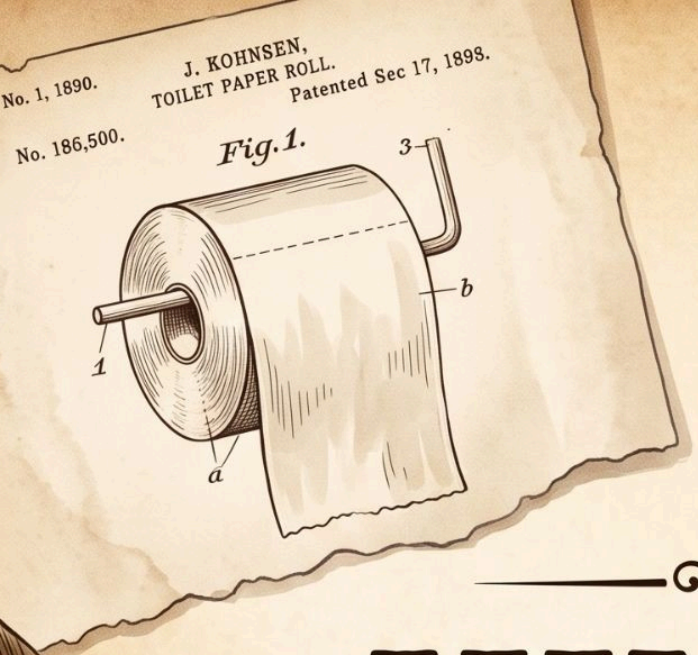
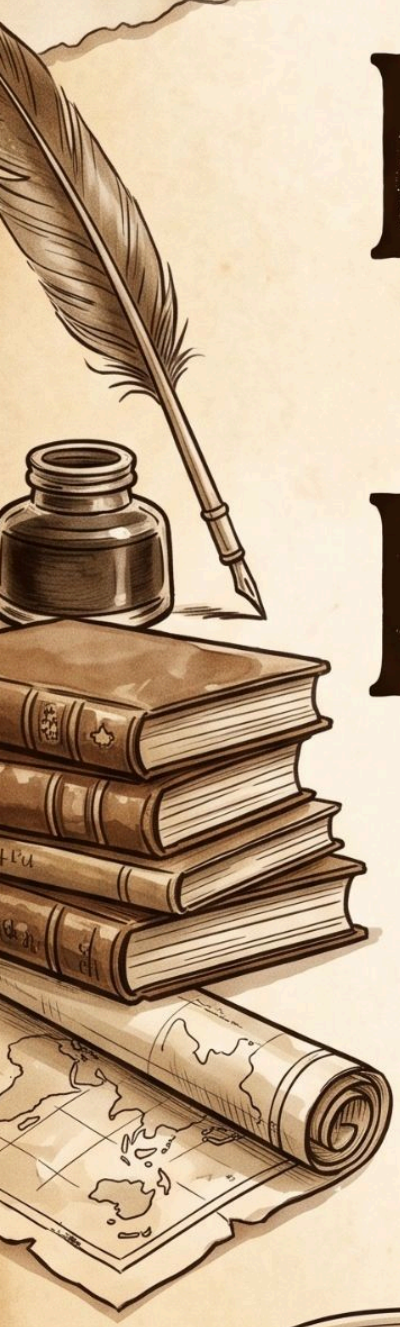


HINTER DEN DINGEN

Die Geschichte des Alltäglichen

















DIE GESCHICHTE DES ALLTÄGLICHEN

Hinter den Dingen

Leseprobe · Kapitel 1

Band 1 · 35 Kapitel über Dinge, die wir für selbstverständlich halten

ERWEITERTE AUSGABE

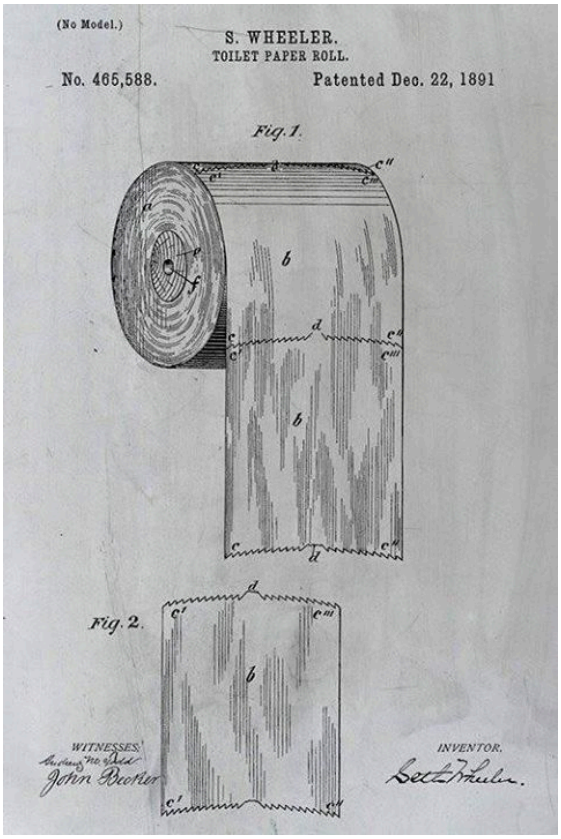
Jeder Gegenstand um dich herum hat eine Geschichte, die niemand erzählt. Seit ich den Kanal *Hinter den Dingen* gestartet habe, grabe ich mich jede Woche durch Archive, Patente und vergessene Zeitungsartikel, um genau diese Geschichten auszugraben — warum eine Toilette einen Mann das Leben kostete, warum Highheels für Männer erfunden wurden, warum ein Konzern bei Tampons zögerte, während Frauen starben.

Dieses Buch versammelt fünfunddreißig dieser Geschichten — die dreißig, die auf dem Kanal am meisten gesehen wurden, und fünf weitere, die seit dem Erscheinen der ersten Ausgabe dazugekommen sind: Sie stehen in Teil VII und erzählen von Strom, Funk und Fernsehen. Jedes Kapitel ist in sich abgeschlossen; du kannst vorne anfangen oder mittendrin, wo dich ein Titel packt.

Mein Versprechen: keine Werbung zwischen den Kapiteln, keine künstlich aufgeblähten Seitenzahlen, keine offenen Enden. Nur die Geschichten — etwas gründlicher erzählt, als es in achtzehn Minuten auf YouTube passt.

KAPITEL 1

Klopapier


(No Model.)

S. WHEELER.

TOILET PAPER ROLL.

No. 465,588. Patented Dec. 22, 1891

Fig. 1.

Fig. 2.

WITNESSES:

INVENTOR.

Es ist das unauffälligste Produkt in deiner Wohnung — und das einzige, dessen plötzliches Fehlen im Frühjahr 2020 Menschen in Hongkong dazu brachte, mit vorgehaltener Waffe sechshundert Rollen aus einem Laden zu rauben. Dazwischen liegen zweitausend Jahre Geschichte, die so gut wie niemand kennt.

Im antiken Rom griff man zu einem Tersorium: einem Meeresschwamm am Ende eines Holzstabs, der in den öffentlichen Latrinen in einem gemeinsamen Behälter mit Salzwasser oder Essig aufbewahrt wurde. In der Hafenstadt Ostia bot eine einzige Latrine Platz für über zwanzig Menschen gleichzeitig, Seite an Seite, ohne jede Vorstellung von Privatsphäre — und ohne dass der Schwamm zwischen den Benutzungen gereinigt wurde. Die griechische Alternative, raue Tonscherben namens Pessoi, wird bis heute in großer Zahl bei Ausgrabungen antiker Latrinen gefunden. Wohlhabende Römer mieden diese öffentlichen Latrinen meist und bevorzugten private Toiletten im eigenen Haus; der gemeinsame Schwamm blieb vor allem ein Werkzeug der einfachen Bevölkerung.

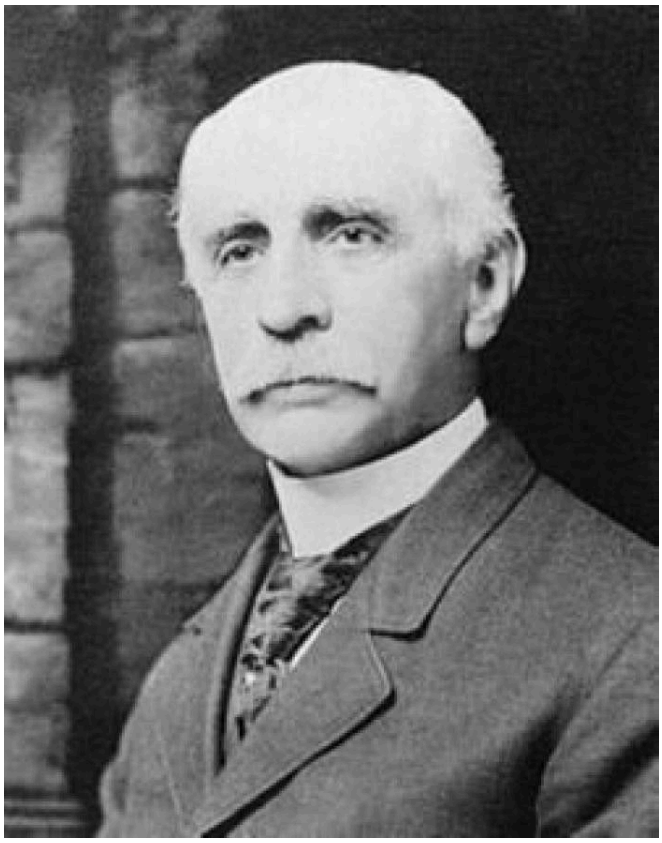
Die eigentlichen Pioniere der Papierhygiene waren die Chinesen. Bereits im sechsten Jahrhundert erwähnte der Gelehrte Yan Zhitui die Nutzung von Papier zur Körperhygiene schriftlich — warnte zugleich aber davor, Papier mit den Namen von Weisen oder heiligen

Zitaten dafür zu verwenden. Zunächst blieb das Privileg dem Kaiser vorbehalten, denn Papier war ein kostbares Gut, hergestellt aus Maulbeerbaumrinde, Hanf und anderen Pflanzenfasern. Ab 1391 ließ der kaiserliche Hof jährlich 720.000 Blatt allein für den eigenen Gebrauch herstellen, im gewaltigen Format von rund sechzig mal neunzig Zentimetern, manche davon parfümiert für den engsten kaiserlichen Kreis — ein individueller Jahresverbrauch von über zwanzigtausend Blatt pro Person. Der einfachen Bevölkerung blieb dieser Luxus noch Jahrhunderte verwehrt.

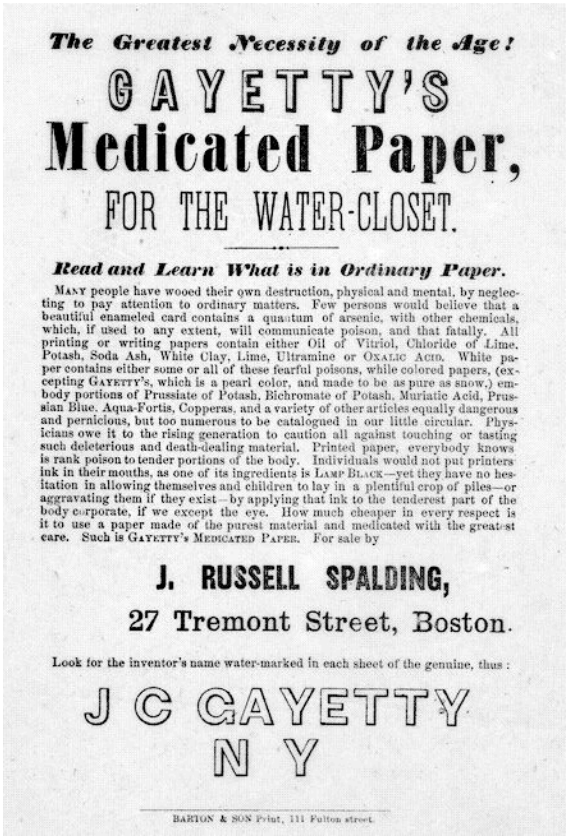
In Europa griff man derweil zu allem, was gerade greifbar war: Heu, Wolle, Moos, Blätter, Muscheln, in ländlichen Gegenden sogar Maiskolben. Mittelalterliche Burgen besaßen eigens dafür vorgesehene, aus der Burgmauer herausragende Kammern namens Abortaka, unter denen die Abfälle direkt in den Burggraben fielen. In größeren Städten entsorgten nachts sogenannte Kloakenreiniger die Abfälle wohlhabender Bürger — ein Beruf, der als äußerst unangenehm galt, aber gut bezahlt wurde. Mit dem Buchdruck kamen ausrangierte Zeitungs- und Buchseiten hinzu, eine kostenlose Alternative, die sich bis weit ins zwanzigste Jahrhundert hielt, besonders in ländlichen Außentoiletten ohne fließendes Wasser.

Der erste kommerzielle Durchbruch kam 1857 aus New York. Joseph Gayetty verkaufte lose Einzelblätter aus mit Aloe behandeltem Manila-Hanfpapier, verpackt zu je fünfhundert Blatt, jedes mit seinem eigenen Namen als Wasserzeichen versehen. Er vermarktete sein Produkt jedoch nicht als Hygieneartikel, sondern als Mittel gegen Hämorrhoiden, mit Warnungen vor angeblich giftigen Druckertinten in gewöhnlichem Zeitungspapier. Mehrere medizinische Gesellschaften griffen ihn öffentlich als Scharlatan an. Das eigentliche Problem war jedoch ein anderes: Die amerikanische Öffentlichkeit hatte sich längst an kostenlose Alternativen gewöhnt, allen voran die dicken, kostenlos zugestellten Kataloge großer Versandhäuser wie Sears. Gayetty führte sein Geschäft bis zu seinem Tod 1895 weiter; sein jüngster Sohn Henry übernahm die Firma, die das Produkt noch bis in die späten 1920er Jahre unter demselben Namen verkaufte.

1871 meldete Seth Wheeler aus Albany, New York, ein Patent an, das die technische Grundlage des modernen Produkts legte: perforiertes Papier auf einer zusammenhängenden Rolle statt loser Blätter. Den eigentlichen geschäftlichen Erfolg erzielten jedoch die Brüder Clarence und Edward Irvin Scott, die ab 1867 in Philadelphia experimentierten und 1879 ihr eigenes Unternehmen gründeten. Ihr entscheidender Trick war nicht das Produkt, sondern der Vertrieb: Sie verkauften nicht direkt an verschtimme Privatkunden, sondern in großen Mengen an Hotels und Apotheken, die das Papier diskret weitergaben, ohne dass sich jemand persönlich dazu bekennen musste. Innerhalb weniger Jahrzehnte wuchs die Scott Paper Company zu einem der bedeutendsten Papierhersteller der USA — ein Name, der bis heute fortbesteht.



Der Kauf selbst blieb trotzdem jahrzehntelang ein gesellschaftliches Tabu; viele Menschen schämten sich, an der Ladentheke offen danach zu fragen, was Händler zu immer neuen diskreten Verkaufsstrategien zwang, von schlichten braunen Papiertüten bis zu Bestellformularen, die man wortlos an der Kasse abgeben konnte. Und das frühe Papier war alles andere als angenehm: Es war grob, rau und enthielt tatsächlich winzige Holzsplitter aus dem industriellen Herstellungsprozess — ein Detail, das in zeitgenössischen Beschwerdebriefen immer wieder auftauchte. Splitterfreies Papier, wie wir es heute als selbstverständlich voraussetzen, führte die Firma Northern Tissue in den USA erst 1935 ein, beworben mit dem stolzen Versprechen, nun tatsächlich splitterfrei zu sein.



The Greatest Necessity of the Age!

GAYETTY'S

Medicated Paper,

FOR THE WATER-CLOSET.

Read and Learn What is in Ordinary Paper.

MANY people have wooed their own destruction, physical and mental, by neglecting to pay attention to ordinary matters. Few persons would believe that a beautiful enameled card contains a quantum of arsenic, with other chemicals, which, if used to any extent, will communicate poison, and that fatally. All printing or writing papers contain either Oil of Vitriol, Chloride of Lime, Potash, Soda Ash, White Clay, Lime, Ultramine or OXALIC ACID. White paper contains either some or all of these fearful poisons, while colored papers, (excepting GAYETTY'S, which is a pearl color, and made to be as pure as snow,) embody portions of Prussiate of Potash, Bichromate of Potash, Muriatic Acid, Prussian Blue, Aqua-Fortis, Copperas, and a variety of other articles equally dangerous and pernicious, but too numerous to be catalogued in our little circular. Physicians owe it to the rising generation to caution all against touching or tasting such deleterious and death-dealing material. Printed paper, everybody knows is rank poison to tender portions of the body. Individuals would not put printers' ink in their mouths, as one of its ingredients is LAMP BLACK—yet they have no hesitation in allowing themselves and children to lay in a plentiful crop of piles—or aggravating them if they exist—by applying that ink to the tenderest part of the body corporate, if we except the eye. How much cheaper in every respect is it to use a paper made of the purest material and medicated with the greatest care. Such is GAYETTY'S MEDICATED PAPER. For sale by

J. RUSSELL SPALDING,

27 Tremont Street, Boston.

Look for the inventor's name water-marked in each sheet of the genuine, thus :

J C GAYETTY
N Y

BARTON & SON Print, 111 Fulton street.

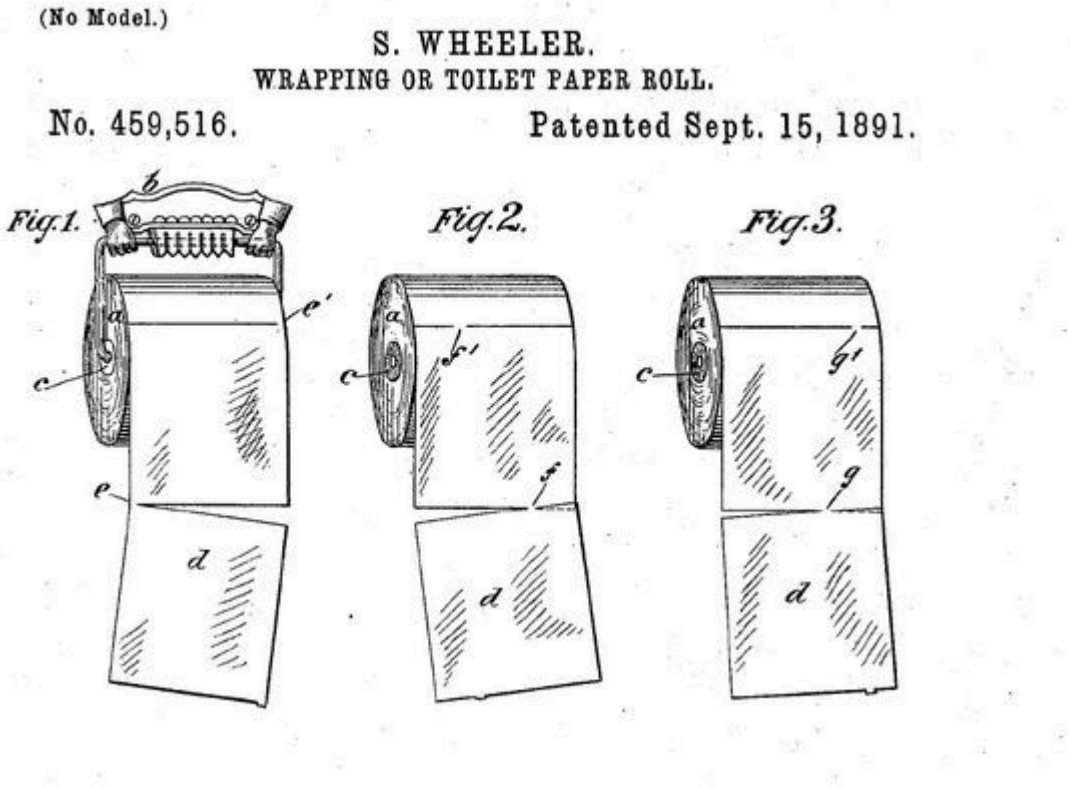
In Deutschland begann die industrielle Geschichte deutlich später. 1928 gründete Hans Klenk im württembergischen Ludwigsburg eine der ersten deutschen Fabriken, die sich ausschließlich der Herstellung von Toilettenpapier widmete — zu einer Zeit, als das Thema in deutschen Wohnzimmern als äußerst unschicklich galt. Klenk brachte als erster Hersteller in Deutschland Rollen mit garantierter Blattzahl auf den Markt, aus grobem Krepppapier, perforiert zum bequemen Abreißen. Er nannte sein Unternehmen Hakle, zusammengesetzt aus den Anfangsbuchstaben seines eigenen Namens. Da auch in Deutschland das Thema als heikel galt, erfand Klenk einen Werbeslogan, der Kunden das peinliche Wort ersparte: „Verlangen Sie eine Rolle Hakle, dann brauchen Sie nicht Toilettenpapier zu sagen." Der sprachliche Trick wirkte — half aber auch, das gesellschaftliche Tabu allmählich aufzuweichen.

Eine kuriose Fußnote relativiert Klenks Pionierrolle allerdings erheblich: Eine Zeitungsanzeige aus Ludwigsburg von 1885, dreiundvierzig Jahre vor Klenks angeblicher Erstrollenerfindung, zeigt zwei Brüder namens Walker, die bereits Rollen mit Toilettenpapier bewarben — ein fast identisches Produkt, das schlicht in Vergessenheit geriet, während Klenks Name und Marke bis heute überlebten.

Erst 1958, drei Jahrzehnte nach der Firmengründung, stellte Hakle von rauem Krepppapier auf weicheres Tissuepapier um, einem amerikanischen Trend folgend. 1972 präsentierte die Firma das weltweit erste dreilagige Toilettenpapier, fünf Jahre später, 1977, als erster Hersteller überhaupt feuchtes Toilettenpapier — zwei echte deutsche Innovationen, die später von der gesamten Weltindustrie übernommen wurden. Nach vierundvierzig Jahren an der Unternehmensspitze übergab Hans Klenk die Geschäfte an seinen Sohn Hans-Dieter, der 1984

das weltweit erste vierlagige Toilettenpapier auf den Markt brachte, vermarktet als Hakle Lady. Das bis dahin durchgehend in Familienbesitz befindliche Unternehmen wurde später an eine Schweizer Unternehmensgruppe verkauft und wechselte in den folgenden Jahrzehnten mehrfach den Besitzer, bis hin zum internationalen Kimberly-Clark-Konzern.

Toilettenpapier spielte sogar eine merkwürdig politische Rolle in der jüngeren deutschen Geschichte. In der DDR war hochwertiges, weiches Toilettenpapier chronisch knapp und wurde neben Bananen und Kaffee zu einem regelrechten Symbol der Mangelwirtschaft. Wer in den Westen reisen durfte, brachte häufig weiches westdeutsches Papier als kleines, aber symbolisch bedeutsames Geschenk zurück. Das raue, graue DDR-Papier wurde in Ostdeutschland selbst zu einem bitteren politischen Witz über den Alltag im Sozialismus.


(No Model.)

S. WHEELER.

WRAPPING OR TOILET PAPER ROLL.

No. 459,516. Patented Sept. 15, 1891.

Fig.1. Fig.2. Fig.3.

Man muss nicht einmal so weit zurückblicken, um zu sehen, wie tief die Angst vor einem Mangel an Toilettenpapier in uns verwurzelt zu sein scheint. Im Frühjahr 2020, zu Beginn der Coronapandemie, stiegen die weltweiten Verkaufszahlen innerhalb weniger Wochen um über siebenhundert Prozent gegenüber den Werten davor. Supermarktregale blieben tagelang leer, obwohl die tatsächliche Produktion nie ernsthaft gefährdet war. In Australien setzten manche Supermarkte Sicherheitspersonal ein, um Käufer zu kontrollieren; in Hongkong überfielen bewaffnete Männer ein Geschäft, um sechshundert Rollen zu stehlen. Psychologen erklärten das Phänomen später vor allem mit einem tief verwurzelten Bedürfnis nach Kontrolle in einer unsicheren, angstbesetzten Zeit, in der viele existenzielle Fragen unbeantwortet blieben.

Heute verbraucht ein durchschnittlicher Mensch in Deutschland etwa achtzehn Kilogramm Toilettenpapier pro Jahr, verteilt auf zwischen sechsundvierzig und über hundert Rollen — eine Menge, die noch vor hundertfünfzig Jahren völlig undenkbar gewesen wäre. Selbst die Benutzungsgewohnheiten unterscheiden sich kulturell erheblich: Während viele Deutsche das Papier eher falten, bevorzugen Menschen in anderen Ländern, es zusammenzuknüllen. Und in weiten Teilen Asiens und Südeuropas bleibt bis heute das Bidet oder der einfache Wasserschlauch neben der Toilette die bevorzugte Methode — eine jahrtausendealte Alternative zu Papier, die in Deutschland kaum verbreitet ist.

Von einem gemeinsam benutzten römischen Schwamm am Stiel über kaiserliches chinesisches Luxuspapier, einen als Scharlatan verspotteten New Yorker Unternehmer, jahrzehntelange gesellschaftliche Scham und tatsächliche Holzsplitter im Papier selbst, bis hin zu einem findigen Ludwigsburger Fabrikanten, der ein peinliches Wort geschickt umschiffte, und schließlich zu leeren Supermarktregalen während einer globalen Pandemie: Diese unscheinbare weiße Rolle trägt eine überraschend lange, überraschend menschliche Geschichte in sich — geprägt von Scham, Erfindungsreichtum und einer erstaunlich tief verwurzelten Angst vor Mangel.

LESEPROBE · ENDE VON KAPITEL 1

34 weitere Geschichten warten.

Die Toilette, der Kilt, der Reißverschluss, der Kühlschrank, das Internet und – neu in der erweiterten Ausgabe – der Bahnstrom, die Antenne und das Farbfernsehen: das ganze Buch mit 35 Kapiteln, 242 Seiten und 140 Abbildungen gibt es als PDF und EPUB direkt vom Kanal:

hinterdendingen.eu

© 2026 Hinter den Dingen · Diese Leseprobe darf frei weitergegeben werden.