

# VOM RITTER HIN ZUM DIEKIRCH PUNKT

## DAS DESIGN DER DIEKIRCHER BRAUEREI IM WANDEL DER ZEIT (1871-2021)



1871



um 1900

1933

um 1890

1930

1937

Diekirch



1940

1947

1955

1945

1950



**1871** | Gründung der Brauerei unter dem Namen Diekircher Actien-Brauerei. Da es damals den Beruf des Grafikers nicht wirklich gab, existierte demzufolge auch kein richtiges Logo, das in allen Bereichen (Brauerei-Logo, Bieretikette, Fassbeschriftung, Werbung etc.) verwendet wurde. Stattdessen war es üblich, die Brauerei selber auf Etiketten und Werbematerial abzubilden, schön verziert, beinahe romantisch, wobei die abgebildeten Brauereiarbeiter viel kleiner dargestellt wurden als in Wirklichkeit, um das Gebäude(gelände) riesig erscheinen zu lassen. Oft sieht man bei den Illustrationen auch noch kleine Medaillen an den Seiten. Diese werden an speziellen Messen und Wettbewerben verliehen. Da ist es logisch, die Erfolge bildlich erkenntlich zu machen.

**um 1890** | Auch zu dieser Zeit gab es noch kein einheitliches Logo, dafür aber vage Richtlinien. Das Logo der Brauerei musste schräg nach oben geschrieben werden. Welche Schrift verwendet wurde, spielte keine Rolle. Einheitliche Farben waren auch nebensächlich, trotzdem wurden größtenteils Rot-, Blau-, Gelb-, Grün- und Brauntöne verwendet. Diese galten als typische Brauereifarben und sind es auch heute noch.

**um 1900** | Das Wappen der Stadt Diekirch wurde als Art Logo benutzt, um sich erkenntlich zu machen. Aber auch hier gab es keine Richt-

linien. Das Aussehen des Wappens änderte sich je nach Zeichner, der eine Etikette oder Werbematerial entworfen hat. Mal war die Form spitz zulaufend, mal eckiger. Löwe und Festung sahen auch immer anders aus.

**1930** | Die Brauerei wurde um einen Turm im Bauhausstil erweitert, damals aber noch ohne *Humpen* auf der Spitze. Das neue Wahrzeichen wurde Teil des Logos und zierte von da an die meisten Publikationen. Aus welchem Blickwinkel der Turm abgebildet wurde, war trotzdem noch willkürlich.

**1937** | Die Brauerei druckte ab 1937 ihre eigenen Bierdeckel in ihrem angebundenen Nebengebäude. Ab diesem Zeitpunkt wurde die Druckerei mit ins Logo eingebunden.

**1940** | Aufgrund der Eindeutschung luxemburgischer Namen während des 2. WK wurde aus der Brasserie de Diekirch die Aktienbrauerei Diekirch. Das Logo wurde dementsprechend geändert.

**1947** | Das erste richtige Logo entstand, entworfen von Herrn Tainmont, einem Uni-Professor für grafische Gestaltung. Darauf abgebildet ist ein Ritter in blauer Rüstung, mit Schwert und einem Bier, der vor der Brauerei in gelber Farbe steht, um für den nötigen Kontrast zu sorgen. Es gab zudem Variationen mit Wappen oben

und eine mit mehreren Rittern, die zusammen marschieren. Nebeninfo zum Wappen, wenn farbig abgebildet: Obwohl es das Diekircher Stadtwappen darstellen soll, ist der Löwe nicht silbern, sondern rot wie der *Roude Léiw*. Das Ritter-Logo wurde für den belgischen Markt entwickelt.

**1950** | Nur drei Jahre später war der Ritter wieder verschwunden, übrig blieb nur noch das Brauereigebäude. Der Blickwinkel hatte sich mittlerweile auch gefestigt. So ist das Gebäude mit dem Turm immer so dargestellt, als würde man es von der Kreuzung Avenue de la Gare / Rue de la Brasserie aus betrachten. Das Gebäude ist in blauer Farbe gehalten.

**1955** | In dieser Zeit wechselte die Farbe des Gebäudes von Blau zu Rot. Ansonsten tat sich nicht viel in Bezug auf die grafische Darstellung der Diekircher Brauerei.

**1959** | Vier Jahre später entstand dann ein neues Logo mit einem Ritterhelm. Der Blick des Helmes neigt sich leicht zur Seite, außerdem ruht er auf einem Schild, das mit einem großen D (für Diekirch) und einem Schwert (Überbleibsel aus dem alten Ritter-Logo) verziert ist. Umgeben ist das Ganze von schmückenden Ornamenten an der Seite (Pflanzen evtl. Rosenzweige?) und einer Krone oben. Im Hintergrund ist noch das Brauereigelände in Gelb zu erken-

nen (Gelb diente als Kontrast). Wie detailliert und in welchem Stil Objekte wie Helme und Ornamente dargestellt wurden hing vom jeweiligen Auftragnehmer ab. Als Farben benutzte man aber immer das für Brauereien typische Rot, Blau, Gelb und auch Schwarz.

**1961** | Das gelbe Brauereigebäude im Hintergrund fällt weg, da es nur schwer erkennbar ist, besonders auf Leuchtreklamen.

**1966** | Auf Anfrage von Großherzog Jean wurde das Logo durch das großherzogliche Wappen ersetzt, um ihm einen nationalen Charakter zu verleihen. Dieses Logo wurde jedoch nur für das Exportbier benutzt.

**1971** | Zur 100-Jahr-Feier der Brauerei wurde wiederum auf das Logo mit dem Ritterhelm zurückgegriffen, welches jedoch stilistisch sehr vereinfacht wurde. Die feineren Details verschwanden um das Logo erkenntlicher zu machen. Zudem war es einfarbig, meist in Rot oder Blau. Fortan wurde nur noch die beliebte Helvetica Schrift benutzt.

**1972** | Unter der Leitung eines neuen Direktors wurde das Logo nochmals vereinfacht und ist von nun an von einem spatenförmigen Feld umgeben. Die Helvetica Schrift blieb bestehen, wurde nun das Wort Diekirch in Großbuchstaben geschrieben.

**1989** | Unter neuer Führung wurde das Logo nun komplett geändert. Ab dem Zeitpunkt ist Diekirch mit einer neuen Schrift versehen. Hierbei handelt es sich um eine Modifikation aus der Schriftfamilie „Belwe“. Der Name Diekirch wird umrandet von einem abgerundeten Rechteck in Weiß, oben sind die Initialen der Brasserie de Diekirch in Goldschrift gekennzeichnet und in einer roten Ellipse platziert.

**1991** | Das Logo wurde ein wenig abgeändert. So ist der Schriftzug in einem blauen Rechteck mit abgerundeten Kanten abgebildet. Zudem ist der äußere Rand ein goldenes Band.

**2001** | Die Initialien in der Ellipse verschwanden und wurden bis 2006 durch den Ritterhelm aus dem alten Logo der 70er und 80er Jahren ersetzt. Womöglich um zu zeigen, dass man die Ursprünge der Brauerei nicht vergessen hat. (Die Diekircher Brauerei ist in der Zwischenzeit im Jahr 2000 mit der Brauerei Mousel zur Brasserie de Luxembourg fusioniert und im selben Jahr von Interbrew – heute ABInBev – aufgekauft worden)

**2006** | Doch schon einige Jahre später verschwanden sowohl der blaue Rahmen als auch die Ornamente. Übrig blieb der Schriftzug mit einem Wappen, das sich aus dem Diekircher Stadtwappen und einem roten Löwen (kein *Roude Léiw*) zusammensetzt. Die Schrift ist

seither von einer blauen Kontur umgeben. Zudem thront der Name im Kleinen auf dem Wappen.

**2011** | Um moderner zu wirken, entschloss sich die Brauerei nun auch die Schrift dynamischer zu gestalten. So ist der Name auf einem nach oben geneigten Bogen geschrieben, umrandet von einer blauen Kontur, einem goldenen Schlagschatten und einem weiteren Schatten in einem noch dunkleren Blau. Der Löwe schaut zudem in die andere Richtung auf das *À l'amitié*.

**2018** | Mit dem Bau der neuen Brauerei änderte sich nun auch das Logo des Bierherstellers. Als Schrift wird seitdem die Schriftart Adelle benutzt. Im Hintergrund sind statt des Wappens oder eines Löwen die Landesgrenzen Luxemburgs in vereinfachter Form zu sehen. Dabei ist das i-Pünktchen so positioniert, dass es den Standort Diekirchs in der „Karte“ aufzeigt. Die Farben Gold und Blau wurden übernommen, das Rot wurde jedoch weggelassen. (Rot sieht man nur noch auf den Etiketten und in der Werbung bei Slogans und dem Löwen) Im Hintergrund jedoch tauchen jetzt abstrahierte Formen unserer Nachbarländer und denen Italiens und Portugals auf. Damit soll die internationale Ausrichtung der Marke hervorgehoben werden.



1950

1966

1971

1972

1989



2001

2006

2011

2018



## MUSÉE D'HISTOIRE DE LA BRASSERIE DE LUXEMBOURG 30 JAHRE SAMMELN ZUM LUXEMBURGER BRAUWESEN

**E**rste Sammlerstücke zum Thema Bier hat der in Wolwelage lebende Yves Claude im Jahr 1990 zusammengetragen. Zu dem Zeitpunkt besuchte er das Lycée Classique in Diekirch und so ist es nicht verwunderlich, dass durch eingesammelte Bierdeckel und „aufgefundene“ Biergläser der Grundstock für seine spätere Sammlung gelegt wurde. In der Folgezeit entstand dann auch ein Arbeitskreis zur Aufarbeitung der Historie der Brauerei Diekirch. Als diese 1996 ihren 125. Geburtstag feierte zeichnete der damalige Sammler Serge Kugener verantwortlich für eine Ausstellung in der Brauerstadt; zwei Jahre später veräußerte dieser seine Schätze und Claude griff zu. In diesen Zeitabschnitt fallen auch erste Recherchen Claudes zum Luxemburger Brau- und Getränkewesen; in der Zwischenzeit sind bereits fünfzehn Veröffentlichungen (Bücher und Kataloge) zu diesen Themen erfolgt. Zusätzlich wurden 23 Newsletter (Stand Dezember 2020) erstellt.

### Zwei unter einem Dach

Mit der Gründung der Brauerei Luxembourg-Mousel-Diekirch im Jahr 2000 kam auch der Gedanke zum Aufbau eines Biermuseums auf. Die Gemeinde Diekirch stellte bereitwillig einige Räume im Obergeschoss der ehemaligen Kutschenfabrik Wagner im „Gruef“ zur Verfügung, und parallel zur Eröffnung des „Conservatoire National de Véhicules Historiques“ am 2. April 2004 schloss in Gegenwart der damaligen Kulturministerin Erna Henicot-Schoepges auch das „Musée d'histoire de la brasserie de Diekirch“ seine Türen auf. Eine Unachtsamkeit bei der Eintragung ins Register hatte zur Folge, dass die vereinseigenen Statuten erst 2007 rechtskräftig wurden und so mit Verspätung aus dem Arbeitskreis eine Vereinigung ohne Gewinnzweck (a.s.b.l.) wurde. Der Rahmen ausschließlich Memorabilia über den Bierproduzenten aus Diekirch zusammenzutragen war da schon längst verlassen, es wurde intensiv zu sämtlichen Brauereien Luxemburgs gesammelt.

### Blick auch auf die Province du Luxembourg

Als 2007 Luxemburg und die Großregion sich „Europäische Kulturhauptstadt“ nannte erfolgte auch die erste vereinseigene Ausstellung zum Thema Brauwesen. Bis zum heutigen Datum sind fünfzehn Ausstellungen erfolgt; zwölf im Großherzogtum Luxemburg (drei am Stammsitz in Diekirch) und drei in der der belgischen Provinz Luxemburg. Im Laufe der Zeit hat sich das Interesse des gemeinnützigen Vereins um das Bierwesen auch in die belgische Provinz Luxemburg erweitert, sodass diese im Januar 2015 in „Musée brassicole des deux Luxembourg“ umbenannt wurde. So wurden bisher nicht nur in Luxemburg, sondern auch im grenznahen Belgien Unmengen an historischem Material zur Bierherstellung gesammelt und somit auch vor der Zerstörung bewahrt. Zu dem Ganzen kommen dann noch stapelweise Unterlagen (Werbematerial, Buchführung, Aufsichtsratsberichte, u.s.w.) von Luxemburger und belgischen Brauereien hinzu. Auch dem Transportwesen gilt das Augenmerk, so konnten diverse Fahrzeuge, die Vereinigung besitzt sechs, erworben werden. Bedingt durch einen neuen Eigentümer, ein multinationaler Konzern, gibt es einen Kurswechsel in der Geschichtspflege bei der Brauerei aus der Sauerstadt. Der Pferdeanhänger der früher der Auslieferung von Eis diente wurde abgestoßen um dann so in den Besitz der Biermuseum a.s.b.l. zu gelangen. Von einem ehemaligen Getränkehändler konnte der „Zapwon“, ein Werbefahrzeug mit Ausschankvorrichtung aus den 1970er-Jahren, erworben und mit hohem finanziellem Aufwand restauriert werden.

Schätzungen zufolge sind zum Erhalt der Historie unserer Bierkultur in dreißig Jahren rund 35.000 Arbeitsstunden von den diversen Mitgliedern der Biermuseumvereinigung aufgebracht worden. So sind im Museum im „Gruef“ über tausend Einzelstücke ausgestellt, und der hundertfünfzigste Geburtstag der Diekircher Brauerei in diesem Jahr wird den Verein dann auch auf den Plan rufen. Das Projekt in naher Zukunft eine Museumswelt zu dieser Kultur der zwei Luxemburg einzurichten ist in die Wege geleitet.



Text & Fotos : Romain Heckemanns