

**FORSCHUNGSVEREIN ENTWICKLUNG UND
GESCHICHTE DER KONSUMGENOSSENSCHAFTEN
BAND 1**

Franz † und Roswitha Strommer

**Im Vertrauen auf die Macht
der Hausfrau**

**Die Rolle der Frauen in den
österreichischen Arbeiterkonsumvereinen
1856 bis 1977**

**Eigenverlag des FGK
Wien 2001**

Inhaltsverzeichnis

1 Abseits der Ringstraße	15
1.1 Arbeiterschaft und Genossenschaft	20
1.2 Die Bedeutung der Arbeiterfrauen für die „Agitation“	25
1.3 Die Schwierigkeiten der frühen Arbeiter-Konsumvereine	31
1.4 Der Kampf um das Vertrauen der Arbeiterfrauen	36
1.5 Emmy Freundlich	38
1.6 Die genossenschaftlichen Zeitschriften	40
1.7 Das frühe Arbeiter-Leseublikum und seine speziellen Schwierigkeiten	41
1.8 „Für unsere Hausmütter“	49
1.9 Die Erziehung der „verständigen Arbeiterfrau“	55
1.10 Zum Emanzipationsverständnis der „Hausmütter“	59
2 Zwischen den Kriegen	63
2.1 Englische Genossenschafterinnen in Wien	64
2.2 Angriffe auf die sozialistischen Konsumvereine	65
2.3 Reaktion der Arbeiterkonsumvereine	72
2.4 Die genossenschaftliche Presse	72
2.5 Die „neue“ Leserin und ihr Wirkungskreis	73
2.6 Genossenschaftliche Werbemaßnahmen	82
2.7 Aggressive Werbung	82
2.8 Genossenschaft und Politik	84
2.9 Familienorientierte Werbung	90
2.10 Kinder als Konsumenten von morgen	94
2.11 Internationale Vermittlungsarbeit	98
2.12 Der politische Umbruch im Spiegel der Medien	101
3 Von der Nachkriegszeit ins Wirtschaftswunder	104
3.1 Die ersten schweren Jahre	104
3.2 Genossenschaftliche Öffentlichkeitsarbeit	105
3.3 Genossenschaftliches Bildungsbewusstsein	107
3.4 Genossenschaftliche Jugendklubs	109
3.5 Kindernachmittage und der „Konsumkasperl“	110
3.6 Kindertheater und Zeichenwettbewerbe	112
3.7 Der „Kinderkonsum“	113
3.8 Hausfrauen im Zentrum genossenschaftlicher Propaganda	114
3.9 Die genossenschaftliche Presse der Nachkriegszeit	117
3.10 Die Nachkriegszeit im Spiegel von „Haushalt und Heim“ ...	119

3.11	Die genossenschaftliche Durchschnittsfamilie der 50er und 60er Jahre	124
3.12	Frauen in der Genossenschaft der Nachkriegsjahre	127
3.13	Genossenschaftliche Erziehungstipps	129
3.14	Vollhausfrau oder berufstätige Hausfrau?	131
3.15	Berufstätige Frauen als neue Käufergruppe	133
3.16	Der junge Mensch im Zentrum genossenschaftlicher Propaganda	135
3.17	Innerbetriebliche Werbung	139
3.18	Neue Medien als genossenschaftliche Werbeträger	142
4	Auf dem Weg zum „Konsum Österreich“	142
4.1	Das Reformkonzept 69 und seine Folgen	144
4.2	Probleme der Nahversorgung	145
4.3	„Moderne Menschen“ im „modernen“ Konsumgroßmarkt ...	146
4.4	Genossenschaftliche Magazine als Spiegel der „70er Jahre“	146
4.5	Die „neue“ Familie	146
4.6	Frauenemanzipation als Diskussionsgegenstand	148
4.7	Die Stellung der Frauen in der Genossenschaftsbewegung	151
4.8	Alte Menschen - vergessene Verbraucher?	152
4.9	Neuorientierung genossenschaftlicher Werte	154
4.10	Der „Konsum“ der 70er Jahre in den Augen der Österreicher	156
	Anhang	159
	Literaturverzeichnis	177