

3. Ein Volksgetränk und seine Produzenten

Das Oktoberfest 1935 und das Bier in den Vorkriegsjahren



Abb. 12: Theresienwiese, München, Oktober 1935 (1)

Quelle: Bayer. Staatsbibliothek München-Bildarchiv, hoff-11619, Fotograf Heinrich Hoffmann



Abb. 13 : Theresienwiese, München, Oktober 1935 (2)

Quelle: Bayer. Staatsbibliothek München-Bildarchiv, hoff-11664, Fotograf Heinrich Hoffmann

Im Jahr 1935 wurde das 125-jährige Jubiläum des Oktoberfestes begangen. Aus ganz Bayern trafen dazu 67 Sonderzüge ein, um Menschen in Feierlaune zu dem Großspektakel zu befördern. Unter dem Motto „Stolze Stadt – Fröhlich Land“ traten bei dem endlosen Festzug durch die Münchner Innenstadt nicht nur 10.000 bayerische Schützen, sondern auch zahllose Abordnungen der Bauern, der Handwerker und der Hitler-Jugend an. Angeführt wurde das Ganze durch die – wie es in der zeitgenössischen Presse hieß – „frischen Jungs von der SS“. Ebenso wenig fehlten Kapellen der SA, des Bundes Deutscher Mädel, des Arbeitsdienstes und des Reichsnährstandes. Auf der „Wiesn“ selbst wehten Hakenkreuzfahnen statt der bisher üblichen weiß-blauen Beflaggung, nur einige Girlanden in den Landesfarben wurden noch toleriert. Um als Freund des „arbeitenden Volkes“ dazustehen, hatten die Behörden schon 1933 den Preis für eine Maß Bier auf 90 Pfennig festgesetzt. Gleichzeitig wurde es Juden verboten, dort als Kellner zu arbeiten, und die Standlbesitzer priesen „echt deutschen Käse“ und „deutsches Obst“ an. Die Schausteller waren angewiesen, ihre Be-

lustigungen und Vergnügungen „in einem für die Volksseele gesunden Rahmen“ darzubieten.³⁷

Sämtliche Münchner Großbrauereien waren vertreten. Eine davon war die Löwenbrauerei, zu dieser Zeit drittgrößte deutsche Brauerei, deren Produkte in der Öffentlichkeit seit 1933 als „Judenbier“ diffamiert worden waren, weil der Aufsichtsrat mehrheitlich mit „Nicht-Ariern“ besetzt war und der Generaldirektor Hermann Schüle in nach nationalsozialistischen Kriterien als Jude galt. Unter dem Druck der NSDAP wurde der Aufsichtsrat umbesetzt und Schüle, der weithin einen überragenden Ruf als Braufachmann hatte, auf die Position eines „einfachen“ Vorstandsmitglieds zurückgestuft. Just im Oktober 1935 wurde er mit seiner Familie jedoch endgültig zur Auswanderung gezwungen. Die Brauerei stellte nun ein „rein deutsches Unternehmen“ dar.³⁸

Unweit von München, gerade einmal 20 km entfernt, war bereits im März 1933 in Dachau das erste reguläre Konzentrationslager entstanden, in dem 1935 rund 1.800 Häftlinge dem Terror der SS-Mannschaften ausgesetzt waren. Es waren zu dieser Zeit vor allem frühere Funktionäre von SPD, KPD und der Bayerischen Volkspartei, neuerdings auch „Arbeitsscheue“, die dort in Baukommandos Schwerstarbeit leisten mussten, unzureichend gepflegt wurden, und täglich willkürlichen Schikanen, Misshandlungen und Bestrafungen unterworfen wurden. Die Todesstrafe wurde immer wieder exekutiert. Zum Kontext des Oktoberfestes von 1935 gehört zudem, dass im Frühjahr dieses Jahres die Wehrpflicht wieder eingeführt, der Aufbau der Luftwaffe in Angriff genommen und die Reichsmarine in Kriegsmarine umbenannt worden waren. Die bisherige „Reichswehr“ hieß nun „Wehrmacht“, und Hitler kündigte an, dass sie – entgegen den Bestimmungen des Versailler Vertrages – auf eine Stärke von 550.000 Mann aufgestockt werden sollte. Im September hatte der Reichstag das *Gesetz zum Schutz des deutschen Blutes und der deutschen Ehre* verabschiedet, das einen weiteren wichtigen Schritt zur Entrechtung der jüdischen Bevölkerung darstellte. Der Bierseligkeit auf der „Wiesn“ tat all dies keinen Abbruch.³⁹

Dass die Nationalsozialisten sich das Oktoberfest erfolgreich in ihrem Sinn aneigneten, erstaunt weniger als die Tatsache, dass es in all diesen Jahren überhaupt noch stattfand. Denn der hiermit organisierte massenhafte Bierkonsum

37 Zum Oktoberfest: Florian Nagy/Alexandra Stoffel/Tobias Lill (2007): Oktoberfest – Zwischen Tradition und Moderne, München, S. 28-31; Tobias Lill (2008): Braune Wiesn – Wie Hitler das Oktoberfest stahl, in: Spiegel-Online, 25.9., www.spiegel.de (Zugriff 23.3.2018).

38 Zur Löwenbrauerei: Wirth (2004), a.a.O., S. 301; Richard Winkler (2016): Ein Bier wie Bayern – Geschichte der Münchner Löwenbrauerei 1818-2003, Neustadt a.d. Aisch, S. 119-131.

39 Zum KZ Dachau: Stanislav Zámečník (2005): Dachau-Stammlager, in: Wolfgang Benz/Barbara Distel (Hg.): Der Ort des Terrors. Geschichte der nationalsozialistischen Konzentrationslager, München, S. 233-274.

stand auf den ersten Blick in deutlichem Widerspruch zum wichtigsten Vorhaben des Regimes – der umfassenden „Wehrhaftmachung“ des Landes, dass also möglichst viele Ressourcen in diese Richtung umgelenkt werden sollten, wozu eine weitgehende wirtschaftliche Autarkie anzustreben war. Gleichzeitig musste das Regime aber danach trachten, sich die Loyalität eines großen Teils der Bevölkerung zu sichern, wie dies bereits daran zu sehen war, dass die Berichte zur Stimmung in der Bevölkerung aufmerksam verfolgt wurden.

In späteren Studien zum Konsumniveau im Dritten Reich wurde häufig angenommen, das Regime sei vor der Alternative „Butter oder Kanonen“ gestanden, und manche zeitgenössischen Äußerungen legen dies nahe. So beschimpfte Goebbels die Kritiker von allzu geringen Fortschritten beim alltäglichen Konsum als „Schreihälse“ und „Spießer“, denen das Verständnis für das hohe Ziel der „Sicherheit der Nation“ fehle, und auf dem Berliner Gauparteitag von 1936 zeigte er sich davon überzeugt, dass jeder Deutsche das so sehe: „Und wenn man ihm heute sagte, dass er heute im ganzen Lande keine Butter mehr zu sehen bekäme, dann würde er sagen: Ob mit oder ohne Butter, damit werde ich fertig. Aber wir werden nicht fertig ohne Kanonen!“⁴⁰

Faktisch wurde ein anderer Weg eingeschlagen, um zu verschleiern, dass von dem mit der Aufrüstung verbundenen wirtschaftlichen Aufschwung bei den meisten „Volksgenossen“ nicht sehr viel ankam. Die Politik drängte darauf, höherwertige durch minderwertige Lebensmittel zu ersetzen, und war bestrebt, die Importe landwirtschaftlicher Rohstoffe wegen des anhaltenden Devisenmangels zu reduzieren und an ihrer Stelle den Verbrauch von heimischen Erzeugnissen zu fördern. Die Konsumenten sollten auf Weißbrot, Fleisch, tierisches Fett und tropische Früchte verzichten und stattdessen zu Roggenbrot, Kartoffeln, Fisch, Äpfeln, Zucker und Marmelade greifen. Dies führte auch zu bizarren Substitutionsprozessen, indem etwa die bis dahin billigere Margarine (für deren Produktion importierte Rohstoffe gebraucht wurden) mit teurer Butter (die aus heimischer Milch hergestellt werden konnte) gestreckt wurde. Die Ernährung war also deutlich frugaler als in anderen entwickelten Ländern, und man versuchte, der Bevölkerung den gewünschten Verbrauch durch umfangreiche Kampagnen schmackhaft zu machen. So wurden Vollkornbrot, Fisch und Marmelade als „deutsche“ Ernährung propagiert, und der in vielen Familien früher übliche „Sonntagsbraten“ wurde ab 1936 durch den notorischen „Eintopfsonntag“ in den Hintergrund gedrängt. Gängige Losungen lauteten: „Eßt mehr Fisch!“, „Trockenbrot macht Wangen rot!“⁴¹

40 Zur Konsumpolitik und Zitat von Goebbels siehe *Corni/Gies* (1997), a.a.O., S. 359.

41 *Mark Spoerer/Jochen Streb* (2013): Guns and Butter – But No Margarine: The Impact of Nazi Economic Policies on German Food Consumption 1933-38, in: *Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte*, S. 75-88.

Doch auf die Propaganda allein konnten sich die Behörden nicht verlassen und so wurden die Preise zum wichtigsten Lenkungsinstrument. Sie stiegen von 1933 bis 1938 erheblich an für Margarine (+44 Prozent) und Butter (+35 Prozent), ebenso für Kalb- oder Lammfleisch (+40 bzw. +41 Prozent), dagegen sanken sie leicht für Brot und Brötchen (-2 Prozent). Bei vielen Lebensmitteln verschlechterte sich die Qualität, und so wurde etwa beim Fleisch vermehrt minderwertige Ware angeboten. Wallace Deuel, der von 1935 bis 1940 als Korrespondent von *The Chicago Daily News* in Berlin lebte, stellte in diesen Jahren Preiserhöhungen und Qualitätsverschlechterungen bei vielen Nahrungsmitteln fest und sprach von einem „Boom ohne Wohlstand“. Gleichzeitig beobachtete er aber auch, dass einige Güter jenseits des unmittelbar Notwendigen verstärkt nachgefragt wurden. Zwischen 1932 und 1936 gab es beim Wein einen Zuwachs des Verbrauchs um 66 Prozent, beim Schnaps um 67 Prozent und beim Bier (mit einem wesentlich höheren absoluten Ausgangsniveau) um 20 Prozent. Deuel fragte sich, wieso die Bevölkerung den alles in allem doch eher bescheidenen Lebensstandard akzeptierte und erklärte dies mit einer Politik von „Brot und Spielen“. Von den „Spielen“ gab es nicht allzu viele, immerhin aber die vielfältigen und rege besuchten Ferien- und Unterhaltungsangebote von *Kraft durch Freude*, einer Unterorganisation der Deutschen Arbeitsfront. Arbeiter und ihre Familien konnten nun erstmals in den Bayerischen Alpen Skifahren oder an der Ostseeküste baden und rund ums Jahr zu günstigen Preisen Konzerte, Opern, Operetten oder Theaterabende besuchen. Auch das Bier gehörte mit seinem relativ günstigen Preis zu den angebotenen „Spielen“. ⁴²

Vermutlich zeigt das Bild mit den gerollten Bierfässern kaum den Arbeitsalltag der Bierauslieferer, sondern vielmehr eine Werbeinszenierung. Dennoch weist es darauf hin, dass sich der Bierkonsum anders als bei sonstigen Lebensmitteln entwickeln sollte und das Regime hier, wie bereits an der Senkung des Bierpreises zu sehen war, eher auf eine bessere Versorgung denn auf Einschränkungen abzielte.

42 Zur Preisentwicklung und zu „Brot und Spielen“: Wallace Deuel (1942): *People under Hitler*, London, S. 204ff; zum Massenkonsum: Torp (2013), a.a.O., S. 78f; Tim Schanetzky (2015): *Wirtschaft und Konsum im Dritten Reich*, München, S. 101ff.



Abb. 14: Berlin hat Durst! Hochbetrieb in einer Berliner Brauerei während der heißen Tage. Die Bierbrauer beim Anrollen der Fässer mit dem kühlen Trunk, Juli 1934 (Originaltitel)

Quelle: Bundesarchiv-Bildarchiv, Nr. 102-16996, Fotograf Georg Pahl

Vor 1914 erreichte der Pro-Kopf-Verbrauch einen in den folgenden Jahrzehnten nie mehr erreichten Spitzenwert von 102 Litern. Im Krieg und in den Jahren danach fiel dieser Wert stark ab und erreichte 1924/25 einen Tiefstand von 61 Litern. Mit dem konjunkturellen Aufschwung ging wieder ein zunehmender Bierkonsum einher; er lag 1929/30 bei 90 Litern. In der folgenden Weltwirtschaftskrise sank er auf 51 Liter ab. Zu dieser Zeit besuchte ein amerikanischer Journalist Berliner Arbeiterkneipen: „Der stärkste Eindruck in dieser Nacht in der Berliner Arbeitslosen-Unterwelt war für mich die Beobachtung, daß von insgesamt etwa fünfhundert Gästen in zehn bis zwölf Gasthäusern höchstens ein Zehntel auch nur ein Glas Bier vor sich stehen hatte. Wenn der Deutsche zu

arm geworden ist, um sich ein Glas Bier zu kaufen, ist er am Verzweigungspunkt angelangt.“⁴³

Doch ab 1933 stieg der Ausstoß der Brauereien ebenso wie der Pro-Kopf-Konsum – und anders als die Frage „Butter oder Kanonen“ wurde die Frage „Bier oder Kanonen“ niemals gestellt. Bis 1938/39 erreichte der Pro-Kopf-Verbrauch 70 Liter, stieg also gegenüber dem Tiefstand zu Beginn der nationalsozialistischen Herrschaft um nicht weniger als 36 Prozent. Auch die Zahl der Betriebe im „Gaststättenwesen“ (so der statistische Sammelbegriff) nahm von 1933 bis 1939 um 20 Prozent zu. Dabei gab es besonders starke Zuwächse ab 1936, nach der Verabschiedung des Vierjahresplanes, dem zufolge die deutsche Armee innerhalb dieses Zeitraums „einsatzfähig“ und die deutsche Wirtschaft „kriegsfähig“ sein sollte, und die Wirtschaftsgruppe Brauerei hielt fest, dass die Remilitarisierung „einen nachhaltigen Impuls gegeben haben dürfte“. So habe man an Orten, an denen die Zahl der Arbeitskräfte in der Rüstungsindustrie stark angewachsen war, wie etwa in den Bezirken Nordmark, Weser-Ems, Hannover, Münster, Kassel und Magdeburg entsprechende Zuwächse beim Bierkonsum registriert. Der Bau des Westwalls ab 1938 wirkte sich auf den Bierabsatz ähnlich belebend aus. Die Aufrüstung stand also nicht im Widerspruch zum Bierkonsum, sondern ging mit ihm Hand in Hand.⁴⁴

43 Zum Bierkonsum: *Grüttner* (1987), a.a.O., S. 271f; *Wochenbericht* (1936), a.a.O., S. 167; Zitat von *H.R. Knickerbocker* (1932): *Deutschland so oder so?* Berlin, S. 9; *Länderrat* (1949), a.a.O., S. 495.

44 *Statistisches Jahrbuch für das Deutsche Reich*, Bd. 1939, S. 148; Bd. 1941/42, S. 186; Zitate bei *Wirth* (2004), a.a.O., S. 270.

Ein Brauerei-Jubiläum 1943 und das Bier im Krieg



Abb. 15: *Feier zum hundertjährigen Jubiläum der Schultheiss-Brauerei, Berlin, Deutsche Oper, 1943 (1)*

Quelle: Landesarchiv Berlin, A Rep. 250-04-07



Abb. 16: *Feier zum hundertjährigen Jubiläum der Schultheiss-Brauerei, Berlin, Deutsche Oper, 1943 (2)*

Quelle: Landesarchiv Berlin, A Rep. 250-04-07

Nach dem Überfall der deutschen Wehrmacht auf Polen wurde das Oktoberfest von 1939 kurzfristig abgesagt, und es fand auch in den folgenden Kriegsjahren nicht mehr statt. In kleinerem, aber immer noch recht großzügigem Rahmen wurde indes nach wie vor gefeiert – so im Oktober 1943 das hundertjährige Bestehen der Berliner Schultheiss-Brauerei. Als man im Unternehmen damit begann es zu planen, ging man davon aus, dass der Krieg im Herbst dieses Jahres sicherlich beendet sein würde. Es sollte eine Feierstunde im Deutschen Opernhaus geben, außerdem eine Festschrift und eine Ausstellung, und am Festtag sollten vierspännige geschmückte Schultheiss-Wagen durch die Hauptstraßen Berlins fahren. Nicht alles davon wurde umgesetzt (so entfielen etwa die Bierkutscher-Gespanne), aber die Feier im Opernhaus, das 2.000 Plätze hatte, fand mit allem geplanten Pomp statt. Geladen waren mehr als tausend in Berlin beschäftigte „Gefolgschaftsmitglieder“, außerdem Vertreter der Ministerien, der HVdB, der Wirtschaftsgruppe Brauerei und anderer Wirtschaftsgruppen sowie Vorstände der großen Banken und anderer Berliner Brauereien. Auch Vertreter der NSDAP, der Deutschen Arbeitsfront und der Wehrmacht nahmen teil. Geboten wurden eine Eröffnung mit Musik, Reden der Unternehmensleitung, eine „Führerehrung“, abermals Musik, ein Imbiss mit Jubiläumsbier (ein „helles Spezialbier“) und eine Vorstellung von *Der Freischütz*. Das Unternehmen konnte sich die kostspielige Feier leisten: Es galt vom ersten Tag des Krieges an als „Wehrwirtschaftsunternehmen“, belieferte also die Front und wies daher trotz leichter Einbußen seit Kriegsbeginn immer noch respektable Umsätze auf, die gegenüber dem Vorjahr lediglich um 2 Prozent zurückgegangen waren.⁴⁵

Dies alles fand in einer Phase des Krieges statt, die von schweren Rückschlägen gekennzeichnet war. Im Februar dieses Jahres war es der Roten Armee gelungen, den Belagerungsring um Leningrad aufzubrechen und die 6. Armee unter General Paulus hatte gegen Hitlers Befehl in Stalingrad kapituliert. Goebbels hatte die Bevölkerung im Berliner Sportpalast auf den „Totalen Krieg“ eingeschworen. Im Mai hatten die letzten deutschen Einheiten in Nordafrika kapituliert und im Juli musste die letzte große Offensive der Wehrmacht erfolglos abgebrochen werden – amerikanische und britische Truppen landeten in Sizilien. Im August gelang es der Roten Armee, die mehrfach umkämpfte Stadt Charkow zurückzuerobern, und Smolensk musste aufgegeben werden. Im Oktober hatte Goebbels die nicht kämpfende Bevölkerung Berlins aufgefordert, die Stadt zu verlassen. Am 23. November, nur wenige Wochen nach der großen Schultheiss-Feier, wurde die Deutsche Oper ausgebombt.

45 LAB, A Rep. 250-04-07: 100-Jahr-Feier; Brief aus der Hauptverwaltung v. 30.7.1943; Bericht v. 2.10.1943; Nr. 63 (LAB steht hier und im Folgenden für Landesarchiv Berlin); *Erich Bornkhausen* (1967): 125 Jahre Schultheiss-Brauerei: Die Geschichte des Schultheiss-Bieres von 1842 bis 1967, Berlin, S. 225.

Von den mehr als 500.000 Juden, die es 1933 im „Altreich“ gegeben hatte, lebten dort nur noch etwas mehr als 50.000, die übrigen waren geflohen, deportiert oder umgebracht worden. Die Zahl der in die Vernichtungslager eingelieferten und getöteten Menschen, die nicht zur „Volksgemeinschaft“ gehörten, nahm ständig zu. Mit der Brutalisierung des Krieges stieg ab 1943 auch die Zahl der durch die Wehrmachtsjustiz verhängten Todesurteile stark an. Demgegenüber vermerkte der „Unternehmensführer“ Wienbeck bei der Schultheiss-Feier stolz: „In der Versorgung der Wehrmacht an allen Fronten mit einem stärker eingebrauten Biere steht die Firma in vorderster Linie“, klagte jedoch gleichzeitig, kein Produkt habe „mehr Probleme als das Bier, Probleme der moralischen Stellung in der öffentlichen Bewertung, Probleme der Erzeugung, der Geschmacksentwicklung, des Ausschanks, des Vertriebes usw.“⁴⁶

Tatsächlich verschärften sich mit Kriegsbeginn die bisherigen Probleme der Versorgung mit Lebensmitteln. Dennoch schnitt das Bier lange Zeit immer noch besser ab als viele andere Produkte. Nach Angaben des Statistischen Reichsamts konnte man für die Jahre 1939 und 1940 von einer „friedensmäßigen Kriegswirtschaft“ sprechen und die Versorgung der Zivilbevölkerung war zunächst nicht so katastrophal wie im Ersten Weltkrieg. „Es ist notwendig“, hieß es in einem Bericht des Finanzministeriums vom Februar 1940, „den Verbrauch an Waren für den privaten Bedarf auf das geringste Maß einzuschränken“ oder, wie es in einer anderen Denkschrift hieß, man wolle Rationierungen einführen, die dem Existenzniveau entsprachen, also „zur Befriedigung des unerläßlichen Verbrauchs“ dienen sollten. Demgegenüber waren Kriegssteuern für Kino- und Theaterbesuche sowie die Erhöhung der Bier- und Tabaksteuer dazu gedacht, Kaufkraft abzuschöpfen und der Kriegsfinanzierung Mittel zuzuführen.⁴⁷

Nach den Daten des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung sank die Pro-Kopf-Produktion von Konsumgütern (einschließlich derjenigen für die Streitkräfte) zwischen 1939 und 1941 um 22 Prozent. Dabei ging mindestens ein Drittel der reduzierten Mengen an die Wehrmacht. Im Oktober 1939 registrierte der Romanist Victor Klemperer, der ab 1933 seine Alltagserfahrungen in Tagebüchern niederschrieb, dass Fleischkonserven nicht mehr zu bekommen waren und sich auch die Geschäftsauslagen in Dresden veränderten: „In der Webergasse („Freßgasse“) in den Fisch-, Schokolade- etc. Geschäften oft statt der Waren das Bild des Führers mit Fahnentuch und Siegesgrün. In einem Süßigkeitenladen alle Herrlichkeiten im Fenster, darüber: „Es kann nicht garan-

46 LAB, A Rep. 250-04-07: Bericht v. 2.10.1943; Nr. 63.

47 Zum Bierkonsum im Krieg: Zitate bei Richard J. Overy (1988): „Blitzkriegswirtschaft“? Finanzpolitik, Lebensstandard und Arbeitseinsatz in Deutschland 1939-1942, in: Vierteljahrshefte für Zeitgeschichte, H. 3: S. 379-436, hier S. 379, 381, 389.

tiert werden, daß alle hier ausgelegten Waren zu haben sind’... In Fischläden ständige Antwort: ‚Sie müssen um zehn oder um drei kommen. Nachher ist alles weg’... Schokolade ist beschlagnahmt. – Aber wirkliche Not wie 1917/18 herrscht *nicht*, und ich sehe nicht, wie sie je eintreten soll.“⁴⁸

Während Butter schon vorher rationiert war, gab es ab Herbst 1939 Lebensmittelkarten für Brot, Fleisch, Margarine, Zucker, Käse und Eier, lediglich Kartoffeln blieben davon zunächst ausgenommen. Parallel dazu waren weitere Verschlechterungen der Qualität der Lebensmittel festzustellen, so wenn der aus dem Ersten Weltkrieg gefürchtete „Ersatz“ bei vielen Produkten zunahm: für Tee aus vielerlei Pflanzen, für Kaffee aus Gerste. Ab April 1940 wurden die Fleischrationen, und ab Juli die Brotrationen gekürzt, manche dieser Einschränkungen wurden jedoch wieder teilweise zurückgenommen. Da führende Vertreter des Regimes während des Ersten Weltkriegs die Hungeraufstände ab 1916 selbst miterlebten hatten, steckte ihnen die Angst in den Knochen, sie könnten sich wiederholen, wenn die „Heimatfront“ allzu sehr im Stich gelassen wurde. Die folgenden Jahre zeigten daher einen Zickzackkurs von Lockerungen und Beschränkungen, ein bemühtes Balancieren zwischen unzureichenden landwirtschaftlichen Erträgen und der Sorge, die Unzufriedenheit der Zivilbevölkerung wie schon in der Vorkriegszeit nicht alleine mit Mitteln der Propaganda in den Griff zu bekommen.⁴⁹

Demgegenüber wurde Bier zu keiner Zeit durch Karten rationiert (allerdings gab es seit 1937 die bereits erwähnten Kontingente für die den Brauereien zugeteilte Gerste), es galt also offenbar als kriegs- oder lebenswichtig. Zwar wurde der bisher relativ niedrige Bierpreis durch die Kriegswirtschaftsverordnung erhöht, indem auf die bisherige Reichsbiersteuer ein Zuschlag von 20 Prozent erhoben wurde, und so zahlte man 1941 in Berlin nun 82 Pf. für einen Liter Bier gegenüber früher 75 Pf. Doch in München sah es wieder einmal anders aus – dort kostete das Bier nur 60 Pf. Insgesamt nahm der Pro-Kopf-Verbrauch von Bier ab: von 70 Litern 1938/39 auf 61 Liter 1943/44, lag damit aber im fünften Kriegsjahr immer noch höher als zu den Zeiten der Weltwirtschaftskrise, als er auf 51 Liter gesunken war. So konnte der HVdB-Vorsitzende Immenhof zur Jahreswende 1940 erklären: „In der Absatzentwicklung des Bieres ist seit Kriegsausbruch ein Rückgang in dem Maße nicht eingetreten, wie er in Fachkreisen erwartet“ worden sei, wobei der „Hauptbierverbrauch sich auf die Standorte der Truppen und der Rüstungsindustrie“ konzentrierte. In der Tageszeitung für Brauerei wurde für 1940/41 ebenfalls eine „im großen und ganzen

48 Victor Klemperer (1995): „Ich will Zeugnis ablegen bis zum letzten“ – Tagebücher 1933-1945, hrsg. von Walter Nojowski/Hadwig Klemperer, Berlin, Bd. 1, S. 495. Hervorhebung bei Klemperer.

49 Overy (1988), a.a.O., S. 404, 409.

recht günstige Absatzentwicklung“ festgestellt, und dies ohne „allgemeine Verminderung des Stammwürzegehalts während der ersten Sommermonate“. Ähnlich kam der Reichsinnungsmeister des Brauer- und Mälzerhandwerks zu dem Schluss, die Brauwirtschaft habe anders als zur Zeit des Weltkrieges „bisher die Ereignisse, die mit der Kriegswirtschaft zusammenhängen, gut bestanden und überstanden“.⁵⁰

Während die gesamten Einzelhandelsverkäufe pro Kopf im „Altreich“ bei einem Index von 1938=100 in den folgenden zwei Jahren erheblich zurückgingen, stieg die mengenmäßige Abgabe von Bier in diesem Zeitraum auf 116 an. Und selbst danach verlief der Rückgang beim Bier allmählicher als bei den Einzelhandelsverkäufen. Diese lagen 1943 bei einem Indexwert von 69, der Bierabsatz jedoch immer noch bei 96.⁵¹



Abb. 17: Betreuung von Bombengeschädigten: SA beim Antransport von Bier und Getränken, Berlin, August 1943

Quelle: Bundesarchiv-Bildarchiv, Nr. 183-J07439, Fotograf Ernst Schwahn

50 Wirth (2011), a.a.O., S. 197; *Die Preise im Oktober 1941* (1941), a.a.O., S. 403; *Länderrat* (1949), a.a.O., S. 333; Zitate von Immendorf, aus der Tageszeitung für Brauerei und des Reichsinnungsmeisters bei Wirth (2011), a.a.O., S. 200, 210.

51 Overy (1988), a.a.O., S. 397; *Länderrat* (1949), a.a.O., S. 495.

In seiner Neujahrsbotschaft 1941 schrieb der Vorsitzende der Wirtschaftsgruppe Brauereien Dr. Röhm: „In einer Kriegszeit, in der wir nun leben, scheint mir das Bier ein tatsächlicher Sorgenbrecher zu sein.“ Diese Auffassung wurde offenbar lange Zeit von führenden Stellen geteilt und sie galt auch bei der Versorgung von Bombenopfern, die zumindest mit dem Allernötigsten versorgt werden sollten – dazu gehörte, dass man ihnen Bierkästen brachte.⁵²

Wer trank Bier? Und bei welchen Gelegenheiten?



Abb. 18: Aschinger am Stettiner Bahnhof, Berlin ca. 1933

Quelle: Postkarte

Nach den Eintragungen im Adressbuch von Berlin gab es dort 1934 rd. 8.800 Gaststätten, und ihre Zahl stieg in den folgenden Jahren zwar etwas an, ging jedoch mit Kriegsbeginn zurück. Aber selbst 1943 waren immer noch rund 7.000 von ihnen in Betrieb, wobei sich vor allem die größeren Lokale behaupten konnten: darunter der *Alte Askanier* und der *Alte Ratskeller*, die *Bayrischzell*

52 Zitat von Dr. Röhm bei Wirth (2011), a.a.O., S. 259.

Gaststätte („2 Original Bayer. Kapellen“) und *Gumpert – Die Alt-Berlinische Gaststätte* („Es liegen aus: 300 Zeitungen und Zeitschriften, die wichtigsten Adreßbücher“), die *Hopfenblüte* in der Friedrichstraße und *Kloses Bierstuben* am Lützowufer, der *Schwabenwirt Kottler* und *Weidemanns Bierstübl* in der Potsdamerstraße. Dazu gab es neben den zahlreichen Restaurants und Konditoreien nicht weniger als 23 *Aschinger-Bierquellen*, häufig in der Nähe von Bahnhöfen oder an zentralen Orten wie dem Potsdamer Platz oder in der Friedrichstraße. Das Geschäftsprinzip hieß „Billig und schnell!“ und sprach weite Kreise an, insbesondere durch die legendären kostenlosen Brötchen.⁵³

Seit dem Führererlass vom Januar 1943 sollten neben Einzelhändlern und Handwerkern auch viele Gaststätten schließen, um „Männer und Frauen für Aufgaben der Reichsverteidigung“ frei zu bekommen, doch stießen die von den Behörden aufgestellten Listen vielfach auf Widerspruch in der Bevölkerung. Insbesondere in Arbeiterkreisen wurde vermutet, dies seien Aktionen gegen die „Gaststätte des kleinen Mannes“, denn gleichzeitig blieben Etablissements wie *Schümanns Austernkeller* in Hamburg oder die Bar des *Carlton-Hotels* in Frankfurt nach wie vor verschont. Oftmals wurden die betroffenen Lokale ohnehin durch ältere Witwen, ältere Ehepaare oder Kriegsversehrte geführt, in Dörfern oder Kleinstädten vielfach auch als Nebenerwerb von Landwirten, und es entstand der Eindruck, die Kreisausschüsse wollten lediglich möglichst hohe Prozentzahlen von Schließungen nach oben weitergeben. Häufig hatten die Beschwerden Erfolg und viele Gaststätten wurden wieder eröffnet. Wenn Gastronomiebetriebe weiterhin ihre Dienste anboten, konnte das sein, weil man schlechte Stimmung in der Bevölkerung vermeiden wollten – oder aber, weil die Stützen des Regimes sie selbst gerne besuchten.⁵⁴

53 *Berliner Adressbücher*; //digital.zlb.de/viewer/image/34115495_1934/1/LOG_0003/ und https://digital.zlb.de/viewer/image/34115495_1943/1/LOG_0003/ (Zugriff 4.4.2019); *Hans Aschenbrenner* (1999): Bei Aschinger – fast wie früher (18. Juni 1949), in: *Berlinische Monatsschrift*, Edition Luisenstadt, H. 8.

54 *Boberach* (Hg.) (1984), a.a.O., Bd. 13, S. 5136ff.



Abb. 19: SS-Sturmlokal in der Alten Jakobstraße, Berlin, 1934

Quelle: Bundesarchiv-Bildarchiv, Nr. 183W0319-508, Fotograf o.A.



Abb. 20: Angehörige einer Musikkapelle der SA vor einer Bierstube, Berlin, 1937

Quelle: bpk Bildagentur, Nr. 70163173, Fotograf Josef Donderer

Die Biertrinker behielten demnach lange Zeit die Oberhand, und dies nicht nur im Alltag, in ihren angestammten Kneipen und bei den in ganz Deutschland populären Schützen- oder Kirchweihfesten, sondern auch an Orten, die in enger Verbindung zur Partei selbst standen. Das waren zunächst Wirtshäuser, in denen sich Mitglieder von SA und SS trafen. Dass solche Lokale überhaupt als politische Treffpunkte genutzt wurden, ging auf den Aufstieg der Sozialdemokratie am Ende des 19. Jahrhunderts zurück, als deren Anhänger sich damals mangels anderer Räume in Kneipen trafen. Diese Gepflogenheit wurde ab 1928 von den Nationalsozialisten übernommen. Thomas Welskopp zufolge waren die SA-Sturmlokale „vorgeschobene Operationsbasen für den Bürgerkrieg und ähnelten einer Mischung aus Gesellenherberge und Kaserne für die arbeitslosen Mitglieder der SA, die dort schliefen und verpflegt wurden und einen Teil ihres Soldes (häufig nur: freie Kost und Logis) nicht selten naturell in der Form von Bier erhielten. Diese indirekte Finanzierung durch die Partei sicherte umgekehrt den Wirten der Sturmlokale ihre Existenz, manchmal ganz unabhängig von Parteiloyalitäten.“ Auch die SS betrieb eine Reihe von „Sturmlokalen“. In beiden Organisationen war das Biertrinken Teil ihrer Männlichkeitskultur, zu der häufig ebenfalls gehörte, dass die Männer hinterher auf die Straße gingen und rabiatt herumpöbelten oder gewalttätig auftraten.⁵⁵

Während der neu eingeführte „Tag der Arbeit“ am 1. Mai für „alkoholfrei“ erklärt wurde und dies eigentlich genauso für andere Parteiveranstaltungen gelten sollte, fanden viele davon ausgerechnet in Bierkellern statt. Immerhin hatte die Bewegung von einem solchen ihren Ausgang genommen: vom Münchner Bürgerbräukeller, den Nationalsozialisten am 8. November 1923 bei einer Großveranstaltung gestürmt hatten und von dort aus zu ihrem letztlich gescheiterten Putsch zur Feldherrenhalle aufgebrochen waren. Zur Erinnerung daran trat Hitler ab 1933 jährlich an dem legendären Ort auf und entging 1939 nur knapp dem Attentat, das Georg Elser geplant hatte. Ab 1940 wurde der Jahrestag daher in den Löwenbräukeller verlegt. Dorthin hatte Hitler auch bereits früher regelmäßig zu großen Weihnachtsfeiern für die „Alten Kämpfer“ und für SS-Angehörige eingeladen.⁵⁶

55 Zu SA, SS: Zitat bei *Welskopp* (2016), a.a.O., S. 203; *Bastian Hein* (2012): *Elite für Volk und Führer? Die Allgemeine SS und ihre Mitglieder 1925-1945*, München, S. 62.

56 Zu Parteiveranstaltungen: //www.historynut.com/rare-photo-inside-a-nazi-christmas-party (Zugriff 2.3.2018); *Hein* (2012), a.a.O., S. 62.



Abb. 21: Weihnachtsfeier der „Alten Kämpfer“ mit NS-Prominenz; vorne ganz links NSDAP-Schatzmeister Franz-Xaver Schwarz (nicht identisch mit dem späteren HVdB-Vorsitzenden Franz X. Schwarz), rechts daneben im Profil Gauleiter Wagner, Löwenbräukeller, München, 24.12.1937

Quelle: Bayer. Staatsbibliothek München-Bildarchiv, hoff-38771, Fotograf Heinrich Hoffmann

Außerdem muss das Bier bei den Reichsparteitagen, die ab 1933 regelmäßig in Nürnberg stattfanden, in Strömen geflossen sein – zumindest im Anschluss an die Reden und Aufmärsche am Zeppelinfeld. Dem Ansehen der Partei war dies nicht förderlich, weshalb die SS-Führung wiederholt versuchte, die massenhafte Trinkereien zu unterbinden, unter anderem durch die Ankündigung, es würde Gratiszigaretten und Schokolade geben. Am Alkoholkonsum änderte das allerdings nicht viel. In den folgenden Jahren nahmen in der Regel etwa eine Million Menschen am Parteitag teil und die Organisatoren traten zur „Bewirtschaftung der Massenquartiere“ an die örtlichen Brauereien und Gastwirte heran, die jedoch nicht nur Kaffee und belegte Brötchen bereitstellen sollten: „Die Durchschnittsdauer der Belegung ist 3-4 Tage. Die Organisationsleitung beansprucht eine Abgabe von RM 2.- pro Hektoliter.“ Wie selbstverständlich der Besuch

von Gaststätten war, wird aus Listen ersichtlich, die ab 1934 an die Parteigenossen verteilt wurden, und in denen eine Reihe von Lokalen genannt wurden, die nicht besucht werden durften, weil sie als „Dirnenlokale“ oder „Verbrecherlokale“ und somit als anrühlich galten, wie etwa das *Gasthaus zum Grünen Markt*, das *Burgstübl* oder der *Meistertrunk*. Die übrigen Lokale waren somit freigegeben. Über die Jahre hinweg reichten diese Gaststätten nicht mehr aus, da sich bei den Besucherscharen, die in den ersten Jahren noch mit großer Begeisterung die gigantische Inszenierung bejubelt hatten, nach und nach ein gewisser Überdruß bemerkbar machte. So wollte man nun Volksfeststimmung verbreiten, indem ab 1937 hölzerne Bierhallen, wie etwa die riesige *Frankenhalle* aufgebaut wurden. Sie entwickelten sich allerdings ihrerseits zu Orten von alkoholischen Exzessen, und in internen Berichten der NSDAP häuften sich Berichte über „vollständig betrunkene“ Zellen- und Blockleiter. Welche Bedeutung das jährliche Großereignis für die örtlichen Brauereien hatte, wird schließlich auch daran deutlich, dass etwa die Nürnberger Lederer-Brauerei sich in ihrem Geschäftsbericht von 1938/39 äußerst enttäuscht darüber zeigte, dass der für September 1939 geplante Reichsparteitag kurzfristig abgesagt wurde, da das für sie einen massiven Einbruch ihres Absatzes bedeutete.⁵⁷

Im Krieg ging ein erheblicher Teil des Ausstoßes der Brauereien an die Wehrmacht – laut einem Brief der HVdB vom Mai 1942 üblicherweise etwa 25 Prozent. In einer ihrer Anordnungen von 1941 heißt es: „Die Brauereien sind verpflichtet, den tatsächlichen Bedarf der Kantinen der Wehrmacht und der Rüstungsbetriebe mindestens im gleichen Verhältnis zu decken wie den ihrer übri- gen Kundschaft.“⁵⁸

57 Zu den Nürnberger Parteitagten: Siegfried Zelnhefer (2002): Die Reichsparteitage in Nürnberg, Nürnberg, S. 244ff; Jochen Sprotte (2014): Die Nürnberger Brauereien im III. Reich in der Zeit von 1933 bis 1945, in: Jahrbuch der Gesellschaft für die Geschichte des Brauwesens: 200-252, hier S. 216ff.

58 Zur Wehrmacht: *BArch*, 17-VIII, Nr. 3.



Abb. 22: Ostpreußen in Bereitschaft, Sommer 1941 (Originaltitel)

Quelle: Bundesarchiv-Bildarchiv, Nr. 963 Bild-14-25A, Fotograf Otto Kaiser



Abb. 23: Dieppe, an der französischen Atlantikküste – Infanteristen und Artilleristen, Sommer 1942

Quelle: Bundesarchiv-Bildarchiv, Nr. 1011-291-1205-19A, Fotograf Koll

Obwohl mittlerweile viel über den Alltag der Soldaten bekannt ist, wurde die Bedeutung des Alkoholkonsums bisher vor allem unter dem Gesichtspunkt des „Alkoholmissbrauchs“ untersucht, es wurden also jene Fälle unter die Lupe genommen, die nach heutigen Begriffen als „deviant“ gelten. Doch der Konsum von Bier war bei der Wehrmacht gang und gäbe, weshalb als „Wehrwirtschaftliche Betriebe“ nicht nur solche der Rüstungsindustrie, sondern auch Brauereien wie die Schultheiss-Brauerei galten. Neben der Aufputschdroge Pervitin, die seit 1938 auf dem Markt war und flächendeckend an das militärische Personal verteilt wurde, um die Kampfmoral der Truppe zu stärken, gehörte das Bier zum soldatischen Alltag. Der Generalstabsarzt Walter Kittel meinte dazu: „Nur ein Fanatiker wird dem Soldaten ein Genussmittel verweigern, das ihm nach den Schrecknissen der Schlacht Entspannung bringt und seine Lebensfreude steigern hilft, oder ihn tadeln, wenn er im Kreise der Kameraden einen fröhlich-frischen Trunk tut.“ Solange die Soldaten im Sinn des Eroberungskrieges funktionierten, stellte niemand den Konsum von Alkohol oder Drogen in Frage.

Aus den Bestimmungen der HVdB zur bevorzugten Versorgung des Militärs geht im Übrigen hervor, dass Bier sogar für Kriegsgefangene vorgesehen war. Das galt vermutlich nur für die relativ besser gestellten Gruppen der Offiziere aus den westlichen Ländern, also amerikanische, britische oder französische Kriegsgefangene. Für sie wurde festgelegt: „Die Belieferung von Kriegsgefangenen in Lagern ist nur mit Einfachbier zulässig.“⁵⁹

Ähnlich wie die Wehrmacht bestrebt war, den Soldaten an der Front gewisse Annehmlichkeiten zu bieten, galt dies auch für die SS gegenüber ihren Wachmannschaften. Es gab relativ gutes Essen und Zigaretten, kostenlose Bekleidung und eine komfortable Unterbringung, die für viele besser war als das, was sie von zuhause kannten, außerdem Freizeitaktivitäten aller Art, und Weihnachten wurde ebenfalls gemeinsam gefeiert. Vor allem nach sogenannten „Sonderaktionen“ erhielt das KZ-Personal als Entschädigung Extrarationen an Alkohol und Zigaretten. Hermann Langbein, der zwei Jahre in Auschwitz interniert war, meinte im Rückblick: „Betrunkene SS-Angehörige im Dienst bildeten keine Ausnahmen.“⁶⁰

59 Peter Steinkamp (2007/2008): Zur Devianz-Problematik in der Wehrmacht – Alkohol- und Rauschmittelmisbrauch bei der Truppe, Diss., Freiburg; Zitat des Generalstabsarztes bei Andreas Ulrich (2005): Berauscht in die Schlacht, in: Spiegel Special, 2, S. 150-15; Zu Kriegsgefangenen BArch, R 17-VIII, Nr. 3, Handakten Dr. Metzger.

60 Zu Konzentrationslagern: Carolin Bendel (2017): Die andere Seite des Konzentrationslagers – Freizeitvergnügen der SS nach Feierabend, //www.zukunft-braucht-erinnerung.de/die-andere-seite-des-konzentrationslagers-freizeitvergnuegen-der-ss-nach-feierabend/ (Zugriff 4.4.2018); Hermann Langbein (2016): Menschen in Auschwitz, Frankfurt/M., S. 440.



Abb. 24: Weihnachtsfeier der SS-Wachmannschaft im Konzentrationslager Neuengamme, 1943

Quelle: bpk Bildagentur, Nr. 30023183, Fotograf o.A.

All dies zeigt, wie sehr das Bier seinen Stellenwert in der Bevölkerung und beim Militär beihält, und dies gerade – trotz wiederholter Appelle und zaghafter Versuche, das Biertrinken einzuschränken – bei den Formationen der Partei selbst. Das Braugewerbe blieb daher, was es bereits früher war: eine wichtige Branche der Wirtschaft auch im NS-Staat, und für seine Produkte wurde bis in die Kriegszeit hinein geworben.

Werbung für ein „deutsches“ Getränk

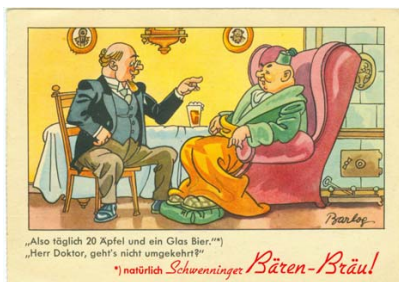
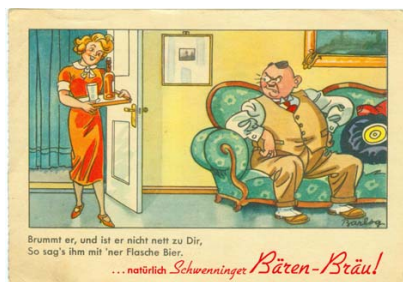


Abb. 25: Werbekarten von Bären-Bräu in Schwenningen – eine Serie, die spätestens seit 1938 Verwendung fand; links eine Karte als Feldpost vom November 1940, rechts privat verschickt im Juli 1944

Quelle: Aus der Sammlung von Manfred Henschel

Konsumgüter wurden seit der Jahrhundertwende immer häufiger auf Plakaten, Blechtafeln oder Zeitungsanzeigen beworben, und daran änderte sich nach 1933 nur wenig. Es gab vermehrt Anzeigen für die vom Regime gewünschte Verbrauchslenkung, sei es für Fisch und Vollkornbrot oder für „Kampf dem Verderb“, aber ansonsten konnten alle Arten von Produkten angepriesen werden, ob sie den Planungen des Reichsnährstandes oder des Vierjahresplanes entsprachen oder nicht – solange die Werbung im „Geist des neuen Deutschlands“ erfolgte. Ein vom Reichspropagandaministerium eigens dazu eingerichteter Werberat sollte das kontrollieren und überflutete die Werbewirtschaft in der Folge mit zahllosen Bestimmungen, Bekanntmachungen und Erlassen. Was „deutsche Werbung“ letztlich sein sollte, und wie das „wirtschaftliche Leben“ mit dem „völkischen Leben“ verquickt werden sollte, blieb weitgehend unklar. Zwar sollte es keine „gedankenlose Nachahmerei ausländischer Reklame“ geben, doch moderne Werbemittel wie Neonwerbung wurden von Brauereien und von anderen Unternehmen in Großstädten wie Berlin nach wie vor häufig genutzt. Gleichzeitig bot sich gerade für Bier die Chance, auf das Attribut „deutsch“ hinzuweisen, wenn es auf Postkarten oder auf dem weiter oben wiedergegebenen Poststempel der Hauptvereinigung hieß: „Im deutschen Bier die Kraft der deutschen Erde“, oder aber, wenn die kleine Andreas-Brauerei in Hagen-Haspe die Biertrinker animierte: „Trinke deutsch“. Häufig wurde die Bierwerbung noch deutlicher mit den Propagandaslogans des Regimes verbunden, so wenn eine Gemeinschaftswerbung der Wirtschaftsgruppe Brauereien 1936 verkündete: „Eine Million schaffende deutsche Volksgenossen leben von der

Erzeugung und dem Vertrieb des Bieres“. Ab 1943 sollte die Werbung „kriegsdienend“ sein und einen „Beitrag zur Erhaltung und Stärkung des deutschen Siegeswillens“ darstellen, aber diese Vorgaben änderten wenig an den bisher üblichen Werbemitteln. Selbst wenn der Werbeaufwand insgesamt stark zurückging, verwendete etwa Bären-Bräu in Schwenningen auch in den Kriegsjahren Postkarten, die patriarchale Butzenscheiben-Idyllen früherer Zeiten wachrufen sollten.⁶¹



Abb. 26: Kaufingerstraße, München, 1940

Quelle: bpk Bildagentur, Nr. 70008089, Fotografien Erika Groth-Schmachtenberger

61 Zur Werbung: *Stefan Wirth* (2007): Vor sechzig Jahren und einem Kondratieff (5). Zur deutschen Braubranche Januar bis August 1939, in: Gesellschaft für die Geschichte des Brauwesens, Jahrbuch 2007, S. 79-146, hier S. 124; *Wirth* (2004), a.a.O., S. 310; *Uwe Westphal* (1989): Werbung im Dritten Reich, Berlin, S. 21, 155ff.

Außerdem schickten viele Brauereien, obwohl Lastkraftwagen inzwischen zum Biertransport weit verbreitet waren, immer noch häufig Bierwägen, die von dicken Kaltblütern gezogen wurden, auf die Straße, weil sie Werbung für die Traditionalität des Produktes machten – und dies selbst im zweiten Kriegsjahr. Dabei ging es darum, das Bier gegenüber anderen Getränken weiterhin zu popularisieren, außerdem standen die einzelnen Marken nach wie vor in regem Wettbewerb.

Die Brauwirtschaft – viele Große und tausende Kleine

Das Brauen hatte in Deutschland im 19. Jahrhundert bereits eine lange handwerkliche Tradition von städtischen Braugilden, Kloster- und Hausbrauereien. Diese wurde in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts aufgebrochen, als aus den traditionellen Braustätten zunehmend industrialisierte Betriebe, „Bierfabriken“, herauswuchsen, und zwar in genauso atemberaubendem Tempo wie Fabrikbetriebe in anderen Wachstumsindustrien, etwa in der Elektrotechnischen oder in der Chemischen Industrie. Neue Methoden wurden für das Mälzen und Darren entwickelt, die Haltbarkeit des Bieres wurde verbessert und moderne Kühltechniken kamen zum Einsatz, so dass nun massenhaft untergäriges Bier hergestellt werden konnte. Gleichzeitig strömte immer mehr Kapital in den aufstrebenden Industriezweig und es entstanden mehr als 500 Aktiengesellschaften. Vor 1914 war jede zehnte Aktiengesellschaft in Deutschland eine Brauerei, aber zugleich blieb die Struktur der Betriebsgrößen extrem aufgefächert. Neben der mit Abstand größten Brauerei, der Berliner Schultheiss-Brauerei, gab es damals viele weitere Aktienbrauereien, außerdem mittelgroße und kleine Unternehmen, häufig im Familienbesitz, insgesamt mehr als 10.000 Brauereien.⁶²

62 Zum Biermarkt vor 1933: *Roman Köster* (2012): Konjunkturen, Krisen, Konzentration: Die Entwicklung des deutschen Biermarktes vom ausgehenden 19. Jahrhundert bis zur Weltwirtschaftskrise – Dortmunder Beispiele, in: Karl-Peter Ellerbrock (Hg.): Zur Geschichte der westfälischen Brauwirtschaft im 19. und 20. Jahrhundert, Dortmund, S. 109-131, hier S. 109, 113f, 116ff.

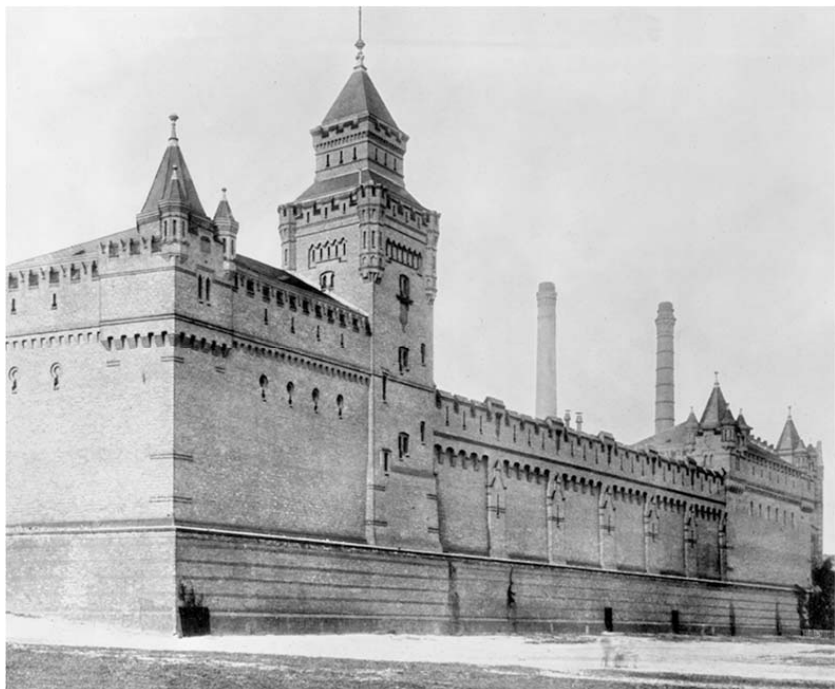


Abb. 27: Schultheiss-Brauerei Kreuzberg, Berlin um 1902

Quelle: bpk Bildagentur, Nr. 40007502, Fotograf o.A.

Im und nach dem Ersten Weltkrieg mussten viele Brauereien schließen, und dies traf auch Aktienbrauereien. Dennoch entfielen auf die Großbrauereien mit einem Ausstoß von mehr als 120.000 Hektolitern immer noch rund 50 Prozent der gesamten Produktion. Ihre dominante Stellung hing nicht nur damit zusammen, dass sie am ehesten moderne Produktionsmethoden einführen und sich die entsprechenden Investitionen leisten konnten. Sie waren außerdem am ehesten in der Lage, Gaststätten langfristig an sich zu binden, indem sie ihnen Kredite oder Darlehen gewährten: die berühmte „Wirtsefinanzierung“. Von Vorteil für die kleineren und mittleren Brauereien konnte es dagegen sein, mit ihren lokalen oder regionalen Marken stabile Beziehungen zu ihren Stammkunden aufzubauen und zu pflegen. Ende der 1920er Jahre gab es noch 4.720 Brauereien, doch die Krise zwang viele davon aufzugeben, und im folgenden Jahrzehnt

sank ihre Zahl um 7 Prozent. Mit Kriegsbeginn mussten weitere Brauereien schließen. Wie entwickelte sich dabei die Struktur der Branche?⁶³

In den ersten Jahren der NSDAP waren gerade Kaufleute und Handwerker in ihr stark vertreten und die Partei verstand sich als Interessenlobby für unzufriedene Mittelständler. In ihrem *25-Punkte-Programm* von 1920 verlangten die Nationalsozialisten die „Schaffung eines gesunden Mittelstandes und seiner Erhaltung“. Ähnlich trug das *Sofortprogramm* von 1932 stark antikapitalistische Züge, wurde jedoch nach dem Wahlsieg der NSDAP im Sommer des Jahres, der sie zur stärksten Fraktion im Reichstag machte, unverzüglich eingestampft und durch ein *Aufbauprogramm* ersetzt, das wesentlich wirtschaftsfreundlicher daherkam, da es nun galt, die besorgte Unternehmerschaft zu beruhigen.⁶⁴

Als zwei Brauereibesitzer von mittelständischen Unternehmen, Jakob Imendorf und Dr. Ernst Röhm, an die Spitze der HVdB und der Wirtschaftsgruppe Brauerei gesetzt wurden, konnte das als Signal an die Mittelständler verstanden werden, ihre Anliegen würden gegenüber den großen Aktienbrauereien nun besonders berücksichtigt werden – dies umso mehr, als im Deutschen Brauerbund bis dahin die großen Brauereien das Sagen hatten. An der Spitze des Brauereiverbandes standen von 1911 bis 1934 Rudolf Funke (ab 1903 Mitglied im Schultheiss-Vorstand) und von 1926 bis 1934 August Pschorr (ab 1922 Generaldirektor der Münchner Großbrauerei Pschorr-Bräu AG). Doch als die Zahl der Brauereien Anfang der 1930er Jahre zurückging, traf das vor allem die kleineren und mittleren Betriebsgrößen, während die Großbetriebe mit einem Ausstoß von mehr als 120.000 Hektolitern, die unter dem wirtschaftlichen Absturz ab 1929 besonders gelitten hatten, sich wieder erholten. Mehr Unternehmen als zuvor gehörten nun in diese Größenklasse und ihr Marktanteil nahm ab 1933 zu, so dass sie 1939/40 wieder knapp an die 50 Prozent-Marke kamen, die sie Ende der 1920er Jahre schon einmal erreicht hatten. Ihre starke Stellung auf dem Markt schlug sich in entsprechenden Renditen nieder.⁶⁵

Bereits vor dem Ersten Weltkrieg konnten die Aktienbrauereien eine durchschnittliche Dividende von 7 Prozent ausschütten, womit sie zwar etwas unter dem Niveau der übrigen Industrieunternehmen blieben, dafür aber über die Jah-

63 Karl-Peter Ellerbrock (2012): Faktoren und Strukturen der Industrialisierung der deutschen Brauwirtschaft im „langen 19. Jahrhundert: Neue Perspektiven der Forschung, in: Ders. (Hg.): Zur Geschichte der westfälischen Brauwirtschaft im 19. und 20. Jahrhundert, Dortmund, S. 69-108, hier S. 77ff; Welskopp (2016), a.a.O., S. 200; zur Zahl der Unternehmen und zu Marktanteilen: Länderrat (1949), a.a.O., S. 333, 495.

64 Barkai (1998), a.a.O., S. 30, 42ff.

65 Stefan Wirth (1996): Vor sechzig Jahren und einem Kondratieff. Zur deutschen Braubranche 1935, in: Gesellschaft für die Geschichte des Brauwesens, Jahrbuch 1996, S. 155-178, hier S. 158f; Borkenhagen (1971), a.a.O., S. 183.

re hinweg eine Gleichmäßigkeit aufwiesen, die in anderen Industriezweigen fehlte, da dort die Dividenden viel stärker schwankten. Auch in der zweiten Hälfte der 1920er Jahre bauten die Großbrauereien ihre Position aus. Ihre Gewinne lagen ebenso wie ihre Dividenden stets höher als bei der Gesamtheit der Aktiengesellschaften. Beide Werte brachen zwar in der Weltwirtschaftskrise ein, doch erholten sich die Aktienbrauereien rasch und überflügeln bis 1934/35 wiederum die übrige Industrie.⁶⁶

Gerade die großen Brauereien konnten von der aufs Militärische ausgerichteten Politik profitieren, zunächst bei der Aufrüstung, danach auch im Krieg, vor allem wenn sie, wie Schultheiss, Wehrwirtschaftsbetriebe waren und große Lieferungen an die Wehrmacht absetzen konnten. Eine Studie zur Entwicklung der Eigenkapitalrendite in der deutschen Industrie von 1925 bis 1941 kommt zu dem Schluss, dass diese ab 1933 für Unternehmen, die in die Aufrüstung eingebunden waren, höher lag als für jene, die für den zivilen Bedarf produzierten. Die Konsumgüterindustrie gilt also als Verliererin, die Produktionsgüterindustrie als Gewinnerin des NS-Aufschwungs. Für größere Teile des Braugewerbes dürfte dies aber nicht gegolten haben. Im Jahr 1938 befanden sich unter den 200 größten Industrie-Aktiengesellschaften nicht weniger als zehn Brauereien: darunter die Berliner Schultheiss-Brauerei (Rang 25), die Dortmunder Union Brauerei (Rang 123), das Münchner Löwenbräu (Rang 140) und die Berliner Engelhardt-Brauerei (Rang 163).⁶⁷

Die Geschäftsentwicklung von Schultheiss, einer Großbrauerei, die 1939 eine „Gefolgschaft“ von mehr als 6.000 Beschäftigten hatte, zeigt bis 1941/42 eine deutlich positive Tendenz. Der Reingewinn stieg bis 1940/41 von Jahr zu Jahr und lag auch 1941/42 mit rund 8.644.000 RM noch deutlich über demjenigen von 1938/39 (für spätere Jahre sind keine Zahlen überliefert). Im Vergleich dazu verlief die Entwicklung beim Berliner Bürgerbräu, einer früheren Genossenschaft, die 1934 in eine Aktiengesellschaft umgewandelt wurde und im Jahr 1939 knapp 370 Beschäftigte hatte, sehr viel bescheidener. Der Reingewinn lag 1941 hier bei 173.000 und war damit so hoch wie 1937, wies aber insgesamt über die Jahre hinweg keine Steigerungen auf.⁶⁸

66 Zur Rentabilität der Großbrauereien: *Teich* (2000), a.a.O., S. 338; *Wochenbericht* (1936), a.a.O., S. 168.

67 *Mark Spoerer* (1996): Von Scheingewinnen zum Rüstungsboom. Die Eigenkapitalrentabilität der deutschen Industrieaktiengesellschaften 1925-1941, Stuttgart, S. 156; *Martin Fiedler* (2002): Fusionen und Übernahmen in der deutschen Industrie, 1898-1938, in: *Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte*, Bd. 43, S. 209-242, hier S. 237ff.

68 Zu Schultheiss: *LAB*, A Rep. 250-04-07, Geschäftsberichte 1937-1942; zu Berliner Bürgerbräu: *LAB*, A Rep. 250-04-01, Nr. 27 und Nr. 29.

Doch ist dieses Bild in einem Punkt zu korrigieren. Selbst wenn die kleinen und mittelständischen Brauereien durch die Politik des Regimes benachteiligt wurden, so traf dies nicht für die vielen Hausbrauereien zu, also solchen, die offiziell „nur für den Bedarf des eigenen Haushalts“ Bier brauten, vermutlich häufig aber auch Nachbarn und Freunde mitversorgten. Ihre Zahl hatte bereits in der großen Krise von 1930/31 stark zugenommen und betrug 1933/34 knapp 41.000. Sie ging in den folgenden Jahren etwas zurück, stieg jedoch mit Kriegsbeginn wieder an und lag 1943/44 höher als 1939/40. Die Hausbrauereien wurden nicht nur geduldet, sondern aktiv unterstützt, da sie über den gesamten Krieg hinweg Hopfen zu niedrigeren Preisen erhielten als die gewerblichen Brauereien.⁶⁹

Die Brauereiarbeiter und ihr Hausrunk



Abb. 28: Deutsche Brauerzeitung, Titelblatt vom 30.1.1892

Quelle: Deutsche Brauerzeitung, www.library.fes.de/gewerkschaftszeitschrift/sol/?id:38490 (Zugriff 6.6.2018)

69 Zu den Hausbrauereien: Länderrat (1949), a.a.O., S. 333; BArch, R 17-VIII, Nr. 4, Brief der HVdB vom 27.10.1944.

Die Brauereiarbeiter organisierten sich 1885 im *Allgemeinen Deutschen Brauerverband*, der ab 1891 eine eigene Wochenzeitung herausgab, die *Deutsche Brauer-Zeitung*. In dieser berichteten sie über allgemeine Fragen der Arbeiterbewegung und über die schlechten Arbeits- und Lohnbedingungen in einzelnen Brauereien, außerdem riefen sie dazu auf, streikende Kollegen zu unterstützen, aber – anders als in vielen anderen gewerkschaftlichen Publikationen dieser Zeit – informierten sie ihre Abonnenten auch über Fachfragen des Brauwesens. So verfasste ein anonym *Silesius* 1892 über mehrere Nummern hinweg unter dem Titel *Chemische Briefe an einen Brauer* eine Artikelserie, in der alle wichtigen Stufen des Brauens ausführlich erläutert wurden. Stichworte dazu waren: Die Erkennungszeichen guten Hopfens – Wie man den Extraktgehalt des Bieres bestimmt – Wie vollmundiges Bier gemacht wird – Dextrin, Dextrose, Diastase – Wie das Malz aufgelöst wird und werden soll – Das Brechen der Würze – Die chemische Prüfung des Hopfens auf Schwefelung – Die Verarbeitung der Würze – Richtige Kühleinrichtungen. Der Autor ging also davon aus, dass die lesenden Brauarbeiter wussten oder wissen sollten, worauf es bei ihrer Arbeit ankam, und zwar so, dass sie in der Lage waren, dem Besitzer der Brauerei mit Rat und Tat zur Seite zu stehen bzw. ihn überhaupt anzuleiten, wenn es etwa um Spaltpilze oder Staub als den „schlimmsten Feinden der Brauerei“ ging: „Der Brauer muss also beachten, daß er stets von seinen Feinden umgeben ist und darnach hat er seine Maßnahmen zu richten.“ Dabei betonte *Silesius* auch, dass die Arbeiterschaft lebhaften Anteil an technischen Neuerungen (z.B. an neuen Kühleinrichtungen) nehme und diese begrüße.⁷⁰

Diese fachlichen Ausführungen ebenso wie die Hinweise auf wissenschaftliche Vorträge (etwa „Ueber den Werth der Desinfektion“) weisen auf das ausgeprägte Selbstbewusstsein von Arbeitern hin, die sich keineswegs nur als Rädchen im Getriebe verstanden, sondern – ähnlich wie Drucker und Setzer, Klavierbauer und Feinmechaniker – als Fachleute, die den Unternehmern zumindest auf dieser Ebene Paroli bieten konnten. In einer Zeit, als die Großunternehmen der Elektroindustrie sich mit Händen und Füßen dagegen wehrten, mit ihrer Arbeiterschaft Kollektivverträge abzuschließen, gelang dies neben einigen anderen Handwerkergruppen auch den Brauereiarbeitern. Ihr Verband schloss 1890/1891 die ersten Tarifverträge mit Berliner und Stuttgarter Brauereien, und 1903 folgte in Stuttgart ein Vertrag, der erstmals überhaupt im Deutschen Reich für Arbeiter einen Urlaubsanspruch von drei Tagen festschrieb (für Angestellte gab es diesen bereits länger). In der Vereinbarung von 1890 wurde auch die bisherige Gepflogenheit aufgehoben, wonach Arbeiter „Kost und Logis“ bekamen, was auf ihren Geldlohn drückte und sie außerhalb der Arbeit der patriarchalen Bevormundung des Unternehmers – oder seiner Gattin – unter-

⁷⁰ Zitat in *Deutsche Brauer-Zeitung* v. 25.6. 1892.

warf. Doch die Brauarbeiter wollten sich nicht gänzlich von den alten Verhältnissen verabschieden und einen Teil der bisherigen Naturalentlohnung behalten: den Hastrunk. Nachdem die Gesellen nicht mehr im Haushalt des Arbeitgebers wohnten, wurde dieser in Tarifverträgen oder in der Arbeitsordnung festgelegt und betrug 1914 täglich bis zu 6 Liter für Vollarbeiter. Nach dem Ersten Weltkrieg wurde er im Zusammenhang mit der nunmehr kürzeren Arbeitszeit auf 2 bis 2,5 Liter reduziert.⁷¹

Die Zahl der Beschäftigten ging seit Mitte der 1920er Jahre, als mehr als 85.000 Arbeitskräfte im Braugewerbe tätig waren, stetig zurück. Dank der fortschreitenden Produktivität setzte sich dieser Trend trotz des steigenden Ausstoßes der Brauereien auch nach 1933 fort. Ab 1939 verminderte sich die Zahl der Beschäftigten noch stärker aufgrund der zahlreichen Einberufungen zur Wehrmacht. Zu einem kleinen Teil wurden die fehlenden Arbeitskräfte durch Frauen, ab 1941 außerdem durch Kriegsgefangene ersetzt.⁷²



Abb. 29: Reichsberufswettkampf der deutschen Jugend. Vor der Hopfengabe in die Braupfanne wird die Güte des Hopfens besprochen, Berlin, 1936 (Originaltitel)

Quelle: bpk Bildagentur, Nr. 20042589, Photothek Willy Römer, Fotograf Willy Römer

⁷¹ Ellerbrock (2012), a.a.O., S. 93; Borkenhagen (1971), a.a.O., S. 141.

⁷² Zur Zahl der Beschäftigten: Wirth (1996), a.a.O., S. 159; Wirth (2002), a.a.O., S. 127; BArch, R/3102/51, Statistisches Reichsamt.

Die starke Stellung der Brauereiarbeiter im betrieblichen Geschehen zeigte sich auch bei ihrer Bezahlung. Im *Wirtschaftsjahrbuch für Industrie und Handel* von 1928 ist zu lesen, sie stellten „schon seit Jahren nächst den Saisonarbeitern im Baugewerbe die bestbezahlte Arbeiterkategorie in Deutschland“ dar, und sie behielten ihre herausragende Position im Dritten Reich. Im Jahr 1936 waren die Bruttostundenverdienste in dieser Männerbranche mit 101 Pf. fast doppelt so hoch als in der traditionellen Frauenbranche der Süß-, Back- und Teigwarenindustrie, wo sie bei 51 Pf. lagen. Sie wurden lediglich von den Löhnen im Buchdruckgewerbe übertroffen. Diese Reihung blieb bis 1944 unverändert.⁷³

Trotz aller Einschränkungen bei den meisten Lebensmitteln während des Krieges erhielt sich in den Brauereien die Gepflogenheit des Haustrunks. Beim Berliner Bürger-Bräu wurde dieser ab 1939 zwar um ein Drittel reduziert, aber nicht abgeschafft. Und aus der Hauptverwaltung von Schultheiss ist eine Notiz vom 20. November 1944 überliefert: „Für Haustrunk an Gefolgschaftsmitgliedern, der diesen in die Wohnung geliefert wird, sind mit sofortiger Wirkung je Kasten Einfachbier RM 3.- zu berechnen.“ Auch die Brauereiarbeiter profitierten somit bis zuletzt vom allgemein hohen Ansehen des Bieres im Nationalsozialismus.⁷⁴

73 Zur Entlohnung: Zitat bei Kurt W. Droege (1928): Die deutschen Brauereien, in: K. C. Thalheim (Hg.): *Wirtschaftsjahrbuch für Industrie und Handel des Deutschen Reiches und der Nachfolgestaaten Österreich-Ungarns*, Leipzig, S. 795-806, hier S. 804; *BARch*, R/3102/51, Statistisches Reichsamt; *Länderrat* (1949), a.a.O., S. 470f.

74 Zum Haustrunk: *LAB*, A Rep. 250-04-01, Nr. 153; A Rep. 250-04-07, Nr. 84: Bierpreise.