

Ruedi Kunzmann
Toni Riechsteiner

BIERMARKEN DER SCHWEIZ



31. JAN 1963
METALLSTAMPF-FABRIK
GRAVIER- UND PRÄGEANSTALT

HÜTTIKON/Zsh. 30. Januar 63.

Zahl



amenbräu
einfelden

ir kommen zurück auf Ihren tele
anruf vom 28. crt.
Biermarken in neutraler Ausführung
in der Grösse von \varnothing 22 mm angef.
Die Marken sind beidseitig gepr.
Avers: mit Bierkrug
Revers: nur mit Perlrand, 25 oder 50.
oder mit den Zahlen 25 oder 50.
Bei Bezug von mindestens 250 Stück
die Marken aus Aluminium ... Fr. 6.90

Bei Bezug von mindestens 250 Stück
die Marken aus Aluminium ... Fr. 6.90
per 100 Stück, incl. Wust.
netto ab hier, incl. Wust.
Lieferfrist: normalerweise in 8 bis 10 Tagen.
In der Beilage erhalten Sie acht Marken zur
Annicht.
Wir empfehlen uns Ihnen und grüssen Sie
freudlich

Beilagen 1
erwähnt.
KFA
G. Riechsteiner

DIETL VERLAG

Ruedi Kunzmann · Toni Riechsteiner

BIERMARKEN DER SCHWEIZ

Ruedi Kunzmann · Toni Riechsteiner

BIERMARKEN DER SCHWEIZ

1. AUFLAGE 2009

H. GIETL VERLAG & PUBLIKATIONSSERVICE GMBH · REGENSTAUF

Mit finanzieller Unterstützung der
Schweizerischen Numismatischen Gesellschaft und des
Schweizer Brauerei Verbands

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-86646-524-4

1. Auflage 2009

© 2009 H. Gietl Verlag & Publikationsservice GmbH • Regenstein

Alle Rechte vorbehalten.

www.gietl-verlag.de

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	6
Einleitung	8
Literatur	19
Danksagung	20
Zum Katalog	21
Richtpreise	23
Katalog	24
a) Biermarken mit Namensbezeichnungen	24
b) Biermarken von Studentenverbindungen	424
c) Anonyme Biermarken	432
Verzeichnis der Bierbrauer und Bierbrauereien der Schweiz	474
a) Namensverzeichnis von Brauern und Brauereien	474
b) Verzeichnis nach Brauereinamen	554
c) Brauereinamensverzeichnis nach Ortschaften	573
Index	580

Vorwort

„Trinken wie die Schweizer“, so lautet eine Redewendung aus dem 16. Jahrhundert. Dass die Schweizer gerne trinken, schien legendär zu sein. Keine Feier, kein Fest, keine Verhandlungen und kein Geschäft ohne Trunk. In der alten Schweiz ist das Trinken ein Zeichen der Gleichheit und Verbundenheit. Sowohl Dorfgemeinschaften wie auch städtische Räte pflegen Trinkrituale zur Festigung der Gemeinschaft und der Beziehungen unter einander. Bei jeder öffentlichen oder privaten Feier, bei allen grossen Momenten im Leben – Taufe, Geburtstag, Hochzeit und Begräbnis – wird getrunken. Trinken ist gleichbedeutend mit Geselligkeit.

Bis ins 18. Jahrhundert wird in der ganzen Schweiz vor allem Wein getrunken. Vom Genfersee bis zum Bodensee gibt es Weinberge. In der Stadt wird zu jedem Essen Wein gereicht, auch den Armen im Spital. Auf dem Land wird Wein nach der Arbeit, an Markt- und an Festtagen in Schenken und Gasthöfen getrunken. Natürlich wird auch Wasser als unentbehrliches Alltagsgetränk getrunken, aber dieses ist nicht immer sauber und erweckt je nach Region ein gewisses Misstrauen. Milch wird aufgrund ihrer beschränkten Haltbarkeit praktisch nur in Gebieten mit Milchwirtschaft getrunken. Im Lauf des 18. Jahrhunderts kommen neue Getränke wie Kaffee, Tee und Schokolade in Mode. Der Genuss dieser Getränke ist mit neuen gesellschaftlichen Sitten, so mit der sich ausbreitenden Gesprächs- und Spielkultur verbunden. Kaffee und Tee werden zunächst nur in den Salons der führenden Schicht, bald aber auch im Bürgertum und schliesslich, vor allem der Kaffee, in breiten Bevölkerungskreisen ebenso auf dem Land konsumiert.

Die politischen Umbrüche in der Schweiz vom Ende des 18. Jahrhunderts bis zur Gründung des Bundesstaates im Jahr 1848, führen zu tief greifenden Veränderungen der Gesellschaft und Wirtschaft. Die starren Gesellschaftsstrukturen des Ancien Régimes werden im 19. Jahrhundert durch eine offenere Gesellschaft abgelöst, die sich auf allen Stufen neu formiert. Vereine, Zirkel und politische Parteien werden gegründet. Ein grosser Teil des Vereinslebens findet in Cafés, Schenken und Gaststätten statt. Im jungen Schweizer Bundesstaat spielen ferner die grossen patriotischen Feste, die das Bild eines freien und geeinten Volkes vermitteln sollen, eine wichtige Rolle. An den Schützen-Turn- und Musikfesten sowie an den Jubiläumsfeiern bildet das gemeinsame Festessen, grosszügig begossen und begleitet von Reden und Trinksprüchen, jeweils den Höhepunkt.

Das 19. Jahrhundert ist somit reich an kollektiven Trinkgelegenheiten, die indes meist der männlichen Gesellschaft vorbehalten sind. Der Alkoholkonsum steigt das ganze 19. Jahrhundert hindurch. In den 1870er Jahren beginnen staatliche und kirchliche Stellen den Alkohol als medizinisches und soziales Problem wahr zu nehmen und rufen zu Mässigung auf. Abstinenzlervereine werden gegründet und Gesetze zur Eindämmung des Alkoholkonsums gefordert. Als gefährlichstes Getränk gilt der Branntwein. Während der seit Jahrhunderten in der Schweiz beliebte Obstbrandwein, insbesondere der Kirsch, aufgrund der aufwendigen Herstellung teuer und damit kein Konkurrent zum Wein ist, entdeckt man im 19. Jahrhundert, dass aus Kartoffeln billiger Branntwein herzustellen ist. Die Schnapsproduktion und der Konsum nehmen dramatisch zu.

Der Kampf gegen den Schnaps fällt in die Zeit der grossen Weinbaukrise in der Schweiz. Mit der Eröffnung des Gotthardtunnels 1882 und des Arlberg隧nells 1884 kommt es zum Massenimport günstiger Weine aus Italien und Österreich. Die billigen, importierten Weine und neue „Kunstweine“ aus Trester oder gezuckerten Weinbeeren konkurrenzieren die Schweizer Weine und schliesslich zerstören die Reblaus und der Mehltau das gesamte Weinbaugebiet. Zwischen 1880 und 1930 werden zwei Drittel der Weinbaufläche der Schweiz aufgegeben; in der Ostschweiz fast vollständig, in der Westschweiz zur Hälfte. Einzig im Wallis bleibt die Weinbaufläche, neu bepflanzt, erhalten.

Das Bier gewinnt in dieser Zeit stark an Bedeutung. Bier ist in der Schweiz schon im Mittelalter bekannt. Im 18. Jahrhundert ist Bier vor allem bei englischen Touristen und bei Kutschern, die meist aus

Deutschland stammen, beliebt. Noch Mitte des 19. Jahrhunderts ist das Bier in der Schweiz aber wenig verbreitet und wird rund zehn Mal weniger getrunken als Wein. Es ist schlecht haltbar und gleich teuer wie Wein. In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts führen dann neue Kühl- und Herstellungstechniken sowie die Entstehung besserer Verteilnetze infolge der sich rasant entwickelnden Verkehrswege zu einem spektakulären Aufschwung der Brauereien. Ab 1885 trinken die Schweizer mehr Bier als Wein. Es wird vor allem in Cafés, Restaurants und in Bierhallen, wohin es in Fässern geliefert wird, getrunken. Der Siegeszug des Biers dauert bis in die zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts und verharrt auf hohem Niveau, eingeschränkt einzig durch die im modernen Arbeitsleben geforderte Nüchternheit.

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts verändern sich die Ernährungsgewohnheiten. Aufgrund der wissenschaftlichen Erkenntnisse vom Zusammenhang von Ernährung und Gesundheit wird neu eine gesunde und ausgewogene Ernährung propagiert. Alkoholfreie Getränke in Form aromatisierter kohlenstoffhaltiger Getränke kommen nun in Mode. Der Konsum von Mineralwasser nimmt in der 2. Hälfte des 20. Jahrhunderts stark zu und begleitet heute nicht nur jede Mahlzeit, sondern ist auch in Schulen, bei der Arbeit und im Sport allgegenwärtig. Das Angebot an alkoholfreien Getränken wird durch Tee, Kaffee und pasteurisierte Milchgetränke ergänzt. Alkoholische Getränke bleiben im 20. Jahrhundert weiterhin ein wichtiger Bestandteil der Geselligkeit. Ihr Genuss beschränkt sich jedoch immer mehr auf die Freizeit. Nur das Bier widersteht lange Zeit dieser Tendenz. Bis in die 1970er Jahre trinken Arbeiter in den Pausen häufig ein Bier. Doch die Sicherheitsanforderungen am Arbeitsplatz und die Motorisierung aller Gesellschaftsschichten bedingen die Veränderung dieser Gewohnheit.

Das Brauereigeschäft in der Schweiz ist seit der 2. Hälfte des 19. Jahrhunderts bis in die 1960er Jahre rasant gewachsen. Die Entwicklung in der Herstellung, im Bereich des Abfüllens und der Verpackung sowie bei Vertrieb und Verkauf geht mit harter Konkurrenz unter den Bierbauern einher. Von 1935 bis 1992 bilden die Schweizer Brauereien ein Kartell und teilen sich den Markt auf. Sie bestimmen die Preise und schreiben den Restaurants vor, welche Biere sie zu verkaufen haben. Dessen ungeachtet zieht das Brauereiwesen immer wieder Idealisten und Feinschmecker an, die sich als Bierbrauer in Nischenmärkten versuchen.

Aus der Welt der Bierwirtschaft stammen die im vorliegenden Buch von Ruedi Kunzmann und Toni Riechsteiner gesammelten, geordneten und dokumentierten Biermarken. Es handelt sich um metallene Jetons, die durch ihre Prägung auf Bierwirtschaft hinweisen, oft aber ohne ihre Funktion eindeutig preiszugeben. Die unpräzisen Biermarken, von Numismatikern meist als wertlos ignoriert, entwickeln in ihrer Vielfalt einen eindrucklichen Charme. Die systematische Zusammenstellung der beiden Autoren von über 1001 Schweizer Biermarken mit den zahlreichen Abbildungen bilden zusammen mit der detaillierten Einführung in die Geschichte des Biers einen ausgezeichneten Ausgangspunkt, um in der eigenen Sammlung nach unidentifizierten Biermarken zu fahnden und vermehrt auf Münzenbörsen und Flohmärkten mit Adlerblick nach diesen interessanten Zeugen der Bierwirtschaft Ausschau zu halten. Wer fündig wird, der hat ein Bier verdient.

Hortensia von Roten
Präsidentin der Schweizerischen Numismatischen Gesellschaft
Mai 2009



EINLEITUNG

Zur Geschichte des Biers

Mesopotamien ist nicht nur das Land, wo die früheste Schrift der Menschheit erfunden wurde, sondern auch die Gegend, aus welcher wir erste Hinweise zur Herstellung von Bier finden. Gerstenmalz wurde zu halbfertigen Broten gebacken, anschliessend in Wasser aufgeweicht und vergoren.

Im altbabylonischen Reich erliess König Hamurabi (1792 – 1750 v. Chr.), neben unzähligen anderen Gesetzen, bereits auch Vorschriften zum Brauwesen (quasi das älteste Reinheitsgebot), über die Preise des Biers und den Besuch von Wirtshäusern. Auch in Ägypten war Bier sehr beliebt, wie uns zahlreiche Skulpturen und Wandmalereien beweisen, während sich die Griechen und die Römer mehr dem Genuss von Wein widmeten. Über keltische Händler und Söldner gelangte das Wissen, wie Bier gebraut wird, schon früh zu den mitteleuropäischen und nordischen Völkern, welche diese Getränke sehr schätzten.

Mit dem Zusammenbruch des Römischen Reiches und dem Beginn der Völkerwanderung setzte ein Siegeszug des Biers ein. Vermutlich wurden im Mittelalter in beinahe jedem Haushalt vergorene Getränke für den Eigengebrauch hergestellt. Der kalorienreiche Sud wurde mit Eiern, Ingwer und anderen Gewürzen vermischt und oft auch als Heilmittel für Kranke verwendet.

Erste geregelte Braubetriebe entstanden ab dem 7. bis 9. Jahrhundert, als Klöster¹ begannen, Bier von regelmässig guter Qualität herzustellen, dies besonders nach der Wiederentdeckung des Hopfens, welcher bereits den Ägyptern bekannt gewesen war. Auf einem Klosterplan von St. Gallen aus dem Jahr 814 sind gleich drei Brauereien eingezeichnet, nämlich je eine für die Glaubensbrüder, für Pilger und für andere Gäste. Wahrscheinlich war einer der Gründe für die Bedeutung der Bierherstellung in Klöstern, dass die Fastenzeit zwar keine Mahlzeiten zulies, jedoch Getränke erlaubte. Dadurch blieb man bei Kräften und musste nicht gänzlich auf jeglichen Genuss verzichten. Übrigens liegen, dem Klosterplan entsprechend, die Brauereien bzw. das Malzhaus gleich neben den Backstuben, damit die Resthitze auch noch für die Malztrocknung verwendet werden konnte.



Schematische Nachzeichnung des Klosterplans von St. Gallen mit den drei verschiedenen Braustuben (1 für Glaubensbrüder (Mönche), 2 für Pilger, 3 für andere Gäste)

Die ältesten, heute noch existierenden Brauereien sind die Bayerische Staatsbrauerei Weihenstephan in Freising, 1040 gegründet, und die nur 10 Jahre später entstandene Klosterbrauerei Weltenburg bei Kehlheim. In Schaffhausen sollen um 1150 neun Brauereien bestanden haben. Allerdings nahm das Brauen ab dem 14. Jahrhundert auf dem Gebiet der Schweiz zusehends ab, um bald ganz zu verschwinden.

In Konkurrenz zu den klösterlichen Betrieben begannen nun immer mehr weltliche Fürsten und Herzöge Brauereien zu gründen. Ludwig der Strenge besass bereits 1286 ein fürstliches Brauhaus in München, und unter Ludwig dem Bayer bestand 1325 eine landeseigene Brauerei.

1) Vor allem waren es Frauenklöster, denn Brauen war früher Frauenarbeit.

Bier wurde von allen Bevölkerungsschichten getrunken und auch Kindern gereicht, da es zu jener Zeit noch einen bedeutend geringeren Alkoholgehalt aufwies und durch das Kochen der Bierwürze weitgehend keimarm war, oft im Gegensatz zum damaligen Trinkwasser. Selbst bei der Herstellung solcher vergorenen Getränke aus nur minderwertigem Getreide war die Zufuhr dringend benötigter Kalorien und auch der Vitamine des B-Komplexes eine willkommene Ergänzung zur häufig knappen, wenig gesunden Nahrung der ärmeren Bevölkerung. Über die Gefahren des Alkoholismus war man sich zur jener Zeit kaum bewusst.

Etwa um 1500 wurden Bierhersteller, wegen des steigenden Konsums dieses Getränks, mit Produktions- und Verkaufssteuern belastet. Im Zug der Reformationsbewegungen und vermutlich auch wegen der fiskalischen Belastung, verschwand in dieser Zeit die Bierproduktion in den Klöstern zusehends, was andererseits Hand bot für Betriebe, welche nun industriell Bier fabrizierten.

Während Jahrhunderten wurde so genannt obergäriges Bier hergestellt, das wenig haltbar war und deshalb sogleich in der eigenen Schenke angeboten oder nur in der näheren Umgebung vertrieben werden konnte. Erst mit der Zeit merkte man, dass dieses Getränk weniger schnell verdarb, wenn es, mit nur schwach geröstetem Malz, eine langsamere Gärung in kalten Höhlen oder tiefen Kellern durchmachen konnte. Mittels Eisblöcken, welche im Winter aus Seen und Teichen herausgesägt wurden, konnte in so genannten Kühlhäusern während Monaten halbwegs vernünftige Lagermöglichkeiten für dieses leicht verderbliche Getränk geschaffen werden.



Eissägen um 1890

Die 1875 von Gustav Linde erfundene, mittels Ammoniakkompressoren betriebene, Kühlmaschine und die bessere Erschliessung aller Gegenden durch gute Strassen sowie neue Transportarten, wie etwa die Eisenbahn, waren von grösster Bedeutung für den Erfolg des Biervertriebs. Insbesondere die Einführung von industrieller Kühlung war für die Brauereien ein gewaltiger Fortschritt, konnte demzufolge nun das ganze Jahr hindurch gebraut und die Fabrikation dem erforderlichen Umsatz angepasst werden. Der etwa um 1900 in modernen Brauereien eingeführte Bügelverschluss, welcher die Zapfen innert wenigen Jahren ersetzte, war ein weiterer Schritt zur besseren Haltbarkeit von Bier in Flaschen.

Der Siegeszug vor allem des untergärigen Biers fand hauptsächlich in Süddeutschland, in Österreich-Ungarn, im Elsass und in der ehemaligen Tschechoslowakei statt. In Bayern sollen insgesamt etwa 30 000 Brauereien existiert haben; Anfang 2006 waren es noch deren 623, was etwa der Hälfte aller deutschen Brauereibetriebe entspricht. Deutsche und österreichische Brauer sind sicherlich hauptverantwortlich für die weltweite Verbreitung der Braukultur gewesen. 1875 bestanden in den Vereinigten Staaten von Amerika bereits 2783 Brauereien. Die 1903 in der deutschen Kolonie Tsingtao (Qingdao) in China gegründete Brauerei produziert heute noch Bier.

In der Schweiz fand vom 14. bis ins 16. Jahrhundert vermutlich überhaupt keine Bierbrautätigkeit mehr statt. Im 17. Jahrhundert erteilte erstmals der Stand Bern eine Bewilligung zur industriellen Herstellung von Bier durch eine Brauerei. Trotzdem sollte es bis ins frühe 19. Jahrhundert dauern, bis sich auch in unserem Land eine eigentliche Brauindustrie etablieren konnte. Um 1840 sollen etwa 30 Betriebe, zumeist kleine Brauereien, einen jährlichen Ausstoss von rund 50 000 Hektoliter gehabt haben. 1857 wurden allerdings bereits etwa 250 000 Hektoliter produziert und 3555 Hektoliter aus dem nahen Ausland importiert, und 1883 erreichte die schweizerische Bierherstellung die Hektoliter-



Millionengrenze. In diesen Jahren wurde in unserem Land erstmals mehr Bier als Wein konsumiert, und unter den 400 bis 500 damaligen Braubetrieben² entstand ein harter Konkurrenzkampf. Nur wer innovativ war, qualitativ hoch stehende Biere herstellte, ein gutes Vertriebsnetz organisierte und den Einsatz von modernen Maschinen und Kühlsystemen³ ausbaute, war in der Lage, zu überleben und oft auch weniger erfolgreiche Kontrahenten aufzukaufen. Übrigens waren im Sommer 1911 in 110 schweizerischen Brauereibetrieben 3153 Arbeiter (darunter 13 weibliche) angestellt. 51 % davon waren Schweizer, 37 % waren Deutsche, der Rest verteilte sich auf Italiener, Österreicher und Franzosen. Der erhebliche Anteil an deutschen Brauern ist nicht erstaunlich, waren doch vor allem diese Landsleute Garanten für die Produktion guter Biere.

Anhand einiger Zahlen aus der Aktienbrauerei Spiess in Luzern sei aufgezeigt, welche grosse Organisation ein moderner Braubetrieb bereits damals erforderte. Wurden 1883, anlässlich der Einführung von Flaschenbier, im Lauf des Sommers nur gerade etwa 10 000 Flaschen mit Schläuchen gefüllt, so steigerte sich dies nach der Inbetriebnahme einer automatischen Abfüllanlage 1913 so rasant, dass allein im August 550 000 Bierflaschen abgefüllt wurden. In diesem Jahr erreichten übrigens gesamt-schweizerisch 137 Brauereien einen Bierausstoss von knapp 3 Millionen Hektolitern.



Abfüllen der Flaschen mit Schläuchen um 1890

Bereits 1884 hatte Traugott Spiess eine Dampfmaschinenanlage gekauft und 1888 eine maschinelle Kühlanlage. Ausserdem gelang ihm der Aufkauf kleinerer, nicht mehr rentabler Brauereibetriebe, wie etwa 1906 die Brauerei zum Falken (im äusseren Wägis). 1914 bestand der Fuhrpark der Brauerei Spiess AG aus 110 Bierwagen und Speditionskarren mit 56 Pferden. Ausserdem hatte man 3 Lastautos angeschafft, die regelmässig mit 11 Kühlwagen die 21 Bierdepots in Luzern und Umgebung versorgten. Der Betrieb beschäftigte mehr als 100 Arbeiter.

Die Tendenz, dass nur innovative, modern eingerichtete Brauereien eine Existenzberechtigung hatten, setzte sich auch in den folgenden Jahrzehnten, und das bis heute, fort. Brauten 1883 423 schweizerische Brauereien Bier, 1918 noch deren 102, so sank ihre Zahl bis 1928 auf 61. Bereits 1921 hatte F. Schöllhorn, Besitzer der Brauerei Haldengut in Winterthur versucht, die Konkurrenzsituation unter den schweizerischen Brauereien zu regulieren, indem gewisse Rayonabsprachen eingehalten werden sollten. Allerdings war eine diesbezügliche Absprache nur schwierig durchzusetzen, waren doch die Voraussetzungen für die verschiedenen Brauereien zu unterschiedlich. Während die Brauerei Hürlimann 1926 mehr als 60 % ihrer Biere in der Stadt Zürich absetzen konnte, musste z. B. die Brauerei Feldschlösschen ihre Produkte über bedeutend weitere Wegstrecken liefern. Hürlimann setzte deshalb mehr Pferdefuhrwerke (70) und Lastwagen (23) für ihre Verteilung ein und besass nur gerade vier Eisenbahnwagen, während Feldschlösschen jahrzehntelang in grossem Mass auf den Schienenverkehr setzte. So verfügte diese Brauerei 1985 über 130 Eisenbahnwagen und etwa 240 Lastwagen für die Feinverteilung.

2) In der 2. Hälfte des 19. Jahrhunderts entstanden eine grosse Anzahl kleiner und kleinster Brauereien, welche allerdings oft nur wenige Jahre in Betrieb waren. Anfangs des 20. Jahrhunderts sank die Zahl dieser Betriebe bereits wieder stark.

3) In der Schweiz stellte als erste die Brauerei Hürlimann in Zürich bereits 1879 eine Eismaschine auf (übrigens als dritte Brauerei Europas überhaupt). Der Ankaufspreis von Fr. 71000.– war eine immense Summe für die damalige Zeit.

Um 1985 setzte eine grosse Konsolidierungswelle im schweizerischen Brauereigewerbe ein. Das Bier-Kartellgesetz, wonach die Brauereien ihre alkoholischen Getränke nur im Umkreis von 15 – 20 km liefern sollten, wurde durch den Ausstieg von Cardinal quasi aufgekündigt. Übernahmen und Fusionen diverser mittlerer und grosser Brauereien, in vielen Fällen auch durch ausländische Konsortien, führten zu grossen Getränkegruppen, welche heutzutage für die Versorgung der Bevölkerung mit Bier, Biermischgetränken und auch Mineralwasser verantwortlich zeichnen. So übernahm etwa Feldschlösschen, neben den Brauereien zum Gurten und Brasserie Valaisanne/Walliserbier 1983 die Mineralquellen Elm AG und im selben Jahr auch die Mineralquelle Eglisau AG. 1985 wurde noch die Arkina SA in Yverdon in die Gruppe integriert und so weiter.

2008 kennt die schweizerische Brauereilandschaft nur noch zwei grosse Bierkonzerne, nämlich Carlsberg/Feldschlösschen (Feldschlösschen/Walliserbier/Gurten/Hürlimann/Cardinal) und Heineken/Switzerland (Calanda/Haldengut/Ittinger/Eichhof), welche zusammen unterdessen über 72% Marktanteil besitzen. Die letzten noch unabhängigen mittelgrossen Brauereien Schützengarten/Löwengarten und Locher sind zu je 4% am Bierkonsum unseres Landes beteiligt, den Rest teilen sich ausländische Bierimporteure, Eigenmarken von Coop, Denner, Spar und Volg und viele Kleinstbrauereien. Diese kleinen Betriebe wehren sich allerdings weiterhin und erfolgreich gegen diesen Trend und behaupten sich im Markt mit innovativen Nischenprodukten. Seit 1990 sollen in unserem Land weit über 100 neue Hausbrauereien entstanden sein.

Im Vergleich dazu seien noch die Zahlen zu den weltweit grössten Bierherstellern und ihrem prozentualen Marktanteil per 2008 angefügt: Die Gruppe Anheuser Busch-InBev 16 (Budweiser; Bud Light; Mickelob; Stella Artois; Beck's; Hoegarden; Bass) beherrscht 25% des globalen Bierhandels, SAB-Miller (Castle; Miller; Peroni; Pilsner Urquell) 12,3%, Heineken (Heineken; Amstel; mit Calanda/Haldengut/Eichhof) 9,1%, und Carlsberg (Carlsberg; Tuborg; mit Feldschlösschen/Gurten/Hürlimann/Cardinal) immerhin deren 7,4%.

Die Bierherstellung

Das so genannte Reinheitsgebot (besser Biersteuergesetz) von 1516 ist bis heute richtungsweisend für die moderne Herstellung von Bier, indem es vorschreibt, woraus dieses Getränk hergestellt werden soll. Bier besteht aus Wasser, Getreidemalz und Hopfen, welches durch Zusatz von Hefe in mehreren Stufen biochemisch verändert wird.

Normalerweise wird aus Gerste (seltener aus anderem Getreide⁴) Malz hergestellt und anschliessend geschrotet. Mit dem Maischen wird dieses geschrotete Malz etwa 60°C warmem Wasser unter ständigem Rühren beigefügt und nun auf etwa 75°C erhitzt. Dadurch wird die vorhandene Stärke abgebaut und in Malzzucker umgebaut/verzuckert. Anschliessend werden im Läuterbottich der Malztreber und die so genannte Würze, also der flüssige, später zu vergärende Maischeanteil, getrennt, eben geläutert. Im Sudbottich kocht man nun diese Würze zusammen mit Hopfen, welcher aromatisierend wirkt. Heutzutage wird diese Flüssigkeit in der Folge durch Filterung von den Schwebestoffen und von ausgefallenem Eiweiss getrennt und auf die erforderliche Gärtemperatur heruntergekühlt. Der späteren Biersorte entsprechend werden nun verschiedene Hefekulturen beigefügt. Je nach Gärungsart ruht nun diese Flüssigkeit bei 18 bis 24°C für obergäriges beziehungsweise bei 8 bis 14°C für untergäriges Bier. Innerhalb etwa einer Woche, der so genannten Hauptgärungsphase, wird der vorhandene Malzzucker in Ethanol (Alkohol) und Kohlendioxyd umgebaut. Jetzt lässt man das Gebräu noch vier bis sechs Wochen nachgären, um es meistens abermals zu filtern und anschliessend in Fässer, Flaschen oder Dosen abzufüllen.

4) Andere Getreidesorten, wie Hirse, Reis, Mais oder Buchweizen werden nur in Ausnahmefällen zur Bierherstellung gebraucht, was allerdings etwa die Herstellung glutenfreien Biers möglich macht.



Biersorten

Die meisten Biersorten, welche weltweit konsumiert werden, stellt man untergärig her. Die Hefe sinkt dabei nach dem Gärprozess auf den Boden. Diese langsamere, längere Reifung wird durch die bessere Haltbarkeit mehr als aufgewogen. In der Schweiz sind die Bezeichnungen Lagerbier, Dunkles, Pils, etc. Namen für solche untergärige Biere, während etwa Weizenbiere (Weissbiere) und auch Dinkelbiere obergärige Biersorten sind.

Lagerbier besitzt in der Schweiz 10 bis 12 %, Spezialbier bis 14 % und Starkbier über 14 % Stammwürze⁵. Heutzutage wird vermehrt auch alkoholfreies Bier konsumiert, wobei auch diese Getränke noch eine geringe Menge Alkohol aufweisen. Immer häufiger trifft man auf Biermischgetränke, bei denen dem ursprünglichen Gebräu verschiedenste Fruchtsäfte, Cola, Whisky und Aromen beigelegt werden.

Zum Bierkonsum

Einer anfangs 2006 veröffentlichten Statistik zufolge wird in Tschechien am meisten Bier konsumiert, nämlich 160 Liter pro Kopf und Jahr; in Deutschland sind es etwa 115 Liter (Bayern ca. 155 Liter). Die Schweizer trinken jährlich nur gerade die Hälfte davon, nämlich etwa 57 Liter und liegen damit auf Platz 11 der europäischen Länder.

Im Braujahr 2007/08 (1.10.2007 bis 30.9.2008) wurden in unserem Land etwa 4.5 Millionen Hektoliter Bier konsumiert. Davon stammten 3.68 Millionen hl aus inländischer Bierproduktion (eingeschlossen etwa 2 % für den Export), und 0,86 Millionen hl Bier wurden importiert, was einem Anteil von über 19 % entspricht. Dafür entrichteten die Brauereien der Schweiz dem Bund 109.1 Millionen Franken Sondersteuer auf Bier (Biersteuer)⁶.

In ganz Europa werden 400 bis 500 Millionen Hektoliter Bier pro Jahr hergestellt. China steht als einzelnes Land mit etwa 250 Millionen Hektoliter an der Spitze, gefolgt von den USA mit 230 Millionen Hektoliter.

Brauzeichen/Biermarken/Bierjetons

Das Thema Brauzeichen und Biermarken wird in der zugänglichen Literatur kaum erwähnt. Offenbar waren diese Jetons eine solche Selbstverständlichkeit, dass man ihre Nennung für unnötig empfand. Wann genau und zu welchem Zweck solche Marken erstmals ausgegeben wurden; dazu können wir nur einzelne Hinweise geben.

Das älteste uns bekannte Brauzeichen stammt aus der sächsischen Stadt Torgau aus dem Jahr 1543. Über seine Funktion ist uns nichts bekannt. Vermutlich wurde es im Bewilligungsverfahren zur Brautätigkeit zwischen der städtischen Obrigkeit und den Brauern angewendet.



Stadt Torgau, Brauzeichen 1543
(bzw. [15]49 mit Ggst. 4[9]7)

- 5) Der Stammwürzegehalt gibt an, welcher Anteil vergärbaren Extraktes am Ende des Kochprozesses noch vorhanden ist. Der Wert wird in Gewichtsprozent zur Flüssigkeit angegeben. Ist 14% Stammwürze in einem Bier, so sind das 140 g in 1 kg Flüssigkeit. Der Alkoholgehalt eines solchen Gebräus beträgt jeweils etwa 1/3 der Stammwürze, da bei der Gärung je ein weiteres Drittel Kohlendioxid und unvergärbare Stoffe abgebaut werden.
- 6) Pro hl Bier muss Fr. 24.75 an Steuern abgegeben werden. Die Bundeskasse profitierte zusätzlich von Mehrwertsteuererträgen auf Bierverkäufe im Gastgewerbe und im Detailhandel von über 200 Mio. Franken.
- 7) Kupfermarke 1543 mit Gegenstempel (15)49, Slg. Otto Merseburger, Münzen und Medaillen von Sachsen, Zschische & Köder, Leipzig, 1894 (Nachdruck Berlin 1983), Nr. 2704. (Abb. aus Leipziger Münzhandl. H. Höhn, Auktion 54 (18.5.2007), Lot 4299)

Wer im 17. Jahrhundert in der Stadt Hildesheim brauen wollte, musste zuerst beim Magistrat eine Erlaubnis einholen, indem er in der Zollbude unter dem Rathaus für 1 Reichstaler und 12 gute Groschen eine grosse Kupfermarke mit sechs Malzkörnern darauf erstand und anschliessend eine kleine Braumarke mit M (Malz) für 1 Taler bei der Brauergilde löste. Danach konnte er die beiden Marken bei der Mühle abgeben, worauf das Schroteten des Malzes erfolgte. Früher schroteten nämlich die Brauer das Malz nie selber, sondern mussten dieses von den Malzmüllern mahlen lassen. Der Müller musste die betreffenden Marken später zwecks Kontrolle wieder zurückgeben. Diese Regelung wurde erst 1802 abgeschafft⁸.



Stadt Hildesheim: Grosses Brauzeichen⁹ mit sechs Malzkörnern und kleines Brauzeichen mit M¹⁰ von 1626.

Von Kurfürst Maximilian Emanuel von Bayern (1679 – 1726) sind ebenfalls bereits am Übergang vom 17. zum 18. Jahrhundert gleich mehrere Brauzeichen bekannt.



Brauzeichen des Brauamtes Mering (PR. ME = Präuamt Mering) von 1704¹¹

Der Jahrhunderte alte Brauch, den Bierbrauern ein gewisses tägliches Bierquantum zur Verfügung zu stellen, ist spätestens seit dem 19. Jahrhundert eng im Zusammenhang mit den eigentlichen Biermarken verknüpft. Bei Antritt ihrer Arbeit in der Brauerei bezogen die Arbeiter ihre Anzahl Marken, welche sie dann im Lauf des Tages einlösen konnten. Damit verbunden waren mehrere gute Gründe seitens der Brauerei, nämlich die tägliche Eintrittskontrolle, aber auch der Umstand, dass die Brauer gleichzeitig den aktuellen Sud beurteilen konnten. Ausserdem war vielen Brauereiangestellten erlaubt, für den Familiengebrauch Bier zum ermässigten Preis nach Hause zu nehmen. Mittels dieser Marken konnte nachgerechnet werden, dass diese Brauer nicht unversehens grössere Mengen unter der Hand weiter verkauften. Die oft eingepunzten Nummern erleichterten diese Kontrollen zusätzlich. Ausserdem sorgte das nahrhafte Getränk dafür, dass die Arbeiter bei Kräften blieben, denn die kalorische, als auch die Versorgung mit gewissen Vitaminen, war gleichzeitig gewährleistet.

8) In der Folge wurde die kleine Marke mit dem M noch bis 1840 zum „Brauen“ von Essig, für eine Gebühr von 4 guten Groschen, ausgegeben.

9) Buck, Heinrich und Bahrfeldt, Max v.: Die Münzen der Stadt Hildesheim, Aug. Lax Verlag, Hildesheim u. Leipzig 1937, Nr. 630 (Abb. aus Westfälische Auktionsgesellschaft, Auktion 46 (11.2.2008), Lot 726)

10) Buck, Heinrich und Bahrfeldt, Max v.: Die Münzen der Stadt Hildesheim, Aug. Lax Verlag, Hildesheim u. Leipzig 1937, Nr. 631

11) Neumann, J.: Beschreibung der bekanntesten Kupfermünzen, Bd. 1, Nr. 6160 (S. 307)



Vereinzelt liessen Brauer sogar eigene Biermarken prägen, wenn sie längere Zeit eine Anstellung in einer Brauerei innehatten; ein Zeichen des Berufsstolzes und der Verbundenheit mit ihrem Arbeitgeber.



Brauerei Farnsburg: Biermarken der Brauer Franz Laur und Max Flüge

Es ist heutzutage erstaunlich, welche Mengen den Arbeitern täglich zustanden. So soll Nonnen eines englischen Klosters im Mittelalter eine Ration von neun Litern pro Tag zugestanden haben. Die Arbeiter der Brauerei Feldschlösschen in Rheinfelden konnten täglich vier Liter des Gebräus beziehen. Das Thema des damit verbundenen Alkoholismus wurde lange nicht diskutiert, obwohl langsam allgemein bekannt wurde, dass der hohe Trinkkonsum zu schwerer Abhängigkeit und schlussendlich auch zu Fettsucht, Diabetes mellitus, Bluthochdruck und alkoholbedingter Leberzirrhose mit Todesfolge führen kann.

Im Verlauf des 19. Jahrhunderts führten viele mittelgrosse und grosse Brauereien Biermarken in ihren Betrieben ein. Ihre einfache Handhabung und Nutzung zur Abrechnung verhalf diesem Geldersatz zu einem regelrechten Siegeszug, wobei vermutlich Deutschland, bekanntlich eines der traditionellsten Bierherstellerländer, als treibende Kraft für diese weltweite Verbreitung anzusehen ist.



Verschiedene ausländische Brauereimarken

Weitere Biermarken, welche in Brauereien abgegeben wurden, beziehen sich auf die Ausgabe des Trebers, welcher als hervorragender Futterzusatz für die landwirtschaftlichen Nutztiere, seltener auch zur Herstellung von Treberschnaps, gebraucht wurde. Die Abrechnung mit der Verwaltung erfolgte am Zahlschalter, nachdem der Käufer mit der Marke bezeugen konnte, dass die Übergabe des Nebenproduktes aus der Bierherstellung stattgefunden hatte. Ob dabei gleichzeitig eine gewisse Menge Biers zum Verzehr inbegriffen war, ist nicht ganz klar.



Treberausgabemarke der Brauerei Eichhof

Es muss immer wieder vor Augen gehalten werden, dass die Problematik der oft noch fehlenden Kühlung dieser verderblichen Produkte dafür verantwortlich war, Bier schnell zu verteilen und bald zu konsumieren. Deshalb betrieben grössere Brauereien Bierdepots in benachbarten Städten, um gegenüber anderen Brauereien konkurrenzfähig zu bleiben.



Biermarke der Brauerei Rapperswil für ihr Depot in Zürich

Auch die Depotverwalter der Brauereien hatten Anspruch auf eine bestimmte Menge des eigenen Gebraus, und gleichzeitig erhielten die Fuhrleute noch im ersten Viertel des 20. Jahrhunderts ebenfalls Bier, wenn sie für die Anlieferung, Grob- oder Feinverteilung der Fässer und Flaschen verantwortlich waren, ein Umstand, welcher aus heutiger Sicht vollkommen ausgeschlossen scheint. Aus der Statistik einer Sektion der deutschen Brauerei- und Mälzerei-Berufsgenossenschaft über die Unfälle im Braugewerbe waren 1908 beinahe 30% der gemeldeten Unglücke/Krankheitsmeldungen Bierfahrer betreffend. Im angefügten Kommentar heisst es: „Besonders deutlich war die ungünstige Wirkung des chronischen Alkoholmissbrauchs an den Bierfahrern zu erkennen, die ausser dem Haustrunk noch Schnaps und Bier trinken mussten, um die Kunden, d. h. die Gastwirte, zu Geschäftsabschlüssen zu veranlassen“. Die Situation wird für die Schweiz ähnlich gewesen sein. Eine Pforzheimer Brauerei, die bereits 1904 den erlaubten Haustrunk auf 4 Liter herabsetzte und für die Fuhrleute ein Alkoholverbot aussprach und ihnen dafür eine monatliche Zulage von 20 Mark gab, konnte den Rückgang der Unfälle mit Bierfuhrwerken als erste klar dokumentieren.



Lastzug der Brauerei Hürlimann; der Anhänger benötigte noch einen Bremsen. Auch diese Brauereiangestellten hatten jahrelang Anrecht darauf, dass sie mit den ihnen zustehenden Biermarken grosse Mengen Bier pro Tag einlösen konnten!



Wann genau in der Schweiz Biermarken eingeführt wurden, ist nicht bekannt. In Anbetracht der Tatsache, dass das Brauereiwesen in unserem Land erst relativ spät grosse Verbreitung erfuhr, kann davon ausgegangen werden, dass auch diese Jetons später als etwa in Deutschland, im Elsass oder in England zur Anwendung kamen. Die ältesten mit einer Jahreszahl versehenen schweizerischen Marken datieren um 1850.



Älteste datierte Biermarke der Schweiz von 1845

Eine ganz andere Funktion als Biermarke erfuhren diese Jetons in den Restaurants. Die vom Restaurantkellner oder der Kellnerin im Voraus bezogenen und oftmals auch bereits bezahlten Marken konnten am Buffet ohne grossen Aufwand gegen Biere eingetauscht werden. Waren die Jetons verbraucht, so hatte die Bedienung bereits Geld eingenommen und konnte erneut ein gewisses Quantum beziehen. Am Schluss der Arbeitszeit rechneten die Angestellten anhand der benützten Marken mit eigentlichem Geld wieder ab. Den Vorteilen des bargeldlosen Verkehrs am Buffet, der relativen Diebstahlsicherheit, des möglichen Mehrverkaufs und der Vermeidung von langen Wartezeiten an der Kasse, standen auch gewisse Nachteile gegenüber, wie etwa den mangelhaften Rekonstruktionsmöglichkeiten bei Fehlern und auch, dass kein Spartenumsatz erzielt werden konnte.



Restaurantmarken des In- und Auslands

Oftmals setzte man in Restaurants am Buffet auch Biermarkenkassen ein. Die Bedienung legte jeweils vorne einen Jeton hinein, damit sie zum Beispiel eine Stange Bier beziehen konnte. Sobald diese ausgegeben wurde, drückte der Wirt hinten an der Kasse am Hebel, worauf sich das eingebaute Rollband nach hinten bewegte. Das ganze System funktionierte wie eine Raupe. Die Biermarke

geriet dadurch in das mit Glas überdeckte Feld, so dass sie nicht mehr entnommen werden konnte, dem Wirt jedoch gleichzeitig eine Kontrolle über den gerade gelieferten Ausschank erlaubte. Am hinteren Ende angekommen, fielen die Marken in das entsprechende, abschliessbare Fach des Kellners oder der Kellnerin, wodurch die Abrechnung am Abend leicht durchgeführt werden konnte.



Biermarkenkasse (zur Abrechnung mit drei Kellnern)

Vereinzelt trifft man auch auf Bierjetons von Kantinen grösserer Industriebetriebe, die zum Essen ihren Arbeitern den Genuss von Bier ermöglichten. Diese Marken, aber auch andere Essensbons, konnten ebenfalls von den Angestellten im Voraus gekauft werden. Damit verhinderte man, dass die Gesellen Bargeld während ihrer Arbeit mittragen mussten, was Diebstähle vermeiden half, da die Jetons ja nur innerhalb der Kantine eingelöst werden konnten.



Kantinemarke eines grossen Industriebetriebs

Schlussendlich existiert auch eine ganze Reihe von Biermarken, die Vereinen und Anlässen zugeschrieben werden. Auch in diesen Fällen ist der Sinn der Abgabe vor allem darin zu finden sein, dass die Teilnehmer kein Bargeld mitnehmen mussten, ihren Durst jedoch jederzeit mit der Einlösung des Bierjetons löschen konnten.



Spezielle Biermarken für Vereine und Anlässe

Es darf, trotz all der interessanten und identifizierbaren Biermarken, nicht vergessen werden, dass auch in der Schweiz eine riesige Menge anonymer Biermarken in Anwendung kam, welche nicht bestimmbar sind. Kleine Wirtschaften und auch kleinere Brauereien konnten auf diese Art günstig solche Jetons bei verschiedenen Prägefirmen kaufen, und wenn doch eine gewisse Verwechslungsgefahr



mit benachbarten Betrieben entstand, so konnte man noch immer ein bestimmtes Merkmal oder einen Namen einpunzen.

An dieser Stelle soll auch kurz eine andere Art von Biermarken, nämlich die Biergutscheine in Form von Papier- oder Kartonabschnitten, erwähnt werden. Bereits aus dem 19. Jahrhundert sind uns solche Coupons überliefert, und sie waren während Jahrzehnten weit verbreitet. In seltenen Fällen trifft man solche Bons noch heutzutage an Volksfesten an. Dieses Buch katalogisiert keine solchen Gutscheine.



Biergutscheine für verschiedenste Anlässe und Zwecke

Medaillen im Zusammenhang mit Bier und Brauereien unseres Landes gibt es relativ wenig. Einzelne sind in den Katalog aufgenommen worden, und sie sind meistens zu bestimmten Anlässen und Jubiläen geschlagen worden.



Kleine Medaille zum Zählen der konsumierten Getränke. Das in der Mitte drehbare Rädchen gibt seinem Besitzer an, wie viele Humper (in diesem Fall 4) er bereits getrunken hat.



Bierorden des Schweizer Brauerei-Verbands¹²

Das Ende geprägter Biermarken in der Schweiz ist sehr schwierig zu datieren. Vereinzelt blieben solche Jetons bis in die Neunzigerjahre des 20. Jahrhunderts in Anwendung, und das Aufkommen neuer Kleinstbrauereien, welche oft noch die traditionelle Bierherstellung pflegen, lässt offen, ob in Zukunft wieder vermehrt Biermarken geschlagen werden.

¹²⁾ Personen, die sich für die Förderung der Bierkultur besonders verdient gemacht haben, kann der Schweizer Brauerei-Verband den Bierorden „AD GLORIAM CEREVISIAE“ (zu Ehren des Biers) verleihen. (Neusilber, Durchmesser 60 mm, Prägung: Louis Meyer & Co., Zürich)

Literatur:

- ANONYM: Auszug aus Archivaufzeichnungen Kt. UR, zur Brauerei Höfli/Altdorf
- ANONYM: Auszug aus Archivaufzeichnungen Gemeinde Meiringen, zur Brauerei Stein
- ANONYM: Feldschlösschen, Portrait einer erfolgreichen Gruppe, Rheinfelden (ohne Jahresangabe, ca. 1986)
- ANONYM: Solothurnische Archivregesten (unveröffentlicht, von Privat aufgezeichnet)
- ANONYM / (SAIZEW, M.): Die Brauerei Hürlimann 1867 – 1927, Zürich 1927
- BAUMGARTNER, Walter: Brauereiverzeichnis Schweiz Suisse Svizzera, Zürich 2002
- BORKENHAGEN, Erich: Die Brauerei A. Hürlimann AG, 100 Jahre in Zürich-Enge, Zürich, 1966
- BUFF, Théo, HOLLENSTEIN, Lorenz und ZIEGLER, Ernst: Bier in St. Gallen, Brauerei Schützengarten AG, St. Gallen, 2004
- CHAPONNIÈRE, Olivier, Genève, Vente sur offres No 1 (30 novembre 2004)
- DENEKE, Heinz: Der Freitrunck im Braugewerbe, in: Arbeit und Gesundheit; sozialmedizinische Schriftenreihe aus dem Gebiete des Reichs- und Preussischen Arbeitsministerium, Heft 30 (1937), G. Thieme Verlag, Leipzig
- DIETRICH, Erwin: Die Getränkemarken der Brauerei Feldschlösschen in Rheinfelden, Helvetische Münzenzeitung (HMZ) 1990, S. 282 – 283
- EGGER, Gottfried: Autobiographie des Gründers der Brauerei Egger, Worb, 2001
- FRIEDRICH, Manfred: Brauerei-Verzeichnis Schweiz Suisse Svizzera, Fördergemeinschaft von Brauerei-Werbemittel-Sammlern e.V., Heidelberg, 1979; 2. verbesserte Auflage, 1992
- GEIGY, Alfred: Katalog der Basler Münzen und Medaillen der im Historischen Museum zu Basel deponierten Ewig'schen Sammlung (Slg Ewig), Basel 1899
- GÜLLER, Peter, Firmen-Auslieferungsbuch, Hüttikon, unveröffentlicht
- KUTTER, Fritz: Das schweizerische Braugewerbe vor der Jahrhundertwende in: Schweiz. Brauerei-Rundschau, Jg. 81/Nr. 7 (Juli 1970), S. 141 – 150 (mit ergänzter Wiedergabe des Mitgliederverzeichnisses des Schweiz. Bierbrauervereins von 1879)
- MENZEL, Peter: Deutschsprachige Notmünzen und Geldersatzmarken im Ausland 1840 – 1990 (Bd. III), Verlag B. Strothotte, Gütersloh, 1997
- MENZEL, Peter: Deutschsprachige Notmünzen und Geldersatzmarken im In- und Ausland 1840 – 2002, 2 Bände, Verlag B. Strothotte, Gütersloh, 2. Auflage, 2005; im Katalogteil als „Menzel/neu“ zitiert
- NEUMANN, Josef: Beschreibung der bekanntesten Kupfermünzen, vol. VI., Prag 1872, bzw. Reprint: Johnson Reprint Corp., New York 1966
- REBER, B.: Fragments Numismatiques sur le Canton d'Argovie, Genève, 1890
- RÜEGG, Willi: Marken und Jetons der Stadt Bern und deren näheren Umgebung, Helvetische Münzenzeitung 1986-1988 (div. Ausgaben, bzw. Sonderdruck 1989)
- SCHIMMEL, Jerry, F.: German Tokens, Part II (Colonial issues, Austria, Luxembourg, Switzerland and other areas), San Francisco CA/USA, 1988
- SCHMIDT-BELLOD, G.: Die schweizerische Brauerei=Industrie, insbesondere seit Kriegsausbruch, Diss. Uni Zürich, bzw. J.J. Meier, Buchdruckerei, Zürich 1919
- SCHWEIZER. BIERBRAUER-VEREIN: Brauerei-Verzeichnis No. 4 vom 30. Mai 1902
- SCHWEIZ. BRAUEREI-RUNDSCHAU, Jg. 86/Nr. 9 (Sept. 1975), S. 185
- SPÄTH, Georges: Geschichte des Braugewerbes im Kanton Luzern, Diss. Uni. Zürich, 1952
- STEINER, Peter: Reinach, 1000 Jahre Geschichte, Reinach, 1995, S. 378
- STROEHLIN, Paul-Ch.: La Circulaire Numismatique Universelle (diverse Verkaufslisten), Genf (ebenfalls, Journal des Collectionneurs, mit Suppl.)
- TRACHSEL, C. F. Die Münzen und Medaillen Graubündens, Berlin und Lausanne 1866-1898
- TRUM, Matthias: Historische Darstellungen, Zunftzeichen und Symbole des Brauer- und Mälzerhandwerks, Diplomarbeit Techn. Universität München, 2002
- UNVERÖFFENTLICHTE DATEIEN (Vereinzelt um Anonymität gebeten, entschlossen wir uns, keine diesbezüglichen Namen aufzuführen)
- WIPF, Hans-Ulrich: Geschichte der Schaffhauser Bierbrauereien, Hist. Verein des Kantons Schaffhausen, Bd. 59, 1982
- Diverse Informationen wurden aus dem World Wide Web bezogen; auf eine diesbezügliche Auflistung wurde verzichtet.



Danksagung:

Es ist den beiden Autoren ein grosses Bedürfnis, all jenen Personen Danke zu sagen, die in irgendeiner Weise unser Buchprojekt unterstützten.

Besonderen Dank gilt Herrn Jürg Richter, Magden, für seine Mitarbeit zu den Korrekturen und der Erstellung des Index.

Namentlich zu erwähnen sind außerdem (in alphabetischer Reihenfolge):

Herr Fredy Burkhard, Männedorf

Herr lic.phil. Matteo Campagnolo, Musée d'art et d'histoire, Genf

Herr lic.phil. Stephen Doswald, Museum in der Burg, Zug

Herr Prof. Dr. Reiner Eichenberger, Feldmeilen

Herr Philipp Eppler, Wangen b. Olten

Herr Peter Güller, Hüttikon

Herr Thomas Hediger, St. Gallen

Herr Hans Knöpfli, Würenlos

Herr René Leist, Münchenbuchsee

Herr Fabio Luraschi, Savosa

Herr Emmanuel Mastrangelo, Musée d'art et d'histoire, Genf

Herr Dr. Michael Matzke, Historisches Museum, Basel

Herr lic.phil. Yves Mühlemann, Rätisches Museum, Chur

Herr Beat Paolucci, Aarberg

Herr lic.phil. Gilles Perret, Musée d'art et d'histoire, Neuchâtel

Herr Stefan Pozzi, Urdorf

Frau Carine Raemy Tournelle, Cabinet des Médailles, Lausanne

Herr Urs Richner, Unterkulm

Frau lic.phil. Hortensia von Roten, Schweizerisches Landesmuseum, Zürich

Herr Dr. Ronald Ruepp, Zürich

Herr lic.phil. Daniel Schmutz, Bernisches Historisches Museum, Bern

Herr Ivan Schreiber, Zug

Herr Hans Sonderegger, Oberegg

Herrn José Truyol, Forch

Herr lic.phil. Benedikt Zäch, Münzkabinett und Antikensammlung, Winterthur

Herr Stefan Zundel, Oeschgen

Zum Katalog:

Der Katalogteil erfasst alle Biermarken der Schweiz, welche wir im Lauf unserer Recherchen in vielen privaten und diversen öffentlichen Sammlungen antreffen konnten. Einige wenige Stücke, welche uns nur aus der Literatur bekannt wurden, sind nicht abgebildet.

Die Marken sind alphabetisch aufgelistet, wodurch sich Brauereimarken, Restaurantmarken und andere Jetons im Zusammenhang mit Bier und Bierkonsum im weitesten Sinn durchmischen. Diese Einteilung wurde erforderlich, da ein gewisser Teil der Biermarken oft nicht ohne weiteres einer Brauerei oder einer Gaststätte zugeschrieben werden kann. Häufig haben bekanntlich Wirte gleichzeitig gebraut und im selben Haus Bier ausgeschrieben, und manche Brauerei besass in der näheren und weiteren Umgebung Gasthöfe, in welchen sie das eigene Bier den Gästen auftrichteten. Ausserdem bezeichnet das französische Wort Brasserie sowohl eine Brauerei als auch eine Bierhalle, was für zusätzliche Unklarheiten sorgen würde. Als weiterer Umstand ist zu berücksichtigen, dass vereinzelte Bierbrauer eigene Jetons herstellen liessen und diese vermutlich an verschiedenen Arbeitsorten je nach Anstellung verwendeten.

Die Aufzählung berücksichtigt an erster Stelle den Namen der Brauerei, des Brauereibesitzers, des Brauers oder des Restaurationsbetriebes. Falls gleichzeitig mehrere Namen aufgeführt sind, so hat der Name des Betriebs Vorrang und der Besitzernamen kommt an zweiter Stelle, da oftmals die Eigentümer solcher Werke wechselten. Sind Besitzernamen und Bezeichnung von Wirtschaften auf einer Biermarke zusammen anzutreffen, wurde derjenige des Eigners als Titelgeber gewählt. Zeigen zwei Jetons verschiedene Nominale, obwohl etwa die Vorderseiten gleich aussehen, so steht die höhere Wertzahl oder die grössere Füllmenge eines Gefässes an erster Stelle.

Diverse Stücke, der am Ende des Katalogs aufgeführten, Studenten- und anonymen Biermarken konnten durch Stempelvergleich sicher unserem Land zugeordnet werden. Bei einem grossen Teil mussten wir jedoch offen lassen, ob diese schweizerischen Ursprungs sind oder auch in anderen Ländern gebraucht wurden. Kleinere Betriebe verwendeten meistens anonyme Marken, welche in riesigen Mengen von den verschiedenen Prägefirmlingen des In- und des Auslandes geschlagen wurden. Die Auswahl erfolgte nach Auftauchen in Sammlungen, nach Angeboten schweizerischer Münzenhändler, und oft entschieden wir uns auch nur aus dem Gefühl heraus, ob wir sie in den Katalog aufnehmen sollten.

Vergleichend bietet der Katalog, neben allen Bequemlichkeiten für die Bestimmung und das Sammeln von Bierjetons, auch die Möglichkeiten, sich etwa an Hand des ausführlichen Brauer- und Brauereiverzeichnisses über wirtschaftspolitische Abläufe zu informieren, Hinweise zur zeitlichen Einordnung undatierter Marken zu nutzen oder im Katalogteil numismatische Analogien zu ziehen. So finden sich etwa an vielen Stellen, neben diversen Angaben über die Prägestätten, Anhaltspunkte über die mehrfache Verwendung von Stempeln. Man trifft, vor allem bei Jetons von Bern und einigen angrenzenden Kantonen sowie bei anonymen Marken, drei beinahe stempelgleiche Rückseiten an. Ihr häufiges Auftreten veranlasste uns, diese mit B1 bis B3 zu kennzeichnen.



Berner Rückseiten B1, B2 und B3



Das gleichzeitige Vorkommen weiterer Reversstempel für kleinere Nominale, jedoch bei ein- und derselben Brauerei (z. B. bei Chicherio, Solothurn oder bei Schweizerhalle, Freiburg), erlaubt die Zuweisung weiterer Markentypen zur selben Prägefirma.



Um welche Prägestätte es sich dabei handelte, ist vorerst unklar. Überhaupt ist nur ein geringer Teil der Biermarken bestimmten Prägefirmen zuzuweisen, sei es durch ein Münzzeichen oder eine Signatur.

Von der, heute noch existierenden, Firma Güller, Hüttikon sind mehrere teilweise sehr ähnliche Rückseitenstempel regelmässig anzutreffen. Auch in diesen Fällen half die Mehrfachverwendung von Rückseitenstempeln Kosten zu sparen.



Rückseiten der Fa. Güller, Hüttikon

Andererseits ist es kaum möglich, eine stempelgleiche Rückseite mit der Abbildung des Gambrinus anzutreffen. Wenngleich viele der Stücke zum Verwechseln aussehen, differieren sie immer minimal.



Verschiedene Rückseiten mit dem Gambrinus

Es ist uns bewusst, dass unsere Zusammenstellung keinerlei Anspruch auf Vollständigkeit erheben kann. Vermutlich haben die meisten grösseren Brauereien eigene Biermarken herstellen lassen. Dieses Ersatzgeld zu Sammelzwecken aufzubewahren, kam damals kaum jemand in den Sinn. Auch werden noch viele Restaurantmarken zu entdecken sein, die uns bis jetzt entgangen sind. Aus diesem Grund wären wir froh, wenn Sie, verehrte Leserin, verehrter Leser, uns Neuentdeckungen von Bierjetons schweizerischen Ursprungs mitteilen.

Richtpreise:

Auf Preisangaben wurde bewusst verzichtet. Wir glauben, eher dem Sammlermarkt zu dienen, indem wir uns für eine Einteilung in sehr häufig, häufig, selten und sehr selten entschieden haben.

Sehr häufige und häufige Bierjetons werden zwischen 5.– und 20.– Franken gehandelt, seltene Biermarken erzielen einen Verkaufswert bis etwa 50.– Franken, während sehr seltene Stücke in Ausnahmefällen auch einmal die 100.– Frankengrenze übersteigen können. Es versteht sich von selbst, dass jeweils, wie wir es auch bei Münzen und Medaillen gewohnt sind, die Erhaltung einen besonderen Einfluss auf die Preisgestaltung dieser Objekte hat.



Katalog:

a) Biermarken mit Namensbezeichnungen

1 AARBERG

Bierbrauerei Aarberg, Aarberg (Kt. BE)

Brauereimarke

1 Liter Bier

ohne Jahr



Vs.: **BIER- BRAUEREI AARBERG** / Rs.: **GUT FÜR LITER BIER** im Kreis, in der Mitte **1**

Messing, 24 mm

Seltenheit: sehr selten

Literatur:

Besonderes:

2 A.B.

A.B.

Biermarke

ohne Nominalbezeichnung

ohne Jahr



Vs.: **A.B.** / Rs.: geöffnete Deckelhumpen mit überschäumendem Bier

Messing, 21.8 mm

Seltenheit: selten

Literatur:

Besonderes: Beide bekannten Stücke besitzen an derselben Stelle ein Loch.

3 A.B.B.

Aktienbrauerei Basel, Basel (Kt. BS)

Brauereimarke

1 Liter Bier

ohne Jahr





b

Vs.: **A.B.B.** über Anker / Rs.: **1 LITER BIER** in 3 Zeilen
 Messing, 22.4 mm
 Seltenheit: selten
 Literatur:
 Besonderes: Die Rückseitenstempel sind verschieden.

4 **A.B.B.**

Aktienbrauerei Basel, Basel (Kt. BS)

Brauereimarke

$\frac{1}{2}$ Liter Bier

ohne Jahr



a



b



c



d

Vs.: **A.B.B.** / Rs.: $\frac{1}{2}$ in der Mitte, darunter **LITER BIER** (gebogen)
 Messing (a), Aluminium (b, d), Kupfer (c), 22.0 – 22.2, bzw. 23 mm (c)
 Seltenheit: selten (a, b, d), bzw. sehr häufig (c)
 Literatur: Menzel 14651-1, 14651-2; Menzel/neu 1495-1, 1495-2
 Besonderes:



5 A.B.B.

Aktienbrauerei Basel, Basel (Kt. BS)

Brauereimarke

1 Glas Bier

ohne Jahr



Vs.: **A.B.B.** über Anker / Rs.: **GUT FÜR GLAS BIER** im Kreis, in der Mitte **1**

Messing, 20.5 (a, c, d) und 21.1 (b, e) mm

Seltenheit: häufig (a-d), bzw. selten (e)

Literatur:

Besonderes:

6 ABB

Aktienbrauerei Basel, Basel (Kt. BS)

Brauereimarke

ohne Nominalbezeichnung

ohne Jahr



a

Vs.: **ABB** über Anker / Rs.: leer, Strichelkreis, teilweise eingepunzte Zahl

Messing, 20.2 mm

Seltenheit: selten

Literatur:

Besonderes:

7 ABB

Aktienbrauerei Basel, Basel (Kt. BS)

Brauereimarke

ohne Nominalbezeichnung

ohne Jahr



a

Vs.: **ABB** eingepunzt / Rs.: leer

Zinklegierung, 25.2 mm

Seltenheit: selten

Literatur:

Besonderes: Die Schrötlinge wurden nicht geprägt; die Punzierung wurde von Hand angebracht. Der Verwendungszweck dieser Marke ist nicht bekannt.

8 ACTIENBRAUEREI CHUR

Aktienbrauerei Chur, Chur (Kt. GR)

Brauereimarke

½ Liter Bier

ohne Jahr



a

Vs.: **ACTIENBRAUEREI** oben gebogen, in der Mitte **CHUR** / Rs.: ½ **LITER BIER** in 2 Zeilen

Zink vernickelt, 23 mm

Seltenheit: sehr selten

Literatur:

Besonderes: Standort des Jetons: Historisches und Völkerkundemuseum, St. Gallen, ohne Inventar-Nr.





Ruedi Kunzmann



Toni Riechsteiner

Ruedi Kunzmann, der bekannte Tierarzt und leidenschaftliche Autor vieler Bücher und Artikel zur Numismatik der Schweiz, schreibt seit mehr als 25 Jahren geldgeschichtliche Arbeiten. Sein Name bürgt für qualitativ hochstehende und gleichzeitig übersichtliche Fachbücher.

Der Sammler **Toni Riechsteiner** hat sich ganz den Biermarken verschrieben. Sein Spezialwissen um das Brauereiwesen ist landesweit bekannt. Zusammen ergaben sich Synergien, die es ermöglichten, ein solches numismatisches Werk zu erarbeiten.

Dieses Buch stellt erstmals die Geschichte der Biermarken der Schweiz und einen Katalog aller bis heute bekannt gewordenen Bierjetons vor und deckt damit eine lang gefordertes Desiderat der Sammler ab. Wohl in kaum einem anderen Land sind beinahe alle Themenkreise der Numismatik so gut bearbeitet, wie in der Schweiz. Diese Arbeit schliesst eine der letzten Lücken. Nun es ist dem Sammler, aber auch dem interessierten wissenschaftlichen Numismatiker möglich, Marken dieser Art schnell und erfolgreich zu sammeln und zu bestimmen.

Ein alphabetisches Verzeichnis aller bekannt gewordenen Namen von Braumeistern und Brauereien der Schweiz ermöglicht die einfache Suche im Zusammenhang mit der Brauereigeschichte und seiner Biermarken.

Sammeln heisst nicht nur Stück für Stück aneinander zu reihen, sondern sich auch mit den Hintergrundinformationen zu einem Thema beschäftigen. Das Buch über die Biermarken der Schweiz erfüllt in idealer Weise dieses Bedürfnis.



Preis:
90,- EUR
145,- sFr