

Aschingers „Bierquellen“ erobern Berlin

**Aus dem Weinort Oberderdingen
in die aufstrebende Hauptstadt**

von Karl-Heinz Glaser
unter Mitarbeit von Erwin Breitinger und Thomas Nowitzki

Inhalt

1	Einleitung	9
2	Oberderdingen im 19. Jahrhundert	13
3	Berlin wird Weltstadt	19
4	Aschingers Bierquellen erobern Berlin	29
5	Der Durchbruch – Die Gewerbeausstellung 1896	45
6	Qualität aus einer Hand – Die Aschinger-Zentralbetriebe	65
7	Aschinger wird zur Aktiengesellschaft	77
8	Das Weinhaus Rheingold – Prestigeobjekt und Sorgenkind	83
9	Der frühe Tod der Bierquellen-Gründer	103
10	Erster Weltkrieg und Inflation	107
11	Expansion, Krise und Sanierung im „Dritten Reich“	111
12	Das Ende	127
13	Aus ärmlichsten Verhältnissen – Zur Familiengeschichte Aschinger ERWIN BREITINGER	133
14	Das Museum Aschingerhaus	141
	„Oberderdingen hat Lust auf die Zukunft“ THOMAS NOWITZKI	147

1 Einleitung

Aschinger in Berlin – das ist eine Erfolgsgeschichte so recht nach dem amerikanischen Filmtraum „Vom Tellerwäscher zum Millionär“. Sogar die Branche stimmte, denn August Aschinger war gelernter Koch, sein Bruder Carl arbeitete in seinen ersten Berliner Jahren als Kellner.

Völlig mittellos kamen die beiden verwaisten Brüder aus der beschaulichen württembergischen Obst- und Weinbaugemeinde Oberderdingen in die Reichshauptstadt, eröffneten 1892 ihre erste Stehbierhalle und gehörten 15 Jahre später mit 30 „Bierquellen“, zahlreichen Konditoreien, dem Luxushotel Fürstenhof und dem Weinhaus Rheingold schon zu den größten Gastronomen Europas.

Wie lässt sich dieser einmalige Erfolg erklären? Eine oft gestellte Frage, die leicht zu plakativen Antworten verführt, etwa wenn von der ersten Fast-Food-Kette der Welt die Rede ist. Natürlich gab es in den Aschinger-Filialen „schnelles Essen“ in gleichbleibender Qualität. Aber das erklärt nicht alles und solche modernen Begriffe verstellen zudem den Blick auf die historischen Gegebenheiten. Viel spannender ist die Analyse der reichlich sprudelnden Quellen und der zeitgenössischen Wahrnehmung Aschingers.

Die Presse interessierte sich spätestens seit 1896, dem Jahr der Berliner Gewerbeausstellung, stark für die Bierquellen, von denen es bereits ein gutes Dutzend in der Innenstadt gab. Meistens waren es wohlwollende und anerkennende Berichte, schließlich konnte niemand den Erfolg der Aschinger-Lokale bestreiten, zu deren Gästen unter Umständen ja auch die eigene Leserschaft gehörte. Die Journalisten begnügten sich aber häufig nicht mit einer schwärmerischen Beschreibung der Bierquellen, ihrer günstigen Preise und ansprechenden Einrichtung. Ebenso wie wir heute wollten auch sie wissen, warum sich Aschinger so schnell ausbreiten konnte und so großen Zulauf hatte.

Was wir jedoch nur noch mühsam und bruchstückhaft rekonstruieren können, war für die Zeitgenossen zum Greifen nahe: die zunehmende Hektik der Großstadt, der Verkehr, die immer knapper werdende Zeit, das Heer der Angestellten, Beamten und Dienstleute, die durch die Straßen des Zentrums eilten, zunehmend auch Frauen. Sie alle mussten sich in ihrer kurzen Mittagspause verpflegen, so rasch und unkompliziert wie möglich. Klar war auch, dass Aschinger das schnelle Essen nicht erfunden hatte: Bierlokale und Imbisskneipen gab es in Berlin seit den 1880er Jahren schon mehr als genug, über 5.000 alleine für die sogenannten „niedereren Stände“, wie es in den Stadtführern heißt.

Es wurde auch schriller und bunter in Berlin: die großen Reklameschriften an den Fassaden der Restaurants und Cafés, die Schaufenster der aufkommenden Warenhäuser, die allgegenwärtige Markenwerbung. Wer sich in dieser Welt der Reize und Verführungen behaupten wollte, musste sich etwas einfallen lassen.

Doch für August und Carl Aschinger ging es zunächst einmal darum, sich in dieser fremden, geradezu explodierenden Stadt zurechtzufinden. Ihr älterer Bruder Friedrich, schon einige Jahre früher als Gastwirt tätig, wird sie dabei unterstützt, seine Erfahrungen weitergegeben und vielleicht eine Anstellung vermittelt haben. Sie arbeiteten als kleine Angestellte, als Koch

und Kellner und lernten das Berliner Kneipenwesen so von Grund auf kennen. Die beiden Brüder haben die Augen sicher aufgemacht in diesen einfachen Lokalen und die Gewohnheiten der „kleinen Leute“ beobachtet, zu denen sie ja selbst gehörten. Was essen und trinken die Gäste am liebsten, wie viel Zeit bringen sie mit, wie viel Geld geben sie aus, was erwarten sie von Einrichtung und Bedienung, über was ärgern sie sich am meisten? Schon bald werden sie sich gesagt haben: Das können wir besser! So wurde in wenigen Jahren die Idee der Bierquellen geboren, Stehbierhallen neuen Stils, die Bewährtes übernommen und mit den Anforderungen des modernen Großstadtbetriebes in Einklang gebracht haben. August und Carl Aschinger haben die Zeichen der Zeit schneller erkannt und umgesetzt als die Konkurrenz.

Aber selbst nach näherer Beschäftigung mit dem Thema bleibt ein Rest von Staunen über die Geschwindigkeit, mit der die Bierquellen überall im Berliner Zentrum aus dem Boden geschossen sind und den Namen Aschinger berühmt gemacht haben. Vielleicht ist es gerade diese Schnelligkeit, die Dynamik der Ausbreitung und die Konsequenz, mit der August und Carl Aschinger ihre Idee umgesetzt haben, was schon die zeitgenössische Öffentlichkeit so fasziniert hat.

Das „System Aschinger“, wie es in der Presse bald genannt wurde, klingt zunächst verblüffend einfach und gar nicht sensationell: „Sie wollten billiger sein als alle anderen Lokale und gleichzeitig besser“ (vgl. Bernhagen 1987, S. 57). Aber alles, was sich so einfach anhört, muss zunächst einmal praktisch umgesetzt werden – und das taten die beiden Brüder konsequent und mit großer Energie. Sie boten „den Bewohnern der Großstadt gute und reell gekochte Speisen zu wohlfeilen Preisen [...] und zwar in Lokalitäten, deren vornehme und komfortable Ausstattung auch dem bescheidensten Gaste das Gefühl des Wohlbehagens gewährt“, so ein Bericht in der Beilage zur Vossischen Zeitung vom 12.2.1904.

Einmal davon abgesehen, dass es nicht *auch*, sondern *gerade* um den bescheidenen Gast, also um die kleinen Leute mit bescheidenem Geldbeutel ging, ist das treffend beschrieben. Die „wohltuende, ja luxuriöse Einrichtung der Aschinger’schen Lokale“ führt ihnen „Gäste aus allen Schichten der Bevölkerung zu, nivelliert die Standesunterschiede und arbeitet mit an der Lösung des sozialen Problems, welches ja hauptsächlich in Fragen rationeller Ernährungsweise und Volkshygiene besteht.“ Rationell musste es in allen Lebensbereichen der kommerzialisierten Stadt zugehen, also auch in der Gastronomie. Aschinger bediente diese und viele weitere Bedürfnisse in den blitzsauberen Bierquellen, die mit ihren großen Schaufenstern und Beschriftungen überall an den zentralen Straßen und Plätzen Berlins Gäste anlockten.

Das Buch geht zunächst auf die Geschichte des Heimatortes der Familie Aschinger, Oberdingen, ein und skizziert anschließend das weltstädtische Berlin am Ende des 19. Jahrhunderts. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf dem Kneipenwesen der Hauptstadt, den einfachen „Kaffeeklappen“ und anderen Billiglokalen, denn hier liegen auch die Wurzeln der Bierquellen. Deren Erfolg ist ohne die günstigen Rahmenbedingungen, die lange Phase der Hochkonjunktur bis zum Ersten Weltkrieg, das anhaltende Bevölkerungswachstum Berlins, die vielen Berufstätigen mit Bedarf nach schnellem Imbiss, aber auch den allgemein stark zunehmenden Bierkonsum nicht zu erklären.

Doch diese Chancen hätten andere auch nutzen können. Was das Besondere bei Aschinger war und wie es den beiden Brüdern gelang, die Hauptstadt mit ihren Bierquellen in nur

5 Der Durchbruch – Die Berliner Gewerbeausstellung 1896

In den 25 Jahren nach der Reichsgründung 1871 hatte sich Berlin von einer Großstadt mit bereits beachtlicher Gewerbestruktur zu einer Industrie- und Finanzmetropole mit Weltgeltung entwickelt.³⁵ Eine solide Grundlage bildeten die führenden Unternehmen der Stahlproduktion und des Maschinenbaus ebenso wie die innerstädtische Infrastruktur und die gute Verkehrsanbindung der Stadt durch Wasserstraßen und Schienennetze. Ein Meilenstein war die Gründung der städtischen Elektrizitätswerke 1884, die zunächst Straßen und öffentliche Gebäude, ab 1895 aber auch die Straßenbahn und Zug um Zug die gesamte Stadt mit Strom versorgte. Dem Siegeszug der modernen Industriezweige, allen voran der elektrischen und chemischen Industrie, stand nichts mehr im Wege.

Was lag näher, als die atemberaubende wirtschaftliche Entwicklung Berlins in einer großen Gewerbeausstellung oder gar Weltausstellung zu dokumentieren? Die Planungen reichten viele Jahre zurück und wurden im Wesentlichen nicht von staatlichen Stellen, sondern vom Berliner Gewerbe selbst getragen. Nachdem die Weltausstellung auch an der Zurückhaltung des Kaisers gescheitert war, konzentrierte man sich auf eine hauptstädtische Leistungsschau mit durchaus internationalen Ambitionen. Schließlich war es das erklärte Ziel der Veranstalter, „der ganzen Welt die grossen Fortschritte darzuthun, die Berlins Industrie, Gewerbe und Kunstgewerbe in den letzten Jahrzehnten gemacht haben.“³⁶

Eine besondere Attraktion war die 3,4 Kilometer lange, elektrisch betriebene Rundbahn. Für 10 Pfennig konnten sich die Besucher durch das Gelände fahren lassen, wobei die Fahrt mit dem neuartigen Transportmittel natürlich ein Erlebnis für sich war. Die Bahn führte um den eigens ausgehobenen „Neuen See“. An ihn schlossen sich einerseits das Hauptrestaurant mit einem Aussichtsturm und auf der anderen Seite das zentrale, 400 Meter lange Ausstellungsgebäude an. Einzelne Industriezweige und Einrichtungen hatten ihre eigenen Häuser, so Chemie, Fotografie, Nahrungs- und Genussmittel, die Stadt Berlin oder der Berliner Lokalanzeiger.

Für die teils als märchenhaft, teils als monumental beschriebenen zentralen Gebäude war neben anderen der berühmte Architekt Bruno Schmitz verantwortlich, der uns später nochmals begegnen wird. Ansonsten folgten die rund 300 Einzelobjekte keinem einheitlichen Gestaltungsprinzip und sorgten eher für Verwirrung: „Die Wirkung der Mehrzahl der unendlich vielen, wahllos über das Gelände verstreuten Einzelgebäude, vor allem der Restaurationshäuser, lässt sich nur mit dem Wort Kitsch beschreiben. Knorrige Holzhütten und bucklige Hexenhäuser buhlten um die Gunst des Publikums.“³⁷ Für viele Besucher standen auch nicht unbedingt die technischen Errungenschaften der Gewerbeausstellung im Mittelpunkt des Interesses. Das Gelände mit See und Vergnügungszentrum war durchaus als Freizeitpark angelegt.

Wer sich näher mit der Ausstellung befasste, erlebte eine verwirrende Vielfalt an Produkten und Techniken von der traditionellen Landwirtschaft bis hin zu den kaum verständlichen



Das großzügige Gelände der Berliner Gewerbeausstellung von 1896. Links von dem zentral gelegenen See befand sich das Restaurant mit dem markanten Turm, rechts ist die Hauptausstellungshalle zu sehen. Unten an der Spree das so genannte „Nasse Viereck“, in dem auch Aschinger mit seinen Pavillons vertreten war.

Verfahren der chemischen oder elektrischen Industrie. Elektromotoren von Siemens & Halske oder die gezeigten Benzin- und Dieselmotoren standen im Kontrast zu den riesigen Dampfmaschinen und ließen ein neues Zeitalter erahnen. Dass jedoch die Automobile, in der Gewerbeausstellung mit nur wenigen Exemplaren vertreten, die Pferdekutschen und -fuhrwerke innerhalb einer Generation aus dem Berliner Straßenbild verdrängen würden, konnte wahrscheinlich niemand vorhersehen.

Schon gar nicht, wenn man sich nach „Alt-Berlin“ begab. Hier wurden auf einer Fläche von 45.000 Quadratmetern viele Häuser und Plätze aus der Zeit um 1650 nachgebaut sowie nostalgische Geschäfte und Wirtschaften eingerichtet. Diese Präsentation gehörte ebenso wie die Ausstellung „Kairo“ zu den Rennern der Gewerbeausstellung. Natürlich war auch der in jener Zeit unverhohlene Nationalismus greifbar. Bereits das Datum – 1896 – nahm Bezug auf das 25-jährige Jubiläum der Reichsgründung und der Reichshauptstadt Berlin. Flottenparade, Kaiserporträts und die Kolonialausstellung samt der herbeigeschafften Eingeborenen sollten deutsche Größe demonstrieren.

Das Interesse an der Kolonialschau war groß, gestattete sie doch einen wie auch immer verfälschten Blick in eine ferne und fremde Welt. Der amtliche Führer durch die Ausstellung lobte diese Inszenierung als „eine der umfangsreichsten und fesselndsten“ der gesamten Gewerbeschau. Die unverhohlene Begeisterung führte zu unfreiwilliger Komik, etwa wenn es im Zusammenhang mit einer nachgebauten „Kameruner Dorfstraße“ heißt: „Das Material ist echt, ebenso sind es die Farbigen, Männer, Frauen und Kinder, etwa 24 an der Zahl, die von dem deutschen Gouvernement aus Kamerun hierhergeschickt worden sind und hier