

Zeitschrift: Rheinfelder Neujahrsblätter
Herausgeber: Rheinfelder Neujahrsblatt-Kommission
Band: 80 (2024)

Artikel: Grosse Wirkung! : Salmenbräu im Weltformat. Zwölf Plakatentwürfe für die Rheinfelder Brauerei
Autor: Barmettler Wälti, Stella
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1051685>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

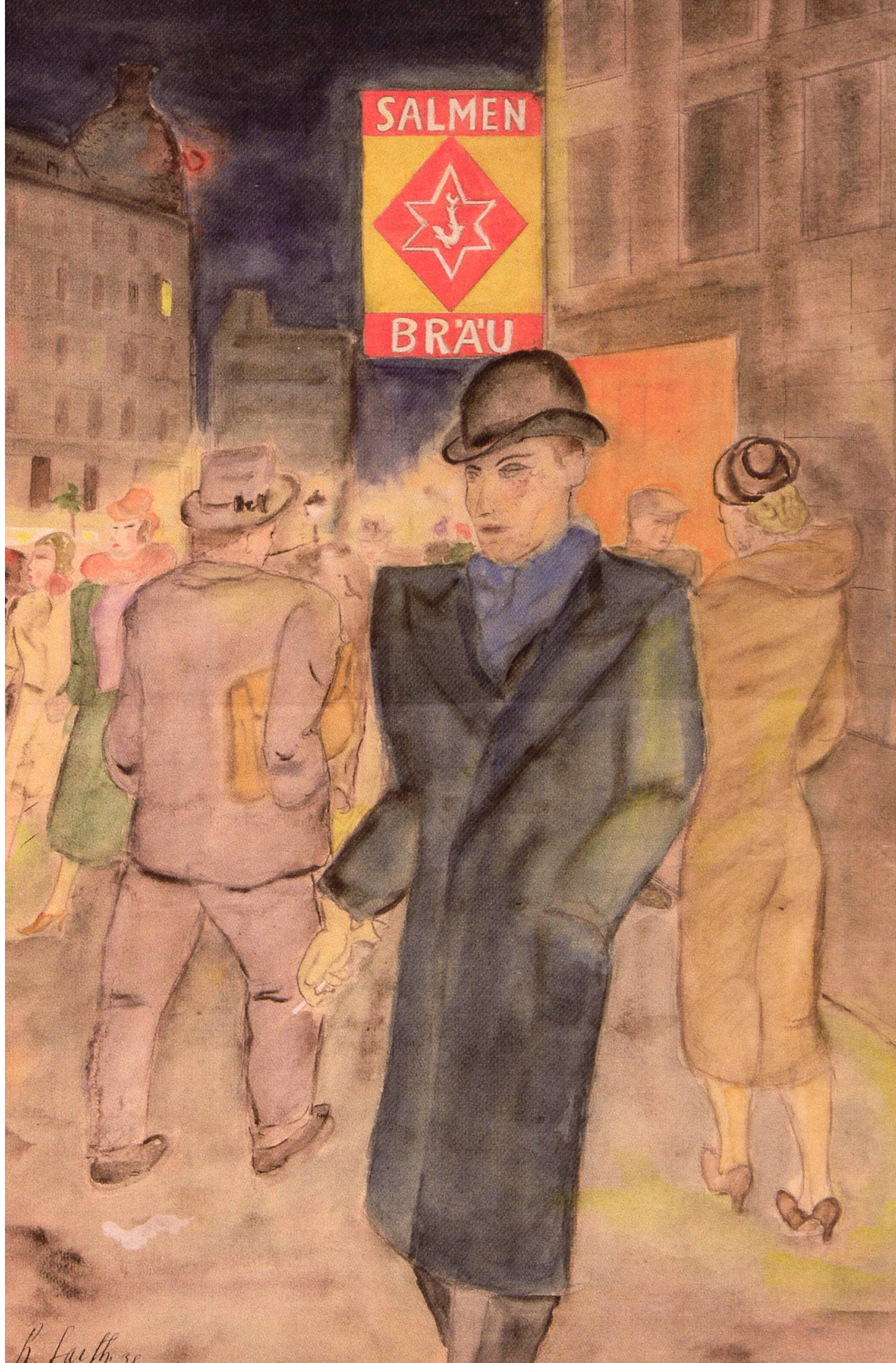
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 08.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



SALMEN
BRAU

K. Laith 30

Rückblick

Grosse Wirkung!

Salmenbräu im Weltformat.

Zwölf Plakatentwürfe für die

Rheinfelder Brauerei

Stella Barmettler Wälti

Übergross, farbig, prägnant und am Puls der Zeit: das Werbeplakat. Seine Präsenz im öffentlichen Raum und sein grosses Format garantieren ihm und seinem Auftraggeber Aufmerksamkeit und ein breites Publikum. Folgender Artikel bietet einen Einblick in die Plakatgeschichte der Brauerei Salmenbräu anhand von zwölf ausgewählten Entwürfen namhafter Gestalter. Dazu zählen international bekannte Künstler wie die Schweizer Emil Cardinaux (1877–1936), Albert Schnyder (1898–1989), Carl August Liner (1871–1946) oder der Deutsche Ludwig Hohlwein (1874–1949).

Die ausgewählten Plakatentwürfe sind Teil einer rund 500 Objekte umfassenden Schenkung der Brauerei Feldschlösschen an das Fricktaler Museum im Jahr 2022. Die Entwürfe repräsentieren einerseits die Entwicklung einer eigenen Werbe-Bildsprache der vor 225 Jahren von Franz Joseph Dietschy (1770–1842) gegründeten Rheinfelder Bierbrauerei zum Salmen¹, andererseits illustrieren sie sehr schön die Entwicklung der Plakatkunst zwischen dem letzten Jahrzehnt des 19. Jahrhunderts und dem wirtschaftlichen Aufschwung in den 1950er Jahren.

1 1799 erwarb Franz Joseph Dietschy (1770–1842) das Wirtshaus *zum Salmen* mitsamt Braurecht und setzte sein Bier in weitem Umkreis ab. Bereits im Jahre 1800 produzierte die Brauerei jährlich 1045 hl Bier. Die Gewinne steckte Dietschy in ausgedehnten Grundbesitz. Neben Gasstätte und Brauerei betrieb er eine stattliche Landwirtschaft. Zukunftsorientiert kaufte er um 1840 das Gelände in der Kloos sowie das Gasthaus *Zur Sonne*, das heutige Fricktaler Museum. Alois Dietschy (1810–1858) führte die vielseitigen Geschäfte seines Vaters – Gasthof *Zum Salmen* mit dazugehörigen Brauerei, Weinhandel, Schnapsbrennerei, Landwirtschaftsbetrieb – gemeinsam mit seiner Ehefrau Catharina Dietschy-Walz (1815–1887) weiter und brachte den Brauereibetrieb auf den neusten technischen Stand: Er verlegte die Bierkeller in die Kloos und nutzte als einer der ersten die Dampfmaschine in seiner Brauerei. Nach dem Tod Alois Dietschys im Jahr 1858 leitete seine Witwe Catharina Dietschy-Walz (1815–1887) das immer umfangreichere Geschäft. 1869 trat sie die Geschäftsführung an ihren Schwiegersohn Carl Habich-Dietschy (1845–1928) ab. Ab 1878 war er Eigentümer des Unternehmens und verlegte, nach den Plänen seines Schwiegervaters, die Brauerei in die Kloos und versah den Betrieb mit allen modernen Einrichtungen. 1892 änderte er den Firmennamen von «*Brauerei zum Salmen, F.J. Dietschy, Inh. C. Habich-Dietschy*» in «*Salmenbräu Rheinfelden, C. Habich-Dietschy*». 1900 wurde die Brauerei in eine Aktiengesellschaft umgewandelt. 1971 ging Salmenbräu in der Sibra-Holding (später Cardinal) auf und 1991 gelangte die Brauerei zur Feldschlösschen-Gruppe.

Die ersten Plakatentwürfe für Salmenbräu aus den 1880er und 1890er (Abb. 2) orientierten sich noch stark am Tourismusplakat dieser Zeit, in welchem sich alle Vorzüge zu einem einzelnen aussagekräftigen und symbolhaften Bild verdichten. Auch in diesem Entwurf gruppieren sich vier Medaillons mit Bildern der neusten technischen Ausbauten und den Orten des Biergenusses um ein zentrales Haupt-Bild: dem vogelperspektivischen Blick auf das moderne Salmenbräu-Areal in der Kloos. Dem Tourismusplakat folgend sind nur Firmenname «F. J. Dietschy Bierbrauerei zum Salmen», das rot-weiße Firmenlogo wie auch «Rheinfelden» als Firmenstandort in gotischen Buchstaben dominant am oberen und unteren Blattrand platziert.

Auch die charakteristischen geschwungenen Formen und dekorativen Motive des Jugendstils finden sich in den Plakaten der Rheinfelder Brauerei (Abb. 6). Aber bereits dieser unbekannte Gestalter verzichtete um die Jahrhundertwende auf eine Ansammlung verschiedener Bilder und inszenierte stattdessen eine im Rhein und vor dem Brauereigelände in der Kloos schwimmende, blumengeschmückte Nixe mit Salmenbräu-Logo als ein einzelnes, charakteristisches Motiv mit dynamischer Fernwirkung – selbstverständlich ergänzt mit Firmen- und Produktnamen.

Abb. 3: Rudolf Urech (1888–1951), o. T., 2. Viertel 20. Jh. (FM L.373)

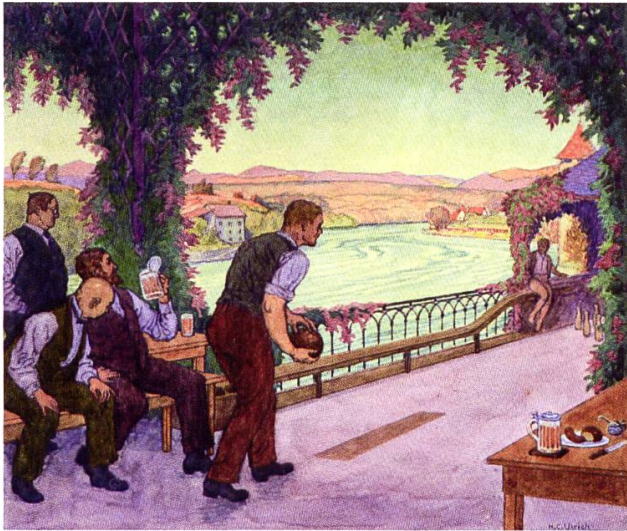




▲ Abb. 2: Unbekannt: F. J. Dietschy Bierbrauerei zum Salmen, zwischen 1885 und 1892 (FM L.349)

► Abb. 4: Rudolf Urech (1888–1951): Salmenbräu Rheinfelden 1916, 1915, (FM L.387)

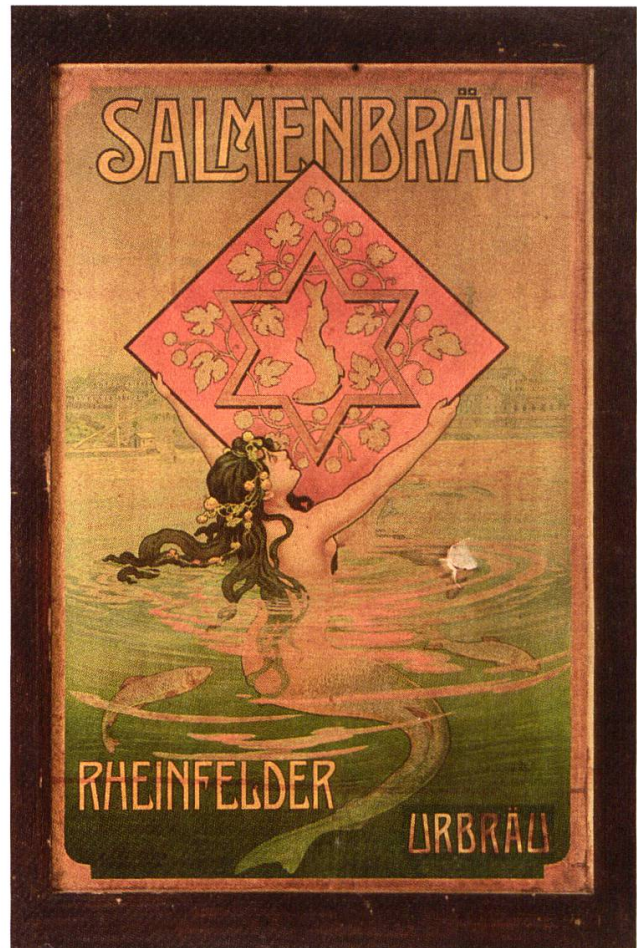


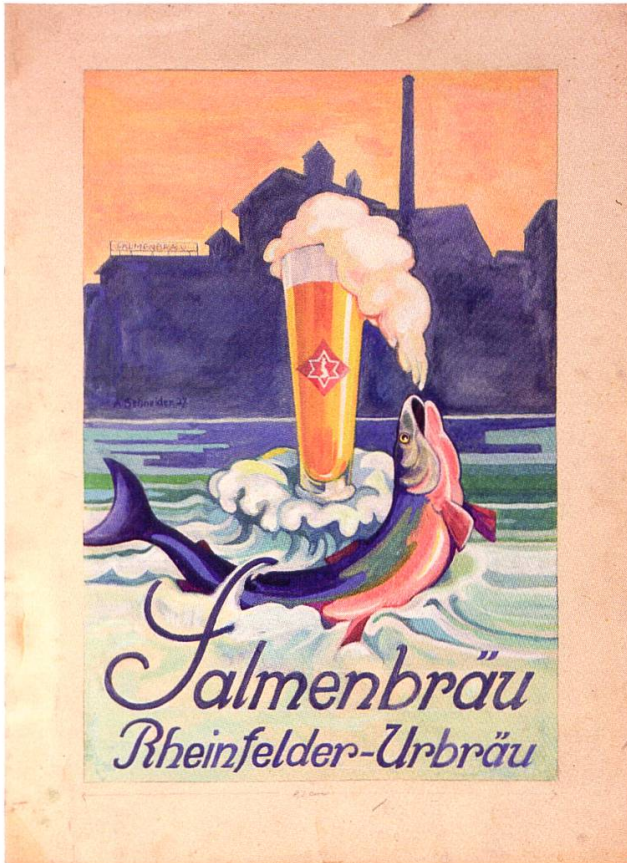


▲
Abb. 5: Hans Caspar Ulrich (1880–1950): O.T., 1920er (FM L.411)

▶
Abb. 6: Unbekannt: Salmenbräu. Rheinfelder Urquell, um 1900, (FM L.444)

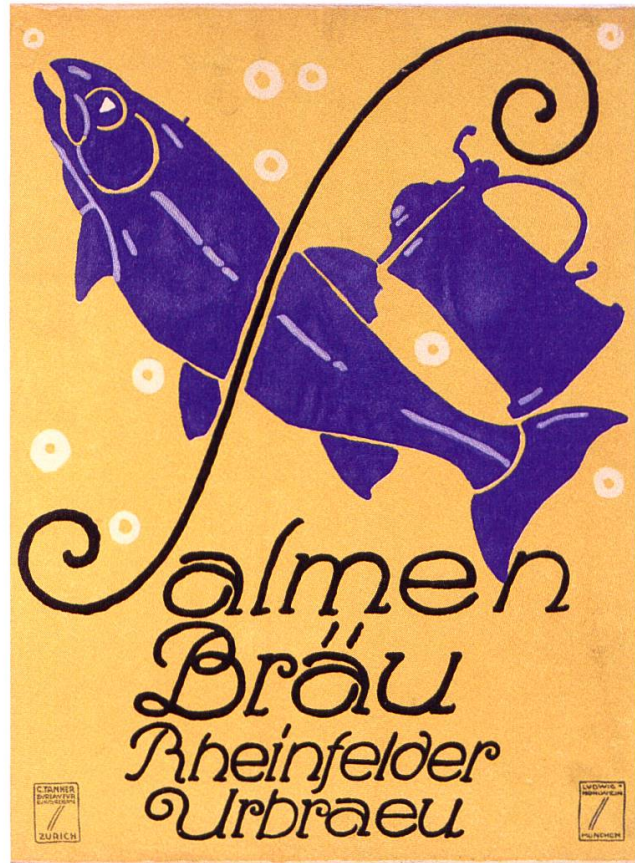
▼
Abb. 7: Emil Cardinaux (1877–1936): O.T., 1906 (FM L.359)





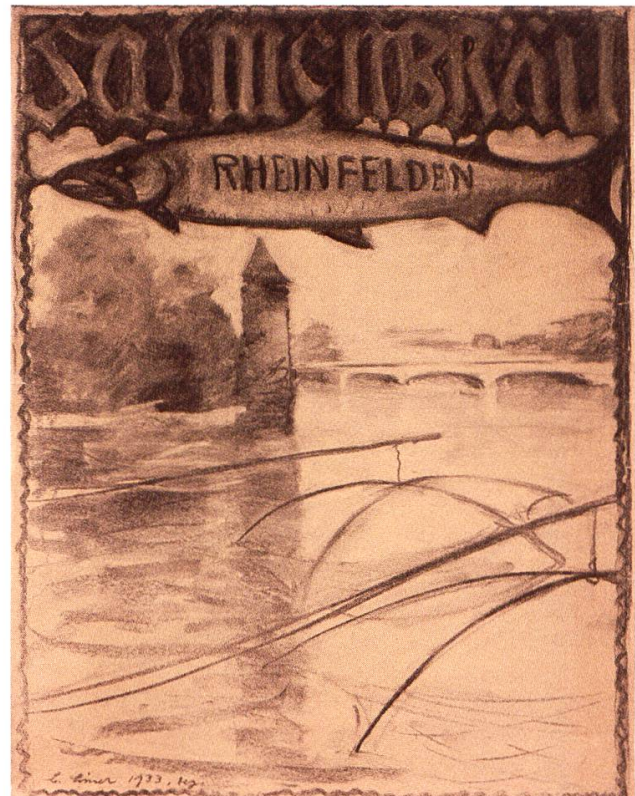
▲ Abb. 8: Albert Schnyder (1898–1989): Salmenbräu. Rheinfelder Urbräu, 1927 (FM L.353)
▼

Abb. 10: Alfred Koella (1913–2007): Salmenbräu, 1955 (FM L.356)



▲ Abb. 9: Ludwig Hohlwein (1874–1949): Salmenbräu. Rheinfelder Urbraeu, 1907 (FM L.402)
▼

Abb. 11: Carl August Liner (1871–1946): Salmenbräu Rheinfelden, 1933 (FM L.354)



Plakate von Emil Cardinaux (1877–1936)², wie sein Salmenbräu-Entwurf mit Vater Rhein vor nächtlicher Brauereikulisse in kräftigen Blautönen (Abb. 7), lösten die üppigen Jugendstilplakate mit ihrer neuen reduzierten und signethaften Bildsprache in der ersten Dekade des 20. Jahrhunderts ab. Sie zeichneten sich durch hohe malerische Qualitäten und eine neue Prägnanz der Mitteilung aus. Es ist erstaunt nicht, dass diese Plakatarbeiten richtungsweisend für das Schweizer Plakatschaffen wurden.

In den frühen Plakaten wie dem plakativ gestalteten blauen Salm vor gelbem Hintergrund (Abb. 9) von Ludwig Hohlwein (1874–1949)³ oder dem klar strukturierten und kontrastreich gefärbten Salmenbräu-Logo mit Schriftzug (Abb. 4) des Baslers Rudolf Urech (1888–1951)⁴ wurden schliesslich die üppige Ornamentik und Formensprache des Jugendstils endgültig zurückgelassen. Stattdessen zählte die Funktionalität der Plakate: Einfache Strukturen traten in den Vordergrund – das Sachplakat mit seiner vereinfachten Motivik und einprägsamen Farbgestaltung war geboren. Es wurde in ganz Europa wegweisend für die Entwicklung moderner Werbemethoden.

Abb. 12: Unbekannt:
Salmen Bockbier,
2. Drittel 20. Jh. (FM L.422)

-
- 2 *Emil Cardinaux (1877–1936)* war ein Pionier des Schweizer Künstlerplakates und widmete sich als einer der ersten Schweizer Maler mit seinem farbenreichen und durch seine Einfachheit bestechenden Stil der Plakatkunst. In klaren Formen und durch die von leuchtenden Farben geprägte, kontrastreiche Gliederung der Plakatfläche entwickelte er eine dekorativ überzeugende und äusserst werbewirksame Bildform.
 - 3 *Ludwig Hohlwein (1874–1949)* war studierter Architekt und zählte in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts zu den erfolgreichsten Münchner Werbekünstlern. Hohlwein entwickelte einen farbig nuancierten, flächig-dekorativen Plakatstil: Licht- und Schattenpartien wurden stark kontrastiert und verliehen der Darstellung Plastizität. Mit seiner charakteristischen, meist quadratisch gerahmten Signatur erhob er seine Werbeplakate zum eigentlichen Kunstwerk.
 - 4 *Rudolf Urech (1888–1951)* absolvierte eine Lehre als Dessinateur für Seidenweberei und besuchte nebenbei die Allgemeine Gewerbeschule Basel. Sein Wunsch, als Maler zu leben, wurde in seinem 18. Lebensjahr durch eine Krankheit beendet, in derer in Folge er taub wurde. So schulte sich Urech zum Reklamezeichner um und lernte zudem das Lithographieren.

SALMEN



BOCKBIER

Plakatgestalter wie Albert Schnyder (1898–1989)⁵, Hans Caspar Ulrich (1880–1950)⁶, Carl Augst Liner (1871–1946)⁷, Heinrich Bodin (1907–1957)⁸ und Alfred Koella (1913–2007)⁹ setzen in der Zwischenkriegszeit auf die Faszination an der naturalistischen Darstellung. Wir begegnen in ihren Salmenbräu-Entwürfen dem Salm mit Bierkrug vor der Silhouette des Brauereiareals (Abb. 8) ebenso wie den kegelnden Männern auf der Bahn im Garten des Rheinfelder Hotels Krone (Abb. 5), wir blicken auf den Messerturm mit den Fischergalgen im Vordergrund und der Maillart-Brücke im Hintergrund (Abb. 11), auch sind wir genauso Teil der rastenden Wandergruppe (Abb. 3) und der abendlichen, städtischen Strassenszene (Abb. 1) oder sitzen mit dem mondänen Paar am Flughafen-Tisch (Abb. 10). Solche realistischen Kompositionen in effektvoller Buntheit waren direkt aus dem Leben der Menschen gegriffen. Ihre Nähe zum Alltag der Konsumenten förderten die Identifizierung mit dem Bier der Rheinfelder Brauerei Salmenbräu und steigerten dadurch die Wirksamkeit der Botschaft.

In Zeiten des Wirtschaftswunders veränderte sich die Aufmachung des Werbeplakats erneut. Ziel war es nun, möglichst viele Adressaten zu erreichen. So wurden die Plakate wiederum vereinfacht und stilisiert: Mit knapp gehaltenen Bild-Text-Botschaften sollte das Produkt für sich selbst stehen und sprechen – genauso wie der einfache, aber umso wirkungsvollere Plakatentwurf mit dem einzelnen, überdimensionierten Salm eines nicht bekannten Grafikers für das «*Salmen Bockbier*» (Abb. 12).

Grossformatig und mit grosser Wirkung! Jeder der gezeigten Plakatentwürfe für die Brauerei Salmenbräu ist in seiner Gestaltung Ausdruck seines Jetzt und besitzt so seinen ganz eigenen Charme – einen Reiz, dem wir uns auch heute nicht entziehen können.

-
- 5 *Albert Schnyder (1898–1989)* war ausgebildeter Lithograph und als Maler, Zeichner und Gestalter tätig. Schnyder lernte während seinen Studienaufenthalten in München, Berlin und Paris das Werk der Kubisten und Expressionisten kennen, welche sein Frühwerk stark prägten. Nach seiner Rückkehr 1924 nach Delsberg, setzte er sich malerisch mit der jurassischen Landschaft auseinander und entwickelte seine unverkennbare figurative Bildsprache, welche auch seine Plakate stark prägte.
- 6 *Hans Caspar Ulrich (1880–1950)* war ausgebildeter Lithograf, welcher sich 1904–1908 in Paris an der Académie Julian ausbilden liess. Ulrich schuf neben Lithografien, Aquarellen und Gouachen auch Entwürfe für Handstickereien und war auch als Textilkünstler tätig. Später fokussierte er sich auf Malerei und Zeichnung.
- 7 *Carl Augst Liner (1871–1946)* war Künstler, Zeichenlehrer und Illustrator. Liner war Pionier der Druckgrafik und beschäftigte sich in der Schweiz als einer der ersten damit: So entwarf er Briefmarken, gestaltete Zeitschriftenillustrationen und eines der ersten Schweizer Plakate.
- 8 *Heinrich Bodin (1907–1957)* – mit Taufnamen Henri Barth – war Maler, Zeichner und Illustrator in Basel. Bodin war ein Reisender, unterwegs in Paris, Berlin und Marokko. Zuletzt war er wieder in Basel wohnhaft, wo er Gründungsmitglied der Künstlergruppe 48 war.
- 9 *Alfred Koella (1913–2007)* war Künstler und Werbegrafiker und gestaltete Inserate, Prospekte und Plakate in virtuoser Technik für bedeutende Schweizer Firmen wie Swissair oder verschiedene Getränkefirmen.

