereinsamung, Alkoholismus und Vandalismus resultierte.

Die Funktionstrennung und Stadterweiterung brachten außerdem einen erheblichen Anstieg der Verkehrsströme mit sich, was zusätzlich durch den wachsenden Wohlstand und die Massenmotorisierung verstärkt wurde. Auf Grund dessen konzentrierte man sich in den sechziger Jahren auf den Ausbau des Straßensystems, also auf die „autofreundliche“ Umgestaltung der Stadt. Dieser Umstand zeigt sich sehr deutlich, da mehr als zwanzig Straßenbahnlinien aufgelassen und durch Autobusse ersetzt wurden. Des Weiteren errichtete man die Nordautobahneinfahrt, baute die Wiener Westeinfahrt bis in das Stadtzentrum aus und begann mit den Arbeiten an der Südosttangente sowie der Autobahneinfahrt Süd. Hinsichtlich der öffentlichen Verkehrsmittel sei

²⁸⁸ Vgl. Peter Eigner, Andreas Resch, Phasen der Wiener Stadtentwicklung (Wien 2001), 5-6. In: demokratiezentrum.org, online unter <http://www.demokratiezentrum.org/fileadmin/media/pdf/eigner_resch_phasen.pdf> (12. Juni 2014).

anzumerken, dass ab der Mitte der sechziger Jahre die schrittweise Planung der U-Bahn-Linien erfolgte, deren Netz 1966/68 beschlossen wurde.²⁸⁹

6.3. Gesellschaftliche Veränderungen im Österreich der 1950er und 1960er Jahre

Spricht man von den 1950er Jahren, so versteht man darunter gemeinhin den Zeitraum zwischen 1950 und 1960. Ganz so einfach gibt sich die Geschichte aber nicht und deswegen begann die Periode der fünfziger Jahre auf Grund bedeutender Zäsuren, laut Ernst Hanisch, bereits 1947 und endete Mitte der 1960er Jahre. Initiiert wurde diese Zeitspanne österreichischer Geschichte mit der Währungsreform 1947, dem ersten Lohn- und Preisabkommen sowie der Sozialpartnerschaft. Darüber hinaus bot der Marshallplan die nötigen Ressourcen, um die Nachkriegszeit abzuschütteln und das Wirtschaftswunder jener Tage einzuläuten. Auf politischer Ebene sind die späten 1940er Jahre durch die Amnestie für Minderbelastete und somit die Rückkehr des dritten Lagers in die Politik gekennzeichnet. Außenpolitisch war es der Kalte Krieg, welcher dieser Periode ihre Bürden auflud. Nachdem die Besatzungszeit ein Ende gefunden hatte und eine langsame Normalisierung des Alltags eingetreten war, setzte sich auch das traditionelle Rollenbild von Mann und Frau wieder vermehrt durch. Die frühen 1960er Jahre leiteten dann den so genannten Babyboom ein, das Wirtschaftswachstum lies ab 1967 nach, die Lagermentalität wurde durchlässiger und die 68er-Bewegung war der Auslöser einer kulturellen Revolution. Die 1950er Jahre kennzeichnen sich daher durch das rasante Wirtschaftswachstum, die Technisierung des Alltags, die Wichtigkeit von Produktion und Arbeit sowie das Einsetzen einer amerikanisierten und industrialisierten Massenkultur, die starke Auswirkungen auf die Lebensweise der Menschen hatte.²⁹⁰

Wohlstand hielt Einzug und wirkte sich auf die Lebenswelt der Bevölkerung aus. Verbesserte Arbeitsbedingungen, höhere Löhne, verstärkter Wohnbau und der Ausbau der Infrastruktur sind nur einige Beispiele, die diese Zeit kennzeichneten. Darüber hinaus erleichterten technologische Errungenschaften, wie die Waschmaschine, das Auto sowie das Telefon, den Alltag der Menschen. Viele dieser Dinge drückten Globalisierung und Internationalisierung aus und waren des Weiteren Symbole einer Amerikanisierung des Lebensstils. Jeans, Discos, Sitcoms, Pop-Musik, Coca-Cola und, um einiges später, McDonald's zogen in die österreichische Kultur ein und begleiteten oder verdrängten lokale Traditionen.²⁹¹ Auch die Kaffeehäuser standen in jener Zeit einem neuen

²⁸⁹ Vgl. Peter Eigner, Andreas Resch, Phasen der Wiener Stadtentwicklung (Wien 2001), 9-10. In: [demokratiezentrum.org](http://www.demokratiezentrum.org), online unter

http://www.demokratiezentrum.org/fileadmin/media/pdf/eigner_resch_phasen.pdf (12. Juni 2014).

²⁹⁰ Vgl. Ernst Hanisch, Österreichische Geschichte 1890-1990. Der lange Schatten des Staates. Österreichische Gesellschaftsgeschichte im 20. Jahrhundert (Wien 2005), 426.

²⁹¹ Vgl. Karl Vocelka, Geschichte Österreichs. Kultur-Gesellschaft-Politik (München 2002), 330-332.

Konkurrenten gegenüber, welcher jedoch nicht aus den Vereinigten Staaten von Amerika, sondern aus Italien kam: dem Espresso.

Im folgenden Abschnitt sollen jene Aspekte näher erläutert werden, die auf die Kaffeehauslandschaft in Wien Einflüsse gehabt und diese somit umgestaltet haben. Basis hierfür wird eine Statistik der Innung der Kaffeetischer sein, die belegt, dass die Zahlen der Kaffeehäuser in den 1950er Jahren deutlich zurückgegangen und jene des Espressos vermehrt angestiegen sind.

6.3.1. Das Wirtschaftswunder

Der österreichische Alltag in der Nachkriegszeit war geprägt von den Besatzungsmächten, aber auch der Kalte Krieg und der deutlicher werdende Koreakonflikt machten sich bemerkbar. Spürbar war der Zweite Weltkrieg noch immer; man befand sich in einer wirtschaftlichen Abhängigkeit und die Nahrungsmittelversorgung war durch Lebensmittelkarten geregelt. Diejenigen, die Geld oder Ersatzwährung, wie zum Beispiel Zigaretten, besaßen, versorgten sich am boomenden Schwarzmarkt. All jenen, denen das nicht möglich war, blieb nur das Hamstern, Tauschen, Betteln oder Plündern als überlebensnotwendige Alternative. Besonders schwer gelangte man an Fleisch, Wurst, Milch, Eier, Zucker und Obst, wohingegen der Pro-Kopf-Verbrauch für Getreideerzeugnisse sowie Kartoffeln und Hülsenfrüchte absolute Höchstwerte erzielte. Durch eine bessere Versorgung aus dem Umland konnte das Marken- und Kartensystem für Lebensmittel ab 1948 abgebaut und letztlich 1953 abgeschafft werden, wodurch sich die Situation, trotz der hohen Inflationsrate und der starken Armut, langsam verbesserte. Dies zeigte sich in der schleppenden aber dennoch stetig anwachsenden Zahl der Geschäfte, Märkte, Milchlieferanten und Verkaufsstellen. Daraufhin verlor der Schwarzmarkt ab 1950 zunehmend an Bedeutung.²⁹²

Als Folge dessen kam es Ende der 1940er und Anfang der 1950er Jahre zur Etablierung einer von den Sozialpartnern kontrollierten Marktwirtschaft.²⁹³ Charakteristisch für die Nachkriegszeit ist die aus den USA kommende und als Fordismus bezeichnete Wirtschaftsform, welche auf Rationalisierung, industrieller Massenproduktion und Massenkonsum basiert.²⁹⁴

Da die österreichische Wirtschaft im Zeitraum der beiden Weltkriege von ökonomischer Stagnation – mit Ausnahme der Rüstungsindustrie – geprägt war, stellte der rasche Aufschwung in den 1950er Jahren eine deutliche Wende der Verhältnisse dar. Das schier explosionsartige Wirtschaftswachstum

²⁹² Vgl. Franz X. Eder, Vom Mangel zum Wohlstand. Konsumieren in Wien 1945-1980. In: Susanne Breuss (Hg.), Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (Wien 2005), 24-26.

²⁹³ Vgl. Klaus-Dieter Mulley, Wo ist das Proletariat? In: Gerhard Jagschitz, Klaus-Dieter Mulley (Hg.), die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich (St. Pölten/Wien 1985), 20.

²⁹⁴ Vgl. Inge Karazman-Morawetz, Arbeit, Konsum, Freizeit. Veränderungen im Verhältnis von Arbeit und Reproduktion. In: Reinhard Sieder, Heinz Steinert, Emmerich Tálos (Hg.), Österreich 1945-1995. Gesellschaft, Politik, Kultur (Wien ²1996), 409.

lässt sich durch die Steigerung des Bruttonationalproduktes von 75 Prozent zwischen 1950 und 1960 zeigen, wobei die Wachstumsspritze des Marshallplanes aber nicht außer Acht gelassen werden darf. Zumal die Lebensmittel knapp bemessen waren, musste nach dem Krieg der Großteil des Bruttoinlandsproduktes auf den privaten Konsum angewendet werden. Eine Lösung für die schwierige ökonomische Lage fand sich im Marshallplan, der zwischen 1948 und 1952 speziell drei Bereiche entlastete. Lebensnotwendige Produkte sollten durch eine Preisstützung nicht mehr unter Weltmarktpreisen verkauft werden, wofür circa 22 Prozent der Mittel des so genannten „European Recovery Program (ERP)“ investiert wurden. Rund ein Fünftel stabilisierte beziehungsweise sicherte die Währung und der restliche Teil wurde für Investitionsfinanzierungen bereit gestellt.

Als der Marshallplan 1953 auslief, musste sich die österreichische Regierung selbst um die Probleme der Zeit bemühen. Es folgte die Konsolidierung der Wirtschaft. Man erhöhte die Investitionen, senkte die Lohn- und Einkommenssteuer sowie die Bankraten und festigte dadurch die wirtschaftliche Basis des Landes. Gleichzeitig sanken die Arbeitslosenzahlen und durch eine Mäßigung des öffentlichen Konsums kam es zu keiner großen Schuldenaufnahme.²⁹⁵

Die wirtschaftliche Situation der 1950er Jahre ist darüber hinaus durch eine Verschiebung zwischen den Wirtschaftssektoren gekennzeichnet. Man spricht für diese Periode von einer Entagrarisierung, da die Land- und Forstwirtschaft einen starken Rückgang zu verzeichnen hatte. Waren nach Kriegsende noch etwa ein Drittel der Beschäftigten in der Landwirtschaft tätig, so hat sich dies bis in die 1990er Jahre auf rund 6 Prozent minimiert. Während der fünfziger Jahre war es circa eine halbe Million Menschen, die dabei in den aufstrebenden Industrie- und Handelssektor wechselten, was sich in einer verstärkten Landflucht bemerkbar machte.²⁹⁶

Das schnelle Wachstum des Bruttoinlandsproduktes hatte zur Folge, dass sich auch die Einkommenssituation deutlich verbesserte, was gleichzeitig zu einer veränderten Lebensweise und einem neuen Konsumverhalten führte. Produktivitätssteigerung wurde zum Schlagwort der Zeit. Man wollte die österreichische Wirtschaft wieder wettbewerbsfähig machen und somit die Zahlungsbilanz ausgleichen. Auch der Begriff Lebensstandard manifestierte sich zu einem bedeutenden Term jener Epoche, welcher nur gewährleistet werden konnte, wenn sich jeder Einzelne für das gemeinschaftliche Ganze einsetzen würde. Das Streben nach vermehrter Produktion und folglich die Erzeugung eines erhöhten Lebensstandards wurde zum erklärten Ziel und auch mit Hilfe von beispielsweise Plakatserien in der Bevölkerung verbreitet. Mit dem Verweis auf „sozialen Frieden“ versuchte man ein gesellschaftliches Bewusstsein zu erzeugen, das auf soziale Harmonie ausgerichtet

²⁹⁵ Vgl. Bernd *Riessland*, Das „Wirtschaftswunder“. In: Gerhard *Jagschitz*, Klaus-Dieter *Mulley* (Hg.), die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich (St. Pölten/Wien 1985), 90-92.

²⁹⁶ Vgl. Inge *Karazman-Morawetz*, Arbeit, Konsum, Freizeit. Veränderungen im Verhältnis von Arbeit und Reproduktion. In: Reinhard *Sieder*, Heinz *Steinert*, Emmerich *Tálos* (Hg.), Österreich 1945-1995. Gesellschaft, Politik, Kultur (Wien ²1996), 410.

war.²⁹⁷ Die durch die neu entstandene Werbeindustrie erzeugten Kampagnen zur Produktivitätssteigerung stellten eine Verbindung zwischen harter Arbeit und intensivem Konsum her. Sozialer Status und Identitätsbildung wurden hierbei an den Besitz von Konsumgütern gekoppelt und durch diesen versprochen.²⁹⁸

Die Zuwächse des realen Pro-Kopf-Einkommens stellten die Basis eines bislang unbekanntes materiellen Wohlstandes dar, welcher sich noch bis Ende der 1970er Jahre fortsetzen sollte. Nach den Entbehrungen der beiden Weltkriege war dieser Aufwärtstrend und die daraus folgende ökonomische Sicherheit ein gesellschaftliches Novum. Die Tatsache, dass das Bruttoinlandsprodukt und die Haushaltseinkommen zu Beginn der 1950er Jahre wieder auf etwa den gleichen Stand von 1913 gelangt waren, zeigte bereits damals das Wohlstandswachstum jener Zeit an. Vergessen darf man hierbei jedoch nicht, dass dieses mit Akkordarbeit und erheblich vielen Überstunden verbunden war. Des Weiteren hatte sich zwar die Schere zwischen den Löhnen von Arbeitern und Angestellten verkleinert, die Ungleichheit bezüglich der Spitzenverdiener blieb aber erhalten.²⁹⁹ Gleichzeitig spielte Armut immer noch eine bedeutende Rolle und war nicht eliminiert worden. Laut Ernst Hanisch spricht man für diese Epoche von einer wohlstandsgenerierten „neuen Armut“, die sich mittels der amerikanisierten Konsumgesellschaft und einem Wandel von einer „Kultur des Mangels“ zu einer „Kultur des Überflusses“ entwickelt hat.³⁰⁰

Die Basis des wirtschaftlichen Erfolges war mit der Durchsetzung des Fordismus und der damit einhergehenden tayloristischen Arbeitsorganisation gewährleistet. Letzteres ermöglichte mittels der Zerlegung der Arbeitskraft eine industrielle Massenproduktion, die wiederum Voraussetzung für die neu entstehende Konsumgesellschaft war. Mit der Steigerung der Produktivität erfolgte die Erhöhung des realen Einkommens, was die Konsumenten der Massenartikel hervorbrachte. Konsum und Produktivität stellten somit die wichtigsten Eckpfeiler der Gesellschaft dar.³⁰¹ Zwischen 1955 und 1961 verzeichneten die Wiener Arbeitnehmer einen Zuwachs von 8 Prozent ihres realen Bruttomedianeinkommens; ein Umstand, der sich bis in die erste Hälfte der 1970er Jahre noch

²⁹⁷ Vgl. Klaus-Dieter *Mulley*, *Wo ist das Proletariat?* In: Gerhard Jagschitz, Klaus-Dieter Mulley (Hg.), *die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich (St. Pölten/Wien 1985)*, 22-23.

²⁹⁸ Vgl. Inge *Karazman-Morawetz*, *Arbeit, Konsum, Freizeit. Veränderungen im Verhältnis von Arbeit und Reproduktion.* In: Reinhard Sieder, Heinz Steinert, Emmerich Tálos (Hg.), *Österreich 1945-1995. Gesellschaft, Politik, Kultur (Wien 21996)*, 420.

²⁹⁹ Vgl. Inge *Karazman-Morawetz*, *Arbeit, Konsum, Freizeit. Veränderungen im Verhältnis von Arbeit und Reproduktion.* In: Reinhard Sieder, Heinz Steinert, Emmerich Tálos (Hg.), *Österreich 1945-1995. Gesellschaft, Politik, Kultur (Wien 21996)*, 412.

³⁰⁰ Vgl. Ernst *Hanisch*, *Österreichische Geschichte 1890-1990. Der lange Schatten des Staates. Österreichische Gesellschaftsgeschichte im 20. Jahrhundert (Wien 2005)*, 58.

³⁰¹ Vgl. Inge *Karazman-Morawetz*, *Arbeit, Konsum, Freizeit. Veränderungen im Verhältnis von Arbeit und Reproduktion.* In: Reinhard Sieder, Heinz Steinert, Emmerich Tálos (Hg.), *Österreich 1945-1995. Gesellschaft, Politik, Kultur (Wien 21996)*, 417-420.

steigern sollte. Die Arbeitsbedingungen waren jedoch einem extremen Wandel unterworfen, was sich vorwiegend durch einen intensiven Arbeitseinsatz und extreme Arbeitsdisziplin ausdrückte. Dies wurde aber in Kauf genommen, wenn man dafür eine Steigerung des materiellen Wohlstandes, erhöhte Einkommen sowie mehr Freizeit und Urlaub in Aussicht hatte. „Arbeite, um zu konsumieren“ und „Konsumiere, damit es Arbeit gibt“ stellten die Grundprinzipien der Zeit dar und standen für eine explizite Erziehung der Bevölkerung zu Konsumenten.³⁰²

6.3.2. Die neue Konsumgesellschaft

Basierend auf der schlechten Versorgungslage in der Nachkriegszeit sah man sich mit hohen Lebensmittelpreisen konfrontiert. Darüber hinaus kam es aber auch zu massiven Teuerungen bezüglich Bekleidung, Haushaltsgeräten, Beleuchtung, Beheizung, Wohnungseinrichtung sowie im Bereich Reinigung und Körperpflege, was den Erwerb dieser Produkte zu jener Zeit fast unmöglich machte. Ausnahme bildeten lediglich die Wohnungsmieten, welche unter dem Gesamtindex blieben und auch die Kosten für Bildung, Unterhaltung und Verkehr bewegten sich in einem moderaten Rahmen. Ersteres ist vor allem auf den Umstand der Mietzinsregulierung, die schlechte Versorgung mit Wohnungen und deren niedrige Qualität zurückzuführen, was Anfang der 1950er Jahre mit Hilfe diverser Wohnbauinitiativen, wie beispielsweise dem „Schnellbauprogramm der Gemeinde Wien“, verbessert werden konnte. Die Auslagen der Geschäfte füllten sich schön langsam mit neuen Produkten und auch die Kalorienbeträge erreichten wieder ein normales Ausmaß. Coca Cola, Kaugummi, Nylonstrümpfe und Lucky Strike-Zigaretten symbolisierten den amerikanischen Lebensstil und standen für ein besseres Dasein. Nichtsdestotrotz konnte man von solchen Gütern auf Grund niedriger Löhne Ende der 1940er Jahre nur träumen, was zu einer Anstauung von Konsumwünschen führte und das zukünftige Konsumverhalten der Bevölkerung nachhaltig beeinflussen sollte. Konsumgeschichtlich leitete der Zeitraum zwischen 1952 und 1954, auf Basis des ungebremsen Wirtschaftswachstums, eine neue Epoche ein, die im verstärkten Ankauf nicht lebensnotwendiger Güter resultierte und von „Amerikanisierung“ geprägt war.³⁰³ Das in den Medien propagierte amerikanische Schönheitsideal forcierte die Expansion der Kosmetikindustrie und setzte des Weiteren neue ernährungshygienische Trends. Darüber hinaus etablierte sich der Prestigekonsum, welcher vor allem in der Motorisierungswelle deutlich zum Vorschein kam und ein weiteres Charakteristikum des in die Gesellschaft eindringenden *american way of life* darstellte.³⁰⁴

³⁰² Vgl. Franz X. Eder, Vom Mangel zum Wohlstand. Konsumieren in Wien 1945-1980. In: Susanne Breuss (Hg.), Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (Wien 2005), 27-28.

³⁰³ Vgl. Franz X. Eder, Vom Mangel zum Wohlstand. Konsumieren in Wien 1945-1980. In: Susanne Breuss (Hg.), Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (Wien 2005), 26-27.

³⁰⁴ Vgl. Klaus-Dieter Mulley, Wo ist das Proletariat? In: Gerhard Jagschitz, Klaus-Dieter Mulley (Hg.), die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich (St. Pölten/Wien 1985), 24.

Von statten ging diese Entwicklung in mehreren unterschiedlichen Wellen. In den Jahren 1947 und 1948 nahmen die Ausgaben für Nahrungsmittel zu, was auch als so genannten „Eßwelle“ bezeichnet wird, nachdem zu jener Zeit ein normaler Kalorienbedarf pro Kopf abgedeckt und die Lebensmittellbewirtschaftung zunehmend abgebaut werden konnte.³⁰⁵ Auch wenn die Zusammensetzung der konsumierten Produkte für eine verarmte Wirtschaft immer noch charakteristisch war, hatte sich die Versorgung weitgehend normalisiert. Die durch stetige Subventionierung relativ billigen Pflanzenprodukte bildeten die Basis der Lebensmittelversorgung; die Bevölkerung war mit Getreide, Gemüse, Fett und Öl sowie Zucker und Kartoffeln weitaus besser versorgt als vor dem Zweiten Weltkrieg. Schlechter gelangte man an Fleisch, Eier, Milch und Butter, da diese keiner Preisregelung unterworfen und somit auch relativ teuer waren. Mittels einer Konsumerhebung aus den Jahren 1954 und 1955 lässt sich zeigen, dass vor allem in Wien große vom Haushaltseinkommen abhängige Verbrauchsunterschiede vorherrschten. Steigendes Einkommen erhöhte den Konsum von Fleisch, Eiern, Butter und Käse; die größten Differenzen ergaben sich bei Obst, Südfrüchten und Obers im Gegensatz zu Bier und Wein, die weniger einkommenselastisch waren. Betrachtet man den Konsum von Surrogat- und Bohnenkaffee, so konsumierten Haushalte mit weniger Einkommen ersteres, während jene mit höherem Budget „echten“ Kaffee trinken konnten. Insgesamt lässt sich anmerken, dass mit steigendem Einkommen die Nahrungsmittelausgaben stärker erhöht wurden als die Verbrauchsmengen. Haushalte mit größerem Budget konnten ab Mitte der fünfziger Jahre mehr, aber auch teurere und qualitativ hochwertigere Produkte kaufen.³⁰⁶ Grundsätzlich sei außerdem zu erwähnen, dass der Trend Richtung bessere und feinere Lebensmittel ging. Ein Beispiel hierfür wäre die während dem Krieg als Ersatzprodukt verwendete Margarine, welche nun mit dem Beiwort „fein“ versehen mittels der Werbeindustrie die Butter abzulösen begann. Der Konsum lang entbehrter Nahrungsmittel, wie Schokolade, Bohnenkaffee, Käse, Topfen, Obers und frischem Obst, signalisierte den zunehmenden Wohlstand und drückte sich in einer Zunahme von eiweiß- und vitaminreicher Nahrung sowie einem Rückgang von Kohlehydraten aus.³⁰⁷

Widmet man sich der Thematik Kaffee, so muss zwischen Bohnen- und Feigenkaffee differenziert werden. Die Auswertung des Pro-Kopf-Verbrauches von Bohnenkaffee nach dem Zweiten Weltkrieg zeigt eine Fortsetzung des Vorkriegsniveaus. Konsumierte man zwischen 1933 und 1937 0,76 bis 0,80

³⁰⁵ Vgl. Roman *Sandgruber*, Vom Hunger zum Massenkonsum. In: Gerhard Jagschitz, Klaus-Dieter Mulley (Hg.), die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich (St. Pölten/Wien 1985), 112.

³⁰⁶ Vgl. Franz X. *Eder*, Privater Konsum und Haushaltseinkommen im 20. Jahrhundert. In: Franz X. Eder, Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl, Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum. Wien im 20. Jahrhundert (Innsbruck/Wien/München 2003), 220.

³⁰⁷ Vgl. Franz X. *Eder*, Vom Mangel zum Wohlstand. Konsumieren in Wien 1945-1980. In: Susanne Breuss (Hg.), Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (Wien 2005), 30.

Kilogramm pro Kopf, so lag der Verbrauch zwischen 1950 und 1955 ebenfalls bei etwa 0,70 bis 0,82 Kilogramm. Danach konnte ein konstanter Anstieg verzeichnet werden, der sich im Jahr 1960 mit 1,77 Kilogramm erstmalig über dem Höchstwert der Zwischenkriegszeit (1931 mit 1,46 kg) befand. Diese geringen Werte der 1950er Jahre sind vor allem auf die enorme Preissteigerung von Bohnenkaffee zurückzuführen, was eine Folge des gestiegenen Weltmarktpreises durch Ernteauffälle im Hauptproduktionsland Brasilien war. So erhöhte sich der Kleinhandelspreis für 1 Kilogramm Bohnenkaffee zwischen 1949 und 1953 um das Doppelte und sollte zwei Jahre später seinen Höchststand erreicht haben. Auch die Kosten für Feigenkaffee waren einer Preiserhöhung unterworfen und verdreifachten sich pro Kilogramm zwischen 1950 und 1954. Stellt man die Preise von Bohnen- und Feigenkaffee gegenüber, so entsprach im Jahre 1950 1 Kilogramm Bohnenkaffee circa 12 Kilogramm Feigenkaffee. Vier Jahre später erhielt man für dieselbe Menge „echten“ Kaffee nur mehr die Hälfte des Surrogats. Grund dafür ist vor allem der starke Rückgang des Feigenkaffeekonsums der späten 1950er Jahre. In der Zeit zwischen 1950 und 1960 erlebte der Kaffeekonsum also einen kontinuierlichen Aufschwung, wonach der Pro-Kopf-Verbrauch um 150 Prozent angestiegen war. Darüber hinaus fand eine wichtige Entwicklung hinsichtlich der Konsumgewohnheiten statt, da Ersatzkaffee ab Mitte der fünfziger Jahre zu Gunsten von Bohnenkaffee nach und nach an Bedeutung verlor.³⁰⁸

Betrachtet man die Produkte Alkohol und Tabak, welche auch für das Kaffeehaus eine bedeutende Rolle spielten, so fällt auf, dass die Ausgaben für Genussmittel in den Nachkriegsjahren sehr hoch waren. Zurückzuführen ist das auf die hohen Preise und nicht auf den quantitativen Konsum. War der Bierverbrauch 1947 noch relativ gering, so hatte er sich bis 1950 bereits verdoppelt. Generell steigerte sich der jährliche Verbrauch von alkoholischen Getränken zwischen 1950 und 1962 um 5,4 Prozent pro Kopf. Auch der Tabakkonsum verzeichnete Zuwächse, da Zigaretten anfänglich Zahlungsmittel und nach dem Ende der Nachkriegszeit vor allem Statussymbol waren. Als Ausdruck des amerikanischen Lebensstils nahm der Verbrauch vor allem ab 1955 verstärkt zu.³⁰⁹ Der Lebensstandard hatte sich ausgehend von 1950 innerhalb von sechs Jahren verdoppelt, was sich am „Wohlstandsindikator“ Bier deutlich zeigen lässt. Lag der Konsum 1937 noch bei 33 Liter pro Person, so hatte sich dieser im Jahre 1960 auf 72 Liter ausgeweitet.³¹⁰

³⁰⁸ Vgl. Joachim *Steinlechner*, Kaffee, Kakao, Tee – Österreichs Außenhandel mit Kolonialwaren 1918 – 2004. Import-Vertrieb-Konsum (Berlin/Wien 2008), 118-124.

³⁰⁹ Vgl. Roman *Sandgruber*, Vom Hunger zum Massenkonsum. In: Gerhard Jagschitz, Klaus-Dieter Mulley (Hg.), die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich (St. Pölten/Wien 1985), 116-118.

³¹⁰ Vgl. Ernst *Hanisch*, Österreichische Geschichte 1890-1990. Der lange Schatten des Staates. Österreichische Gesellschaftsgeschichte im 20. Jahrhundert (Wien 2005), 440.

Nach der gerade beschriebenen Esswelle folgte die so genannte „Bekleidungs- welle“, welche durch eine verstärkte Nachfrage nach Textilien und Haushaltswaren ab 1949 gekennzeichnet war. Bis 1951 profitierte man in der Bekleidungsindustrie vom neuen Aufschwung und sah sich in den darauf folgenden Jahren mit einer Verlagerung von quantitativer Ausdehnung hin zu Fertigung als Meterware konfrontiert. Kleidung wurde zum Symbol für Wohlstand und sollte das Ansehen steigern. Vor allem die sich rasch verbreitenden Illustrierten förderten die Sehnsucht nach modernen Outfits und produzierten modische Vorbilder.³¹¹ Auch die heute überall erhältlichen Blue Jeans kennzeichneten eine neue Einstellung und waren abermals Inbegriff des amerikanischen Lebensgefühls. Durch die Medien Fotografie, Film und Bild-Werbung wurden sie bald durch die Assoziation mit bestimmten Filmstars, wie James Dean, Marlon Brando oder Marilyn Monroe, im Vergleich zur restlichen Warenwelt hervorgehoben. Diese dadurch erzeugten Faszinationsgeschichten fanden sich auch im damaligen Kleidungsstil wieder. Jeans traf man seither nicht nur bei den Subkulturen an; sie symbolisierten Einfachheit und Natürlichkeit und entsprachen somit einer Form der Selbstdarstellung, das so genannte *„dressing down“*, welches für das gesamte 20. Jahrhundert charakteristisch war.³¹²

Nach einer kurzen Übergangsperiode, die durch leichte ökonomische Stagnation und einsetzender Spartätigkeit gekennzeichnet war, verlagerte sich der Konsum ab 1953/54 auf langlebige Güter. Auf Grund zweier typischer Waren spricht man hierbei auch von der „Auto- und Kühlschranks- welle“. Mit der Minimierung der Ausgaben im Sektor Bekleidung, folgte eine Maximierung des Konsums von dauerhaften Gütern, wozu vor allem Kraftfahrzeuge, Elektrogeräte und Einrichtungsgegenstände zählten.³¹³ Die amerikanische Küche mit Kühlschrank, Mixer, Staubsauger und Waschmaschine sowie das Wohnzimmer mit Schrankwand wurden zum Symbol des Lebensstandards jener Zeit. Der Kauf dieser Güter kam vor allem durch die Zunahme der Realeinkommen, die Möglichkeit von Ratengeschäften, Steuersenkungsmaßnahmen und den Rückgang der Preise für dauerhafte Konsumwaren zustande.³¹⁴ Konsumgüter, die zuvor als Luxusware galten oder noch nicht erhältlich waren, wurden nun in Massen produziert und folglich für fast alle Haushalte verfügbar. Nicht nur Bekleidung, sondern auch Möbel und Hausrat sind zu Trägern des Prestiges und Wohlstandes

³¹¹ Vgl. Vom Hunger zum Massenkonsum. In: Forum Geschichte OÖ, online unter <<http://www.ooegeschichte.at/epochen/1945-2005/das-wirtschaftswunder/leben-und-konsum/massenkonsum/>> (28. Mai 2014).

³¹² Vgl. Anna *Schober*, Die Jeans. In: Verein Alltagskultur seit 1945 (Hg.), Dinge des Alltags. Objekte zu Kultur und Lebensweise in Österreich seit 1945 (Weitra 2004), 36.

³¹³ Vgl. Roman *Sandgruber*, Vom Hunger zum Massenkonsum. In: Gerhard Jagschitz, Klaus-Dieter Mulley (Hg.), die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich (St. Pölten/Wien 1985), 118-120.

³¹⁴ Vgl. Roman *Sandgruber*, Vom Hunger zum Massenkonsum. In: Gerhard Jagschitz, Klaus-Dieter Mulley (Hg.), die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich (St. Pölten/Wien 1985), 120.

geworden. Die Wohnungen sollten modern, schön sowie zweckmäßig ausgestattet sein und dafür wurden keine Kosten gescheut. Einbaumöbel und Klappcouch entsprachen dem damaligen Trend und erfreuten sich ob ihrer Multifunktionalität erhöhter Beliebtheit. Kein Wunder, dass sich die Werbeindustrie dieser Produkte annahm und diese sogleich in Zeitschriften und Wohnratgebern mit dem Beiwort „rational“ angepriesen wurden; „Rationalität von Möbeln“ galt als Schlagwort. Darüber hinaus fanden bunte Cocktailsessel, der Dreieckstisch sowie das Allzweckbuffet Einzug in die Wohnzimmer der fünfziger Jahre, um Gästen, die man verstärkt zu privaten Gesellschaften und Cocktailparties einlud, den sozialen Wohlstand zu vermitteln. Das Wohnzimmer wurde in weiterer Folge zum Zentrum des gemeinschaftlichen Wohnens und löste damit die Küche als wichtigsten Raum ab. Hier kam man nun zusammen, um sich nach der Arbeit mit der gesamten Familie zu erholen. Radio, Plattenspieler und später auch der Fernsehapparat gehörten dabei zur technischen Standardausstattung.³¹⁵

Das beliebteste Objekt der Begierde der 1950er Jahre war jedoch kein perfekt ausgestattetes Wohnzimmer, sondern ein eigenes Verkehrsmittel. Autos wurden zum Statussymbol, bevor diese jedoch ihre Blütezeit erhielten, zogen die aus Italien kommenden Roller und Motorräder in die Stadt ein. 40.000 Mopeds gab es im Jahre 1953, 440.000 gerade einmal neun Jahre später. Das Motorrad stellte das Fortbewegungsmittel der ärmeren Bevölkerung dar; es war aber auch das Symbol des Protestes der „Halbstarke“, einer spezifischen Form von Jugendkultur, zumeist aus dem Arbeitermilieu, die ihre Rebellion vor allem durch Jeans, Lederjacke und Motorrad präsentierte.³¹⁶ Ab Mitte der fünfziger Jahre war die Zeit der „Wüden auf ihrer Maschin“³¹⁷ aber langsam zu Ende und die Zahl der Motorräder sank kontinuierlich.

Bis 1956 entsprachen Roller und Motorrad dem Zeitgeist und wurden erst dann durch das bequemere, aber auch teurere Auto weitgehend abgelöst, so dass man im Jahre 1960 133.000 PKW und 203.000 KFZ zählte. Schon zehn Jahre zuvor war die Zahl der Kraftfahrzeuge pro tausend Einwohner um 50 Prozent höher als 1937. Ein extremer Anstieg ist rund um das Staatsvertragsjahr zu verzeichnen gewesen, wo sich die PKW-Zahl abermals um 50 Prozent nach oben schraubte. Die Grundlage der Motorisierungswelle war das bereits erwähnte Wirtschaftswunder und die daraus resultierenden erhöhten Einkommen. 1954 gab ein Wiener Haushalt lediglich 29 Schilling für den Verkehr aus, 1964 waren es bereits 470 Schilling. Betrachtet man den Anteil des Autos an den

³¹⁵ Vgl. „wie wir wohn(t)en“. In: Forum Geschichte OÖ, online unter <<http://www.ooegeschichte.at/epochen/1945-2005/das-wirtschaftswunder/leben-und-konsum/wie-wir-wohnten/>> (28. Mai 2014).

³¹⁶ Vgl. Ernst *Hanisch*, Österreichische Geschichte 1890-1990. Der lange Schatten des Staates. Österreichische Gesellschaftsgeschichte im 20. Jahrhundert (Wien 2005), 429.

³¹⁷ Andreas *Weigl*, Autos verändern die Stadt. Die Motorisierungswelle der 1950er Jahre und ihre Folgen (Wien 2012), 8.

gesamten Konsumausgaben so stieg dieser innerhalb des vorrangegangenen Zeitraumes von 1,4 auf 7,6 Prozent an. Umgerechnet auf den heutigen Euro sowie inflationsbereinigt wurden 1954 pro Kopf 4 Euro, 1964 42 Euro für das Auto ausgegeben.³¹⁸

Gleich nach dem Verkehrsmittel reihte sich der Konsum von Wohnungseinrichtungen ein. Da Wohnen noch nicht zum Luxusgut wurde – dies trat erst verstärkt ab den 1970er Jahren ein – konzentrierte sich der Konsum diesbezüglich auf leistbare Artikel und vor allem Haushaltsgeräte. Der Kauf von Elektrogeräten wurde vielfach durch die verstärkt angebotenen Ratenzahlungen ermöglicht, die mit den „Elektrogeräte-Aktionen“ der fünfziger Jahre propagiert wurden. Man warb mit den Termini Arbeitserleichterung, Zeitersparnis, Hygienestandards und Professionalisierung des Haushaltes, was dazu führte, dass Staubsauger, Kaffeemaschine, Föhn und elektrischer Herd in die Wohnungen einzogen.³¹⁹ Die Ausgaben dafür verdoppelten sich im Zeitraum zwischen 1954 und 1960, was sich deutlich an folgenden Zahlen nachvollziehen lässt. Die Anzahl der Kühlschränke stieg innerhalb der zehn Jahre von 1950 bis 1960 um 300.000 Stück, was einer Versorgung von 15 Prozent der Bevölkerung entsprach. Die Zahl der Waschmaschinen stieg von 3.000 (1950) auf 230.000 (1960) an, wodurch der Versorgungsgrad aber lediglich bei 10 Prozent lag.³²⁰ Vor allem in den 1960er Jahren trat die Küche nach amerikanischem Vorbild einen umfassenden Siegeszug an. Über die Jahrzehnte hinweg hat sich dieser Umstand verstärkt und so hatten 1974 bereits 87 Prozent einen Kühlschrank und 64 Prozent eine eigene Waschmaschine. Bezüglich vieler dieser Konsumgüter ist eine zeitliche Verspätung hinsichtlich ihrer Anschaffung bei Kleinverdienern zu verzeichnen beziehungsweise eine schichtspezifische Ungleichheit feststellbar. Das gilt aber nicht für den Fernsehapparat, welcher ab Anfang der sechziger Jahre auf ganzer Linie triumphierte. Hatten 1961 nur 13 Prozent der Haushalte eine Fernsehbevolligung, so waren es 1971 bereits 62 Prozent.³²¹

Abbildung 3 zeigt, um wie viel sich der private Konsum zwischen 1950 und 1960 gesteigert hat. Spitzenreiter stellen dabei die Ausgaben für Verkehr mit 169 Prozent und jene für Wohnungseinrichtung und Hausrat mit 228 Prozent dar.

³¹⁸ Vgl. Andreas *Weigl*, Autos verändern die Stadt. Die Motorisierungswelle der 1950er Jahre und ihre Folgen (Wien 2012), 8.

³¹⁹ Vgl. Franz X. *Eder*, Vom Mangel zum Wohlstand. Konsumieren in Wien 1945-1980. In: Susanne Breuss (Hg.), Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (Wien 2005), 31.

³²⁰ Vgl. Bernd *Riessland*, Das „Wirtschaftswunder“. In: Gerhard Jagschitz, Klaus-Dieter Mulley (Hg.), die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich (St. Pölten/Wien 1985), 96.

³²¹ Vgl. Inge *Karazman-Morawetz*, Arbeit, Konsum, Freizeit. Veränderungen im Verhältnis von Arbeit und Reproduktion. In: Reinhard Sieder, Heinz Steinert, Emmerich Tálos (Hg.), Österreich 1945-1995. Gesellschaft, Politik, Kultur (Wien ²1996), 413-414.

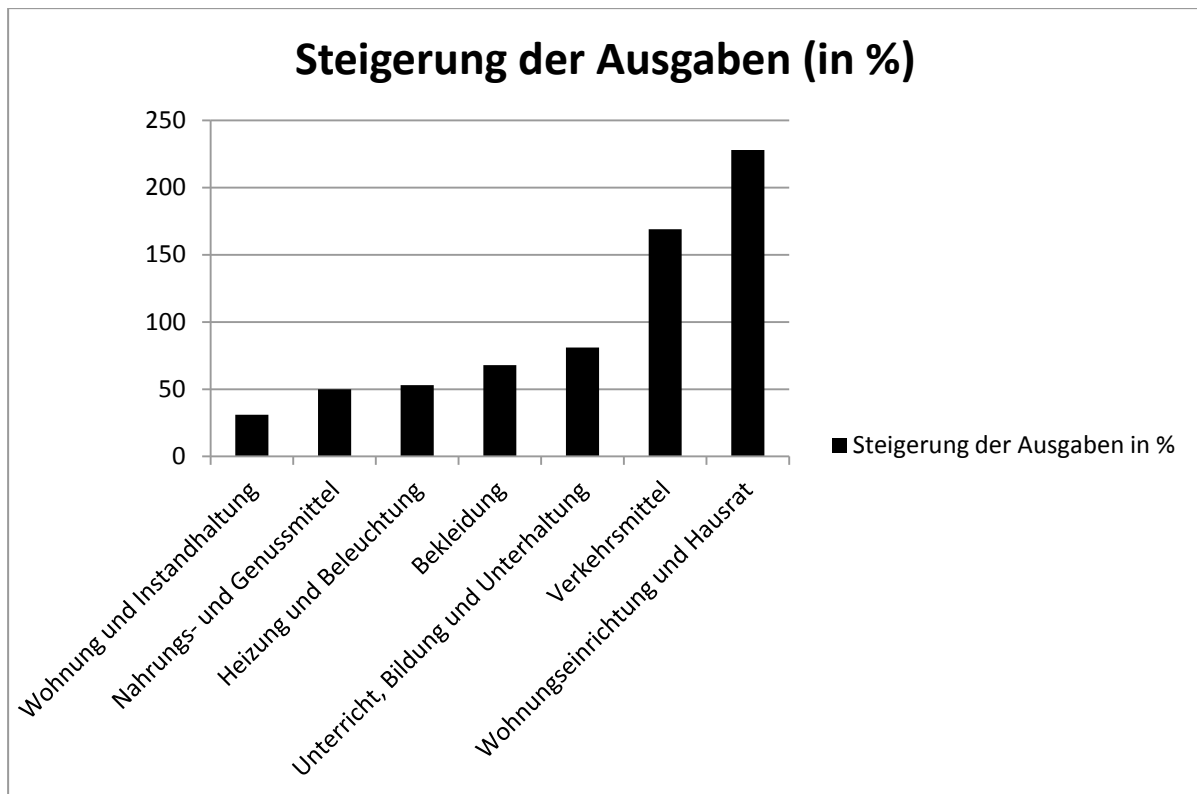


Abbildung 3: Steigerung des privaten Konsums zwischen 1950 und 1960³²²

Die Basis für die Anschaffung der zahlreichen Elektrogeräte war auch auf den Ausbau der Elektrizitätswerke zurückzuführen, wodurch nun alle Haushalte an ein zentrales Stromnetz angeschlossen waren. Die vermehrte Nutzung dieser Geräte wird auch am gesamten Energieverbrauch Österreichs deutlich, welcher sich von 1950 bis 1957 um 60 Prozent erhöht hatte. Die zunehmende Elektrifizierung galt als wesentlicher Aspekt des wirtschaftlichen Wiederaufbaus sowie als identitätsstiftendes Moment. Vor allem der Ausbau der Wasserkraft, insbesondere des Tauernkraftwerks Glockner-Kaprun, stellte ein wichtiges Symbol der Generation, die den Krieg hinter sich gelassen und den Wiederaufbau gemeistert hatte, dar. War man in der Nachkriegszeit noch mit einem großen Energieversorgungsproblem, welches zu eingeschränkter Nutzung von Licht und Elektrogeräten sowie der Installation von öffentlichen Wärmestuben führte, konfrontiert, so kam es durch die Verstaatlichung fast aller österreichischen Elektrizitätsgesellschaften und die bereit gestellten Wirtschaftshilfen zum umfassenden Konsum von Energie. Dieser wurde als Beitrag zur

³²² Eigene Darstellung auf Basis von: Roman *Sandgruber*, *Vom Hunger zum Massenkonsum*. In: Gerhard Jagschitz, Klaus-Dieter Mulley (Hg.), *die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich* (St. Pölten/Wien 1985), 112.

Stärkung der Wirtschaft propagiert, wodurch eine Gleichsetzung des privaten Wohles mit dem des Staates erfolgte.³²³

Eine weitere wesentliche Veränderung ergab sich in der Art und Weise des Konsums genauer gesagt des Einkaufs, da sich nun die Vertriebsform der Selbstbedienung verstärkt durchsetzte. Nach amerikanischem Vorbild entstanden ab 1950 Selbstbedienungsläden, die für den Großteil der Konsumenten vollkommenes Neuland waren. In der Nachkriegszeit überwog der Einkauf von Nahrungsmitteln in Kleinstmengen, welcher sogar mehrmals pro Tag durchgeführt wurde. Hierfür standen nicht nur die Greißlerei oder die Meini-Filiale zur Verfügung, sondern auch Obst- und Gemüsehandlungen, der Fleischhauer, die Bäckerei, der Geflügelhändler sowie die Milchsondergeschäfte, um nur einige Beispiele zu nennen. Diese Läden befanden sich normalerweise in unmittelbarer Nähe des eigenen Haushaltes und mussten zu Fuß erreichbar sein. Größere Einkäufe waren selten, da man einerseits nicht das nötige Geld dafür hatte und andererseits auch keine Lagermöglichkeiten, wie den später aufkommenden Kühlschrank. Am 27. Mai 1950 war es dann soweit und die Linzer Konsumgenossenschaft eröffnete den ersten Selbstbedienungsladen Österreichs. Wien sollte im Dezember desselben Jahres mit seinem ersten Selbstbedienungsgeschäft in der Hütteldorferstraße folgen. Von einem Siegeszug der Vertriebsart zu sprechen, wäre für die 1950er Jahre jedoch eine Übertreibung. Eine Erhebung von 1958 zeigt, dass damals lediglich 30 Prozent der Wiener schon einmal in einem Selbstbedienungsladen eingekauft hatten. Darüber hinaus hatte sich ihre Zahl in der Hauptstadt lediglich auf 23 Geschäfte erhöht, wovon mehr als die Hälfte im Besitz der „Konsumgenossenschaft Wien und Umgebung (KGW)“ waren. Erst mit Ende des Jahrzehnts war eine allmähliche Durchsetzung der Vertriebsart zu verzeichnen, wenngleich Wien im Gegensatz zu den Bundesländern hinterherhinkte. 1967 lag der Grad der Selbstbedienung in Wien bei 6 Prozent (im Vergleich dazu lag dieser in Vorarlberg bei 45 Prozent), was sich bis 1977 nur dürftig auf 25 Prozent gesteigert hatte. Dabei sei jedoch anzumerken, dass die SB-Geschäfte in Wien die größten Verkaufsflächen aufwiesen und auf Grund der Dichte des urbanen Gefüges die Mehrzahl der Wiener Haushalte solch einen Laden in ihrer Umgebung hatten. Die bedeutendsten Supermarktketten jener Tage waren „Konsum“, „Meini“, „Löwa“, „Billa“ und „Hofer“, die sich in den 1970er Jahren erhöhter Beliebtheit erfreuten. Diese riefen aber keineswegs allumfassende Begeisterung hervor, da sich durch sie die Marktsituation auf Kosten der Einzelhändler veränderte. Das so genannte „Gleißlersterben“ setzte ein, was in einer Halbierung der Zahlen von Lebensmitteleinzelhändlern in Wien zwischen 1953 und 1970 resultierte; ein Trend, der sich auch in den kommenden Jahrzehnten weiter fortsetzen sollte.

³²³ Vgl. Das Energieproblem. In: Forum Geschichte OÖ, online unter <<http://www.oogeschichte.at/epochen/1945-2005/das-wirtschaftswunder/westorientierung-und-aufschwung/das-energieproblem/>> (28. Mai 2014).

Das häufigste Argument, mit dem die Selbstbedienung den Konsumenten angepriesen wurde, war neben der breiten Produktpalette und somit freien Warenauswahl, die zeitliche Effizienz. Dieser Umstand muss aber relativiert werden, indem sich nun die Warteschlange von der Ladentheke auf die Kassenstände verlegt hatte. Des Weiteren war es das Ziel des Handels, mittels Zwangsführung erzeugender Regalreihen die Kunden möglichst lange in umsatzfördernder Weise im Geschäft zu halten. Verstärkt wurde dieser Umstand durch die bewusste Platzierung von „Magnetartikeln“ im Verkaufsraum sowie ausgeklügelte Techniken zur Erregung von Aufmerksamkeit. Dazu zählten unter anderem Preisausschreiben und Kostproben sowie das Sonderangebot. Das Bild des Supermarktes als Gefahr des übermäßigen Konsums stand daher im Gegensatz zum Selbstbedienungsladen als Ort der freien Konsumententscheidung.

Ein weiteres Versprechen der Selbstbedienung und ihrer Weiterentwicklung zum Supermarkt stellte die unerschöpfliche Flut von Waren dar. Die Regale mussten stets gefüllt sein, um dem Supermarkt als Symbol des Wohlstandes gerecht zu werden. Auf Grund dessen vergrößerte man zunehmend die Verkaufsflächen. Ein Beispiel hierfür wäre die Billa-Gruppe, welche 1969 mit dem ersten Merkur-Geschäft auf einer Fläche von 800 m² 6.000 Artikel anbot. 1970 folgte dann der neue Konsumgroßmarkt in Vösendorf, welcher alles Bisherige übertraf: 10.000 m² Verkaufsfläche, 1.200 Parkplätze, 40.000 Artikel, 150 m² Kühlfläche, 25 Fließbandkassen, Musik aus Lautsprechern, Regale in einer Gesamtlänge von 32 km, usw. Abschließend sei zu sagen, dass die Vertriebsform der Selbstbedienung und der daraus resultierende Supermarkt als Inbegriff des Fortschrittes verstanden wurden.³²⁴

6.3.3. Das Freizeitverhalten

Die zunehmende Konsumorientierung wirkte sich auch auf das Freizeitverhalten der österreichischen Bevölkerung aus. Hierbei sind zwei wesentliche Charakteristika hervorzuheben. Auf der einen Seite nahmen sportliche und soziale Aktivitäten in der berufsfreien Zeit ab, was vorrangig durch die Zunahme der Fernsehgeräte im Eigenheim zu erklären ist, auf der anderen Seite kam es zu einer erhöhten Reisetätigkeit ins Ausland durch die fortschreitende Motorisierung.³²⁵

Fortbewegungsmittel galten als „Symbol der persönlichen Freiheit und der Überwindung von Grenzen“³²⁶ und machten einem Großteil der Bevölkerung nun das Reisen möglich. Neben dem

³²⁴ Vgl. Oliver *Kühschelm*, Selbstbedienung und Supermärkte. Das Versprechen von Zeitersparnis, Wahlfreiheit und unerschöpflicher Fülle. In: Susanne Breuss (Hg.), *Die Sinalco-Epoche*. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (Wien 2005), 46-58.

³²⁵ Vgl. Freizeit, Sport und Tourismus. In: Forum Geschichte OÖ, online unter <<http://www.ooegeschichte.at/epochen/1945-2005/das-wirtschaftswunder/leben-und-konsum/freizeit-sport-tourismus/>> (28. Mai 2014).

³²⁶ Inge *Karazman-Morawetz*, Arbeit, Konsum, Freizeit. Veränderungen im Verhältnis von Arbeit und Reproduktion. In: Reinhard Sieder, Heinz Steinert, Emmerich Tálos (Hg.), *Österreich 1945-1995*. Gesellschaft, Politik, Kultur (Wien ²1996), 414.

Massenkonsum entstand so in jener Periode auch der Massentourismus. Unterstützt wurde diese Entwicklung neben den starken Zuwächsen an PKW-Zahlen durch die Erhöhung der Realeinkommen, das Recht auf gesetzlichen Mindesturlaub und die Rationalisierung des Reisens.³²⁷ Darüber hinaus bestimmte auch ein zunehmender Prestigedruck den Reisegedanken. Seinen Urlaub nicht für Reisen zu verwenden, schmälerte das Ansehen.

Träumte man in der Nachkriegszeit noch von fernen Ländern und stillte dieses Fernweh mit Schlagern wie „Weiße Rosen aus Athen“ oder „Komm ein bisschen nach Italien“, so entwickelte sich das Reisen Ende der 1950er Jahre zu einem leistbaren Konsumgut. Zum österreichischen Reiseziel Nummer Eins wurde Italien auserkoren. Angepriesen durch zahlreiche Filme und Schlager stellte insbesondere die nördliche Adria eine beliebte Destination dar. Wie populär Italien damals war, zeigt die Zahl der österreichischen Nächtigungen im Jahre 1958, welche sich auf 1,713.506 belief.³²⁸

„Man bereiste Italiens Adriaküste oder Dalmatiens Strände und selbst Travnicsek, die kabarettistische Schöpfung des mißlaunigen Österreichers [...] packte jetzt unter dem Druck lockender Werbung und dem Versprechen verbilligter Gesellschaftsfahrten widerwillig seine Koffer. ‚Wann mi des Reisebüro net vermittelt hätt‘, wird nun zum geflügelten Wort unter jenen, dem Neuen gegenüber stets aufgeschlossenen Österreichern, die als Gruppenpauschalreisen, allein unter lauter Landsleuten, sich im Ausland als Fremde fühlend, nicht unkritisch bald sämtliche exotische Reize des Mittelmeeres ersatzlos gegen bodenständige Getränke und Küchenprodukte einzutauschen erhofften.“³²⁹

Konnte man sich dabei keine teure Hotelanlage leisten, so nahm man das preiswertere und in Mode kommende Camping in Anspruch. Folglich entstanden in den bevorzugten Urlaubsorten riesige Campinganlagen mit Restaurants und Einkaufsmöglichkeiten. In Parzellen unterteilt, erhielt man als Gast ausreichend Platz, um Campingwägen und Zelte aufzustellen. Diese wiederum waren, angefangen bei Klappstischen über Propankocher bis hin zur Plastikabwasch, mit jeglichen Wohn- und Haushaltsaccessoires ausgestattet, um auf keinerlei Komfort verzichten zu müssen. Insbesondere Familien konnten somit auch die Sehnsucht nach der Ferne stillen und sich in der Natur erholen. Demgegenüber stand jedoch eine Verrechtlichung und Verregelmäßigung der Natur sowie die Gleichförmigkeit der Campingplätze und Ferienhäuser. Die negativen Auswirkungen auf die Umwelt durch Massentourismus und Motorisierung dürfen hierbei nicht außer Acht gelassen werden.

³²⁷ Vgl. Inge Karazman-Morawetz, Arbeit, Konsum, Freizeit. Veränderungen im Verhältnis von Arbeit und Reproduktion. In: Reinhard Sieder, Heinz Steinert, Emmerich Tálos (Hg.), Österreich 1945-1995. Gesellschaft, Politik, Kultur (Wien ²1996), 414.

³²⁸ Vgl. Freizeit, Sport und Tourismus. In: Forum Geschichte OÖ, online unter <<http://www.ooegeschichte.at/epochen/1945-2005/das-wirtschaftswunder/leben-und-konsum/freizeit-sport-tourismus/>> (28. Mai 2014).

³²⁹ Ernst Grisseemann, Hans Veigl (Hg.), Testbild, Twen und Nierentisch. Unser Lebensgefühl in den 50er Jahren (Wien/Köln/Weimar 2002), 19-20.

Nach einer Umfrage des „Touring-Clubs“ 1960 verwendeten 39 Prozent der Befragten das Auto lediglich für Freizeitaktivitäten und Vergnügen. Die Pflege des neuen Statussymbols wurde nun, ebenso wie der sonntägliche Ausflug ins Grüne, zum neuen Wochenenderlebnis.³³⁰ Grundsätzlich sei noch zu erwähnen, dass in jener historischen Periode die Reisedestinationen mit dem Auto erreichbar sein mussten; Flugreisen wurden erst in den 1970er Jahren erschwinglicher und dadurch häufiger. Hand in Hand ging dies mit dem Ausbau der Pauschalreiseangebote und dem Wunsch, neben dem Mittelmeer, auch andere Regionen zu erkunden. Pauschalreisen werden in weiterer Folge zum Inbegriff der Zeit und charakterisieren sich durch Berechenbarkeit, Eile und Anpassung. Erholung galt dabei nicht als Leitgedanke; man reiste, um möglichst viel in möglichst kurzer Zeit zu sehen. Die Gesellschaft wurde zunehmend von Schnelllebigkeit geprägt und zeichnete sich dadurch aus, immer mehr in weniger Zeit zu verbrauchen.³³¹

Was die alltägliche Freizeit der Bevölkerung betrifft, lässt sich vor allem ein Wandel im Unterhaltungssektor feststellen. In der Nachkriegszeit war es vorrangig das Kino, welches ob fehlender Alternativen, gesteigerte Besucherzahlen verzeichnen konnte. Als gesellschaftlicher und kultureller Mittelpunkt am Land und in der Stadt kletterten die Publikumszahlen zwischen 1953 und 1961 über die 100-Millionengrenze hinauf. Durch den Einzug der Fernsehapparate entwickelten sich die Kinobesuche jedoch rückläufig, so dass von 1960 bis 1977 mehr als 700 Betriebe schließen mussten. Eingesetzt hat diese Verschiebung bereits 1948, als man mit der Einführung des Fernsehens in Österreich begann. Angesichts der verbesserten Lebensumstände kam es vermehrt zur privaten Anschaffung von Fernsehapparaten, was das Fernsehen in Gaststätten und Kaffeehäusern sowie die Kinobesuche deutlich reduzierte. Den eklatantesten Anstieg verzeichnete man zwischen 1964 und 1966; fortan fand man in jedem dritten bis vierten Haushalt ein Fernsehgerät.³³²

Auf Grund der Tatsache, dass es keine längerfristigen Daten hinsichtlich der gesamten Nutzung der berufsfreien Zeit im gesellschaftlichen Alltag für Österreich gibt, liegen auch keine Daten für weitere Freizeitaktivitäten vor. Gesichert ist, dass sich die Arbeitszeit verkürzt hat.³³³ Zurückzuführen ist das auf die Einführung der 45-Stunden-Woche im Jahre 1959 und die Inauguration der dritten

³³⁰ Vgl. Hans *Veigl*, Die 50er und 60er Jahre. Geplantes Glück zwischen Motorroller und Minirock (Wien 1996), 94-100.

³³¹ Vgl. Freizeit, Sport und Tourismus. In: Forum Geschichte OÖ, online unter <<http://www.ooegeschichte.at/epochen/1945-2005/das-wirtschaftswunder/leben-und-konsum/freizeit-sport-tourismus/>> (28. Mai 2014).

³³² Vgl. Freizeit, Sport und Tourismus. In: Forum Geschichte OÖ, online unter <<http://www.ooegeschichte.at/epochen/1945-2005/das-wirtschaftswunder/leben-und-konsum/freizeit-sport-tourismus/>> (28. Mai 2014).

³³³ Vgl. Inge *Karazman-Morawetz*, Arbeit, Konsum, Freizeit. Veränderungen im Verhältnis von Arbeit und Reproduktion. In: Reinhard Sieder, Heinz Steinert, Emmerich Tálos (Hg.), Österreich 1945-1995. Gesellschaft, Politik, Kultur (Wien ²1996), 414.

Urlaubswoche 1965.³³⁴ Anzumerken ist aber, dass sich der Zeitaufwand für außerberufliche Tätigkeiten seither stetig erhöhte. Auch die Technisierung des Haushaltes brachte bis Ende der 1960er Jahre keine zeitliche Entlastung, da die Instandhaltung größerer Wohnungen und das Kaufen der vermehrten Konsumgüter viel Zeit in Anspruch nahmen. Grundsätzlich kann man daher nicht von einer längerfristigen Zunahme der täglichen Freizeit sprechen. Abgesehen davon gewann aber das Privatleben neben dem arbeitsbezogenen an Bedeutung. Den historischen Rahmen hierfür lieferte die Etablierung der Kleinfamilie sowie des eigenen Haushaltes, die steigende Relevanz von Bildung und die Entwicklung der Konsum-, Freizeit- und Kulturindustrie.³³⁵

Die anfänglich erwähnte Motorisierung brachte nicht nur verstärkte Auslandsaufenthalte der Österreicher zu Tage, sondern förderte auch den heimischen Tourismus. Mit Hilfe der durch den Marshallplan bereit gestellten Mittel versuchte man bereits Ende der 1940er Jahre das Angebot des österreichischen Fremdenverkehrs wieder auf Trab zu bringen. Im Zuge dessen schuf man unter anderem neue Seilbahnen und Lifte, was sich besonders in den Wintersportregionen bemerkbar machte. Gestaltete sich das Anwachsen der Nächtigungszahlen angesichts der strikten Einreisebestimmungen durch die Besatzungsmächte anfangs noch zögerlich, so änderte sich das ab Mitte der 1950er Jahre. Hierbei spielte auch die verstärkte Werbung des österreichischen Handelsministeriums eine bedeutende Rolle. Man hatte ein spezifisches Image für Österreich konzipiert, welchem die Darstellung der Alpenrepublik mit Dirndl und Lederhose zu Grunde lag.³³⁶

Der Fremdenverkehr entwickelte sich folglich zu einer wichtigen Wachstumsbranche, was sich im Anstieg der Fremdenübernachtungen von 88 Prozent zwischen 1950 und 1960 zeigt. Vor allem für Deutsche war Österreich ein beliebtes Reiseziel und die Werbemaschinerie tat das Ihre, um diese Tendenz zu verstärken. Heimatfilme und Sportler, wie beispielsweise Toni Sailer, wurden als Werbeträger herangezogen und manifestierten das Bild Österreichs als (Winter-)Sportland.³³⁷

6.3.4. Das neue Lebensgefühl nach amerikanischem Vorbild

Obwohl Österreich von vier unterschiedlichen Mächten besetzt war, hatten doch die Vereinigten Staaten von Amerika den größten Einfluss auf das Land. Auf Grund ihrer finanziellen Mittel war es ihnen möglich, umfassend in den kulturellen Alltag der Bevölkerung einzudringen. Vorbereitet wurde dies bereits in den Anfängen der Besatzungszeit, als man die „Information Services Branch (ISB)“,

³³⁴ Vgl. Ernst *Hanisch*, Österreichische Geschichte 1890-1990. Der lange Schatten des Staates. Österreichische Gesellschaftsgeschichte im 20. Jahrhundert (Wien 2005), 440.

³³⁵ Vgl. Inge *Karazman-Morawetz*, Arbeit, Konsum, Freizeit. Veränderungen im Verhältnis von Arbeit und Reproduktion. In: Reinhard Sieder, Heinz Steinert, Emmerich Tálos (Hg.), Österreich 1945-1995. Gesellschaft, Politik, Kultur (Wien ²1996), 416.

³³⁶ Vgl. Freizeit, Sport und Tourismus. In: Forum Geschichte OÖ, online unter <<http://www.ooegeschichte.at/epochen/1945-2005/das-wirtschaftswunder/leben-und-konsum/freizeit-sport-tourismus/>> (28. Mai 2014).

³³⁷ Vgl. Ernst *Hanisch*, Österreichische Geschichte 1890-1990. Der lange Schatten des Staates. Österreichische Gesellschaftsgeschichte im 20. Jahrhundert (Wien 2005), 440.

dessen Ziel es war, allem „Amerikanischen“ ein positives Image zu verleihen, gründete. Die Zeitungen „Salzburger Nachrichten“, „Oberösterreichische Nachrichten“ und der „Wiener Kurier“ waren unter anderem Gründungen des ISB. Auch das Medium Radio war mittels des österreichweit beliebtesten Senders „Rot-Weiß-Rot“ in amerikanischer Hand und sendete proamerikanische Nachrichten. Diese Beliebtheit resultierte aber wohl eher aus den Unterhaltungsprogrammen, Quizsendungen und Sendungen mit Beteiligung der Hörer. Amerikanische Bücher, Zeitschriften, Schallplatten, Filme und ähnliches fanden Eingang in die österreichische Gesellschaft. Es gab „Amerika-Häuser“, „Amerikabusse“ und auch die Schulbücher füllten sich mit amerikanischen Themen; Englisch wurde zur bedeutendsten Fremdsprache im Land. Die Propagandawirkung darf hierbei nicht unterschätzt werden, denn der Wiederaufbau Österreichs durch den Marshallplan diente auch dem Kampf gegen den Kommunismus.³³⁸

„Während die russische Kulturoffensive auf die Hochkonjunktur eingeschränkt blieb, offerierte Amerika Jeans, Jazz und Coca-Cola. Von allem Anfang an hatte die Sowjetunion den Kalten Krieg kulturell verloren; denn was aus Amerika kam, trug die Codes der Modernität, und dagegen war kein ideologisches Kraut gewachsen.“³³⁹

Neben dem kulturellen Vorgehen gegen den Kommunismus, stellte aber auch die Entlastung des eigenen Marktes ein Motiv für die Eingliederung Österreichs in die westliche Welt dar. Dafür hatte man das politische System nach westlichem Vorbild gestärkt, die Sozialpartnerschaft sowie proamerikanische Gewerkschaften eingerichtet, amerikanische Produkte auf dem österreichischen Markt etabliert und amerikanische Produktions- sowie Managementmethoden eingeführt. Es wurde ein bestimmtes Bild von Amerika transportiert und dieses stand für Reichtum, schichtübergreifenden Wohlstand, Freiheit, Friede, Konsum und Modernität. Die Maschinerie der US-Propaganda tat ihr Bestes, um alle Bevölkerungsgruppen zu erreichen und so war man stets mit den USA konfrontiert. Sei dies in Zeitungen, im Radio, im Fernsehen, auf Schallplatten, in der Werbung oder dem Anfang der 1950er Jahre noch erfolgreichen Kino.³⁴⁰

³³⁸ Vgl. Reinhold *Wagnleitner*, Die Kinder von Schmal(t)z und Coca-Cola. In: Gerhard Jagschitz, Klaus-Dieter Mulley (Hg.), die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich (St. Pölten/Wien 1985), 144-146.

³³⁹ Ernst *Hanisch*, Österreichische Geschichte 1890-1990. Der lange Schatten des Staates. Österreichische Gesellschaftsgeschichte im 20. Jahrhundert (Wien 2005), 429.

³⁴⁰ Vgl. Reinhold *Wagnleitner*, Die Kinder von Schmal(t)z und Coca-Cola. In: Gerhard Jagschitz, Klaus-Dieter Mulley (Hg.), die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich (St. Pölten/Wien 1985), 146.

Ernst Hanisch beschreibt dies als „Kulturimperialismus“, wobei Hollywoodstreifen als Texte der Macht gelesen werden können.³⁴¹ Man spielte amerikanische Unterhaltungsfilme, trug amerikanisches *Make-Up*, amerikanische Nylonstrümpfe sowie Nylonkleider und die original amerikanische Dauerwelle. Englische Begriffe wie *Sex-Appeal*, *Pin-up-Girl*, *darling*, *sweetheart*, *daddy* oder *playboy*, um nur einige Beispiele zu nennen, bahnten sich ihren Weg in den alltäglichen deutschen Sprachgebrauch.³⁴²

„Der elegante Herr trug 1952 zur Frisur à la Burt Lancaster den Duft aus der Tarr-Rasierbox, die Palm-Beach-Krawatte, den Touringmantel und City-Schuhe, las Bestsellers, hörte Quizsendungen, verwendete Mobilöl Arctic [...], verfolgte Johnnies, Charlies, Bobbies und Frankies beim ersten österreichischen Barmixwettbewerb und schenkte, animiert vom Weihnachtsmann, LPs und den Philips Changer, Pullmannkappen [...], Netznylons und Kinderoveralls [...]. Die Damen träumten von Küchenrobotern und amerikanischen Schlafzimmern, die, [...] einem Laboratorium glichen.“³⁴³

Auch Plastik, oder besser gesagt der Plastiksack, kam in Mode und ersetzte das aus Papier zusammen gedrehte Stanitzel. Der Traum des ersten Hochhauses wurde mit der Fertigstellung des „Hotel Europa“ in Salzburg verwirklicht und sogar der Wiener Prater unterzog sich der amerikanischen Akkulturation. Die Holzpferde des Karussells wurden durch Motorräder ersetzt, statt den Ausrufern gab es nun Magnetophonbänder und die aus den USA importierten Automaten mit Lichtgewehren konkurrierten mit der traditionellen Schießbude, ganz zu schweigen von Achterbahn und Autoscooter.³⁴⁴

6.3.4.1. Jugendkultur

Das Leben wurde schneller in den fünfziger Jahren und diese Schnellebigkeit zeigte sich im Verbrauch, in der Mode, der Musik, neuen Trends und Vorbildern. Vor allem die Jugend konnte man für das neue Lebensgefühl begeistern und folglich bildete diese eine kaufkräftige Zielgruppe der Massenkonsumgesellschaft. Darüber hinaus entwickelte sie sich damals zu einer eigenen sozialen Schicht, welche anfänglich die individuelle Rebellion gegen die Elterngeneration zum Ziel hatte, sich

³⁴¹ Vgl. Ernst Hanisch, *Österreichische Geschichte 1890-1990. Der lange Schatten des Staates. Österreichische Gesellschaftsgeschichte im 20. Jahrhundert* (Wien 2005), 429.

³⁴² Vgl. Reinhold Wagnleitner, *Die Kinder von Schmal(t)z und Coca-Cola*. In: Gerhard Jagschitz, Klaus-Dieter Mulley (Hg.), *die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich* (St. Pölten/Wien 1985), 146-160.

³⁴³ Reinhold Wagnleitner, *Die Kinder von Schmal(t)z und Coca-Cola*. In: Gerhard Jagschitz, Klaus-Dieter Mulley (Hg.), *die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich* (St. Pölten/Wien 1985), 148-150.

³⁴⁴ Vgl. Reinhold Wagnleitner, *Die Kinder von Schmal(t)z und Coca-Cola*. In: Gerhard Jagschitz, Klaus-Dieter Mulley (Hg.), *die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich* (St. Pölten/Wien 1985), 152.

aber binnen kürzester Zeit durch eine einheitliche Wertsetzung und weltweit gleichförmige Massenkonsumindustrie auszeichnete.³⁴⁵

Vor allem was Mode, Film und Musik, also Schallplatten, betraf, war man bei der Jugend an der richtigen Adresse. Die Juke-Box zog in Gasthäuser ein und verbreitete ab Mitte der 1950er Jahre die amerikanischen Hits. Allein in Wien wurden 1957 800 Stück der aus den USA importierten Musik-Boxen aufgestellt. Tanzte man nach dem Ersten Weltkrieg noch English Waltz, Foxtrott und Tango, so schwang man nun zu Rumba, Boogie-Woogie, Mambo, Samba und Rock 'n' Roll das Tanzbein.³⁴⁶ Radiosender, wie „Rot-Weiß-Rot“, verstärkten die Verbreitung der neuen Musiktrends, aber auch diverse Zeitschriften, die nun in Massen konsumiert wurden, trugen zu ihrer steigenden Popularität bei und lieferten gleichzeitig die Idole der Jugendlichen. Die deutsche Illustrierte „Bravo“, 1956 gegründet, war eines dieser Magazine, welches sich großer Beliebtheit erfreute und Elvis Presley, Marlon Brando sowie James Dean zu Sinnbildern und Symbolen der jugendlichen Protestkultur hochstilisierte. Medien spielten grundsätzlich eine bedeutende Rolle hinsichtlich des amerikanischen „Kulturimperialismus“ und formten die Träume der Jugend. Kofferradio, Plattenspieler, Blue Jeans und Schallplatten stellten die Wünsche dieser Generation dar, was sich sehr deutlich an dem Umstand zeigt, dass 60 Prozent der Schallplattenverkäufe im Jahre 1960 auf Jugendliche entfielen.³⁴⁷

Die Modeindustrie war durch die preiswertere Produktion, die auf kurzfristigen Verbrauch abzielte, zur Basis von schnell wechselnden Trends geworden. Bekleidung war nun ein erschwingliches Konsumgut und stellte somit keinen Luxus mehr dar. Mittels der neuen Mode wollte man sich außerdem von der Elterngeneration, welche auf traditionelle Moralvorstellungen pochte, distanzieren. Der Traum von Häuslichkeit und Frieden wurde nicht von den Jugendlichen geträumt und so symbolisierten Blue Jeans, Petticoats und Stöckelschuhe die Rebellion gegen die Erwachsenenwelt.³⁴⁸ Blue Jeans,

„zeigten eine neue Freiheit an, die gleichzeitig wieder in Konformität endete; sie inszenierten den Aufstand gegen die Bügelfalte und damit gegen bürgerliche Konvention; zu ihnen gehörte die neue Musik – die harten Synkopen des Jazz lösten die klebrige Süßigkeit der Operettenklänge ab, Boogie-Woogie und Rock 'n'

³⁴⁵ Vgl. Hans *Veigl*, Die 50er und 60er Jahre. Geplantes Glück zwischen Motorroller und Minirock (Wien 1996), 120-121.

³⁴⁶ Vgl. Reinhold *Wagnleitner*, Die Kinder von Schmal(t)z und Coca-Cola. In: Gerhard Jagschitz, Klaus-Dieter Mulley (Hg.), die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich (St. Pölten/Wien 1985), 158-162.

³⁴⁷ Vgl. Jugendkultur der 1950er und 1960er Jahre. In: Forum Geschichte OÖ, online unter <<http://www.ooegeschichte.at/epochen/1945-2005/das-wirtschaftswunder/leben-und-konsum/jugendkultur/>> (28. Mai 2014).

³⁴⁸ Vgl. Jugendkultur der 1950er und 1960er Jahre. In: Forum Geschichte OÖ, online unter <<http://www.ooegeschichte.at/epochen/1945-2005/das-wirtschaftswunder/leben-und-konsum/jugendkultur/>> (28. Mai 2014).

Roll machten die Jugend unfähig zum Marschieren im gleichen Schritt und Tritt. Die Sinnlichkeit eines neuen Körpergefühls – der Urwald mitten in Europa, wie man immer wieder klagte – unterminierte den Prozeß der Zivilisation. Der Triumph der schweißigen Vulgarität löste einen Kulturschock aus und unterhöhlte längerfristig die mühsam errungene Ordnung der Fünfziger Jahre, das »Vätererbe unserer christlich-abendländischen Kultur«, wie es im Programm der ÖVP von 1958 gravitatisch hieß.³⁴⁹

Die Elterngeneration stand dem *american way of life* skeptisch gegenüber und hatte, basierend auf den beliebten Benimmbüchern, für ihre Kinder ein bestimmtes Idealbild konstruiert. Brav und ordentlich mussten sie sein; Mädchen sollten keinen Kontakt zu Männern pflegen und sich ihrer Rolle als Hausfrau und Mutter fügen. Erreichen wollte man das durch Bevormundung und strikte Erziehung, was zu Konflikten führte. Konservatismus und Akkulturation standen sich gegenüber, weswegen Diskussionen und Streitereien den familiären Alltag der 1950er und 1960er Jahre kennzeichneten.³⁵⁰

Insbesondere die Jugendkultur der „Halbstarken“ war vielen Erwachsenen ein Dorn im Auge und zählte zu den Gruppierungen, vor welchen man seine Kinder beschützen wollte. Sie wurden als asozial wahrgenommen und verstärkten, vor allem durch ihr Auftreten und Erscheinungsbild, den Generationenkonflikt. Auf Motorrädern herbeibrausend erkannte man die männlichen „Halbstarken“ an Jeans und Lederjacke. Die weiblichen Jugendlichen zeigten sich in Petticoats mit breiten Gürteln, engen Jeans und toupierten sowie oftmals gefärbten Haaren. All das stand im Gegensatz zu dem, was ihre Eltern als anständig bezeichneten. Darüber hinaus schuf die mit „Negern“, Gewalt und Sex assoziierte Musik weitere Kontroversen zwischen den Generationen.

Die Betitelung als „Eckensteher“ resultierte aus dem Umstand, dass sich die „Halbstarken“ vorwiegend an öffentlichen Plätzen, wie Straßen, Hauseingängen oder Hinterhöfen, aufhielten beziehungsweise, nach Auffassung der Eltern, „herumlungerten“. Erwachsen ist diese Generation an Jugendlichen aus Kindern, die im Zweiten Weltkrieg oder kurz danach geboren wurden. Prägende Faktoren ihrer Kindheit waren die Desorganisation der Nachkriegszeit, die Abwesenheit der Väter, die mangelnde Präsenz der Mütter, welche das Überleben sichern mussten, sowie die früh erlangte Selbstständigkeit durch die notwendige Beteiligung am Wiederaufbau.³⁵¹

³⁴⁹ Ernst *Hanisch*, Österreichische Geschichte 1890-1990. Der lange Schatten des Staates. Österreichische Gesellschaftsgeschichte im 20. Jahrhundert (Wien 2005), 430.

³⁵⁰ Vgl. Jugendkultur der 1950er und 1960er Jahre. In: Forum Geschichte OÖ, online unter <<http://www.ooegeschichte.at/epochen/1945-2005/das-wirtschaftswunder/leben-und-konsum/jugendkultur/>> (28. Mai 2014).

³⁵¹ Vgl. Marina *Fischer-Kowalski*, Elisabeth *Wiesbauer*, „FrüchterIn“ und was sie fruchten. Gedanken und Notizen zur Jugendkultur in den fünfziger Jahren. In: Gerhard Jagschitz, Klaus-Dieter Mulley (Hg.), die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich (St. Pölten/Wien 1985), 64-68.

Auf Grund des unerwünschten Verhaltens und Auftretens der „Halbstarken“ erfuhren diese eine gesellschaftliche Kriminalisierung. Zwar kam es vereinzelt zu Ausschreitungen, vorwiegend Schlägereien, die sich auf Wien und kleinere Städte konzentrierten, jedoch wurden diese medial aufgebauscht.

„Die Medien [...] machten aus diesen Schlägereien gruselige Medienereignisse, bei denen der ‚lange Joe‘ und seine Bande in hautengen Schnürsamthosen und großkarierten Sakkos wegen eines verlorenen Rock-'n'-Roll-Wettbewerbs das Café Kittner zerlegten; ähnlich berüchtigt waren das Café Colosseum in Meidling, das Espresso Putzi in der Märzstraße, das Gasthaus ‚Zum Sonnenaufgang‘ in Hernals, die Praterhaus und andere Restaurationen.“³⁵²

Der Großteil der Jugendlichen verbrachte ihre Freizeit aber lieber bei Parties oder in Jazzkellern, um zu tanzen. Erzählungen zufolge waren die Eltern sehr darüber erfreut, dass dabei kaum Wein, Bier und Schnaps, sondern hauptsächlich Coca Cola, konsumiert wurde.³⁵³ Die massenhafte Verbreitung von Coca Cola symbolisierte ebenfalls das neue Lebensgefühl der Menschen in den 1950er Jahren. Seinen Ursprung nahm diese Entwicklung in der österreichischen Besatzungszeit, da das Unternehmen jedem amerikanischen GI täglich eine Flasche Coca Cola zum Preis von 5 Cent versprochen hatte und somit Abfüllanlagen in Europa eingerichtet wurden.³⁵⁴ Ab 1953 durfte das Getränk dann auch offiziell an Zivilpersonen verkauft werden und im Jahr 1956 erreichte man eine flächendeckende Versorgung. Unterstützt wurde die Verbreitung des Soft-Drinks durch zahlreiche Werbekampagnen mit Slogans wie beispielsweise „Mach mal Pause und trink Coca-Cola“, was sein Image als Statussymbol des *american dream* sowie einer oppositionellen Jugendkultur verstärkte. Trotz einer Gegenoffensive mittels regionaler Soft-Drinks, wie „Almdudler“, „Sinalco“ oder „Taxi-Cola“, konnte der Siegeszug von Coca Cola nicht gestoppt werden; es wurde zum In-Getränk jener Zeit.³⁵⁵

Obleich die aus Amerika kommende Massenkultur der österreichischen starke Konkurrenz machte, kann man nicht von einer Verdrängung dieser sprechen. Regionale und nationale Kulturen wurden keineswegs unterdrückt, sondern vermischten sich mit den amerikanischen Elementen und brachten

³⁵² Reinhold *Wagnleitner*, Die Kinder von Schmal(t)z und Coca-Cola. In: Gerhard Jagschitz, Klaus-Dieter Mulley (Hg.), die „wildten“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich (St. Pölten/Wien 1985), 164.

³⁵³ Vgl. Reinhold *Wagnleitner*, Die Kinder von Schmal(t)z und Coca-Cola. In: Gerhard Jagschitz, Klaus-Dieter Mulley (Hg.), die „wildten“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich (St. Pölten/Wien 1985), 164.

³⁵⁴ Vgl. Jugendkultur der 1950er und 1960er Jahre. In: Forum Geschichte OÖ, online unter <<http://www.ooegeschichte.at/epochen/1945-2005/das-wirtschaftswunder/leben-und-konsum/jugendkultur/>> (28. Mai 2014).

³⁵⁵ Vgl. Hans *Veigl*, Die 50er und 60er Jahre. Geplantes Glück zwischen Motorroller und Minirock (Wien 1996), 61-62.

hybride Formen zu Tage.³⁵⁶ Man war Mitglied in einem öffentlichen Verein oder spielte in der Blasmusikkapelle und ging gleichzeitig am Wochenende in die Disco. Man trug Blue Jeans und parallel dazu den Frack beim Opernball. Man aß sowohl Big Mac als auch Wiener Schnitzel. Die Mehrheit der Bevölkerung, bevorzugt die jüngeren Menschen, sind durch amerikanische Einflüsse in ihrer Verhaltens- und Lebensweise geprägt worden, trugen aber auch Phänomene der österreichischen Tradition und Kultur weiter.³⁵⁷

6.4. Die Veränderungen der Kaffeehauslandschaft in den 1950er Jahren

Auf Grund der Tatsache, dass die Innung der Kaffeesieder keine Daten zur Anzahl der Kaffeebetriebe in Wien vor 1955 besitzt und diese auch sonst nicht zu finden waren, setzt die folgende Statistik (siehe Abbildung 4) im Staatsvertragsjahr ein. Ausgehend von dieser Zahl wird für den weiteren historischen Verlauf untersucht, ob sich die Quantität erhöht oder verringert hat und in welchem Zusammenhang das mit gesellschaftlichen Umbrüchen steht. Da sich in den 1950er Jahren jedoch ein neuer Typus von Kaffeehaus in Wien etabliert hat, muss dieser im Voraus noch charakterisiert werden.

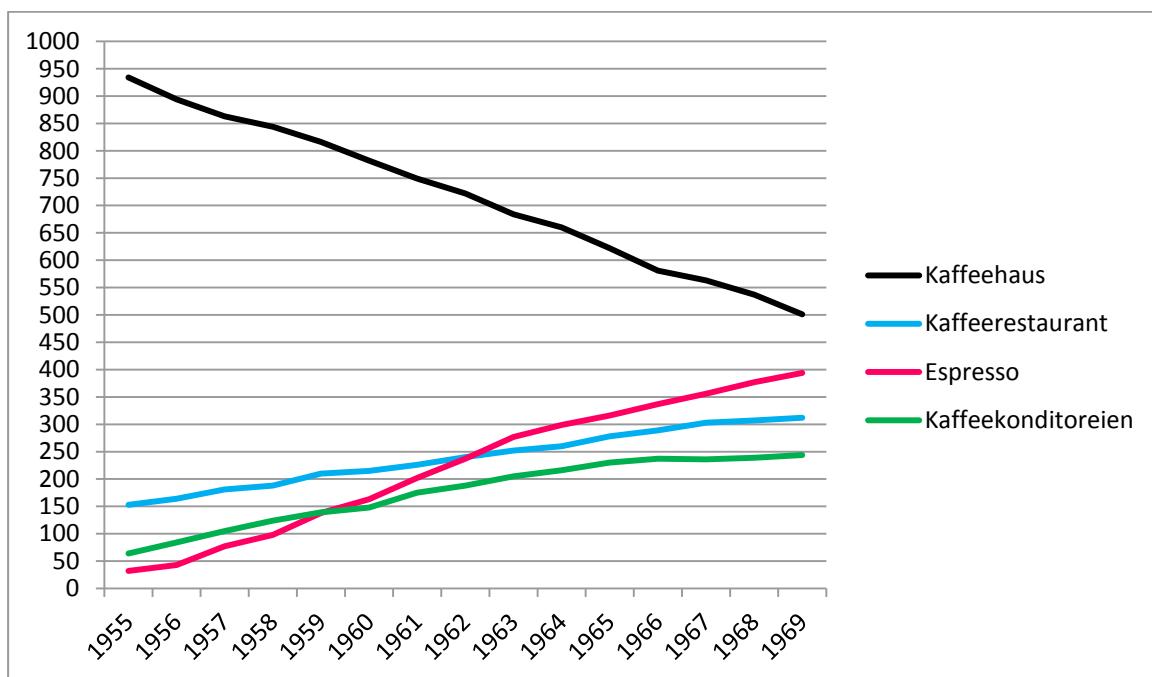


Abbildung 4: Betriebszahlen der Wiener Kaffeehauslandschaft von 1955 bis 1969 (in absoluten Zahlen)³⁵⁸

³⁵⁶ Vgl. Ernst Hanisch, Österreichische Geschichte 1890-1990. Der lange Schatten des Staates. Österreichische Gesellschaftsgeschichte im 20. Jahrhundert (Wien 2005), 429-430.

³⁵⁷ Vgl. Karl Vocelka, Geschichte Österreichs. Kultur-Gesellschaft-Politik (München 2002), 332.

³⁵⁸ Eigene Darstellung auf Basis von: Statistik der Innung der Kaffeesieder Wiens, siehe Anhang.

6.4.1. Das Espresso

Nach dem Zweiten Weltkrieg hat sich das Tempo der Zeit durch Wiederaufbau, Produktivitätssteigerung und zunehmendem Konsum erheblich beschleunigt. Die daraus entstandene Schnellebigkeit bildete die Basis für die nun populärer werdende Fast-Food-Gastronomie, die auf Selbstbedienung und raschen Kundenverkehr ausgerichtet war. Mit dem ansteigenden Lebensstandard erhöhten sich auch wieder die Ausgaben bezüglich der so genannten „Wohlstandsindikatoren“, was zu gesteigerten Besuchen in Restaurants und Kaffeehäusern führte. Gab man in diesen Lokalitäten 1954 im Durchschnitt knapp 30 Schilling aus, so war es zehn Jahre später bereits mehr als doppelt so viel. Für die gesamte zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts lässt sich eine Verzehnfachung der realen Pro-Kopf-Ausgaben bezüglich des „Verzehrs außer Haus“ feststellen. Konsum stellte eine Bürgerpflicht dar und dadurch wurden Beton, Auto und Espressomaschine zu Symbolen des modernen Lebens.³⁵⁹ Die Espressomaschine war es, die die Strukturen des Wiener Kaffeehauses ins Wanken bringen sollte, denn auf diese Weise fand nicht nur eine neue Kaffeezubereitungsart Eingang in die Kaffeehauslandschaft, sondern auch eine neue Form des Kaffeehauses.

Üblicherweise wurde der Kaffee in einem Wiener Kaffeehaus durch die Karlsbader Methode, nach der gleichnamigen Maschine, zubereitet. Dabei saß auf einer Kaffeekanne ein Porzellanfilter mit Sieb in den der grob gemahlene Kaffee eingefüllt und anschließend mehrmals mit heißem Wasser übergossen wurde, so dass der als sehr bekömmlich und mild betitelte Kaffee durch das Doppelsieb in die Kanne lief.³⁶⁰ In den 1950er Jahren vollzog sich dann eine Trendwende hinsichtlich des Kaffeekonsums. Grund war der aus Italien importierte Espresso und die damit einhergehende Espressomaschine. Durch ihr Aufkommen wurde das Kaffeekochen zu etwas Automatischem, das von jedem Menschen mittels eines einfachen Hebeldrucks durchgeführt werden konnte. Noch zuvor erforderte diese Aufgabe Fingerspitzengefühl, Geschick und Erfahrung, was nun mittels Automatisierung, Mechanisierung und Entindividualisierung unnötig geworden war. Außerdem revolutionierte die von der italienischen Firma „Gaggia“ Ende der 1940er Jahre erfundene Espressomaschine die Kaffeezubereitung, da man ferner nicht mehr mit heißem Wasser, sondern mit Druck und Wasserdampf arbeitete. Genauer gesagt heißt das, dass Wasserdampf mit Hilfe von Druck durch den Kaffee durchgepresst wurde und somit die hocharomatischen Stoffe aus den Kaffeebohnen herauslöste, was einen starken, tiefschwarzen Kaffee zu Tage brachte. Als Symbol der

³⁵⁹ Vgl. Nicole *Dietrich*, Schnell essen in Wien. Das Entschleunigungsdilemma rund um Espresso, Würstel und Burger. In: Susanne Breuss (Hg.), *Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945* (Wien 2005), 122.

³⁶⁰ Vgl. Karlsbader Kanne. In: Kaffeezentrale, online unter http://www.kaffeezentrale.at/at/maschine/Karlsbader_Kanne.htm (26. Mai 2014).

gastronomischen Revolution wurden die chromblitzenden Espressomaschinen zum dominantesten Gegenstand von Kaffeelokalitäten.³⁶¹ Parallel zum Auftreten des Espressos etablierte sich auch der gleichnamige Kaffeehaustypus in Österreich. Als Inbegriff des neuen Lebensstils standen die Espresso für Modernität und die zunehmende Hektik des Alltags.

6.4.1.1. Charakteristika des Espressos

Nach Vorbild der italienischen Caffè-Bar war das Espresso als Ort zum kurzen Verweilen gedacht, was sich auch in seiner Ausstattung widerspiegelte. Sie waren vergleichsweise schmucklos eingerichtet, es gab wenn überhaupt nur zwei oder drei österreichische Zeitungen, kein Billard, keine Kartenspiele und lediglich kleine Snacks beziehungsweise Imbisse.³⁶² Erkennen konnte man die zumeist sehr kleinen Lokalitäten durch leuchtende Schriftzüge, welche der Technikeuphorie der Zeit entsprachen. Charakteristisch für den Innenraum waren Pastellfarben, eine verchromte oder gläserne Bar sowie bunte Hocker. Man passte sich der Mode der Zeit an und so fanden hier Logen, Polstermöbel und Thonetsessel keinen Platz. Auch Tische gab es selten und wenn doch, waren sie klappbar und von einigen Sprossenstühlen umgeben. Als Beleuchtung fungierten Neonröhren und die Musik kam nicht vom Piano, sondern von einem „Wurlitzer“. Glas und Chrom waren fortan im Trend und verliehen der traditionellen Kaffeehauseinrichtung ein altes und verstaubtes Image.³⁶³ Extravagant sollte das Mobiliar und die Dekoration sein, weswegen auch das Aquarium zu einem beliebten Ziergegenstand wurde.³⁶⁴ Plastik, schwungvolles Design, Neonlicht und schrille Farben zeichneten das Bild des Espressos und zogen damit vor allem das junge Publikum an. Verbunden mit dem kurzen und starken Kaffee stand dieses für ein modernes sowie urbanes Lebensgefühl. Das laute und hektische Treiben verkörperte die Mobilisierung; man war stets „am Sprung“.³⁶⁵

Die neue Betriebsart war also vor allem für Menschen konzipiert, die in sehr kurzer Zeit Kaffee, Erfrischungen oder Imbisse zu sich nehmen wollten, weswegen die Betriebsführung auf rasche Abfertigung ausgerichtet war. „Der ideale Espresso-Gast saust mit Überschallgeschwindigkeit heran, schwingt sich auf einen Hocker an der Bar, schüttet expreß den Espresso hinunter, wirft das Geld hin und braust davon.“³⁶⁶ Nicht nur der Typus des Gastes war hier ein anderer, auch das Personal stand im Gegensatz zum traditionellen Kaffeehaus, denn was dem Wiener Café der „Herr Ober“ war, war

³⁶¹ Vgl. Nicole *Dietrich*, Schnell essen in Wien. Das Entschleunigungsdilemma rund um Espresso, Würstel und Burger. In: Susanne Breuss (Hg.), *Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945* (Wien 2005), 124.

³⁶² Vgl. Birgit *Schwaner*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 183.

³⁶³ Vgl. Nicole *Dietrich*, Schnell essen in Wien. Das Entschleunigungsdilemma rund um Espresso, Würstel und Burger. In: Susanne Breuss (Hg.), *Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945* (Wien 2005), 123-124.

³⁶⁴ Vgl. Helmut *Strutzmann*, *Nicht daheim und doch zu Hause. 300 Jahre Wiener Kaffeehaus* (Wien 1983), 15.

³⁶⁵ Vgl. Susanne *Breuss* (Hg.), *Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945* (Wien 2005), 245.

³⁶⁶ Herta *Singer*, *Im Wiener Kaffeehaus* (Wien 1959), 275.

nun der Barkeeper, falls es überhaupt männliche Kellner gab, denn normalerweise servierten im Espresso Frauen.³⁶⁷

Architekt und Designer Oswald Haerdtl gehörte zu denjenigen, die in der Nachkriegszeit das italienische Flair in Wien etablierten. Seine Espresso sind nicht nur legendär, sondern waren zwischen 1948 und 1958 auch stilprägend. Helle und farbenfrohe Räume sowie Transparenz sind Elemente, die großgeschrieben werden und sich vom dunklen sowie verrauchten traditionellen Kaffeehaus abgrenzen. Er nahm unter anderem die Umgestaltung des „Café Prückel“ am Stubenring vor und entwarf das „Arabia am Kohlmarkt“. Letzteres bestach durch Verglasung, verspiegelte Säulen, ein lang gezogenes Buffet im Eingangsbereich und Schriftzüge aus Leuchtröhren. Das erste Espresso in Wien war aber das „Café de l’Europe“ am Graben, welches 1950 eröffnet wurde und den Anstoß zu zahlreichen weiteren Gründungen gab. Produktion, Techniqueuphorie und Arbeit entwickelten sich zum Fetisch und stellten dadurch die perfekte Voraussetzung für die als „Espresso-stuben“, „Espressobuffets“, „Konditoreiespressos“ und „Espressomilchbars“ bezeichneten Kaffeebars dar. Diese standen für Urbanität, Mobilität und Modernität, was sich nur schwer mit der proklamierten „Wiener Gemütlichkeit“ verbinden ließ.³⁶⁸

6.4.1.2. Das Wiener Espresso versus das Wiener Kaffeehaus

Als 1950 das erste Wiener Espresso seine Türen öffnete, prophezeite man ihm keine lange Zukunft. Man glaubte, dass sich die Österreicher nicht von der Gemütlichkeit des Wiener Kaffeehauses ab- und dem hektischen italienischen Flair zuwenden würden, womit man sich aber getäuscht hatte. Zahlreiche kleine Espresso eroberten die Stadt und fanden bei der Bevölkerung so großen Anklang, dass so manch alteingesessener Kaffeekocher beschloss, sich der Mode anzupassen.³⁶⁹ Es schien, als wäre in der hektischen Wiederaufbauphase kein Platz mehr für die Ruhe des klassischen Wiener Kaffeehauses; das Espresso erweckte den Eindruck, dem schnelleren und motorisierten Lebensstil der 1950er Jahre besser zu entsprechen. Man konsumierte den kleineren, aber stärkeren Kaffee im Stehen an der Bar oder bestenfalls auf Barhockern, was den Gästen einen raschen Koffeinkick garantierte, der zugleich billiger und mondäner war. Durch die neue Form des Espresso geriet die traditionelle Wiener Kaffeehauslandschaft in eine Identitäts- und Existenzkrise.³⁷⁰ Dies zeigt sich auch in Abbildung 2 und den daraus resultierenden Zahlen. Gab es im Jahre 1955 noch 934 Kaffeehäuser,

³⁶⁷ Vgl. Herta Singer, *Im Wiener Kaffeehaus* (Wien 1959), 280.

³⁶⁸ Vgl. Nicole Dietrich, *Schnell essen in Wien. Das Entschleunigungsdilemma rund um Espresso, Würstel und Burger*. In: Susanne Breuss (Hg.), *Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945* (Wien 2005), 123-124.

³⁶⁹ Vgl. Helmut Strutzmann, *Nicht daheim und doch zu Hause. 300 Jahre Wiener Kaffeehaus* (Wien 1983), 14-15.

³⁷⁰ Vgl. Nicole Dietrich, *Schnell essen in Wien. Das Entschleunigungsdilemma rund um Espresso, Würstel und Burger*. In: Susanne Breuss (Hg.), *Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945* (Wien 2005), 122-123.

so minimierte sich dies bis 1969 auf 501. Im Gegensatz dazu zählte man Mitte der fünfziger Jahre lediglich 32 Espressi, vierzehn Jahre später aber schon 394. Auch die Anzahl der Kaffeeconditoreien stieg erheblich an und hatte sich von 64 auf 244 erhöht.³⁷¹

Für die junge Generation stand das klassische Kaffeehaus für eine längst vergangene Zeit und eine verstaubte Institution der Erwachsenen. Somit stellten die Espressi den schärfsten Konkurrenten für die traditionellen Cafés dar. Dies lag nicht nur an ihrem modernen Image, sondern sie profitierten auch von wirtschaftlichen Vorteilen. Auf Grund weniger Personals und Aufwand konnten sie ihre Produkte billiger verkaufen.³⁷² Die rasche Abfertigung von Massen und mehr Laufkundschaft sowie die längeren Öffnungszeiten brachten den erwünschten Umsatz. Abgesehen vom neuen Kaffeehaustyp erwiesen sich aber auch die populär werdenden Haushaltsespressomaschinen, Löskaffee und der Umstand, dass vermehrt Firmen für ihre Mitarbeiter Kaffeeautomaten oder Espressomaschinen aufstellten, als Bedrohung. Des Weiteren verloren die Kaffeemieser Anfang der 1950er Jahre durch eine Konzessionserweiterung das alleinige Recht auf Kaffeeausschank. Neben Gasthaus und Espresso wurden auch die Zuckerbäcker zu einer klaren Konkurrenz.³⁷³

Sehr deutlich stach dabei die von Josef Prousek gegründete Konditorei-Kette „Aida“ hervor. Bereits 1913 erwarb der gelernte Zuckerbäcker den Konditoreibetrieb „Bonsaing“ im 9. Wiener Gemeindebezirk und nahm die Umgründung zur Firma „Chocolaterie u. Grosskonditorei „Aida“ Prousek & Co“ vor. Bis zum Kriegsbeginn 1938 hatte man bereits elf Filialen in Wien eröffnet, wovon jedoch nur eine, jene in der Wollzeile 28, als Kaffeeconditorei fungierte. Das Ende des Zweiten Weltkrieges brachte dann einen Neubeginn für das Unternehmen. Man fertigte Torten für die sowjetische Armee und war von den Amerikanern für das „American Red Cross“ requiriert worden, was zur Produktion von *donuts* und *ice cream* führte.³⁷⁴ 1948 konnte das Geschäft in der Wollzeile wiedereröffnet werden und brachte sogleich eine Sensation mit sich: die erste Espressomaschine Österreichs. Rosa, rot und braun waren die dominierenden Farben der Konditorei-Kette, welche sich dem Stil der fünfziger Jahre angepasst hatte. Kunststoffböden mit Schachbrettmuster, schmale Tische und kleine Hocker prägten damals das Bild der „Aida“-Läden, die ebenfalls auf den schnellen Stehkaffee ausgerichtet waren.³⁷⁵

Das Espresso, die Motorisierung, die so manchem Gast die Ruhe seines Stammcafés verdorben hatte, sowie der Radioapparat und die Juke-Box galten als Feinde des klassischen Wiener Kaffeehauses. In

³⁷¹ Vgl. Statistik der Innung der Kaffeemieser Wiens, siehe Anhang.

³⁷² Vgl. Heidi Salome *Stift*, Lieblingsorte der Wiener. Ein Führer zu legendären Orten in der Stadt und deren spannenden Geschichten – am Wasser, im Grünen, in alten Gemäuern und im Kaffeehaus (Wien 2004), 197.

³⁷³ Vgl. Nicole *Dietrich*, Schnell essen in Wien. Das Entschleunigungsdilemma rund um Espresso, Würstel und Burger. In: Susanne Breuss (Hg.), *Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945* (Wien 2005), 124.

³⁷⁴ Vgl. über 100 Jahre Tradition. In: Aida, online unter <http://aida.at/?page_id=528#> (1. Juni 2014).

³⁷⁵ Vgl. Katja *Sindemann*, *Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft* (Wien 2008), 91.

einem Artikel aus dem Jahre 1958 zeigte sich unmissverständlich die Stimmung der Espresso-Gegner. Man kritisierte die Schnellebigkeit, die schrillen Farben, das weibliche Personal und proklamierte den Untergang des Kaffeehauses durch Motorenlärm, gehetzten Alltag und Managertum.³⁷⁶ Der scherzhaft als „Espressionismus“ bezeichnete Trend konnte aber auch nicht durch die Verfechter der alten Kaffeehauskultur gestoppt werden und so beugten sich viele traditionelle Kaffeekocher der neuen Mode. Obwohl sich der Abschied von der Karlsbader Filtermaschine nur langsam gestaltete, so zogen dennoch nach und nach die Espressomaschinen in die Kaffeehäuser ein. Es folgte die charakteristische Leuchtschrift und Bar, teilweise wurden sogar die Logen demoliert und durch farbige Hocker und Fauteuils ersetzt.³⁷⁷ Die Tatsache, dass viele Kaffeehäuser in jener Zeit schließen mussten, ist nicht zu leugnen. Während die Espresso aus dem Stadtboden schossen, wurden zahlreiche klassische Cafés, vor allem viele der Ringstraße, verkauft und in Banken, Autohäuser oder Supermärkte umgewandelt.³⁷⁸ Trotz des starken Rückgangs hinsichtlich der Anzahl von Kaffeehäusern und dem gleichzeitig dazu verstärkten Anstieg der Espresso, kam es in den 1950er Jahren nicht zum Untergang der Wiener Kaffeehauskultur, denn schön langsam zog das Kaffeehaus wieder in das Espresso ein.

„Und die Wiener sitzen heute so wie in alten Zeiten stundenlang bei einem kleinen Braunen, plaudern, lesen, rauchen, spielen und verwandeln das Espresso zurück – in ein Wiener Kaffeehaus. Aus dem quecksilbrigen Italiener ist ein bedächtiger Wiener geworden: sein Gewand ist zwar espressionistisch, doch sein Geist ist kaffeehäuslich.“³⁷⁹

Es fand somit eine wechselseitige Assimilation statt. Der Typus des Espresso wurde etwas verlangsamt, gemütlicher und mit Illustrierten ausgestattet. Im Gegenzug dazu etablierte sich die Espressomaschine ab 1954³⁸⁰ in den Kaffeehäusern. Man verband die historische Tradition und daraus generierte Atmosphäre mit den ökonomischen Vorteilen des Espresso und brachte somit eine gastronomische Synthese beider Typen zu Stande. H.C. Artmann schrieb 1958 folgendes:

„Bis auf die Espressomaschine ist alles beim alten geblieben [...], ja sogar ein bedeutender Teil der Gäste paßten eher in die Zeit vor dem ersten Weltkrieg, als in unsere gehetzte, mond- und raketennarrische. [...] Jetzt ist's aus, die Leut' wollen eben das Fortschrittliche, das Moderne, mia san jo net hintan Mond! Und ehrlich zugegeben: hatten wir nicht schon wirklich ein wenig genug vom ungelüfteten Plüsch der Vergangenheit, von den losen Stahlspiralen der zersessenen Sitzbänke, die immer im ungeeigneten

³⁷⁶ Vgl. Nicole *Dietrich*, Schnell essen in Wien. Das Entschleunigungsdilemma rund um Espresso, Würstel und Burger. In: Susanne Breuss (Hg.), *Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945* (Wien 2005), 124.

³⁷⁷ Vgl. Herta *Singer*, *Im Wiener Kaffeehaus* (Wien 1959), 276.

³⁷⁸ Vgl. Gerhard H. *Oberzill*, *Ins Kaffeehaus! Geschichte einer Wiener Institution* (Wien/München 1983), 9.

³⁷⁹ Herta *Singer*, *Im Wiener Kaffeehaus* (Wien 1959), 281.

³⁸⁰ Vgl. Nicole *Dietrich*, Schnell essen in Wien. Das Entschleunigungsdilemma rund um Espresso, Würstel und Burger. In: Susanne Breuss (Hg.), *Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945* (Wien 2005), 126.

Moment eine gewisse Stelle unserer Bekleider durchbohrten? Sicher waren wir alle ein wenig kaffeehausmüde und begrüßten die ersten *Espressi à la italiano* wie die Morgenröte einer schöneren, besseren Welt. [...] Es wäre nicht Wien, wenn nicht aus dem, was noch kein Kaffeehaus ist, eines würde! Die Lebenskraft unseres alten Wiener Kaffeehauses war zu stark. Fast alle *Espressi*, [...] was sind sie denn, als etwas modernisierte »Cafés« [...], in denen man sich genau so benimmt und genau so genommen wird, wie seinerzeit im guten alten Café. [...] Von Gehetzt- oder Gespreiztheit also keine Spur.“³⁸¹

Ein Beispiel für die Verbindung des neuen Lokaltyps mit Elementen des traditionellen Kaffeehauses war das im April 1955 eröffnete Espresso „Ohne Pause“, welches im abgetrennten Foyerbereich des gleichnamigen Kinos am Wiener Graben untergebracht war. Von Emil Stejnar entworfen, sollte es zwar modern, aber auch intim und gemütlich wirken, was dazu führte, dass Stejnar Messingluster in Form von Blumensträußen mit zeitgemäßem Mobiliar verknüpfte. Ersteres erinnerte an das alteingesessene Kaffeehaus, während erbsengrüne Plastikhocker und der Fußboden aus Kunststoff dem Stil der fünfziger Jahre entsprachen.³⁸²

Auf Dauer konnten die *Espressi* also nicht das traditionelle Wiener Kaffeehaus ersetzen und somit bedeutete das Auftreten der italienischen Kaffeebar Mitte der 1950er Jahre nicht das Ende der Kaffeehauskultur, sondern lediglich eine weitere Variante seiner Existenzform.³⁸³

6.4.2. Die Auswirkungen des Espressos auf die Wiener Kaffeehauslandschaft

Für die 1950er Jahre stellte sich also die Frage, welche gesellschaftlichen Veränderungen es gab, die dem Espresso einen so starken Zulauf und extrem große Beliebtheit bescherten. Die Zahlen bezüglich der Kaffeehauslandschaft in Wien sprechen deutliche Wort und zeigen, dass sich diese zu Gunsten der *Espressi* und auf Kosten der traditionellen Kaffeehäuser entwickelt haben. Dieser Trend sollte sich, wie im nächsten Kapitel aufgezeigt werden wird, noch weiter fortsetzen.

Grob gesagt war es eine komplett neue Lebensweise, die das Wiener Kaffeehaus in einem schlechten Licht erscheinen ließ. Alt und verstaubt waren die Konnotationen diesbezüglich und standen im genauen Gegensatz zu modern und urban, mit dem das Espresso assoziiert wurde. Modernität wurde gewünscht und so waren verchromte oder gläserne Bars, farbige Hocker, schrilles Neonlicht, Juke-Box und Leuchtschrift die Trends der Zeit. Vor allem die Jugend war es, die sich von den Traditionen abwenden wollte, weswegen die italienische Kaffeebar auch als Symbol des Generationenkonflikts angesehen werden kann. Nicht zu vergessen ist die blitzende *Espressomaschine*, welche die Kaffeezubereitung revolutionierte und ein starkes koffeinhaltiges Getränk zum Vorschein brachte. Im Stehen an der Bar konsumiert, erzeugte der tiefschwarze und billigere Kaffee den notwendigen

³⁸¹ H.C. *Artmann*, Im Schatten der Burenwurst. Skizzen aus Wien (Salzburg/Wien 1983), 10-14.

³⁸² Vgl. Susanne *Breuss* (Hg.), Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (Wien 2005), 245.

³⁸³ Vgl. Ulla *Heise*, Kaffee und Kaffeehaus. Eine Geschichte des Kaffees (Frankfurt am Main/Leipzig 2002), 271.

Koffeinkick in dieser rastlosen Zeit. Für die Hast des Alltags schien das Espresso wie geschaffen. Es verkörperte Schnelligkeit, Produktivitätssteigerung und Massenkonsum.

Die Tatsache, dass sich das Einkommen und somit der Wohlstand gesteigert hatten, schuf das gesellschaftliche Bewusstsein, immer mehr und mehr zu wollen. Langlebige Konsumgüter wurden zum Statussymbol und förderten das Prestige eines jeden Haushaltes. Neben Kühlschrank und Waschmaschine galt vor allem das Auto als Indikator für den neuen Lebensstandard. Die daraus resultierende erhöhte Mobilität forcierte die Reiselust der Bevölkerung, welche sich in starkem Maße auf Italien konzentrierte. Vielleicht waren es auch die Besuche in Italien, die dem Espresso seinen starken Auftrieb verliehen. Italienisches Flair sollte man durch diese nämlich auch in Österreich konsumieren können und somit zog mit dem Espresso gleichzeitig ein bisschen Urlaubsgefühl im Land ein.

Ausschlaggebend für die Trendwende des österreichischen Alltags war die durch die Besatzungszeit initiierte Amerikanisierung. Die Entbehrungen des Zweiten Weltkrieges lieferten die perfekte Basis für die nun aufkommende Massenkonsumentengesellschaft. Den Rahmen für den sozialen Wandel stellten Entagrarisierung, Dienstleistungsboom und ein verspätetes Ende der Industrialisierung dar. Des Weiteren kreierte Radio und Printmedien sowie später der Fernsehapparat ein einheitliches Lebensbild, welches durch die Werbebranche manifestiert wurde. Flüchtigkeit und ein schnellerer Wechsel der Lebenssituation charakterisierten das Lebensgefühl und dienten als Grundlage des Erfolgs des „Espressionismus“. Mobilität oder besser gesagt, möglichst viel in möglichst kurzer Zeit zu sehen, zu erreichen und zu konsumieren, kann als gesellschaftliches Kredo bewertet werden und stand im Gegensatz zur proklamierten Gemütlichkeit des Wiener Kaffeehauses. Darüber hinaus stellten die Kaffeeconditoreien einen weiteren Konkurrenten der Kaffeehäuser dar und der vermehrte Konsum von langlebigen Gütern machte auch vor Kaffee- und Espressomaschinen nicht Halt, die nun verstärkt in private Haushalte einzogen. Viele klassische Cafés schlossen zu jener Zeit ihre Pforten und wiederum andere passten sich, um konkurrenzfähig zu bleiben, der zeitgenössischen Mode an. Auch die Espresso mussten sich nach dem anfänglichen Boom einigen Veränderungen unterwerfen, wodurch sich die beiden unterschiedlichen Kaffeehaustypen mit für sie adäquaten Kompromissen arrangierten. Die Espressomaschine zog in die Kaffeehäuser ein, die Zeitungen in das Espresso.

Auch wenn die Espresso bars nach italienischem Vorbild anscheinend viel besser in das damalige schnellere Leben passten, so konnten diese Licht überfluteten, in Chrom glänzenden Lokale ohne individuellen Service nicht auf Dauer die Herzen der Wiener Kaffeetrinker erobern. Der Trend, einen „Rekord im Kaffee-Schnelltrinken“ aufzustellen zu wollen, wich wieder dem Zeithaben und es fand eine

langsame Rückbesinnung auf Tradition, Atmosphäre und Charme statt, welche das propagierte Todesurteil des Wiener Kaffeehauses aufhob.³⁸⁴

7. Der Kampf des Kaffeehauses gegen Fernseher und Auto

Hinsichtlich der Kaffeehauslandschaft in Wien charakterisierten sich die 1950er Jahre durch eine Erweiterung um den Typus des Espressos. Diese stellten eine bedeutende Konkurrenz für die traditionellen Kaffeehäuser dar, was durch die aufkommenden Café-Konditoreien und deren Recht, fortan ebenso Kaffee ausschenken zu dürfen, verstärkt wurde. Das moderne Espresso stand ganz im Zeichen der Urbanisierung und erfreute sich damit einer enormen gesellschaftlichen Beliebtheit. Auch die Kombination aus Kaffee und Mehlspeise im Stil der fünfziger Jahre, welche unter anderem von der Konditorei-Kette „Aida“ angeboten wurde, konnte sich etablieren und wurde von der Bevölkerung freudig angenommen. Neben den im vorangegangenen Kapitel erläuterten gesellschaftlichen Veränderungen sind es diese beiden Arten von Kaffeehäusern, die dem klassischen Café den Rang abliefen; eine Tendenz, die sich in den sechziger Jahren fortgesetzt hat. Die Tatsache, dass sich in den Jahren zwischen 1955 und 1969 auch die Anzahl der Kaffeerestaurants vergrößert hat, wird in der Literatur nicht thematisiert. Dies ist aber wahrscheinlich auf den Umstand zurückzuführen, dass sich einige Kaffeehäuser in solche Lokale verwandelt haben. Wie bereits zur Zeit der Napoleonischen Kontinentalsperre, welche den Typus des Kaffeerestaurants hervorgebracht hatte, kann man davon ausgehen, dass sich viele Kaffeekneipen durch die Erweiterung ihres Angebotes um warme Speisen einen erhöhten Zulauf erwarteten. Darüber hinaus sind die betrieblichen Konzeptionen des Kaffeehauses und Kaffeerestaurants fast identisch, wodurch ein Wechsel relativ leicht von statten gehen konnte. Die Betriebsart des Kaffeehauses charakterisiert sich durch die Ausstattung der Betriebsräume, also die Anordnung der Tische, mögliche logenartige Gruppierungen sowie ein eventuelles Spielzimmer und durch die Art der Betriebsführung. Letzteres meint die Bereitstellung von Spieltischen, wie beispielsweise Billard, und das Aufliegen von einer Vielzahl von Zeitungen und Zeitschriften, wodurch der Gast zum längeren Verweilen eingeladen wird. Des Weiteren steht bei einem Kaffeehaus der Ausschank von Kaffee, anderen warmen Getränken und Erfrischungen im Vordergrund; die Verabreichung von Speisen ist nebensächlich. Im Vergleich dazu unterscheidet sich ein Kaffeerestaurant ausschließlich durch das Angebot von warmen Speisen mittags und abends. In der übrigen Zeit weist es den Charakter eines Kaffeehauses auf und auch die Öffnungszeiten sind dieselben. Einzig und allein das Vorhandensein einer gut ausgestatteten Küche musste bei einem Wechsel der Betriebsart gewährleistet werden können. Auf Grund dieser Aspekte kann davon ausgegangen werden, dass es sich beim Anstieg der Kaffeerestaurants nicht vorrangig um Neugründungen gehandelt hat. Der Wechsel von einem Kaffeehaus auf die Speisen

³⁸⁴ Vgl. Sonja Moser, *Das Hawelka. Geschichte & Legende* (Wien/Graz/Klagenfurt 2009), 120.

verabreichende Variante erscheint schlüssig, um konkurrenzfähig zu bleiben, vor allem da sich die Ausgaben für den „Verzehr außer Haus“ zu dieser Zeit gesteigert haben.

Auf Grund der Tatsache, dass sich der Rückgang der Kaffeehäuser in den 1960er Jahren fortsetzte, was durch die Weiterführung der gesellschaftlichen Veränderungen in den fünfziger Jahren erklärt werden kann, soll diese Periode hier ausgespart bleiben. Das folgende Kapitel widmet sich folglich den 1970er Jahren, da diese den Höhepunkt der vorangegangenen Entwicklung darstellten und eine große Krisenzeit des Kaffeehauses verkörperten. Dies ergibt sich schon durch den Umstand, dass die Innung der Kaffeesieder für die Jahre zwischen 1975 und 1981 keine statistischen Erhebungen geführt hat.

7.1. Kontextualisierung

Die 1970er Jahre in Wien wiesen Desurbanisierungstendenzen auf, die sich bereits in den sechziger Jahren angekündigt hatten. Charakteristisch für diese Phase der Stadtentwicklung sind ein schnellerer Rückgang der Bevölkerung sowie eine Stagnation des wirtschaftlichen Wachstums. Betrug die Einwohnerzahl im Jahre 1971 noch 1,627.566 so schrumpfte diese bis 1981 auf 1,531.346 Personen.³⁸⁵ Dabei ereilte die City und die inneren Bezirke der bislang größte Bevölkerungsverlust. Die Innere Stadt verlor 22,4 Prozent ihrer Einwohner und die Bezirke II bis IX und XX schrumpften um 14,2 Prozent. Neu war aber, dass sich nun auch erstmals die äußeren Bezirke mit Rückgängen konfrontiert sahen; diese beliefen sich aber lediglich auf 0,9 Prozent. Ein weiteres bislang unbekanntes Phänomen stellte die negative Wanderungsbilanz bei Inländern dar, welche jedoch durch die positive Wanderungsbilanz bei Ausländern ausgeglichen werden konnte.³⁸⁶

Im Gegensatz zur Wohnbevölkerung nahm die Arbeitsbevölkerung etwas zu und vergrößerte sich zwischen 1971 und 1981 um 3,8 Prozent auf 816.053 Personen. In Hinblick auf die einzelnen Bezirke ist diesbezüglich zu erkennen, dass die City 4,3 Prozent der Beschäftigten einbüßte. In den inneren Bezirken kam es, mit Ausnahme der Bezirke II, III und IX, ebenfalls zu Rückgängen der Arbeitsbevölkerung; in den äußeren Bezirken wuchs diese, ausgenommen der Bezirke XV, XVI, XVII, XVIII und XIV. Die inneren Bezirke schrumpften somit um 2,2 Prozent der Erwerbstätigen und ihre Zahl in den äußeren Bezirken erhöhte sich um 11,7 Prozent.³⁸⁷

³⁸⁵ Vgl. Statistisches Amt der Stadt Wien, Die Wiener Bevölkerung in den letzten Jahrhunderten. Zitiert nach: APA, online unter <http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20010618_OTS0047/die-wiener-bevoelkerung-in-den-letzten-jahrhunderten> (12. Juni 2014).

³⁸⁶ Vgl. Peter Eigner, Andreas Resch, Phasen der Wiener Stadtentwicklung (Wien 2001), 10-11. In: demokratiezentrum.org, online unter <http://www.demokratiezentrum.org/fileadmin/media/pdf/eigner_resch_phasen.pdf> (12. Juni 2014).

³⁸⁷ Vgl. Statistik Austria, Arbeitsbevölkerung nach Bezirken 1961 – 2001. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <<https://www.wien.gv.at/statistik/grosszaehlung.html>> (12. Juni 2014).

Eine gegensätzliche Tendenz zur Wohnbevölkerung wiesen die Pendlerzahlen auf, welche auf Grund von Massenmotorisierung und zunehmendem Wohlstand, ein deutliches Wachstum verzeichneten. Die Einpendler nahmen zwischen 1971 und 1981 um 57 Prozent zu, aber auch die Anzahl der Auspendler stieg in diesem Zeitraum an. Eine weitere wichtige Entwicklung der 1970er Jahre stellte die Abwanderung von gewerblichen Betrieben aus den inneren Bezirken sowie eine Verdrängung der Wohnflächen durch die Ausbreitung des tertiären Sektors dar. Letzteres wurde folglich mittels der Mieterschutzgesetzgebung und dem Denkmalschutz reduziert. Des Weiteren verstärkte sich die Verlagerung der Industrie an die Stadtperipherie, was nun zusätzlich auch über die Wiener Stadt- und Landesgrenzen hinausging.³⁸⁸

In Hinblick auf die wirtschaftliche Situation markierten die 1970er Jahre sowohl den Höhepunkt als auch das Ende der Ära des (Austro-)Keynesianismus, wobei eine Wende von einer konstanten Wachstumsentwicklung mit Vollbeschäftigung zu einem unbeständigen Wachstum mit zunehmenden Beschäftigungsproblemen vollzogen wurde. Aus weltwirtschaftlicher Sicht sind vor allem zwei Ereignisse zu nennen, die einen erheblichen Impetus auf Österreich hatten. Einerseits war das der Zerfall des Weltwährungssystems von Bretton Woods und andererseits der erste „Ölschock“. Parallel dazu kam es zunehmend zu einer ökonomischen Öffnung, welche neben neuen wirtschaftlichen Möglichkeiten auch eine verstärkte internationale Konkurrenz hervorrief. Hatte Österreich in den 1960er Jahren noch Wachstumsraten erzielt, die nie unter 2 Prozent fielen, so wurden die „goldenen Jahre“ des Wirtschaftswachstums mit der Erdölkrise von 1973 beendet. Die Wachstumsrate sank im Zeitraum zwischen 1975 und 1981 drei Mal auf Werte rund um null.³⁸⁹ Die wirtschaftspolitische Antwort der Regierung war das so genannte „deficit spending“, was in weiterer Folge zu einer enormen Staatsverschuldung führte. Darüber hinaus hatten die Konjunkturerbrüche auch Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt, welchem im keynesianischen System eine hohe Priorität zugesprochen wird.³⁹⁰ Betrug die Arbeitslosenquote 1950 noch 6,9 Prozent, so verringerte sie sich durch den Wiederaufbau und das „Wirtschaftswunder“ bis 1965 auf 1,8 Prozent. Der Trend in Richtung Vollbeschäftigung setzte sich auch in den folgenden Jahren fort und dadurch verzeichnete man 1970 eine Arbeitslosenquote von 1,5 und 1975 von 1,2 Prozent. Ab der Mitte der siebziger Jahre wurden die Beschäftigungsprobleme jedoch immer stärker, was die rasant ansteigende

³⁸⁸ Vgl. Peter Eigner, Andreas Resch, Phasen der Wiener Stadtentwicklung (Wien 2001), 11-12. In: demokratiezentrum.org, online unter

<http://www.demokratiezentrum.org/fileadmin/media/pdf/eigner_resch_phasen.pdf> (12. Juni 2014).

³⁸⁹ Vgl. Peter Eigner, Andreas Resch, Die wirtschaftliche Entwicklung Wiens im 20. Jahrhundert. In: Franz X. Eder, Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl (Hg.), Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum (Innsbruck/Wien/München/Bozen 2003), 20-21.

³⁹⁰ Vgl. Oliver Rathkolb, Die paradoxe Republik. Österreich 1945 bis 2010 (Innsbruck/Wien 2011), 96.

Arbeitslosigkeit der 1980er Jahre ankündigen sollte. 1980 betrug die Arbeitslosenquote noch 1,5 Prozent, bereits fünf Jahre später hatte sich diese aber auf 4,5 Prozent erhöht.³⁹¹

Die drastische Rezession im Jahre 1974 gefährdete die Vollbeschäftigung und veranlasste die Regierung zu einer umfassenden Ausweitung des Budgetdefizits. Mittels einer Steuersenkung und vermehrten Staatsausgaben gelang es, die Vollbeschäftigung bis zum Ende der 1970er Jahre aufrecht zu erhalten. Als jedoch der zweite „Erdölschock“ 1979 eintrat, war die Staatsverschuldung schon in derartigen Höhen, dass man dem erneuten Konjunkturerinbruch ab 1981 kaum mehr Stand halten konnte. Dies markierte auch das Ende des Austro-Keynesianismus.³⁹² Anzumerken sei noch, dass dieser Begriff erst Ende der siebziger Jahre vom Ökonom und Staatssekretär, Hans Seidel, eingeführt wurde. Diese spezifisch österreichische Form des Keynesianismus zeichnete sich durch einen „Policy-Mix“ aus, der eine Verbindung aus Hartwährungspolitik, antizyklischer Budget- und produktivitätsorientierter Lohnpolitik darstellte. Darüber hinaus wurden öffentliche Investitionen gefördert und die Vollbeschäftigung war, ebenso wie die „Modernisierung“ der Wirtschaft, eines der obersten Ziele. Abschließend sei zu sagen, dass in jenem Zeitraum viele Infrastrukturmaßnahmen, wie beispielsweise die Errichtung von Schulen, Krankenhäusern und Verkehrswegen, vollzogen wurden, die auch heute noch eine wichtige ökonomische Basis darstellen.³⁹³

Die Politik der 1970er Jahre hat sich im gesellschaftlichen Bewusstsein fest mit einer einzigen Person verbunden. Die Rede ist von Bruno Kreisky, der 13 Jahre lang das Amt des Bundeskanzlers belegen sollte, weswegen die siebziger Jahre oftmals auch als „Ära Kreisky“ bezeichnet werden. Ausschlaggebend dafür waren die Nationalratswahlen im Jahre 1970, aus denen die SPÖ als stärkste Partei hervorging und daraufhin eine Minderheitsregierung bildete. Kurze Zeit später folgten Neuwahlen, wobei erstmals 183 statt 165 Abgeordnete gewählt wurden und die SPÖ die absolute Mehrheit erreichte. Dieser Umstand sollte sich bis 1983 nicht mehr ändern. Bruno Kreisky war dabei die dominierende Persönlichkeit und prägte die Reformepoche der Zweiten Republik maßgeblich.³⁹⁴ Im Zuge dessen kam es zu einer Strafrechtsreform, einem neuen humaneren Familien- und Scheidungsrecht sowie zur Entkriminalisierung der Homosexualität unter Erwachsenen. Die Regierung versuchte sowohl Eheschließungen und Familiengründungen als auch die Emanzipation der Frau sowie eine sexuelle Liberalisierung zu fördern. Demnach führte man Geldprämien bei Eheschließungen und für jedes neu geborene Kind ein. Gleichzeitig wurden aber auch

³⁹¹ Vgl. Arbeitsmarktservice Wien, Register-Arbeitslosenquote in Wien seit 1950. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <<https://www.wien.gv.at/statistik/arbeitsmarkt/arbeitslosigkeit/>> (12. Juni 2014).

³⁹² Vgl. Peter Eigner, Andreas Resch, Die wirtschaftliche Entwicklung Wiens im 20. Jahrhundert. In: Franz X. Eder, Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl (Hg.), Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum (Innsbruck/Wien/München/Bozen 2003), 23-26.

³⁹³ Vgl. Oliver Rathkolb, Die paradoxe Republik. Österreich 1945 bis 2010 (Innsbruck/Wien 2011), 96-98.

³⁹⁴ Vgl. Karl Vocelka, Geschichte Österreichs. Kultur-Gesellschaft-Politik (München⁶2002), 343.

Ehescheidungen erleichtert und die Abtreibung mittels der Fristenlösung ermöglicht.³⁹⁵ Hinsichtlich des Themas Wohnen erreichte die SPÖ eine Mietzinsregelung und das Verbot der „Ablöse“ für Wohnungen. Nachhaltig im kollektiven Gedächtnis verankert, hat sich auch die Einführung des Zivildienstes und die Reduzierung der Wehrdienstzeit beim Bundesheer. Darüber hinaus erhöhte man die Pensionen und verkürzte die Arbeitszeit bis 1975 auf 40 Stunden pro Woche. Erstmals wurde auch die Thematik der Integration angesprochen, wobei man versuchte, negative Bilder durch Aufklärung zu minimieren.³⁹⁶ Ein sehr bekanntes Beispiel hierfür ist das „Kolaricplakat“, welches 1973 im Auftrag der „Aktion Mitmensch“ produziert wurde. Dieses zeigt einen kleinen Jungen in Lederhose und einen Erwachsenen, der mit seinem dunklen Anzug und heller Kappe einen „Gastarbeiter“ repräsentieren soll. Darunter findet sich ein Schriftzug mit folgenden Worten: „I haaß Kolaric, du haaßt Kolaric. Warum sogns' zu dir Tschusch?“ Man versuchte damit auf die stets da gewesene historische Migration zu verweisen und auf die Themen Integration und Solidarität aufmerksam zu machen.³⁹⁷

Sah man sich zu Beginn der 1970er Jahre noch mit einer Hochkonjunktur konfrontiert, so änderte sich dies durch den ersten „Erdölschock“ 1973. Der Versuch, mittels „deficit spending“ die Arbeitslosigkeit niedrig zu halten, gelang nur auf Kosten des Staatsbudgets. Während der Energiekrise wurde außerdem das so genannte „Pickerl“ eingeführt, das angab, an welchem Tag das Auto nicht benützt werden durfte und auch die Energieferien stammen aus dieser Epoche. Die Außenpolitik kennzeichnete eine enge Beziehung Kreiskys zu Yassir Arafat, was ihm große Sympathie bei den arabischen, Erdöl produzierenden, Ländern einbrachte und auch den internationalen Terrorismus, verglichen mit anderen Staaten, in Grenzen hielt.³⁹⁸

Zentrale Ereignisse während der Amtsperiode Kreiskys waren des Weiteren die Diskussion rund um das Atomkraftwerk Zwentendorf sowie der Ortstafelstreit 1972. Der Bau des österreichischen Atomkraftwerks in Zwentendorf wurde bereits in den 1960er Jahren beschlossen, 1972 begann man mit den Bauarbeiten und die Eröffnung sollte 1978/79 folgen. Eine zunehmende kritische Gegenöffentlichkeit, welche den Aspekt der Sicherheit, des Standortes und generelle Probleme der Atomenergie diskutierte, brachte die Inbetriebnahme jedoch ins Wanken. Daraufhin kam es zu einer Volksabstimmung, die mit 50,5 Prozent gegen die Eröffnung ausfiel. Zwentendorf erlebte folglich

³⁹⁵ Vgl. Marina *Fischer-Kowalski*, Sozialer Wandel in den 1970er Jahren. In: Reinhard Sieder, Heinz Steinert, Emmerich Tálos (Hg.), Österreich 1945-1995. Gesellschaft, Politik, Kultur (Wien ²1996), 201.

³⁹⁶ Vgl. Karl *Vocelka*, Geschichte Österreichs. Kultur-Gesellschaft-Politik (München ⁶2002), 344-345.

³⁹⁷ Vgl. Bernhard *Fuchs*, Das Kolaricplakat. In: Verein Alltagskultur seit 1945 (Hg.), Dinge des Alltags. Objekte zu Kultur und Lebensweise in Österreich seit 1945 (Weitra 2004), 40.

³⁹⁸ Vgl. Karl *Vocelka*, Geschichte Österreichs. Kultur-Gesellschaft-Politik (München ⁶2002), 345.

nicht einmal die Inbetriebnahme. Kurze Zeit später wurde auch das Atomsperrgesetz, welches die Energiegewinnung durch Atomkraftwerke untersagte, von der Regierung verabschiedet.³⁹⁹

Die zweite zentrale Debatte behandelte den Schutz der österreichischen Minderheiten, welcher in Artikel 7 im Staatsvertrag verankert worden war. 1972 forderten die in Kärnten wohnenden Slowenen zweisprachige Ortstafeln für 800 Gemeinden. Auf Grund dieser Forderung kam es zu teilweise gewaltsamen Protesten von Organisationen der Deutschkärntner, da die SPÖ die zweisprachigen Ortstafeln für 205 Orte genehmigte. In weiterer Folge führte eine Volkszählung im Jahre 1975 zu einem Volksgruppen- und Ortstafelgesetz, wonach nur 91 Gemeinden ein Recht auf zweisprachige Ortstafeln hatten. Letztlich ist diese Thematik bis heute nicht ausreichend behandelt und geklärt worden.

Ab 1977 wuchsen die wirtschaftlichen Probleme kontinuierlich an, was in Kombination mit diversen Skandalen eine schwierige Ausgangssituation für den Wahlkampf von 1983 bedeutete. Bruno Kreisky hatte inzwischen angekündigt, dass er sein Amt niederlegen werde, falls die SPÖ nicht erneut eine absolute Mehrheit erhalten würde. Dieser Umstand trat ein und Kreisky verabschiedete sich in die Pension.⁴⁰⁰

7.2. Stadtplanung und Stadtentwicklung

Die Stadtentwicklung und Stadtplanung der siebziger Jahre charakterisierte sich durch neue Ansätze, welche in der „Wiener Stadtentwicklungsenquete“ 1972/73 zum Ausdruck kamen. Dabei entstand eine Vielzahl von Vorstellungen zur räumlichen Entwicklung Wiens, die jedoch nicht in einem Leitbild zusammengefasst worden waren. Die Tendenz in Richtung eines neuen Stadtentwicklungsplans durchzog die gesamten 1970er Jahre und beinhaltete die Ideen einer multifunktionalen Stadtstruktur, deren Wachstum sich entlang von Siedlungsachsen orientieren und mit Grünzonen versetzt sein sollte. Darüber hinaus war es das Ziel, diese Entwicklungsachsen am öffentlichen Verkehrsnetz anzusiedeln und so neue Subzentren zu erzeugen.⁴⁰¹

In Hinblick auf die Thematik der betrieblichen Abwanderung ist für die siebziger Jahre festzuhalten, dass sich eine zunehmende Konkurrenz zwischen Wien und seinem Umland herauskristallisierte. Der Stadtverwaltung war es ein Anliegen, Betriebe auch innerhalb der Stadtgrenzen zu halten, weswegen man mit der Erschließung und Bereitstellung von Nutzungsräumen, die sich vorwiegend in Donaustadt, Liesing, Floridsdorf, Simmering und Wien-Auhof befanden, begann.

³⁹⁹ Vgl. Georg *Friesenbichler*, *Unsere wilden Jahre. Die Siebziger in Österreich (Wien/Köln/Weimar 2008)*, 162-170.

⁴⁰⁰ Vgl. Karl *Vocelka*, *Geschichte Österreichs. Kultur-Gesellschaft-Politik (München 2002)*, 346-348.

⁴⁰¹ Vgl. Kurt *Mittringer*, *STEP 05. Stadtentwicklungsplan Wien 2005. Kurzfassung (Wien 2005)*, 53. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <https://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/strategien/step/step05/download/pdf/step05kurz-dt.pdf> (12. Juni 2014).

Der Aspekt des Wohnbaus charakterisierte sich durch einen Rückgang der Bauleistung sowie eine Dominanz der durch öffentliche Hand finanzierten Wohnungen. Beispiele für solche Projekte waren unter anderem die Fertigstellung der Großfeldsiedlung, des Wohnparks Alt Erlaa, der Anlage Wiener Flur oder der Wohnhausanlage Am Schöpfwerk.⁴⁰² Parallel zur Minimierung der Neubauten, kam es in den 1970er Jahren verstärkt zu Tendenzen der Stadterneuerung, welche spezifisch für Wien unter dem Term der „Sanften Stadterneuerung“ rangieren. Im Zuge dessen sollten Althäuser nicht abgerissen, sondern saniert und modernisiert werden. Dabei versuchte man, historische Baubestände mit zeitgemäßer Architektur zu verbinden und darüber hinaus auch soziale und kulturelle Aspekte zu beachten. Letzteres spricht vor allem die Problematik der sozialen Segregation an, die durch die Erneuerung von Althäusern verstärkt werden könnte. Mittels der „Sanften Stadterneuerung“ wollte man leistbaren Wohnraum schaffen und „Gentrification“ weitgehend unterbinden. Dieses Modell, welches durch die UNO im Jahre 2010 mit dem „Scroll of Honour“ ausgezeichnet wurde, hat sich bis in die Gegenwart weiterentwickelt und erfreut sich internationaler Beachtung.⁴⁰³

Ein Umdenken setzte sich in den siebziger Jahren nicht nur bezüglich des Wohnbaus, sondern auch in Hinblick auf die Infrastrukturmaßnahmen durch. Obgleich der Erweiterung des Straßennetzes immer noch große Bedeutung zukam, spielte der öffentliche Verkehr zunehmend eine größere Rolle. Nach langjährigen Planungen erhielt Wien somit auch eine U-Bahn, die Mitte der 1970er Jahre mit den Linien U4 und U1 erstmals in Betrieb genommen werden konnte. Das zugrunde liegende System entsprach dem des Straßennetzes, das heißt einer ring-radialen Struktur. Trotz des Baus der U-Bahn erhöhte sich das Verkehrsaufkommen drastisch, worunter vor allem die City zu leiden hatte. Einher ging das mit einer erheblichen Parkplatznot, der man mit der Errichtung von Tiefgaragen entgegen wirken wollte. Des Weiteren wurden ab 1973 Fußgängerzonen ins Leben gerufen, wozu unter anderem jene in der Kärntnerstraße, in der Favoritenstraße und in der Meidlinger Hauptstraße, zählten. Auch Einkaufszentren wurden immer beliebter und so erbaute man beispielsweise das Donauzentrum oder das Einkaufszentrum in der Per Albin Hansson-Siedlung. Ein neues Naherholungsgebiet wurde durch die „zweite Donauregulierung“ mit der Donauinsel erschaffen und darüber hinaus wurden zahlreiche Bäder errichtet. All diese Maßnahmen sollten sowohl der Inneren

⁴⁰² Vgl. Peter Eigner, Andreas Resch, Phasen der Wiener Stadtentwicklung (Wien 2001), 13-14. In: demokratiezentrum.org, online unter http://www.demokratiezentrum.org/fileadmin/media/pdf/eigner_resch_phasen.pdf (12. Juni 2014).

⁴⁰³ Vgl. Magistrat der Stadt Wien, 40 Jahre „Sanfte Stadterneuerung“. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <https://www.wien.gv.at/verkehr-stadtentwicklung/sanfte-stadterneuerung.html> (13. Juni 2014).

Stadt, als auch den umliegenden sowie nördlich der Donau liegenden Regionen eine höhere Attraktivität verleihen und den „urban decline“ verhindern.⁴⁰⁴

7.3. Gesellschaftliche Veränderungen in den 1970er Jahren

Neben den bereits erwähnten Desurbanisierungstendenzen in den siebziger Jahren waren es vorrangig zwei bestimmte Entwicklungen, die erheblichen Einfluss auf die Kaffeehauslandschaft hatten. Auf der einen Seite war dies der Siegeszug des Fernsehens, welcher die Freizeitgestaltung der Bevölkerung entscheidend veränderte und auf der anderen Seite die Massenmobilität, die sich durch steigende Wochenendausflüge zum Zweitwohnsitz manifestierte. Ferner haftete dem Kaffeehaus immer noch ein verstaubtes Image an, wohingegen „Heurige“ beliebter wurden.

7.3.1. Der Fernseher erobert die österreichischen Wohnzimmer

Die Geschichte des österreichischen Fernsehens begann, verglichen mit den USA, relativ spät. Erst im Staatsvertragsjahr 1955 initiierte man mit einem Probetrieb den Österreichischen Rundfunk mittels eines Fernseh-Versuchsprogramms. Es sollte jedoch noch zwei Jahre dauern, bis man eine regelmäßige Ausstrahlung an sechs Tagen in der Woche erzielen konnte.⁴⁰⁵ Damals vollzog sich der Wandel des Mediums Fernsehen als technologische Option hin zu einer kulturellen Massenpraxis, dessen Anfang in Österreich mit der Übertragung der Wiedereröffnung des Burgtheaters und der Wiener Staatsoper eingeläutet wurde. Die Versorgung des Landes mit österreichischem Fernsehen konnte zu Beginn aber lediglich für die großen Städte Wien, Linz, Salzburg, und Graz gewährleistet werden.⁴⁰⁶ Da es im Jahre 1961 lediglich um die 200.000 Fernsehbewilligungen gab, wurde der Fernsehkonsum vorwiegend durch „privates oder öffentliches Gemeinschaftsfernsehen“⁴⁰⁷ vollzogen. Dies erhöhte sich in weiterer Folge jedoch schlagartig und so erreichte man sieben Jahre später die Millionengrenze und eine Anzahl von 120 verschiedenen Sendern. Das Fernsehen entwickelte sich damals nicht nur zu einer der beliebtesten Freizeitbeschäftigungen, sondern wurde auch zum bedeutendsten politischen Medium. Objektiv war hierbei das Schlagwort und so erachteten 66 Prozent im Jahre 1976 das Fernsehen als glaubwürdigste politische Informationsquelle, wohingegen Zeitungen nur von 14 Prozent der Bevölkerung als zuverlässig eingestuft wurden. Welchen großen Einfluss dieses Medium als Mobilisierungskraft hatte, zeigt sich auch hinsichtlich des so genannten „Schranz-Rummel“ von 1972. Damals wurde dem zum Nationalhelden hochstilisierten Skifahrer Karl Schranz die Teilnahme an den Olympischen Spielen von

⁴⁰⁴ Vgl. Peter *Eigner*, Andreas *Resch*, Phasen der Wiener Stadtentwicklung (Wien 2001), 14-15. In: demokratiezentrum.org, online unter

<http://www.demokratiezentrum.org/fileadmin/media/pdf/eigner_resch_phasen.pdf> (12. Juni 2014).

⁴⁰⁵ Vgl. Oliver *Rathkolb*, Die paradoxe Republik. Österreich 1945 bis 2010 (Innsbruck/Wien 2011), 195.

⁴⁰⁶ Vgl. Monika *Bernold*, Austrovision und Telefamilie. Von den Anfängen einer >historischen Sendung<. In: Reinhard Sieder, Heinz Steinert, Emmerich Tálos (Hg.), Österreich 1945-1995. Gesellschaft, Politik, Kultur (Wien ²1996), 225.

⁴⁰⁷ Oliver *Rathkolb*, Die paradoxe Republik. Österreich 1945 bis 2010 (Innsbruck/Wien 2011), 195.

Sapporo in Japan untersagt, was zu heftigen Diskussionen führte. Folglich initiierte der „ORF“ eine Mobilisierungskampagne, um dem Sportler einen großen Empfang in Wien zu beschern. 87.000 Menschen folgten diesem „Aufruf“ und machten auf die Macht des Mediums aufmerksam. Das war auch den politischen Parteien Österreichs nicht entgangen, die sich ob der Mobilisierungskraft des Fernsehens zu einer Rundfunkreform entschlossen hatten. Das neue Rundfunkgesetz wurde 1974 verabschiedet.⁴⁰⁸ Ziel war es, die Position des Generalintendanten des ORF, Gerd Bacher, zu schwächen und sich zu einer öffentlich-rechtlichen Organisationsform zu entwickeln. Inzwischen waren auch schon Farbsendungen (ab 1969) ausgestrahlt und ein zweiter Sender eingeführt worden. Ende der 1970er Jahre beschäftigte man sich dann auch erstmals mit der Regionalisierung des Mediums und die Ausstattung der Haushalte mit Fernsehapparaten hatte in etwa 90 Prozent erreicht. Hinzu kam, dass Farbfernseher ab 1974 einen vermehrten Anstieg erzielten.⁴⁰⁹

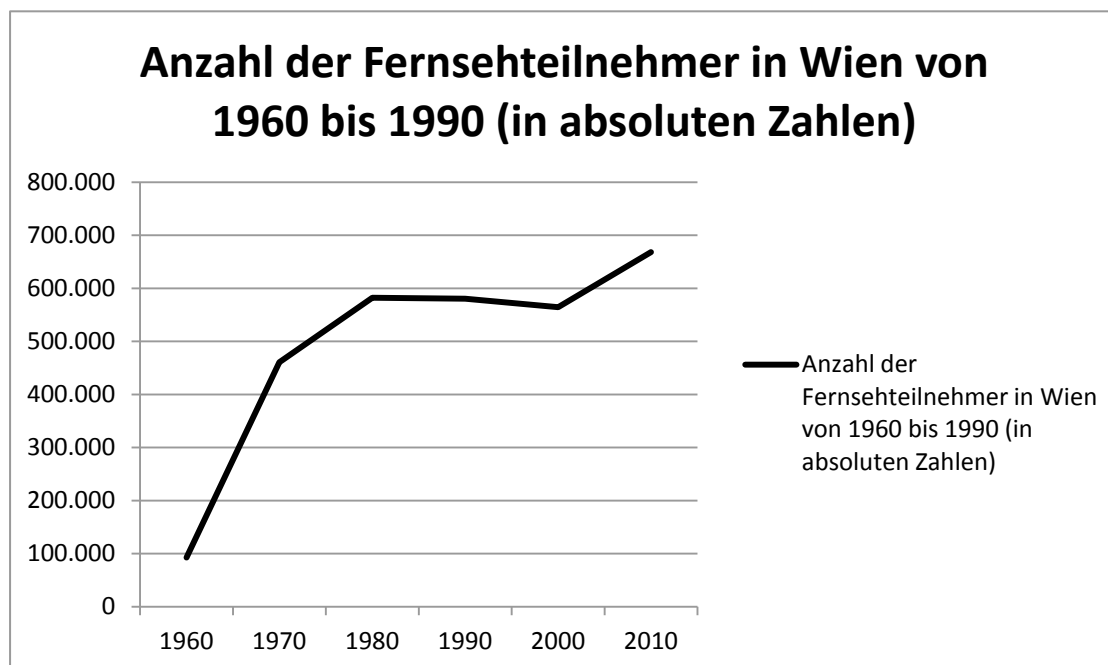


Abbildung 5: Anzahl der Fernsehteilnehmer in Wien von 1960 bis 2010⁴¹⁰

Wie in Abbildung 5 zu erkennen ist, erhöhte sich die Anzahl der Fernsehteilnehmer in Wien zwischen 1960 und 1970 um ein Vielfaches und erlebte einen weiteren Anstieg zwischen 1970 und 1980. In weiterer Folge verzeichnete man sogar einen Rückgang der Zahlen, was sich jedoch für den Zeitraum zwischen 2000 und 2007 wieder ins Gegenteil verkehrte. Ab diesem Zeitpunkt sanken die Werte

⁴⁰⁸ Vgl. Oliver Rathkolb, Die paradoxe Republik. Österreich 1945 bis 2010 (Innsbruck/Wien 2011), 195-198.

⁴⁰⁹ Vgl. Hans Heinz Fabris, Der >österreichische Weg< in die Mediengesellschaft. In: Reinhard Sieder, Heinz Steinert, Emmerich Tálos (Hg.), Österreich 1945-1995. Gesellschaft, Politik, Kultur (Wien²1996), 652.

⁴¹⁰ Eigene Darstellung auf Basis von: Statistik Austria, Fernsehteilnehmerinnen und -teilnehmer (Bewilligung) 1960 bis 2012. In: Statistik Austria, online unter <http://www.statistik.gv.at/web_de/statistiken/bildung_und_kultur/kultur/hoerfunk_und_fernsehen/021230.html> (13. Juni 2014).

wieder und stiegen folglich erneut an. Diese blieben dabei aber stets über 650.000 Fernsehteilnehmern.

Was das Programm betrifft, ist schon seit den Anfängen der österreichischen Fernsehgeschichte zu erkennen, dass dieses versuchte, den Aufbau einer kollektiven Identität der Gesellschaft zu fördern und darüber hinaus das Publikum als Familie anzusprechen. Ein gutes Beispiel hierfür ist der Nationalepos „Sissy“, welcher in den 1950er Jahren produziert wurde. Zu jener Zeit war der Ort des Fernsehkonsums noch nicht das Wohnzimmer, sondern zumeist öffentliche Plätze. Entweder stand man vor den Auslagen des Radiohändlers oder man saß im Wirtshaus, Kaffeehaus sowie im Espresso. Die Apparate waren damals nämlich noch vergleichsweise teuer und somit nur für vereinzelte Haushalte leistbar, was sich erst durch die Möglichkeit von Ratenzahlungen und die zunehmenden Einkommen ab Anfang der sechziger Jahre ändern sollte. Das Fernsehgerät dient somit als Symbol des beginnenden Massenkonsums jener Tage und ist dabei eng mit der Hoffnung eines verbesserten Lebensstandards verknüpft. Der Apparat selbst stand dabei stellvertretend für materiellen Wohlstand und sozialen Aufstieg, was als Erklärung seiner zahlreichen Anschaffung herangezogen werden kann. Hatte man im Jahre 1965 österreichweit noch 584.549 Geräte gezählt, so überschritt man 1969 die Millionengrenze. Das Fernsehprogramm und die Sendezeiten waren dabei genau auf die Zielgruppe der Normfamilie zugeschnitten. Das bedeutet, dass die Kernfamilie, bestehend aus dem berufstätigen Vater, der Mutter und Hausfrau sowie ein bis zwei Kindern, als zentrales Modell, sowohl in der Werbung als auch in den Sendungen, propagiert wurde. Die „Zeit im Bild“ repräsentierte die tägliche Kontinuität der österreichischen Fernsehlandschaft sowie die staatstragende Komponente des Mediums. Des Weiteren wurden internationale Sportereignisse sowie Theater- und Musikaufführungen übertragen, die die nationale Identität stärken sollten. Beratungs- beziehungsweise Werbesendungen fokussierten das Publikum als Konsumgesellschaft; neue Automarken wurden präsentiert und Bilder von fernen Ländern sollten die Reiselust schüren. Von besonderer Bedeutung waren auch die vorabendlichen Familiensendungen, die sich in Kombination mit dem Abendessen zu einem „familienkonstituierendem Ritual“ etablierten.⁴¹¹

Hatte man anfänglich noch in Kaffeehäusern oder Espresso dem Fernsehen gefrönt, so entwickelte sich dies im Laufe der 1960er Jahre zu einem Phänomen des privaten Haushaltes. Diese Tendenz erlebte in weiterer Folge in den siebziger Jahren ihren Höhepunkt. Die Zahl der österreichweiten

⁴¹¹ Vgl. Monika *Bernold*, *Austrovision und Telefamilie. Von den Anfängen einer >historischen Sendung<*. In: Reinhard Sieder, Heinz Steinert, Emmerich Táló (Hg.), *Österreich 1945-1995. Gesellschaft, Politik, Kultur* (Wien ²1996), 228-231. Zitat, 231.

Fernsehteilnehmer stieg im Zeitraum zwischen 1970 und 1980 von 1,425.622 auf 2,232.577 an, wovon mehr als 120.000 auf Wien entfielen.⁴¹²

„Das Fernsehgerät wurde in diesem Zeitraum zu einem elementaren Bestandteil jenes Raums, auf den und in dem sich ein großer Teil der Konsumwünsche der Nachkriegsgeneration konzentrierte. Als häusliche Unterhaltungsform begleitete und begünstigte das Fernsehen die Herausbildung und Standardisierung des familialen Innenraums als privilegierten Ort des privaten Konsums. Fernsehen wurde zum ‚Raum- und Zeitausstatter‘ der Verknüpfung von Freizeit, Familie und Konsum als zentrale Synthese der kapitalistischen Nachkriegswirtschaft.“⁴¹³

7.3.2. Der Boom des motorisierten Individualverkehrs

Ein zentrales Merkmal westlicher Industrienationen ist die Massenmobilität, welche ihre Anfänge in den 1950er Jahren der österreichischen Geschichte nahm und fortan stetig wuchs. Die Motorisierungswelle begann mit einem Anstieg der PKW-Zahlen im Jahre 1955, jedoch manifestierte sich diese erst im Laufe der sechziger und siebziger Jahre. Auf Grund dessen spricht man von einer „Verkehrslawine“⁴¹⁴ in den 1970er und 1980er Jahren. Geprägt war diese Entwicklung einerseits durch den Anstieg der Bevölkerungszahlen und andererseits durch die Zunahme der Wegdistanzen, welche im Zuge der Funktionstrennung von Arbeit und Wohnen zustande kamen. Darüber hinaus muss auch der symbolträchtige Charakter des Autos erwähnt werden, denn dieses galt als Statussymbol und signalisierte Wohlstand, Lebensqualität und sozialen Aufstieg. Ferner wurde es verstärkt ab den 1960er Jahren auch für Urlaubsreisen verwendet, was sich infolge der veränderten Bedeutung von Freizeit in den siebziger Jahren noch gesteigert hatte, da Wochenendausflüge mit dem PKW vermehrt auftraten. Das Auto hatte sich außerdem vom Luxus- und Statussymbol der fünfziger Jahre zum alltäglichen Gebrauchsgegenstand entwickelt und überschritt 1970 erstmals die Millionengrenze, wie in Abbildung 6 zu erkennen ist.

⁴¹² Vgl. Statistik Austria, Fernsehteilnehmerinnen und –teilnehmer (Bewilligung) 1960 bis 2012. In: Statistik Austria, online unter http://www.statistik.gv.at/web_de/statistiken/bildung_und_kultur/kultur/hoerfunk_und_fernsehen/021230.html (13. Juni 2014).

⁴¹³ Monika *Bernold*, *Austrovision und Telefamilie. Von den Anfängen einer >historischen Sendung<*. In: Reinhard Sieder, Heinz Steinert, Emmerich Tólos (Hg.), *Österreich 1945-1995. Gesellschaft, Politik, Kultur* (Wien ²1996), 230.

⁴¹⁴ Franz X. *Eder*, *Privater Konsum und Haushaltseinkommen im 20. Jahrhundert*. In: Franz X. *Eder*, Peter *Eigner*, Andreas *Resch*, Andreas *Weigl*, *Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum. Wien im 20. Jahrhundert* (Innsbruck/Wien/München 2003), 239.

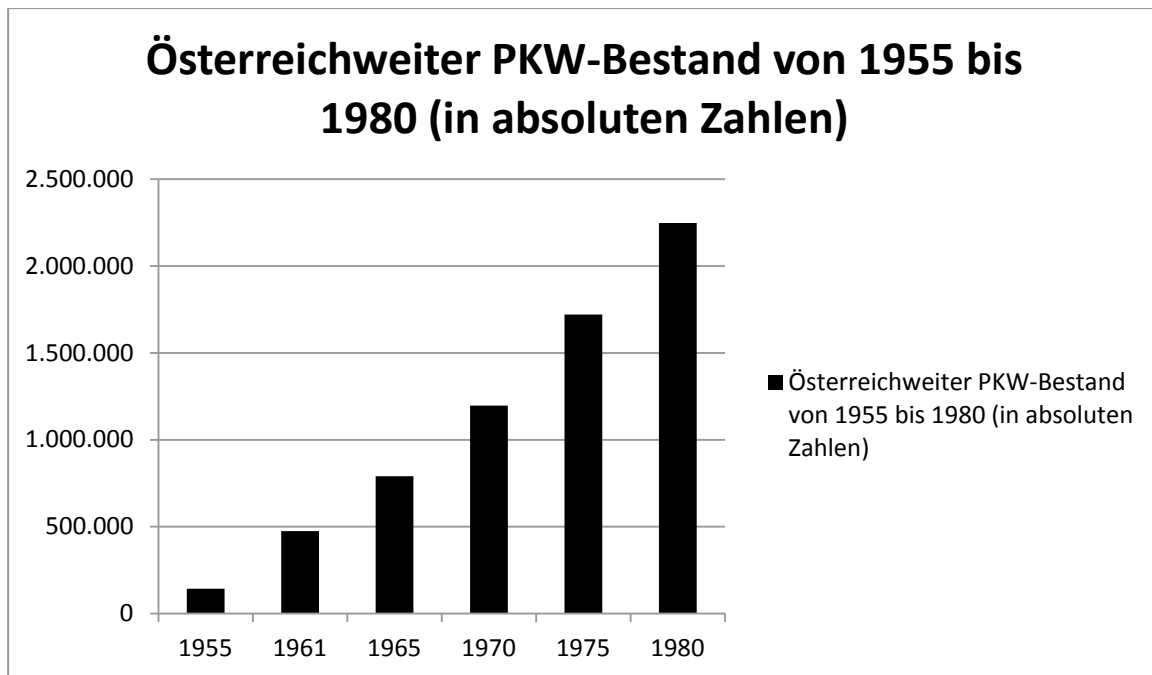


Abbildung 6: PKW-Bestand in Österreich von 1955 bis 1980⁴¹⁵

In Hinblick auf den PKW-Bestand in Wien ist anzumerken, dass dieser Anfang der 1950er Jahre mit 3,3 Personenkraftwagen pro 100 Haushalte noch sehr gering war. Ab Mitte der fünfziger Jahre stieg die Zahl der Autos in Wien, gleich der gesamtösterreichischen Entwicklung, stetig an. 1961 kamen 22 PKWs auf 100 Haushalte, 1971 waren es 47 und 1981 bereits 61 angemeldete PKWs. Der gesteigerte gesellschaftliche Wohlstand machte sich im Zuge dessen auch bei den realen Mehrausgaben für die individuellen Transportmittel, sei dies das Auto oder Motorrad, bemerkbar. Zwischen 1965 und 1970 verdreifachten sich diese Ausgaben und zwischen 1970 und 1975 erhöhten sie sich abermals um 30 bis 50 Prozent.⁴¹⁶

Als Symbol für Technologie und Fortschritt steht das Auto im Zentrum des Mobilitätskonzepts von wohlhabenden Industriestaaten. Des Weiteren ist es ein Charakteristikum der Individualisierung der Gesellschaft. Selbstbestimmung ist dabei ein wesentliches Schlagwort, welches eine neue Form des Lebensstils beschreibt. Diesen kennzeichnete eine erhöhte Aktivität und Flexibilität, welchem die Mobilität als Voraussetzung diene. Die individuelle und persönliche Freiheit rückte in den Vordergrund und äußerte sich in vermehrtem Konsum sowie einer erhöhten Mobilität. Folglich begünstigte die Individualisierung die Nutzung von privaten PKWs erheblich. Eng verknüpft mit der Thematik der Mobilität ist jene des Freizeit- und Urlaubsverhaltens.⁴¹⁷ Da in den 1970er Jahren der

⁴¹⁵ Eigene Darstellung auf Basis von: Statistik Austria (Hg.), Österreich. Zahlen, Daten, Fakten (Wien 2013), 115.

⁴¹⁶ Vgl. Franz X. Eder, Vom Mangel zum Wohlstand. Konsumieren in Wien 1945-1980. In: Susanne Breuss (Hg.), Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (Wien 2005), 31-32.

⁴¹⁷ Vgl. Karin Steigenberger, Thomas Feßl, Demografie und Verkehr in Österreich (Wien 2013), 30. In: Wirtschaftskammer Österreich, online unter

Wohlfahrtsstaat ausgebaut wurde, kam es zur Einführung der allgemeinen 40-Stunden-Woche sowie des garantierten Mindesturlaubs von vier Wochen. Dieser Zuwachs an verfügbarer Zeit führte zu einer Trendwende, da fortan die Urlaubsreisen zunahmen. Abbildung 7 zeigt die ansteigende Bedeutung von Reisen im In- und Ausland auf, wobei angemerkt werden muss, dass hierbei nur Haupturlaubsreisen, das heißt Urlaube mit mindestens vier Nächtigungen, berücksichtigt wurden.

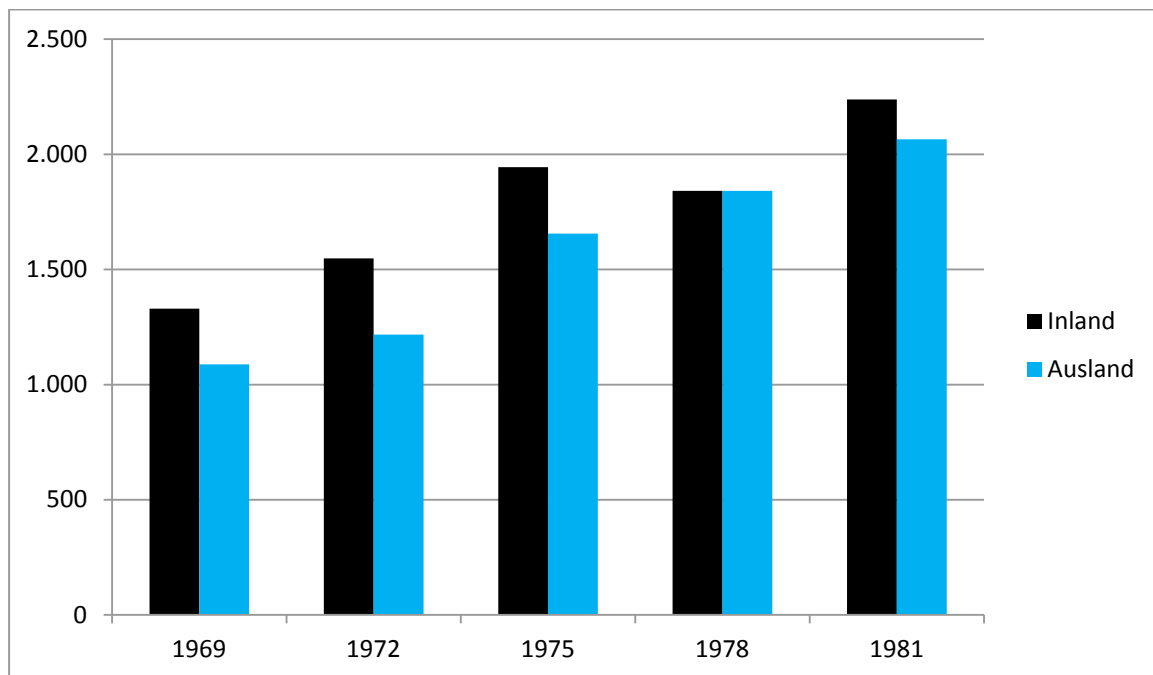


Abbildung 7: Haupturlaubsreisen der österreichischen Bevölkerung (in 1.000)⁴¹⁸

Ende der 1960er Jahre unternahmen 27,5 Prozent der Österreicher ab 15 Jahren mindestens eine Haupturlaubsreise, was einem Reisevolumen von circa 1,1 Millionen Reisen ins Ausland und in etwa 1,3 Millionen inländischen Urlaubsreisen entsprach. 1975 wurden insgesamt 3,6 Millionen Haupturlaubsreisen von 36,1 Prozent der Bevölkerung durchgeführt, wobei die Inlandsreisen weiterhin überwogen. Sechs Jahre später erreichte die Reiseintensität einen Wert von 39,5 Prozent und das Reisevolumen entsprach in etwa 4,3 Millionen. Bis Anfang der achtziger Jahre überwog dabei der Anteil der Inlandsreisen die Auslandsreisen, was sich im Verlauf der 1980er Jahre umkehren sollte. Die favorisierten Reisedestinationen im Ausland waren über den dargestellten Zeitraum hinweg konstant dieselben geblieben, wobei Italien das beliebteste Ziel repräsentierte. Verreist wurde vorwiegend in den Sommermonaten Juli und August, aber auch der Wintertourismus sollte in weiterer Folge einen Aufschwung verzeichnen.⁴¹⁹ Durch die Hochstilisierung von Wintersportlern zu

<https://www.wko.at/Content.Node/Interessenvertretung/Standort-und-Innovation/2013-04_Dossier_Demografie_und_Verkehr_in_oe.pdf> (13. Juni 2014).

⁴¹⁸ Eigene Darstellung auf Basis von: Statistik Austria, Reisegewohnheiten der österreichischen Bevölkerung nach Reisezielen. In: Statistik Austria, online unter

<http://www.statistik.at/web_de/statistiken/tourismus/reisegewohnheiten/069541.html> (13. Juni 2014).

⁴¹⁹ Vgl. Statistik Austria (Hg.), Österreich. Zahlen, Daten, Fakten (Wien⁹2013), 63.

Nationalhelden avancierte das Skifahren in Österreich zu einem Volkssport, was in einem Anstieg der Winterurlaube ab Mitte der siebziger Jahre resultierte. Diese waren dabei nicht nur als sportliche Freizeitbeschäftigung zu verstehen, sondern auch als Ausdruck von Lebensstil, welcher sich als gesellschaftliches Phänomen präsentierte.⁴²⁰

Ein zusätzliches Merkmal der Reisetätigkeit in den siebziger Jahren war, dass der Großteil der Urlaubsreisen zwischen ein und zwei Wochen dauerte. Ab Mitte der siebziger Jahre verzeichnete man jedoch einen Zuwachs an Kurzurlaube, welche eine Dauer von 5 bis 7 Tagen aufwiesen. Dieser Trend setzte sich in den achtziger Jahren fort und erlebte rund um die Jahrtausendwende einen Höhepunkt. Das wichtigste Transportmittel dabei stellte und stellt immer noch der PKW dar (siehe Abbildung 8), wobei die Entwicklung in Richtung Flugreisen seit den 1970er Jahren deutlich angestiegen ist.⁴²¹

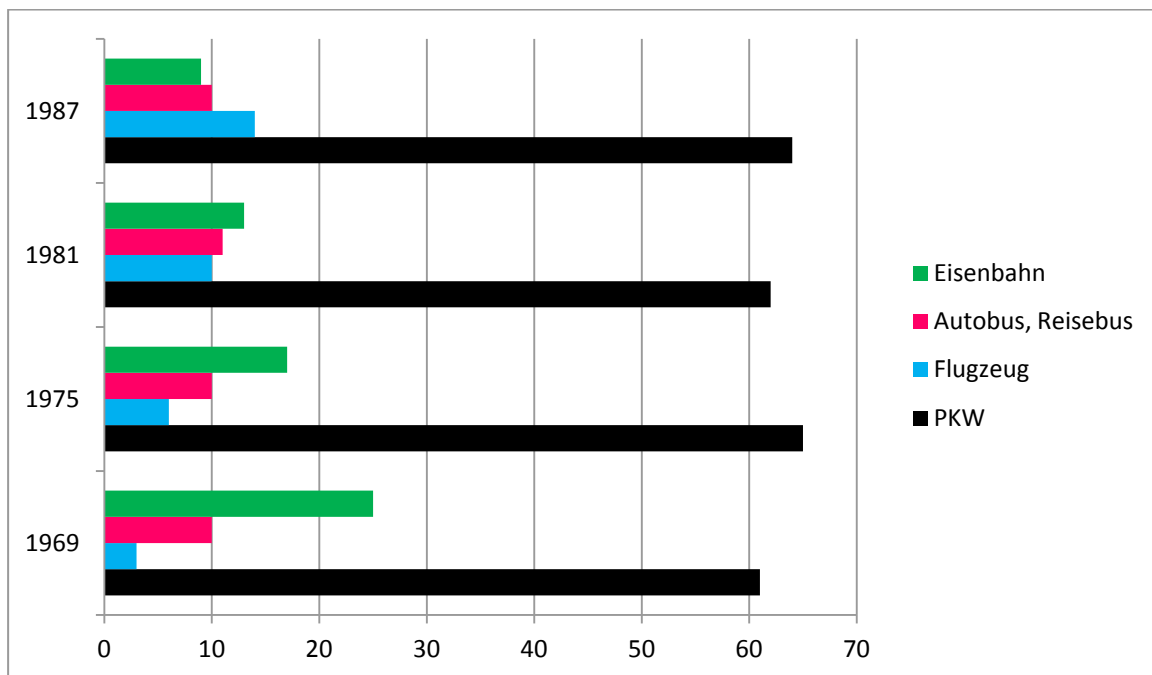


Abbildung 8: Verkehrsmittelwahl der Österreicher bei Urlaubsreisen (in %) ⁴²²

Das rasant anwachsende Verkehrsaufkommen hatte aber auch seine Schattenseiten, welche durch die Erdölkrise von 1973 und dem damit verbundenen „autofreien Tag“ erstmals deutlich sichtbar wurden. Nachdem der Jom-Kippur-Krieg beendet war, folgte die Besetzung arabischer Gebiete durch Israel, was die Organisation erdölexportierender Länder (OPEC) dazu veranlasste, ihre Exporte um ein Viertel zurückzuschrauben und darüber hinaus die Abgabepreise zu erhöhen. Daraufhin mussten die westlichen Industrienationen den Treibstoffverbrauch minimieren beziehungsweise rationalisieren.

⁴²⁰ Vgl. Franz *Grieshofer*, Der Fischer Ski C4. In: Verein Alltagskultur seit 1945 (Hg.), Dinge des Alltags. Objekte zu Kultur und Lebensweise in Österreich seit 1945 (Weitra 2004), 44.

⁴²¹ Vgl. Statistik Austria (Hg.), Österreich. Zahlen, Daten, Fakten (Wien ⁹2013), 63.

⁴²² Eigene Darstellung auf Basis von: Statistik Austria (Hg.), Österreich. Zahlen, Daten, Fakten (Wien ⁹2013), 63.

Als Folge dessen wurde in Österreich im Jahre 1974 das so genannte „Pickerl“ eingeführt, welches bestimmte, an welchem Tag das Auto nicht benutzt werden durfte. Die Entscheidung, welcher Tag dafür herangezogen wurde, oblag dem PKW-Besitzer, da man Angst hatte, ein „autofreier Sonntag“ könnte dem Tourismus schaden. Durch die Einführung des „Pickerls“ verzeichneten die öffentlichen Verkehrsmittel bemerkenswerte Steigerungsraten, jedoch hatte sich die Situation schon bald wieder beruhigt und somit konnte die Plakette ab 1975 wieder abgenommen werden.⁴²³

Darüber hinaus stiegen die Unfallzahlen in beträchtliche Höhen. 1961 zählte man 42.653 Unfälle mit 1.640 Todesfällen in Österreich. Bis 1970 stiegen diese Zahlen auf 51.631 an, wobei 2.507 Personen getötet wurden. Eine Trendwende wurde erst mit dem Jahr 1973 eingeläutet, als man Geschwindigkeitsbeschränkungen und die Gurtenpflicht sowie ein niedrigeres Alkohollimit einführte. Darüber hinaus forcierte man die Ausbildung der Lenker und Kontrollen im Straßenverkehr. All diese Aspekte wirkten sich positiv auf die Unfallstatistik aus, so dass bis 1975 die Unfallzahlen erstmals auf 49.132 gesunken waren. Die Anzahl der dabei Getöteten lag dennoch bei 2.467 Personen.⁴²⁴

Neben der erhöhten Reisetätigkeit mit Hilfe des Autos sowie dem angestiegenen Berufs- und Pendlerverkehr, nahm in den 1970er Jahren aber auch der Einkaufsverkehr zu. Obgleich die überwiegende Mehrheit der Wiener in unmittelbarer Nähe zu ihrem Wohnort einkaufte, zeichnete sich ein Trend in Richtung Großeinkauf im Supermarkt, der mit dem Auto bewältigt wurde, ab. 1976 wurde beispielsweise die „Shopping City Süd“ eröffnet und erfreute sich rasch großer Besucherzahlen. „Einkaufen mit dem Auto, Einkaufen und Erlebnis und Freizeitspaß und Einkaufen für jede Bedarfsdeckung“⁴²⁵ an ein und demselben Ort charakterisierte dabei die mobile Konsumgesellschaft.⁴²⁶

7.3.3. Der Konsumismus der 1970er Jahre

„Arbeite, um zu konsumieren“ und „Konsumiere, damit es Arbeit gibt“ lauteten die Grundsätze des fordistischen Systems, welches bis Mitte der 1970er Jahre ein erhebliches Wirtschaftswachstum und eine Blütezeit des Massenkonsums generierte. Arbeitsplätze, Wohlstand und die Einkommen waren dabei nicht nur gesichert, sondern hatten sich auch erhöht. Noch in der ersten Hälfte der siebziger Jahre steigerten sich die Bruttomedianeinkommen um drei bis sieben Prozent, was sich durch die weltweite Rezession ab der zweiten Hälfte der 1970er Jahre wieder änderte.⁴²⁷

⁴²³ Vgl. Alexander *Jalkotzy*, Das Pickerl. In: Verein Alltagskultur seit 1945 (Hg.), Dinge des Alltags. Objekte zu Kultur und Lebensweise in Österreich seit 1945 (Weitra 2004), 46.

⁴²⁴ Vgl. Statistik Austria (Hg.), Österreich. Zahlen, Daten, Fakten (Wien 2013), 115.

⁴²⁵ Franz X. *Eder*, Vom Mangel zum Wohlstand. Konsumieren in Wien 1945-1980. In: Susanne Breuss (Hg.), Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (Wien 2005), 32.

⁴²⁶ Vgl. Franz X. *Eder*, Vom Mangel zum Wohlstand. Konsumieren in Wien 1945-1980. In: Susanne Breuss (Hg.), Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (Wien 2005), 32.

⁴²⁷ Vgl. Franz X. *Eder*, Vom Mangel zum Wohlstand. Konsumieren in Wien 1945-1980. In: Susanne Breuss (Hg.), Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (Wien 2005), 28.

Ein weiteres Charakteristikum der siebziger Jahre ist, dass sich der Anteil der Frauen im Berufsleben erhöhte. Waren diese zuvor spätestens nach der Geburt des ersten Kindes für immer zu Hause geblieben, so etablierte sich nun das so genannte „Dreiphasenmodell“. Dabei kehrten Frauen nach längerer Zeit wieder in das Erwerbsleben zurück, um einen Teil zum Haushaltsbudget beizutragen. Das bedeutete gerade zu Beginn der siebziger Jahre eine beträchtliche Mehrbelastung für Frauen, die neben ihrem Beruf zusätzlich viele Stunden für den Haushalt und die Kindererziehung aufwenden mussten. Eine geringfügige Besserung trat bis Anfang der achtziger Jahre ein, da die Haushaltsarbeit rationalisiert und außerdem ein wenig öfter von Männern übernommen wurde. Kinderbetreuung und Hausarbeit waren fortan nicht mehr nur den Frauen zugeschrieben, sondern gewannen als Aufgaben beider Geschlechter an Bedeutung.⁴²⁸

Des Weiteren muss die Arbeitszeitverkürzung als wesentliches Merkmal dieser Periode genannt werden, da sich auf Grund dessen die Konsumzeit erheblich ausdehnte. 1975 war die 40-Stunden-Woche eingeführt worden und mit ihr kam auch das „freie Wochenende“ auf. Letzteres wurde fortan verstärkt dazu genutzt, Großeinkäufe zu erledigen, was bald einen ritualhaften Charakter erhielt. Die Verknüpfung von Freizeit und Konsum erfuhr somit in den siebziger Jahren einen Aufschwung.⁴²⁹

In Hinblick auf die einzelnen Konsumbedürfnisse der 1970er Jahre ist eine Herabsetzung von einstigen Luxus- zu Alltagsprodukten zu erkennen. Konsumierte man beispielsweise Kuchen, Schokolade oder Bohnenkaffee in den vorangegangenen Epochen nur an Sonn- und Feiertagen, so erhielten diese Produkte nun einen Platz im täglichen Leben. Der Verbrauch von Bohnen- und Ersatzkaffee betrug im Jahre 1965 2,6 Kilogramm pro Kopf, erhöhte sich bis 1975 auf 3,5 Kilogramm und stieg bis 1980 auf 4,1 Kilogramm an.⁴³⁰ Vermehrt hatte sich außerdem der „Verzehr außer Haus“ bis Mitte der siebziger Jahre, welcher 1975 rund 20 Prozent der gesamten Ernährungsausgaben ausmachte. Dies ist auf die verstärkte Funktionstrennung von Wohnort und Arbeitsstätte zurückzuführen, was die Bedeutung von Kantinen und Gaststätten förderte. Des Weiteren fanden verstärkt industriell gefertigte Nahrungsmittel Eingang in die Haushalte. Dazu zählte unter anderem die Kondensmilch, die in den fünfziger Jahren lediglich ein Ersatzprodukt darstellte, sich in den 1960er und 1970er Jahren aber zum „Geschmacksverbesserer“ von Kaffee etablierte. Auch Konserven wurden beliebter und kamen vermehrt bei „exotischen“ Nahrungsmitteln, wie der Ananas, zum Einsatz. Musste man in den 1950er und Anfang der 1960er Jahre seine Konsumbedürfnisse noch im Bereich der Ernährung befriedigen, so änderte sich dies in weiterer

⁴²⁸ Vgl. Marina *Fischer-Kowalski*, Sozialer Wandel in den 1970er Jahren. In: Reinhard Sieder, Heinz Steinert, Emmerich Tálos (Hg.), Österreich 1945-1995. Gesellschaft, Politik, Kultur (Wien ²1996), 202-204.

⁴²⁹ Vgl. Franz X. *Eder*, Vom Mangel zum Wohlstand. Konsumieren in Wien 1945-1980. In: Susanne Breuss (Hg.), Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (Wien 2005), 29.

⁴³⁰ Vgl. Franz X. *Eder*, Vom Mangel zum Wohlstand. Konsumieren in Wien 1945-1980. In: Susanne Breuss (Hg.), Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (Wien 2005), 28-30.

Folge. Die Nahrungsmittelausgaben reduzierten sich auf einen kleinen Teil des gesamten Haushaltsbudgets, wohingegen die Aufwendungen für Wohnen, Bildung, Freizeit, Erholung, Sport und Verkehr stiegen. Die Realausgaben der Wiener Haushalte hatten sich zwischen 1964 und 1974 um 29 Prozent und zwischen 1974 und 1984 um weitere 11 Prozent erhöht.⁴³¹

Ein weiterer Konsumtrend der siebziger Jahre ist das Aufkommen von Markenware. Fortan war es nicht mehr nur wichtig Blue Jeans zu tragen, sondern es mussten jene von „Levi's“ sein. Dieses Markenbewusstsein lässt sich auch mit dem vorangegangenen Kapitel der Mobilität verknüpfen, denn hinsichtlich der Automarken gab es in den siebziger Jahren einen klaren Favoriten: der VW Golf. Mit dem Werbeslogan „Der neue Volkssport: Golf“ sollte dieser ein Auto für jedermann sein und wurde als so genannte „Mittelklasse“ gleichzeitig als praktisch und luxuriös beworben. Der VW Golf kann somit als Symbol der Freizeitgesellschaft der 1970er Jahre herangezogen werden, welcher zugleich die fortschreitende Individualisierung aufzeigte. Zur Wahl standen verschiedene Lackfarben, unterschiedliche Sitzbezüge und zwei oder vier Türen. Des Weiteren gab es den als „Kompaktlimousine“ bezeichneten Golf auch als Cabrio sowie mit oder ohne Nebelscheinwerfern. Der Autokäufer konnte sich folglich ein auf ihn persönlich zugeschnittenes Fahrzeug zusammenstellen lassen.⁴³²

Diese Periode der österreichischen Geschichte kann somit als Fortsetzung der Konsumeuphorie der vorangegangenen zwei Jahrzehnte bezeichnet werden. Die Anzahl der Automobile stieg ebenso wie jene der Elektrogeräte. Kühlschrank, Waschmaschine und Fernsehapparat stellten dabei die bedeutendsten langfristigen Güter dar, welche sich zu Alltagsprodukten entwickelt hatten. Mobilität wurde zur Selbstverständlichkeit und war die Voraussetzung für eine verstärkte Reisetätigkeit. Mit der Minimierung der Arbeitszeit ging die Maximierung der Freizeit einher, welcher fortan ein immer größerer Stellenwert zugesprochen wurde. *Shopping* wurde zum neuen Schlagwort der „Überflussgesellschaft“. Im Gegensatz zu den „Halbstarken“ in den fünfziger Jahren, die dem Konsum frönten, entwickelte sich Ende der sechziger und Anfang der siebziger Jahre aber auch eine völlig andere Tendenz. Vorwiegend Studenten und Hippies wollten den Zwängen des Konsums mit einer Konsumaskese entgegen treten, die auch als Distanzierung gegenüber den Lebensstilen ihrer Eltern angesehen werden kann. Des Weiteren resultierte die Konsumkritik aus dem erwachenden Umweltgedanken der jüngeren Bevölkerung, welche aber erst in weiterer Folge durch die „Grünbewegung“ ins öffentliche Bewusstsein dringen sollte. Die Wirtschaft reagierte prompt auf

⁴³¹ Vgl. Franz X. Eder, Privater Konsum und Haushaltseinkommen im 20. Jahrhundert. In: Franz X. Eder, Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl, Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum. Wien im 20. Jahrhundert (Innsbruck/Wien/München 2003), 233-234.

⁴³² Vgl. Klara Löffler, Der VW Golf. In: Verein Alltagskultur seit 1945 (Hg.), Dinge des Alltags. Objekte zu Kultur und Lebensweise in Österreich seit 1945 (Weitra 2004), 48.

diese Negation und machte „casual wear“ sowie „Selbstaufbaumöbel“ zur Mode. Letztlich konnte der Siegeszug des Konsumismus trotz seiner negativen Effekte, die in den achtziger und neunziger Jahren immer stärker an die breite Öffentlichkeit traten, nicht aufgehalten werden.⁴³³

7.4. Die Kaffeehauslandschaft in den 1970er Jahren

Die siebziger Jahre in Wien stellten hinsichtlich des Lokalangebots in der City und den inneren Bezirken eine triste Epoche dar. Lokalitäten, wo man sich treffen konnte, gab es, laut Georg Friesenbichler, nur sehr wenige, was sich zu späterer Stunde, also nach Mitternacht, weiter reduzierte. Dieser Umstand veränderte sich auch nicht an den Wochenenden; einzig und allein die „Heurigen“ am Stadtrand erfreuten sich in den 1970er Jahren erhöhter Beliebtheit.⁴³⁴ Charakteristisch für jene Jahre und den Mangel an Möglichkeiten, um auszugehen, ist Wolfgang Ambros' Lied „Hoiba Zwöfe“ aus dem Jahre 1976 mit folgendem Text:

„Hoiba zwöfe, da Wirt mocht an Bahö –
hoiba zwöfe, mir soll'n doch endlich geh!
Hoiba zwöfe, die Stimmung is dahin
Weu um hoiba zwöfe is finsta in mein Wien. [...]
Von ana Szene kann ma bei uns übahaupt ned sprech'n,
ollas dasauft im Heirich'n, es is zum Erbrech'n. [...]
Stöh da amoi vua, daß bei uns a Konzert is
Wo'st fia de Koat'n nur zoist, wos a wert is!
Des tat uns jo des ganze Image vaderb'n
Weu Wien is und bleibt; ...
De Stodt zum Sterb'n!“⁴³⁵

Die vermehrte Randwanderung der Bevölkerung, welche in den siebziger Jahren nicht nur die City sondern auch die inneren Bezirke betraf, wirkte sich dementsprechend auf das „gastronomische“ Angebot dieser Stadtteile aus. Die Charakterisierung Wiens als eine tote Stadt kann im Zuge dessen als gültig erachtet werden, denn ein pulsierendes Stadtzentrum gab es nicht. Nach Betriebsbeziehungsweise Büroschluss wurde Wien zu einer schlafenden Stadt, die lediglich vereinzelt Freizeit- und Unterhaltungsmöglichkeiten bot. Die Straßenbeleuchtung wurde täglich um halb 12

⁴³³ Franz X. Eder, Privater Konsum und Haushaltseinkommen im 20. Jahrhundert. In: Franz X. Eder, Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl, Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum. Wien im 20. Jahrhundert (Innsbruck/Wien/München 2003), 243-244.

⁴³⁴ Vgl. Georg Friesenbichler, Unsere wilden Jahre. Die Siebziger in Österreich (Wien/Köln/Weimar 2008), 13.

⁴³⁵ Wolfgang Ambros, Hoiba zwöfe. Zitiert nach: wolfgangambros.at, online unter <<http://www.wolfgangambros.at/content.php?page=disko&which=51&action=liedtext&m=1&t=8>> (14. Juni 2014).

abgeschaltet und jene Lokale, die es gab, schlossen kurze Zeit später ihre Türen. Auch an den Kaffeehäusern ist diese Entwicklung nicht spurlos vorübergegangen und so stellten die siebziger Jahre eine große Krise für diese dar. Augenscheinlich wird dieser Umstand, wenn man die Zahlen der Innung der Kaffeesieder betrachtet, denn für den Zeitraum zwischen 1975 und 1981 gibt es keine Daten (siehe Abbildung 9).

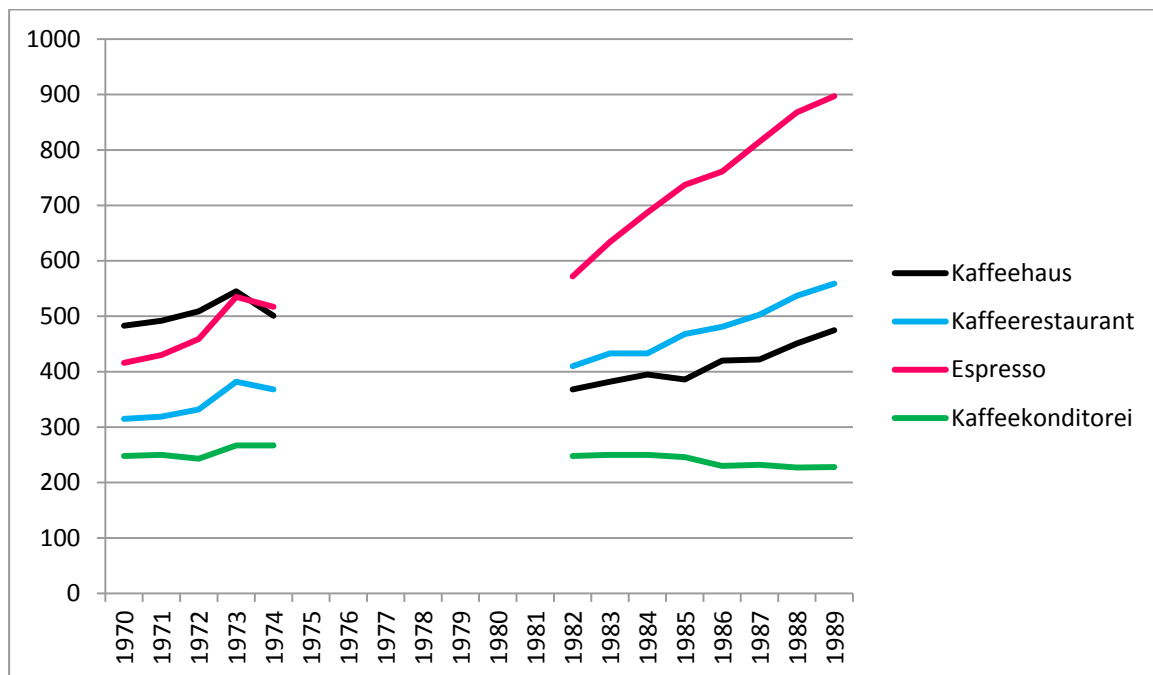


Abbildung 9: Betriebszahlen der Wiener Kaffeehauslandschaft von 1970 bis 1989 (in absoluten Zahlen)⁴³⁶

Bis 1970 verzeichneten die traditionellen Kaffeehäuser deutliche Rückgänge, wohingegen man bei Kaffeerestaurants, Kaffee Konditoreien und Espresso konstante Zuwächse feststellen konnte. Demnach bestand die Kaffeehauslandschaft Wiens im Jahre 1970 aus 483 Kaffeehäusern, 315 Kaffeerestaurants, 248 Kaffee Konditoreien und 416 Espresso. Die weiteren fünf Jahre sind beim Typus des Kaffeehauses von einem Auf und Ab gekennzeichnet, denn von 1970 bis 1973 wuchs ihre Anzahl auf 545, sank im folgenden Jahr jedoch wieder auf 501. Die restlichen Kaffeehausvarianten stiegen in diesem Zeitraum kontinuierlich an, erlebten 1973 dagegen auch eine Zäsur. Im Zuge dessen schrumpfte die Anzahl der Kaffeerestaurants im Jahre 1974 auf 368, die der Espresso auf 517 und die Zahl der Kaffee Konditoreien stagnierte bei 267.⁴³⁷ Der plausibelste Grund für diesen Einschnitt ist die erste Erdölkrise 1973, die Energieknappheit und massive Preissteigerungen hervorrief. Energiesparen war das Schlagwort, der „autofreie Tag“ und die „Energieferien“ wurden eingeführt. Trotz dieser Maßnahmen und den Bemühungen der Regierung Kreiskys, welche die langfristigen Auswirkungen

⁴³⁶ Eigene Darstellung auf Basis von: Statistik der Innung der Kaffeesieder Wiens, siehe Anhang.

⁴³⁷ Vgl. Statistik der Innung der Kaffeesieder Wiens, siehe Anhang.

um einige Jahre in die Zukunft verschieben konnten, zeichnete sich die „Krise des Wohlfahrtsstaates“ ab.

„Die 1970er Jahre waren eine Art goldenes Zeitalter der Modernisierung für Österreich. Der [...] gesellschaftliche Fortschritt kam in dieser Periode gewissermaßen zu seiner Vollendung [...]. Dies war allerdings der Abschluß einer Entwicklung und nicht der Auftakt einer gleichgearteten Zukunft – zunehmende Arbeitslosigkeit, die Finanzkrise des Wohlfahrtsstaates, massive Widerstände gegen den technischen Fortschritt als Umweltzerstörer und ein Meinungsumschwung, besonders unter den Arbeitern, zugunsten rechter politischer Parteien sind bereits gegen Ende dieser Periode zum Vorschein gekommen.“⁴³⁸

Neben den wirtschaftlichen Problemen, die sich durch die zweite Erdölkrise 1979/80 abermals verschärften, hatte allerdings auch das veränderte gesellschaftliche Freizeitverhalten einen wesentlichen Einfluss auf den Schrumpfungsprozess der Kaffeehäuser. Diesen haftete bereits seit den fünfziger Jahren ein altes und verstaubtes Image an, welches im Gegensatz zu Fortschritt und Modernität stand, was sich auch in den 1970er Jahren nicht verändert hatte, wie man an folgendem Zitat sehen kann:

„Das Café Hawelka in der Innenstadt, wo sich in den sechziger Jahren Künstler und Studenten versammelt hatten und manche politischen Diskussionen geführt worden waren, war zu unserer Zeit schon zu sehr Mythos – und damit etabliert – geworden.“⁴³⁹

Darüber hinaus wurde der Fernsehapparat zu einem bedeutenden Konkurrenten für die Kaffeesieder. Hatte man anfänglich der neuartigen Beschäftigung des Fernsehens noch in Gaststätten und Kaffeehäusern gefrönt, so verlagerte sich dies im Laufe der sechziger und siebziger Jahre in die privaten Haushalte. Die zunehmende Ausstattung der Wohnungen mit Fernsehgeräten führte dazu, dass diese zur zentralen „häuslichen Unterhaltungs- und Freizeitform“⁴⁴⁰ wurden. Nach getaner Arbeit wurden die Abende folglich im Wohnzimmer vor dem Fernseher verbracht und somit eine Verlagerung der Freizeit vom öffentlichen in den privaten Raum vollzogen. Des Weiteren verlor das Kaffeehaus durch den Siegeszug des Fernsehens auch seinen Status als Informationsbörse. Nun konnte man jegliche Neuigkeiten, sei dies in Bezug auf Literatur, Sport, Politik oder Kultur, über den Bildschirm direkt im eigenen Wohnzimmer empfangen. Zusätzlich spielte auch die größere Mobilität der Gäste eine erhebliche Rolle bezüglich des Bedeutungsverlustes der Kaffeehäuser. „Das Auto wurde zum Inbegriff von Mobilität und Freiheit, zum Kristallisationspunkt von Lebensentwürfen und

⁴³⁸ Marina *Fischer-Kowalski*, Sozialer Wandel in den 1970er Jahren. In: Reinhard Sieder, Heinz Steinert, Emmerich Tálos (Hg.), Österreich 1945-1995. Gesellschaft, Politik, Kultur (Wien ²1996), 210.

⁴³⁹ Georg *Friesenbichler*, Unsere wilden Jahre. Die Siebziger in Österreich (Wien/Köln/Weimar 2008), 14.

⁴⁴⁰ Franz X. *Eder*, Privater Konsum und Haushaltseinkommen im 20. Jahrhundert. In: Franz X. Eder, Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl, Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum. Wien im 20. Jahrhundert (Innsbruck/Wien/München 2003), 238.

Weltbildern, aber auch zur Chance, der durch die Vollmobilisierung an Lebensqualität verlierenden städtischen Umwelt zu entkommen.“⁴⁴¹ Das Wochenende war bestimmt durch den Großeinkauf am Samstag, welcher zunehmend in den Shopping Cities am Stadtrand, in einer Kombination aus Konsum und Freizeit, durchgeführt wurde und den Sonntag verbrachte man im Grünen. Das bedeutet, Sonntagsausflüge in die nähere Umgebung Wiens avancierten zu einer beliebten Freizeitbeschäftigung der Gesellschaft, die auf Grund des motorisierten Individualverkehrs ermöglicht wurde.

Alles in allem gingen diese gesellschaftlichen Veränderungen mit einer Vielzahl von geschlossenen Lokalitäten einher, wovon auch Kaffeehäuser betroffen waren. Obgleich keinen Daten für den Zeitraum zwischen 1975 und 1981 vorliegen, kann man einen grundsätzlichen Trend in Richtung eines Rückgangs der klassischen Cafés feststellen. Umfasste deren Zahl 1974 noch 501 Häuser, so waren im Jahre 1982 – als die Zählung erneut begann – lediglich 368 zu verzeichnen. Auch die Anzahl der Kaffee Konditoreien war 1982 mit 248 Betrieben etwas gesunken, wohingegen die Kaffeerestaurants mit 410 und die Espressi mit 572 Geschäften eine größere Menge als 1974 aufwiesen. Nochmals betont werden muss, dass dies auf Grund des Datenloches keine lineare Entwicklung darstellt und deswegen nicht direkt vergleichbar ist.⁴⁴²

8. Die Revitalisierung des Kaffeehauses ab den 1980er Jahren

8.1. Kontextualisierung

Die 1980er und 1990er Jahre in Wien können mit Hilfe des Begriffes Reurbanisierung beschrieben werden. Nachdem die Bevölkerung Wiens bis dahin einen langsamen Rückgang zu verzeichnen hatte, kam es zu einer Trendwende und so erhöhten sich im Zeitraum zwischen 1981 und 1991 die Einwohnerzahlen der Stadt um 0,6 Prozent. Von 1991 bis 2001 stiegen die Bevölkerungszahlen erneut um 0,7 Prozent und den Höhepunkt des Wachstums erreichte man im Zeitraum zwischen 2001 und 2011, wo 10,6 Prozent Zuwachs registriert wurden. In absoluten Zahlen sieht dies folgendermaßen aus: 1981 lebten 1,531.346 Menschen in Wien, 1991 waren es 1,539.848, 2001 belief sich die Zahl auf 1,550.261 und 2011 auf 1,714.227.⁴⁴³ Der Hauptgrund für die Zunahme ist ein starker Anstieg der Zuwanderung aus dem Ausland, was vor allem seit 1990 zu verzeichnen war. Dabei sind es vorwiegend Personen aus dem ehemaligen Jugoslawien, welche ab diesem Zeitpunkt

⁴⁴¹ Franz X. Eder, Privater Konsum und Haushaltseinkommen im 20. Jahrhundert. In: Franz X. Eder, Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl, Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum. Wien im 20. Jahrhundert (Innsbruck/Wien/München 2003), 239.

⁴⁴² Vgl. Statistik der Innung der Kaffeesieder Wiens, siehe Anhang.

⁴⁴³ Vgl. Statistik Austria, Bevölkerung Österreichs seit 1869 nach Bundesländern. In: Statistik Austria, online unter

<http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/volkszaehlungen_registerzaehlungen/bevoelkerungsstand/023290.html> (12. Juni 2014).

verstärkt nach Österreich einwanderten. Ihre Zahl hat sich zwischen 1985 und 1994 um 70.272 erhöht. In Hinblick auf die Inländer war zwar weiterhin eine höhere Abwanderung als Zuwanderung feststellbar, diese ging aber verglichen mit den siebziger Jahren bis 1991 auf knapp ein Viertel des Ausmaßes zurück. Neben diesen Aspekten spielte ein niedriges Geburtendefizit der 1980er Jahre, welches sich fast wieder auf dem Niveau der sechziger Jahre befand, ebenfalls eine große Rolle bezüglich des neuerlichen Bevölkerungswachstums.⁴⁴⁴

Die Wanderungstendenzen innerhalb der Stadt kennzeichnete weiterhin eine Verlagerung der Einwohner an die Peripherie, wenngleich dies weniger verstärkt auftrat als die Jahre zuvor. Im Zuge dessen reduzierte sich die Bevölkerung der Inneren Stadt stetig von 1981 bis 2011. Die inneren Bezirke verzeichneten zwischen 1981 und 1991, mit Ausnahme von Mariahilf und Neubau, ebenso leichte Einwohnereinbußen, was sich abgesehen von Brigittenau bis 2001 fortsetzte. Bis 2011 kam es aber in allen inneren Bezirken zu einem kontinuierlichen Anstieg der Zahlen. In den äußeren Bezirken wuchs die Bevölkerung zwischen 1981 und 1991, wobei die Bezirke XIII, XV, XVIII und XIX dabei eine Exzeption darstellten. Bis 2001 hatte sich diese Entwicklung wieder verändert, denn nun kam es, ausgenommen der Bezirke X, XI, XXI, XXII und XXIII, zu Einwohnereinbußen in den äußeren Bezirken. Bezüglich des Zeitraumes zwischen 2001 und 2011 war aber erneut ein Bevölkerungswachstum in allen Außenbezirken festzustellen.⁴⁴⁵

In punkto Beschäftigung sind folgende Entwicklungen für den angesprochenen Zeitraum aufzuzeigen. Die Wiener Arbeitsbevölkerung hatte sich von 1981 bis 1991 um 3,2 Prozent erhöht und in den folgenden Jahren bis 2001 wieder um 0,6 Prozent verringert. In absoluten Zahlen bedeutet das, dass die Arbeitsbevölkerung 1981 816.053, 1991 842.412 und 2001 837.173 betrug. Betrachtet man dabei die Veränderungen in den einzelnen Stadtregionen, so verlor die Innere Stadt von 1981 bis 2001 Arbeitsbevölkerung. Die inneren Bezirke II, III, VIII, und IX erlebten zwischen 1981 und 1991 einen Anstieg, die restlichen schrumpften im genannten Zeitraum. Dies änderte sich zwischen 1991 und 2001 und so waren nur mehr in den Bezirken IV, V sowie VIII Rückgänge zu verzeichnen. In den äußeren Bezirken setzte sich der Wachstumsprozess fort, obwohl Meidling, Penzing und Döbling zwischen 1981 und 1991 mit einer Schrumpfung konfrontiert waren. Bis 2001 waren es die Bezirke XII, XIV, XV, XVI, XVII und XVIII, die einem Rückgang der Arbeitsbevölkerung ins Auge blicken mussten, die restlichen erlebten einen Anstieg.⁴⁴⁶ Bis zum Jahre 2011 erhöhte sich die Zahl der

⁴⁴⁴ Vgl. Peter Eigner, Andreas Resch, Phasen der Wiener Stadtentwicklung (Wien 2001), 16. In: demokratiezentrum.org, online unter

<http://www.demokratiezentrum.org/fileadmin/media/pdf/eigner_resch_phasen.pdf> (12. Juni 2014).

⁴⁴⁵ Vgl. Statistik Austria, Bevölkerung seit 1869 nach Politischen Bezirken. In: Statistik Austria, online unter <http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/volkszaehlungen_registerzaehlungen/bevoelkerung_gsstand/index.html> (12. Juni 2014).

⁴⁴⁶ Vgl. Statistik Austria, Arbeitsbevölkerung nach Bezirken 1961 – 2001. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <<https://www.wien.gv.at/statistik/grosszaehlung.html>> (12. Juni 2014).

Erwerbstätigen auf 926.082, wobei mit Ausnahme der Bezirke VIII, IX, XIII, XV, XVII und XXIII, ein Wachstum zu erkennen war.⁴⁴⁷

Ausgehend von den sechziger Jahren entwickelte sich Wien zu einer Dienstleistungsgesellschaft. Waren Anfang der siebziger Jahre 57,3 Prozent der Erwerbstätigen in diesem Sektor tätig, so erhöhte sich dies bis 1981 auf 64,5 Prozent und bis 1991 auf 71,3 Prozent. Von statten ging diese Entwicklung auf Kosten des Sekundärsektors, der Rückgänge zu verzeichnen hatte. Betrachtet man das Wiener Bruttoregionalprodukt von 1964 bis 1981 so stieg dieses zwar an, verlor aber in Hinblick auf das gesamtösterreichische Bruttoinlandsprodukt an Gewicht. Zehn Jahre später war die Wiener Wirtschaft wieder rascher angewachsen, was sich auch in einem Anstieg des Anteils am österreichischen BIP zeigte.⁴⁴⁸ Von 1998 bis 2001 war diese Tendenz aber wieder rückläufig. Im Jahr 2000 betrug der Anteil Wiens am österreichischen Bruttoinlandsprodukt 26,7 Prozent, stieg bis 2002 auf 27,2 Prozent an und war anschließend immer konstant knapp über 26 Prozent. Nichtsdestotrotz blieb und bleibt Wien der wichtigste Wirtschaftsraum Österreichs.⁴⁴⁹

Gekennzeichnet ist die ökonomische Situation der 1980er und 1990er Jahre durch das Ende des Austro-Keynesianismus, eine hohe Staatsverschuldung und den Beginn der „postfordistischen Produktion“. Das bedeutet, dass sich die spezifische Massenproduktion um kleinere Betriebe erweiterte, welche mittels neuer Technologien als Konkurrenz zu großen Betrieben auftraten, da sie leichter auf individuelle Kundenwünsche eingehen konnten. Junge Start-Up-Unternehmen wurden zu einem bedeutenden ökonomischen Faktor und forderten die Ausbildung von qualifizierten Mitarbeitern, was aber nicht die Arbeitsmarktprobleme lösen konnte.⁴⁵⁰ Arbeitslosigkeit wurde zu einem zentralen Thema, da diese ab 1980 konstant anstieg. War die Arbeitslosenquote von 1961 bis 1980 stets unter 2 Prozent geblieben, so erhöhte sie sich bis 1995 auf 7,3 Prozent. Nachdem diese kurzfristig zurückgegangen war – im Jahr 2000 betrug die Arbeitslosenquote 7,2 Prozent – stieg sie nach der Jahrtausendwende wieder deutlich an. Ab 2005 verzeichnete man erneut Rückgänge, was ab 2010 wieder ins Gegenteil umschlug und in einer Arbeitslosenquote von 9,5 Prozent im Jahre 2012 resultierte.⁴⁵¹ Bis 2013 erhöhte sich die Arbeitslosenquote um weitere 0,6 Prozent.⁴⁵² Die

⁴⁴⁷ Vgl. Statistik Austria, Erwerbstätige am Arbeitsort nach Bezirken 2011. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <<http://www.wien.gv.at/statistik/arbeitsmarkt/beschaeftigung/index.html>> (12. Juni 2014).

⁴⁴⁸ Vgl. Peter Eigner, Andreas Resch, Die wirtschaftliche Entwicklung Wiens im 20. Jahrhundert. In: Franz X. Eder, Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl (Hg.), Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum (Innsbruck/Wien/München/Bozen 2003), 14-15.

⁴⁴⁹ Vgl. Statistik Austria, Bruttoregionalprodukt in Wien ab 2000. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <<http://www.wien.gv.at/statistik/wirtschaft/tabellen/bruttoregionalprodukt-zr.html>> (12. Juni 2014).

⁴⁵⁰ Vgl. Peter Eigner, Andreas Resch, Die wirtschaftliche Entwicklung Wiens im 20. Jahrhundert. In: Franz X. Eder, Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl (Hg.), Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum (Innsbruck/Wien/München/Bozen 2003), 27.

⁴⁵¹ Vgl. Arbeitsmarktservice Wien, Register-Arbeitslosenquote in Wien seit 1950. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <<https://www.wien.gv.at/statistik/arbeitsmarkt/arbeitslosigkeit/>> (12. Juni 2014).

Gründe für den Anstieg der Arbeitslosigkeit in den 1980er und 1990er Jahren sind hauptsächlich demographischer Natur, da zuerst die geburtenstarken Jahrgänge der sechziger Jahre in den Arbeitsmarkt eintraten und in weiterer Folge ein Zuwachs von ausländischen Arbeitskräften aus dem ehemaligen Jugoslawien und durch die „Ostöffnung“ zu verzeichnen war. Bedeutende Ereignisse hinsichtlich der wirtschaftlichen Entwicklung stellten die Ostöffnung 1989 und der EU-Betritt 1995 sowie die Einführung von Programmen zur Minimierung des Staatsdefizits dar. Die Globalisierung und Liberalisierung des Welthandels erhöhte den internationalen Wettbewerbsdruck und verschärfte die Konkurrenzsituation von Großstädten, mit der sich auch Wien konfrontiert sah und immer noch sieht.⁴⁵³

Die politische Situation in Österreich begann 1980 mit dem Ende der „Ära Kreisky“, da die SPÖ bei den Nationalratswahlen im Jahre 1983 die absolute Mehrheit verloren hatte. Bruno Kreisky trat zurück und es folgte eine Koalition bestehend aus der SPÖ mit Fred Sinowatz und der FPÖ mit Norbert Steger. Der Versuch ein Kraftwerk in Hainburg zu bauen, führte 1984 zur „Aubesetzung“ und die Grünbewegung erlebte mit Freda Meissner-Blau einen erheblichen Auftrieb. Wirtschaftliche Krisen um die verstaatlichte Industrie und die VOEST sowie diverse Skandale, wie beispielsweise die „Lucona-Affäre“ oder die Waffenafläre rund um die Firma „Noricum“, prägten die 1980er Jahre gleichsam wie das Ende der Hochkonjunktur und die Auswirkungen des vorangegangenen „deficit spending“. Zwei entscheidende innenpolitische Ereignisse fanden im Jahre 1986 statt. Damals wurde auf der einen Seite Jörg Haider zum Parteivorsitzenden der FPÖ ernannt und auf der anderen Seite erzeugte der Wahlkampf um das Amt des Bundespräsidenten heftige Diskussionen.⁴⁵⁴ Zurückzuführen ist das auf die Kandidatur von Kurt Waldheim, dessen Beziehung zur SA und seine Rolle als Offizier der Wehrmacht im Laufe des Wahlkampfes zum Vorschein kamen. Des Weiteren stand die Vermutung im Raum, dass er über Kriegsverbrechen im Zweiten Weltkrieg Bescheid wusste. Als „Waldheim-Affäre“ betitelt, erzeugte dieser Umstand große internationale Proteste; gewählt wurde er dennoch. Obgleich ihm eine Historikerkommission keine Kriegsverbrechen nachweisen konnte, blieb er trotzdem innenpolitisch sehr umstritten.⁴⁵⁵

Nachdem Franz Vranitzky neues Oberhaupt der SPÖ geworden war, beendete dieser die Koalition mit der FPÖ und versuchte, Jörg Haider politisch an den Rand zu drängen. Die Neuwahlen 1986 zeigten jedoch ein anderes Bild; der große Erfolg der FPÖ war nicht zu übersehen und überschattete sogar

⁴⁵² Vgl. Statistik Austria, Arbeitslosigkeit-Jahresdurchschnitt 2013. In: Statistik Austria, online unter <http://www.statistik.at/web_de/statistiken/arbeitsmarkt/arbeitslose_arbeitsuchende/063259.html> (12. Juni 2014).

⁴⁵³ Vgl. Peter Eigner, Andreas Resch, Die wirtschaftliche Entwicklung Wiens im 20. Jahrhundert. In: Franz X. Eder, Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl (Hg.), Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum (Innsbruck/Wien/München/Bozen 2003), 28.

⁴⁵⁴ Vgl. Karl Vocelka, Geschichte Österreichs. Kultur-Gesellschaft-Politik (München⁶2002), 349.

⁴⁵⁵ Vgl. Oliver Rathkolb, Die paradoxe Republik. Österreich 1945 bis 2010 (Wien 2011), 301-303.

den Einzug der Grünen ins Parlament. Die FPÖ wollte sich vor allem mit der Thematik der Ausländerfrage ihre Stimmen sichern. Die offene Ausländerfeindlichkeit sowie diverse Aussagen von Jörg Haider, wie beispielsweise die „ordentliche Beschäftigungspolitik des Dritten Reiches“, grenzten an Wiederbetätigung, schmälerten aber nicht seinen Erfolg. Auch bei den Wahlen 1990 verzeichnete die Partei Zuwächse und die Ausländerfrage blieb ein zentrales Thema. Dies wurzelte vor allem in den Umbrüchen von 1989, als das sowjetische Imperium zerbrach und der Eiserner Vorhang fiel. Daraufhin kam es zur friedlichen Trennung der ehemaligen Tschechoslowakei in zwei einzelne Staaten und zum kriegerischen Zerfall des ehemaligen Jugoslawiens. Neben vielen „Wirtschaftsflüchtlingen“, die zu jener Zeit nach Österreich immigrierten, brachte der Krieg im ehemaligen Jugoslawien große Flüchtlingswellen ins Land, was in einer strengeren Abweisungspolitik resultierte. 1992 initiierte die FPÖ ein diesbezügliches Volksbegehren, welches unter dem Namen „Österreich-zuerst“ geführt wurde. Auf Grund dessen kam es im Jänner 1993 zum Lichtermeer am Heldenplatz, wo mehrere hundert Tausend Österreicher gegen Fremdenfeindlichkeit demonstrierten. Im selben Jahr spaltete sich außerdem ein Teil der FPÖ um Heide Schmidt ab, der das „Liberale Forum“ bildete und 1994 den Einzug ins Parlament schaffte.

SPÖ und ÖVP bildeten bis zum Jahr 2000 mittels einer großen Koalition die Regierung, wobei es zu einem wirtschaftlichen Aufschwung, steigender Beschäftigung und dem EU-Betritt 1995 kam. Weitere bedeutende Ereignisse dieser Epoche sind das „Schengener Abkommen“, wodurch es innerhalb der EU keine Personenkontrollen mehr gab, das „Sparpaket“, das in Verbindung mit den Maastricht-Kriterien zur Einführung des Euro entwickelt wurde, sowie die eisige internationale Stimmung und wöchentlichen Demonstrationen, die durch die Koalition von ÖVP und FPÖ – nach den Wahlen 1999 – hervorgerufen wurden. Am 1. Jänner 1999 trat der Euro vorerst als Rechengeld in Kraft und hat seit 2002 den Schilling auch als „reales“ Geld abgelöst.⁴⁵⁶

Auf Grund eines innerparteilichen Bruches in der FPÖ im Jahre 2002 wurde der Koalition ÖVP und FPÖ ein jähes Ende gesetzt. Es folgten Neuwahlen, die die ÖVP als stimmenstärkste Partei und eine abermalige Koalition mit der FPÖ hervorbrachten.⁴⁵⁷ Lediglich drei Jahre später kam es zu erneuten Zerwürfnissen innerhalb der FPÖ, die in der Abspaltung des „Bündnis Zukunft Österreich“ (BZÖ) unter Jörg Haider endeten. Dies beeinflusste in weiterer Folge die Nationalratswahlen 2006, die knapp zugunsten der SPÖ ausgingen und eine Koalition mit der ÖVP nach sich zogen. Diese stellt trotz Neuwahlen 2008 und der Nationalratswahl 2013 auch aktuell die Regierung Österreichs unter Bundeskanzler Werner Faymann.⁴⁵⁸ Ein neues Mitglied der Parteienlandschaft wurde im Jahre 2012

⁴⁵⁶ Vgl. Karl *Vocelka*, *Geschichte Österreichs. Kultur-Gesellschaft-Politik* (München ⁶2002), 350-356.

⁴⁵⁷ Vgl. Bundesministerium für Inneres, Nationalratswahl vom 24. November 2002. In: Bundesministerium für Inneres, online unter <http://www.bmi.gv.at/cms/BMI_wahlen/nationalrat/NRW_2002.aspx> (12. Juni 2014).

⁴⁵⁸ Vgl. Oliver *Rathkolb*, *Die paradoxe Republik. Österreich 1945 bis 2010* (Wien 2011), 156-161.

gegründet. Dabei handelt es sich um die NEOS, welche bereits ein Jahr später den Einzug ins Parlament geschafft hatten.⁴⁵⁹

8.2. Stadtplanung und Stadtentwicklung

Wie im vorangegangenen Abschnitt deutlich wurde, erlebte die Abwanderung an die äußeren Bezirke und auch über die Stadtgrenzen hinaus auch nach den siebziger Jahren eine Fortsetzung. Auf Grund dessen machte es sich die Stadtplanung zum Ziel diese Regionen aufzuwerten. Eine der Maßnahmen, die im Zuge dessen realisiert wurde, war der Bau des Donauspitals im 22. Wiener Gemeindebezirk. Charakteristisch für die achtziger und neunziger Jahre ist eine verstärkte Skepsis der Bevölkerung bezüglich städtischer Institutionen, welche vor allem auch durch diverse Skandale geschürt wurde. Ein Beispiel hierfür ist die Schmiergeldaffäre rund um den Bau des AKH, der 1981 durch die Festnahme des Planungsdirektors, Adolf Winter, ans Licht kam. Darüber hinaus hatte die Errichtung des Horr-Stadions deutlich mehr Geld verschlungen, als eigentlich geplant, was durch die Stadt Wien ausgeglichen wurde. Es kam zu Problemen hinsichtlich der Müllverbrennungsanlage am Rautenweg und die 1981 durchgeführte Volksbefragung bezüglich der Verbauung der Steinhofgründe ging nicht nach den Wünschen der Stadtplaner aus. Der Wachstums- und Fortschrittsoptimismus der 1960er Jahre hatte sein Ende erreicht; Umweltbewusstsein und verstärkte Partizipation der Bürger mittels neuer Formen der Mitsprache wurden fortan wichtiger. 1991 gab es beispielsweise eine Volksbefragung hinsichtlich der Durchführung der Weltausstellung im Jahre 1995 in Wien, welche ein zentrales Projekt für die Stadtentwicklung dargestellt hätte, jedoch von der Gesellschaft abgelehnt wurde.⁴⁶⁰

Wichtige Dokumente der Stadtplanung für den behandelten Zeitraum sind die Stadtentwicklungspläne (STEP) 1984, 1994 und 2005. Die Lage am Eisernen Vorhang, der Rückgang der Bevölkerung sowie die wirtschaftliche Binnenorientierung stellten die Rahmenbedingungen des STEP 84 dar.⁴⁶¹ Des Weiteren fand auch ein verstärkter Umweltgedanke Eingang in den Stadtentwicklungsplan von 1984, welcher zum Ziel hatte, der Stadterneuerung mehr Beachtung zu schenken, als der Stadtentwicklung. Hierfür wurde ein räumliches Leitbild erstellt, dem das achsiale Konzept der Siedlungsstruktur mit eingebetteten Grünzonen zugrunde lag. Angestrebt wurde, dass

⁴⁵⁹ Vgl. Bundesministerium für Inneres, Nationalratswahlen 2013 - Mandatsspiegel. In: Bundesministerium für Inneres, online unter http://www.bmi.gv.at/cms/BMI_wahlen/Mandatsspiegel_NRW_2013_4_Tag_nach_Wahltag_Wahlkarten_Vorl.pdf (12. Juni 2014).

⁴⁶⁰ Vgl. Peter Eigner, Andreas Resch, Phasen der Wiener Stadtentwicklung (Wien 2001), 18-19. In: demokratiezentrum.org, online unter

http://www.demokratiezentrum.org/fileadmin/media/pdf/eigner_resch_phasen.pdf (12. Juni 2014).

⁴⁶¹ Vgl. Ausgangssituation – Stadtentwicklungsplan 2005. Bisherige Stadtentwicklungspläne im Kontext. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <https://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/strategien/step/step05/ausgangssituation.html> (12. Juni 2014).

die enge Verflechtung von städtischen Funktionen im dicht bebauten Stadtgebiet erhalten bleibt und sich auf die davon außerhalb liegenden Regionen ausdehnt. Als Basis für diese Erweiterung der „Siedlungsachsen“ wollte man sich vermehrt dem öffentlichen Verkehr widmen.⁴⁶² Der darauf folgende Stadtentwicklungsplan 1994 orientierte sich sehr stark an seinem Vorgänger. Wesentliche Unterschiede ergaben sich nur, da man sich im Gegensatz zu 1984 mit einem Bevölkerungswachstum statt einer Schrumpfung konfrontiert sah. Wie bereits zehn Jahre zuvor war das dicht bebaute Stadtgebiet von größter Bedeutung für die Stadtplaner, was sich in einer Forcierung der so genannten „Inneren Stadterweiterung“ zeigte. Brach liegende Flächen in der Innenstadt sollten demnach für den Wohnbau Verwendung finden. Darüber hinaus setzte man aber auch Schwerpunkte bezüglich der „äußeren Stadterweiterung“, wobei betont wurde, dass dies nicht mit einer Ausweitung des Autoverkehrs einhergehen darf. Die Gebiete an der Peripherie sollten mittels des Achsenkonzeptes als Betriebsstandorte und für den Wohnbau erschlossen werden. Diesbezüglich wurde eine „bandähnliche Siedlungsstruktur“ angestrebt, die mit „Grünkeilen“ durchzogen und an das öffentliche Verkehrsnetz angeschlossen ist.⁴⁶³

Der Stadtentwicklungsplan 2005 musste auf vielfältige Aspekte Rücksicht nehmen, wozu eine immer größer werdende räumliche Verflechtung, der Klimawandel, globale und nationale wirtschaftliche Entwicklungen sowie die Wettbewerbsfähigkeit Wiens im europäischen Kontext zählten. Außerdem setzte die Stadtentwicklungspolitik Schwerpunkte in Bezug auf die Sicherung der Lebensqualität der Bevölkerung sowie einer Orientierung hinsichtlich der Stadttagglomeration, wo Bratislava berücksichtigt werden sollte.⁴⁶⁴ Ziel war es, mit Hilfe von attraktiven Standorten und einer gut ausgebauten Infrastruktur wirtschaftliche Investitionen zu generieren sowie die Nahversorgung zu gewährleisten. Des Weiteren wollte man den Umweltverbund verstärkt miteinbeziehen, den motorisierten Privatverkehr minimieren, die Grünzonen rund um Wien erhalten beziehungsweise weiter ausbauen und die Stadterweiterung entlang von wichtigen öffentlichen Verkehrsachsen vornehmen. Auch die Sicherung und Forcierung der Lebensqualität der Bewohner war einer der dargelegten Schwerpunkte. Dabei war der Zugang zu kulturellen und sozialen Institutionen sowie Gesundheits-, Bildungs- und Betreuungseinrichtungen ebenso ein zentraler Aspekt wie die soziale Sicherheit sowie die Bereitstellung von ausreichend Wohnraum und Naherholungsräumen.⁴⁶⁵

⁴⁶² Vgl. Georg *Kotyza*, Stadtentwicklungsplan Wien. Kurzfassung (Wien 1984), 13-15. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <<https://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/studien/pdf/b004541b.pdf>> (12. Juni 2014).

⁴⁶³ Vgl. Georg *Kotyza*, step 1994. Stadtentwicklungsplan für Wien (Wien 1994), 69. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <<https://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/studien/pdf/b006750.pdf>> (12. Juni 2014).

⁴⁶⁴ Vgl. Ausgangssituation – Stadtentwicklungsplan 2005. Bisherige Stadtentwicklungspläne im Kontext. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <<https://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/strategien/step/step05/ausgangssituation.html>> (12. Juni 2014).

⁴⁶⁵ Vgl. Kurt *Mittringer*, STEP 05. Stadtentwicklungsplan Wien 2005. Kurzfassung (Wien 2005), 13. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter

Der Bereich der Wohnungswirtschaft ist stets ein Spiegelbild der wechselnden demographischen Entwicklungen der Stadt und dadurch widmete man sich in den 1980er Jahren zunehmend der Revitalisierung ganzer Stadtviertel und versuchte, Altbauwohnungen zu erneuern. Neubauten rückten im Zuge dessen in den Hintergrund und wurden erst ab 1990 durch das einsetzende Bevölkerungswachstum wieder verstärkt gebaut. Je 10.000 geförderte Neubauwohnungen errichtete man im Jahr 1994 und 1995, ab 1996 war diese Tendenz jedoch rückläufig. Ein Wandel vollzog sich auch hinsichtlich der Ausstattung der Wohnungen, welche sich bis Ende der 1980er Jahre verbesserte. Zurückzuführen ist das unter anderem auf die Freigabe des Mietzinses sowie die Lancierung von Richtwertmietzinsen, wodurch Immobilienbesitzer bei besser ausgestatteten Wohnungen höhere Mieten verlangen konnten. Gab es beispielsweise 1951 in nur 14 Prozent der Wiener Wohnungen ein Bad, so erhöhte sich das im Jahre 1991 auf 81 Prozent. Die Kehrseite dieser Entwicklung war, dass das Verschwinden der schlecht ausgerüsteten aber billigen Wohnungen eine „neue Wohnungsnot“ zum Vorschein brachte.

Ein zusätzlicher wichtiger Punkt der achtziger und neunziger Jahre war, wie schon in den Jahrzehnten zuvor, der Ausbau der technischen Infrastruktur. Der verstärkte Pendler- und Transitverkehr forderte neue Verkehrskonzepte, die auch die Minimierung der Lärmbelastung und Schadstoffemission zum Ziel hatten. Das Straßennetz wurde basierend auf den Konzepten der 1960er und 1970er Jahre vervollständigt, wobei unter anderem die Ostautobahn, die Brigittenauer Brücke und die Donauuferautobahn eröffnet wurden. In Hinblick auf das öffentliche Verkehrsnetz wurde die U-Bahn weiter ausgebaut, was in einer steigenden Anzahl an Fahrgästen resultierte. Trotz der vermehrten Nutzung des öffentlichen Verkehrs stieg der Autoverkehr aber konstant an. Mit Hilfe von Tempo-30-Zonen, Schwellen, Park & Ride Anlagen und dem immer populärer werdenden *car sharing* sollte Abhilfe geschaffen werden. Die Einführung des „Parkpickerls“ hatte eine verbesserte Parkraumbewirtschaftung zum Ziel und darüber hinaus entstanden bereits ab 1984 zunehmend Radwege.⁴⁶⁶

8.3. Gesellschaftliche Veränderungen ab den 1980er Jahren

8.3.1. Die Wiederbelebung der Stadt

Nachdem der Zweite Weltkrieg große Teile der Inneren Stadt zerstört hatte, war es die Aufgabe der Stadtplanung diese wieder aufzubauen. Die Sanierung des Stephansdoms sowie die Eröffnung des Burgtheaters und der Staatsoper hatten dabei einen symbolträchtigen Charakter. Bis heute gilt die Innere Stadt als Sinnbild der regionalen Identität, was sich zeigt, wenn die Bewohner Wiens vom „in

<<https://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/strategien/step/step05/download/pdf/step05kurz-dt.pdf>> (12. Juni 2014).

⁴⁶⁶ Vgl. Peter Eigner, Andreas Resch, Phasen der Wiener Stadtentwicklung (Wien 2001), 22-24. In: demokratiezentrum.org, online unter

<http://www.demokratiezentrum.org/fileadmin/media/pdf/eigner_resch_phasen.pdf> (12. Juni 2014).

die Stadt fahren“ sprechen, wenn sie die City aufsuchen.⁴⁶⁷ Diese war jedoch zunehmend von einer Abwanderung der Wohnbevölkerung und einer Zunahme der Betriebs- und Geschäftsflächen gekennzeichnet. Vor allem in den siebziger Jahren schien es, als würde sich das Zentrum Wiens in eine „monofunktionale BürocitY“⁴⁶⁸ verwandeln. Eine zunehmende Arbeitsplatzkonzentration im Handels- und Dienstleistungssektor verstärkte diese Tendenz. Am Morgen pendelte man in die City und nach Laden- beziehungsweise Büroschluss trat der Großteil der Menschen den Weg zum außerhalb liegenden Wohnort an, was das Zentrum Wiens wie ausgestorben erscheinen ließ. Die anwachsende Mobilität und der große Andrang, den die Einkaufszentren am Stadtrand zu verzeichnen hatten, machten der Inneren Stadt große Konkurrenz. Die Kombination aus Freizeit und Konsum, die besseren Parkmöglichkeiten und die enorme Produktauswahl ließen Shopping Cities attraktiver erscheinen.⁴⁶⁹ In den folgenden Jahrzehnten sollte sich dies jedoch wieder ins Gegenteil verkehren und die Stadt wiederbelebt werden.

Diese Entwicklung begann bereits in den siebziger Jahren als man den Bau der U-Bahn initiierte, welche mit den Linien U4 ab 1974 und U1 ab 1976 für Teilstrecken in Betrieb genommen werden konnte.⁴⁷⁰ Erstmals war es mittels der U1 nun möglich, die Innenstadt auch mit Hilfe eines öffentlichen Verkehrsmittels zu erreichen und folglich den ausgeprägten Berufsverkehr zu umgehen. Im Zuge des U-Bahn-Baus wurde außerdem die Kärntnerstraße in eine Fußgängerzone verwandelt, was anfänglich heftige Debatten unter den Geschäftseigentümern hervorrief, sich aber als richtige Maßnahme erwies und einen bedeutenden Faktor für die positive Entwicklung der City darstellte.⁴⁷¹ Mit der Errichtung der Fußgängerzone wollten die Stadtplaner den Einzelhandel fördern und die Altstadt vom Verkehr befreien. Die erste Fußgängerzone Wiens, welche auch den Graben und den Stock-im-Eisen-Platz umfasst, avancierte innerhalb kürzester Zeit zu einer der beliebtesten Einkaufs- und Flaniermeilen. Wie wichtig diesbezüglich die Anbindung an ein öffentliches Verkehrsmittel ist, zeigt das Beispiel der Mariahilfer Straße, welche nach einer langen Krise durch die Fertigstellung der U3 wieder auflebte und mit ihren Umsatzgewinnen sogar die Innere Stadt überholt. Verglichen mit

⁴⁶⁷ Vgl. Magistrat der Stadt Wien, Geschichtlicher Hintergrund – Fußgängerzone City Wien – realisiertes Bauvorhaben. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <<https://www.wien.gv.at/verkehr/strassen/archiv/grossprojekte/kaerntnerstrasse/geschichte.html>> (15. Juni 2014).

⁴⁶⁸ Peter Eigner, Andreas Resch, Die wirtschaftliche Entwicklung Wiens im 20. Jahrhundert. In: Franz X. Eder, Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl (Hg.), Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum (Innsbruck/Wien/München/Bozen 2003), 128.

⁴⁶⁹ Vgl. Peter Eigner, Andreas Resch, Die wirtschaftliche Entwicklung Wiens im 20. Jahrhundert. In: Franz X. Eder, Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl (Hg.), Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum (Innsbruck/Wien/München/Bozen 2003), 124-125.

⁴⁷⁰ Vgl. Peter Eigner, Andreas Resch, Phasen der Wiener Stadtentwicklung (Wien 2001), 14. In: demokratiezentrum.org, online unter <http://www.demokratiezentrum.org/fileadmin/media/pdf/eigner_resch_phasen.pdf> (12. Juni 2014).

⁴⁷¹ Vgl. Georg Friesenbichler, Unsere wilden Jahre. Die Siebziger in Österreich (Wien/Köln/Weimar 2008), 99.

den großen Shopping Cities stellen jedoch beide Einkaufsmeilen die „Verlierer“ dar. Der Boom der Einkaufszentren hielt und hält weiter an, was sich durch das vielfältige Angebot an Unterhaltungsmöglichkeiten verstärkte. Als Beispiel hierfür zählen große Kinozentren, die entweder in die Shopping Cities integriert oder in ihrer unmittelbaren Nähe vorzufinden sind.⁴⁷²

Zunehmende Bedeutung im internationalen Kontext erhielt Wien als dritte UNO-Stadt der Welt durch den Bau der UNO-City. Im Zuge dessen etablierte man sich auch als Konferenz- und Kongresszentrum; ein Umstand, der bis heute erhalten blieb. Noch immer liegt Wien im oberen Feld als Ziel für internationale Kongresse. Als Folge dessen verbesserte sich nicht nur das Image der Stadt, sondern auch die Wirtschaft wurde angekurbelt, da diese Besucher als sehr konsumfreudig gelten.⁴⁷³

In der Phase der Reurbanisierung in den achtziger Jahren konzentrierte man sich folglich sehr stark auf die Wiederbelebung der Inneren Stadt. Der zunehmende internationale Wettbewerb verstärkte den Trend hin zu neuen Entwicklungen und einer Erweiterung der Freizeitangebote. Der Slogan „Wien ist anders“, erweist sich dabei vor allem für die City als gültig, denn verglichen mit den siebziger Jahren hat sich hier wirklich sehr viel verändert. Ein lebendiges Nachtleben kehrte in die Stadt zurück und sollte sich nicht nur auf das Zentrum konzentrieren. Die inneren Bezirke bieten seither zahlreiche Unterhaltungsmöglichkeiten, ebenso wie der Bereich des Gürtels, welcher mittels des Projektes „Urban-Gürtel plus“ eine erhebliche Aufwertung erfuhr. Im Zuge dessen wurden die still gelegten Stadtbahnbögen revitalisiert und unter anderem mit Lokalen, wie dem B72, ausgestattet.⁴⁷⁴ Ein Beispiel für die auflebende Szene ist die 1980 eröffnete Diskothek „U4“ in Meidling, welche anfänglich ob seiner Lage noch skeptisch betrachtet wurde, sich aber schnell zum In-Treff des auferstehenden Nachtlebens entwickelte.

„Ossi Schellmann hatte [...] das richtige Gespür [...] um im U4 eine wahrhaft einzigartige Mischung von Leuten zu versammeln. Er hatte die dort ansässigen Ureinwohner-Rocker [...] verbannt und machte auf Underground. Die Ultra-Reduktion im Styling (Disco war plötzlich ganz out, alles war so schwarz, daß man es nicht mehr sah) und neue, scharfe Musik. Das U4 sprang auf den Post-Punk-Zug auf, der gerade die Station

⁴⁷² Vgl. Peter Eigner, Andreas Resch, Die wirtschaftliche Entwicklung Wiens im 20. Jahrhundert. In: Franz X. Eder, Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl (Hg.), Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum (Innsbruck/Wien/München/Bozen 2003), 125-127.

⁴⁷³ Vgl. Peter Eigner, Andreas Resch, Die wirtschaftliche Entwicklung Wiens im 20. Jahrhundert. In: Franz X. Eder, Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl (Hg.), Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum (Innsbruck/Wien/München/Bozen 2003), 117.

⁴⁷⁴ Peter Eigner, Andreas Resch, Die wirtschaftliche Entwicklung Wiens im 20. Jahrhundert. In: Franz X. Eder, Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl (Hg.), Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum (Innsbruck/Wien/München/Bozen 2003), 120.

verließ. Während man woanders noch immer Soul und drögen Jazz-Rock servierte, gab es im U4 die härtere Mischung. New Wave, Neue Deutsche Welle, Reggae – das wollte man hören, wenn geht, auch live.“⁴⁷⁵

Überall in der Stadt schossen nun neue Lokale aus dem Boden und machten der Langeweile den Garaus. In der Nähe des Donaukanals eröffnete man 1980 das „Krah-Krah“ und kurze Zeit später folgte der „Rote Engel“: das „Bermuda-Dreieck“ war geboren. Hier konnte man sich bei Cocktails, Bier und Wein bis spät in die Nacht vergnügen, aber auch an anderen Orten sperrten zunehmend Bars, Restaurants und Kaffeehäuser auf. Diese schlossen fortan nicht mehr um Mitternacht ihre Türen, sondern erweiterten ihre Sperrstunden um ein Vielfaches.⁴⁷⁶

Insgesamt 300 Lokale sollen im Jahre 1983 eröffnet worden sein und mit ihnen zogen auch der Typus der Bar sowie der Diskothek in die Vergnügungslandschaft ein. Saß man zuvor noch an einem Tisch im Kaffeehaus oder bei einem „Heurigen“, so wurde die Bar nun zum zentralen Ort der Unterhaltung. Des Weiteren kam es dadurch auch zu einem Wandel hinsichtlich des Personals, denn in diesen Lokalen servierte kein „Herr Ober“ mit schwarzem Smoking und Fliege, sondern junge Menschen in Turnschuhen und Schürze mit denen sich die Gäste identifizieren konnten.⁴⁷⁷ Die Explosion der Gastronomie führte zu einer schier unüberblickbaren Lokallandschaft, welche auch eine neue Art von Freizeitstress hervorrief: „der Streß, der daraus entsteht, daß man das ständig wachsende Freizeitangebot mit noch mehr Programm vollstopft.“⁴⁷⁸

Vor allem für die jüngere Generation, „der die ‚Vergemütlichung‘ Wiens nicht mehr reichte“⁴⁷⁹, war die Entstehung von neuen Lokalitäten, welche nicht ausschließlich „Szene-Lokale“ waren, von größter Bedeutung. Diese konzentrierten sich dabei nicht mehr nur auf ein spezifisches Umfeld, sondern verbreiteten sich über die gesamte Stadt, was sich bis heute nicht verändert hat. Vor allem im Sommer gibt es seither viele Freizeitangebote, wie beispielsweise die „Summer Stage“ am Donaukanal, Filmvorstellungen im Freien, „Public Viewing“ von großen Sportveranstaltungen und die zahlreichen Events am Rathausplatz. Das Angebot charakterisiert sich folglich durch eine extreme

⁴⁷⁵ Andreas Köstler, Am Donnerstag beginnt das Wochenende. In: Martin W. Drexler, Markus Eiblmayr, Franziska Maderthaner (Hg.), *Idealzone Wien. Die schnellen Jahre (1978-1985)* (Wien 1998), 46.

⁴⁷⁶ Vgl. Georg Friesenbichler, *Unsere wilden Jahre. Die Siebziger in Österreich* (Wien/Köln/Weimar 2008), 227.

⁴⁷⁷ Vgl. Martin W. Drexler, Markus Eiblmayr, Franziska Maderthaner (Hg.), *Idealzone Wien. Die schnellen Jahre (1978-1985)* (Wien 1998), 170-172.

⁴⁷⁸ Andreas Köstler, Am Donnerstag beginnt das Wochenende. In: Martin W. Drexler, Markus Eiblmayr, Franziska Maderthaner (Hg.), *Idealzone Wien. Die schnellen Jahre (1978-1985)* (Wien 1998), 43.

⁴⁷⁹ Siegfried Mattl, *Die lauen Jahre – Wien 1978-1985*. In: Martin W. Drexler, Markus Eiblmayr, Franziska Maderthaner (Hg.), *Idealzone Wien. Die schnellen Jahre (1978-1985)* (Wien 1998), 87.

Vielfalt, was sich auch in der Zahl der Nachtlokale, „Szene-Lokale“, Diskotheken, Bars, Espresso, Kaffeehäusern und Restaurants zeigt.⁴⁸⁰

8.3.2. Wien als Ziel des Städtetourismus

Eine bedeutende Rolle hinsichtlich der Reurbanisierung Wiens nimmt der Tourismus ein, welcher seit Ende der 1950er Jahre einen kontinuierlichen Aufschwung erlebte. Das Ende der siebziger Jahre läutete diesbezüglich eine wichtige Zäsur ein, da Wien als Destination des Städtetourismus in rasantem Tempo beliebter wurde. So verzeichnete man im Laufe der 1980er Jahre einen enormen Anstieg der Nächtigungszahlen mit einer jährlichen Wachstumsrate von 10 Prozent.⁴⁸¹

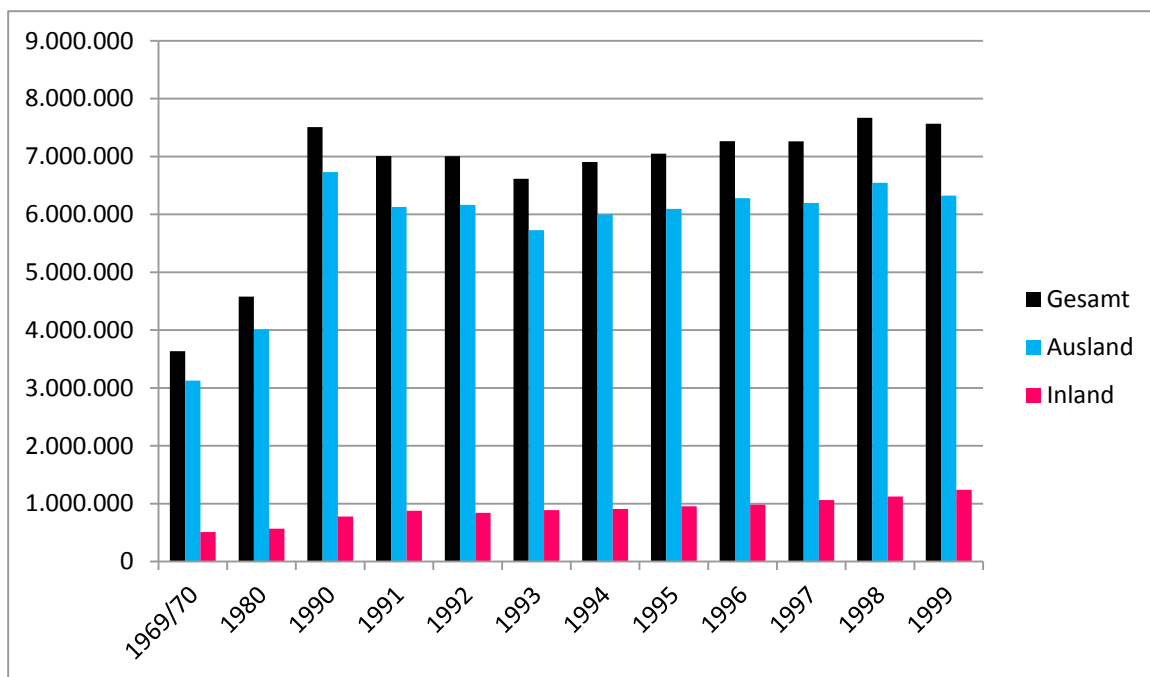


Abbildung 30: Nächtigungszahlen Wien von 1969/70 bis 1999 (in absoluten Zahlen)⁴⁸²

Wie in Abbildung 10 deutlich zu erkennen ist, haben sich die Nächtigungszahlen in den achtziger Jahren um ein Vielfaches erhöht. Darüber hinaus sieht man, dass sich der Wiener Tourismus vorwiegend auf Besucher aus dem Ausland stützt. Dabei rangieren Gäste aus Deutschland auf Platz Nummer 1, gefolgt von den USA, Italien, Japan und Großbritannien.

Dieser Aufschwung Wiens als Reiseziel hängt mit der generellen Veränderung der Reisegewohnheiten zusammen, da seit einiger Zeit ein Trend in Richtung Kurz- und Mehrfachurlaube

⁴⁸⁰ Vgl. Peter Eigner, Andreas Resch, Die wirtschaftliche Entwicklung Wiens im 20. Jahrhundert. In: Franz X. Eder, Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl (Hg.), Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum (Innsbruck/Wien/München/Bozen 2003), 120-121.

⁴⁸¹ Vgl. Peter Eigner, Andreas Resch, Die wirtschaftliche Entwicklung Wiens im 20. Jahrhundert. In: Franz X. Eder, Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl (Hg.), Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum (Innsbruck/Wien/München/Bozen 2003), 117.

⁴⁸² Eigene Darstellung auf Basis von: Peter Eigner, Andreas Resch, Die wirtschaftliche Entwicklung Wiens im 20. Jahrhundert. In: Franz X. Eder, Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl (Hg.), Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum (Innsbruck/Wien/München/Bozen 2003), 118.

zu verzeichnen ist. In Folge dessen erfreuten sich auch Städte- und Kulturreisen erhöhter Beliebtheit, wobei sich Wien ins Spitzenfeld manövrieren konnte und im Jahre 2000 eine Nächtigungszahl von über 7,7 Millionen erreichte. Die Hauptgründe für die große Popularität Wiens unter Reisenden wurden in einer Umfrage aus dem Jahre 1995 zusammengefasst und beweisen bis heute ihre Gültigkeit. An erster Stelle stand dabei der Aspekt der Sicherheit und gleich danach rangierte das kulturelle Angebot der Stadt. Des Weiteren wurden die traditionelle Wiener Küche und Lebensart sowie die Thematik Umwelt als Motive für den Wien-Besuch genannt. Nicht überraschend ist, dass dabei der Wiener Innenstadt ein wichtiger Stellenwert zugesprochen wird, weswegen die Wiederbelebung der City auch verstärkt auf den erhöhten Städtetourismus zurückzuführen ist.⁴⁸³ Dabei kann eine wechselseitige Beziehung konstatiert werden, denn die Wien-Besucher kommen auf Grund der Sehenswürdigkeiten, die sich vorwiegend im Zentrum der Stadt befinden, und wiederum deswegen erlebte die City eine erneute „Blütezeit“.

Der Anstieg des Wiener Fremdenverkehrs nahm folglich in den 1980er Jahren bis dahin unbekannte Ausmaße an, jedoch sollten sich diese im 21. Jahrhundert noch weiter steigern, wie in Abbildung 11 zu erkennen ist. Betrug die Zahlen zwischen 2000 und 2003 relativ konstant rund 7,7 Millionen, so sprengte man im Jahre 2004 die 8 Millionen-Grenze. Der weitere Verlauf der Statistik bestätigt, mit Ausnahme eines leichten Rückganges im Jahr 2009, diese Tendenz. Die Gästeübernachtungen des Jahres 2012 beliefen sich auf über 12 Millionen, was im vergangenen Jahr mit 12,7 Millionen Gästen sogar noch übertroffen werden konnte.⁴⁸⁴

⁴⁸³ Vgl. Peter Eigner, Andreas Resch, Die wirtschaftliche Entwicklung Wiens im 20. Jahrhundert. In: Franz X. Eder, Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl (Hg.), Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum (Innsbruck/Wien/München/Bozen 2003), 117-118.

⁴⁸⁴ Vgl. Magistrat der Stadt Wien, Gästeübernachtungen in Wien nach Betriebskategorien 2000 bis 2013. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <<https://www.wien.gv.at/statistik/wirtschaft/tabellen/uebern-betriebskat-zr.html>> (15. Juni 2014).

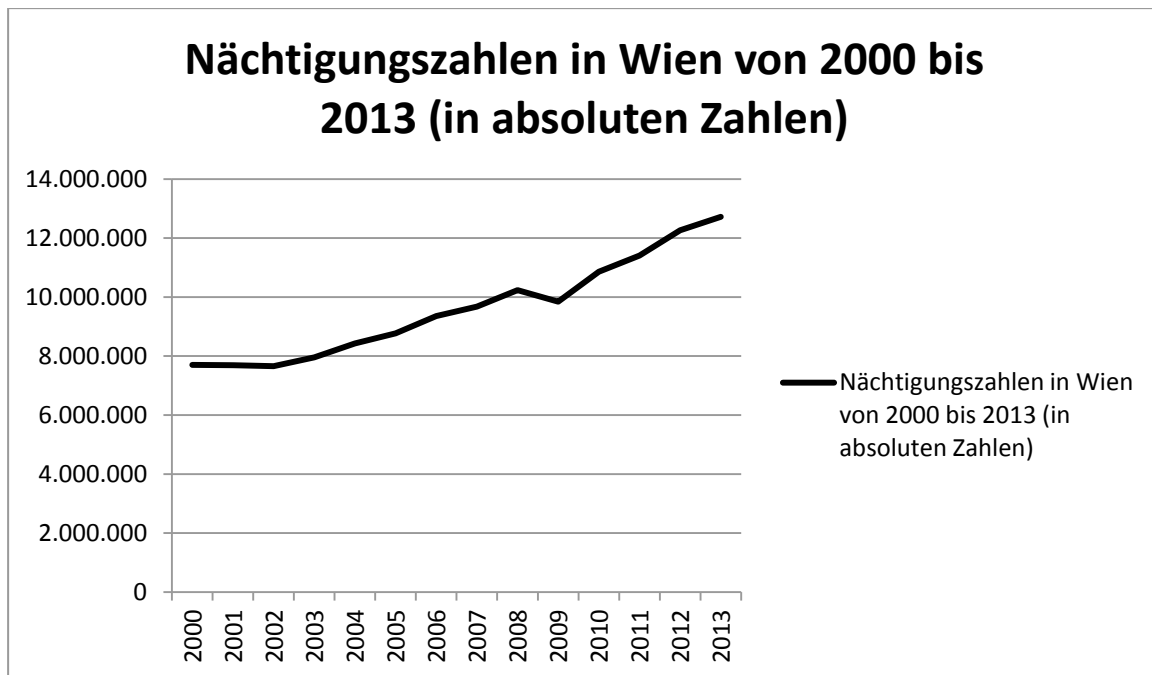


Abbildung 11: Nächtigungszahlen Wien von 2000 bis 2013 (in absoluten Zahlen)⁴⁸⁵

In den vergangenen zehn Jahren steigerten sich die Nächtigungszahlen um 60 Prozent, was sich auch auf die Kapazitäten von Gästebetten auswirkte. Diese verdoppelten sich im selben Zeitraum und beliefen sich im Jahr 2013 auf 60.459. Hinsichtlich der Nationalitäten der ausländischen Wien-Besucher ist festzuhalten, dass der Anteil der Gäste aus Deutschland immer noch der größte ist. Zusammen mit Besuchern aus Russland, den USA und Italien, stellen sie 43 Prozent der ausländischen Gäste dar.⁴⁸⁶

Widmet man sich dem Image Wiens als Touristendestination, so ist dieses eng mit dem Begriff der „Habsburgernostalgie“ verbunden. Im Zuge dessen wiederfährt Kaiser Franz Joseph und Sissi ein beträchtlicher identitätsstiftender Charakter. Das „Sisi Museum“ ist hierbei nur ein Beispiel von vielen. Eingebettet ist dieser Aspekt in eine zunehmende Hochstilisierung des Wiens der Jahrhundertwende, was als kulturelle Hochblüte der Stadt klassifiziert wird.⁴⁸⁷ Die Ausstellung „Traum und Wirklichkeit. Wien um 1900“, welche im Jahre 1985 im Künstlerhaus stattfand, stellt hierfür ein bedeutendes Exempel dar. Die Inszenierung des Österreichs um 1900 wirkte sich in weiterer Folge auf die urbane Nationalidentität des Landes aus. Die Exposition bedeutete, laut Robert Fleck, den Anfang der Postmoderne in Wien, wo man „in einer sakralen Inszenierung, die die

⁴⁸⁵ Eigene Darstellung auf Basis von: Magistrat der Stadt Wien, Gästeübernachtungen in Wien nach Betriebskategorien 2000 bis 2013. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <<https://www.wien.gv.at/statistik/wirtschaft/tabellen/uebern-betriebskat-zr.html>> (15. Juni 2014).

⁴⁸⁶ Vgl. Magistrat der Stadt Wien, Tourismus – Statistiken. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <<https://www.wien.gv.at/statistik/wirtschaft/tourismus/>> (15. Juni 2014).

⁴⁸⁷ Vgl. Peter Eigner, Andreas Resch, Die wirtschaftliche Entwicklung Wiens im 20. Jahrhundert. In: Franz X. Eder, Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl (Hg.), Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum (Innsbruck/Wien/München/Bozen 2003), 119.

Mitglieder der bereits verwelkten Avantgarde ‚kulinarische Verdrängung‘ nannten, ein neues kunsthistorisches Bild von Österreich als geheimer Großmacht der Moderne“⁴⁸⁸ propagierte. Nicht nur der Makartstil, die literarischen Größen jener Tage und die Weltausstellung spielten dabei eine große Rolle, sondern auch das traditionelle Wiener Kaffeehaus. Als literarisches Zentrum jener Epoche wurde dieses mittels eines Kapitels über das „Café Griensteidl“ in den Ausstellungskatalog integriert.⁴⁸⁹ Die Ausstellung ist deswegen von so großer Bedeutung, da sie einen Bewusstseinswandel initiierte. Man ließ die Vergangenheit auferstehen und prompt waren die Kaffeehäuser wieder popularisiert und das „Beisl-Sterben“ beendet. Eine Rückbesinnung auf Tradition wurde angestrebt und tatsächlich kam es zu einem Umdenkprozess. Nicht überraschend ist die Tatsache, dass auch der Wiener Fremdenverkehr dieses Sujet aufnahm und sich zunehmend auf den „Habsburgermythos“ konzentrierte.

Dass man sich der historischen Tradition Wiens als Marketingstrategie bedient, wird vor allem in der Inneren Stadt und im Bereich der Ringstraße sehr deutlich. Fiakerfahrer tragen einen Franz-Josef-Bart und als Mozart kostümierte Animateure, die Konzerte anpreisen, sieht man nicht nur am Stephansplatz, sondern auch beim Burggarten. Grund dafür ist, dass die City und die Ringstraße hinsichtlich des Fremdenverkehrs eine Vorrangstellung einnehmen, da sie die meist besuchten Wiener Sehenswürdigkeiten beherbergen. Außerhalb dieses Raumes spielen lediglich das Schloss und der Tiergarten Schönbrunn, das Belvedere und das Riesenrad im Prater eine wichtige Rolle für Touristen. Die führende Position der Innenstadt zeigt sich außerdem in der Dichte der dort angesiedelten (Luxus-)Hotels und den durchschnittlich höheren Nächtigungszahlen. Des Weiteren stellt die Innere Stadt immer noch das kulturelle Zentrum Wiens dar, da der Großteil der Museen und Theater hier angesiedelt ist. Hinzu kommt, dass die City mit dem Begriff Luxus konnotiert wird, was sich einerseits durch die hohen Mietpreise ableiten lässt und andererseits durch die zahlreichen exklusiven und somit teuren Geschäfte, die man beispielsweise am Graben findet. Unterstrichen wurde dieser Aspekt durch den Bau des Haas-Hauses, welches als Luxuswarenhaus gilt. All diese Aspekte wurden und werden vom Fremdenverkehr dazu genutzt, das Image der Stadt aufzupolieren. Kritisch anzumerken sei jedoch, dass die Ansiedlung großer Warenketten zu einer Vereinheitlichung der europäischen Stadtbilder führte und dies auch vor Wien nicht Halt gemacht hat. Geht man die Kärntner Straße entlang, so begegnet man einer „Starbucks“-Filiale nach der anderen, dahinter leuchtet schon das Logo der Fast-Food-Kette „Burger King“ und blickt man noch ein bisschen weiter, so erkennt man ein großes gelbes „M“. Dazwischen blitzen die Logos zahlreicher internationaler Modekonzerne hervor, deren Schaufenster weltweit gleich dekoriert werden. Im Gegensatz dazu

⁴⁸⁸ Robert Fleck, Kunst in Wien 1978-1985. In: Martin W. Drexler, Markus Eiblmayr, Franziska Maderthaler (Hg.), Idealzone Wien. Die schnellen Jahre (1978-1985) (Wien 1998), 33.

⁴⁸⁹ Vgl. Werner Urbanek, Traumbote. Magazin zur Ausstellung Wien 1870-1930 Vienna (Wien 1985), 4-15.

kommt es aber auch vermehrt zu einer „Musealisierung und Verkitschung der Wiener Innenstadt“, was ebenfalls kritisch angemerkt werden muss.⁴⁹⁰

Diese „Musealisierung“ kann man bezüglich dem Wiener Kaffeehaus erkennen, welches sich ebenfalls ob seiner ruhmreichen Vergangenheit inszeniert. Man lebt vom Bedienen des Mythos, welcher sich im kollektiven Bewusstsein eingeschrieben hat. Als nationales Symbol präsentiert man sich der breiten Öffentlichkeit als jene prächtige Institution der Jahrhundertwende, welche man auch als „Marke Wiener Kaffeehaus“ bezeichnen könnte. Diesem Aspekt soll sich im folgenden Exkurs gewidmet werden.

8.3.2.1. EXKURS: Die „Marke Wiener Kaffeehaus“

Beschäftigt man sich mit dem Thema der Wiener Kaffeehäuser, so ist die Konfrontation mit der österreichischen Tourismusbranche eine unumgängliche. Die Darstellung der Wiener Kaffeehauskultur durch den Tourismussektor mit Hilfe diverser Internetplattformen, aber auch Reiseführer sowie der Medien ist dabei sehr einschlägig. Durchzogen von Klischees beziehungsweise Stereotypen wirbt man mit einer ganz bestimmten Vorstellung des Wiener Kaffeehauses.

Dieses Marketingkonzept ist jedoch kein Phänomen der heutigen Zeit, sondern begann bereits in der Mitte des 19. Jahrhunderts, als eine neue Ära des Kaffeehauses eingeläutet wurde. Damals ließ Kaiser Franz Joseph die Stadtbefestigung schleifen und die Ringstraße anlegen, wodurch sich das klassische Wiener Kaffeehaus als Ecklokal etablierte. Ein bestimmter Typus von Kaffeehaus hatte sich für Wien ausgeprägt und wurde prompt bei der Weltausstellung in Paris 1878 vorgestellt beziehungsweise als „Marke Wiener Kaffeehaus“ exportiert.⁴⁹¹ Exakte Nachahmungen fanden sich fortan vorrangig in den ehemaligen Ländern der Habsburgermonarchie, „wo man mehr oder minder erfolgreich versuchte [...], „das Wiener Muster in jeder Einzelheit nachzuahmen. Dieselben hohen, festsaalartig geschmückten Räume, dieselben Marmortische und derselbe ‚Thron‘ der Kassiererin, welche huldreich den begünstigten Stammgästen Audienz gewährt, dieselben trauten, in den Fensternischen hineingepassten Etablissements, dieselben riesigen Spiegelscheiben, welche dem lässig hinlehnenden Beschauer gestatten, beobachtend, grüßend und nickend an dem bunten Straßenleben teilzunehmen, dieselben eleganten, weichgepolsterten Möbel, dieselben stilleren, dunkel gehaltenen Hinterräume für die Kartenspieler, dieselbe Eleganz und Bequemlichkeit der allergeheimsten Erholungsstätten – kurz ein Abbild des Wiener Kaffeehauses mit allem Komfort, der sich im Laufe der Jahre wie eine blinkende Patina daran gesetzt hat. Noch mehr. Das Braugeheimnis

⁴⁹⁰ Vgl. Peter Eigner, Andreas Resch, Die wirtschaftliche Entwicklung Wiens im 20. Jahrhundert. In: Franz X. Eder, Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl (Hg.), Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum (Innsbruck/Wien/München/Bozen 2003), 119-130.

⁴⁹¹ Vgl., Birgit Schwaner, Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 120-121.

der köstlichen Melange, der schmackhaften Mischung von Kaffee und Milch, in der auch kein Fäserchen Haut schweben darf.“⁴⁹²

Es ist genau dieses Bild, welches auch heute noch propagiert wird und somit unserer Vorstellung des ‚echten‘ Wiener Kaffeehauses entspricht. „Wien Tourismus“ beschreibt die Institution in seinem Online-Reiseführer wie folgt: „Das Wiener Kaffeehaus ist alt. Sehr alt. Und trotz seines Alters oder gerade deshalb - wie man's nimmt - lebendiger und vielfältiger denn je. Neben dem gemütlichen Traditionscafé und dem winzigen Espresso kennt man in Wien das weitläufige Café-Restaurant, die Café-Konditorei sowie die Kombination des Kaffeehauses mit Szene-Beisl, Buchhandlung, Bar, Musik-Lokal, Kabarett-Bühne usw. Und neuerdings versucht man, selbst dem Café Züge der Fast-Food-Kultur zu verleihen. Im Kern bleibt das Kaffeehaus jedoch immer die Oase im Alltag, ein Ort des Rückzugs, der Begegnung, des Genießens, des Zeithabens. Das Wiener Kaffeehaus ist alt - und jung zugleich ... Plaudern, lesen, denken oder einfach nur schauen: für viele ist das Wiener Kaffeehaus das gemütlichste Wohnzimmer. Und für manche das schönste Büro.“⁴⁹³

Neben der Beschreibung der unterschiedlichen Kaffeehaustypen, die Wien prägen, werden hier vor allem zwei Merkmale besonders deutlich. Auf der einen Seite ist es die Gemütlichkeit des Wiener Kaffeehauses, welche hervorgehoben wird und auf der anderen Seite die Tatsache, dass es für Menschen jeglichen Alters seine Türen öffnet. Auch seine gesellschaftliche Funktion als Wohn- oder Arbeitszimmer wird dabei unterstrichen, eingebettet in die Darstellung der speziellen Atmosphäre, die dem Wiener Kaffeehaus zugeschrieben wird. Die lange und traditionsreiche Geschichte der Institution wird zwar nicht explizit erwähnt, jedoch vernimmt man beim Verweis auf die einziehende Fast-Food-Kultur einen skeptischen Unterton. Indem man das Kaffeehaus als Oase der Gemütlichkeit und Ruhe, die es immer war und immer bleiben wird, darstellt, dürfte im Kontext der ‚Starbucks-Revolution‘ klar sein, welchen Kaffeehaustyp „Wien Tourismus“ favorisiert und als ‚echtes‘ Kaffeehaus betitelt.

Das Schlagwort Atmosphäre ist es auch, welchem auf der Plattform des „Vereins zur Förderung internationaler Studenten in Wien“ besondere Bedeutung zukommt, indem sie das Wiener Kaffeehaus als „erweitertes Wohnzimmer der Wiener“ bezeichnen. Dieser Umstand ergibt sich vorwiegend aus dem reichhaltigen Zeitungsangebot und den unterschiedlichen Nutzungsarten der Institution. Darüber hinaus wird dem typischen Glas Wasser zum Kaffee, welches ohne Aufforderung

⁴⁹² Birgit Schwaner, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre (Wien/Graz/Klagenfurt 2007)*, 121.

⁴⁹³ *Das Wiener Kaffeehaus*. In: wien.info, online unter <<http://www.wien.info/de/einkaufen-essen-trinken/cafes/kaffeehaus>> (16. Mai 2014).

stets nachgefüllt wird, ein großer Stellenwert zugesprochen.⁴⁹⁴ Auf die Funktion des Wiener Kaffeehauses hinsichtlich des Verständnisses österreichischer Kultur wird durch folgende Aussage verwiesen: „Zumindest ein paar Besuche in Wiener Kaffeehäusern sind notwendig, um Traditionen und Lebensart der Wiener noch besser zu verstehen!“⁴⁹⁵

Diese Verbindung zieht auch das Onlinemedium „Stadt bekannt Wien“, wenn es das traditionelle Kaffeehaus mit dem Wohnort der Wiener Seele vergleicht. Zeit, also Zeit haben, ist ebenfalls ein Aspekt, der des Öfteren als Charakteristikum des Wiener Kaffeehauses zum Vorschein kommt, denn hier sollen die Uhren noch anders ticken.⁴⁹⁶ Auch Christopher Wurmdobler vermerkt diesen Umstand in seinem Führer durch die Wiener Kaffeehäuser, wenn er schreibt: „Die Uhr [im Kaffeehaus] ist dazu da, nach gefühlten dreißig Minuten Kaffeehausaufenthalt einen Blick darauf zu werfen und festzustellen, dass schon wieder zwei, drei Stunden vergangen sind.“⁴⁹⁷

Sehr ausführlich gestalten sich auch die Beschreibungen des Wiener Kaffeehauses durch den „Klub der Wiener Kaffeehausbesitzer“, wo man sich über die Charakteristika der Institution sowie seiner historischen Entwicklung informieren kann. Neben der klassischen Einrichtung, basierend auf Marmortischen, Thonetstühlen und den mit Polsterbänken ausgestatteten Logen, wird vor allem die gesellschaftliche Funktion hervorgehoben. Als Kommunikationsraum, wo Menschen zusammenkommen und Tradition gelebt wird, präsentiert man das Wiener Kaffeehaus, dessen Einzigartigkeit durch die Aufnahme in den Katalog des immateriellen Kulturerbes der UNESCO abermals unterstrichen wird.⁴⁹⁸ Kurz angeschnitten werden auch aktuelle Probleme, mit denen sich das Kaffeehaus konfrontiert sieht, was in folgendem Zitat deutlich wird.

„Dass die Förderung dieses Kulturgutes immer wichtiger wird, zeigt ein Blick auf unser alltägliches Leben, welches immer schneller und hektischer zu werden scheint. Moderne Schnellrestaurants und Kaffees haben diesen Trend erkannt und bieten ihren Kunden schnelle Befriedigung [...] jedoch ohne Tradition und Seele. Argument für diese ist nicht selten der günstige Preis, mit dem traditionell geführte Wiener Kaffeehäuser nicht konkurrieren können und wollen. Auch seitens der Politik werden den Wiener Kaffeehäusern Bürden auferlegt, denn diverse Restriktionen wie das Rauchverbot müssen einfach pauschal hingenommen werden, ohne sie individuell den Bedürfnissen

⁴⁹⁴ Vgl., Das Wiener Kaffeehaus. In: vienna4u.at, online unter <http://www.vienna4u.at/wiener_kaffeehaus.html> (16. Mai 2014).

⁴⁹⁵ Das Wiener Kaffeehaus. In: vienna4u.at, online unter <http://www.vienna4u.at/wiener_kaffeehaus.html> (16. Mai 2014).

⁴⁹⁶ Vgl., Ein Streifzug durch Wiens Kaffeehäuser. In: stadtbekannt, online unter <<http://www.stadtbekannt.at/Wiener-Kaffeehuser/>> (16. Mai 2014).

⁴⁹⁷ Christopher Wurmdobler, Kaffeehäuser in Wien. Ein Führer durch eine Wiener Institution. Klassiker, moderne Cafés, Konditoreien, Coffeeshops (Wien 2010), 27.

⁴⁹⁸ Vgl., Kaffeehaus ist überall. In: Klub Wiener Kaffeehausbesitzer, online unter <<http://www.kaffeessieder.at/jart/prj3/kwk/main.jart>> (16. Mai 2014).

des eigenen Betriebs anpassen zu können. Blickt man auf die lange Geschichte der Wiener Kaffeehäuser zurück, steht ganz außer Frage, dass diese eng mit der österreichischen Geschichte verbunden ist und unser Land ohne sie nicht das selbe wäre.“⁴⁹⁹

Die „Fachgruppe Wien der Kaffeehäuser“ richtete sogar eigens für das Wiener Kaffeehaus eine Internetplattform ein und hält neben einem Kalender aktueller Veranstaltungen auch Informationen zum geschichtlichen Werdegang bereit. „Nehmen Sie sich Zeit und tanken Sie ein bisschen Wiener Gemütlichkeit. [...] Genießen Sie ein bisschen urwienerisches Lebensgefühl.“⁵⁰⁰ Das sind unter anderem zwei der Sätze, mit denen man auf der Seite des Wiener Kaffeehauses willkommen geheißen wird. Gemütlichkeit und Zeit haben wird abermals propagiert und man findet Beschreibungen angefangen beim Pikkolo und der Sitzkassierin bis hin zu den berühmten Kaffeehausliteraten. Anzumerken ist außerdem, dass sich die Wiener Kaffeehäuser hier moderner präsentieren beziehungsweise präsentiert werden, als auf so manch anderen Portalen oder Reiseführern.⁵⁰¹ Neben dem Angebot eines virtuellen Kaffeehausbesuches wird explizit auf die Einrichtung von Wireless LAN in Kaffeehäusern eingegangen. ‚Gerechtfertigt‘ wird dieser Umstand wie folgt: „Zeitungen sind nicht mehr das einzige Medium, um Informationen zu erhalten. Viele Informationen laufen heute über das World-Wide-Web. So ist es kein Wunder, dass gewissermaßen als Fortsetzung des Zeitungstisches heute das Internet in das Kaffeehaus Einzug hält. Ebenso ist das Internet-Café ein beliebter Ort für Touristen, um digitale Lebenszeichen an Freunde und Bekannte zu versenden.“⁵⁰²

Unzählige Male wird in diversen Reiseführern und Internetplattformen auch auf die Wiener Kaffeehausliteraten Bezug genommen. Vor allem die Funktion des Kaffeehauses als Geburtsstätte intellektueller und künstlerischer Strömungen wird dabei unterstrichen, wie dieses Beispiel zeigen soll. „Das Wiener Kaffeehaus ist eine Institution und mehr als das. Wie nirgendwo sonst auf der Welt steht es seit Jahrhunderten für die Heimstatt des Geistes, als unverzichtbarer Sammelpunkt der Künstler- und Literatenwelt und all jener Zeitgenossen, die, wie es der wortgewandte Feuilletonist Alfred Polgar formulierte, »allein sein wollen, aber dazu Gesellschaft brauchen«. Im Kaffeehaus wurden literarische Schulen geboren und verworfen, politische Entwicklungen und wissenschaftliche Erkenntnisse maßgebend diskutiert, nahmen neue Stilrichtungen der Malerei, Musik und Architektur

⁴⁹⁹ Das Wiener Kaffeehaus. In: Klub der Wiener Kaffeehausbesitzer, online unter <<http://www.kaffeetiesder.at/jart/prj3/kwk/main.jart?rel=de&content-id=1218679096069&reserve-mode=active>> (16. Mai 2014).

⁵⁰⁰ Das Wiener Kaffeehaus. In: Das Wiener Kaffeehaus, online unter <<http://www.wiener-kaffeehaus.at/start.aspx>> (16. Mai 2014).

⁵⁰¹ Vgl., Kaffeehaus-Kultur. In: Das Wiener Kaffeehaus, online unter <<http://www.wiener-kaffeehaus.at/wissbegierige.aspx>> (16. Mai 2014).

⁵⁰² Kaffeehaus-Kultur. In: Das Wiener Kaffeehaus, online unter <<http://www.wiener-kaffeehaus.at/wissbegierige-1.aspx#internet>> (16. Mai 2014).

ihren Anfang.“⁵⁰³ Vor allem als Marketingstrategie werden die Schriften der Kaffeehausliteraten aufgegriffen und als Werbemittel herangezogen. Ihre Beschreibungen des Wiener Kaffeehauses erfreuen sich vor allem deswegen hoher Bekanntheit. Otto Friedländer beispielsweise schrieb: „*Das Kaffeehaus ist das Laster des Wieners. [...] Es ist ein Rausch ohne Gift. [...] Man kann allein sein, ohne sich allein zu fühlen – das ist dem Wiener die liebste Form der Geselligkeit.*“⁵⁰⁴

Auf Basis von mehreren Wien-Reiseführern ist festzustellen, dass diese alle das Wiener Kaffeehaus in ihrem Repertoire aufgenommen haben. Nicht in jedem findet man eine Beschreibung der historischen Entwicklung, aber die als klassisch bezeichneten Wiener Cafés werden, sei es nur in einem Register von A-Z, alle angeführt. Auch auf die Person des Obers wird des Öfteren verwiesen. „Herübergerettet hat sich aus alten Zeiten das lebendige Inventar des Kaffeehauses: der Ober mit schwarzer Frackweste, Schleife und Geldtasche an der Hüfte, der im klassischen Fall über ein Paar mustergültiger Plattfüße verfügt. Er kennt die Wünsche seiner Stammgäste, begrüßt sie mit »Küss‘ die Hand, Gnä‘ Frau« und »Habe die Ehre, Herr Hofrat« und rechnet mit 10 % Trinkgeld.“⁵⁰⁵

Hand in Hand mit der Charakterisierung des Kaffeehauses geht zumeist eine ausführliche Beschreibung der verschiedenen Kaffeespezialitäten, die von Melange über kleinen „Braunen“ bis hin zum Kapuziner alle gängigen Zubereitungsarten behandeln. Als Beispiele, die unbedingt einen Besuch wert sind, dienen vor allem das „Café Griensteidl“, das „Café Landtmann“, das „Café Central“, das „Café Bräunerhof“, das „Café Hawelka“, das „Café Sperl“ und das „Café Museum“. Ihnen wird zumeist mehr Raum zugesprochen, als lediglich die bloße Anschrift und den Vermerk der Öffnungszeiten. Das „Café Hawelka“ wird für seinen Buchteln gelobt und das „Café Sperl“ für seine hausgemachten Mehlspeisen.⁵⁰⁶ Das „Café Griensteidl“ lebt noch immer von seinen literarisch hochkarätigen Stammgästen und wird als „Wiege der Jahrhundertwende-Literatur“⁵⁰⁷ beschrieben. Auch das „Café Central“ erscheint in diesem Licht, wenn auf die lebensgroße Figur des Schriftstellers Peter Altenberg verwiesen wird.⁵⁰⁸ Als elegantes Ringstraßencafé wird das „Café Landtmann“ angepriesen, welches vor allem auch auf Grund der eingekehrten und noch immer einkehrenden Prominenz besucht werden sollte. „Zu den Gästen zählten Sigmund Freud, »die« Dietrich, Romy Schneider, Burt Lancaster, Hillary Clinton und Paul McCartney. Die erstklassige Küche und die verführerischen Mehlspeisen genießen die Schauspieler vom gegenüberliegenden Burgtheater ebenso gerne wie die Politiker aus dem nahen Rathaus und Parlament und den Parteizentralen.“⁵⁰⁹

⁵⁰³ Rainer *Eisenschmid* (Hg.), Wien (¹⁷2011), 90.

⁵⁰⁴ Petra *Neumann* (Hg.), Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole (München 1997), 30-31.

⁵⁰⁵ Hanne *Egghardt*, Katharina *Kurz*, Wien (Ostfildern ²2007), 29.

⁵⁰⁶ Vgl., Rainer *Eisenschmid* (Hg.), Wien (¹⁷2011), 82.

⁵⁰⁷ Lillian *Schacherl*, Wien (München 2005), 170.

⁵⁰⁸ Hanne *Egghardt*, Katharina *Kurz*, Wien (Ostfildern ²2007), 66.

⁵⁰⁹ Hanne *Egghardt*, Katharina *Kurz*, Wien (Ostfildern ²2007), 111.

Dem „Café Bräunerhof“ kommt als Stammlokal von Thomas Bernhard und seinem Angebot an Live-Musik ein besonderer Stellenwert in Reiseführern zu⁵¹⁰ und das „Café Museum“ ist vorrangig wegen seiner Einrichtung und dem erhaltenen ‚Thron‘ der Sitzkassierin eine Besonderheit.⁵¹¹

Die aktuelle Repräsentation des Wiener Kaffeehauses bezieht sich somit stets auf ihre geschichtsträchtige Vergangenheit und wird mit den Termini Gemütlichkeit, Ruhe und Atmosphäre in Verbindung gebracht. Obwohl Tradition hier hochgehalten wird, präsentiert man sich als Institution für Menschen jeden Alters, die mit der Zeit geht. Man rühmt sich mit einer langen Vergangenheit, die sich jeglichen schweren Zeiten angepasst und diese auch überstanden hat. Das vielseitige Angebot an Kaffeespezialitäten, diversen Mehlspeisen und warmen Gerichten darf dabei nicht fehlen. Des Weiteren wird die gesellschaftliche Funktion des Kaffeehauses als Kommunikationsraum untermauert. Als wichtiges österreichisches Kulturgut propagiert, differenziert man sich stark von modernen Formen des Kaffeehauses und versucht, entgegen der landläufigen Vorstellung, nicht nur Touristen für die traditionellen Betriebe zu begeistern. „Tatsache ist, dass die Wiener ihr Kaffeehaus sehr schätzen. Laut einer Studie geht ein Drittel der Besucher zwei- bis dreimal pro Woche ins Kaffeehaus. Und was auch den Gästen gefällt, überrascht nicht wirklich: Es ist die klassische Kaffeehausatmosphäre und die Qualität des Angebots. Wien – und das Kaffeehaus: ein Ort für alle Menschen und viele Anlässe und ein wichtiges Kulturgut in einer schnelllebigen Zeit!“⁵¹²

8.3.3 Die digitale Revolution

Eine grundlegende Veränderung seit den siebziger Jahren hat sich hinsichtlich der Thematik der Kommunikation ergeben. Musste man vormals noch Briefe schreiben oder eine Telefonzelle aufsuchen, um mit jemandem über breitere Distanzen kommunizieren zu können, so kam es in weiterer Folge zu einer digitalen Revolution. Heute ist es selbstverständlich eine Literaturrecherche über den online Bibliothekskatalog durchzuführen, Texte auf einem Computer abzufassen und per E-Mail oder Handy zu kommunizieren. Dass diese Entwicklung jedoch noch keine allzu lange Geschichte aufweist, ist einem dabei meist nicht bewusst.

Wir befinden uns im Jahre 1957 als die ehemalige UdSSR den ersten Satelliten, namens Sputnik, ins All schickte und den Verteidigungsminister der USA dazu veranlasste, die „Advanced Research Projects Agency“ (ARPA) zu gründen. Diese war fortan dafür zuständig, neue Technologien auf dem Gebiet der Datenübertragung und Kommunikation zu entwickeln. Die Geschichte des Internets

⁵¹⁰ Vgl., Hanne *Egghardt*, Katharina Kurz, Wien (Ostfildern ²2007), 89.

⁵¹¹ Vgl., Lillian *Schacherl*, Wien (München 2005), 171.

⁵¹² Gabriele *Buchas*, Wiener Spaziergänge (München 2009), 60.

begann somit im Zuge des Kalten Krieges, wobei militärische Motive im Vordergrund standen; es sollte aber noch einige Zeit dauern, bis dieses wirklich erfunden wurde.⁵¹³

Anfang der neunziger Jahre förderte man in den USA die Verbreitung des „Information Highway“, da dies bislang nur für Spezialisten auf dem Gebiet der Computertechnik von Bedeutung war. Nachdem die neue Kommunikationstechnologie in den Medien immer weiter beworben wurde und auch die Wirtschaft die steigende Bedeutung des Internets erkannte, flossen hohe Geldbeträge in seine Weiterentwicklung. Darüber hinaus wurde das Internet auf Basis des „Communications Act“ im Jahre 1995 von staatlichen Einflüssen befreit und war fortan dem „freien Markt“ überlassen. Dies markierte auch den Zeitpunkt, als ein regelrechter Internetboom einsetzte und das Wachstum des Netzes nicht mehr zu stoppen war.⁵¹⁴

Die Geburtsstunde des Internets in Österreich ist eng mit der Universität Wien verknüpft. E-Mails wurden hier bereits 1986 angeboten und schon vier Jahre später hatte man den Großrechner der Universität mit einer Standleitung über ein Forschungszentrum in Genf an das Internet angeschlossen, was als Beginn des österreichischen Internetbooms angesehen werden kann.⁵¹⁵ Massenwirksam wurde das „World Wide Web“ erst im Laufe der 1990er Jahre und einen Anstieg der Haushalte mit Internetzugang konnte man vor allem im 21. Jahrhundert verzeichnen (siehe Abbildung 12).

⁵¹³ Vgl. Chronologische Entwicklung des Internets. In: dvdh.de, online unter <<http://dvdh.de/internet/chronologische-entwicklung-des-internet.html>> (15. Juni 2014).

⁵¹⁴ Vgl. Matthias *Kampmann*, Die Geschichte des Internet. Vom ARPAnet bis zum Internetboom (Bielefeld 2001), 16-17. In: Universität Bielefeld, online unter <<http://www.techfak.uni-bielefeld.de/ags/wbski/lehre/digiSA/Gedankengeschichte/Ausarbeitungen/2906.pdf>> (15. Juni 2014).

⁵¹⁵ Vgl. Dieter N. *Unrath*, Peter Rastl: Der „Vater des Internet“ in Österreich. In: Archiv der Online-Zeitung der Universität Wien, online unter <<http://www.dieuniversitaet-online.at/dossiers/beitrag/news/peter-rastl-der-vater-des-internet-in-osterreich/156.html>> (15. Juni 2014).

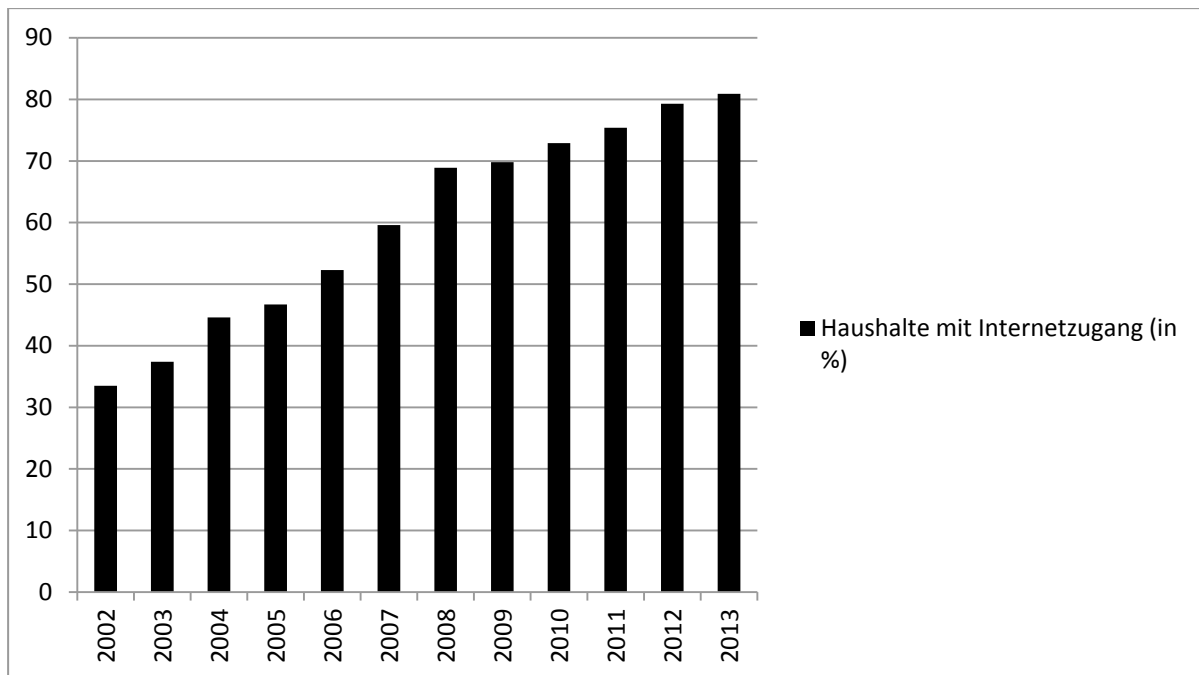


Abbildung 12: Haushalte in Österreich mit Internetzugang (in %) ⁵¹⁶

Das Internet hat sich in die Alltagswelt der Gesellschaft eingeschrieben und ist nicht mehr aus dieser wegzudenken. In ihm findet sich eine ungeheure Fülle an Informationen und Angeboten. Dies beginnt beim bereits erwähnten E-Mail und geht hin bis zu Online-Shopping. Die Verbreitung des Englischen zur „lingua franca“ hat sich mit Hilfe des Internets weiter beschleunigt. Heute lässt sich beinahe alles über dieses Medium in Erfahrung bringen und das rund um die Welt. Kritisch anzumerken sei jedoch, dass auch jede beliebige Person etwas in das „World Wide Web“ stellen kann und die Cyber-Kriminalität immer weiter zunimmt. Viren werden seither nicht mehr nur beim Arzt bekämpft, sondern auch im Internet.

„Zu Beginn dieser Ära wurde noch darauf gehofft, dass das Internet zu einem demokratischen Medium werden könnte. Tatsächlich können nun alle ins Netz stellen, was ihnen am Herzen liegt, von islamischen Terroristen über Verschwörungstheoretiker bis hin zu jugendlichen Selbstdarstellern, die Pop-Songs nachsingen oder ihre Ferienfotos veröffentlichen. Bei genauer Suche kann man zwischen Sex-Seiten und Partnerbörsen, Werbung und Firmenporträts, auch wertvollere Informationen finden – eine Flut von Informationen freilich, die jedes Fassungsvermögen übersteigt.“ ⁵¹⁷

Neben dem Internet stellt auch der Einzug des Computers, beziehungsweise des „Personal Computers“, in das tägliche Leben eine wichtige Zäsur dar. Die großen, zentralen Rechenanlagen wurden in Folge dessen in den achtziger Jahren vom „persönlichen Computer“ abgelöst, der zuerst in

⁵¹⁶ Eigene Darstellung auf Basis von: Statistik Austria, Haushalte mit Internetzugang 2002 bis 2013. In: Statistik Austria, online unter <http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/041015.html> (15. Juni 2014).

⁵¹⁷ Georg Friesenbichler, *Unsere wilden Jahre. Die Siebziger in Österreich* (Wien/Köln/Weimar 2008), 241.

den Bürogebäuden seinen Platz fand, sich jedoch rasch als nützliches Tool bei der gesamten Bevölkerung erhöhter Beliebtheit erfreute. Dies geschah Anfang der neunziger Jahre, was vorwiegend auf die nützlichen Angebote des Internets, wie der elektronischen Post, der Chatrooms, der online Recherche sowie dem E-Banking, zurückzuführen ist. Der Computer stand und steht für technische Modernisierung, Fortschritt und Globalisierung. Immer schneller musste er werden und immer mehr Speicherkapazitäten besitzen. Zu einem tragbaren Gerät sollte er sich in weiterer Folge entwickeln und darüber hinaus zu einem Statussymbol werden. Marke, Design, Farbe, Gewicht und viele andere Aspekte spielen heute beim Kauf eines Notebooks eine bedeutende Rolle, was auch die Computerhersteller erkannt haben und spezifische Images mit ihren Produkten verkaufen.⁵¹⁸ Abbildung 13 zeigt die Ausstattung der österreichischen Haushalte mit Computern im Zeitraum zwischen 2002 und 2013 und macht deutlich, dass sich das Gerät im gesellschaftlichen Alltag etabliert hat. Hatten im Jahre 2002 knapp 50 Prozent der Haushalte in Österreich einen Computer, so erhöhte sich dies im Laufe der Jahre kontinuierlich und erreichte im vergangenen Jahr in etwa einen Ausstattungsgrad von 81 Prozent.

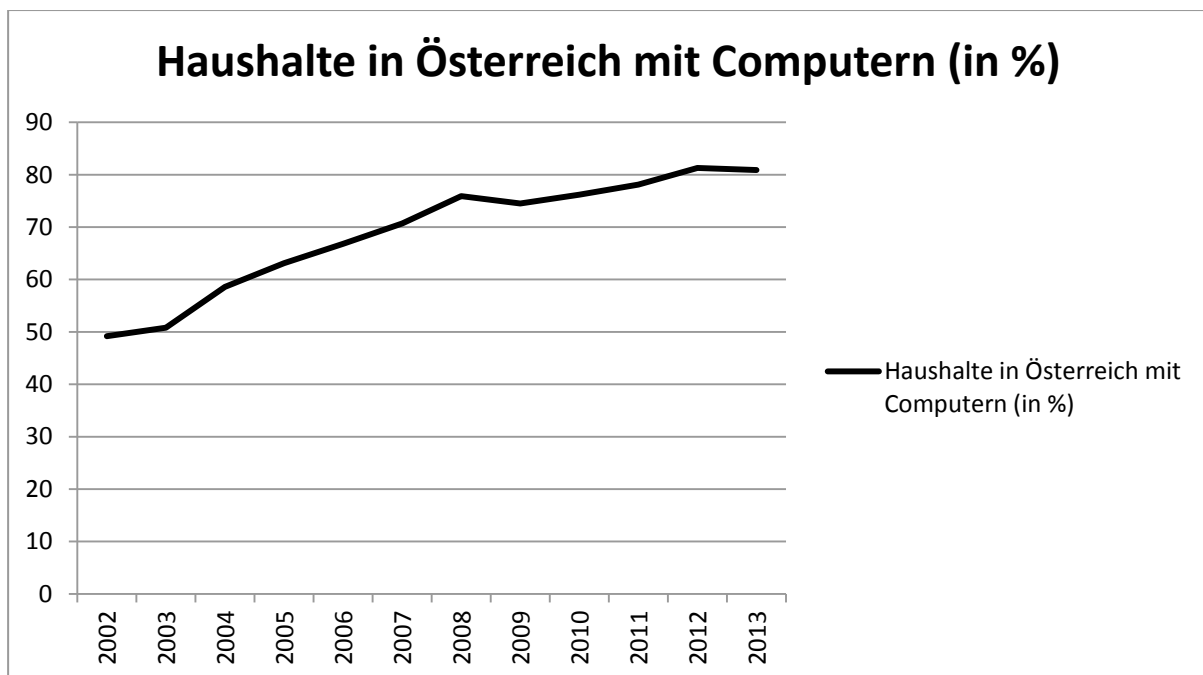


Abbildung 13: Haushalte in Österreich mit Computern von 2002 bis 2013 (in %)⁵¹⁹

Zusätzlich zum Computer avancierte auch das Mobiltelefon zu einem wichtigen Gebrauchsgegenstand der Bevölkerung. Das erste Handy wurde im Jahre 1983 von der Firma

⁵¹⁸ Vgl. Burkhard Pöttler, Der PC. In: Verein Alltagskultur seit 1945 (Hg.), Dinge des Alltags. Objekte zu Kultur und Lebensweise in Österreich seit 1945 (Weitra 2004), 66.

⁵¹⁹ Eigene Darstellung auf Basis von: Statistik Austria, Haushalte mit Computer, Internetzugang und Breitbandverbindungen. Personen mit Computer- und Internetnutzung sowie Online-Shopper 2002 bis 2013. In: Statistik Austria, online unter <http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/022206.html> (15. Juni 2014).

„Motorola“ auf den Markt gebracht, was von handlich jedoch weit entfernt war.⁵²⁰ „Fast ein Kilogramm hätte das innovative Stück gewogen, groß wie ein Buch wäre es gewesen, bei einem Preis von 4000 Dollar hätten seine Batterien nur eine knappe Stunde durchgehalten – und dennoch wären im Jahr 1984 bereits 300.000 Stück verkauft gewesen.“⁵²¹

Heute zeigt sich das Mobiltelefon kleiner, leichter und dünner. Darüber hinaus hat es sich in den letzten Jahren beträchtlich weiterentwickelt. Telefonieren und SMS versenden sind die banalsten aller Funktionen, die diese Geräte ausführen können. Die neue Generation von Handys heißt Smartphone, deren Betitelung durchaus Gültigkeit erweist. Fotografieren, E-Mails verschicken, im Internet *surfen* und vieles mehr ist seither mit dem Mobiltelefon möglich. In einem einzigen Gerät vereinte man also den Fotoapparat, den Computer und das Telefon. Parallel zur Einführung der Handys wurde das „Immer-Erreichbar-Sein“ zu einem großen Thema. Einerseits erfreute man sich an dieser neuen Möglichkeit, aber andererseits rief sie auch große Kritik hervor. Letzteres beginnt bei den gesundheitlichen Schäden durch die „Strahlung“, geht über die propagierte soziale Isolation durch zu intensive Nutzung bis hin zu Theorien über die komplette Überwachung durch die NSA. Das auffallendste Charakteristikum ist aber der Verlust des intimen Raumes; man denke nur an die vielen Beziehungsprobleme, die man während einer Fahrt in der Straßenbahn oder U-Bahn schon ungewollt miterlebt hat.

8.4. Die neue Popularität des Kaffeehauses

In den vorangegangenen Epochen wurden die Aspekte näher beleuchtet, welche negative Auswirkungen auf die Kaffeehauslandschaft hatten und so zur Schrumpfung dieser beigetragen haben. Ab den 1980er Jahren ist man diesbezüglich mit einer anderen Situation konfrontiert, da es zu einer Wiederbelebung des Kaffeehauses kam (siehe Abbildung 14).

⁵²⁰ Vgl. Herbert *Nikitsch*, Das Handy. In: Verein Alltagskultur seit 1945 (Hg.), Dinge des Alltags. Objekte zu Kultur und Lebensweise in Österreich seit 1945 (Weitra 2004), 72.

⁵²¹ Herbert *Nikitsch*, Das Handy. In: Verein Alltagskultur seit 1945 (Hg.), Dinge des Alltags. Objekte zu Kultur und Lebensweise in Österreich seit 1945 (Weitra 2004), 72.

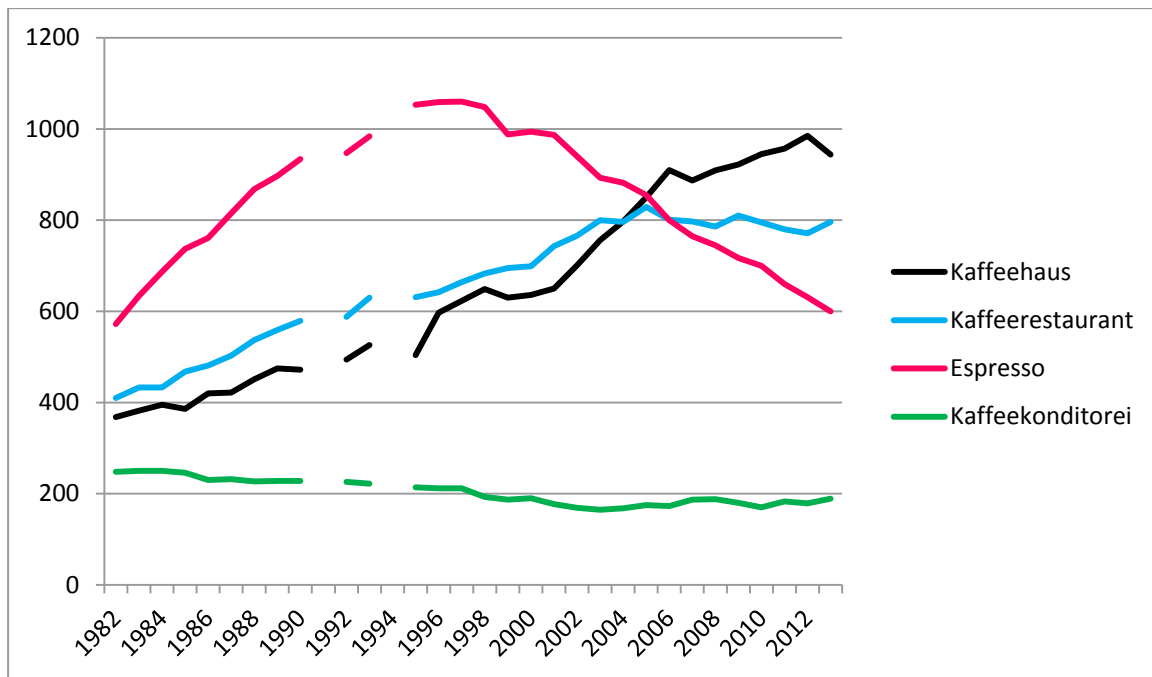


Abbildung 14: Betriebszahlen der Wiener Kaffeehauslandschaft von 1982 bis 2013 (in absoluten Zahlen)⁵²²

Betrug die Anzahl der Kaffeehäuser im Jahre 1982 noch 368, so war diese zehn Jahre später auf 494 Betriebe gestiegen. Dieser Aufwärtstrend ist seither nicht mehr abgerissen und so zählte man 2002 701 und 2012 ganze 985 Kaffeehäuser in Wien. Letzteres ist der bislang höchste Wert, den die Kaffeehausgeschichte zwischen 1955 und 2013 jemals verzeichnet hat. Auch die Kaffeerestaurants registrierten einen Aufschwung, welcher im Jahre 2005 mit 829 Betrieben sein Maximum erreicht hatte. In Hinblick auf die Entwicklung der Espresso ist anzumerken, dass diese 1997 mit einer Zahl von 1.060 ihren absoluten Höchstwert im Zeitraum zwischen 1955 und 2013 erzielt hatten. Fortan kam es zu einem konstanten Schrumpfungsprozess, wodurch nur mehr 600 Espresso im Jahr 2013 übrig geblieben waren. Widmet man sich den Kaffeekonditoreien, so kam es zu einem leichten Rückgang in den 1980er und 1990er Jahren. In weiterer Folge schwankten die Zahlen der Kaffeekonditoreien zwischen 160 und 190 Betrieben pro Jahr.⁵²³

Faktoren, die diesen Auftrieb der Kaffeehäuser beeinflussten, gibt es viele. Im Zuge meiner Recherche haben sich aber einige wenige herauskristallisiert, die dabei den größten Einfluss hatten. Auf der einen Seite ist das die Wiederbelebung der Wiener (Innen-)Stadt im Zuge der Reurbanisierung und auf der anderen Seite der stark angestiegene Wien-Tourismus. Als man versuchte, die City wieder zu bevölkern und im Zuge dessen die Fußgängerzone in der Kärntner Straße schuf, erfreute sich die Innere Stadt wieder erhöhter Attraktivität. Dies kann auch als Grund dafür angesehen werden, warum die Kaffeehäuser vermehrten Zulauf verzeichneten. Darüber hinaus

⁵²² Eigene Darstellung auf Basis von: Statistik der Innung der Kaffeesieder Wiens, siehe Anhang.

⁵²³ Vgl. Statistik der Innung der Kaffeesieder Wiens, siehe Anhang.

war es nun möglich, große und ansprechende Schanigärten mitten in der Fußgängerzone zu platzieren, die nicht nur bei Touristen, sondern auch bei der Wiener Bevölkerung Anklang finden. Wiens City ist abermals zu einem lebendigen und pulsierenden Zentrum geworden, was sich positiv auf die Kaffeehauslandschaft ausgewirkt hat. Des Weiteren initiierte man in den achtziger und neunziger Jahren auch eine explizite Vermarktung der „Wiener Kaffeehauskultur“, die zu den gewünschten Ergebnissen führte, denn zahlreiche Touristen pilgern Jahr für Jahr in die traditionellen Kaffeehäuser. Man erschuf einen Mythos, der sich aus der Vergangenheit speist und einen Trend der Musealisierung aufweist. Dies bezieht sich vorrangig auf die in der Inneren Stadt und an der Ringstraße gelegenen Cafés, denn natürlich sitzen im „Café Votiv“ immer noch die Studenten der Universität Wien bei einem „Großen Braunen“ über ihren Büchern und im „Café Zartl“ treffen sich die alten Damen jeden Morgen zum Kaffeeklatsch bei Melange und Gugelhupf. Nichtsdestotrotz ist der Aufwind der Kaffeehäuser, neben der bewusst inszenierten Rückbesinnung auf die österreichische Tradition, zu einem großen Teil auch den Touristen zu verdanken.

Eine weitere Trendwende, die sich im Laufe der Jahrzehnte ergeben hat, ist, dass freie Zeit einen immer höheren Stellenwert erhielt. Das neue Lebenskredo besteht aus einer Kombination aus Leistungsbereitschaft und Zeitkompetenz. Im Zuge dessen wiederfährt dem „Zeit haben“ ein Bedeutungsgewinn. Man möchte sich Zeit für sich selbst nehmen, um sich beispielsweise zu entspannen oder sportlich sowie kulturell zu betätigen, und man möchte Zeit für Soziales haben, das heißt für die Familie oder für Freunde.⁵²⁴ Demnach sind auch Aktivitäten wie Lokalbesuche wieder vermehrt in Mode. Diese gelten laut dem österreichischen Freizeitmonitor von 2013 als wichtigste „aktive“ Freizeitbeschäftigung. Noch zu erwähnen sei aber, dass diese bei weitem nicht an die Häufigkeit von Fernsehen, Radio hören oder Telefonieren heranreichen. Der passive Medienkonsum rangiert weiterhin an der Spitze des österreichischen Freizeitverhaltens.⁵²⁵

Auf Grund der Tatsache, dass sich vor allem im 21. Jahrhundert die Kaffeehauslandschaft bedeutend erweitert und ausdifferenziert hat, widmet sich der folgende Teil dieser Arbeit den aktuellen Kaffeehaus-Trends. Vorab sollen jedoch noch zwei wesentliche Debatten der letzten Jahre rund um das Kaffeehaus näher erläutert werden. Einerseits geht es dabei um das Rauchverbot in Gastronomiebetrieben und andererseits um das Glas Wasser.

⁵²⁴ Vgl. Peter Zellmann, Horst W. Opaschowski, *Die Zukunftsgesellschaft ... und wie wir in Österreich mit ihr umgehen müssen* (Wien 2005), 25.

⁵²⁵ Vgl. Peter Zellmann, Sonja Mayrhofer, *Freizeitmonitor 2013* (Wien 2013), 2-3. In: Institut für Freizeit-, Tourismus-, Zukunfts- und Sozialforschung, online unter <http://www.freizeitforschung.at/data/forschungsarchiv.html> (16. Juni 2014).

8.4.1 EXKURS: Das Rauchverbot in gastronomischen Einrichtungen

War es bis zu Beginn des 21. Jahrhunderts noch üblich, sich in einem Kaffeehaus zu seiner Melange eine Zigarette anzuzünden und dabei gemütlich eine Zeitung zu studieren, so änderte sich dieser Umstand mit der Einführung eines verstärkten Nichtraucherschutzes.

Das Tabakgesetz in Österreich wurde 1995 vom Nationalrat beschlossen. Dieses beinhaltet unter anderem die Begrenzung des Teer-Gehaltes im Zigarettenrauch, die Angabe des Nikotin- und Teer-Gehaltes auf den Zigarettenpackungen sowie die Anbringung von Warnhinweisen auf diesen. Von nun an fand man die Sätze „Rauchen verursacht Krebs“, „ Rauchen gefährdet die Gesundheit Ihres Kindes bereits in der Schwangerschaft“ oder „Rauchen gefährdet die Gesundheit Ihrer Mitmenschen“, um nur einige Beispiele zu nennen, auf jeder Zigarettenpackung. Auch die Form der Anbringung dieser Hinweise war streng geregelt, wie der folgende Auszug aus dem Bundesgesetzblatt vom 30. Juni 1995 zeigt: „Die Warnhinweise müssen deutlich lesbar, fettgedruckt und auf einem kontrastierenden Hintergrund angebracht sein. Sie dürfen nicht auf Transparentfolie oder sonstigem Verpackungspapier, das die Packung umhüllt, oder so angebracht sein, daß sie beim Öffnen der Packung zerstört werden können.“⁵²⁶ Des Weiteren wurden Bestimmungen hinsichtlich der Tabakwerbung eingeführt. Plakate sowie jegliche schriftliche Werbung und Werbung im Kino mussten fortan deutliche Hinweise bezüglich der gesundheitsschädlichen Wirkung von Zigaretten beinhalten. Darüber hinaus durften diese nur eine bestimmte Größe aufweisen und nicht im unmittelbaren Sichtbereich von Schulen oder Jugendzentren aufgehängt werden. Auch verboten wurde Werbung für Tabakprodukte im Fernsehen und Radio (im Zuge von Werbesendungen) sowie die Darstellung von rauchenden Personen, deren Alter unter 30 Jahren liegt.

Unter dem Absatz des Nichtraucherschutzes fanden sich die Bestimmungen zum Rauchverbot in Ausbildungszentren, wie zum Beispiel Schulen oder Universitäten, Amtsgebäuden, Mehrzweckhallen, Museen, etc. Ausnahmen gab es, wenn diese Einrichtungen mehrere Räumlichkeiten aufwiesen und gewährleistet werden konnte, dass der Tabakrauch nicht in die mit Rauchverbot belegten Orte dringen kann. In öffentlichen Verkehrsmitteln des beispielsweise Bus- oder Schienenverkehrs mussten entsprechende Nichtraucherzonen eingerichtet werden.⁵²⁷

⁵²⁶ Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich, ausgegeben am 30. Juni 1995. 431. Bundesgesetz: Tabakgesetz. In: Bundesministerium für Gesundheit, online unter <http://bmg.cms.apa.at/cms/home/attachments/9/2/6/CH1041/CMS1397481126461/01_tabakgesetz_bgb_l_nr__431_1995.pdf> (18. Mai 2014).

⁵²⁷ Vgl. Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich, ausgegeben am 30. Juni 1995. 431. Bundesgesetz: Tabakgesetz. In: Bundesministerium für Gesundheit, online unter <http://bmg.cms.apa.at/cms/home/attachments/9/2/6/CH1041/CMS1397481126461/01_tabakgesetz_bgb_l_nr__431_1995.pdf> (18. Mai 2014).

Im Jahre 1995 war somit noch nirgends von einem Rauchverbot für gastronomische Betriebe die Rede. Dies sollte erst nach mehreren Novellen, die hier im folgenden Abschnitt kurz zusammengefasst werden, Eingang in die österreichische Gesetzgebung finden.

Die erste Novellierung des Tabakgesetzes fand im Jahre 2003 statt. Im Zuge dessen wurden neue Grenzwerte bezüglich des Nikotin- und Teer-Gehaltes im Zigarettenrauch festgelegt und auch die Bestimmungen der Tabakwarenverpackung wurden neu geregelt. Die vorgegebenen Warnhinweise waren seither abwechselnd so zu verwenden, dass sie in regelmäßigen Abständen auf den Zigarettschachteln zu finden waren. Sowohl der Wortlaut als auch die Form der Anbringung waren somit im Rahmen der Novelle 2003 spezifiziert worden. Detaillierte und jährlich abzugebende Listen über Produkte und deren Inhaltsstoffe mussten von Zigarettenherstellern oder –importeuren zum Zweck der Kundentransparenz und Weiterleitung an die Europäische Kommission an das zuständige Amt für Gesundheitsangelegenheiten bereit gestellt werden.⁵²⁸

Eine weitere Änderung des Tabakgesetzes erfolgte im Jahr 2004, wo vor allem ein erweiterter Schutz von Nichtrauchern angestrebt wurde. In Folge dessen wurde eine Ausweitung des bestehenden Rauchverbotes auf „Räume öffentlicher Orte“ beschlossen, die ab 1. Jänner 2005 in Kraft trat, Gastgewerbebetriebe jedoch ausgenommen waren. „Als öffentlichen Ort definiert das Tabakgesetz „jeden Ort, der von einem nicht von vornherein beschränkten Personenkreis ständig oder zu bestimmten Zeiten betreten werden kann.“⁵²⁹

Rauchverbote mussten verpflichtend ausgeschildert werden und ein Verstoß dagegen wurde mit Sanktionen belegt. Auch hinsichtlich der Tabakwerbung kam es zu einer Neuerung, indem ein umfassendes Sponsoring- und Werbeverbot für Tabakprodukte festgelegt wurde. Des Weiteren war der Verkauf von einzelnen oder unverpackten Zigaretten sowie Zigarettenpackungen mit weniger als zwanzig Stück verboten worden.⁵³⁰

⁵²⁸ Vgl. Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich, ausgegeben am 21. August 2003. 74. Bundesgesetz: Umsetzung der Richtlinie 2001/37/EG – Änderung des Bundesgesetzes über das Herstellen und das In-Verkehr-Bringen von Tabakerzeugnissen sowie die Werbung für Tabakerzeugnisse und den Nichtraucherschutz (Tabakgesetz). In: Bundesministerium für Gesundheit, online unter <http://bmg.cms.apa.at/cms/home/attachments/9/2/6/CH1041/CMS1397481126461/03_tabakgesetznovelle_2003.pdf> (18. Mai 2014).

⁵²⁹ Fachgruppe Wien der Kaffeehäuser, Tabakgesetz in Kürze. Nichtraucherschutz in der Gastronomie. In: Wirtschaftskammer Wien, online unter <https://www.wko.at/Content.Node/branchen/w/Kaffeehaeuser/Infoblatt_Tabak_Feb2014_2.pdf> (18. Mai 2014).

⁵³⁰ Vgl. Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich, ausgegeben am 30. Dezember 2004. 167. Bundesgesetz: Änderung des Tabakgesetzes. In: Bundesministerium für Gesundheit, online unter <http://bmg.cms.apa.at/cms/home/attachments/9/2/6/CH1041/CMS1397481126461/05_bgbl_i_nr_167-2004_%28tabakg-novelle_2004%29.pdf> (18. Mai 2014).

Die Novelle 2006 enthielt eine Änderung des Tabakgesetzes hinsichtlich des Tabakmonopols und der Tabaksteuer. Die Festlegung eines Mindestkleinverkaufspreises sollte ein Mindestpreisniveau sicherstellen und so zur Tabakprävention beitragen. Man wollte hiermit vor allem den Zigarettenkonsum von Jugendlichen verringern, da man hoffte, dass diese auf Grund höherer Preise weniger zu Tabakwaren greifen würden.⁵³¹ Die Novelle 2007 konzentrierte sich vor allem auf die Regelung der privaten Einfuhr von Zigaretten inklusive bezugnehmender Verwaltungsstrafsanktionen.⁵³²

Es war die Novelle im Jahr 2008, die nun auch die Gastronomie mit dem Rauchverbot konfrontierte. Ab 1. Jänner 2009 in Kraft, wurde das Rauchverbot für „Räume öffentlicher Orte“ auch auf gastronomische Betriebe ausgeweitet. Auf Grund von speziellen Ausnahmen kann man dabei aber nicht von einem generellen Rauchverbot sprechen. Unter der Voraussetzung von mindestens zwei Gasträumen war es Lokalen immer noch erlaubt das Rauchen in Betrieben zu gestatten, wofür es jedoch einige Auflagen gab. „Zumindest die Hälfte der für die Verabreichung von Speisen und Getränken vorgesehenen Verabreichungsplätze müssen im Nichtraucherbereich liegen. Der Hauptraum muss im Nichtraucherbereich liegen. Der Raucher- und Nichtraucherbereich müssen räumlich getrennt sein. Es muss gewährleistet sein, dass der Tabakrauch nicht in den Nichtraucherbereich dringt.“⁵³³ Der Nichtraucherbereich sollte somit von der Ausnahme zur Norm werden und musste baulich vom Raucherbereich getrennt sein. Abgeschlossene Wände (auch nach oben hin) und eine Tür müssen die beiden Bereiche voneinander separieren, was unter dem Term „baulich getrennt“ seine Anwendung findet. Darüber hinaus darf die Tür nur für das Ein- und Austreten geöffnet werden und muss sonst stets geschlossen bleiben. Wird diesem Umstand nicht Folge geleistet, ist dies strafbar. Zur Festlegung des Hauptraumes werden die Kriterien Größe (inklusive des Schankraumes), Lage, Ausstattung, Zugänglichkeit der Räumlichkeiten und der Schwerpunkt der Betriebsart herangezogen. Ist es einem Geschäft nicht möglich, die Auflagen hinsichtlich eines Raucherbereiches zu erfüllen, so gilt dieses als Nichtraucherlokal. Eine weitere

⁵³¹ Vgl. Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich, ausgegeben am 30. März 2006. 47. Bundesgesetz: Änderung des Tabakgesetzes, des Tabakmonopolgesetzes und des Tabaksteuergesetzes. In: Bundesministerium für Gesundheit, online unter <http://bmg.cms.apa.at/cms/home/attachments/9/2/6/CH1041/CMS1397481126461/11_novelle_zum_tabakgesetz_bgbli_nr_47_20061.pdf> (18. Mai 2014).

⁵³² Vgl. Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich, ausgegeben am 28. Dezember 2007. 105. Bundesgesetz: Änderung des Gebührengesetzes 1957, des Abgabenverwaltungsorganisationsgesetzes, des Tabaksteuergesetzes 1995, des Tabakmonopolgesetzes 1996 und des Tabakgesetzes. In: Bundesministerium für Gesundheit, online unter <http://bmg.cms.apa.at/cms/home/attachments/9/2/6/CH1041/CMS1397481126461/novelle_zum_tabakgesetz_bgbli_nr_105_2007.pdf> (18. Mai 2014).

⁵³³ Fachgruppe Wien der Kaffeehäuser, Tabakgesetz in Kürze. Nichtrauchererschutz in der Gastronomie. In: Wirtschaftskammer Wien, online unter <https://www.wko.at/Content.Node/branchen/w/Kaffeehaeuser/Infoblatt_Tabak_Feb2014_2.pdf> (18. Mai 2014).

Ausnahme findet sich aber für Lokalitäten mit nur einem Gasträum. „Das Rauchverbot [...] gilt ferner nicht, wenn nur ein für die Verabreichung von Speisen oder Getränken geeigneter Raum zur Verfügung steht, und [...] der Raum eine Grundfläche von weniger als 50 m² aufweist“⁵³⁴. Als Bemessungsgrundlage wird die gesamte Größe des Betriebes, inklusive der Flächen, die für den Gast nicht nutzbar sind, angeführt. Unterschreitet man dennoch die 50 m²-Grenze so ist es den Betreibern dieser Lokalitäten selbst überlassen, ob sie das Rauchen für Gäste erlauben, oder nicht. Auch für Unternehmen mit einer Grundfläche zwischen 50 und 80 m² wurde im Zuge der Novelle 2008 eine Sonderregelung eingeführt. Diese „können nur dann frei entscheiden, ob das Rauchen für die Gäste erlaubt ist, wenn die Behörde aus bau-, feuer-, oder denkmalschutzrechtlichen Gründen feststellt, dass ein Umbau nicht möglich ist“⁵³⁵. Die „Fachgruppe Wien der Kaffeehäuser“ führt hierbei jedoch an, dass diese Ausnahme bei kaum einem Betrieb Anwendung finden wird, da ökonomische Aspekte nicht berücksichtigt werden.

Allen gastronomischen Einrichtungen obliegt seit in Kraft treten des Gesetzes am 1. Jänner 2009 die Kennzeichnungspflicht durch die sowohl Eingangstüren als auch Gasträume mit normierten Aufklebern versehen werden müssen. Des Weiteren werden Verstöße gegen das Tabakgesetz mit Geldstrafen geahndet, die bei häufigerem Auftreten bis zu 10.000 Euro betragen und außerdem zum Entzug der GewerbeKonzession führen können.⁵³⁶

Die bislang letzte Novelle bezüglich des Tabakgesetzes in Österreich wurde im Februar des Jahres 2014 beschlossen und betrifft das Durchqueren von Raucherräumen. Die Frage ob es für Nichtraucher zumutbar ist, auf dem Weg zum Hauptraum oder zu sanitären Anlagen einen Raucherbereich zu durchschreiten, liegt dieser Erneuerung zu Grunde. Mit 17. Februar 2014 beschloss der Nationalrat, „dass den Gästen auf dem Weg zum Hauptraum bzw. zu anderen

⁵³⁴ Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich, ausgegeben am 11. August 2008. 120. Bundesgesetz: Änderung des Tabakgesetzes, des Allgemeinen Sozialversicherungsgesetzes, des Gewerblichen Sozialversicherungsgesetzes und des Bauern-Sozialversicherungsgesetzes. In: Bundesministerium für Gesundheit, online unter <http://bmg.cms.apa.at/cms/home/attachments/9/2/6/CH1041/CMS1397481126461/novelle_zum_tabakgesetz_bgbl__i_nr__120_2008.pdf> (18. Mai 2014).

⁵³⁵ Fachgruppe Wien der Kaffeehäuser, Tabakgesetz in Kürze. Nichtrauchererschutz in der Gastronomie. In: Wirtschaftskammer Wien, online unter <https://www.wko.at/Content.Node/branchen/w/Kaffeehaeuser/Infoblatt_Tabak_Feb2014_2.pdf> (18. Mai 2014).

⁵³⁶ Vgl. Fachgruppe Wien der Kaffeehäuser, Tabakgesetz in Kürze. Nichtrauchererschutz in der Gastronomie. In: Wirtschaftskammer Wien, online unter <https://www.wko.at/Content.Node/branchen/w/Kaffeehaeuser/Infoblatt_Tabak_Feb2014_2.pdf> (18. Mai 2014).

rauchfreien Bereichen des Lokals, wie sanitären Anlagen bzw. WC-Anlagen ein kurzes Durchqueren des Raucherraumes zumutbar ist⁵³⁷.

Österreich gehört was den Nichtraucherschutz anbelangt zu den Schlusslichtern im europäischen Vergleich. Da die Europäische Union nicht über das Recht verfügt, ein EU-weites Rauchverbot zu verhängen, obliegt es den einzelnen Ländern sich dem Nichtraucherschutz zu widmen. Im Gegensatz zu anderen europäischen Staaten führt der Umstand eines generellen Rauchverbotes in Österreich zu heftigen Diskussionen und Widerstand.

Irland war weltweit das erste Land, welches 2004 ein generelles Rauchverbot eingeführt und Vergehen diesbezüglich mit bis zu 3000 Euro Geldstrafen geahndet hat. Italien gehört zu den Staaten, die eines der striktesten Rauchergesetze aufweisen, welches seit 2005 in Kraft ist. Weder in Bars noch Cafés oder Gaststätten darf seither geraucht werden (die Möglichkeit eines separaten Raucherbereiches besteht jedoch) und Lokalbetreibern sowie rauchenden Gästen drohen immense Strafen bei dahingehenden Verstößen. Nach anfänglichem Widerstand bewertet die italienische Bevölkerung das Rauchverbot zunehmend positiv und auch der Zigarettenkonsum soll stark gesunken sein. Ebenso gilt in Schweden seit 2005 ein Rauchverbot in der Gastronomie, wo zwar eigene Räume für Raucher erlaubt sind, dort aber keine Getränke oder Ähnliches konsumiert werden dürfen. In Spanien gestaltet sich die Situation etwas anders, da es hier unterschiedliche Regelungen basierend auf der Lokalgröße gibt. Betriebe mit mehr als 100 m² können einen separaten Raucherraum einrichten; in diesem dürfen sich aber keine Kinder und Jugendliche aufhalten. Kleinere Gewerbebetriebe, circa 90% der spanischen Gastronomie, entscheiden selbst über die Anwendung des Rauchverbotes. Den von österreichischen Gastronomen proklamierten Umsatzeinbußen durch ein generelles Rauchverbot kann Dänemark als Gegenbeispiel dienen. Dort sind Betriebe ab 40 m² seit 2007 Nichtraucherlokale, was zu einer Umsatzsteigerung von acht Prozent geführt haben soll. Eine Übersicht bezüglich des Rauchverbotes in Europa leistet folgende Grafik.⁵³⁸

⁵³⁷ Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich, ausgegeben am 17. Februar 2014. 12. Bundesgesetz: Änderung der Interpretation des § 13a Abs. 2 Tabakgesetz 1995. In: Wirtschaftskammer Österreich, online unter <https://www.wko.at/Content.Node/branchen/w/Kaffeehaeuser/Tabakgesetz_BGBLA_2014_I_13.pdf> (18. Mai 2014).

⁵³⁸ Vgl. Rauchen in Europa. In: Österreichische Gesellschaft für Europapolitik, online unter <http://www.oegfe.at/cms/uploads/media/_6734_Rauchen_02.pdf> (18. Mai 2014).



Abbildung 15: Staaten mit Rauchverbot in Europa⁵³⁹

Wie man an Hand dieser Darstellung erkennen kann, gehört Österreich zu den Ländern mit eingeschränktem Rauchverbot in der Gastronomie. Des Öfteren werden Stimmen laut, die das Tabakgesetz in Österreich kritisieren und für mehr Schutz der Nichtraucher plädieren. Wie erfolgreich oder besser gesagt nicht erfolgreich Österreichs Nichtraucherschutz ist, lässt sich an Hand der Studie „The Tobacco Control Scale 2013 in Europe“ veranschaulichen. Herausgegeben von der „Association of European Cancer Leagues“ wurde hierbei der Nichtraucherschutz in 34 europäischen Ländern verglichen. Für die Bewertung zog man Kriterien wie Preise der Zigaretten, Werbeverbote, Größe der Warnhinweise auf Zigaretenschachteln, Ausgaben für Informationskampagnen beziehungsweise Angebote zur Raucherentwöhnung sowie Rauchverbote an öffentlichen Orten und Arbeitsplätzen heran. Österreich belegte dabei mit 31 von möglichen 100 Punkten hinter Zypern und Deutschland den letzten Platz. Am besten schnitt mit 74 Punkten Großbritannien ab. Es folgten Irland, Island, Norwegen, die Türkei, Frankreich, Spanien, Malta, Finnland und die Ukraine, um die ersten zehn zu nennen. Diese punkteten mit hohen Zigarettenpreisen, Warnhinweisen in Form von Bildern (mit Ausnahme von Finnland), strikten Werbeverboten und umfassender Gesetzgebung zum Nichtraucherschutz. Unterstrichen wird vor allem die Wichtigkeit der Sanktionierung von Verstößen gegen das Tabakgesetz und somit eine umfassende Kontrolle von Betrieben. Österreich kommt dahingehend eine sehr schlechte Bewertung zu. Verstärkt wird diese Position durch die Tatsache,

⁵³⁹ Rauchen in Europa. In: Österreichische Gesellschaft für Europapolitik, online unter <http://www.oegfe.at/cms/uploads/media/_6734_Rauchen_02.pdf> (18, Mai 2014).

dass keine Verbesserung der Lage vermerkt werden konnte. Bereits in den Jahren 2007 und 2010 lag man mit der niedrigsten Punkteanzahl an letzter Stelle.⁵⁴⁰

Das Rauchverbot ist ein Thema von höchster Brisanz und stets in den Medien zu finden. Der folgende Abschnitt soll in aller Kürze die wichtigsten Punkte der Debatte erläutern und wird diese mit ausgewählten Kommentaren verdeutlichen.

Die „Österreichische Schutzgemeinschaft für Nichtraucher“ unter ihrem Bundesleiter Robert Rockenbauer ist mit dem momentanen Tabakgesetz und dem daraus hervorgehenden Nichtraucherschutz äußerst unzufrieden. Laut ihnen hat sich diesbezüglich seit der Novelle 2008 nur teilweise etwas verbessert. Vor allem die Tatsache, dass es zu wenige Kontrollen gibt, wird als Manko hervorgehoben. Darüber hinaus wirft man den Gastronomen vor, die Gesetze und die Kennzeichnungspflicht zu missachten, was durch die mangelnden Kontrollen geduldet werden würde. „80 Prozent der Wirte von Mehrraumlokalen verstoßen nach wie vor gegen das Tabakgesetz, weil der Hauptraum vielfach immer noch der Raucherraum sei bzw. die Türen zum Raucherraum fast immer offenstehen würden.“⁵⁴¹ Die Schuld wird dabei aber vor allem dem Gesetzgeber zugesprochen, welcher laut Rockenbauer ein zu lasches Gesetz beschlossen und die Kriterien für den Raucherraum zu unspezifisch dargelegt hat. Gefordert wird ein konsequenter Nichtraucherschutz, also ein generelles Rauchverbot, welches durch die Polizei kontrolliert und bei Verstößen mit Geldstrafen (ähnlich dem Falschparken) geahndet werden soll. Kommt es zu mehrmaligen Missachtungen, plädiert Rockenbauer für einen Entzug der Gewerbe Konzession.

Basierend auf einer Repräsentativstudie aus Deutschland, wo sich der Anteil der Raucher zwischen 2007 und 2011 um circa 6 Prozent verringert hat, will man verdeutlichen, dass sich die Zahl der Tabakkonsumenten durch Gesetze zum Nichtraucherschutz minimieren lässt. Dies würde das Gesundheitssystem und somit die Volkswirtschaft erheblich entlasten, da mehrere Milliarden Euro für Krankenbehandlungen und ähnliches wegfallen würden. Speziell Bezug genommen wird dabei auch auf Kinder und Jugendliche, wo man fordert, dass diesen bis zum 18. Lebensjahr keine

⁵⁴⁰ Vgl. Luk Joossens, Martin Raw, The Tobacco Control Scale 2013 in Europe. In: Association of European Cancer Leagues, online unter http://www.europeancancerleagues.org/images/TobaccoControl/TCS_2013_in_Europe_13-03-14_final_1.pdf (18. Mai 2014).

⁵⁴¹ Robert Rockenbauer, Tabakgesetz in großen Teilen gescheitert. Behörden mit der Kontrolle überfordert. In: Österreichische Schutzgemeinschaft für Nichtraucher, online unter <http://www.aerzteinitiative.at/PK120112Rockenbauer.pdf> (18. Mai 2014).

Tabakwaren verkauft werden dürfen und ihnen ein Betretungsverbot von Raucherräumen auferlegt werden soll. Des Weiteren strebt man ein Rauchverbot im Auto an, wenn Kinder anwesend sind.⁵⁴²

Unterlegt werden alle Forderungen der Schutzgemeinschaft auf Basis von drei in Wien und Graz durchgeführten Studien. Demnach sprachen sich in Wien 51 Prozent der Befragten für ein Rauchverbot aus, in Graz waren es 62 Prozent.⁵⁴³ Laut einer im Jahr 2013 durchgeführten Umfrage des qualitativen Marktforschungsinstituts „Karmasin“, welche im Auftrag der Zeitschrift „profil“ herausgebracht wurde, spricht sich knapp mehr als die Hälfte der österreichischen Bevölkerung für ein generelles Rauchverbot aus. 42 Prozent waren es, die die aktuelle Situation befürworteten. Die Tatsache, dass bereits 2011 54 Prozent der Befragten dem Rauchen in Lokalen eine Absage erteilten, zeigt, dass sich dieser Trend fortsetzt und der Umstand, dass sich lediglich 4 Prozent ihrer Stimme enthalten haben, weist abermals auf die Bedeutung der Thematik hin.⁵⁴⁴ Andere Zahlen ergibt eine 2014 vom ORF durchgeführte online-Umfrage, die ergab, dass sich mehr als die Hälfte der Bevölkerung gegen ein Rauchverbot aussprechen. Auf die Frage, ob es ein generelles Rauchverbot in der Gastronomie geben soll, antworteten 55,63 Prozent der Teilnehmer mit „Nein“.⁵⁴⁵ „In diesem Zusammenhang verweist die Gastronomie auf die Studien des renommierten Linzer Market Institut, das in regelmäßigen Abständen die Zufriedenheit der Konsumenten mit den geltenden Nichtraucherschutzmaßnahmen abfragt. Insgesamt gibt es drei Studien, die aktuellste stammt vom Sommer 2011: Daraus geht hervor, dass nahezu drei Viertel der österreichischen Bevölkerung mit der aktuellen Situation zufrieden sind. Zwei Drittel der Bevölkerung ziehen die derzeitige Regelung einem generellen Rauchverbot in der Gastronomie vor.“⁵⁴⁶

Der Obmann des „Fachverbandes für Gastronomie“, Helmut Hinterleitner, betonte 2011 des Weiteren, dass sich die österreichische Gastronomie bemühe, „den Kundenwünschen gerecht zu

⁵⁴² Vgl. Robert *Rockenbauer*, Tabakgesetz in großen Teilen gescheitert. Behörden mit der Kontrolle überfordert. In: Österreichische Schutzgemeinschaft für Nichtraucher, online unter <<http://www.aerzteinitiative.at/PK120112Rockenbauer.pdf>> (18. Mai 2014).

⁵⁴³ Vgl. Es wird weiter gequalmt. Österreichische Nichtraucherschützer schimpfen auf den Gesetzgeber. In: news.at, online unter <<http://www.news.at/a/raucher-debatte-es-316307>> (18. Mai 2014).

⁵⁴⁴ Vgl. Umfrage: Mehrheit der Österreicher für generelles Rauchverbot. In: profil.at, online unter <<http://www.profil.at/articles/1333/560/364374/umfrage-mehrheit-oesterreicher-rauchverbot>> (18. Mai 2014).

⁵⁴⁵ Vgl. Mehrheit in aktueller ORF-Umfrage gegen absolutes Rauchverbot in der Gastronomie. In: Wirtschaftskammer Österreich, online unter <https://www.wko.at/Content.Node/iv/presse/wkoe_presse/presseaussendungen/pwk_073_14_Mehrheit_in_aktueller_ORF-Umfrage_gegen_absolute.html> (18. Mai 2014).

⁵⁴⁶ Gastro-Branche wehrt sich gegen gebetsmühlenartige Zurufe von Ärztekammerpräsident Dorner. In: Wirtschaftskammer Österreich, online unter <https://www.wko.at/Content.Node/branchen/oe/Gastronomie/Lobbying---Branchenthemen/Pressemitteilungen/Gastro-Branche_wehrt_sich_gegen_gebetsmuehlenartige_Zurufe.html> (18. Mai 2014).

werden und biete mittlerweile – mit kompletten Nichtraucherlokalen, kompletten Raucherlokalen und auch Mischbetrieben - ausreichende Möglichkeiten für Raucher und Nichtraucher an“⁵⁴⁷.

Ein zusätzlicher Aspekt, der die Gastronomen direkt betrifft und somit einen wichtigen Punkt der Debatte darstellt, sind die Investitionen in Baumaßnahmen, welche aus dem veränderten Tabakgesetz resultierten. Laut der Wirtschaftskammer Österreich haben gastronomische Betriebe seit 2008 circa 100 Millionen Euro (Stand Februar 2014) in den Nichtraucherschutz investiert, vielen drohen weitere finanzielle Lasten bei einer neuerlichen Änderung der Gesetzgebung.⁵⁴⁸ Verlangt wird eine endgültige Lösung, die in weiterer Folge nicht stets novelliert wird. Die ablehnende Haltung der Gastronomen hinsichtlich eines generellen Rauchverbotes ist jedoch deutlich. Fast zwei Drittel der österreichischen Lokalbesitzer lehnten 2010 diese Alternative zur derzeitigen Regelung ab. Hierfür wird vor allem der Aspekt von daraus entstehenden Umsatzeinbußen angeführt.⁵⁴⁹

Ein erneutes Aufflammen der Raucher-Debatte gab es im Jahr 2013, als gegen die Wiener Trattoria „Margareta“ ein Verwaltungsverfahren wegen Verstoßes gegen das Tabakgesetz eingeleitet wurde. Man berief sich auf die Tatsache, dass es für Gäste nicht zumutbar ist auf dem Weg in den Nichtraucherbereich den Raucherbereich zu durchqueren. Der Betreiber der Schlossquadrat Gastronomie, Stefan Gergely, kritisierte in weiterer Folge unklare Passagen im Gesetz und argumentierte mit dem von ihm durchgeführten gesetzeskonformen Umbau im Wert von 50.000 Euro.⁵⁵⁰ Das Urteil wurde dennoch 2013 rechtskräftig, aber es folgte die Novellierung 2014, welche die Auslegung des Verwaltungsgerichtshofes berichtigte.

Diese ständigen Änderungen der Gesetzgebung sorgen für Unmut bei den Gastronomen, welcher sich durch das Urteil 2013 weiter verstärkt hat. Andreas Cammerlander, der in Innsbruck drei Lokale betreibt, meint, dass er sich nicht jedes Jahr an neue Rechtsprechungen anpassen möchte, was sein

⁵⁴⁷ Gastronomie bietet Nichtrauchern wie Rauchern ausreichend Möglichkeiten und Angebote. In: Wirtschaftskammer Österreich, online unter <https://www.wko.at/Content.Node/branchen/oe/Gastronomie/Lobbying---Branchenthemen/Pressemitteilungen/Gastronomie_bietet_Nichtrauchern_wie_Rauchern_ausreichend_.html> (18. Mai 2014).

⁵⁴⁸ Vgl. Mehrheit in aktueller ORF-Umfrage gegen absolutes Rauchverbot in der Gastronomie. In: Wirtschaftskammer Österreich, online unter <https://www.wko.at/Content.Node/iv/presse/wkoe_presse/presseaussendungen/pwk_073_14_Mehrheit_in_aktueller_ORF-Umfrage_gegen_absolute.html> (18. Mai 2014).

⁵⁴⁹ Vgl. Gastronomie investierte bisher 96 Mio. Euro für Baumaßnahmen zum Nichtraucherschutz. In: Wirtschaftskammer Österreich, online unter <<https://www.wko.at/Content.Node/branchen/oe/Gastronomie/Lobbying---Branchenthemen/Pressemitteilungen/WKOERauchverbot16112013.html>> (18. Mai 2014).

⁵⁵⁰ Vgl. Rauchverbote: Wirte ziehen vor Verfassungsgericht. In: presse.at, online unter <http://diepresse.com/home/panorama/oesterreich/1490578/Rauchverbot_Wirte-ziehen-vor-Verfassungsgericht-?direct=1504384&_vl_backlink=/home/panorama/oesterreich/1504384/index.do&selChannel=&from=articlemore> (18. Mai 2014).

Kollege Johannes Jungwirth aus Niederösterreich ebenfalls so sieht. Laut ihm sollte man gleich ein generelles Rauchverbot einführen, da alles bisherige nur ein Umweg dahingehend wäre. Hervorgehoben wird aber auch, dass dies für spezielle gastronomische Branchen zu schweren Zeiten führen könnte. Vor allem viele Bars und Clubs würden das nicht überleben, meint Jungwirth.⁵⁵¹ „Manche Barbesitzer resignieren bereits jetzt und wollen ihr Lokal verkaufen: „Ich habe vor zehn Jahren den Fehler gemacht, zurück nach Österreich zu kommen, den ich jetzt korrigiere“, sagt Oskar Grande, Besitzer der gleichnamigen Bar in der Wiener Josefstadt. [...]In meiner Bar rauchen fast alle meine Gäste. Kommt ein generelles Rauchverbot, kann man zusperren und Angestellte entlassen.“⁵⁵²

Auch die Angestellten in der Gastronomie befürchten negative Auswirkungen durch ein komplettes Rauchverbot, weswegen sich circa zwei Drittel dagegen ausspricht. Dies ergibt eine Studie des „market-Instituts“, die 2011 durchgeführt wurde. Demnach sind 69 Prozent der Befragten in Kaffeehäusern und „Beisln“ gegen ein Rauchverbot, 62 Prozent der Mitarbeiter in Hotels und Gasthöfen sowie 63 Prozent in Restaurants und Gasthäusern. Rund ein Fünftel befürwortet ein Rauchverbot und für etwa 15 Prozent hängt diese Entscheidung von der Situation ab. Diese Zahlen haben sich seit der letzten Umfrage im Jahr 2007 kaum geändert. Man befürchtet einen Rückgang der Gästezahlen, was verstärkt bei den Mitarbeitern in Kaffeehäusern und Beisln auftritt, einer daraus resultierenden Minimierung des Einkommens und den Verlust des Arbeitsplatzes. 61 Prozent der Angestellten rechnen mit weniger Einkommen durch ein generelles Rauchverbot und 40 Prozent fürchten um ihre Arbeitsplatzsicherheit. Vergleicht man diese Zahlen mit jenen aus dem Jahr 2007, so kann man feststellen, dass sich die Befürchtungen und Sorgen keinesfalls beruhigt, sondern weiter verstärkt haben.⁵⁵³

Die unterschiedlichen Meinungen zum Thema Rauchverbot haben deutlich gemacht, wie schwierig es ist, hierbei einen Kompromiss beziehungsweise eine Lösung zu finden. Die letzte Novellierung ergab zwar keinen Beschluss für ein generelles Rauchverbot, jedoch wird dieses immer noch in der Politik debattiert. Gesundheitsminister Alois Stöger sprach sich Anfang des Jahres für dieses aus und strebt eine Umsetzung bis 2018 an. „Das "Herumeiern in dieser Frage" gehe Vielen auf die Nerven, sagte er

⁵⁵¹ Vgl. Frustrierte Wirte für generelles Rauchverbot in Lokalen. In: kurier.at, online unter <<http://kurier.at/chronik/frustrierte-wirte-fuer-generelles-rauchverbot-in-lokalen/21.453.029>> (18. Mai 2014).

⁵⁵² Frustrierte Wirte für generelles Rauchverbot in Lokalen. In: kurier.at, online unter <<http://kurier.at/chronik/frustrierte-wirte-fuer-generelles-rauchverbot-in-lokalen/21.453.029>> (18. Mai 2014).

⁵⁵³ Vgl. Sorge wegen Rauchverbot: Gastronomiepersonal befürchtet Einkommenseinbußen und Jobverluste. In: market.at, online unter <http://www.market.at/de/market-aktuell/news/entity.detail/action.view/key.360.html?redx_search_words=Rauchverbot> (18. Mai 2014).

in der ORF-"Pressestunde". [...] "Wir brauchen Klarheit, und Klarheit ist ein Rauchverbot", bekräftigte der Minister.⁵⁵⁴

8.4.2. EXKURS: Das Glas Wasser

Beschäftigt man sich mit der Thematik des Kaffeehauses und seinen aktuellen Debatten, so stößt man unweigerlich auf die Frage nach dem Glas Wasser. Dieses wird charakteristisch zu jedem Kaffee serviert, wobei der Ursprung umstritten ist und mehrere Gründe dafür in Frage kommen.

Sicher ist, dass das obligatorische Glas Wasser nicht von Anfang an Bestandteil des Wiener Kaffeehauses war. Dieses soll sich Mitte des 19. Jahrhunderts etabliert haben. Zurückgeführt wird das auf den Bau der Hochquellwasserleitung – 1873, im Jahr der Weltausstellung, eröffnet – um den Besuchern die ausgesprochen gute Qualität des Wiener Wassers, auf die man sehr stolz war und immer noch ist, vorzuführen.⁵⁵⁵ Eine andere Theorie ist gesundheitlicher Natur, da man davon überzeugt war, dass Kaffee dem Körper Wasser entziehen würde und man so den Flüssigkeitsverlust ausgleichen würde. Wissenschaftliche Studien belegen aber, dass der Flüssigkeitsverlust dabei nicht allzu hoch ist, was sinnvoll erscheint, wenn man bedenkt, dass Kaffee hauptsächlich aus Wasser besteht. Die natürliche Wirkung des Harntreibens durch Kaffeekonsum ist jedoch unumstritten. Aus gesundheitlicher Sicht einleuchtender, erweist sich ein anderer Aspekt. Da die Bitterstoffe im Kaffee die Bildung von Magensäure anregen, fungiert Wasser als diesbezügliche Neutralisation, da es den schnelleren Abtransport von Bitterstoffen ermöglicht und so die Magenschleimhaut weniger gereizt wird. Die Neutralisation wird überdies auch als wichtiger Punkt hinsichtlich des bitteren Geschmackes von Kaffee angesehen, was ein weiterer Grund für die Bereitstellung des Glas Wassers sein könnte. Um dem Gaumen bei jedem Schluck Kaffee ein vollkommenes Geschmackserlebnis zu bescheren, soll Wasser getrunken werden. Es dient also dazu, den bitteren Geschmack aus dem Mund zu spülen damit sich das Aroma stets aufs Neue entfalten kann.⁵⁵⁶

Eine andere Theorie zum Glas Wasser reicht in die Anfänge der Kaffeehausgeschichte zurück und ist mit den Verhaltensregeln des Adels verknüpft. Hinsichtlich eines adäquaten und stilgerechten Konsumierens von Kaffee, durfte man den dazu verwendeten Löffel nicht zur Seite zu legen und

⁵⁵⁴ Stöger will Rauchverbot in Lokalen bis 2018. In: [derstandard.at](http://derstandard.at/1389858265818/Stoeger-will-Gastro-Rauchverbot-in-dieser-Legislaturperiode), online unter <<http://derstandard.at/1389858265818/Stoeger-will-Gastro-Rauchverbot-in-dieser-Legislaturperiode>> (18. Mai 2014).

⁵⁵⁵ Vgl. Birgit *Schwaner*, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007), 131.

⁵⁵⁶ Vgl. Katja *Sindemann*, *Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft* (Wien 2008), 83-84.

somit das Porzellan beschmutzen – oder ihn gar ablecken – sondern versenkte ihn in einem Glas Wasser, weswegen dieses fortan Einzug in das Kaffeehaus hielt.⁵⁵⁷

Auf den individuellen Kundenwünschen basierend, soll das Glas Wasser aber auch, gleichsam wie das separat beige stellte Kännchen Obers, dem Gast die Möglichkeit gegeben haben, die Stärke des Kaffees selbst zu bestimmen.⁵⁵⁸ Auf der einen Seite erscheint diese These, unter Berücksichtigung der Funktion des gesondert bereit gestellten Obers, als schlüssig. Auf der anderen Seite erweist sie sich als wenig überzeugend, wenn man sich die verschiedensten Zubereitungsarten von Kaffee, die sich sehr früh ausdifferenziert haben, in Erinnerung ruft. Wollte man seinen Mokka mit Wasser verdünnt haben, so musste man, und muss man immer noch, lediglich einen „Verlängerten“ bestellen.

Nach all diesen Annahmen rund um den Hintergrund des Glas Wassers, sticht die der symbolischen Bedeutung als triftigste hervor. Bedenkt man, dass dieses stets aufgefüllt werden sollte, so lädt es den Gast zum längeren Verweilen im Kaffeehaus ein. Darüber hinaus gibt die „Fachgruppe Wien der Kaffeehäuser“ an, dass dieser Umstand auch einen pragmatischen Zweck hatte, denn so konnten beim Piccolo, der für die Aufgabe des Nachfüllens zuständig war, immer neue Bestellungen in Auftrag gegeben werden. Folglich mussten die Besucher ihre Wünsche nicht quer durch den Raum rufen – das hätte die Ruhe und Gemütlichkeit der Atmosphäre erheblich zerstört – sondern konnten diese jederzeit beim Jüngsten des Personals abgeben. Die Aufmerksamkeit gegenüber dem Gast war gesichert und resultierte darin, dass sich dieser bestens umsorgt fühlte.⁵⁵⁹

Dieses Wohlbefinden der Kunden kann als wesentlicher Anlass für die Bereitstellung von Wasser angesehen werden. Nicht selten liest man, dass es in einem Wiener Kaffeehaus möglich war, von 8 Uhr morgens bis 10 Uhr abends lediglich einen kleinen Braunen, dafür aber 15 Gläser Wasser konsumiert zu haben, was auch als Wiener Lebensqualität tituliert wird. Als freundliche Geste gegenüber dem Gast sollte dies jeglichen Konsumzwang unterbinden und Behaglichkeit fördern. Natürlich darf dabei die Intention des Kundenfanges nicht außer Acht gelassen werden. Man wollte den Gast behalten, das heißt zum Wiederkommen animieren, wofür man jederzeit ein neues Glas Wasser, als Symbol der Gastfreundschaft, bereit stellte. Ob dieser Umstand mit der arabischen Tradition des Wasserreichens verknüpft oder doch nur eine weitere Legende der Kaffeehausgeschichte ist, erweist sich als schwer zu eruiende Frage. Arabische Nomaden zollten

⁵⁵⁷ Vgl. Wiener Kaffeehäuser. In: planet vienna, online unter <<http://www.planet-vienna.com/spots/kaffeehaeuser.htm>> (6. Juni 2014).

⁵⁵⁸ Vgl. Kaffee – und das Glas Wasser dazu. In: Institut für Kaffee Experten Ausbildung, online unter <<http://www.kaffee-experten.at/wissenswertes.php>> (6. Juni 2014).

⁵⁵⁹ Vgl. Kaffeehaus-Kultur. In: Das Wiener Kaffeehaus, online unter <http://www.wiener-kaffeehaus.at/wissbegierige_2.aspx> (6. Juni 2014).

ihren Gästen Ehre und Respekt indem sie ihnen ein Glas Wasser, ein besonders wertvolles Gut, anboten, was einem den Ruf eines guten Gastgebers bescherte. Es ist fraglich, ob sich daraus auch die österreichische Tradition ableitet, nichtsdestotrotz kann das Glas Wasser zum Kaffee als symbolträchtige Geste des Kaffeesieders angesehen werden.⁵⁶⁰

Das sich das Glas Wasser in die Tradition des Wiener Kaffeehauses eingeschrieben hat, ist unbestreitbar, offen bleibt, ob sich diese aus praktischen Gründen etablierte oder „kulturbedingt“ entstand. Eine deutliche Veränderung hat sich diesbezüglich aber in den letzten Jahren vollzogen, denn das immer währende Auffüllen der Wassergläser herrscht nicht mehr vor. Die Gründe dafür können nur erahnt werden. Sei es der nicht mehr vorhandene Piccolo, der zumeist sehr offensichtliche Personalmangel oder die in der Gastronomie vorherrschende Meinung, dass sich Gäste durch den Konsum von Wassers ausschließlich Geld sparen wollen. Letzteres verweist auf Bestellungen, wie beispielsweise ein großes Glas Leitungswasser und einen kleinen puren Apfelsaft, um lediglich den Apfelsaft an Stelle eines Apfelsaft „gespritzt“ bezahlen zu müssen. Dass Lokalbetreiber von ihren Einnahmen leben, ist jedem klar und somit rufen Order dieser Art teils großen Unmut hervor. Was der Gast hierbei nämlich nicht bedenkt, ist, dass das „gratis“ Leitungswasser für den Lokalbesitzer keineswegs kostenlos ist. Der Personalaufwand sowie die Kosten für das Waschen der Gläser stellen dabei nur zwei Beispiele von unsichtbaren Ausgaben dar, was zur Frage führt, an welchem Punkt die Gastfreundschaft ihr Ende findet. Dabei stößt man auf deutliche Unterschiede je nach Lokaltypus, denn ein Glas Wasser zum Kaffee wird immer noch kostenlos serviert, wohingegen so mancher Gaststättenbesitzer für Leitungswasser schon Geld verlangt.

Hierbei muss angemerkt werden, dass ökonomische Gründe mit höchster Wahrscheinlichkeit eine größere Rolle spielen, als der verantwortungsvolle Umgang mit der Ressource Wasser. Der Zugang zu sauberem Trinkwasser stellt keine Selbstverständlichkeit dar und ist somit von unschätzbarem Wert. Dieser Philosophie zugrunde lag auch die Initiative „Wiener Kaffeehausglas“ der Umweltstadträtin Ulli Sima im Jahre 2006. Im Zuge dessen wurde von der Designfirma „Kai Stania“ ein spezielles „Wiener Kaffeehausglas“ kreiert, welches den Schriftzug „Wiener Wasser“ trug und mittels einer Kooperation zwischen den Wiener Gastronomen und Wasserwerken in Großproduktion ging. Als Imagekampagne für das Wiener Quellwasser wollte man damit seine Kostbarkeit im gesellschaftlichen Bewusstsein verankern.⁵⁶¹ Ein weiteres Projekt, welches auf die mangelnde Ressource Wasser aufmerksam machen wollte, war die Aktion „Wasserspende“, welche 2012 ins

⁵⁶⁰ Vgl. Kaffee – und das Glas Wasser dazu. In: Institut für Kaffee Experten Ausbildung, online unter <<http://www.kaffee-experten.at/wissenswertes.php>> (6. Juni 2014).

⁵⁶¹ Vgl. Wiener Kaffeehausglas. In: Wiener Wasserkrug, online unter <<http://www.natuerlichwien.at/wasserkrug/kaffeehausglas/>> (6. Juni 2014).

Leben gerufen wurde. Ziel war es, den unbeschränkten Zugang zu trinkbarem Leitungswasser als wertvolles Gut in der Bevölkerung zu manifestieren und folglich einen Bewusstseinswandel zu initiieren. Erreicht werden sollte das, indem man den Gast über das Projekt informierte und ihn dann aufforderte eine freiwillige Spende zu entrichten. Dabei wurde für einen halben Liter Wasser der Betrag von einem Euro und folglich für einen Liter zwei Euro festgelegt. Dem Kunden stand es aber frei, dieses Angebot auszuschlagen und wie zuvor das gratis Leitungswasser zum Kaffee in Anspruch zu nehmen. Fünfzig Prozent der Einnahmen wurden an die beteiligten Gastronomen (für Service und Reinigung) abgegeben, die andere Hälfte ging an das „Projekt Wasserspende“, wo Brunnen-, Wasseraufbereitungs- und Wasserschutzprojekte unterstützt werden. Berndt Querfeld, Wirtschaftsbund-Obmann der Fachgruppe Kaffeehäuser in Wien, beteiligte sich mit dem „Café Hofburg“ an dieser Initiative und erwartete sich dadurch ein gesellschaftliches Umdenken, welches in der Anerkennung des Wertes von Wasser und der Serviceleistung der Gastronomen resultieren sollte.⁵⁶² Berndt Querfeld war es auch, der seit vergangenem Jahr in seinen Kaffeehäusern, „Café Landtmann“, „Café Museum“ und „Café Mozart“, 2,50 Euro für einen halben Liter Wasser verrechnet, was für Empörung sorgte. Er betonte aber, dass für das obligatorische Glas Wasser zum Kaffee niemals Geld verlangt werden würde.⁵⁶³ Dies wird unterstrichen, wenn man auf der Homepage des „Café Landtmann“ unter der Rubrik Kaffee-Spezialitäten folgenden Satz liest: „Zu jedem Kaffee servieren wir das traditionelle kleine Glas Wasser!“⁵⁶⁴

Das kostenlose Glas Wasser ist seit Jahren ein hitzig diskutiertes Thema, steht in andauernder medialer Kritik und hat bislang auch nicht zu einem einheitlichen Konsens geführt. Der Wiener Tourismusdirektor, Norbert Kettner, weist im Zuge dessen auf einen „Image-Verlust“ der Wiener Gastronomie hin und unterstreicht dabei die Tradition des Glas Wassers in Wiener Kaffeehäusern.⁵⁶⁵ Nicht wenig überraschend ist der Umstand, dass sich Konsumenten gegen die Bezahlung von Leitungswasser aussprechen. Laut einer ORF-Umfrage aus dem Jahre 2012 würden 65 Prozent der Befragten nicht für ein Glas Wasser bezahlen und Lokalitäten, die dafür Geld verlangen, auch nicht mehr aufsuchen.⁵⁶⁶ Die Gastronomen sehen sich jedoch im Recht, denn auch hierbei würden sie eine Dienstleistung bereit stellen. Es ist vor allem die Bestellung „nur ein Glas Wasser“, welche die

⁵⁶² Vgl. Der Verein „Besseres Wasser“ lanciert das Projekt „Wasserspende“. In: Agentur für Public Performance, online unter <<http://www.accedogroup.com/presseaussendungen/der-verein-%E2%80%9Eebesseres-wasser-lanciert-das-projekt-%E2%80%9Ewasserspende/>> (6. Juni 2014).

⁵⁶³ Vgl. „Ich schmeiß’ Tausende Lokalrunden“. In: kurier.at, online unter <<http://kurier.at/chronik/wien/chef-des-cafe-landtmann-bernd-querfeld-ich-schmeiss-tausende-lokalrunden/22.447.805>> (6. Juni 2014).

⁵⁶⁴ Kaffee-Spezialitäten. In: Café Landtmann, online unter <<http://www.landtmann.at/unser-angebot/speisen-getraenke/kaffee-spezialitaeten.html>> (6. Juni 2014).

⁵⁶⁵ Vgl. Teures Wasser ein „Image-Killer“. In: ORF.at, online unter <<http://wien.orf.at/news/stories/2593731/>> (6. Juni 2014).

⁵⁶⁶ Vgl. Gratis-Wasserkonsum ein „Irrsinn“. In: ORF.at, online unter <<http://wien.orf.at/news/stories/2540595/>> (6. Juni 2014).

Lokalbetreiber erzürnt und so findet man vielerorts eine Kompromisslösung vor. Der Kaffee kommt immer noch in Begleitung mit einem Glas Wasser und auch der Hund darf sich über gratis Wasser freuen, wer aber ausschließlich Wasser bestellt, muss damit rechnen, dieses zu bezahlen. Die Preise hierfür variieren sehr stark und liegen zwischen 30 Cent und 3,60 Euro pro halben Liter. Eine Begutachtung der Arbeiterkammer von 30 Betrieben, die zwar nicht als repräsentativ angeführt werden kann, aber den Trend Richtung kostenpflichtiges Wasser deutlich aufzeigt, führte zu dem Ergebnis, dass 23 der untersuchten Lokalitäten Wasser in Rechnung stellten.⁵⁶⁷ Die Kaffeesieder bezweifeln die Richtigkeit dieser Erhebung und verweisen dabei auf die mediale Darstellung, welche so ein flächendeckendes Kassieren für Wasser unmöglich mache.⁵⁶⁸

Im Zuge dessen steht auch die Frage im Raum, ob man als Gastronom überhaupt Geld dafür verlangen darf. Rein rechtlich gibt es hierfür drei Möglichkeiten. Lokalbetreiber können das Leitungswasser nicht servieren, da es ihnen überlassen ist, welche Produkte sie anbieten. Wird dieses offeriert, so ist es wiederum die freie Entscheidung des Gastronoms, ob er dafür etwas verrechnet oder nicht. Falls man für ein Glas Wasser aber Geld verlangt, so muss das hinsichtlich der ordnungsgemäßen Preisauszeichnung in den Getränkekarten angeführt werden. Grundsätzlich obliegt es also dem Lokalbesitzer wie er diese Thematik handhabt. Generell ist aber davon auszugehen, dass das Glas Wasser dort, wo es traditionell als Beigabe serviert wird, kostenlos bleibt.⁵⁶⁹ Die Meinungen innerhalb der Gastronomen gehen diesbezüglich aber weit auseinander, was das Ende der Debatte weiter in die Zukunft hinausschiebt.

8.5. Coffeeshops

Um die Jahrtausendwende erfuhr die Wiener Kaffeehauslandschaft eine deutliche Veränderung, als sich das Coffeeshop-Konzept den Weg nach Österreich bahnte. Schnell musste es gehen, modern sollte es sein und *lifestyle* dabei generiert werden. Kaffee legte sein Image als Begleiter zum Frühstück beziehungsweise Muntermacher ab und entwickelte sich zu einem Trendprodukt. Dies ist vor allem auch den damals neu entstehenden Coffeeshops zu verdanken, welche das Genussmittel wieder populärer machten.

Einen der ersten Vertreter dieser Kaffeeunternehmen stellt die österreichische „Coffeeshop Company“ dar, welche 1999 gegründet wurde. Als Teil der Unternehmensgruppe „Schärf“ wollte

⁵⁶⁷ Vgl. Manuela *Delapina*, Kostenpflichtiges Leitungswasser in Wiener Restaurants und Kaffeehäuser – Februar/März 2014. In: Arbeiterkammer Wien, online unter <http://media.arbeiterkammer.at/wien/PDF/Kosten_Leitungswasser.pdf> (10. Juni 2014).

⁵⁶⁸ Vgl. Das Gratis-Wasser ist Geschichte. In: *kurier.at*, online unter <<http://kurier.at/chronik/wien/das-gratis-wasser-ist-geschichte/58.801.511>> (6. Juni 2014).

⁵⁶⁹ Vgl. Norbert *Lux*, Das Glas Wasser. Darf ein Gastronom Geld für ein Glas Wasser verlangen? In: Wirtschaftskammer Wien, online unter <https://www.wko.at/Content.Node/branchen/w/Kaffeehaeuser/Das_Glas_Wasser.html> (6. Juni 2014).

man den damals in den USA schon bekannten Typus des Coffeeshops auch nach Europa holen und auf die Wiener Kaffeehauskultur umlegen. Eine „Neuinterpretation des traditionellen Wiener Kaffeehauses“ sollte es sein, so die Kaffeehaus-Kette. Ziel war es, qualitativ hochwertigen Kaffee mit modernem und kultigem Ambiente zu verbinden, was zu großem Erfolg führte, denn mittlerweile gibt es 285 Coffeeshops in 23 Ländern⁵⁷⁰.⁵⁷¹ Auf Grund der höheren Präsenz von „Starbucks“ und „McCafé“ werden diese Unternehmen in weiterer Folge genauer betrachtet. Die Erwähnung der „Coffeeshop Company“ soll lediglich zeigen, dass es auch österreichische Firmen gibt, die sich diesem Konzept verschrieben haben und die in den Medien propagierte Eroberung der Wiener Kaffeehauskultur durch einen amerikanischen Kulturimperialismus relativieren.

Bevor nun näher auf die Größen des Coffeeshop-Segments eingegangen wird, müssen noch zwei wesentliche Neuerungen angeführt werden, die durch diese Kaffeehausart initiiert wurden. Auf der einen Seite ist das die Person des Baristas und auf der anderen Seite der Kaffee zum Mitnehmen. In einem Coffeeshop gibt es keinen „Herrn Ober“ oder Kellner, sondern Baristi, welche sich im 21. Jahrhundert in Österreich etabliert haben. Diese neue Erscheinung des Kaffeehauspersonals zeichnet sich durch besondere Kenntnisse rund um die Kaffeebohne sowie Kaffeezubereitung aus. Mittlerweile gibt es ein reichhaltiges Angebot an Barista-Ausbildungen, die unter anderem von Edmund Mayr, Leiter des „Kaffee Kompetenz Zentrums Wien“, durchgeführt werden. Dabei lernt man den richtigen Umgang mit der Kaffeemühle, der Espressomaschine und dem Milchaufschäumer. Des Weiteren beinhalten diese Schulungen das Wissen über den Anbau von Kaffee, seiner Röstung sowie die verschiedensten Kaffeerezepte.⁵⁷² Abgeschlossen wird mit einem Zertifikat des „Europäischen Spezialitätenkaffeeverbandes“, wodurch sich die Baristi als Kaffeeexperten bezeichnen dürfen und bei diesbezüglichen Weltmeisterschaften teilnehmen können. Die Etablierung des Barista ist unweigerlich mit den gesellschaftlichen Veränderungen hinsichtlich des Produktes Kaffee in Verbindung zu bringen. Dem Kunden sind qualitativ hochwertige sowie perfekt zubereitete Getränke wichtig und darüber hinaus hat sich das Interesse an Sorte, Herkunft und Röstung erheblich gesteigert.⁵⁷³ Die Ausdifferenzierung des Kaffeesektors und gesteigerte Geschmackserwartungen des Kaffeetrinkers führten zur Berufsgruppe Barista, die vor allem im Coffeeshop-Segment anzutreffen ist.

⁵⁷⁰ Stand 2013.

⁵⁷¹ Vgl. Firmengeschichte. In: coffeeshopcompany.com, online unter <<http://www.coffeeshopcompany.com/coffeeshop-company/firmengeschichte/>> (11. Juni 2014).

⁵⁷² Vgl. Ausbildung zum geprüften Barista. In: WIFI Wien, online unter <<http://www.wifiwien.at/eShop/bbDetails.aspx/Ausbildung-zum-gepr%C3%BCften-Barista/@/bbnr/961913/>> (11. Juni 2014).

⁵⁷³ Vgl. Roland *Leblhuber*, Genießen im Weltkulturerbe. In: A3GAST 9 (2013), 13.

Neben diesem speziellen Typ von Kaffeehauspersonal erlebte aber ein anderes Phänomen erheblich mehr Auftrieb durch die Etablierung des Coffeeshops. Die Rede ist vom Coffee-to-go, welcher nicht mehr aus Wiens Stadtbild wegzudenken ist. Der Kaffee zum Mitnehmen, sowohl im Papp- als auch Thermobecher, prägt die alltägliche Kaffeekultur. Kritik ließ dabei nicht lange auf sich warten und so spricht man vom Niedergang der traditionellen Kaffeehauskultur, einer Vereinheitlichung des Stadtbildes durch große Kaffeehaus-Ketten und auch auf die großen Mengen an Müll wird hingewiesen. Letzteres entspricht durchaus der Realität, wobei gerade in den letzten Jahren versucht wird, mit umweltfreundlichen Materialien zu arbeiten um diesem Umstand entgegen zu wirken. Ein Untergang der Wiener Kaffeehauskultur ist bislang nicht zu verzeichnen, was unter anderem auf die unterschiedlichen Bedürfnisse, die ein Coffee-to-go und ein Besuch im Kaffeehaus befriedigen, zurückzuführen ist. Ersteres soll vorrangig der Koffeinsucht frönen während Zweiteres immer noch mit einer sozialen Komponente verbunden ist. Fakt ist, dass sich der Hype rund um den Kaffee im Wegwerfbecher aber noch nicht gelegt hat.

Einer der wahrscheinlich kleinsten Coffeeshops von Wien befindet sich übrigens in der unterirdischen Passage beim Schottentor und nennt sich „Kaffeeküche“. Hier gibt es nicht nur frisch zubereiteten Kaffee von der Espressomaschine, sondern auch diverse Snacks. Bewegt man sich weiter Richtung Altes AKH, so stößt man auf ein Spezifikum der hiesigen Coffeeshop-Landschaft, denn im „Caffee Couture“ bezahlt man für sein Heißgetränk nur so viel, wie einem dieses Wert ist. Andere Mitglieder dieser Branche in Wien sind beispielsweise das „Blue Orange“, das neben Kaffee auch frisch zubereitete *Bagels* offeriert, die Kaffeekette „Tchibo“ sowie die großen Bäckerei-Ketten, wie „Anker“, „Ströck“ oder „Der Mann“. Diese übersichtliche Auswahl zeigt, wie sehr sich die Trends Coffee-to-go und Coffeeshop in Wien etabliert haben und soll hervorheben, dass sich nicht nur „Starbucks“ und „McCafé“ diesem Markt widmen.

8.5.1. „Starbucks“

8.5.1.1. Entstehungsgeschichte des Unternehmens

Das Aufkommen von Kaffee in den USA ist eng mit der Beziehung zum ehemaligen Mutterland Großbritannien verknüpft, jedoch konnte sich dieser nie wirklich etablieren. Anfänglich favorisierte man Tee und später dämpften die aufkommenden Soft-Drinks die Popularität des Heißgetränks. Das bedeutete nicht, dass Kaffee nirgends erhältlich war, aber in Ermangelung der Kaffeetradition fehlte das Wissen um seine Zubereitung, was in einer schlechten Qualität resultierte. Befand man sich Mitte des 20. Jahrhunderts in den Vereinigten Staaten von Amerika auf der Suche nach einer Tasse Kaffee so konnte man zwischen einem Instantprodukt oder einem über viele Stunden hinweg warm

gehaltenen und sehr dünnen Filterkaffee wählen. Dieser Umstand sollte sich jedoch bald ändern, denn Ende der 1960er Jahre begannen die USA ihren Rückstand auf dem Kaffeesektor aufzuholen.⁵⁷⁴

Die Stadt Seattle entwickelte sich dabei in den 1970er Jahren zur Hauptstadt des guten Kaffees, da sich hier einige Kaffeespezialisten angesiedelt hatten. Alfred Peet war einer von ihnen und versuchte in seinem kleinen Laden, „Peet’s Coffee & Tea“, ab 1966 den US-Amerikanern „richtigen“ Kaffee näher zu bringen. Er selbst röstete die hochwertigen Arabica-Bohnen nach europäischem Vorbild und verzeichnete mit der bislang unbekanntem Kaffeequalität große Erfolge. Alfred Peet wird folglich als Initiator der amerikanischen Kaffeerevolution angesehen, welcher einer neuen Generation von Kaffeeunternehmen den Weg ebnete.⁵⁷⁵ Zu dieser neuen Generation zählt auch die heutige Kaffeehaus-Kette „Starbucks“, die 1971 von Jerry Baldwin, Zev Siegl und Gordon Bowker gegründet wurde.⁵⁷⁶ Als die drei Studenten ihren Laden, wo lediglich eigens geröstete Kaffeebohnen erhältlich waren, am Pike Place Market in Seattle eröffneten, war ihnen nicht bewusst, dass sich dieser zu einem globalen Unternehmen mit mehr als 19.000 Filialen weltweit entwickeln würde.⁵⁷⁷ Zurückzuführen ist das auf eine einzige Person namens Howard Schultz, der 1982 zum Marketingchef von „Starbucks“ ernannt wurde und in weiterer Folge der Besitzer der Kaffeehaus-Kette werden sollte. Seine Vision beschreibt er wie folgt:

„One ist the original Starbucks, founded in 1971, a company passionately committed to world-class coffee and dedicated to educating its customers, one on one, about what great coffee can be. The other vision ist the vision and values I brought to the company: the combination of competitive drive and [sic!] a profound desire to make sure everyone in the organization could win together. I wanted to blend coffee with romance, to dare to achieve what others said was impossible, to defy the odds with innovative ideas, and to do all this with elegance and style.“⁵⁷⁸

Inspiziert wurde Howard Schultz durch eine Geschäftsreise nach Mailand, wo er den italienischen Espresso mitsamt der typischen Espresso-Bar kennen und lieben lernte. Der qualitativ hochwertige Kaffee, der von den Baristi zubereitet wurde und die einzigartige Atmosphäre sorgten für Eindruck. Fortan war es sein Ziel diese Kaffeekultur auch in Amerika zu verbreiten. Im Zuge dessen wollte er nicht mehr nur Kaffeebohnen verkaufen, sondern auch Kaffee ausschenken. Seine Arbeitgeber Baldwin und Bowker – Siegl hatte sich aus dem Geschäft zurückgezogen – konnten diesen Plänen

⁵⁷⁴ Vgl. Sabine *Singer*, Starbucks in Österreich. Zur kommunikativen Strategie eines globalen Markenunternehmens (Dipl.-Arb. Universität Wien 2007), 18-19.

⁵⁷⁵ Vgl. It All Began on Vine Street. In: Peets Coffee & Tea, online unter <<http://www.peets.com/about-us/our-history>> (8. Juni 2014).

⁵⁷⁶ Vgl. Mark *Pendergrast*, Kaffee. Wie eine Bohne die Welt verändert (Bremen²2002), 401.

⁵⁷⁷ Vgl. Our Heritage. In: starbucks.com, online unter <<http://www.starbucks.com/about-us/our-heritage>> (8. Juni 2014).

⁵⁷⁸ Zitiert nach: Sabine *Singer*, Starbucks in Österreich. Zur kommunikativen Strategie eines globalen Markenunternehmens (Dipl.-Arb. Universität Wien 2007), 20.

nichts abgewinnen, dennoch startete man 1984 den ersten Versuch in diese Richtung und schenkte im gerade neu eröffneten sechsten Laden probeweise Kaffee aus. Die Espresso-Bar wurde ein voller Erfolg, führte jedoch zur Verschlechterung der Beziehungen zu Baldwin und Bowker, weswegen sich Schultz 1985 entschied, „Starbucks“ zu verlassen und seinen eigenen Weg zu gehen. Resultat war die 1986 eröffnete Espresso-Bar „Il Giornale“, ein Café nach italienischem Vorbild. Man spielte italienische Opern, hinter der Bar standen Baristi mit Fliege, es gab keine Sitzgelegenheiten und auch die Getränke entsprachen der italienischen Kaffeekultur. Da sich die Amerikaner aber nicht mit diesem fremden Modell identifizieren konnten, passte sich Schultz den Wünschen seiner Gäste an, stellte Stühle bereit und tauschte die Opernmusik gegen Jazz. Ein starker und kurzer Espresso konnte den Großteil der Amerikaner ebenfalls nicht begeistern, Cappuccino und Caffè Latte dafür umso mehr. Auch dabei wurde in weiterer Folge auf die Vorlieben der Kunden eingegangen, weswegen es fortan zusätzlich entrahmte Milch sowie aromatisierte Kaffees gab. Im Laufe der Zeit entwickelte sich das Bestellen zu einer Wissenschaft mit speziellen Fachtermini, wie folgendes Beispiel zeigen soll.⁵⁷⁹

„Ein kleiner eisgekühlter Haselnusskaffee zum Mitnehmen mit einem Schuss koffeinhaltigem und einem Schuss entkoffeiniertem Kaffee, entrahmter Milch und einer ordentlichen Menge Schaum war ‚ein eisgekühlter kurzer schizophrener magerer Haselnuss-Cappuccino mit Flügeln‘.“⁵⁸⁰

1987 ergab sich dann für Howard Schultz eine neue Chance, denn die „Starbucks“-Eigentümer hatten sich entschieden, ihre sechs Läden und die dazugehörige Rösterei zu verkaufen. Nach wenigen Wochen waren die Investoren von Schultz' Plänen überzeugt und stellten das nötige Geld für den Kauf bereit. Der Name seiner Espresso-Bar „Il Giornale“ wurde zu Gunsten von „Starbucks“ aufgegeben. Groß waren die Pläne, die Howard Schultz für die Zukunft von „Starbucks“ vorgesehen hatte, denn er wollte innerhalb der nächsten fünf Jahre weitere 125 Filialen eröffnen.⁵⁸¹

8.5.1.2. Die Expansion von „Starbucks“

Am 18. August 1987 hielt Howard Schultz eine Rede vor seiner gesamten Belegschaft in der er versprach, dass er niemanden zurücklassen werde, da die Mitarbeiter die Eckpfeiler von „Starbucks“ seien. Visionen und Liebe sowie eine Bereicherung für die Gemeinschaft waren unter anderem Stichwörter, die in dieser Rede verwendet wurden und ihre Emotionalität aufzeigten.⁵⁸²

Schon zu dieser Zeit begann man zu expandieren und etablierte folglich Kaffee als Bestandteil der amerikanischen Kultur. Schlag um Schlag eroberte man weitere Standorte, wobei die Erschließung von Chicago und Los Angeles dabei als zentral galten. Die schnelle Expansion hinterließ auf Grund des

⁵⁷⁹ Vgl. Mark Pendergrast, Kaffee. Wie eine Bohne die Welt verändert (Bremen²2002), 401-403.

⁵⁸⁰ Mark Pendergrast, Kaffee. Wie eine Bohne die Welt verändert (Bremen²2002), 403.

⁵⁸¹ Vgl. Mark Pendergrast, Kaffee. Wie eine Bohne die Welt verändert (Bremen²2002), 403-404.

⁵⁸² Vgl. Howard Schultz, Dori Jones Yang, Die Erfolgsstory Starbucks. Eine trendige Kaffeebar erobert die Welt (Wien/Hamburg 2000), 105-106.

hohen Qualitätsanspruches jedoch seine Spuren und so verlor „Starbucks“ Jahr für Jahr mehr Geld. 1989 gab es zwar bereits 55 Läden, jedoch betrug der erwirtschaftete Verlust 1,2 Millionen Dollar. Das war der Zeitpunkt, als Howard Schultz beschloss, leitende Angestellte und Betriebswirte, die Erfahrung mit Franchise-Ketten hatten, zu engagieren. Wir befinden uns in den frühen 1990er Jahren als er diese von Fast-Food-Ketten, wie beispielsweise „McDonald’s“, „Burger King“ und „Kentucky Fried Chicken“, rekrutierte. Prompt verzeichnete man 1990 den ersten Profit, was sich in weiterer Folge noch beträchtlich steigern sollte. Ende des Jahres 1991 existierten schon mehr als 100 Stores, die einen Umsatz von 57 Millionen Dollar erwirtschafteten.⁵⁸³ Ein Jahr später verwandelte man „Starbucks“ in eine Aktiengesellschaft und ging an die Börse. Ab 1996 begann man mit der weltweiten Expansion, die in Japan ihren Anfang nahm. Fortan ging es Schlag auf Schlag: die Philippinen, Neuseeland, Taiwan, Thailand, Großbritannien, China, Kuwait, Südkorea, der Libanon und Malaysia wurden bis zur Jahrtausendwende mit Stores ausgestattet. Diese Liste hat sich bis heute laufend erweitert und so gab es im Jahr 2013 19.767 „Starbucks“-Läden in 62 Ländern.⁵⁸⁴ Dabei sind die einzelnen Standorte von größter Bedeutung. Die Strategie, die der amerikanische Konzern hierbei verwendet wird als „Clustering“ bezeichnet, was bedeutet, dass in unmittelbarer Nähe zueinander mehrere Shops eröffnen und diese somit für den Kunden stets erreichbar und präsent sind.⁵⁸⁵

Die erste österreichische Filiale eröffnete 2001 auf der Wiener Kärntnerstraße.⁵⁸⁶ Aktuell findet man in Wien 14 Stores, wobei der letzte im neu gestalteten Wiener Westbahnhof eingerichtet wurde.⁵⁸⁷

8.5.1.3. Das Konzept von „Starbucks“

Bei „Starbucks“ geht es schon lange nicht mehr nur um den Kaffee. Die amerikanische Kaffeehaus-Kette verkauft ein Image und steht mit diesem für *lifestyle*. Man will modern, jung und trendig sein, was sich sowohl in der Aufmachung des Lokals als auch beim Publikum widerspiegelt. Nicht selten findet man Fotos von diversen Stars aus der Film- und Musikbranche, die den Pappbecher mit dem charakteristischen grün-weißen Logo in Händen halten, was vor allem bei jungen Menschen zu verstärkter Beliebtheit führt. Man könnte sagen: hip ist, wer zu „Starbucks“ geht und dadurch gehören die weißen Pappbecher nicht nur in den USA zum alltäglichen Straßenbild.

⁵⁸³ Vgl. Mark *Pendergrast*, Kaffee. Wie eine Bohne die Welt verändert (Bremen ²2002), 404-405.

⁵⁸⁴ Vgl. Our Company. Timeline. In: [strabucks.com](http://globalassets.starbucks.com/assets/c60c79d6c3a247e284640f17f1806283.pdf), online unter <<http://globalassets.starbucks.com/assets/c60c79d6c3a247e284640f17f1806283.pdf>> (8. Juni 2014).

⁵⁸⁵ Vgl. Andrea *Kurtz*, Starbucks – ein Lebensgefühl erobert die Welt. In: *absatzwirtschaft*, Sonderausgabe zum Deutschen Marketing-Tag (2002), 97.

⁵⁸⁶ Vgl. Our Company. Timeline. In: [strabucks.com](http://globalassets.starbucks.com/assets/c60c79d6c3a247e284640f17f1806283.pdf), online unter <<http://globalassets.starbucks.com/assets/c60c79d6c3a247e284640f17f1806283.pdf>> (8. Juni 2014).

⁵⁸⁷ Vgl. Starbucks. In: [herold.at](http://www.herold.at/gelbe-seiten/was_starbucks/), online unter <http://www.herold.at/gelbe-seiten/was_starbucks/> (8. Juni 2014).

Howard Schultz spricht diesbezüglich von einem Erlebnis, welches sich aus vier Punkten zusammensetzt. Der Konsum von hochwertigem Kaffee soll aus einem gewöhnlichen Tag etwas Besonderes machen, was mit den Worten „ein Hauch von Romantik“ beschrieben wird. Des Weiteren soll sich bei „Starbucks“ niemand diskriminiert fühlen, das heißt, sowohl der Arbeiter, als auch der wohlhabende Geschäftsmann sind in diesen Oasen der Erholung, ein weiterer Aspekt des Erlebnisses, herzlich willkommen. Schnelles und freundliches Service unterstützen das Wohlbefinden des Kunden, welcher hier ohne direkten Kontakt mit anderen dennoch in Gesellschaft sein kann. So lautet zumindest das Konzept der amerikanischen Kaffeehaus-Kette.⁵⁸⁸ Da die hier aufgelisteten Punkte hauptsächlich auf subjektives Empfinden abzielen, kann man nicht pauschal beurteilen, ob diese auch tatsächlich so in der Praxis umgesetzt werden. Anzumerken sei jedoch, dass diese Information eine gefärbte ist und ein ausschließlich positives Bild von „Starbucks“ zeichnen möchte.

Was den Kaffee betrifft, hat man sich nicht von der italienischen Grundidee abbringen lassen, diese wurde lediglich um zahlreiche Angebote erweitert. Wenn man nun an der Bar in einem „Starbucks“-Laden steht, so werden einem viele Entscheidungen abverlangt. Um den Arbeitsvorgang des Baristas so unkompliziert wie möglich zu gestalten, sollte man sich zuerst darüber im Klaren sein, ob man seinen Kaffee *to go* oder doch lieber in einem *mug* haben möchte. In weiterer Folge gilt es die Größe des Kaffees zu bestimmen, wobei zwischen *short*, *tall* und *grande* entschieden werden muss. Im selben Atemzug ist auch die Anzahl der Espresso-Shots zu nennen, das heißt *single*, *double* oder *triple*. Wahlweise kann man hier nun seinen Kaffee mit diversen *flavours*, wie Haselnuss, Vanille oder Karamell, versetzen lassen, bevor es zum nächsten Schritt weitergeht. Präferiert man Milch, so gilt es diesen Begriff zu spezifizieren: Vollmilch, fettarme sowie lactosefreie Milch oder Sojamilch stehen dabei zur Auswahl. Natürlich gäbe es auch Schlagobers, was bei „Starbucks“ mit dem Ausdruck *con panna* geordert werden sollte. Zu guter Letzt muss man dem Barista natürlich auch noch das ausgewählte Grundgetränk, also Espresso, Cappuccino, Caffè Latte oder Caffè Americano – ein österreichischer „Verlängerter“ – mitteilen. Um jedem Gast die Möglichkeit zu geben, sich seinen Kaffee individuell zusammenzustellen, gibt es diese unglaubliche Auswahl an unterschiedlichsten Dingen, welche Bestellungen bei „Starbucks“ als kompliziert erscheinen lassen. Ein „To-go Single Tall Vanilla Soy Caffè Latte“ geht einem nicht so leicht von den Lippen, wie „einen großen Braunen, bitte“ und erfordert höchste Konzentration, um nicht die Reihenfolge zu verwechseln oder gar einen Teil zu vergessen. Des Weiteren beinhaltet das Sortiment von „Starbucks“ auch Filterkaffee, welcher täglich aus einer anderen Kaffeemischung gebrüht wird, Schokoladetränke, Tee sowie Eistee. Zusätzlich wird der Großteil der Kaffeespezialitäten auch kalt, das heißt *iced*, angeboten und auf

⁵⁸⁸ Vgl. Howard Schultz, Dori Jones Yang, Die Erfolgsstory Starbucks. Eine trendige Kaffeebar erobert die Welt (Wien/Hamburg 2000), 122.

Sonderwünsche, wie beispielsweise *extra hot*, Rücksicht genommen. Ein Spezifikum für Österreich ist die Tatsache, dass man hier auch eine Café Melange bei „Starbucks“ ordern kann.

Das wohl beliebteste Getränk und somit der Verkaufsschlager von „Starbucks“ ist der Frappuccino, welcher vom Unternehmen selbst entwickelt wurde. Frappuccinos sind kalte Shakes aus Kaffee oder Tee, die mit sehr viel *crushed ice* zubereitet werden und folglich mit *Granitas* zu vergleichen sind. Auch hier kommen die vielen unterschiedlichen Zusatzangebote zum Einsatz und machen aus dem Basisgetränk einen „To-go Double Grande Coffee Frappuccino Light“.⁵⁸⁹

Neben diesem vielfältigen Angebot an Getränken gibt es außerdem noch süße und pikante Snacks. Die amerikanische Backtradition ist dabei sehr deutlich zu erkennen und so besteht das Mehlspeisen-Sortiment aus beispielsweise Muffins, Donuts, Cookies, Brownies sowie Cheesecake. Wraps, Salate, kalte und warme Sandwiches sowie frisches Obst und Joghurt komplementieren die Produktpalette hinsichtlich der Speisen.⁵⁹⁰

Konsumieren kann man diese und sein individuell zusammengestelltes Getränk entweder im Pappbecher für unterwegs oder in der „Starbucks“-Filiale selbst, die mit Holzsesseln, (Steh-)Tischen und Fauteils ausgestattet sind. Nicht selten kann man dabei Gäste mit Notebooks beobachten, die die Läden als Arbeitsplatz benützen. Dies resultiert aus der Tatsache, dass „Starbucks“ gratis WLAN-Zugänge in all seinen Stores anbietet. Zum Auftritt der amerikanischen Kaffeehaus-Kette gehört außerdem Musik, die das Konzept von moderner Gemütlichkeit unterstreichen soll. Des Weiteren wird darauf Wert gelegt, sich der lokalen Architektur unterzuordnen. Qualität und Service stellen weitere bedeutende Maxime von „Starbucks“ dar, ebenso wie der Umstand, dass man auf mediale Werbung verzichtet.⁵⁹¹ Merchandising-Produkte werden aber verkauft und sind im Endeffekt nichts anderes als Werbung. Coffee-to-go-Becher in diversen Größen und Designs, Tassen, Kaffeebohnen und vieles mehr gehören zu diesen Produkten, die man in den Läden erwerben kann, um sich als treuer „Starbucks“-Kunde zu outen.

Was auffällig ist, ist der Umstand, dass alle Produkte bei „Starbucks“ im Vergleich zur Konkurrenz wesentlich teurer erscheinen. Zehn bis fünfzehn Prozent mehr soll einem die Kaffeehaus-Kette berechnen, was sie auf den fair gehandelten Kaffee und die damit einhergehende soziale Verantwortung zurückführen.⁵⁹² Ein Cappuccino der Größe *short* beinhaltet bei „Starbucks“ 237

⁵⁸⁹ Vgl. Getränke. In: starbucks.at, online unter <<http://www.starbucks.at/menu-list/beverage-list>> (9. Juni 2014).

⁵⁹⁰ Vgl. Speisen. In: starbucks.at, online unter <<http://www.starbucks.at/menu-list/food-list>> (9. Juni 2014).

⁵⁹¹ Vgl. Andrea Kurtz, Starbucks – ein Lebensgefühl erobert die Welt. In: absatzwirtschaft, Sonderausgabe zum Deutschen Marketing-Tag (2002), 97.

⁵⁹² Vgl. Andrea Kurtz, Starbucks – ein Lebensgefühl erobert die Welt. In: absatzwirtschaft, Sonderausgabe zum Deutschen Marketing-Tag (2002), 97.

Milliliter Kaffee und kostet 3,70 Euro. Im Gegensatz dazu verlangt „McCafé“ für seinen Cappuccino *regular*, der 203 Milliliter Kaffee umfasst, 2,69 Euro.

Dass globale Markenunternehmen vor allem seit den 1990er Jahren durch das verstärkte Umweltbewusstsein stets mit Argusaugen beobachtet werden und schnell verurteilt werden, auf Kosten von Mensch und Umwelt Profit zu machen, hat auch „Starbucks“ im Laufe seiner Karriere erfahren dürfen und sich folglich dafür eingesetzt, ein wertvolles soziales Mitglied der Gesellschaft zu werden. Kaffee aus nachhaltigem Anbau ist seither ein wesentlicher Aspekt für das Unternehmen geworden. Mittels eines eigens erstellten Programms, „Coffee and Farmer Equity (C.A.F.E.) Practices“, soll der Einkauf von nachhaltigem Kaffee gewährleistet werden. Entwickelt wurde dieses in Kooperation mit „Conservation International“ um Farmern zu helfen, Kaffee so anzubauen, dass Umwelt und Mensch davon profitieren. Gegliedert in vier Punkte enthalten die Richtlinien die Aspekte Produktqualität, wirtschaftliche Transparenz sowie soziale und ökologische Verantwortung. Das bedeutet, dass die qualitativen Ansprüche von „Starbucks“ erfüllt werden müssen, diese aber unter fairen und nachhaltigen Bedingungen entstehen sollen. Man kauft nicht direkt beim Kaffeebauer ein, aber man überwacht die gesamte Einkaufs- und Distributionskette, um sicherzustellen, dass die Farmer entsprechend entlohnt werden. Hinsichtlich der sozialen und ökologischen Verantwortung wird ein externer Prüfer herangezogen, der kontrollieren soll, ob die Arbeitsbedingungen sicher, fair und human sind. Dabei spielen die Lebensumstände der auf Plantagen arbeitenden Menschen, die Beachtung von Mindestlöhnen sowie der Kampf gegen Kinder- und Zwangsarbeit eine große Rolle. Des Weiteren soll der Umgang mit Abfall ökologischen Standards entsprechen, die Artenvielfalt geschützt und der Einsatz von Pestiziden verringert werden. Auch der Schutz von Wasser und die Einsparung von Energie stellen dabei einen wesentlichen Punkt der Richtlinien dar.⁵⁹³

„In 2008 we set a goal that all of our coffee would meet our standards for ethical sourcing by 2015, through C.A.F.E. Practices, Fairtrade and/or other externally verified or certified programs. We have made steady progress toward this goal each year, and in 2013 95.3% of our coffee was ethically sourced, with some coffees receiving multiple verifications or certifications.“⁵⁹⁴

Seit dem Jahr 2000 kauft „Starbucks“ Kaffee aus „Fairtrade“-Anbau ein und will so versuchen, diesen Markt in den USA zu etablieren. 2013 waren 8,4 Prozent der Kaffeeinkäufe durch „Fairtrade“ zertifiziert und auch Bio-Kaffee zählt zu den verwendeten Kaffeesorten bei der amerikanischen Kaffeehaus-Kette, wovon man letztes Jahr 1,1 Prozent für das Unternehmen importieren ließ. Der

⁵⁹³ Vgl. Kaffee aus nachhaltigem Anbau. In: starbucks.at, online unter <<http://www.starbucks.at/responsibility/sourcing/coffee>> (9. Juni 2014).

⁵⁹⁴ Coffee. In: starbucks.com, online unter <<http://www.starbucks.com/responsibility/sourcing/coffee>> (9. Juni 2014).

Großteil der Bohnen wird durch Kaffeebauern bereit gestellt, die auf Basis der Richtlinien des Unternehmens arbeiten, was die Frage aufwirft, wie groß die soziale und ökologische Verantwortung wirklich ist.⁵⁹⁵ Es gibt heute kaum ein großes Unternehmen, das sich nicht die Plakette des wertvollen Umgangs mit Gesellschaft und Umwelt anheftet und als nützlicher Teil der Gemeinschaft, der im Einklang mit der Natur produziert, angesehen werden will. Dahinter verbirgt sich die Image-Kampagne des Unternehmens, denn vorrangig will man durch solche Bekenntnisse ein positives Bild der Firma erzeugen, was schlussendlich wieder dem Profit zu Gute kommt.⁵⁹⁶ Pauschalisieren darf man das nicht, denn ein deutliches Bewusstsein hinsichtlich von Umweltstandards ist erkennbar, wobei aber der Blick auf das Ganze nicht vergessen werden darf. Projekte bezüglich der sozialen Verantwortung von Konzernen sind nicht selten PR-Aktionen, die sich als Einzelereignisse charakterisieren und keinerlei langfristige Maßnahmen nach sich ziehen – ein Tropfen auf dem heißen Stein. Das zumindest theoretische Aufstellen von Grundsätzen und Richtlinien in Bezug auf soziales und ökologisches Engagement wirkt als Neutralisation von möglicher Kritik.⁵⁹⁷ Soziale Verantwortung hört zumeist da auf, wo Profitstreben beginnt.

8.5.2. „McCafé“

Ray Kroc, ein Vertreter für Milkshake-Mixer, zog Anfang der 1950er Jahre durch die Vereinigten Staaten von Amerika und stieß dabei auf die Brüder Richard und Maurice McDonald, denen er für ihr Restaurant in Kalifornien seine Geräte verkaufen wollte. Die beiden führten seit 1948 einen Laden, in dem sie Hamburger, Pommes Frites und Getränke schnell und preiswert servierten. Fasziniert von diesem Konzept, erwarb Ray Kroc die Lizenz und startete die Erfolgsstory „McDonald’s“.⁵⁹⁸

Die erste „McDonald’s“-Filiale in Österreich wurde im Jahre 1977 am Wiener Schwarzenbergplatz, integriert in einen Ringstraßenbau, eröffnet. Obwohl die amerikanische Fast-Food-Kette mit Anlaufschwierigkeiten auf dem österreichischen Markt kämpfte, hat sie heute einen festen Platz im gesellschaftlichen Alltag gefunden. Bereits zwei Jahre nach der Ankunft von „McDonald’s“ wurde ein zweiter Laden auf der Mariahilferstraße eröffnet; man kooperierte mit dem Linzer Schlachthof, die die Rindfleischlaibchen produzierten, mit der Brotfabrik „Anker“, welche die so genannten *buns* herstellten und mit Kartoffelbauern aus Niederösterreich, um den Rohstoff für die Pommes Frites zu erhalten. Vor allem in den Anfangsjahren schätzten Jugendliche und Touristen sowie Stammgäste die Produkte der Franchise-Kette. Schnell zubereitetes Essen stellte dabei in Österreich kein neues

⁵⁹⁵ Vgl. Coffee. In: starbucks.com, online unter <<http://www.starbucks.com/responsibility/sourcing/coffee>> (9. Juni 2014).

⁵⁹⁶ Vgl. Joel Bakan, *The Corporation. The Pathological Pursuit of Profit and Power* (London 2005), 50.

⁵⁹⁷ Vgl. Sabine Singer, *Starbucks in Österreich. Zur kommunikativen Strategie eines globalen Markenunternehmens* (Dipl.-Arb. Universität Wien 2007), 164-165.

⁵⁹⁸ Vgl. Unternehmen. Geschichte. In: mcdonalds.at, online unter <http://www.mcdonalds.at/downloads/company/ray_kroc.pdf> (10. Juni 2014).

Phänomen dar, man denke nur an den traditionellen Würstelstand, aber den diesbezüglichen industriellen Charakter gab es bislang noch nicht. Schlag um Schlag wurde eine Filiale nach der anderen eröffnet, wobei man vom Stadtzentrum Richtung Peripherie vorging. Ausgestattet waren und sind die Läden nach einem international vorgegebenen Handbuch und auf keinen Fall fehlen darf das gelb-rote „M“, Logo des Unternehmens.⁵⁹⁹

Heute gibt es in Österreich insgesamt 189 „McDonald’s“-Filialen, davon 28 in Wien.⁶⁰⁰ Mit 157 Millionen Gästen und einem Umsatz von 560 Millionen Euro im vergangenen Jahr, gehört das Unternehmen zu den Größen der Fast-Food-Industrie, welche Ende des 20. Jahrhunderts einen neuen Markt für sich entdeckt hat: Kaffee.⁶⁰¹

8.5.2.1. Die Entstehungsgeschichte von „McCafé“ und das Konzept

Es war Ende der 1990er Jahre als „McDonald’s“ den Beschluss fasste, sich auch dem Bereich Kaffee zu widmen. Geboren wurde die Idee in Australien und findet seither vor allem in Europa großen Anklang. „McCafé“ entspricht einem Coffeeshop nach US-amerikanischem Vorbild und weist somit sehr starke Ähnlichkeit zum Unternehmen „Starbucks“ auf. Ein wesentlicher Unterschied ist aber, dass die „McCafés“ mittels eines Shop-in-Shop-Konzeptes in die bereits bestehenden „McDonald’s“-Filialen integriert wurden.

Die Geschichte von „McCafé“ in Österreich begann im Jahre 2006, als man in Rum in Tirol den ersten Laden eröffnete. Die österreichweite Expansion ging mit rasantem Tempo voran und so gibt es derzeit 165 „McCafés“⁶⁰², was diesen zum Marktführer im Coffeeshop-Segment macht.

Hintergrund für die Erweiterung um das Kaffeegeschäft waren Modernisierungsstrategien des Unternehmens. Mit Hilfe von „McCafé“ will man eine neue Zielgruppe ansprechen und somit verstärkt Kunden akquirieren, die auch außerhalb der klassischen Essenszeiten die Shops besuchen. Dafür versuchte man ein neues und modernes Konzept zu entwickeln, welches auch in der Ausstattung der Cafés zum Vorschein kommt. Der französische Architekt Philippe Avanzi entwarf im Zuge dessen eine vollkommen neue Designlinie, die auf angenehme Farben und moderne Formen sowie Materialien setzt. Holz und Leder dominieren und sollen die Konnotation von „McCafé“ mit *lifestyle* hervorbringen. Erweitert um die Termini Entspannung, Wohlfühlatmosphäre und Genuss war es das Ziel von „McDonald’s“ einen Imagewandel zu bewirken. Gute Qualität und schnelles

⁵⁹⁹ Vgl. Nicole *Dietrich*, Schnell essen in Wien. Das Entschleunigungsdilemma rund um Espresso, Würstel und Burger. In: Susanne Breuss (Hg.), *Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945* (Wien 2005), 127-128.

⁶⁰⁰ Stand 2013.

⁶⁰¹ Vgl. McDonald’s Österreich in Zahlen 2013. In: [mcdonalds.at](https://www.mcdonalds.at), online unter <https://www.youtube.com/watch?v=8D3waK1VhLE&feature=c4-overview&list=UUDX757yGSw_ijxOGQmUFtFw> (10. Juni 2014).

⁶⁰² Stand 2013.

Service werden dabei vom Konzern als „altbewährte McDonald’s Philosophie“ hochgehalten, welche seine Fortsetzung auch in den Kaffeelounges finden soll.⁶⁰³ Zur Zielgruppe gehören vorrangig Jugendliche und Mütter mit Kindern, aber auch ältere Erwachsene und jene Menschen, die sich spontan zu einem Besuch entschließen.⁶⁰⁴ Die Expansionsstrategie orientiert sich an „McDonald’s“, wobei nicht jedes Restaurant mit einem „McCafé“ ausgestattet wurde und wird. Eignet sich die Lage der Filiale, so wird auch die Kaffeelounge ihren Platz darin finden. Die bevorzugten Standorte sind leicht zu errahnen: hoch frequentierte Orte in Innenstädten, Verkehrsknotenpunkte, Bahnhöfe und Flughäfen.⁶⁰⁵

Widmet man sich der Produktpalette, so stößt man auf die unterschiedlichsten Kaffeetraditionen. Dem Coffeeshop-Konzept entsprechend, bestellt man sein Getränk, wahlweise in der Porzellantasse oder *to go*, an einer Bar. Der Barista nimmt den Wunsch des Gastes entgegen, kassiert und widmet sich dann sogleich der Zubereitung der Bestellung. Ähnlich wie bei „Starbucks“ eröffnet sich dabei ein großes Sortiment, welches sich aus italienischen, amerikanischen und österreichischen Kaffeespezialitäten zusammensetzt. Aus Italien stammen der Espresso, Cappuccino, Caffè Latte sowie der Latte Macchiato, aus Österreich die Melange und der „Große Braune“. Die amerikanische Komponente ergibt sich einerseits durch die verschiedenen *flavours*, die angeboten werden, sowie andererseits durch die drei verschiedenen Größen, *small*, *regular* und *grande*. Des Weiteren versucht man dem Wunsch nach individuellen Kaffeespezialitäten durch vier verschiedene Milchprodukte nachzukommen. Dabei kann man zwischen Vollmilch, fettarmer sowie lactosefreier Milch und Sojamilch wählen. In den heißen Monaten wird der Großteil dieser Produkte auch kalt angeboten und zusätzlich erweitert sich das Sortiment um Frappes sowie Frozen Yoghurt Smoothies. Darüber hinaus offeriert „McCafé“ auch weiße und dunkle Schokolade, Chai Latte und Tee. Neben diesem vielfältigen Angebot an Getränken gibt es eine nicht minder facettenreiche Auswahl an Mehlspeisen, die ebenfalls durch eine Mischung von Traditionen bestimmt ist. Muffins, Brownies, Donuts, Cookies und Cheesecake stammen aus der US-amerikanischen Backkultur, Macarons aus der französischen und Österreich ist mit der Apfeltorte sowie dem Marillenkuchen vertreten. Die hier angeführten Beispiele stellen dabei aber nur eine kleine Selektion der angebotenen Süßigkeiten dar; das gesamte Sortiment ist weitaus größer.⁶⁰⁶ Anzumerken sei außerdem, dass sich die Produktpalette den Jahreszeiten anpasst und stets zeitlich limitierte *Specials*, sowohl hinsichtlich der Mehlspeisen, als auch in Bezug auf die Getränkekarte, auf den Markt gebracht werden. Ist das Kernsortiment bei

⁶⁰³ Vgl. McCafé – eine Idee von McDonald’s erobert Österreich. In: mcdonalds.at, online unter <<http://www.mcdonalds.at/presse/index.php?pid=216&lang=de>> (10. Juni 2014).

⁶⁰⁴ Vgl. Michael Milewski, McCafé erweitert die Power-Brand. In: absatzwirtschaft, Sonderausgabe zum Marken-Award (2007), 125.

⁶⁰⁵ Vgl. Katrin Siebel, McCafé ist neue Nr.1. In: Food Service 3 (2009), 22.

⁶⁰⁶ Vgl. McCafé. Alle Produkte. In: mcdonalds.at, online unter <<http://www.mcdonalds.at/#/mccafeprodukte/>> (10. Juni 2014).

„McDonald’s“ weltweit gleich, so unterscheidet es sich im Bereich Kaffee und Kuchen immens. Dies resultiert aus dem Umstand, dass die Vorlieben in den einzelnen Ländern stark divergieren und somit auf nationale Eigenheiten Rücksicht genommen werden muss.⁶⁰⁷ Die Topseller 2013 bei „McCafé“ in Österreich sind der Cappuccino auf Platz Nummer 1, dicht gefolgt von Cookies und Caffè Latte.⁶⁰⁸

Konsumieren kann man alle Produkte entweder im Lokal selbst oder *to go*. Die Läden sind mit Tischen sowie Hockern beziehungsweise gepolsterten Sesseln ausgestattet und unterscheiden sich dabei stilistisch und farblich vom Teil des „McDonald’s“-Restaurants. Verweilt man in den Filialen während man seinen Cappuccino genießt, so steht einem dafür auch kostenloses WLAN zur Verfügung, ein Aspekt, der sich für die gesamte Kaffeehauslandschaft in den letzten Jahren als bedeutend herauskristallisierte.

Als wichtiger Trend, dem sich auch „McDonald’s“ und somit „McCafé“ annahm, präsentiert sich das erwachte Umweltbewusstsein der Bevölkerung. Der Konzern wirbt damit „grün zu sein“, daher auch die veränderte Farbgebung des Logos von „McDonald’s“, die immer größere Verbreitung findet. Das Nachhaltigkeitsprogramm gliedert sich dabei in vier Punkte, die auf der einen Seite den Qualitätsanspruch des Unternehmens und seine Rolle als Arbeitgeber sowie Ausbilder beinhalten und auf der anderen Seite den umweltbewussten Umgang mit Ressourcen sowie ein gesellschaftliches soziales Engagement zum Thema haben. Die hohen Qualitätsansprüche beziehen sich auf die Produkte sowie die Produktionsprozesse, wobei die Basis dafür mit „QSSP“ – Qualität, Service, Sauberkeit und Preiswürdigkeit – abgekürzt und zusammengefasst wird. Ein umfassendes internes Kontrollsystem sowie die Bewertung durch externe Institutionen soll dies gewährleisten. Es ist das Ziel von „McDonald’s“ den Großteil seiner Rohstoffe bei regionalen Erzeugern einzukaufen, welche mittels einheitlicher Spezifikationen und „Food Safety Standards“ ausgewählt werden. Obgleich Kaffeeanbau in Österreich bekanntlich nicht möglich ist, legt man auch hierbei großen Wert auf hochwertige Produkte, die durch die „Rainforest Alliance“ zertifiziert werden und durch das Siegel mit dem grünen Frosch erkennbar sind. Die Umweltschutzorganisation widmet sich vor allem dem Schutz des Tropenwaldes und setzt sich dabei für ökologische Landnutzung, die soziale Verantwortung von Unternehmen und ein wertorientiertes Verbraucherverhalten ein.⁶⁰⁹ Verwendet werden dabei ausschließlich 100 Prozent Arabica-Bohnen von Kaffeebauern, die mit dem Zertifikat der „Rainforest Alliance“ ausgezeichnet wurden. Die Zusammenstellung der eigens für „McCafé“

⁶⁰⁷ Vgl. Systemgastronomie. Immense nationale Unterschiede. Bert Rudolph (44), Director McCafé Operations, McDonalds Deutschland, sprach mit der Snack-Redaktion über das Konzept der ebenso erfolgreichen wie expansiven Kaffeebarkette McCafé und die Verbindung von Snacks und Kaffee. In: Food Service 7-8 (2012), 15.

⁶⁰⁸ Vgl. McDonald’s Österreich in Zahlen 2013. In: mcdonalds.at, online unter <https://www.youtube.com/watch?v=8D3waK1VhLE&feature=c4-overview&list=UUDX757yGSw_ijxOGQmUFtFw> (10. Juni 2014).

⁶⁰⁹ Vgl. Rainforest Alliance: Gütesiegel für Qualität und Nachhaltigkeit. In: mcdonalds.at, online unter <<http://www.mcdonalds.at/#/rainforest/>> (10. Juni 2014).

entwickelten Kaffeemischungen sowie die Röstung der Bohnen werden in weiterer Folge vom Unternehmen „Jacobs“ durchgeführt.

In Hinblick auf Umweltschutz spielt darüber hinaus das Thema Recycling sowie Grünstrom eine zentrale Rolle. Seit 1992 gibt es das Abfallsammel- und Verwertungskonzept „McRecycle“, wodurch Altlasten wiederverwertet und umweltschädliche Emission verringert werden soll. Zusätzlich wird das durch die Restaurants produzierte Speiseöl in Biodiesel umgewandelt und die Stromversorgung der Lokale durch Wasserkraft betrieben. Der sozialen Verantwortung widmet man sich vor allem durch das Projekt „Ronald McDonald Kinderhilfe“. Im Rahmen dieser Aktion werden für Familien von kranken Kindern Häuser in unmittelbarer Nähe von Krankenhäusern errichtet, um diesen über die Dauer der Behandlung ein „Zuhause“ zur Verfügung zu stellen. Auskunft über all diese Themen gibt der öffentlich zugängliche Nachhaltigkeitsbericht von „McDonald’s“, der insbesondere der Transparenz gegenüber dem Kunden dient.⁶¹⁰

Parallelen zur amerikanischen Konkurrenz sind nicht zu übersehen. Beide Firmen wollen mittels ihrer reichhaltigen Produktpalette die breite Masse ansprechen, beide titulieren ihre Mitarbeiter als Baristi und beide bieten sowohl Coffee-to-go als auch „Kaffee zum Verweilen“ an. Darüber hinaus spielt das Image eine große Rolle; man beruft sich auf das Schlagwort *lifestyle*, den man verkaufen möchte. Modern, jung und *stylish* will sowohl „Starbucks“ als auch „McCafé“ sein. Gesteigert wird die Popularität der Unternehmen einerseits durch die enorme Dichte der Läden, die durch ein großes Logo hervorgehoben werden, und andererseits durch die mit Schriftzügen bedruckten Pappbecher und Merchandising-Produkte. Dabei repräsentiert man eine Marke, die auf Wiedererkennungswert baut, so dass man auch während des Urlaubs in Madrid eine „Starbucks“- oder „McCafé“-Filiale besucht. Große Unterschiede ergeben sich lediglich beim Preis, denn „Starbucks“ ist deutlich teurer als „McCafé“. Es ist daher nicht überraschend, dass das Shop-in-Shop-Konzept von „McDonald’s“ großen Anklang bei der Bevölkerung findet und dadurch Marktführer im Coffeeshop-Segment ist.

„Wir verstehen uns als hochwertige Kaffeebar, und das Prinzip Value for Money ist uns schon sehr wichtig. Im Vergleich zu Coffee Bars sind wir preislich eher günstig angesiedelt, wobei wir hohe Qualität liefern und dabei auch das Thema Nachhaltigkeit im Auge haben. Kaffeetrinken bei uns soll ein Genuss sein und muss deswegen auch hochwertig präsentiert werden. [...] Kaffee steht bei uns für Genuss und Verwöhnen in

⁶¹⁰ Vgl. McDonald’s Österreich. Nachhaltigkeitsbericht 2011. In: mcdonalds.at, online unter <http://www.mcdonalds.at/downloads/company/McDonalds_Download_Nachhaltigkeitsbericht.pdf> (10. Juni 2014).

Kombination mit einem vernünftigen Snackangebot. Dazu gehört im McCafé eben auch Porzellan. Alternativ kann der Kunde seinen Kaffee ebenso in einem qualitativ hochwertigen Pappbecher mitnehmen.“⁶¹¹

Was bei diesem Zitat sehr deutlich zum Ausdruck kommt, ist, dass der Wegwerfbecher ebenso eine Aufwertung erleben soll, indem er als qualitativ bezeichnet wird. Die Verwendung von nachhaltigen Materialien stellt dabei das Hauptthema dar und soll den Pappbecher noch gesellschaftstauglicher machen, als er ohnehin schon ist.

Ein weiterer Gegensatz im Vergleich der beiden Firmen ist, dass sich „McCafé“ eher der österreichischen Kaffeekultur unterordnet als „Starbucks“. Das zeigt sich unter anderem, wenn man einen Kaffee im Lokal konsumiert und dabei das obligatorische Glas Wasser kredenzt wird. „McCafé“ erweist sich als erfolgreiches Unternehmen im Kaffeebereich, welches auch auf den gesamten Konzern Auswirkungen hat. Es gilt, dass Restaurants mit Kaffeelounge auch mehr Fast-Food verkaufen und somit die Umsatzzahlen steigen.⁶¹² Das bedeutet, dass sich das Besucherverhalten durch den Marktantritt von „McCafé“ nachhaltig verändert hat und das Ziel eines Imagewandels geglückt ist.

8.5.3. Erobert der Coffeeshop das Wiener Kaffeehaus?

Obwohl die amerikanischen Kaffeehaus-Ketten nicht die ersten aus dem Ausland stammenden Konzerne sind – man denke beispielsweise an „Segafredo“ –, die sich in die Kaffeehauslandschaft Wiens eingebettet haben, erregte vor allem der Einzug von „Starbucks“ großes mediales Aufsehen. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass das Unternehmen als Symbol der Globalisierung wahrgenommen wird und dabei die Konnotation erhält, lokale Kulturen durch einen aggressiven und expansionistischen Charakter zu verdrängen. Emotionale Zeitungsartikel, die vor allem die US-amerikanische Herkunft und wirtschaftliche Potenz betonten, verstärkten dieses Bild und führten dazu, dass der Markteintritt von „Starbucks“ wie eine Kampfansage an die Wiener Kaffeehauskultur wirkte. Ein erneutes Kaffeehaussterben wurde proklamiert.⁶¹³ Betrachtet man aber die Zahlen der Innung der Kaffeesieder, so wird einem bewusst, dass dies nicht der Fall war. Ganz im Gegenteil: die Zahl der Kaffeehäuser und Kaffeerestaurants erhöhte sich ab 2001 stetig.

Man stellt sich nun die Frage, warum die Espresso der 1950er Jahre bedeutend mehr Einfluss auf das Wiener Kaffeehaus hatten, als die im 21. Jahrhundert auftretenden Coffeeshops. Als einer der Hauptgründe kann die bereits erwähnte Musealisierung des Wiener Cafés genannt werden. Der

⁶¹¹ Systemgastronomie. Immense nationale Unterschiede. Bert Rudolph (44), Directo McCafé Operations, McDonalds Deutschland, sprach mit der Snack-Redaktion über das Konzept der ebenso erfolgreichen wie expansiven Kaffeebarkette McCafé und die Verbindung von Snacks und Kaffee. In: Food Service 7-8 (2012), 16.

⁶¹² Vgl. Katrin *Wißmann*, 7,7 % Wachstum dank McCafé. In: Food Service 3 (2010), 25.

⁶¹³ Vgl. Sabine *Singer*, Starbucks in Österreich. Zur kommunikativen Strategie eines globalen Markenunternehmens (Dipl.-Arb. Universität Wien 2007), 125.

Mythos des Wiener Kaffeehauses ist die bestimmende Komponente des öffentlichen Auftritts, welcher vor allem durch Anekdoten rund um diese Thematik konstruiert wird. Im Zuge dessen haben sich zahlreiche Geschichten im gesellschaftlichen Bewusstsein manifestiert. Darüber hinaus ist die Fachgruppe der Wiener Kaffeesieder äußerst präsent, sei dies mittels ihrer Homepage, in den Medien oder durch den jährlich stattfindenden Kaffeesiederball, der als traditionsreiches öffentliches Ereignis wahrgenommen wird. Mit Tradition wird auch der Ort Kaffeehaus selbst verbunden, wobei Authentizität hierbei das Schlagwort ist. Um Kunden zu akquirieren inszeniert man die Vergangenheit, was durch die Erklärung des Wiener Kaffeehauses zum UNESCO Weltkulturerbe unterstrichen wird. Innerhalb dieses Rahmens werden außerdem die individuellen Entwicklungen der Kaffeehäuser von ihren Betreibern als identitätsstiftende Merkmale herangezogen, wofür man Legenden und Anekdoten bewusst einsetzt. Die Inszenierung der Unternehmen „Starbucks“ und „McCafé“ präsentiert sich dabei als Gegenteil: jung, modern und trendig. Auf Grund der Tatsache, dass diese Firmen Kaffeehaus-Ketten darstellen, ist man um seinen Wiedererkennungswert als Marke bemüht. Das einheitliche Logo, welches auch auf den Pappbechern zu finden ist, und die Dichte an Läden ermöglicht eine hohe Präsenz der Konzerne. Die Ausstattung der Innenräume sowie die Farbgebung kennzeichnen ein einheitliches Bild der Filialen, jedoch passt man sich bis zu einem gewissen Grad auch den architektonischen Gegebenheiten des jeweiligen Standortes an. Ein Beispiel hierfür wäre der erste Wiener „Starbucks“-Store in der Innenstadt (Ecke Kärntnerstraße und Walfischgasse). Darüber hinaus sind Unternehmen durch die stetig anwachsende Zahl von Läden regelmäßig in den Medien präsent. Neben dieser Einheitlichkeit muss aber erwähnt werden, dass sowohl „Starbucks“ als auch „McCafé“ eine Vielzahl unterschiedlicher Kaffee-Traditionen miteinander verbinden, was die Kaffeehaus-Ketten für die breite Masse interessant machen soll. Es sind Mischformen, die die amerikanische Getränkultur mit der italienischen Tradition der Espresso-Bar verbinden. Coffee-to-go wird ebenso angeboten wie Kaffee in Porzellantassen; man findet Stehtische für den schnellen Kaffeekick zwischendurch und parallel dazu gepolsterte Sofas, die den Gast zum längeren Verweilen auffordern. Daraus ergibt sich eine hybride Form, die „Starbucks“ und „McCafé“ weder zu einem traditionellen Coffeeshop noch zu einem klassischen Kaffeehaus machen.

Ein weiterer Unterschied zwischen dem Wiener Kaffeehaus und den amerikanischen Unternehmen findet sich in Hinblick auf die zwischenmenschliche Komponente. Während im Kaffeehaus der Ober eine bedeutende Rolle in der Interaktion mit dem Gast einnimmt, ist der Barista schon durch die Bar räumlich von diesem getrennt. Man kommt an die Theke, gibt seine Bestellung ab, bezahlt, holt sich sein Getränk und ist sogleich wieder verschwunden. Zeit, um ein Gespräch zu führen, bleibt dabei keine. Individualität, also der spezifische „Schmäh“ und Umgang mit Kunden, übernimmt im Wiener Kaffeehaus eine wichtige Position, als Barista ist dieser Aspekt nebensächlich. Bedeutend ist eine

schnelle Abfertigung, die das entsprechende Produkt hervorbringt. Das System ist auf Massenkonsum ausgerichtet und dabei spielt die Persönlichkeit der einzelnen Baristi keine Rolle. Kommunikation war im Wiener Kaffeehaus immer ein dominierender Punkt, sei dies unter den Gästen oder innerhalb der Beziehung zwischen Gast und Personal. Die Kunden sollen zufrieden sein und daraufhin wiederkommen. Zufrieden sein und wiederkommen soll man auch bei „Starbucks“ und Co, jedoch wird dies nicht über menschliche Interaktion angestrebt, sondern durch einen schnellen und reibungslosen Bestellprozess, die Fülle des Angebotes und den Umstand, dass man weltweit identische Produkte erhält. Die Image-Bildung funktioniert also über unterschiedliche Ebenen. Jedes Kaffeehaus charakterisierte sich und charakterisiert sich noch durch seine Stammgäste, Ober und eigene Atmosphäre. Obgleich man bei „Starbucks“ und „McCafé“ die Möglichkeit erhält, sich sein individuelles Getränk zusammenzustellen, ist es dennoch von Unpersönlichkeit geprägt, was für so manchen Kunden genau der ausschlaggebende Grund ist, die Kaffeehaus-Ketten zu besuchen, für andere wiederum ein Ausschlussfaktor.

Zusammenfassend kann man also sagen, dass das Wiener Kaffeehaus durch das Erscheinen der Coffeeshops nicht in seiner Existenz bedroht wurde, sondern davon profitierte. Durch die Ankunft der amerikanischen Unternehmen wurde die Inszenierung des Wiener Cafés als Mythos wieder stärker in die Gegenwart geholt, was zu einer erhöhten Präsenz der Institution führte. Das Anknüpfen an die traditionsreiche Vergangenheit in Verbindung mit persönlicher Kommunikation ergibt einen deutlichen Kontrast zum amerikanischen „Konkurrenten“, welches das Image der Wiener Kaffeehäuser aufpolierte und folglich auch zu vermehrtem Zulauf verhalf. Maximilian Platzer, Obmann der Kaffeesieder Wiens, kommentiert diesen Umstand wie folgt:

„Als Starbucks nach Wien kam, war das Entsetzen unter den Wiener Kaffeehausbetreibern groß. [...] Starbucks hat uns im Grunde eine Menge Gratis-Werbung eingebracht, denn zur gleichen Zeit, als die Ketten anfangen, bei uns zu expandieren, kamen die Kaffeehäuser wieder ins Gespräch. Ganz abgesehen von den Preisunterschieden: Früher hieß es immer, die Kaffeehäuser sind teuer, was gar nicht stimmt. Denn bei Starbucks muss man sich trotz hoher Preise in die Schlange stellen, Löffel und Zucker nehmen und möglichst geschwind zahlen. [...] Bei uns darf der Gast auf gut Wienerisch den Ober ‚anraunzen‘, falls ihm etwas nicht passt, das gehört einfach zu einem Wiener Kaffeehaus dazu.“⁶¹⁴

Insofern hatte nicht nur das Wiener Kaffeehaus einen neuen Konkurrenten dazu gewonnen, sondern auch die Coffeeshops, die einem nationalen Symbol entgegen traten. Nichtsdestotrotz erfreuen sich diese auch in Österreich erhöhter Beliebtheit, was damit in Zusammenhang gebracht werden kann, dass man heutzutage nicht mehr nur ein Stammcafé hat, sondern mehrere unterschiedliche

⁶¹⁴ Zitiert nach: Nathalie Kopsa, Interview: Maximilian Platzer. „Den Ober darf man anraunzen“. In: Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung 16 (2011), 13.

Kaffeehaustypen nützt. Je nachdem wo man sich gerade befindet, zu welchem Zweck man ein Café besuchen möchte und welches Getränk dem momentanen Gusto entspricht, kann man Besucher des Wiener Kaffeehauses auch in „Starbucks“- oder „McCafé“-Stores finden.

8. 6. Mobile „Kaffeehäuser“

Dass sich der Coffee-to-go-Trend auch in Wien manifestiert hat, ist offensichtlich. Abgesehen von den großen Coffeeshop-Ketten, die dieses Phänomen alltagstauglich machten, findet man überall Schilder mit der entsprechenden Aufschrift: „Coffee-to-go: € 1,50“. Der Fleischer um die Ecke, die Bäckerei und auch so manches Kaffeehaus bieten den Kaffee zum Mitnehmen an. Man verspricht sich Umsatz, denn Pappbecher sind in Mode gekommen. Ein sehr junges Konzept, welches nun die Kaffeehauslandschaft abermals erweitert, steht hinter den vermehrt auftretenden mobilen „Kaffeehäusern“.

Dass diese Idee ganz und gar nicht jung ist, wird einem bewusst, wenn man sich die „Coffeambulancen“ beziehungsweise „fliegenden Kaffeeschenken“ in Erinnerung ruft, welche es schon in den Anfängen der Kaffeehausgeschichte gab. Das zugrunde liegende Prinzip der mobilen Kaffeeschenken ist damals wie heute dasselbe geblieben, da es sich immer noch um Verkaufsstellen ohne fixen Standort handelt. Sowohl früher als auch in der Gegenwart wählten die beweglichen Kaffeestände Orte aus, an denen sich viele Menschen zusammenfanden, um ihr Produkt zu verkaufen. Waren es im 18. und 19. Jahrhundert noch vorwiegend Märkte und Messen, so erweiterten sich die diesbezüglichen Möglichkeiten im 21. Jahrhundert um Parks, Universitätsgebäude und Museen, um nur einige Beispiele zu nennen. Mit Ausnahme dieser generellen Idee hat sich aber im Laufe der Zeit einiges verändert. Abgesehen vom äußeren Erscheinungsbild, welches klarerweise moderner wirkt, stellen sich die Kaffeeschenken nun auch in motorisierter Form dar. Darüber hinaus hat sich das Bild der angesprochenen Zielgruppe dieses Konzepts deutlich gewandelt. Waren die anfänglichen „Coffeambulancen“ vorwiegend für die ärmeren Bevölkerungsschichten gedacht, so ist dies nicht mehr der Fall. Studenten, Geschäftsleute und all jene, die dem obligatorischen Pappbecher etwas abgewinnen können, erwerben nun den Coffee-to-go. Ein weiterer Unterschied zwischen den „fliegenden Kaffeeschenken“ von damals und dem Trend von heute ist vor allem die Qualität des Kaffees sowie der Preis. Da man an den Schenken des 18. und 19. Jahrhunderts hauptsächlich Surrogatkaffee konsumieren konnte, war der Preis pro Tasse deutlich geringer als für den in Kaffeehäusern ausgeschenkten Bohnenkaffee. Von preiswert kann in der gegenwärtigen Zeit nicht mehr gesprochen werden, was vorwiegend aber auf die Qualität des Produktes zurückzuführen ist. Hochwertigen Kaffee zu verkaufen gilt als wesentliches Merkmal der mobilen Kaffeeschenken, was folglich den Preis dementsprechend in die Höhe schraubt.

8.6.1. Das „Espressomobil“

„Seitenklappe auf, Espressomaschine an. Heckklappe auf, Tischchen aufstellen, ein Glas Cantuccini drauf, Preisschild aufhängen, Musik an. Es dauert keine fünf Minuten, schon hat Felix Veres eine komplette Kaffeebar aufgestellt. Seit Anfang Jänner [2012] fährt der angehende Barista mit der umgebauten Piaggio Ape, auch Vespa genannt, durch Wien.“⁶¹⁵

Die Inspiration für das hier beschriebene „Espressomobil“ hat sich sein Betreiber, Peter Lindenmoser, nicht von den Kaffeeschenken des 18. und 19. Jahrhunderts geholt, sondern von ähnlichen Konzepten in Hamburg, Berlin und Amsterdam. Das Herzstück der Idee ist klarerweise das Gefährt, eine Piaggio Ape, das heißt, ein italienischer Roller auf drei Rädern, dessen Ladefläche als Kaffeeschank dient. Nach langjähriger Planungs- und Entwicklungsphase konnte man den ersten Prototypen des „Espressomobils“ vorweisen und so bereichert dieses seit 2012 die österreichische Kaffeelandschaft. Ausgestattet ist das Fahrzeug mit einer Espressomaschine, die Lindenmoser in Kooperation mit einer spanischen Firma speziell für seine Zwecke konstruierte. Da diese nämlich acht Stunden lang in Betrieb sein würde, stellte vor allem die Stromversorgung ein großes Problem dar. Gelöst wurde diese Schwierigkeit durch eine eigens angefertigte Batterie, die den Betrieb des Rollers, inklusive Kühlschranks und Wassertank, gewährleistete. Sehr viel Wert wurde außerdem auf das Design gelegt, das sich durch einen schwarzen Retro-Look auszeichnet.⁶¹⁶

Zugelassen ist das „Espressomobil“ als Moped, respektive dürfen die Roller überall dort, wo es der Grundstückseigentümer erlaubt, stehen bleiben und Kaffee verkaufen. Um die jeweiligen Standorte ausfindig zu machen, gibt es auf der Homepage des Unternehmens eine Wien-Karte, in der diese markiert sind. Dabei wird unterschieden zwischen jenen, die geöffnet haben, sich gerade bewegen oder „schlafen“. Auf Grund der Tatsache, dass man am Bildschirm *live* mitverfolgen kann, wann sich ein „Espressomobil“ bewegt, lässt sich erkennen, dass die Homepage stets *up to date* ist und man sich folglich auf die angezeigten Standorte verlassen kann. Am Sonntag, den 8. Juni 2014, waren zwei der Fahrzeuge im Stadtpark zu finden und ein weiteres auf der Mariahilferstraße. An Wochentagen rücken jedoch deutlich mehr „Espressomobile“ aus, welche man an den unterschiedlichsten Stellplätzen findet. Beispiele hierfür wären die Technische Universität Wien, das Alte AKH oder der Rochusmarkt. Geöffnet haben diese Montag bis Samstag von 7 Uhr früh bis 12 Uhr mittags, außer

⁶¹⁵ Christine *Imlinger*, Kaffee aus dem Vespa: Wiens erstes Espressomobil. In: presse.com, online unter <http://diepresse.com/home/panorama/oesterreich/736640/Kaffee-aus-dem-Vespa_Wiens-erstes-Espressomobil> (8. Juni 2014).

⁶¹⁶ Vgl. Christine *Imlinger*, Kaffee aus dem Vespa: Wiens erstes Espressomobil. In: presse.com, online unter <http://diepresse.com/home/panorama/oesterreich/736640/Kaffee-aus-dem-Vespa_Wiens-erstes-Espressomobil> (8. Juni 2014).

das Wetter lässt dies nicht zu. In die Garage verbannt werden die Vespacars bei Temperaturen unter null Grad, starkem Wind sowie Regen oder Schneefall.⁶¹⁷

Das Angebot der kleinen Roller passt sich ihrem fahrbaren Untersatz an und besteht aus Espresso, Cappuccino, Latte Macchiato, Melange, Tee und heißer Schokolade. War es bei den „fliegenden Kaffeeschenken“ noch das Kipferl, welches man zusätzlich erwerben konnte, so ist das heute der Gugelhupf. Versüßen kann man sich den Kaffeekonsum aber auch durch die mitgeführten *flavours*, die in den Geschmackssorten Vanille und Karamell angeboten werden. Darüber hinaus sind in den Sommermonaten auch kalte Kaffeegetränke erhältlich.⁶¹⁸ Basis der auf der Ladefläche des Rollers zubereiteten Kaffeespezialitäten ist die Kaffeemarke „Flying Barista“, welche nach italienischem Vorbild in einer kleinen österreichischen Rösterei produziert wird. Die Bohnen stammen aus Nicaragua, Brasilien, Indien sowie Äthiopien und sollen mittels „direct trade“ erworben werden. Das bedeutet, dass Kaffeeröster und –vertreiber ihre Produkte direkt beim Produzenten kaufen. Dies beinhaltet die Auswahl eines spezifischen Kaffeebauers sowie regelmäßige Besuche, um die Preise persönlich zu verhandeln und die Anbaupraktiken zu kontrollieren. Damit soll verhindert werden, dass Zwischenhändler Einfluss auf die Kaffeepreise der Farmer haben. Darüber hinaus wird darauf Wert gelegt, dass die Arbeit der Kaffeeproduzenten auf ökologischer, sozialer sowie ökonomischer Nachhaltigkeit beruht und die qualitativ hochwertigen Produkte dementsprechend vergütet werden. Für die angeforderten Kaffeespezialitäten bezahlt man so genannte „Premium-Preise“, die über den von „Fair Trade“ installierten Mindestpreisen liegen.⁶¹⁹

Qualitativ hochwertiger Kaffee und originelles Design bilden somit die Eckpfeiler des Konzeptes, welches den US-amerikanischen Trend des Kaffees im Pappbecher mit der italienischen Zubereitungsmethode durch eine Siebträgermaschine verbindet. Im Zuge dessen lässt sich auch ein weiteres Merkmal der „Coffee-to-go-Philosophie“ am Beispiel des „Espressomobils“ aufzeigen. Es handelt sich dabei um die so genannten Stempelkarten. Diese auch als Treuekarten bezeichneten Pässe stellen ein wesentliches Merkmal von „Coffee-to-go-Firmen“ dar, woran man erkennen kann, dass sich auch diese innerhalb ihres Marktsegments unter erheblichem Konkurrenzdruck befinden. Der fünfte Kaffee kostet nur mehr die Hälfte, der zehnte Kaffee ist gratis. Mit solchen Aktionen möchte man die Kunden zum Wiederkommen animieren; eine Strategie, die sich auf breiter Linie durchgesetzt hat.

⁶¹⁷ Vgl. Mobile Standorte. In: espressomobil.at, online unter <<http://www.espressomobil.at/standort/>> (8. Juni 2014).

⁶¹⁸ Vgl. Kaffeekarte. In: espressomobil.at, online unter <<http://www.espressomobil.at/kaffeekarte/#!prettyPhoto>> (8. Juni 2014).

⁶¹⁹ Vgl. Good Practice Beispiel. Direct Trade im Kaffeesektor. In: fairfood.org, online unter <<http://www.fairfood.org/wp-content/uploads/2013/07/Direct-Trade-im-Kaffeesektor.pdf>> (8. Juni 2014).

Zur mobilen Variante des „Espressomobils“, was sich mittlerweile zu einer Flotte von elf Vespas ausgeweitet hat,⁶²⁰ hat sich in diesem Jahr aber auch ein fixer Standort hinzugesellt, welcher sich in der Himmelstraße im 19. Wiener Gemeindebezirk befindet. Die sechs Quadratmeter große Kaffeebar befindet sich in einem ehemaligen Zeitungskiosk. Hier gibt es weder einen Sitz- noch Stehplatz und auch Porzellan wird man nicht finden, denn das Konzept ausschließlich Coffee-to-go zu offerieren, ist dasselbe geblieben. Lediglich das Sortiment hat sich um einige Produkte, wie beispielsweise Bier, Säfte oder Hot Dogs, erweitert. Der Gedanke hinter der winzigen Kaffeebar sei, so Peter Lindenmoser, „dass die Leute sich einen Kaffee kaufen, weitergehen und wiederkommen“⁶²¹. Diese Idee erinnert stark an die nach italienischem Vorbild eröffneten Espresso-bars der 1950er Jahre, welche seither nicht mehr aus der Wiener Kaffeehauslandschaft verschwunden sind. Deren überdurchschnittlich große Beliebtheit ist zwar im Laufe der Jahre abgeflaut, jedoch findet man seit Kurzem wieder verstärkt Neueröffnungen, die auf den Typus der damaligen Espresso zurückgreifen. Individuelle Konzepte sind die Basis der heutigen Kaffeebars, die trotz geringer Größe und Schnelllebigkeit großen Wert auf einen qualitativ hochwertigen Kaffee legen: professionelle Siebträgermaschinen und nach Wiener Röstung hergestellter Kaffee spielen dabei eine wesentliche Rolle, da sich auch das Bewusstsein der Kunden dahingehend weiterentwickelt hat. Das weiß auch Helmut Brem, Betreiber der „Mr.-Bean-Becher“, einer Variante von semimobilem Kaffeeausschank. Wie der Name bereits vorwegnimmt, handelt es sich hierbei um überdimensionale Kaffeebecher in denen das koffeinhaltige Getränk verkauft wird. Das Media Quarter St. Marx wurde als erstes mit einem „Mr.-Bean-Becher“ ausgestattet; es folgte das alte AKH und auch auf Events, wie beispielsweise dem Donauinselfest, sollen sie fortan zu finden sein. Binnen kürzester Zeit sollen sich die Kaffeehäuser in Form eines Pappbechers bewährt haben und das obwohl viele Firmen eigene Espresso-Maschinen für ihre Mitarbeiter aufgestellt haben. Dies ist sehr wahrscheinlich auf das veränderte Qualitätsbewusstsein der Kunden zurückzuführen, die auch beim Coffee-to-go nicht auf Hochwertigkeit verzichten möchten. Die „Mr.-Bean-Becher“ sind vorrangig auf diese Art des Kaffeekonsums ausgerichtet, jedoch bieten sie auch dem einen oder anderen Platz, der direkt dort das beliebte Heißgetränk konsumieren möchte. Basis für die Kaffeezubereitungen sind Kaffeebohnen der 2013 eröffneten „Wiener Rösterei“, welche nach alter Wiener Tradition 14 verschiedene Kaffeesorten, die alle zu 100 Prozent auf der Sorte Coffea Arabica basieren, röstet.⁶²²

⁶²⁰ Stand 2014.

⁶²¹ Zitiert nach: Mirjam *Marits*, Kleiner Raum, großer Kaffee. In: presse.com, online unter <<http://diepresse.com/home/leben/ausgehen/3811551/Kleiner-Raum-grosser-Kaffee>> (8. Juni 2014).

⁶²² Vgl. Mirjam *Marits*, Kleiner Raum, großer Kaffee. In: presse.com, online unter <<http://diepresse.com/home/leben/ausgehen/3811551/Kleiner-Raum-grosser-Kaffee>> (8. Juni 2014).

Im folgenden Kapitel sollen weitere Beispiele von neuartigen Kaffeebars den gesellschaftlichen Bewusstseinswandel illustrieren und darüber hinaus die breite Vielfalt der aktuellen Kaffeehauslandschaft unterstreichen.

8.7. Die Espresso des 21. Jahrhunderts

Die Esspressolandschaft in Wien hat sich seit den 1950er Jahren zunehmend verändert und weiter ausdifferenziert. Obwohl ihre Zahl seit 1998 stetig sinkt, sind die Espresso immer noch in großem Ausmaß vertreten. Innerhalb dieses Typus findet man im Vergleich zu früheren Jahren aber die unterschiedlichsten Varianten, welche in weiterer Folge exemplarisch beleuchtet werden sollen. Dabei kann nicht auf jedes individuelle Konzept Rücksicht genommen werden, weswegen zwei sehr aktuelle Formen herausgegriffen wurden. Auf der einen Seite handelt es sich dabei um Espresso, die in den fünfziger Jahren eröffneten und sich nun einer Wiederbelebung erfreuen und auf der anderen Seite stellt das die Kombination aus Kaffeebar und Rösterei dar.

8.7.1. Die Wiederbelebung des Espresso

8.7.1.1. Das „Espresso“

Erstmals in den 1950er Jahren als „Espresso Arabica Stube“ eröffnet, musste das Lokal in der Burggasse im 7. Wiener Gemeindebezirk lange seine Türen schließen. 2004 war es dann soweit und es konnte unter dem Namen „Espresso“ ein Revival feiern. Es wurde von den Besitzern renoviert, wobei man versucht hat, sich am Original zu orientieren. Der rote Schriftzug aus Neonlicht, die mit Holz vertäfelte Bar, die orangefarbenen Barhocker sowie Bilder aus den 1950er und 1960er Jahren sollen die Vergangenheit aufleben lassen. Viele der Einrichtungsgegenstände sind erhalten geblieben, wurden restauriert und in das Lokal integriert. Dazu gehört auch die Espresso-Maschine, die aus den fünfziger Jahren stammt und nun schon seit zehn Jahren wieder täglich im Einsatz ist. Das „Espresso“ ist ein Lokal, welches auf den Retro-Look setzt. Die unterschiedlichsten Formen und Materialien finden hier Verwendung und kreieren dadurch ein individuelles Flair. Die angebotenen Produkte entsprechen jedoch ganz und gar nicht den alten Zeiten und so gibt es neben Kaffee ebenso Bier, Wein und Longdrinks. Ein weiterer Unterschied zu den Espresso der 1950er Jahre ist die Tatsache, dass man sowohl ein breites Frühstücksangebot als auch einen Mittagstisch offeriert.⁶²³ Dies führt einem vor Augen, dass sich Lokaltypen nur mehr schwer in einzelne, klar abgetrennte Kategorien einteilen lassen. Mischformen werden immer häufiger, was das folgende Beispiel verdeutlichen soll.

8.7.1.2. Das Espresso im Hochhaus

Das Hochhaus in der Herrngasse ist Wiens erster „Wolkenkratzer“ gewesen, als es 1931/32 von den Architekten Siegfried Theiss und Hans Jaksch errichtet wurde. Dieses galt als nobelste Adresse der

⁶²³ Vgl. Espresso Burggasse. In: stadtbekannt, online unter <<http://www.stadtbekannt.at/Espresso-Burggasse/>> (11. Juni 2014).

Kulturszene Wiens, was vor allem auf die moderne Infrastruktur und Ausstattung nach amerikanischem Vorbild zurückzuführen ist. Neben einem Turnsaal, Kosmetiksalon und Restaurant mit nach oben zu öffnender Kuppel, beherbergte das Gebäude aber auch ein verglastes Rondell direkt im Eingangsbereich des Hauses, wo auf lediglich 20 Quadratmetern eine Milch- und Espresso-Bar untergebracht war.⁶²⁴ Diese trug den Namen „Hochhaus“ und entsprach dem Trend der 1950er Jahre. Nachdem das Espresso für lange Zeit seine Türen schließen musste, wurde es im Jahre 2012 vom Ehepaar Klein und Unger wiederbelebt.

Die Wiedereröffnung des Espressos stellte aber keine Fortsetzung der einstigen Lokalität dar, sondern charakterisiert sich durch eine Mischung aus Wein- und Kaffeebar. Fokussiert hat man sich vor allem auf den Ausschank von Wein. Eine cognacfarbene Bar mitten im Raum stellt das Zentrum des kleinen Lokals dar und Leder und Edelstahl sind die dominierenden Materialien. Die bereits erwähnte Größe des Raumes lässt erahnen, wie viele Sitzgelegenheiten es in diesem Lokal geben kann und somit ist die heutige Kaffeebar, wie schon in den fünfziger Jahren, auf kurzes Verweilen ausgerichtet. Der Tradition der 1950er Jahre wird auch mit dem sehr übersichtlichen Speisenangebot gefrönt, welches unter anderem aus Paninis, Croissants und Schinkensemmeln besteht. Verändert hat sich, dass es alle angebotenen Produkte nun auch zum Mitnehmen gibt. Sei dies Wein in Flaschen, Kaffeebohnen in „Säcken“ oder eben einem Panini.⁶²⁵

Anzumerken sei außerdem, dass auf die Qualität des Kaffees besonders Wert gelegt wird und das, obwohl Wein das zentrale Verkaufsprodukt darstellt. Der Kaffee für das „Hochhaus“ stammt aus der Berliner Rösterei namens „Andraschko Kaffee Manufaktur“, welche 2006 gegründet wurde und sich dem Thema der Nachhaltigkeit verschrieben hat. Dadurch erwerben die Betreiber den Arabica-Rohkaffee mittels „direct trade“ und produzieren in weiterer Folge individuelle Kaffeesorten. Für die gebürtigen Österreicher, die selbst jahrelang das „Café Einstein“ in Berlin geführt haben, ist es vor allem die einzigartige Mischung, welche den Kaffeegenuss auszeichnet. Hierfür kombiniert das Ehepaar die italienische und amerikanische Kaffeetradition. Laut den Andraschkos hat sich die Kaffeewelt in den vergangenen Jahren weiterentwickelt, wodurch der Espresso als bevorzugte Zubereitungsart zurückgedrängt und durch Latte Macchiato sowie Cappuccino ersetzt wurde. Des Weiteren favorisiert man seit Kurzem auch vermehrt so genannten „Single Origins“, das bedeutet, Kaffeebohnen einer einzigen Farm und Sorte. Am Puls der Zeit zu bleiben hat für die „Andraschko Kaffee Manufaktur“ oberste Priorität und dazu gehört auch, seine Kaffeebauern zu besuchen und

⁶²⁴ Vgl. Das Hochhaus in der Herrengasse. In: imhochhaus.at, online unter <<http://www.imhochhaus.at/download/HochhausHerrengasseGeschichte.pdf>> (8. Juni 2014).

⁶²⁵ Vgl. UNGER und KLEIN im Hochhaus. In: imhochhaus.at, online unter <http://www.imhochhaus.at/download/UUK_ImHochhaus_Basics.pdf> (8. Juni 2014).

diese sowie deren Mitarbeiter persönlich kennen zu lernen.⁶²⁶ Eine soziale Verpflichtung den Rohstoff-Lieferanten gegenüber ist hier deutlich erkennbar, was aber nicht nur für das Ehepaar Andraschko gilt, sondern als aktuelle Tendenz wahrgenommen werden kann.

8.8. Das Espresso trifft auf die Kaffeerösterei

Im Zuge des sich etablierenden Umweltbewusstseins, welches Nachhaltigkeit ins Zentrum rückt, ist es nicht verwunderlich, dass sich dieser Umstand auch auf den Kaffeekonsum ausgeweitet hat. Bio-Produkte finden immer mehr Anklang in der Bevölkerung und folglich steht fair gehandelter Kaffee ebenso hoch im Kurs. Man interessiert sich für den Ursprung der Bohnen, unter welchen Bedingungen diese angebaut werden und achtet vermehrt auf die Qualität. Vergleichbar mit dem Konsum von Wein, wo schon seit geraumer Zeit auf Herkunft und Qualität geachtet wird, trinkt der Kaffeeliebhaber heute bewusster und die Geschmackserwartungen haben sich gesteigert. Dieser Trend zeigt sich auch in den vielen zumeist kleinen Kaffeebars, die auf Grund eines ausgewählten Angebotes und kompetenter Beratung einen regen Zulauf verzeichnen. Nicht selten werden sie vom Kaffeeröster selbst betrieben und bieten den Kunden folglich Informationen aus erster Hand.

8.8.1. Die Rösterei „Naber“

Das Unternehmen „Naber“ kann schon auf eine sehr lange Tradition zurückblicken, da es bereits 1908 gegründet wurde. Vierzehn Jahre später folgte die Anschaffung einer eigenen Kaffeeröstmaschine, was für die weitere Etablierung der Firma richtungsweisend war. Man spezialisierte sich im Laufe der 1920er Jahre auf die Veredelung von Kaffee und erzeugte dabei auch individuelle Kaffeekompositionen auf Wunsch des Kunden. Der Weg als Kaffeerösterei setzte sich durch die Gründung eines Röstwerks in Wien Strebersdorf im Jahr 1967 fort. Bereits zuvor hatte man aber noch eine Kombination aus Verkaufsstätte und Stehcafé im ersten Wiener Gemeindebezirk in Betrieb genommen. Eine weitere Filiale dieser Art eröffnete 1958 im vierten Bezirk und bis heute sind die beiden Läden ein fixer Bestandteil der Wiener Kaffeehauslandschaft. Sie stellen ein Unikum dar, da sie sich seit den fünfziger Jahren kaum verändert haben. Aber auch die verschiedenen Kaffeesorten, die durch das Unternehmen produziert werden, erfreuen sich vielerorts großer Beliebtheit, weswegen die Liste der Vertragspartner dementsprechend lang ist. Dazu gehören selbstverständlich Kaffeehäuser, wie das „Café Engländer“, Restaurants wie das im fünften Bezirk gelegene „Zum alten Fassl“, der Kaffeeverband im dritten Bezirk sowie Hotels, Banken, Bäckereien und Konditoreien. Sie alle schwören auf die mittels Trommelröstung hergestellten Kaffeespezialitäten, denen hochwertige Arabica-Bohnen zu Grunde liegen. Welche Rohkaffeebohnen zur Weiterverarbeitung herangezogen werden, entscheiden die Inhaber persönlich nach einer eingehenden Verkostung. 15 verschiedene Produkte bietet das Sortiment der Rösterei an, die für alle

⁶²⁶ Vgl. Der lange Weg zum kurzen Schwarzen. In: imhochhaus.at, online unter <<http://imhochhaus.at/download/AndraschkoKaffeeBasics.pdf>> (8. Juni 2014).

Zubereitungsarten wie Filter, Mokkakannen sowie Espressomaschinen, geeignet sind.⁶²⁷ Qualitätsdenken wird dabei großgeschrieben und hat Erfolg, denn laut dem aktuellen Geschäftsführer bei „Naber“, Marco Salvatori, hat sich das gesellschaftliche Bewusstsein diesbezüglich gewandelt, wodurch qualitativ hochwertige Produkte im Trend liegen.⁶²⁸ Um dem Rechnung zu tragen, produziert man beispielsweise auch die Sorte „Oro Verde“ aus biologischem Anbau.⁶²⁹

Die traditionsreichen Mini-Stehcafés bieten theoretisch sogar Coffee-to-go an, die meisten Kunden genießen die vielfältigen Kaffeekompositionen aber lieber in jenem geschichtsträchtigen Ambiente, wo sogar noch geraucht werden darf.⁶³⁰

8.8.2. „Die Büro-WG“

Nach 20 Jahren in der Filmbranche war es für Charles Fürth offensichtlich an der Zeit einen neuen Weg einzuschlagen und so gelangte er über Umwege in die Kaffeebranche. Nachdem er sich lange mit der Materie auseinandergesetzt hatte und zusätzlich eine Barista-Ausbildung absolvierte, startete er durch einen glücklichen Zufall im Jahre 2012 seine Tätigkeit als kommerzieller Kaffeeröster. Dieser Umstand ergab sich, indem das damals kurz vor der Eröffnung stehende „Café Ansari“ einen Kaffeelieferanten suchte und auf den ehemaligen Kameramann und Regisseur, der gerade nach einem geeigneten Platz für sich und seine Röstmaschine Ausschau hielt, aufmerksam wurde. Kurzerhand entschied man sich, das Lokal gemeinsam zu eröffnen. Dabei war es Charles Fürth von Anfang an wichtig, die Kleinbauern innerhalb der Kaffeeproduzenten zu unterstützen und somit auf Zwischenhändler zu verzichten. „Direct Trade“ ist folglich auch hier das Schlagwort.⁶³¹

Geröstet werden die aus Mittel- und Südamerika sowie Ostafrika stammenden Kaffeebohnen in Niederösterreich und seit Kurzem sind diese nicht mehr ausschließlich nur für Gastronomiebetriebe erhältlich, sondern auch in einem kleinen Laden – inklusive Kaffeehaus – in der Kirchengasse im siebten Wiener Gemeindebezirk. Ganze acht Sitzplätze beinhaltet das Lokal, wo man nicht nur Kaffee trinken und mitnehmen, sondern auch verkosten kann. Dafür stehen in der so genannten „Büro-WG“ derzeit neun verschiedene Kaffeesorten zur Auswahl. Charles Fürth zählt zu jenen Kaffeesiedern, die

⁶²⁷ Vgl. History. Naber. In: naberkaffee.com, online unter <<http://www.naberkaffee.com/Geschichte.html>> (8. Juni 2014).

⁶²⁸ Vgl. Mirjam *Marits*, Kleiner Raum, großer Kaffee. In: presse.com, online unter <<http://diepresse.com/home/leben/ausgehen/3811551/Kleiner-Raum-grosser-Kaffee>> (8. Juni 2014).

⁶²⁹ Vgl. Unser Kaffeesortiment. In: naberkaffee.com, online unter <<http://www.naberkaffee.com/Kaffeeprodukte-Gastronomiebedarf.html>> (8. Juni 2014).

⁶³⁰ Vgl. Mirjam *Marits*, Kleiner Raum, großer Kaffee. In: presse.com, online unter <<http://diepresse.com/home/leben/ausgehen/3811551/Kleiner-Raum-grosser-Kaffee>> (8. Juni 2014).

⁶³¹ Vgl. Karin *Schuh*, Charles Fürth und der Kaffee: Vom Regiesessel ins Rösthaus. In: presse.com, online unter <http://diepresse.com/home/leben/mensch/1572557/Charles-Furth-und-der-Kaffee_Vom-Regiesessel-ins-Rosthaus> (8. Juni 2014).

ihre Produkte selbst rösten und dadurch ein entsprechend hohes Wissen rund um das Thema Kaffee verfügen. Da dieses gerne an die Kunden weitergegeben wird, entspricht das Konzept der „Büro-WG“ dem aktuellen Trend des gesellschaftlichen Bewusstseinswandel hinsichtlich der Kaffeebohne.⁶³²

8.8.3. Die „Kaffeefabrik“

Ein weiteres Beispiel für eine Verbindung zwischen Kaffeebar und Kaffeerösterei stellt die „Kaffeefabrik“ im vierten Wiener Gemeindebezirk dar. Auf sechs Quadratmetern werden hier Kaffeebohnen sowie das fertig gebrühte Heißgetränk zum Verkauf angeboten. Gearbeitet wird mit der traditionellen Espressomaschine aus Italien und durch den Betreiber eigens im Burgenland gerösteten Kaffeebohnen. Darüber hinaus wird ausschließlich Bio-Milch für die Zubereitung der Kaffeespezialitäten verwendet, die es wahlweise auch lactosefrei gibt. Eine Erweiterung erfährt das Sortiment durch das Angebot von süßen Kleinigkeiten, Tee und Fruchtsäften aus biologischem Anbau. Das eine oder andere Mal kommt eine original Espressomaschine aus dem Jahre 1964 auch außerhalb des Lokals zum Einsatz, indem man damit auf Märkten oder Festivals den Kaffee brüht. Eine mobile Komponente ist hier also ebenfalls erkennbar wie eine ökologische.⁶³³

Spezifisch für die „Kaffeefabrik“ ist die Tatsache, dass sich sein Besitzer, Tobias Radinger, nicht auf die italienische Zubereitungsart versteift hat, sondern des Weiteren auch Filterkaffee sowie das dafür benötigte Zubehör für Zuhause anbietet. Beratungen in Hinblick auf die perfekte Kaffeezubereitung werden in dem kleinen Lokal großgeschrieben, wo Lokalbetreiber und Kaffeeröster ein und dieselbe Person darstellen. Dieser bezieht seine Kaffeebohnen unter anderem direkt von Kaffeebauern aus Nicaragua und arbeitet dabei mit der Firma „Biosfair S.A.“, deren Ziel es ist die Lebensbedingungen der Farmer auf den Fincas zu erhöhen ohne dabei der Umwelt zu schaden, zusammen. Im Zuge dessen konzentriert man sich auf den Schutz der natürlichen Ressource Wasser, die Erhaltung des Regenwaldes sowie einen naturnahen Anbau der Kaffeepflanzen und den Verzicht beziehungsweise minimalen Einsatz von Pestiziden.⁶³⁴ Mit Hilfe dieser Partnerschaft zielt die „Kaffeefabrik“ ebenfalls auf den bereits des Öfteren erwähnten „direct trade“ ab, welcher sich als Charakteristikum dieser Kaffeehaustypen bezeichnen lässt.

„Wir haben zum Ziel, die Einkommen der Bauern zu erhöhen, indem wir ihnen höhere und faire Preise für ihren Kaffee zahlen. Dabei befinden wir uns weit über dem aktuellen Fairtrade – Preis, der ja auch nicht direkt an die Bauern weitergegeben wird, sondern im Gegenteil von den Bauern ebenfalls einen Beitrag

⁶³² Vgl. Karin *Schuh*, Charles Fürth und der Kaffee: Vom Regiesessel ins Rösthaus. In: presse.com, online unter <http://diepresse.com/home/leben/mensch/1572557/Charles-Furth-und-der-Kaffee_Vom-Regiesessel-ins-Rosthaus> (8. Juni 2014).

⁶³³ Vgl. Tobias *Radinger*, Was ist die Kaffeefabrik? In: kaffeefabrik.at, online unter <<http://www.kaffeefabrik.at/vorschau/>> (8. Juni 2014).

⁶³⁴ Vgl. Unsere Kaffeeproduzenten. In: kaffeefabrik.at, online unter <<http://www.kaffeefabrik.at/unsere-kaffeeproduzenten/>> (8. Juni 2014).

einfordert. Wir vertreten die Auffassung, dass den Bauern in diesen ausgesetzten Lagen unmittelbar mit einer höheren monetären Abgeltung für ihr Produkt besser geholfen ist.“⁶³⁵

Mit den angebotenen Kaffeesorten möchte man dieser Leitlinie gerecht werden, wobei abermals sehr viel Wert auf Qualität gelegt wird. Hochwertige Rohstoffe sollen durch die Verarbeitung in kleinen Chargen zu einem erstklassigen Endprodukt führen. Dabei wird das Angebot bewusst klein gehalten, was jedoch nicht ausschließt, stets auf neue Spezialitäten zu stoßen. Zehn verschiedene Sorten beinhaltet das momentane Sortiment, welche fast ausschließlich direkt importiert werden und aus den unterschiedlichsten kaffeeproduzierenden Ländern der Welt stammen.⁶³⁶

Die Tatsache, dass sich Kaffeesieder und Kaffeeröster in einer einzigen Person vereinigen, ist eine Tendenz, die die aktuelle Kaffeehauslandschaft prägt. Neben den klassischen Espressi aus den 1950er Jahren, welche immer noch oder wieder einen Platz in der Wiener Kaffeehauswelt finden, könnte man jene moderne Form als Espresso des 21. Jahrhunderts beschreiben. Dass die Idee dahinter schon auf eine lange Tradition zurückblicken kann, wurde rund um die Ausführungen bezüglich der Rösterei „Naber“ deutlich, dennoch erlebt diese neuerdings einen bedeutenden Aufschwung. Ursache dafür ist das zunehmende Interesse der Kunden an der Kaffeebohne und die daraus resultierenden höheren Geschmackserwartungen. Auf Grund dessen bedienen die österreichischen Kaffeeröster mit ihren kleinen Lokalen ein Marktsegment, welches erst seit Kurzem bedeutenden Auftrieb erhielt. Die Kombination aus Kaffeebar und Rösterei ist folglich eine weitere Erscheinungsform des Kaffeehauses und zeichnet sich durch das Fachwissen der Betreiber aus, die die angebotenen Produkte selbst rösten. Des Weiteren spielt qualitativ hochwertiger Kaffee eine große Rolle, was durch den Einkauf der Kaffeebohnen mittels „Direct Trade“ gewährleistet werden soll. Individualität ist das Stichwort, denn diese Lokale können nicht in ein einheitliches Schema gepresst werden. Größe, Ausstattung und Kaffeesorten variieren von Geschäft zu Geschäft; lediglich die Espressomaschine, welche auch die einzige Verbindung zu den Espressi der 1950er Jahre darstellt, darf in keinem fehlen.

8.9. Die Kaffeehauslandschaft im 21. Jahrhundert

Auf Grund der Tatsache, dass sich Kaffeehäuser in den 1990er Jahren wieder erhöhter Beliebtheit erfreuten, stieg auch ihre Zahl entsprechend an. Dabei fällt aber auf, dass es sich nicht vorrangig um einen bestimmten Typus von Café handelte, sondern um viele unterschiedliche Variationen. Individuelle Konzepte charakterisieren die gegenwärtige Kaffeehauskultur, was eine Kategorisierung erheblich erschwert.

⁶³⁵ Unsere Kaffeeproduzenten. In: kaffeefabrik.at, online unter <<http://www.kaffeefabrik.at/unsere-kaffeeproduzenten/>> (8. Juni 2014).

⁶³⁶ Vgl. Unsere Kaffees. In: kaffeefabrik.at, online unter <<http://www.kaffeefabrik.at/kaffeesortiment/>> (8. Juni 2014).

Fakt ist, dass Kaffee zu einem *lifestyle*-Produkt geworden ist und sich in der Bevölkerung großer Beliebtheit erfreut. Im Jahr 2013 konsumierten die Österreicher rund 7,5 Kilogramm Kaffee pro Kopf und Jahr, das heißt durchschnittlich knapp 3 Tassen täglich. Alltagstauglich ist das Genussmittel nicht mehr nur beim Kaffeeklatsch oder als morgendlicher Muntermacher, sondern rund um die Uhr und das sowohl im traditionellen Kaffeehaus und Espresso, als auch im Coffeeshop sowie als Coffee-to-go.⁶³⁷ Harald J. Mayer, Eduscho-Austria-Chef und Präsident des Österreichischen Kaffeeverbandes, meint dazu:

„Ob kurz, schwarz, stark, mit oder ohne Milch, verfeinert mit Sirup oder Aromen – Geschmäcker sind vielfältig und das spiegelt sich in der Nachfrage wider. Im Unterschied zu früher will der österreichische Kaffeetrinker heute zu Hause wie auch unterwegs qualitativ vollendeten Kaffeegenuss und das möglichst rasch und unkompliziert.“⁶³⁸

Vielfalt ist also ein weiteres Schlagwort der aktuellen Kaffeehauslandschaft, welche sich auch in der Ausdifferenzierung des Produktes Kaffee zeigt, wo verstärkt auf Herkunft, Röstung und Qualität geachtet wird. Einher geht dieser Umstand mit dem vermehrt auftretenden Umweltbewusstsein, das soziale Verantwortung und Nachhaltigkeit ins Zentrum rückt. Bio-Erzeugnisse sowie jene aus dem „Fair Trade“-Sektor stehen hoch im Kurs. Der Konsument investiert folglich mehr in den Kaffeegenuss, was sich auch in der Ausstattung der privaten Wohnungen mit Kaffeemaschinen zeigt. Espresso- und Kapselmaschinen sowie Vollautomaten zogen in den letzten Jahren vermehrt in die Haushalte ein und machten deutlich, dass guter Kaffee auch zu Hause eine bedeutende Rolle spielt. Neuester Trend diesbezüglich ist die Tatsache, dass der Filterkaffee ein Revival feiert. Dabei ist aber nicht von der Filtermaschine die Rede, sondern vom per Hand gefilterten Kaffee. Vintage ist in Mode und beschert dem *brewed coffee*, auch als *slow coffee* betitelt, einen neuerlichen Aufwind. Als Ausdruck von Nostalgie und qualitätsbewusstem Genießen steht dieser im Gegensatz zum Coffee-to-go. „Wer sich einen handgefilterten Kaffee bestellt, nimmt sich Zeit, zelebriert die Zubereitung und widmet sich voll und ganz dem puren Genuss. Der Kunde hebt sich deutlich von der Masse ab und fühlt sich als Trendsetter.“⁶³⁹ Auch die Gastronomie hat diese Entwicklung bemerkt und somit bieten immer mehr Coffeeshops und Kaffeehäuser den klassischen Filterkaffee an. In Kopenhagen, Berlin, London, New York und München wurden bereits eigene „Brew Bars“ eröffnet, wo die Betreiber mit Brühmethoden experimentieren und sich die Gäste darüber mit Hilfe von spezifischem Vokabular

⁶³⁷ Vgl. Roland *Leblhuber*, Genießen im Weltkulturerbe. In: A3GAST 9 (2013), 12.

⁶³⁸ Zitiert nach: Roland *Leblhuber*, Genießen im Weltkulturerbe. In: A3GAST 9 (2013), 12.

⁶³⁹ Roland *Leblhuber*, Genießen im Weltkulturerbe. In: A3GAST 9 (2013), 15.

unterhalten. War es anfangs der Wein, dann das Olivenöl und Meersalz und in weiterer Folge der Whisky und die Schokolade, so widerfährt es jetzt dem Kaffee: er wird zu einem Gourmetprodukt.⁶⁴⁰

„Brew Bars“ wird es über kurz oder lang auch in Österreich geben. Spannend wird aber sein, ob sich diese behaupten können, denn am Filterkaffee haftet ein verstaubtes Image. Des Weiteren muss angemerkt werden, dass die Kaffeehauslandschaft ein sehr dynamisches Feld darstellt und sich stets erneuert. Konkurrenzkampf ist dabei natürlich gegeben, das eine oder andere Kaffeehaus schließt auch seine Pforten, jedoch blühte das auch so mancher Coffeeshop-Filiale. Als Kaffeesieder muss man, egal welcher Tradition man frönt, stets am Puls der Zeit bleiben, neue Angebote entwickeln und mit kreativen Ideen aufwarten. Das lässt sich von den Anfängen der Kaffeehausgeschichte bis heute erkennen.

Eine dieser Entwicklungen, denen sich das Kaffeehaus beugen musste, war das Internet. Auf Grund der digitalen Revolution zogen Laptop und Internet in die Haushalte ein und sind seither nicht mehr aus dem Alltag der Menschen wegzudenken. Saß man früher noch mit Papier und Stift oder eventuell einer Schreibmaschine im Kaffeehaus, so sieht man heute eine Vielzahl an Personen mit ihren Notebooks oder Tablets an den Tischen sitzen. Da das Kaffeehaus nicht nur Ort der Muße, sondern auch der Arbeit war, musste man sich den Bedürfnissen seiner Gäste anpassen. Sollte das Kaffeehaus weiterhin als Büro oder Ort für Geschäftstermine dienen, so durfte eine Internetverbindung nicht fehlen. Darüber hinaus wollte man konkurrenzfähig bleiben, denn Kaffeehaus-Ketten boten schon sehr bald gratis WLAN an. Der größte österreichische WLAN Provider für die Gastronomie und Hotellerie ist die Firma „Freewave“. An 577⁶⁴¹ Hotspots kann man mit einem einzigen Mausclick online gehen und gratis im Internet *surfen*. Ohne Registrierung und ohne Codeeingabe ist es ein kundenfreundliches System, welches dem Anbieter keinerlei zusätzliche Arbeit beschert. Vor allem die Tatsache, dass das Unternehmen „Freewave“ die Wartungsarbeiten, Standortanalysen und Funktionskontrollen übernimmt, trägt dazu bei, dass dieses bei den Lokalbesitzern sehr beliebt ist. Einzig und allein angemeldet und bezahlt⁶⁴² muss es werden.⁶⁴³

Kaffeehäuser, die diesen Internet Provider nutzen, gibt es mittlerweile viele. Dazu gehören unter anderem das „Café Hawelka“, das „Café Landtmann“, das „Café Zartl“ und das „Café Sperl“.⁶⁴⁴ Diese Beispiele zeigen, dass sich auch die traditionellen Kaffeehäuser dem Lauf der Zeit angepasst haben und Internet anbieten. Das wirft natürlich die Frage auf, ob dies nicht einen Bruch mit der Tradition

⁶⁴⁰ Johannes Bayer, Läuft! In: Süddeutsche Zeitung Magazin, online unter <<http://sz-magazin.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/39515/Laeuft>> (11. Juni 2014).

⁶⁴¹ Stand 17. Juni 2014.

⁶⁴² Anm.: „Freewave“ berechnet dabei eine monatliche Pauschale von 120 Euro.

⁶⁴³ Vgl. Anbieten. In: freewave, online unter <<http://www.freewave.at/anbieten/>> (16. Juni 2014).

⁶⁴⁴ Vgl. Hotspots. In: freewave, online unter <<http://www.freewave.at/hotspots/>> (16. Juni 2014).

darstellt und wie es von den Gästen angenommen wird. Maximilian Platzer, Obmann des Klubs der Wiener Kaffeesieder, meint dazu:

„Die [Kundschaft] hat das sehr gut angenommen. Unsere Befürchtung, dass die Gäste stundenlang mit ihrem Laptop im Café sitzen, haben [sic!] sich nicht bewahrheitet. Da auch geschäftliche Gespräche in unseren Häusern stattfinden, ist das einfach ein zeitgemäßer Service.“⁶⁴⁵

Zeitgemäß ist auch die Verwendung von Mobiltelefonen, welche jedoch im Kaffeehaus nicht gerne gesehen wird. Obgleich man für neue Entwicklungen aufgeschlossen ist, so möchte man dennoch nicht das Image der Gemütlichkeit verlieren. Man präsentiert sich als Oase der Ruhe und da haben Handys keinen Platz. Deswegen findet man auch des Öfteren diesbezügliche Verbotsschilder, welche jedoch eher als Bitte, denn als wirkliches Verbot aufzufassen sind. Verändert hat sich durch das „Immer-Erreichbar-Sein“ mit Hilfe des Mobiltelefons, dass die Telefonzelle im Kaffeehaus keine Rolle mehr spielt und somit ausrangiert wurde. Im Gegensatz dazu feierte der Fernsehapparat ein Comeback. Diese sind seit einigen Jahren wieder vermehrt in Lokalen zu finden, um Kunden zu akquirieren. Vorwiegend werden im Zuge dessen große Sportereignisse übertragen. Ein Beispiel hierfür wäre die Übertragung des Champions League Finales im Jahre 2014 im „Café Museum“, was mittels Plakaten in den Fensterscheiben angepriesen wurde. Auch die diesjährige Fußball Weltmeisterschaft in Brasilien kann in so manchem Kaffeehaus mitverfolgt werden. Ob dies den gewünschten Gästeansturm bringt, ist fraglich, denn der aktuelle Trend geht eher in Richtung *Public Viewing*. Demnach werden auf teils riesigen Leinwänden im Freien die Fußballspiele übertragen, was sich großer Beliebtheit erfreut und nicht mit einem kleinen Fernsehgerät verglichen werden kann. Dennoch zeigt dieser Umstand, dass sich Kaffeesieder stets nach neuen Besuchergruppen umsehen und versuchen, diese als Gäste zu gewinnen. Sei dies mittels Fußballübertragungen, Lesungen oder Live-Musik. Abschließend sei gesagt, dass das so oft proklamierte Kaffeehaussterben zu keiner Zeit eingetreten ist und in näherer Zukunft auch nicht eintreten wird. Auf die Frage wie es um die kommenden Jahre des Wiener Kaffeehauses bestellt ist, antwortete Maximilian Platzer:

„Nun, es sind vor allem die traditionellen Betriebe und solche, die mit Herz geführt werden, die eine Zukunft haben. Denn hinter jedem Kaffeehaus muss auch die Seele eines Kaffeesieders stecken. Es ist beruhigend zu sehen, dass immer wieder gute junge Kollegen nachkommen. Diese greifen Neuerungen auf und tragen zur Verjüngung der althergebrachten Konzepte bei. Keine Frage, dass es trotzdem schwierig ist, solch einen Betrieb wirtschaftlich am Leben zu erhalten. Reich kann man damit nur an Erfahrung werden, aber nicht an Geld.“⁶⁴⁶

⁶⁴⁵ Zitiert nach: Nathalie Kopsa, Interview: Maximilian Platzer. „Den Ober darf man anraunzen“. In: Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung 16 (2011), 13.

⁶⁴⁶ Zitiert nach: Nathalie Kopsa, Interview: Maximilian Platzer. „Den Ober darf man anraunzen“. In: Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung 16 (2011), 12.

9. Resümee

Die Geschichte des Kaffeehauses geht weit zurück und hatte nicht in Österreich beziehungsweise Wien seine Ursprünge. Schon im 12. Jahrhundert gab es in Mekka Kaffeeschenken, 1647 eröffnete in Venedig das erste europäische Kaffeehaus und etwa vierzig Jahre später zogen auch die Wiener nach. Obwohl Wien also kein Vorreiter der Kaffeehauskultur war, so hinterließ sie deutliche Spuren, wurde erweitert, verfeinert und etablierte sich mit dem Term Wiener Kaffeehaus, welcher weltweite Berühmtheit erlangte. Sagenumwoben ist die Geschichte rund um die Anfänge des Wiener Kaffeehauses, welche eng mit dem Ende der Türkenbelagerung verbunden ist. Die Legende, dass Georg Franz Kolschitzky der erste Kaffeesieder Wiens war, hält sich bis heute hartnäckig, wurde aber schon vor Jahrzehnten widerlegt. In Wirklichkeit war es der Armenier Johannes Diodato, der 1685 als erster die Hoffreiheit erhielt, Kaffee auszuschenken. Was Mode war und werden sollte, wurde üblicherweise von den herrschenden Oberschichten diktiert; die Mode des Kaffeetrinkens dagegen war nicht nur bei der Aristokratie, sondern auch in bürgerlichen Haushalten populär. Ende des 18. Jahrhunderts beteiligte sich dann auch die ländliche Bevölkerung am Kaffeegenuss und um 1850 ist er in so gut wie keinem Haushalt mehr wegzudenken. So erfreuten sich auch die Kaffeehäuser eines regen Zulaufes. Diese hatten sich von einfachen Holzverschlängen mit simplen Bänken und Tischen zu prunkvollen Bauten mit ebenso imageträchtigem Mobiliar entwickelt. Trotz zahlreicher politischer Eingriffe in das Kaffeehausleben gab es Mitte des 18. Jahrhunderts im Kaffeehaus schon alles, was heute zur Tradition gehört. Man spielte Billard, Karten und Schach, es lag eine Vielzahl an Zeitungen auf und auch das Glas Wasser zum Kaffee war ab diesem Zeitpunkt üblich.

Eine schwierige Zeit erlebte das Wiener Kaffeehaus während der von Napoleon verhängten Kontinental Sperre, welche den Zugriff auf Kaffeebohnen fast auslöschte. Die Kaffeesieder versuchten nun mit diversen Ersatzprodukten, wie beispielsweise Zwetschkernen oder Zichorie, den Geschmack von Kaffee zu imitieren, was aber nur mäßigen Erfolg erzielte. Ökonomisch befanden sich die damaligen Kaffeehäuser in einer prekären Lage, die sich nur dadurch änderte, dass man von nun an auch warme Speisen anbieten durfte: das Kaffeerestaurant war geboren. Nach dem Wiener Kongress konnten sowohl Kaffeesieder als auch Kaffeehaus-Gäste aufatmen und das Wiener Kaffeehaus erfuhr eine neue Blütezeit. Es wurde zum Vorbild europäischer Kaffeehäuser und charakterisierte sich durch große Säle, Leuchter und Spiegel an den Wänden, Kristallluster, sowie Marmortischen und rot-samtige Sitzbezüge. Verstärkt wurde die Popularität des Wiener Kaffeehauses durch die Weltausstellung 1873 und die in weiterer Folge entstandenen Literatencafés.

Als Ende des 19. Jahrhunderts die Vororte von Wien in die Stadt eingegliedert wurden und die Ringstraßenära begann, wirkte sich dies auch auf die Kaffeehauskultur aus. Eine Vielzahl an Kaffeehäusern entstand an der Ringstraße, wovon heute jedoch nur mehr vier übrig geblieben sind.

Mit ihren Schanigärten waren sie der perfekte Ort, um gesehen zu werden und andere Leute zu beobachten. Auch die Inflation und die Weltwirtschaftskrise in den 1920er und 1930er Jahren konnten dem Kaffeehaus nichts anhaben. Tanzcafés wurden zum Inbegriff der neuesten Kaffeehaus-Mode, wo man den aus den Vereinigten Staaten Amerikas importierten Jazz spielte.

Während des Nationalsozialismus kam es dann zur Enteignung vieler jüdischer Kaffeehäuser, die vorwiegend in der Leopoldstadt angesiedelt waren und einen Gegenpol zu den pompösen Kaffeehäusern des 1. Wiener Gemeindebezirkes darstellten. Auf Grund dieser Ereignisse ist heute von jenem dynamischen Kaffeehausleben kaum mehr etwas zu spüren. Durch den Nationalsozialismus traf aber nicht nur jüdische Kaffeekocher ein trauriges Schicksal, sondern auch eine Vielzahl von Gästen war betroffen, die die glorreiche Zeit des Literatencafés um 1900 geprägt hatten.

In den 1950er Jahren vollzog die Wiener Kaffeehauslandschaft bedeutende Veränderungen, die sehr stark mit den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen verknüpft sind. Ein neuer Trend eroberte die Stadt: das Espresso. Nach italienischem Vorbild wurde nun der Kaffee nicht mehr gekocht, sondern gepresst und darüber hinaus im Stehen zu sich genommen. Die Espresso waren klein, spiegelten eine verstärkte Schnelllebigkeit der Gesellschaft wider und wurden zur ernsthaften Bedrohung für die Wiener Kaffeehäuser. Die traditionellen Cafés verzeichneten einen enormen Rückgang, wohingegen die Espresso aus dem Boden schossen und sich erhöhter Beliebtheit erfreuten.

Diese Tendenz sollte sich in den 1970er Jahren noch verstärken, was vor allem auf die Desurbanisierung Wiens zurückzuführen ist. Des Weiteren hatten die Wiener Kaffeehäuser ihr ehemaliges prunkvolles und prächtiges Image eingebüßt. Sie galten in jenen Tagen als verstaubt und altbacken. Verstärkt wurde dieser Umstand durch die gesellschaftliche Massenmobilität, welche zunehmend dazu führte, dass man am Wochenende die Stadt verließ, um sich in der näheren Umgebung zu erholen. Außerdem stellte der Fernsehapparat eine große Bedrohung für die Kaffeehäuser dar. Hatte man anfänglich noch im öffentlichen Raum, also auch in Cafés, der neuen Mode gefrönt, so verlagerte sich dies bis in die 1970er Jahre in die privaten Haushalte. Das abendliche Fernsehen wurde zu einem Ritual und verursachte, dass so mancher Kaffeekocher seine Türen schließen musste.

Ab den 1980er Jahren jedoch verspürten die Kaffeekocher wieder einen Aufschwung ihres Gewerbes und heutzutage spricht so mancher sogar von einem Kaffeehaus-Boom. Viele Wiener Kaffeehäuser mussten zwar im Laufe der Geschichte zusperren, jedoch haben sich auch einige traditionsreiche Häuser bis heute gehalten und sind tief im kulturelle Leben Wiens verankert. Darüber hinaus hat sich auch die Amerikanisierung in die Kaffeehauskultur eingeschlichen, die sich in Coffeeshops mit

Selbstbedienung, wie zum Beispiel bei „Starbucks“, zeigt. Die Reurbanisierung und die bewusste Vermarktung von Tradition führten ab den neunziger Jahren zu einer Wiederbelebung des Kaffeehauses. Einerseits wird dieses heute wieder verstärkt mit Gemütlichkeit, dem Pflegen sozialer Kontakte und als Kommunikationsort verbunden, als Erholung vom stressigen Alltag, andererseits spiegelt es genau diesen wider. Kaffee gilt als anregendes Getränk, das die Konzentration fördern und der Müdigkeit den Garaus machen soll, weswegen er auch am Weg von einem Termin zum nächsten konsumiert wird und somit Begleiter eines hastigen, arbeitsreichen Lebens ist. Der Pappbecher ist längst zu einem unverzichtbaren Utensil geworden und schreibt sich in das tägliche Stadtbild ein. Auf Grund dessen etablierte sich auch der Trend des mobilen Kaffeehauses im 21. Jahrhundert. In Hinblick auf die aktuelle Kaffeehauslandschaft muss noch erwähnt werden, dass sich diese zunehmend durch individuelle Konzepte auszeichnet. Die Vielfalt der Kaffeehaustypen wächst stetig an und resultiert in einer unüberschaubaren Fülle an Kaffeehäusern beziehungsweise Mischformen der unterschiedlichsten Varianten von Cafés.

Im Zuge meiner Forschungsarbeit ließ sich also erkennen, dass gesellschaftliche Veränderungen einen wesentlichen Einfluss auf die Wiener Kaffeehauslandschaft haben. Demnach kann diese als Seismograph der gesellschaftlichen Entwicklung herangezogen werden. Die Höhen und Tiefen der Wiener Kaffeehauslandschaft weisen eindeutige Parallelen zu politischen, ökonomischen und gesellschaftlichen Umstellungen auf. Dabei spielte in den fünfziger und sechziger Jahren der zunehmende Wohlstand und Anstieg des Lebensstandards eine bedeutende Rolle. Die Massenkonsumentengesellschaft etablierte sich, der Alltag wurde durch Schnelllebigkeit sowie Hast geprägt und Modernität wurde zum Schlagwort jener Zeit. Die Espressomaschine symbolisierte jenen Wandel und förderte damit auch die Beliebtheit der Espressi. Der neue Lokaltypus galt als modern und trendig, entsprach dem Wesen jener Tage und ist bis heute, wenngleich nicht in solch beträchtlichem Ausmaß, ein Teil der Wiener Kaffeehauslandschaft. Der Aufschwung des Espressos ging einher mit dem „Niedergang“ des Kaffeehauses, der sich in den siebziger Jahren fortsetzte. Grundsätzlich ist zu sagen, dass die 1970er Jahre gleichzeitig den Höhepunkt und das Ende der vorangegangenen gesellschaftlichen Veränderungen darstellten. Folglich war dieses Jahrzehnt eines der schwierigsten in der gesamten Kaffeehausgeschichte.

Im Rahmen dieser Arbeit kam auch die Frage auf, ob das traditionelle Wiener Kaffeehaus noch zeitgemäß ist oder lediglich ein Symbol des historischen Wiens, welches als Touristenattraktion vermarktet wird. Fakt ist, dass sich das Wiener Kaffeehaus auf seine Vergangenheit beruft und diese explizit dazu einsetzt, Kunden zu gewinnen. Man erzeugte einen Mythos, der sich auf die „goldenen Jahre“ des Kaffeehauses rund um 1900 bezieht und mit einer „Habsburgernostalgie“ verknüpft wird. Die Tendenz zur „Musealisierung“ ist dabei, ebenso wie die Fokussierung auf den Wien-Tourismus,

unumstritten, jedoch versucht man auch am Puls der Zeit zu bleiben, um für die Stadtbevölkerung attraktiv zu sein. Ein gutes Beispiel hierfür ist die Einrichtung von W-LAN Hotspots in zahlreichen klassischen Wiener Cafés. Da man das Image der Informationsbörse nicht verlieren möchte und weiterhin ein Ort für Geschäftstermine sein will, ist das Angebot von Gratis-Internet unverzichtbar. Es stellt einen zeitgemäßen Service dar, vor dem sich auch das Wiener Kaffeehaus nicht verschlossen hat. Es ist wahrscheinlich diese Mischung aus Tradition und gegenwärtigen Entwicklungen, die den Charme des Wiener Kaffeehauses ausmacht. Sorgfältig wird ausgewählt, welchem Trend man nachgeht und welchem nicht. Diese schwierige Gratwanderung gelang nicht jedem Kaffeesieder, dennoch hat sich das klassische Wiener Kaffeehaus deutlich in das Stadtbild Wiens eingeschrieben und ist nicht nur für Touristen ein Anziehungspunkt. Als österreichischer Kulturträger gilt dieses auch bei den Wienern als sehr beliebt.

Beliebt ist auch die Wiener Melange, welche im vergangenen Jahr zur bevorzugtesten Kaffeespezialität gewählt wurde. Das zeigt, dass sich Trends, wie beispielsweise der *flavoured coffee*, nicht deutlich in die Konsumgewohnheiten der Menschen eingeschrieben haben. Andere Entwicklungen wurden weitaus besser aufgenommen, wozu auch der Coffee-to-go zählt. Kaffee trinken ist in Mode und das zu jeder Tages- und Nachtzeit, weswegen sich der Kaffee zum Mitnehmen etablieren konnte. Dieser verdrängt aber nicht die „gemütliche Wiener Melange“, sondern ist als Erweiterung des Angebotes zu sehen. Die jeweilige Situation und damit einhergehende Rahmenbedingungen sind ausschlaggebend, ob man sich für einen Coffee-to-go oder einen Kaffeehausbesuch entscheidet. Will man sich mit Freunden treffen, wird man letzteres favorisieren; benötigt man aber nur einen Koffeinkick, so bietet sich ein schneller Kaffee im Stehen oder ein Kaffee im Pappbecher an.

Das Kaffeehaus ist und bleibt folglich ein Ort der Kommunikation und der Zusammenkunft. Die Geschichte dieser Institution hat gezeigt, dass sie sich den wandelnden Bedürfnissen der Menschen und den Gegebenheiten der Zeit anpasst. Zahlreiche Male wurde dabei ein Kaffeehaussterben proklamiert, aber nie ist es eingetreten. Es kam zu Krisenzeiten, welchen das Kaffeehaus mit Weiterentwicklungen entgegen trat und demgemäß erlebte man auch wieder eine Blütezeit. Höhen und Tiefen kennzeichnen die Geschichte des Kaffeehauses, welche ihren Stellenwert aber nie komplett eingebüßt hat. Von einem grundsätzlichen Kaffeehaussterben konnte also zu keiner Zeit die Rede sein.

10. Literaturverzeichnis

10.1. Primärliteratur

Peter *Altenberg*, Kaffeehaus. In: Petra *Neumann* (Hg.), Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole (München 1997).

H.C. *Artmann*, Im Schatten der Burenwurst. Skizzen aus Wien (Salzburg/Wien 1983).

Joel *Bakan*, The Corporation. The Pathological Pursuit of Profit and Power (London 2005).

Monika *Bernold*, Austrovision und Telefamilie. Von den Anfängen einer >historischen Sendung<. In: Reinhard Sieder, Heinz Steinert, Emmerich Tólos (Hg.), Österreich 1945-1995. Gesellschaft, Politik, Kultur (Wien ²1996), 223-235.

Hartmut *Böhme*, Vom Cultus zur Kultur(wissenschaft). Zur historischen Semantik des Kulturbegriffs. In: Renate Glaser, Matthias Luserke (Hg.), Kulturwissenschaft – Literaturwissenschaft. Positionen, Themen, Perspektiven (Wiesbaden 1996), 48-68.

Susanne Breuss (Hg.), Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (Wien 2005).

Brockhaus, Enzyklopädie in 30 Bänden. Kaffeehaus, 14 (Leipzig/Mannheim ²¹2006), 249-250.

Brockhaus, Enzyklopädie in 30 Bänden. Kultur, 16 (Leipzig/Mannheim ²¹2006), 61-66.

Gabriele *Buchas*, Wiener Spaziergänge (München 2009).

Georg *Danzer*, jö schau. In: Petra Neumann (Hg.), Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole (München 1997), 196.

Nicole *Dietch*, Schnell essen in Wien. Das Entschleunigungsdilemma rund um Espresso, Würstel und Burger. In: Susanne Breuss (Hg.), Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (Wien 2005), 122-129.

Martin W. *Drexler*, Markus *Eiblmayr*, Franziska *Maderthaler* (Hg.), Idealzone Wien. Die schnellen Jahre (1978-1985) (Wien 1998).

Franz X. *Eder*, Privater Konsum und Haushaltseinkommen im 20. Jahrhundert. In: Franz X. Eder, Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl, Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum. Wien im 20. Jahrhundert, (Innsbruck/Wien/München 2003), 201-285.

Franz X. *Eder*, Vom Mangel zum Wohlstand. Konsumieren in Wien 1945-1980. In: Susanne Breuss (Hg.), Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (Wien 2005), 24-33.

Hanne *Egghardt*, Katharina *Kurz*, Wien (Ostfildern ²2007).

Peter *Eigner*, Andreas *Resch*, Die wirtschaftliche Entwicklung Wiens im 20. Jahrhundert. In: Franz X. Eder, Peter Eigner, Andreas Resch, Andreas Weigl (Hg.), Wien im 20. Jahrhundert. Wirtschaft, Bevölkerung, Konsum (Innsbruck/Wien/München/Bozen 2003), 8-140.

Rainer *Eisenschmid* (Hg.), Wien (¹⁷2011).

Hans Heinz *Fabris*, Der >österreichische Weg< in die Mediengesellschaft. In: Reinhard Sieder, Heinz Steinert, Emmerich Tálos (Hg.), Österreich 1945-1995. Gesellschaft, Politik, Kultur (Wien ²1996), 641-654.

Marina *Fischer-Kowalski*, Gesellschaftliche Modernisierung – und was kommt danach? In: Erich Fröschl, Helge Zoitl (Hg.), Der österreichische Weg 1970-1985. Fünfzehn Jahre, die Österreich verändert haben (Wien 1986), 79-91.

Marina *Fischer-Kowalski*, Sozialer Wandel in den 1970er Jahren. In: Reinhard Sieder, Heinz Steinert, Emmerich Tálos (Hg.), Österreich 1945-1995. Gesellschaft, Politik, Kultur (Wien ²1996), 200-212.

Marina *Fischer-Kowalski*, Elisabeth *Wiesbauer*, „Früchterln“ und was sie fruchten. Gedanken und Notizen zur Jugendkultur in den fünfziger Jahren. In: Gerhard Jagschitz, Klaus-Dieter Mulley (Hg.), die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich (St. Pölten/Wien 1985), 64-78.

Robert *Fleck*, Kunst in Wien 1978-1985. In: Martin W. Drexler, Markus Eiblmayr, Franziska Maderthaner (Hg.), Idealzone Wien. Die schnellen Jahre (1978-1985) (Wien 1998), 33-41.

Otto *Friedländer*, Kaffeehaus. Zitiert nach: Hans Weigel, Christian Brandstätter, Werner J. Schweiger (Hg.), Das Wiener Kaffeehaus. Einleitender Essay von Hans Weigel. Text- und Bildauswahl von Christian Brandstätter und Werner J. Schweiger. Mit 121 Abbildungen (Wien/München/Zürich 1978), 116.

Georg *Friesenbichler*, Unsere wilden Jahre. Die Siebziger in Österreich (Wien/Köln/Weimar 2008).

Bernhard *Fuchs*, Das Kolaricplakat. In: Verein Alltagskultur seit 1945 (Hg.), Dinge des Alltags. Objekte zu Kultur und Lebensweise in Österreich seit 1945 (Weitra 2004), 40-41.

Franz *Grieshofer*, Der Fischer Ski C4. In: Verein Alltagskultur seit 1945 (Hg.), Dinge des Alltags. Objekte zu Kultur und Lebensweise in Österreich seit 1945 (Weitra 2004), 44-45.

Ernst *Grissemann*, Hans *Veigl* (Hg.), Testbild, Twen und Nierentisch. Unser Lebensgefühl in den 50er Jahren (Wien/Köln/Weimar 2002).

Gustav *Gugitz*, Das Wiener Kaffeehaus. Ein Stück Kultur- und Lokalgeschichte (Wien 1940).

Katie *Hafner*, Matthew *Lyon*, Arpa Kadabra. Oder die Geschichte des Internet (Heidelberg ²2000).

Ernst *Hanisch*, Österreichische Geschichte 1890-1990. Der lange Schatten des Staates. Österreichische Gesellschaftsgeschichte im 20. Jahrhundert (Wien 2005).

Ulla *Heise*, Kaffee und Kaffeehaus. Eine Geschichte des Kaffees (Frankfurt am Main/Leipzig 2002).

Ludwig *Hirschfeld*, Kaffeehauskultur. In: Petra Neumann (Hg.), Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole (München 1997), 22-29.

Franz *Hubmann*, Café Hawelka. Ein Wiener Mythos. Literaten, Künstler und Lebenskünstler im Kaffeehaus (Wien/München 2001).

Clemens *Jabloner*, Brigitte *Bailer-Galanda*, Eva *Bliminger*, Georg *Graf*, Robert *Knight*, Lorenz *Mikoletzky*, Bertrand *Perz*, Roman *Sandgruber*, Karl *Stuhlpfarrer*, Alice *Teichova*, Schlussbericht der Historikerkommission der Republik Österreich. Vermögensentzug während der NS-Zeit sowie Rückstellungen und Entschädigungen seit 1945 in Österreich. Zusammenfassung und Einschätzungen (Wien/München 2003).

Alexander *Jalkotzy*, Das Pickerl. In: Verein Alltagskultur seit 1945 (Hg.), Dinge des Alltags. Objekte zu Kultur und Lebensweise in Österreich seit 1945 (Weitra 2004), 46-47.

Inge *Karazman-Morawetz*, Arbeit, Konsum, Freizeit. Veränderungen im Verhältnis von Arbeit und Reproduktion. In: Reinhard Sieder, Heinz Steinert, Emmerich Tólos (Hg.), Österreich 1945-1995. Gesellschaft, Politik, Kultur (Wien ²1996), 409-425.

Nathalie *Kopsa*, Interview: Maximilian Platzler. „Den Ober darf man anraunzen“. In: Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung 16 (2011), 12-14.

Andreas *Köstler*, Am Donnerstag beginnt das Wochenende. In: Martin W. Drexler, Markus Eiblmayr, Franziska Maderthaler (Hg.), Idealzone Wien. Die schnellen Jahre (1978-1985) (Wien 1998), 43-47.

Helmut *Kretschmer*, Kapuziner, Einspänner, Schalerl Gold. Zur Geschichte der Wiener Kaffeehäuser (Wien 2006).

Martin *Krieger*, Kaffee. Geschichte eines Genussmittels (Köln/Weimar/Wien 2011).

Andrea *Kurtz*, Starbucks – ein Lebensgefühl erobert die Welt. In: absatzwirtschaft, Sonderausgabe zum Deutschen Marketing-Tag (2002), 96-99.

Oliver *Kühschelm*, Selbstbedienung und Supermärkte. Das Versprechen von Zeitersparnis, Wahlfreiheit und unerschöpflicher Fülle. In: Susanne Breuss (Hg.), Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (Wien 2005), 46-59.

Roland *Leblhuber*, Genießen im Weltkulturerbe. In: A3GAST 9 (2013), 12-19.

Carola *Leitner*, Kurt *Hamtil* (Hg.), Wien in alten Fotografien. Kaffeehäuser und ihre Besucher (Wien 2010).

Olaf *Link*, Geschichte(n) Wiener Kaffeehäuser (Würzburg 2011).

Klara *Löffler*, Der VW Golf. In: Verein Alltagskultur seit 1945 (Hg.), Dinge des Alltags. Objekte zu Kultur und Lebensweise in Österreich seit 1945 (Weitra 2004), 48-49.

Siegfried *Mattl*, Der Mehrwert der urbanen Revolte. Die Erneuerung Wiens aus dem Geist der Hausbesetzer. In: Martina Nußbaumer, Werner Michael Schwarz (Hg.), Besetzt. Kampf um Freiräume seit den 70ern (Wien 2012), 22-28.

Siegfried *Mattl*, Die lauen Jahre – Wien 1978-1985. In: Martin W. Drexler, Markus Eiblmayr, Franziska Maderthaler (Hg.), Idealzone Wien. Die schnellen Jahre (1978-1985) (Wien 1998), 85-95.

Michael *Milewski*, McCafé erweitert die Power-Brand. In: absatzwirtschaft, Sonderausgabe zum Marken-Award (2007), 124-129.

Sonja Moser, *Das Hawelka. Geschichte & Legende* (Wien/Graz/Klagenfurt 2009).

Klaus-Dieter Mulley, *Wo ist das Proletariat? Überlegungen zu „Lebensstandard und Bewußtsein“ in den fünfziger Jahren.* In: Gerhard Jagschitz, Klaus-Dieter Mulley (Hg.), *die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich* (St. Pölten/Wien 1985), 20-28.

Petra Neumann (Hg.), *Wien und seine Kaffeehäuser. Ein literarischer Streifzug durch die berühmtesten Cafés der Donaumetropole* (München 1997).

Herbert Nikitsch, *Das Handy.* In: Verein Alltagskultur seit 1945 (Hg.), *Dinge des Alltags. Objekte zu Kultur und Lebensweise in Österreich seit 1945* (Weitra 2004), 72-73.

Gerhard H. Oberzill, *Ins Kaffeehaus! Geschichte einer Wiener Institution* (Wien/München 1983).

Mark Pendergrast, *Kaffee. Wie eine Bohne die Welt verändert* (Bremen ²2002).

Andrea Portenkirchner, *Die Einsamkeit am »Fensterplatz« zur Welt. Das literarische Kaffeehaus in Wien 1890-1950.* In: Michael Rössner (Hg.), *Literarische Kaffeehäuser. Kaffeehausliteraten* (Wien/Köln/Weimar 1999), 31-65.

Burkhard Pöttler, *Der PC.* In: Verein Alltagskultur seit 1945 (Hg.), *Dinge des Alltags. Objekte zu Kultur und Lebensweise in Österreich seit 1945* (Weitra 2004), 66-67.

Oliver Rathkolb, *Die paradoxe Republik. Österreich 1945 bis 2010* (Innsbruck/Wien 2011).

Bernd Riessland, *Das „Wirtschaftswunder“.* In: Gerhard Jagschitz, Klaus-Dieter Mulley (Hg.), *die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich* (St. Pölten/Wien 1985), 90-100.

Michael Rössner, *Einleitung. Wo man Literatur schreiben, lesen, hören, kritisieren und wiederschreiben kann: Das Kaffeehaus als Ort literarischer Produktion und Rezeption zwischen 1890 und 1950 in Europa und Lateinamerika.* In: Michael Rössner (Hg.), *Literarische Kaffeehäuser. Kaffeehausliteraten* (Wien/Köln/Weimar 1999), 13-28.

Roman Sandgruber, *Vom Hunger zum Massenkonsum.* In: Gerhard Jagschitz, Klaus-Dieter Mulley (Hg.), *die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich* (St. Pölten/Wien 1985), 112-122.

Lillian Schacherl, *Wien* (München 2005).

Anna Schober, *Die Jeans.* In: Verein Alltagskultur seit 1945 (Hg.), *Dinge des Alltags. Objekte zu Kultur und Lebensweise in Österreich seit 1945* (Weitra 2004), 36-37.

Howard Schultz, *Doris Jones Yang, Die Erfolgsstory Starbucks. Eine trendige Kaffeebar erobert die Welt* (Wien/Hamburg 2000).

Birgit Schwaner, *Das Wiener Kaffeehaus. Legende, Kultur, Atmosphäre* (Wien/Graz/Klagenfurt 2007).

Katrin Siebel, *McCafé ist neue Nr.1.* In: *Food Service 3* (2009), 20-22.

Katja Sindemann, *Das Wiener Cafe. Die Geschichte einer ewigen Leidenschaft* (Wien 2008).

Herta *Singer*, Im Wiener Kaffeehaus (Wien 1959).

Sabine *Singer*, Starbucks in Österreich. Zur kommunikativen Strategie eines globalen Markenunternehmens (Dipl.-Arb. Universität Wien 2007).

Statistik Austria (Hg.), Österreich. Zahlen, Daten, Fakten (Wien ⁹2013).

Joachim *Steinlechner*, Kaffee, Kakao, Tee – Österreichs Außenhandel mit Kolonialwaren 1918-2004. Import - Vertrieb – Konsum (Wien/Berlin 2008).

Heidi Salome *Stift*, Lieblingssorte der Wiener. Ein Führer zu legendären Orten in der Stadt und deren spannenden Geschichten – am Wasser, im Grünen, in alten Gemäuern und im Kaffeehaus (Wien 2004).

Helmut *Strutzmann*, Nicht daheim und doch zu Hause. 300 Jahre Wiener Kaffeehaus (Wien 1983).

Systemgastronomie. Immense nationale Unterschiede. Bert Rudolph (44), Director McCafé Operations, McDonalds Deutschland, sprach mit der Snack-Redaktion über das Konzept der ebenso erfolgreichen wie expansiven Kaffeebarkette McCafé und die Verbindung von Snacks und Kaffee. In: Food Service 7-8 (2012), 14-18.

Karl *Teply*, Die Einführung des Kaffees in Wien. Georg Franz Koltschitzky. Johannes Diodato. Isaak de Luca. In: Felix Czeike (Hg.), Forschungen und Beiträge zur Wiener Stadtgeschichte. Sonderreihe der „Wiener Geschichtsblätter“, Bd. 6 (Wien 1980).

Klaus *Thiele-Dohrmann*, Europäische Kaffeehauskultur (Düsseldorf/Zürich 1997).

Werner *Urbanek*, Traumbote. Magazin zur Ausstellung Wien 1870-1930 Vienna (Wien 1985).

Hans *Veigl*, Die 50er und 60er Jahre. Geplantes Glück zwischen Motorroller und Minirock (Wien 1996).

Hans *Veigl*, Geplantes Glück. Die langen fünfziger Jahre. Kultureller Wandel in Österreich von 1950 bis 1970 (Diss. Universität Wien 1997).

Karl *Vocelka*, Geschichte Österreichs. Kultur-Gesellschaft-Politik (München ⁶2002).

Walter *Vogel*, Das Café. Vom Reichtum europäischer Kaffeehauskultur (Wien ³2001).

Lukas Marcel *Vosicky*, Die Weltanschauung des Wiener Kaffeehauses: »allein sein wollen, aber dazu Gesellschaft brauchen«. In: Mădălina Diaconu, Gerhard Buchbauer, James G. Skone, Karl-Georg Bernhardt, Elisabeth Menasse-Wiesbauer (Hg.), Sensorisches Labor. Urbane Haptik- und Geruchsforschung (Wien/Berlin 2011), 179-196.

Reinhold *Wagnleitner*, Die Kinder von Schmal(t)z und Coca-Cola. Der kulturelle Einfluß der USA im Österreich der fünfziger Jahre. In: Gerhard Jagschitz, Klaus-Dieter Mulley (Hg.), die „wilden“ fünfziger Jahre. Gesellschaft, Formen und Gefühle eines Jahrzehnts in Österreich (St. Pölten/Wien 1985), 144-172.

Tina *Walzer*, Stephan *Templ*, Unser Wien. »Arisierung« auf österreichisch (Berlin 2001).

Ernst *Weidinger*, Das Wiener Kaffeehaus von heute. Seine Leistungen und seine Probleme. Eine Denkschrift (Wien 1959).

Hans *Weigel*, Christian *Brandstätter*, Werner J. *Schweiger* (Hg.), Das Wiener Kaffeehaus. Einleitender Essay von Hans Weigel. Text- und Bildauswahl von Christian Brandstätter und Werner J. Schweiger. Mit 121 Abbildungen (Wien/München/Zürich 1978).

Andreas *Weigl*, Autos verändern die Stadt. Die Motorisierungswelle der 1950er Jahre und ihre Folgen (Wien 2012).

Katrin *Wißmann*, 7,7 % Wachstum dank McCafé. In: Food Service 3 (2010), 24-45.

Christopher *Wurmdobler*, Kaffeehäuser in Wien. Ein Führer durch eine Wiener Institution. Klassiker, moderne Cafés, Konditoreien, Coffeeshops (Wien 2010).

Peter *Zellmann*, Horst W. *Opaschowski*, Die Zukunftsgesellschaft ... und wie wir in Österreich mit ihr umgehen müssen (Wien 2005).

10.2. Sekundärliteratur

Der Verein „Besseres Wasser“ lanciert das Projekt „Wasserspende“. In: Agentur für Public Performance, online unter <<http://www.accedogroup.com/presseaussendungen/der-verein-%E2%80%9Ebesseres-wasser-lanciert-das-projekt-%E2%80%9Ewasserspende/>> (6. Juni 2014).

Über 100 Jahre Tradition. In: Aida, online unter <http://aida.at/?page_id=528#> (1. Juni 2014).

Niemals vergessen! Novemberprogramm 1938 in Wien. Broschüre zum Antifaschistischen Gedenkrundgang am 10.11.2011. Wien, 6. Bezirk, Mariahilf. In: AK Gedenksparziengang, online unter <http://rundgang.blogspot.de/images/11November_web2.pdf> (4. Mai 2014).

Wolfgang *Ambros*, Hoiba zwöfe. Zitiert nach: wolfgangambros.at, online unter <<http://www.wolfgangambros.at/content.php?page=disko&which=51&action=liedtext&m=1&t=8>> (14. Juni 2014).

Statistisches Amt der Stadt Wien, Die Wiener Bevölkerung in den letzten Jahrhunderten. Zitiert nach: APA, online unter <http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20010618_OTS0047/die-wiener-bevoelkerung-in-den-letzten-jahrhunderten> (12. Juni 2014).

Johannes *Bayer*, Läufer! In: Süddeutsche Zeitung Magazin, online unter <<http://sz-magazin.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/39515/Laeuft>> (11. Juni 2014).

Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich, ausgegeben am 30. Juni 1995. 431. Bundesgesetz: Tabakgesetz. In: Bundesministerium für Gesundheit, online unter <http://bmg.cms.apa.at/cms/home/attachments/9/2/6/CH1041/CMS1397481126461/01_tabakgesetz_bgb_l_nr_431_1995.pdf> (18. Mai 2014).

Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich, ausgegeben am 21. August 2003. 74. Bundesgesetz: Umsetzung der Richtlinie 2001/37/EG – Änderung des Bundesgesetzes über das Herstellen und das In-Verkehr-Bringen von Tabakerzeugnissen sowie die Werbung für Tabakerzeugnisse und den Nichtraucherchutz (Tabakgesetz). In: Bundesministerium für Gesundheit, online unter <http://bmg.cms.apa.at/cms/home/attachments/9/2/6/CH1041/CMS1397481126461/03_tabakgesetznovelle_2003.pdf> (18. Mai 2014).

Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich, ausgegeben am 30. Dezember 2004. 167. Bundesgesetz: Änderung des Tabakgesetzes. In: Bundesministerium für Gesundheit, online unter <http://bmg.cms.apa.at/cms/home/attachments/9/2/6/CH1041/CMS1397481126461/05_bgbl_i_nr_167-2004_%28tabakg-novelle_2004%29.pdf> (18. Mai 2014).

Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich, ausgegeben am 30. März 2006. 47. Bundesgesetz: Änderung des Tabakgesetzes, des Tabakmonopolgesetzes und des Tabaksteuergesetzes. In: Bundesministerium für Gesundheit, online unter <http://bmg.cms.apa.at/cms/home/attachments/9/2/6/CH1041/CMS1397481126461/11_novelle_zum_tabakgesetz_bgbl_i_nr_47_20061.pdf> (18. Mai 2014).

Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich, ausgegeben am 28. Dezember 2007. 105. Bundesgesetz: Änderung des Gebührengesetzes 1957, des Abgabenverwaltungsorganisationsgesetzes, des Tabaksteuergesetzes 1995, des Tabakmonopolgesetzes 1996 und des Tabakgesetzes. In: Bundesministerium für Gesundheit, online unter <http://bmg.cms.apa.at/cms/home/attachments/9/2/6/CH1041/CMS1397481126461/novelle_zum_tabakgesetz_bgbl_i_nr_105_2007.pdf> (18. Mai 2014).

Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich, ausgegeben am 11. August 2008. 120. Bundesgesetz: Änderung des Tabakgesetzes, des Allgemeinen Sozialversicherungsgesetzes, des Gewerblichen Sozialversicherungsgesetzes und des Bauern-Sozialversicherungsgesetzes. In: Bundesministerium für Gesundheit, online unter <http://bmg.cms.apa.at/cms/home/attachments/9/2/6/CH1041/CMS1397481126461/novelle_zum_tabakgesetz_bgbl_i_nr_120_2008.pdf> (18. Mai 2014).

Bundesministerium für Inneres, Nationalratswahl vom 24. November 2002. In: Bundesministerium für Inneres, online unter <http://www.bmi.gv.at/cms/BMI_wahlen/nationalrat/NRW_2002.aspx> (12. Juni 2014).

Bundesministerium für Inneres, Nationalratswahlen 2013 - Mandatsspiegel. In: Bundesministerium für Inneres, online unter <http://www.bmi.gv.at/cms/BMI_wahlen/Mandatsspiegel_NRW_2013_4_Tag_nach_Wahltag_Wahlkarten_Vorl.pdf> (12. Juni 2014).

Café Landtmann. Damals und heute. Historisches zum Café Landtmann. In: Café Landtmann, online unter <<http://www.landtmann.at/damals-und-heute/historisches-zum-cafe-landtmann/1873-1881franz-landtmann.html>> (27. April 2014).

Leopold & Josefine. In: Café Leopold Hawelka, online unter <<http://www.hawelka.at/cafe/de/leopold-and-josefine/>> (3. Mai 2014).

Das Wiener Kaffeehaus heute. In: Café Museum, online unter <<http://www.cafemuseum.at/damals-und-heute/das-wiener-kaffeehaus/das-wiener-kaffeehaus-heute.html>> (2. Mai 2014).

Historisches zum Café Museum. In: Café Museum, online unter <<http://www.cafemuseum.at/damals-und-heute/historisches-zum-cafenbspmuseum.html>> (1. Mai 2014).

Café Prückel. 100 Jahre Ringstraßencafé. In: Café Prückel, online unter <<http://www.prueckel.at/flash.htm>> (28. April 2014).

Café Sperl. Geschichte. In: Café Sperl, online unter <<http://www.cafesperl.at/html/CSkap2.html>> (29. April 2014).

Café Sperl. Kleine Zeittafel. In: Café Sperl, online unter <<http://www.cafesperl.at/html/CSkap2.html>> (29. April 2014).

Sperltorte. In: Café Sperl, online unter <<http://www.cafesperl.at/html/CSkap9.html>> (13. Mai 2014).

Firmengeschichte. In: coffeeshopcompany.com, online unter <<http://www.coffeeshopcompany.com/coffeeshop-company/firmengeschichte/>> (11. Juni 2014).

Manuela *Delapina*, Kostenpflichtiges Leitungswasser in Wiener Restaurants und Kaffeehäuser – Februar/März 2014. In: Arbeiterkammer Wien, online unter <http://media.arbeiterkammer.at/wien/PDF/Kosten_Leitungswasser.pdf> (10. Juni 2014).

Chronologische Entwicklung des Internets. In: dvdh.de, online unter <<http://dvdh.de/internet/chronologische-entwicklung-des-internet.html>> (15. Juni 2014).

Das Wiener Kaffeehaus. In: Das Wiener Kaffeehaus, online unter <<http://www.wiener-kaffeehaus.at/start.aspx>> (16. Mai 2014).

Die Geschichte der Wiener Kaffeehäuser. In: Das Wiener Kaffeehaus, online unter <<http://www.wiener-kaffeehaus.at/pdf/Geschichte-Details.pdf>> (27. April 2014).

Die Geschichte der Wiener Kaffeehäuser. In: Das Wiener Kaffeehaus, online unter <<http://www.wiener-kaffeehaus.at/geschichte.aspx>> (2. Mai 2014).

Kaffeehaus-Kultur. In: Das Wiener Kaffeehaus, online unter <<http://www.wiener-kaffeehaus.at/wissbegierige.aspx>> (16. Mai 2014).

Deutsche UNESCO-Kommission (Hg.), Weltkonferenz über Kulturpolitik. Schlussbericht der von der UNESCO vom 26. Juli bis 6. August in Mexiko-Stadt veranstalteten internationalen Konferenz (München 1983). In: Bundesamt für Kultur, online unter <http://www.bak.admin.ch/themen/04117/index.html> (22. April 2014).

Peter *Eigner*, Andreas *Resch*, Phasen der Wiener Stadtentwicklung (Wien 2001). In: demokratiezentrum.org, online unter <http://www.demokratiezentrum.org/fileadmin/media/pdf/eigner_resch_phasen.pdf> (12. Juni 2014).

Mobile Standorte. In: espressomobil.at, online unter <<http://www.espressomobil.at/standort/>> (8. Juni 2014).

Kaffeekarte. In: espressomobil.at, online unter <<http://www.espressomobil.at/kaffeekarte/#!prettyPhoto>> (8. Juni 2014).

Good Practice Beispiel. Direct Trade im Kaffeesektor. In: fairfood.org, online unter <<http://www.fairfood.org/wp-content/uploads/2013/07/Direct-Trade-im-Kaffeesektor.pdf>> (8. Juni 2014).

Das Energieproblem. In: Forum Geschichte OÖ, online unter <<http://www.ooegeschichte.at/epochen/1945-2005/das-wirtschaftswunder/westorientierung-und-aufschwung/das-energieproblem/>> (28. Mai 2014).

Freizeit, Sport und Tourismus. In: Forum Geschichte OÖ, online unter <<http://www.ooegeschichte.at/epochen/1945-2005/das-wirtschaftswunder/leben-und-konsum/freizeit-sport-tourismus/>> (28. Mai 2014).

Jugendkultur der 1950er und 1960er Jahre. In: Forum Geschichte OÖ, online unter <<http://www.ooegeschichte.at/epochen/1945-2005/das-wirtschaftswunder/leben-und-konsum/jugendkultur/>> (28. Mai 2014).

Vom Hunger zum Massenkonsum. In: Forum Geschichte OÖ, online unter <<http://www.ooegeschichte.at/epochen/1945-2005/das-wirtschaftswunder/leben-und-konsum/massenkonsum/>> (28. Mai 2014).

„wie wir wohn(t)en“. In: Forum Geschichte OÖ, online unter <<http://www.ooegeschichte.at/epochen/1945-2005/das-wirtschaftswunder/leben-und-konsum/wie-wir-wohnten/>> (28. Mai 2014).

Anbieten. In: freewave, online unter <<http://www.freewave.at/anbieten/>> (16. Juni 2014).

Hotspots. In: freewave, online unter <<http://www.freewave.at/hotspots/>> (16. Juni 2014).

Ein echtes Stück Wien. In: Hotel Sacher Wien, online unter <<http://www.sacher.com/ein-echtes-stueck-wien/>> (13. Mai 2014).

Das Hochhaus in der Herrengasse. In: imhochhaus.at, online unter <<http://www.imhochhaus.at/download/HochhausHerrengasseGeschichte.pdf>> (8. Juni 2014).

UNGER und KLEIN im Hochhaus. In: imhochhaus.at, online unter <http://www.imhochhaus.at/download/UUK_ImHochhaus_Basics.pdf> (8. Juni 2014).

Der lange Weg zum kurzen Schwarzen. In: imhochhaus.at, online unter <<http://imhochhaus.at/download/AndraschkoKaffeeBasics.pdf>> (8. Juni 2014).

Christine *Imlinger*, Kaffee aus dem Vespar: Wiens erstes Espressomobil. In: presse.com, online unter <http://diepresse.com/home/panorama/oesterreich/736640/Kaffee-aus-dem-Vesparar_Wiens-erstes-Espressomobil> (8. Juni 2014).

Kaffee – und das Glas Wasser dazu. In: Institut für Kaffee Experten Ausbildung, online unter <<http://www.kaffee-experten.at/wissenswertes.php>> (6. Juni 2014).

Luk *Joossens*, Martin *Raw*, The Tobacco Control Scale 2013 in Europe. In: Association of European Cancer Leagues, online unter <http://www.europeancancerleagues.org/images/TobaccoControl/TCS_2013_in_Europe_13-03-14_final_1.pdf> (18. Mai 2014).

Unsere Kaffeeproduzenten. In: kaffeefabrik.at, online unter <<http://www.kaffeefabrik.at/unsere-kaffeeproduzenten/>> (8. Juni 2014).

Unsere Kaffees. In: kaffeefabrik.at, online unter <<http://www.kaffeefabrik.at/kaffeessortiment/>> (8. Juni 2014).

Karlsbader Kanne. In: Kaffeezentrale, online unter <http://www.kaffeezentrale.at/at/maschine/Karlsbader_Kanne.htm> (26. Mai 2014).

Wiener Kaffee-Spezialitäten. In: Kaffee in Wien, online unter <<http://www.coffee-in-vienna.com/de/kaffee-spezialitaeten.htm>> (13. Mai 2014).

Matthias *Kampmann*, Die Geschichte des Internet. Vom ARPAnet bis zum Internetboom (Bielefeld 2001), 16-17. In: Universität Bielefeld, online unter <<http://www.techfak.uni->

bielefeld.de/ags/wbski/lehre/digiSA/Gedankengeschichte/Ausarbeitungen/2906.pdf> (15. Juni 2014).

Das Wiener Kaffeehaus. In: Klub der Wiener Kaffeehausbesitzer, online unter <http://www.kaffeessieder.at/jart/prj3/kwk/main.jart?rel=de&content-id=1218679096069&reserve-mode=active>> (16. Mai 2014).

Kaffeehaus ist überall. In: Klub Wiener Kaffeehausbesitzer, online unter <http://www.kaffeessieder.at/jart/prj3/kwk/main.jart>> (16. Mai 2014).

Georg *Kotyza*, Stadtentwicklungsplan Wien. Kurzfassung (Wien 1984), 13-15. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <https://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/studien/pdf/b004541b.pdf>> (12. Juni 2014).

Georg *Kotyza*, step 1994. Stadtentwicklungsplan für Wien (Wien 1994), 69. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <https://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/studien/pdf/b006750.pdf>> (12. Juni 2014).

Frustrierte Wirte für generelles Rauchverbot in Lokalen. In: kurier.at, online unter <http://kurier.at/chronik/frustrierte-wirte-fuer-generelles-rauchverbot-in-lokalen/21.453.029>> (18. Mai 2014).

Ich schmeiß' Tausende Lokalrunden". In: kurier.at, online unter <http://kurier.at/chronik/wien/chef-des-cafe-landtmann-bernd-querfeld-ich-schmeiss-tausende-lokalrunden/22.447.805>> (6. Juni 2014).

Das Gratis-Wasser ist Geschichte. In: kurier.at, online unter <http://kurier.at/chronik/wien/das-gratis-wasser-ist-geschichte/58.801.511>> (6. Juni 2014).

Norbert *Lux*, Das Glas Wasser. Darf ein Gastronom Geld für ein Glas Wasser verlangen? In: Wirtschaftskammer Wien, online unter https://www.wko.at/Content.Node/branchen/w/Kaffeehaeuser/Das_Glas_Wasser.html> (6. Juni 2014).

Statistik Austria, Arbeitsbevölkerung nach Bezirken 1961 – 2001. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <https://www.wien.gv.at/statistik/grosszaehlung.html>> (12. Juni 2014).

Magistrat der Stadt Wien, Geschichtlicher Hintergrund – Fußgängerzone City Wien – realisiertes Bauvorhaben. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <https://www.wien.gv.at/verkehr/strassen/archiv/grossprojekte/kaerntnerstrasse/geschichte.html>> (15. Juni 2014).

Magistrat der Stadt Wien, Gästeübernachtungen in Wien nach Betriebskategorien 2000 bis 2013. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <https://www.wien.gv.at/statistik/wirtschaft/tabellen/uebern-betriebskat-zr.html>> (15. Juni 2014).

Magistrat der Stadt Wien, Tourismus – Statistiken. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <https://www.wien.gv.at/statistik/wirtschaft/tourismus/>> (15. Juni 2014).

Arbeitsmarktservice Wien, Register-Arbeitslosenquote in Wien seit 1950. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <https://www.wien.gv.at/statistik/arbeitsmarkt/arbeitslosigkeit/>> (12. Juni 2014).

Berühmte Personen und ihre Denkmäler und Gedenktafeln im 4. Bezirk. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <https://www.wien.gv.at/bezirke/wieden/geschichte-kultur/sehenswuerdigkeiten/beruehmt.html>> (17. April 2014).

Kulturerbe „Wiener Kaffeehauskultur“. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <<http://www.wien.gv.at/freizeit/essen/kaffeehaus/kulturerbe.html>> (22. April 2014).

Ausgangssituation – Stadtentwicklungsplan 2005. Bisherige Stadtentwicklungspläne im Kontext. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <<https://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/strategien/step/step05/ausgangssituation.html>> (12. Juni 2014).

Statistik Austria, Erwerbstätige am Arbeitsort nach Bezirken 2011. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <<http://www.wien.gv.at/statistik/arbeitsmarkt/beschaeftigung/index.html>> (12. Juni 2014).

Statistik Austria, Bruttoregionalprodukt in Wien ab 2000. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <<http://www.wien.gv.at/statistik/wirtschaft/tabellen/bruttoregionalprodukt-zr.html>> (12. Juni 2014).

Statistik Austria, Arbeitsbevölkerung nach Bezirken 1961 – 2001. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <<https://www.wien.gv.at/statistik/grosszaehlung.html>> (12. Juni 2014).

Magistrat der Stadt Wien, 40 Jahre „Sanfte Stadterneuerung“. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <<https://www.wien.gv.at/verkehr-stadtentwicklung/sanfte-stadterneuerung.html>> (13. Juni 2014).

Mirjam *Marits*, Kleiner Raum, großer Kaffee. In: presse.com, online unter <<http://diepresse.com/home/leben/ausgehen/3811551/Kleiner-Raum-grosser-Kaffee>> (8. Juni 2014).

Sorge wegen Rauchverbot: Gastronomiepersonal befürchtet Einkommenseinbußen und Jobverluste. In: market.at, online unter <http://www.market.at/de/market-aktuell/news/entity.detail/action.view/key.360.html?redx_search_words=Rauchverbot> (18. Mai 2014).

Unternehmen. Geschichte. In: mcdonalds.at, online unter <http://www.mcdonalds.at/downloads/company/ray_kroc.pdf> (10. Juni 2014).

McDonald's Österreich in Zahlen 2013. In: mcdonalds.at, online unter <https://www.youtube.com/watch?v=8D3waK1VhLE&feature=c4-overview&list=UUDX757yGSw_ijxOGQmUftFw> (10. Juni 2014).

McCafé – eine Idee von McDonald's erobert Österreich. In: mcdonalds.at, online unter <<http://www.mcdonalds.at/presse/index.php?pid=216&lang=de>> (10. Juni 2014).

McCafé. Alle Produkte. In: mcdonalds.at, online unter <<http://www.mcdonalds.at/#/mccafeprodukte/>> (10. Juni 2014).

Rainforest Alliance: Gütesiegel für Qualität und Nachhaltigkeit. In: mcdonalds.at, online unter <<http://www.mcdonalds.at/#/rainforest/>> (10. Juni 2014).

McDonald's Österreich. Nachhaltigkeitsbericht 2011. In: mcdonalds.at, online unter <http://www.mcdonalds.at/downloads/company/McDonalds_Download_Nachhaltigkeitsbericht.pdf> (10. Juni 2014).

Edmund *Mayr*, K. *Falkner*, Kaffeegeschichte. In: Kaffee Kompetenz Zentrum, online unter <<http://www.kaffeemuseum.at/index.php?id=5>> (8. April 2014).

Kurt *Mittringer*, STEP 05. Stadtentwicklungsplan Wien 2005. Kurzfassung (Wien 2005), 53. In: Magistrat der Stadt Wien, online unter <<https://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/strategien/step/step05/download/pdf/step05kurzdt.pdf>> (12. Juni 2014).

History. Naber. In: naberkafee.com, online unter <<http://www.naberkafee.com/Geschichte.html>> (8. Juni 2014).

Unser Kaffeesortiment. In: naberkafee.com, online unter <<http://www.naberkafee.com/Kaffeeprodukte-Gastronomiebedarf.html>> (8. Juni 2014).

Es wird weiter gequalmt. Österreichische Nichtraucherbeschützer schimpfen auf den Gesetzgeber. In: news.at, online unter <<http://www.news.at/a/raucher-debatte-es-316307>> (18. Mai 2014).

Ansgar *Nünning*, Vielfalt der Kulturbegriffe. In: Bundeszentrale für politische Bildung, online unter <<http://www.bpb.de/gesellschaft/kultur/kulturelle-bildung/59917/kulturbegriffe?p=all>> (22. April 2014).

Teures Wasser ein „Image-Killer“. In: ORF.at, online unter <<http://wien.orf.at/news/stories/2593731/>> (6. Juni 2014).

Gratis-Wasserkonsum ein „Irrsinn“. In: ORF.at, online unter <<http://wien.orf.at/news/stories/2540595/>> (6. Juni 2014).

Rauchen in Europa. In: Österreichische Gesellschaft für Europapolitik, online unter <http://www.oegfe.at/cms/uploads/media/_6734_Rauchen_02.pdf> (18. Mai 2014).

Verzeichnis des Immateriellen Kulturerbes in Österreich. Wiener Kaffeehauskultur. In: Österreichische UNESCO-Kommission, online unter <<http://immaterielleskulturerbe.unesco.at/cgi-bin/unesco/element.pl?eid=71>> (22. April 2014).

Café Central. Geschichtliche Daten. In: palaisevents, online unter <<http://www.palaisevents.at/cafecentral/stil-geschichte.html>> (2. Mai 2014).

It All Began on Vine Street. In: Peets Coffee & Tea, online unter <<http://www.peets.com/about-us/our-history>> (8. Juni 2014).

Wiener Kaffeehäuser. In: planet vienna, online unter <<http://www.planet-vienna.com/spots/kaffeehaeuser.htm>> (6. Juni 2014).

Rauchverbote: Wirte ziehen vor Verfassungsgericht. In: presse.at, online unter <http://diepresse.com/home/panorama/oesterreich/1490578/Rauchverbot_Wirte-ziehen-vor-Verfassungsgericht-?direct=1504384&_vl_backlink=/home/panorama/oesterreich/1504384/index.do&selChannel=&from=articlemore> (18. Mai 2014).

Umfrage: Mehrheit der Österreicher für generelles Rauchverbot. In: profil.at, online unter <<http://www.profil.at/articles/1333/560/364374/umfrage-mehrheit-oesterreicher-rauchverbot>> (18. Mai 2014).

Tobias *Radinger*, Was ist die Kaffeefabrik? In: kaffeefabrik.at, online unter <<http://www.kaffeefabrik.at/vorschau/>> (8. Juni 2014).

Alexandros *Rambacher*, Infoblatt. Gastgewerbe & Betriebsarten. In: Wirtschaftskammer Niederösterreich, online unter

<https://www.wko.at/Content.Node/branchen/noe/Gastronomie/Gastgewerbe___Betriebsarten_2014.pdf> (17. Mai 2014).

Robert *Rockenbauer*, Tabakgesetz in großen Teilen gescheitert. Behörden mit der Kontrolle überfordert. In: Österreichische Schutzgemeinschaft für Nichtraucher, online unter <<http://www.aerzteinitiative.at/PK120112Rockenbauer.pdf>> (18. Mai 2014).

Karin *Schuh*, Charles Fürth und der Kaffee: Vom Regiesessel ins Rösthaus. In: presse.com, online unter <http://diepresse.com/home/leben/mensch/1572557/Charles-Furth-und-der-Kaffee_Vom-Regiesessel-ins-Rosthaus> (8. Juni 2014).

Vereinigung bildender Künstlerinnen Secession. In: secession, online unter <<http://www.secession.at/kuenstlerinnenvereinigung/index.html>> (1. Mai 2014).

Robert *Sedlaczek*, Wem wir die Schanigärten verdanken. In: wienerzeitung.at, online unter <http://www.wienerzeitung.at/meinungen/glossen/229010_Wem-wir-die-Schanigaerten-verdanken.html> (23. April 2014).

Ein Streifzug durch Wiens Kaffeehäuser. In: stadtbekannt, online unter <<http://www.stadtbekannt.at/Wiener-Kaffeehuser/>> (16. Mai 2014).

Espresso Burggasse. In: stadtbekannt, online unter <<http://www.stadtbekannt.at/Espresso-Burggasse/>> (11. Juni 2014).

Stöger will Rauchverbot in Lokalen bis 2018. In: derstandard.at, online unter <<http://derstandard.at/1389858265818/Stoeger-will-Gastro-Rauchverbot-in-dieser-Legislaturperiode>> (18. Mai 2014).

Coffee. In: starbucks.com, online unter <<http://www.starbucks.com/responsibility/sourcing/coffee>> (9. Juni 2014).

Our Heritage. In: starbucks.com, online unter <<http://www.starbucks.com/about-us/our-heritage>> (8. Juni 2014).

Our Company. Timeline. In: starbucks.com, online unter <<http://globalassets.starbucks.com/assets/c60c79d6c3a247e284640f17f1806283.pdf>> (8. Juni 2014).

Getränke. In: starbucks.at, online unter <<http://www.starbucks.at/menu-list/beverage-list>> (9. Juni 2014).

Speisen. In: starbucks.at, online unter <<http://www.starbucks.at/menu-list/food-list>> (9. Juni 2014).

Kaffee aus nachhaltigem Anbau. In: starbucks.at, online unter <<http://www.starbucks.at/responsibility/sourcing/coffee>> (9. Juni 2014).

Statistik Austria, Arbeitslosigkeit-Jahresdurchschnitt 2013. In: Statistik Austria, online unter <http://www.statistik.at/web_de/statistiken/arbeitsmarkt/arbeitslose_arbeitssuchende/063259.html> (12. Juni 2014).

Statistik Austria, Bevölkerung Österreichs seit 1869 nach Bundesländern. In: Statistik Austria, online unter <http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/volkszaehlungen_registerzaehlungen/bevoelkerungsstand/023290.html> (12. Juni 2014).

Statistik Austria, Bevölkerung seit 1869 nach Politischen Bezirken. In: Statistik Austria, online unter <http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/volkszaehlungen_registerzaehlungen/bevoelkerungsstand/index.html> (12. Juni 2014).

Statistik Austria, Fernsehteilnehmerinnen und –teilnehmer (Bewilligung) 1960 bis 2012. In: Statistik Austria, online unter <http://www.statistik.gv.at/web_de/statistiken/bildung_und_kultur/kultur/hoerfunk_und_fernsehen/021230.html> (13. Juni 2014).

Statistik Austria, Haushalte mit Internetzugang 2002 bis 2013. In: Statistik Austria, online unter <http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/041015.html> (15. Juni 2014).

Statistik Austria, Haushalte mit Computer, Internetzugang und Breitbandverbindungen. Personen mit Computer- und Internetnutzung sowie Online-Shopper 2002 bis 2013. In: Statistik Austria, online unter <http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/022206.html> (15. Juni 2014).

Statistik Austria, Reisegewohnheiten der österreichischen Bevölkerung nach Reisezielen. In: Statistik Austria, online unter <http://www.statistik.at/web_de/statistiken/tourismus/reisegewohnheiten/069541.html> (13. Juni 2014).

Karin *Steigenberger*, Thomas *Feßl*, Demografie und Verkehr in Österreich (Wien 2013), 30. In: Wirtschaftskammer Österreich, online unter <https://www.wko.at/Content.Node/Interessenvertretung/Standort-und-Innovation/2013-04_Dossier_Demografie_und_Verkehr_in_oe.pdf> (13. Juni 2014).

Dieter N. *Unrath*, Peter Rastl: Der „Vater des Internet“ in Österreich. In: Archiv der Online-Zeitung der Universität Wien, online unter <<http://www.dieuniversitaet-online.at/dossiers/beitrag/news/peter-rastl-der-vater-des-internet-in-osterreich/156.html>> (15. Juni 2014).

Das Wiener Kaffeehaus. In: vienna4u.at, online unter <http://www.vienna4u.at/wiener_kaffeehaus.html> (16. Mai 2014).

Das Wiener Kaffeehaus. In: vienna4u.at, online unter <http://www.vienna4u.at/wiener_kaffeehaus.html> (16. Mai 2014).

Steigenberger Hotel „Herrenhof“. In: Voithl, online unter <<http://voithl.at/referenzen/6/item/steigenberger-hotel-herrenhof>> (29. April 2014).

Wiener Kaffeehausglas. In: Wiener Wasserkrug, online unter <<http://www.natuerlichwien.at/wasserkrug/kaffeehausglas/>> (6. Juni 2014).

Eröffnung der historischen Ausstellung der Stadt Wien. In: Wiener Zeitung (Wien 13. September 1883), 5. Online unter <<http://anno.onb.ac.at/cgi-content/anno?apm=0&aid=wrz&datum=18830913&seite=5>> (17. April 2014).

Das Wiener Kaffeehaus. In: wien.info, online unter <<http://www.wien.info/de/einkaufen-essen-trinken/cafes/kaffeehaus>> (16. Mai 2014).

Ausbildung zum geprüften Barista. In: WIFI Wien, online unter <<http://www.wifiwien.at/eShop/bbDetails.aspx/Ausbildung-zum-gepr%C3%BCften-Barista/@/bbnr/961913/>> (11. Juni 2014).

Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich, ausgegeben am 17. Februar 2014. 12. Bundesgesetz: Änderung der Interpretation des § 13a Abs. 2 Tabakgesetz 1995. In: Wirtschaftskammer Österreich, online unter
<https://www.wko.at/Content.Node/branchen/w/Kaffeehaeuser/Tabakgesetz_BGBLA_2014_I_13.pdf> (18. Mai 2014).

Gastro-Branche wehrt sich gegen gebetsmühlenartige Zurufe von Ärztekammerpräsident Dorner. In: Wirtschaftskammer Österreich, online unter
<https://www.wko.at/Content.Node/branchen/oe/Gastronomie/Lobbying---Branchenthemen/Pressemitteilungen/Gastro-Branche_wehrt_sich_gegen_gebetmuehlenartige_Zurufe.html> (18. Mai 2014).

Gastronomie bietet Nichtrauchern wie Rauchern ausreichend Möglichkeiten und Angebote. In: Wirtschaftskammer Österreich, online unter
<https://www.wko.at/Content.Node/branchen/oe/Gastronomie/Lobbying---Branchenthemen/Pressemitteilungen/Gastronomie_bietet_Nichtrauchern_wie_Rauchern_ausreichend_.html> (18. Mai 2014).

Gastronomie investierte bisher 96 Mio. Euro für Baumaßnahmen zum Nichtraucherschutz. In: Wirtschaftskammer Österreich, online unter
<<https://www.wko.at/Content.Node/branchen/oe/Gastronomie/Lobbying---Branchenthemen/Pressemitteilungen/WKOERauchverbot16112013.html>> (18. Mai 2014).

Mehrheit in aktueller ORF-Umfrage gegen absolutes Rauchverbot in der Gastronomie. In: Wirtschaftskammer Österreich, online unter
<https://www.wko.at/Content.Node/iv/presse/wkoe_presse/presseaussendungen/pwk_073_14_Mehrheit_in_aktueller_ORF-Umfrage_gegen_absolute.html> (18. Mai 2014).

Fachgruppe Wien der Kaffeehäuser, Tabakgesetz in Kürze. Nichtraucherschutz in der Gastronomie. In: Wirtschaftskammer Wien, online unter
<https://www.wko.at/Content.Node/branchen/w/Kaffeehaeuser/Infoblatt_Tabak_Feb2014_2.pdf> (18. Mai 2014).

Peter Zellmann, Sonja Mayrhofer, Freizeitmonitor 2013 (Wien 2013), 2-3. In: Institut für Freizeit-, Tourismus-, Zukunfts- und Sozialforschung, online unter
<<http://www.freizeitforschung.at/data/forschungsarchiv.html>> (16. Juni 2014).

11. Anhang

11.1. Statistik der Innung der Kaffeesieder Wiens

(in absoluten Zahlen, Stichtag: 31.12.)

<i>Jahr</i>	<i>Kaffeehaus</i>	<i>Kaffeerestaurant</i>	<i>Espresso</i>	<i>Kaffeekonditorei</i>	<i>Gesamt</i>
1955	934	153	32	64	1183
1956	894	164	43	84	1185
1957	863	181	77	105	1226
1958	844	188	98	124	1254
1959	816	210	138	139	1303
1960	782	215	163	148	1308
1961	749	226	202	175	1352
1962	722	240	237	188	1387
1963	684	252	277	205	1418
1964	660	260	299	216	1435
1965	622	278	316	230	1446
1966	581	289	337	237	1444
1967	563	303	356	236	1458
1968	537	307	377	239	1460
1969	501	312	394	244	1451
1970	483	315	416	248	1462
1971	492	319	430	250	1491
1972	509	332	459	243	1543
1973	545	382	535	267	1729
1974	501	368	517	267	1653
1975					
1976					
1977					
1978					
1979					
1980					
1981					
1982	368	410	572	248	1598
1983	382	433	634	250	1699
1984	395	433	687	250	1765
1985	386	468	737	246	1837
1986	420	481	761	230	1892
1987	422	503	815	232	1972
1988	451	537	868	227	2083
1989	475	559	897	228	2159
1990	472	579	934	228	2213
1991					
1992	494	588	947	226	2255
1993	526	630	984	222	2362
1994					
1995	504	631	1053	214	2402
1996	597	642	1059	212	2510
1997	623	664	1060	212	2559

1998	649	683	1048	193	2573
1999	630	695	988	187	2500
2000	636	699	994	190	2519
2001	650	743	987	177	2557
2002	701	766	940	169	2576
2003	756	800	893	165	2614
2004	797	796	882	168	2643
2005	850	829	855	175	2709
2006	910	801	800	173	2684
2007	887	797	765	187	2636
2008	909	786	745	188	2628
2009	922	810	717	180	2629
2010	945	795	700	170	2610
2011	957	780	660	183	2580
2012	985	771	631	179	2566
2013	944	796	600	189	2529

11.2. Abstract

Diese Arbeit gibt einen Überblick über die Veränderungen der Wiener Kaffeehauslandschaft und stellt dabei eine Verbindung zu gesellschaftlichen Wandlungstendenzen her. Dabei wurde versucht sowohl ökonomische und politische als auch demografische Entwicklungen aufzuzeigen. Darüber hinaus fand das Thema der Stadtentwicklung und Stadtplanung Eingang in die Arbeit, da diese das Stadtbild Wiens prägt und folglich auch Einflüsse auf Institutionen wie das Kaffeehaus hat. Zeitlich wurde die Geschichte des Kaffeehauses ab der Mitte des 20. Jahrhunderts fokussiert, aber auch die Anfänge wurden berücksichtigt. Des Weiteren wurden neue Typen des Kaffeehauses, wie beispielsweise das Espresso, der Coffeeshop oder die mobilen Kaffeehäuser, beschrieben. Außerdem bieten die Exkurse hinsichtlich des Rauchverbotes und des Glas Wassers Einblick in die aktuellen Debatten der „Szene“. Es war das Ziel mit Hilfe von Statistiken und auf Basis von Literaturstudien zu zeigen, dass sich das oftmals proklamierte Kaffeehaussterben nie bewahrheitet hat. Darüber hinaus sollte die gegenwärtige Vielfalt der Wiener Kaffeehauslandschaft und dessen gesellschaftliche Bedeutung aufgezeigt werden.

CURRICULUM VITAE

Persönliche Daten:

Name: Sabrina Wolfschluckner
Geboren: 29.06.1988, in Bad Ischl
Staatsbürgerschaft: Österreich
Familienstand: ledig

Schulbildung:

Volksschule, Altmünster 1994-1998
Marktstraße 28

Bundesgymnasium & Bundesrealgymnasium, Gmunden 1998-2006
Keramikstraße 28

Universität:

Beginn Studium Ernährungswissenschaften Oktober 2006 (nicht abgeschlossen)

Beginn Studium Lehramt Mathematik und Spanisch Oktober 2007

Studienwechsel Lehramt Geschichte und Spanisch Februar 2010 (Abschluss Juni 2014)

Berufliche Tätigkeiten:

Varberg Statshotel & Asian Spa, Schweden Juli – August 2004
Zimmermädchen

Varberg Statshotel & Asian Spa, Schweden Juli – August 2005
Zimmermädchen

Dunraven Arms Hotel, Irland April – September 2007
Zimmermädchen, Kellnerin

Landzeit Autobahn-Restaurant, Voralpenkreuz Juli – August 2008
Kellnerin, Kassiererin

Hilton Sa Torre Mallorca Resort, Mallorca Juli – September 2010
Kellnerin

Engels – Bar, Wien seit Jänner 2011
Kellnerin