

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA PEDAGOGICKÁ
KATEDRA NĚMECKÉHO JAZYKA

BIERKULTUR IN BAYERN UND BÖHMEN

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Jana Míšková

Specializace v pedagogice, obor Německý jazyk se zaměřením na vzdělávání

Vedoucí práce: Mgr. Julia Wittmann, B. A.

Plzeň 2015

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit selbstständig mit Verwendung von angeführten Literatur und Informationsquellen ausgearbeitet habe.

Pilsen am 6. April 2015

.....
eigenhändige Unterschrift

DANKSAGUNG

Ich bedanke mich bei der Frau Mgr. Julia Wittmann, B. A., für ihre Bereitwilligkeit und wertvollen Ratschläge bei der Führung meiner Bachelorarbeit.

INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG.....7

1 KULTUR8

1.1 KULTURBEGRIFF - ENTSTEHUNG, ENTWICKLUNG UND DEFINITIONEN.....8

1.2 AKTUELLE KULTURTHEORIEN12

1.3 GRUNDEIGENSCHAFTEN DER KULTUR15

1.3.1 Erlernbarkeit15

1.3.2 Gemeinsamkeit15

1.3.3 Integrität16

1.3.4 Rationalität16

1.3.5 Dynamismus16

1.3.6 Adaptabilität17

1.3.7 Symbolhaftigkeit17

2 BIERKULTUR18

2.1 DEFINITION DER BIERKULTUR18

2.2 ENTSTEHUNG DER BIERKULTUR ALLGEMEIN20

3 BIERKULTUR IN BAYERN21

3.1 ENTSTEHUNG DER BIERKULTUR IN BAYERN21

3.2 SYMBOLE DER BIERKULTUR IN BAYERN22

3.2.1 Hofbräuhaus in München22

3.2.2 Oktoberfest.....23

3.2.3 Biergärten24

4 BIERKULTUR IN BÖHMEN.....25

4.1 ENTSTEHUNG DER BIERKULTUR IN BÖHMEN25

4.2 SYMBOLE DER BIERKULTUR IN BÖHMEN.....26

4.2.1 Pilsner Urquell Brauerei und Pilsner Bier26

4.2.2 Bierfeste27

4.2.3 Kneipen.....28

5 FRAGEBOGENUNTERSUCHUNG.....30

5.1 UNTERSUCHUNGSMETHODEN.....30

5.2 DIE BEFRAGTEN.....31

5.3 BESTIMMUNG DER HYPOTHESEN.....33

5.4 DATENANALYSE34

5.4.1 Würden Sie Bier als bayerisches und tschechisches Volksgetränk bezeichnen?.....34

5.4.2 Wie nehmen Sie ihre Bierkultur (Bierfeste, Biermarken, Kneipen, ...) wahr?36

5.4.3 Was ist Ihrer Ansicht nach ein spezifisches Symbol der Bierkultur in Tschechien und der Bierkultur in Bayern?.....37

5.4.4 Welche tschechische / bayerische Biermarken kennen Sie?.....40

5.4.5 An welchen Bierfesten haben Sie schon teilgenommen?42

5.4.6 An welchen mit Bier verbundenen Kulturaktivitäten und Tätigkeiten haben Sie schon teilgenommen?43

5.4.7 Wie oft trinken Sie Bier?.....45

5.4.8 Welche Biermarken trinken Sie?.....46

5.4.9 Wo trinken Sie Bier am meisten?.....48

5.5 AUSWERTUNG VON HYPOTHESEN.....50

ZUSAMMENFASSUNG52

RESUMÉ.....54

LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS	55
LITERATURVERZEICHNIS	55
INTERNETQUELLEN.....	57
GRAPHENVERZEICHNIS.....	58
ANHANGSVERZEICHNIS	59
ANHANG.....	I

EINLEITUNG

Sowohl Bayern als auch Böhmen sind bekannt für die Herstellung von hervorragenden weltberühmten Bieren und für die langjährige und reiche Biertradition. Deshalb kann man über *Bierkultur in Bayern und Böhmen* sprechen, die auch das Thema meiner Bachelorarbeit ist.

Die vorliegende Arbeit hat mehrere Ziele. Das erste von ihnen ist die Erfindung der möglichen Definition von Bierkultur. Weiter will ich anhand der Fragebogenuntersuchung feststellen, wie die Bayern und die Tschechen ihre Bierkultur wahrnehmen, womit sie sich an ihr am meisten beteiligen und welche Ansichten und welches Bewusstsein sie in Bezug auf die Bierkultur ihrer Nachbarn haben, also die Bayern bezüglich der böhmischen und die Tschechen bezüglich der bayerischen Bierkultur. Damit steht die Bestimmung und Auswertung von Hypothesen in Zusammenhang.

Im theoretischen Teil wird zunächst die Entstehung, Entwicklung und Definitionen des Begriffs Kultur angeführt, und zwar hauptsächlich aus der Sicht der Sozialwissenschaften. Dann folgt die Beschreibung der Grundeigenschaften der Kultur, zu denen beispielsweise die Symbolhaftigkeit gehört. Gerade auf die Symbole einer Kultur legt man nämlich in den aktuellen Kulturtheorien großen Wert. Auf der Grundlage dieser gewonnenen Erkenntnisse wird hier versucht, die Definition der Bierkultur aufzustellen. Weiter beschäftige ich mich im theoretischen Teil damit, wo und wann Bier zum ersten Mal gebraut und konsumiert wurde, wo und wann also mit anderen Worten die erste Bierkultur entstand. Dann ist hier auch die Entstehung der Bierkultur in Bayern und Böhmen angegeben und folgt die Beschreibung von bekanntesten Symbolen der beiden Bierkulturen, wobei es bei der bayerischen Bierkultur um Hofbräuhaus in München, Oktoberfest und Biergärten und bei der böhmischen Bierkultur um Pilsner Urquell Brauerei, Pilsner Bier, Bierfeste und Kneipen geht.

Den praktischen Teil bildet die Fragebogenuntersuchung, an der 100 Befragte aus Bayern und 100 Befragte aus Böhmen teilnahmen. Ihr Ziel ist die Bestätigung oder die Widerlegung der vorher festgestellten Hypothesen. Die Methode der Fragebogenuntersuchung wählte ich aus, weil sie ermöglicht, Antworten von einer Vielzahl von Personen in einer relativ kurzen Zeit zu sammeln.

1 KULTUR

Der Begriff Kultur wird in der letzten Zeit häufig in Anspruch genommen und deshalb beschäftigen sich mit ihm viele Wissenschaftsdisziplinen wie Archäologie, Psychologie, Philosophie, Ethnologie, Kulturanthropologie oder Soziologie. Er stellt einen der zentralen Schlüsselbegriffe gegenwärtiger Forschung dar. Daraus ergibt sich, dass es viele unterschiedliche Kulturauffassungen gibt.

Dieses Kapitel soll erläutern, was heutzutage unter dem Kulturbegriff verstanden wird, wie er entstand, wie er sich entwickelte und welche Ansichten es bezüglich seiner Definition gibt. Kultur wird hier hauptsächlich im sozialwissenschaftlichen Sinne behandelt, konkret vor allem im Hinblick auf Soziologie, Kulturanthropologie und Ethnologie. Diese Disziplinen stehen nämlich miteinander in Zusammenhang, weil wie bei Hillmann zu lesen ist, bildet ein sozialisierter und enkultrierter Mensch, Gesellschaft und Kultur einen soziokulturellen Lebenszusammenhang, weil sie wechselseitig in sich durchdringen und voneinander abhängen (vgl. Hillmann 1994: 461). In diesem Kapitel lassen sich schon Hinweise zur Bierkultur finden.

1.1 KULTURBEGRIFF - ENTSTEHUNG, ENTWICKLUNG UND DEFINITIONEN

Schon der niederländische Kulturhistoriker Huizinga zweifelte im Jahre 1938 daran, ob die Bedeutung des Begriffs Kultur überhaupt gekannt wird, weil dieser Begriff schon damals täglich gebraucht wurde. Er nahm einen Unterschied zwischen Kultur im historischen und aktuellen Sinne wahr, wobei die Kultur im aktuellen Sinne seiner Ansicht nach einen unklaren Charakter hat. Er bemühte sich also nicht den Begriff Kultur zu definieren, aber er betonte, dass er nicht nur mit Bildung und Denken, sondern auch mit einer Tätigkeit und einem Erleben verbunden wird (vgl. Huizinga 1938: 11 ff.).

Der Kulturbegriff wird seit Urzeiten verwendet. Wie bei dem deutschen Soziologen und Kulturwissenschaftler Moebius zu lesen ist, entstand er schon in der Antike, aber der Ursprung des Wortes Kultur befindet sich im lateinischen Verb *colere*, was unter anderem bearbeiten, pflegen oder verehren bedeutet. Ursprünglich wurde unter den Ausdrücken *Bearbeitung* und *Pflege* die Bearbeitung und die Pflege von Acker oder von äußerer Natur verstanden. Im Laufe der Zeit wurden diese Bezeichnungen auf den Menschen und seine Kultivierung erweitert. Zur Genese des Wortes Kultur trug auch Cicero mit seiner

Bezeichnung *cultura animi* bei. Es handelte sich um seine Philosophie, die Seelenpflege betraf (vgl. Moebius 2009: 14 f.).

Laut des deutschen Soziologen Simmel stellte Kultur eine bewusste Formgebung und Veredelung bereits vorhandener Dispositionen der Menschen dar. Später wurde der Begriff Kultur als Kultivierung der Sitten aufgefasst. Der deutsche Philosoph und Kulturhistoriker Pufendorf verstand unter Kultur im Zeitalter der Frühaufklärung die Abgrenzung des Tieres von dem Menschen, der im Gegensatz zum Tier kultiviert werden kann (vgl. a.a.O., S. 15 f.).

Im neuzeitlichen Sinne wurde der Terminus Kultur vom deutschen Philosophen Herder konzipiert. Moebius weist auf Folgendes hin: „Statt eine höhere, überlegene Lebensweise zu bezeichnen, meint „Kultur“ bei Herder nun allgemein die kulturspezifische und historische Lebensform eines Kollektivs“ (a.a.O., S. 16). Daraus kommt zum Vorschein, dass Herder der erste war, der die Bezeichnung Kultur als einen sozialwissenschaftlichen Begriff betrachtete, indem er sie mit einer Gemeinschaft oder mit einem Volk verband.

Herder vertrat die Meinung, dass jede Kultur gleichwertig und relativ ist und darum nicht mit anderer Kultur verglichen werden kann. Seiner Ansicht nach wird jeder Mensch von seiner Kultur beeinflusst und deshalb kann sein Vergleich der Kulturen nicht objektiv sein. Im Gegensatz dazu begann mit dem Vergleichen von Kulturen der deutsche Philosoph Spengler, der das europäisch-nordamerikanische Abendland mit indischer, chinesischer, ägyptischer, römischer, griechisches, arabischer oder mexikanischer Kultur einen Vergleich zog (vgl. Hauck 2006: 28 ff., Moebius 2009: 16). Der amerikanische Kulturanthropologe Lawless weist darauf hin, dass jede Kultur ihre Relativa und Universalien hat, wobei die Relativa nur für sie typisch sind und die Universalien gemeinsam für alle Kulturen sind. Als Beispiel kann Essen angeführt werden, das selbst zu den Universalien gehört, aber wie man isst und was man für das Essen hält, gehört schon zu den kulturellen Relativa (vgl. Lawless 1996: 48, übersetzt von J. M.).

Laut des polnischen Anthropologen und Soziologen Malinowski stellt Kultur „sekundäre Umwelt“ dar, die vom Menschen geschaffen wird (vgl. Malinowski 1949, zit. n. Steinbacher 1976: 51). Auch in der Enzyklopädie Brockhaus ist geschrieben, dass mit dem Terminus Kultur in seinem weitesten Sinne alles von Menschen geschaffene benannt

werden kann, was also nicht aus der Natur kommt (vgl. Brockhaus 1997: 612). Daraus ergibt sich, dass Kultur in dieser Auffassung den Gegensatz von Natur zum Ausdruck bringt und immer etwas Künstliches oder Konstruiertes in ihrem Wesentlichen bedeutet.

Am stärksten soziologisch beschäftigte sich mit Kulturtheorie in Deutschland am Anfang des 20. Jahrhunderts Alfred Weber, der das Seelische der Völker als den Kern der Kultur bestimmte (vgl. Hauck 2006: 44 f.).

Mit dem anti-biologischen oder auch sogenannten anti-rassistischen Konzept der Kultur kam in den 20. Jahren des 20. Jahrhunderts die amerikanische Kulturanthropologie. Gegen eine biologische Determiniertheit der Kultur stellte sich besonders der amerikanische Anthropologe Boas. Er hob hervor, dass die Begriffe Kultur und Rasse nicht miteinander vermengt werden können, weil es zwischen ihnen große Unterschiede gibt. Während eine Rasse biologisch determiniert wird, weil Angehörige der Rasse gemeinsame Vorfahren haben, die charakteristische biologische Merkmale aufweisen und genetisch verwandt sind, ist Kultur dagegen anti-biologisch konzipiert. Sie stellt eine selbstständige Kulturformation dar, die nach Boas materielle Kultur, technische Erkenntnisse, Kunst, Religion sowie soziale Beziehungen, Moralgesetze oder Sprache umfasst (vgl. a.a.O., 63 ff.). Daraus kommt zum Vorschein, dass nicht Rasse, sondern Kultur Unterschiede in den Verhaltensweisen oder in den Persönlichkeitsmerkmalen der Vertreter einer Gesellschaft primär beeinflusst.

Lawless vertrat im Gegensatz zu Boas die Ansicht, dass materielle Gegenstände zur Kultur nur im Kontext gehören, d. h. wie sie hergestellt, benutzt oder verändert werden, wie mit ihnen die Menschen umgehen und was sie sich über sie denken (vgl. Lawless 1996: 39, übersetzt von J. M.). Nach dieser Auffassung kann beispielsweise also Bier selbst nicht zur Kultur gezählt werden, aber die Bierherstellung, Bierkonsumgewohnheiten oder Ansichten der Menschen bezüglich des Bieres und der Bierkultur schon.

Kurz nach dem anti-rassistischen Konzept der Kultur begann eine Vielzahl von Kulturdefinitionen von verschiedenen Autoren zu entstehen. Hauck (vgl. 2006: 93) bezeichnet diesen Prozess als „Definitionsbesessenheit“ und führt an, dass die amerikanischen Kulturanthropologen Kroeber und Kluckhohn insgesamt 164 Definitionen von Kultur in ihrem Band aus dem Jahre 1952 *Culture. A Critical Review of Concepts and*

Definitions sammelten, interpretierten und unter verschiedenen Aspekten klassifizierten. Zum Schluss gelangten sie zu ihrer eigenen Kulturdefinition, die sich aber unübersichtlich und teilweise unverständlich scheint. Befriedigender und fasslicher ist Kluckhohns Definition der Kultur, die er im Werk *Culture and Behavior* erwähnt, und zwar:

This kind of learned behavior, which, in its specific aspects, is common to a group of people, transmitted by the older generation to its offspring, or transmitted by any member of the group to a member or other members of the group, is called culture (Kroeber 1962: 22 f., zit. n. Hauck 2006: 93).

Daraus geht hervor, dass er davon überzeugt war, dass Kultur eine gelernte für eine Menschengruppe gemeinsame Verhaltensweise darstellt, wobei er ihre Überlieferung durch ältere Generationen oder durch ihre Mitglieder betonte.

Um 1900 wurde über eine Kulturkrise der Moderne gesprochen. Der deutsche Philosoph Nietzsche hob hervor, dass unter Kultur eine Gesellschaft verstanden wird (Moebius 2009: 20 ff.). Daraus wurde also die Schlussfolgerung gezogen, dass es um eine Gesellschaftskrise ging. Laut Nietzsche geschah es in der deutschen Gesellschaft zu einer Umwertung der Werte. Mit dem Wertbegriff und den Kulturwerten beschäftigten sich auch die deutschen soziologischen Klassiker Georg Simmel und Max Weber, der über eine Wertfreiheit sprach. Die beiden nahmen gesellschaftliche Entwicklung eher pessimistisch wahr (vgl. ebd.).

Eine der bekanntesten Kulturdefinitionen ist die von dem englischen Anthropologen Edward B. Tylor. Er definierte Kultur als:

das komplexe Ganze, das Wissen, Glauben, Kunst, Moral, Gesetze, Bräuche sowie alle anderen Fähigkeiten und Gewohnheiten umfaßt, die der Mensch als Mitglied der Gesellschaft erwirbt (Tylor 1871: 7, zit. n. Sandkühler 1990: 904).

Während früher die hohen Künste und die besonderen geistigen Leistungen als Kultur betrachtet wurden (vgl. Fuchs-Heinritz 1995: 379), wird in den Auffassungen von Herder, Tylor oder Boas der gesamte Bereich des Lebensstils der Menschen zur Kultur gezählt (vgl. Moebius 2009: 18). Im Gegensatz dazu wurden seit dem *Cultural Turn* um 1979 Theorien entwickelt, dass Kultur nur ein Subsystem unter anderen bildet, z. B. neben Religion, Politik, Ökonomie etc. (vgl. a.a.O., S. 77).

1.2 AKTUELLE KULTURTHEORIEN

Zu den aktuellen Kulturtheorien zählt sich das aus dem Jahr 1982 stammende Zentralkonzept des französischen Anthropologen und Soziologen Bourdieu, das Konzept des Habitus. Wie bei Sandkühler zu lesen ist, geht es von der Idee aus, dass sich Strukturen der ökonomischen Ungleichheit in den Strukturen der sozialen bzw. kulturellen Ungleichheit widerspiegeln. Habitus stellt laut Bourdieu ein System von Dispositionen dar, die man unbewusst durch eine Bewegung in einem bestimmten sozialen Raum gewinnt (vgl. Sandkühler 1990: 906). Habitus verkörpert mit anderen Worten unterbewusste Wahrnehmungs-, Denk- und Verhaltensgewohnheiten, die man ohne Absicht durch das Leben in einem sozialen also kulturellen Milieu lernt. Unter einem unterschiedlichen Benehmen der Menschen verstand Bourdieu ein Produkt von verschiedenen Lebensweisen, die sich eindeutig zu einem bestimmten ökonomischen und sozialen Milieu zuordnen lassen. Habitus ist das Produkt jeder Klasse oder Gruppe, wobei familiäre Sozialisation hier keine große Rolle spielt, und es ist vor allem Habitus, das verschiedene Gesellschaftsklassen voneinander unterscheidet (vgl. ebd.).

Während in der Antike unter Terminus Kultur immer ‚Kultur-von-etwas‘ verstanden wurde, kommt der moderne Kulturbegriff ohne Genitiv vor (vgl. Baecker 2001: 61 ff.). Aber zugleich spricht der gegenwärtige deutsche Soziologe Baecker über die Kultur einer Kultur. Er erwähnt z. B. *die Kultur einer Subkultur, die Kultur des Bücherlesens* oder *die Kultur des Biertrinkens* und fügt hinzu, dass sowohl das gepflegte Buch als auch das gepflegte Bier in der Kultur eine Funktion hat (vgl. a.a.O., S. 35). Laut Baecker gehören zu den Schwerpunkten der Kultur Kunst und Moral also Werke und Werte (vgl. a.a.O., S. 181). Im Kontext der Bierkultur kann als die Kunst die Braukunst und als ihr Werk Bier betrachtet werden. Zur Moral kann z. B. Biertrinken in Maßen gezählt werden und zu den Werten können Meinungen der Menschen über eine Bedeutung der Bierkultur gehören.

Der deutsche Soziologe Franz Steinbacher vertritt die Ansicht, dass es keine einheitliche und allumfassende Kulturdefinition gibt. Die bisherigen Kulturbestimmungen wie *erlerntes Verhalten, geistige Welt der Persönlichkeit, das Streben nach Verbesserung menschlicher Fähigkeiten, die Gesamtheit der Sitten und Bräuche, die Gesamtheit sozial überlieferter Formen des Verhaltens* oder *das Schöpferisches an sich* bezeichnet er nur als ‚Definitionsversuche‘. Er führt auch ein Beispiel an, an dem deutlich zu sehen ist, wie sich

unterschiedliche Wissenschaftsdisziplinen gegeneinander opponieren können, weil im Gegensatz zu vielen Psychologen für Ethnologen auch materielle Sachen Kultur darstellen können (vgl. Steinbacher 1976: 17). Steinbacher stellt auch fest, warum für Soziologen besonders problematisch ist, der Terminus Kultur zu definieren. Der Grund dafür besteht seiner Meinung nach darin, dass große Verbundenheit zwischen dem Sozialen und dem Kulturellen entstand (vgl. a.a.O., S. 18). Daraus kann die Schlussfolgerung gezogen werden, dass alles das, was menschliche Gesellschaft betrifft, kann mit Kultur verknüpft werden. Deshalb werden Wörter *sozial* und *kulturell* häufig als Synonyme in Anspruch genommen.

In der heutigen Zeit neigen die Soziologen wie Hauck (vgl. 2006: 7), Baecker (vgl. 2001: 33) oder Soeffner (vgl. 2003: 172) der Ansicht zu, dass es keine präzise und verlässliche Kulturdefinition gibt oder dass sie sogar nicht notwendig ist. Aber wie bei Hillmann zu lesen ist, werden in der Soziologie für das Wesen der Kultur allgemeine kollektive Vorstellungen gehalten, zu denen Werte und weltanschauliche Orientierungen zählen. Aus diesen Vorstellungen werden dann verschiedene soziale Normen oder Verhaltensmuster gebildet, die durch den Prozess der Sozialisation und Enkulturation den Mitgliedern einer Gesellschaft weitergegeben werden (vgl. Hillmann 1994: 461). Als Normen werden Verhaltensweisen aufgefasst, die von einer Gemeinschaft für gewöhnlich annehmbar und geeignet gehalten werden. Während für die meisten Französer und Italiener beispielsweise ganz üblich ist, nach dem Mittagessen ein Glas Wein zu servieren, scheint es den Bayern und Tschechen, die zum Mittagessen eher ein Glas Bier trinken, ungewöhnlich. Daraus kommt zum Vorschein, dass die Französer und Italiener im Gegensatz zu den Bayern und Tschechen andere Trinkgewohnheiten, mit anderen Worten Trinknormen, haben.

Die Verbindung von Orientierung und Gesellschaft kommt auch in einer Definition von Alexander Thomas vor, der sich mit der interkulturellen Psychologie beschäftigt. Seine Kulturdefinition klingt:

Kultur ist ein universelles, für eine Gesellschaft, Organisation und Gruppe aber sehr typisches Orientierungssystem. Dieses Orientierungssystem wird aus spezifischen Symbolen gebildet und in der jeweiligen Gesellschaft usw. tradiert. Es beeinflusst das Wahrnehmen, Denken, Werten und Handeln aller ihrer Mitglieder und definiert somit deren Zugehörigkeit zur Gesellschaft. (...) (Thomas 1993: 380).

Diese Definition gehört heutzutage zu den bekanntesten modernen Kulturbestimmungen. Thomas führt an, dass das Bedürfnis nach Orientierung das wesentlichste Bedürfnis der Menschen ist und dass Entwicklung von Kultur alle Formen der Lebensgemeinschaften der Menschen betrifft, also nicht nur die Nationalkultur (vgl. Thomas/Utler 2013: 42).

In der modernen Kulturtheorie kann der Kulturbegriff als ein Vergleichsbegriff betrachtet werden. Nach Baeckers soziologischer Auffassung ist die Entstehung einer Kultur durch einen kulturellen Kontakt bedingt, bei dem ihre eigenen Spezifika und Unterschiede zwischen ihr und anderer Kultur deutlich zu sehen sind (vgl. Baecker 2001: 16). Baecker geht davon aus, dass der moderne Kulturbegriff anhand des Vergleichens definiert werden kann: „Kultur ist das, was unvergleichbare Lebensweisen vergleichbar macht“ (a.a.O., S. 47). Auch bei Rustemeyer wird auf das Vergleichen hingewiesen. Er vertritt die Ansicht, dass für moderne Gesellschaft ihre Selbstbeschreibung als Kultur typisch ist. Der Grund dafür besteht darin, dass die moderne Gesellschaft mit anderen Gesellschaften oder Zeiten verglichen werden will. Mit der Selbstbeschreibung der modernen Gesellschaft als Kultur ist auch Baecker einverstanden und fügt hinzu, dass Kultur immer mit Reflexion verknüpft ist (vgl. Baecker et al. 2008: 7).

Der deutsche Soziologe Soeffner führt an, dass Kultur eine Zusammenfassung einer charakteristischen Zugangsweise des Menschen und seiner Aktivität zum Ausdruck bringt, und zwar nicht nur auf sich selbst, sondern auch auf die Menschen in seiner Umgebung und auf seine Umwelt selbst. Ebenfalls schließt die Kultur auch Resultate dieser menschlichen Aktivität ein. Soeffner behauptet weiter, dass Kultur ein Bestandteil von unserem Leben ist und dass durch sie sowohl unsere eigentümliche Einstellung zur Welt als auch zu uns selbst reflektiert wird. Weiter weist er darauf hin, dass die Menschen darauf einen Einfluss haben, ob die Kultur bewahrt wird oder ob und wie sie verändert wird (vgl. Soeffner 2003: 171). Daraus ergibt sich, dass sich Kultur einzig auf die menschliche Gattung bezieht und von ihr auch konstruiert wird.

Im Gegensatz zur Soeffners Kulturauffassung steht die Kulturdefinition des niederländischen Kulturwissenschaftlers Hofstede, der Kultur als „kollektive Programmierung der Gedanken, Gefühle und des Handelns der Menschen“ bezeichnet (Thomas/Utler 2013: 41). Aus der Hofstedes Kulturbestimmung geht also hervor, dass

nicht die Kultur von den Menschen, sondern die Menschen von der Kultur gebildet und beeinflusst werden.

In die Soziologie dringen in der Gegenwart mehr als je zuvor ethnologische Theorien durch. In ihrem Mittelpunkt steht heutzutage die Analyse und Interpretation typischer Symbole oder Handlungen einer Kultur (vgl. Moebius 2009: 107).

1.3 GRUNDEIGENSCHAFTEN DER KULTUR

Lawless (vgl. 1996: 46, übersetzt von J. M.) führt 7 wichtigste Eigenschaften der Kultur an. Seiner Ansicht nach ist Kultur:

- gelernt,
- gemeinsam genutzt,
- integriert,
- rational,
- dynamisch,
- adaptiv,
- symbolisch.

1.3.1 ERLERNBARKEIT

Der Mensch eignet sich einer Kultur durch das Leben in einem bestimmten sozialen beziehungsweise kulturellen Milieu an. Wie bei Lawless zu lesen ist, wird dieser Prozess von Soziologen als Sozialisation und von Anthropologen als Enkulturation bezeichnet (vgl. a.a.O., S. 47 f., übersetzt von J. M.). Die Kultur und ihre Gewohnheiten werden durch Mitglieder der Gesellschaft von Generation zu Generation weitergegeben.

1.3.2 GEMEINSAMKEIT

Hauck weist darauf hin, dass Kultur im sozialwissenschaftlichen Sinne durch gemeinsame Welt eines Volks gebildet wird. Das Volk wird hier weder mit Biologie noch mit staatlicher Organisation verbunden. Es handelt sich um eine Gemeinschaft, die eine gemeinsame Kultur teilt. Grundlage der Kultur ist Sprache, durch sie uns von Geburt an eine gemeinschaftliche Gefühls- oder Verstandeswelt eingepflegt wird. Die große Rolle spielt dabei Interaktion zwischen Angehörigen der Kultur (vgl. Hauck 2006: 22 f.).

1.3.3 INTEGRITÄT

Kultur ist ein Komplex der Vorstellungen, Tätigkeiten und Muster, die verknüpft werden und die sich ständig in einer gegenseitigen Interaktion befinden. Jede beliebige Veränderung in einer Komponente verursacht eine Veränderung in anderer Komponente dieses Komplexes. Dank der Integrität haben die Menschen ein Gefühl, dass sie in der angeordneten und sinnvollen Welt leben (vgl. Lawless 1996: 58 ff., übersetzt von J. M.). Als Beispiel der Kulturintegrität kann der große Aufschwung der böhmischen Brauereien anhand des dank des Maschinenbauunternehmens Třkoda sehr fortgeschrittenen böhmischen Maschinenbaus in der 2. Hälfte des 19. Jahrhunderts erwähnt werden.

1.3.4 RATIONALITÄT

Diese Eigenschaft der Kultur demonstriert, dass jede Kultur rational ist. Damit wird gemeint, dass Grundvermutungen und Kenntnisse der Angehörigen einer Kultur logisch und kohärent sind (vgl. a.a.O., S. 60). Aus der Sicht der Europäer kann beispielsweise Verhalten der Mitglieder eines unzivilisierten Stammes in Afrika unbegreiflich oder kindisch scheinen, aber für sie selbst, aufgrund ihrer Grundvermutungen und Kenntnisse, ist ihr Verhalten ganz gewöhnlich und logisch.

1.3.5 DYNAMISMUS

Obwohl einzelne Kulturen ziemlich stabil sind, ändern sie sich im Laufe der Zeit infolge eines Milieuwechsels und eines Kontakts mit anderen Kulturen. Hauck betont, dass sich Kulturen überschneiden und miteinander beeinflussen. Dabei handelt es sich nicht um eine neue moderne Tendenz, es funktioniert so seit Menschengedenken. Seiner Ansicht nach gibt es keine einzige Kultur, die keine Komponenten anderer Kulturen enthalten würde. Infolge der Vermischung von Einzelbestandteilen der Kulturen können alle Kulturen als šhybridö bezeichnet werden (vgl. Hauck 2006: 18).

Genauso beeinflussen sich gegenseitig die Bierkulturen in Bayern und Böhmen. Die Bayern übernahmen von den Tschechen z. B. die Herstellung des Bieres nach Pilsner Brauart und infolgedessen beschränkten sie Produktion von ihren traditionellen dunklen Bieren. In Böhmen wird wiederum seit 8 Jahren das Tschechische Bierfestival veranstaltet, das nach dem Vorbild des Oktoberfests über zwei Wochen dauert.

1.3.6 ADAPTABILITÄT

Jede Kultur ist adaptiv. Damit wird gemeint, dass sich ihre Angehörigen der Umwelt anpassen müssen. Ihre Umgebung beeinflusst ihr Verhalten, sie können nur das benutzen, was ihnen zur Verfügung steht etc. (vgl. Lawless 1996: 67, übersetzt von J. M.). Diese Tatsache ist deutlich bei der Entwicklung der Bierkulturen in der Welt zu sehen. Während im Alten Ägypten zu den Zutaten des Bieres Datteln gehörten, wurde zur Bierherstellung im südöstlichen Asien Reis, in Afrika Hirse und in Mittelamerika Mais in Gebrauch genommen (vgl. Werner et al. 2013: 25).

1.3.7 SYMBOLHAFTIGKEIT

Kultur gewinnt anhand der Symbole ihre Identität, weil jede Kultur ihre relativen Symbole hat. Der deutsche Philosoph Schwemmer behauptet, dass „Symbole dinglich fixierte Äußerungsformen [sind]“ (Schwemmer 2008: 199). Und er fügt hinzu, dass Symbole vor allem zur menschlichen Gattung gehören, von Menschen gebildet und gebraucht werden und dass die ganze Welt eigentlich durch Symbole vermittelt wird. Ihren symbolischen Sinn gibt ihnen erst die von der Gesellschaft beigelegte Bedeutung (vgl. a.a.O., S. 119 ff.). Symbole stehen eigentlich mit gelernten Bedeutungen in Verbindung, die unabhängig von ihren wirklichen Eigenschaften sind.

Fuchs-Heinritz betrachtet ein Symbol als:

Vorgang oder Gegenstand, der als Sinnbild auf etwas anderes verweist oder für etwas anderes steht. Bei diesem „Anderen“, dem „Symbolisierten“, kann es sich ebenfalls um einen konkreten Vorgang oder Gegenstand handeln (...) (Fuchs-Heinritz 1995: 659).

Weiter führt er an, dass Symbole aus der soziologischen Sicht besonders wichtig für soziale Kommunikation und Interaktion sind. Zu den Symbolen zählt er natürliche oder künstliche Gegenstände, materielle Objekte, Formen, Farben, Melodien sowie Elemente der Sprache und der Verhaltensweisen (vgl. ebd.).

Für Symbole, wahrnehmbare Zeichen bzw. Sinnbilder, können weiter auch verschiedene Arten von Dekorationen, Kleidung, Gesten, Ritualen, Tänzen, Tieren, Pflanzen, Düften etc. gehalten werden.

2 BIERKULTUR

Mit dem Wort Kultur werden viele Komposita gebildet. Allgemein bekannt sind solche wie Nationalkultur, Subkultur, Freizeitkultur, Wohnkultur oder Esskultur. Brackert und Wefelmeyer sind davon überzeugt, dass die Erweiterung des Wortes Kultur unendlich ist (vgl. Brackert/Wefelmeyer 1990: 7). Deshalb gibt es keinen Grund, an dem Begriff Bierkultur zu zweifeln.

Im Mauthners Zitat ist zu lesen:

Wie und was wir essen und trinken, wie und was wir lernen, wie und was wir glauben, wie und wohin wir reisen, wie wir uns kleiden, wie wir wohnen, wie wir unsere Nächte erhellen, womit wir spielen und uns künstlerisch erheben, wie wir Kriege führen, das alles und hundert andere Äußerungen unseres Lebens benennen wir mit dem Summenworte Kultur (meine Hervorh.; Mauthner 1980: 41, zit. n. Soeffner 2003: 177).

Soeffner fügt hinzu, dass dieses Summenwort Kultur in selbstständige škulturelle Einheitenõ wie Esskultur, Trinkkultur, Fußballkultur etc. eingeteilt wird (vgl. Soeffner 2003: 177). Bierkultur ist ein Bestandteil der Trinkkultur und kann also auch als eine abgrenzbare Einheit der Kultur respektive der Trinkkultur betrachtet werden.

2.1 DEFINITION DER BIERKULTUR

In den im Kapitel 1 angeführten Kulturdefinitionen kommen Begriffe vor, die auch zur Erklärung der Bierkultur dienen können. Es geht beispielsweise um den Zusammenhang der Kultur mit einer Gesellschaft sowie um die Wörter: Kunst, Tradition, Gewohnheiten, Symbole oder Gesetze. Von ihnen können im Kontext der Bierkultur Wörter wie Braukunst, Brautradition oder Bierkonsumgewohnheiten gebildet werden, als Gesetz kann das berühmte *Reinheitsgebot* erwähnt und als Symbole die konkreten Symbole der gegebenen Bierkultur angeführt werden. Und die Verbundtheit der Bierkultur mit einer Gesellschaft, hier mit den Bayern und Tschechen, ist unbestritten.

Anhand der Kenntnisse der Definitionen von Kultur lässt sich Bierkultur folgendermaßen definieren:

Bierkultur ist die von der Gesellschaft geschaffene, von vorausgegangenen Generationen übernommene und im Prozess der Weiterentwicklung und Veränderung befindliche Gesamtheit von Gedanken, Symbolen, Gewohnheiten, Traditionen aber auch Neuartigkeiten, die nicht nur mit Biertrinken selbst, sondern auch mit allen anderen mit Bier verbundenen Tätigkeiten oder Veranstaltungen verknüpft sind.

Unter Gedanken werden hier die Bier und Bierkultur betreffenden Assoziationen und Ansichten der Menschen verstanden. Damit wird gemeint, was sich man beispielsweise vorstellt, wenn man Wörter wie Biertradition, Symbol einer Bierkultur, Volksgetränk etc. hört, und welche Meinungen bezüglich der Bierkultur vertritt. Die Wahrnehmung von Bier und Bierkultur kann sowohl positiv als auch negativ sein. Im Kontext der *Bierkultur in Bayern und Böhmen* geht es vor allem um eine überwiegende öffentliche Meinung der ganzen Gesellschaft in Bayern und Böhmen zu diesem Thema.

Zu den Symbolen der Bierkultur im Allgemeinen können irgendwelche Städte, goldene Farbe, Bierfeste, Brauereien, Museen, Hopfengärten, Biermarken, Biersorten, Trinkgefäße, Persönlichkeiten, Kleidung, Orte, wo Bier gewöhnlich getrunken wird, etc. gezählt werden.

Aus den das Biertrinken selbst betreffenden Gewohnheiten können die folgenden genannt werden: wie oft, in welchem Maße oder wo man am meisten Bier konsumiert, welche Biermarken man trinkt, worin Bier serviert wird (Maßkrug, Halbliterglas, ...) oder was für ein Gericht sich zum Bier eignet.

Für Traditionen werden Fähigkeiten, Bräuche oder Gegenstände gehalten, die von Generation zu Generation weitergegeben werden, z. B. Brautradition, Biertrinken in Biergärten, Maßkrug etc. Neuartigkeiten stellen im Gegenteil die Fähigkeiten, Gegenstände, Tätigkeiten oder Veranstaltungen dar, die neu oder vor kurzem entstanden oder entwickelt wurden, also keine lange Tradition haben. Zu ihnen werden beispielsweise neu gegründete kleinere Brauereien, Bierbäder, Bierwanderungen etc. gezählt.

Unter mit Bier verbundenen Tätigkeiten wird z. B. Bierbrauen, Brauereibesichtigung, Besichtigung des Bier-, Brauerei- oder Oktoberfestmuseums, Erholung bei Bierbad,

Bierwanderungen, Kurse des Bierbrauens und des Bierzapfens oder Sammeln von Bierdeckeln, Bieretiketten, Bierdosen etc. verstanden.

Zu den Bier betreffenden Veranstaltungen gehören nicht nur verschiedene bekannte oder weniger bekannte Bierfeste, sondern auch der Tag des Bieres (jedes Jahr am 23. 4. in München stattgefunden), der Brauertag (alle zwei Jahre am 23. 6. auf dem Viktualienmarkt in München stattgefunden) oder die Wahl der bayerischen Bierkönigin (vgl. <http://www.muenchen.de/leben/typisch-muenchen/bier.html>, 2015).

2.2 ENTSTEHUNG DER BIERKULTUR ALLGEMEIN

Für die Entstehung des Bieres spielte der Wandel des Menschen zum Kulturwesen und der Ackerbau mit seiner Getreidekultur eine große Rolle, wobei die älteste Kulturgetreidepflanze Gerste war (vgl. Werner et al. 2013: 18 f.). Die Wiege der Bierherstellung ist Mesopotamien, woher die ältesten Belege des Bierbrauens stammen. Bier wurde hier zum ersten Mal von Sumerern etwa 3500 v. Ch. hergestellt (vgl. Assél/Huber 2012: 14). Hier kann man also Anfänge der ersten Bierkultur auf der Welt sehen.

Weil Bierbrauen mit Brotbacken in Zusammenhang stand, handelte es sich zunächst um eine Frauenarbeit. Später wurde Bier ein Zeichen der Kultur, das große Bedeutung für alle Schichten der Gesellschaft hatte. Es diente sowohl zur Zahlung der Löhne als auch zur Zahlung allgemein. Ebenso war es im Alten Ägypten, woher auch eine der ältesten Biertraditionen kommt (vgl. Werner et al. 2013: 27 ff.). In der Zeit wurde dem Bier auch eine Religions- und Heilfunktion zugeschrieben. Bier wurde ein Bestandteil der Rituale, bei denen es den Göttern geopfert wurde. Zugleich diente es zur Vorbereitung von Heilsalben und Heilgetränken gegen Husten, Zahnschmerzen etc. (vgl. Dostál/Sta ková 1997: 8 f., 45, übersetzt von J. M.).

Bei den Griechen und Römern wurde Wein vor Bier bevorzugt, wobei Bier hauptsächlich von niederen Schichten der Bevölkerung konsumiert wurde (vgl. Werner et al. 2013: 31 f.).

3 BIERKULTUR IN BAYERN

Dass Bierkultur für Bayern ganz typisch ist, macht deutlich folgendes Zitat:

Bier ist in Bayern mehr als ein Nationalgetränk, es gilt als uraltes Kulturgut, es ist ein Stammeszeichen, ein genetischer Fingerabdruck, ein flüssiges Synonym - sozusagen die Muttermilch der Bayern. Bier gehört zu den Inbegriffen, Signaturen und Inkunabeln bayerischer Lebensart und Trinkkultur (Werner et al. 2013: 6).

Bier stellt für die Bayern ein Genussmittel dar, das zugleich Einfluss auf Politik, Kultur, Wirtschaft, Gewohnheiten, Sitten, Volksmentalität oder Zusammengehörigkeitsgefühl ausübt, und Stadt München wird in Bayern als „Akropolis der Bierkultur“ betrachtet (vgl. a.a.O., S. 8 f.).

Zu den meistgebrauten Biersorten in Bayern gehören Weißbier, Helles Bier, Dunkles Bier, Bockbier oder Pils und zu den bekanntesten bayerischen Biermarken werden die in München hergestellten Biermarken *Augustiner*, *Hacker-Pschorr*, *Löwenbräu*, *Paulaner*, *Hofbräu*, *Franziskaner* oder *Spaten* gezählt (vgl. Assél/Huber 2012: 146, 192).

3.1 ENTSTEHUNG DER BIERKULTUR IN BAYERN

Tradition des Bierbrauens wurde auf dem Gebiet des heutigen Bayerns bereits 1500 v. Ch. von den Germanen eingeführt, die dem Bier den Vorzug vor Wein gaben. In Bayern wird jedoch das erste Bierbrauen durch eine Urkunde erst auf das Jahr 815 datiert. Bier wurde damals vor allem in den Klöstern gesotten, aber mit der Stadtgründung Münchens kam 1158 wahrscheinlich auch das Hausbraurecht. Bier konnte dann also auch in den bürgerlichen Häusern gebraut werden. Diese Tätigkeit verrichteten Hausfrauen und Bier gehörte zu den Grundnahrungsmitteln. Weil es in der Zeit alkoholarm war, tranken es auch Kinder und es wurde sogar als Warmbier zum Frühstück serviert (vgl. a.a.O., S. 14 f.).

Wie eine Urkunde aus dem Jahre 1146 bestätigt, stammt die älteste Brauerei der Welt gerade aus Bayern, es handelt sich um das Kloster Weihenstephan bei München. Neben den Klöstern wurde Bier auch in den Spitälern gebraut, es kann z. B. Heiliggeistspital oder Augustinerbräu, die älteste noch existierende Brauerei in München, genannt werden (vgl. a.a.O., S. 15 ff.).

Während am Ende des Hochmittelalters Bayern eher ein Weinland wurde, war München ständig eine Bierstadt. Ein Boom von Brauereigründungen geschah in Bayern im 15. und 16. Jahrhundert. Der Grund dafür war wahrscheinlich nicht nur die Nachfrage nach Münchner Bier, sondern auch verschlechterte klimatische Bedingungen für den Weinanbau. Im Laufe der Zeit begannen jedoch bei dem Bierbrauen verschiedene Zutaten wie Lorbeer, Farn oder Wermut benutzt zu werden, die seine Qualität und seinen Geschmack wertlos machten. (vgl. a.a.O., S. 22, 38 f.).

Zur Entstehung des wirklich hochwertigen und schmackhaften Bieres trug die am 30. November 1487 von Herzog Albrecht IV. erlassene Vorschrift bei, das sogenannte *Reinheitsgebot*. Es befahl das Bierbrauen ausschließlich nur aus Wasser, Hopfen und Gersten. Andere Getreidesorten wie Weizen etc. wurden verboten und die Hefe, die auch eine wichtige Zutat des Brauvorgangs darstellt, wurde gar nicht erwähnt. Daraus kommt man zu der Schlussfolgerung, dass die Hefe im Mittelalter noch nicht bekannt war. Das Reinheitsgebot galt zunächst lediglich in München, aber wenige Jahre später wurde es in ganz Bayern ausgedehnt (vgl. a.a.O., S. 40 ff.).

3.2 SYMBOLE DER BIERKULTUR IN BAYERN

Als spezifische Symbole der Bierkultur in Bayern werden beispielsweise Stadt München, Hofbräuhaus in München, Oktoberfest, Biergärten, Maßkrug (Trinkgefäß für 1 Liter Bier) oder Lederhose und Dirndl betrachtet. In diesem Kapitel sind drei berühmteste von ihnen beschrieben.

3.2.1 HOFBRÄUHAUS IN MÜNCHEN

Am 27. September 1589 wurde eine Brauerei von Herzog Wilhelm V. am Alten Hof in München errichtet. In diesem sogenannten braunen Hofbräuhaus wurde zunächst Braunbier gebraut, später kam auch die Produktion von Weißbier hinzu (vgl. Assél/Huber 2012: 48 ff.).

Der Kurfürst Maximilian I., Sohn Wilhelms V., gründete 1607 am Platzl ein zweites Bräuhaus, das ausschließlich zur Herstellung von Weißbier dienen sollte. Aber seit 1808 wurden hier beide Bierarten nebeneinander gebraut und deshalb wurde das Bierbrauen im Hofbräuhaus am Alten Hof eingestellt (vgl. a.a.O., S. 50 ff.).

Im Jahre 1828 erklärte König Ludwig I. die Hofschänke zur Volksschänke. Das heißt, dass erst seit diesem Jahr im Hofbräuhaus der Ausschank für die Bevölkerung erlaubt wurde. Aus diesem Grund war es notwendig, mehr Platz für Gäste zu beschaffen. Deshalb wurde die Brauerei im Jahre 1896 nach Haidhausen umgezogen und kurz danach wurde das Hofbräuhaus am Platzl in den heutigen Bierpalast umgebaut (vgl. a.a.O., S. 55 ff.).

Im Hofbräuhaus befindet sich die größte Bierschwemme Münchens, wo früher Bier gebraut wurde, jedoch heute sind hier Stammtische, ein Ausschank, eine Musikbühne, wo Volksmusikanten spielen, und Maßkrugtresore, in denen Stammgäste für 3 Euro pro Jahr ihre eigenen Maßkrüge aufbewahrt haben. Der größte Raum des Gebäudes stellt der historische Festsaal dar, in dem Konzerte stattfinden. Weiter sind hier die Bräustube mit gehobener Ausstattung oder Biergarten unter freiem Himmel zu sehen. Das Hofbräuhaus in München gilt heutzutage als das berühmteste Wirtshaus der Welt, das etwa 35 000 Besucher täglich zählt (vgl. a.a.O., S. 57 ff.).

3.2.2 OKTOBERFEST

Oktoberfest wurde erstmals am 17. Oktober 1810 anlässlich der Hochzeit von Kronprinzen Ludwig mit Therese Charlotte Louise von Sachsen-Hildburghausen auf der Theresienwiese gefeiert (vgl. Metzger 1997: 270 f.). Theresienwiese, wo sich damals auch ein Pferderennen stattfand, wurde nach der Braut benannt und dieses Fest wurde hier dann dank der großen Beliebtheit der Bevölkerung jedes Jahr veranstaltet. Nur während der Choleraepidemien, Weltkriegen etc. wurde es abgesagt (vgl. Assél/Huber 2012: 103 ff.).

Im Laufe der Zeit änderte sich der Charakter des Festes von Pferderennen zu einem großen bayerischen Bierfest. Heutzutage ist das 16 Tage dauernde Oktoberfest das größte Volksfest der Welt, zu dem Bier, Festzelte, Bierbänke, Maßkrüge, Blasmusik, Trachten (Dirndl und Lederhose), Riesenrad und andere Vergnügungsattraktionen oder großes Angebot an Speisen wie Brezeln, Münchner Weißwürste, Schweinshaxen etc. gehören. Wegen des besseren Wetters beginnt Oktoberfest in der heutigen Zeit schon im September und endet am ersten Sonntag im Oktober. Alljährlich besuchen es fast 7 Millionen Menschen aus aller Welt (vgl. Werner et al. 2013: 169 ff.).

3.2.3 BIERGÄRTEN

Biergärten entstanden dank der Brauordnung, die festlegte, dass Bier nur zwischen dem 29. September und dem 23. April gebraut werden durfte. Der Grund dafür war u. a. leichte Verderblichkeit des Bieres bei der Bierherstellung in den Sommermonaten. Deshalb musste große Menge Bier gebraut werden und dann sie irgendwo kühl gelagert werden. Und zu diesem Zwecke begannen in München und seiner Umgebung, vor allem am Ende des 18. Jahrhunderts, Bierkeller errichtet zu werden. Sie wurden unter Kastanienbäumen aufgebaut, deren große Blätter die Keller vor direkter Sonneneinstrahlung schützten. An diesen Orten entstanden dann die Biergärten, in denen Bier aus den Bierkellern getrunken wurde (vgl. Assél/Huber 2012: 76 f.).

Weil die Bierkeller große Konkurrenz für die Wirte darstellten, durften die Brauer kein Essen zum Bier verkaufen. Die Menschen durften also ihre eigene Brotzeit mitbringen und dieser Brauch gilt in den Biergärten bis heute, auch wenn es heutzutage die Möglichkeit gibt, sich das Essen in den Biergärten zu bestellen. Zur typischen Brotzeit gehört Wurst, Käse, Radieschen, Brot und Salz (vgl. Metzger 1997: 222).

Biergärten sind in ganz Bayern sehr verbreitet und beliebt, nur in München gibt es über 130 000 Sitzplätze (vgl. Werner et al. 2013: 134).

4 BIERKULTUR IN BÖHMEN

Chládek bezeichnet Bier als böhmisches Volksgetränk. Er hebt hervor, dass der Jahresdurchschnittsverbrauch von Bier pro Person in Tschechien 160 Liter beträgt, was der absoluten Weltrekord ist. Am meisten konsumiertes Bier ist dabei *Gambrinus* (vgl. Chládek 2007: 11 f., 56, übersetzt von J. M.).

Dostál und Sta ková sind davon überzeugt, dass nur die Bayern die Tschechen im Bierkonsum überholen würden, wenn Bayern ein selbständiger Staat wäre. Sie führen auch an, dass Bier in Böhmen vor allem mittlere und niedere Schichten der Gesellschaft konsumieren, die zehnstufiges Bier bevorzugen. Höhere Schichten der Gesellschaft und Bierkenner präferieren stärkere Lagerbiere mit einem ausdrucksvollen und unverwechselbaren Geschmack wie *Pilsner Urquell*, *Velkopopovický Kozel* oder *Radegast*. Bei allen Gesellschaftsschichten ist elfstufiges Bier beliebt, weil auch wenn es zu den Lagerbieren gehört, ist sein Preis günstig (vgl. Dostál/Sta ková 1997: 32 ff., übersetzt von J. M.).

In der letzten Zeit wurden in Böhmen Bierbäder sehr beliebt. Die ersten und größten Bierbäder der Welt befinden sich gerade in Böhmen in der Familienbrauerei Chodovar (vgl. <http://www.pivnilazne.cz/>, 2015, übersetzt von J. M.). Weiter kann auch die Entwicklung der Obstbiere beobachtet werden, die hauptsächlich von den Frauen in den Sommermonaten nachgefragt werden. Obstbiere werden z. B. von *Gambrinus*, *Staropramen* oder *Zlatopramen* hergestellt.

4.1 ENTSTEHUNG DER BIERKULTUR IN BÖHMEN

Es lässt sich nicht genau bestimmen, wann Bier auf dem Gebiet des heutigen Böhmens zum ersten Mal gebraut wurde. Die Historiker vertreten die Ansicht, dass schon die Kelten und Germanen die Bierherstellung kannten, aber dass das erste Bier aus Hopfen hier am Anfang des 6. Jahrhunderts von Slawen hergestellt wurde (vgl. Chládek 2007: 31, übersetzt von J. M.)

Bis Ende des 9. Jahrhunderts wurde Bier gewöhnlich in den Haushalten gebraut, wobei es auch in Böhmen eine Frauenarbeit war. Dann wurde Bier aber ein Handelsartikel und wurde nur in den Klöstern gesotten. Die älteste aus dem Jahre 970 kommende

Klosterbrauerei in Böhmen befand sich auf der Prager Burg. Das zweite älteste Kloster mit seiner eigenen Brauerei war 993 männliches Kloster in Breunau. Der erste schriftliche Beleg für das Brauwesen in Böhmen stammt aber erst aus dem Jahre 1088 (vgl. a.a.O., S. 31 ff., übersetzt von J. M.).

Die Gründung der Königsstädte im 12. und 13. Jahrhundert hatte einen großen Aufschwung des Brauwesens zur Folge, denn den Bürgern wurde das Braurecht erteilt. Das heißt, dass jeder, der ein Haus in der Königsstadt besaß, Bier brauen konnte. Ständige Bürgerbrauereien entstanden seit dem 14. Jahrhundert. Die älteste Brauerei in Pilsen stammt aus dem Jahre 1307 (vgl. a.a.O., S. 34, übersetzt von J. M.).

An dem Erfolg des böhmischen Bieres hatte Anteil auch der böhmische Hopfen und heutzutage ist es nicht anders. Die gute Hopfenqualität steht mit dem geeigneten Boden und Klima Böhmens in Zusammenhang (vgl. Stan k 1998: 76, übersetzt von J. M.).

4.2 SYMBOLE DER BIERKULTUR IN BÖHMEN

Zu den spezifischen Symbolen der Bierkultur in Böhmen kann Stadt Pilsen, Pilsner Urquell Brauerei, Pilsner Bier, Bierfeste, Schwejk oder Kneipen gezählt werden. In diesem Kapitel sind die bekanntesten von ihnen beschrieben.

4.2.1 PILSNER URQUELL BRAUEREI UND PILSNER BIER

Aufgrund einer 1836 in Pilsen ausgebrochenen Bierkalamität entschieden sich 1839 die Pilsner bräuberechtigten Bürger, dass sie ihr eigenes Brauhaus in Pilsen aufbauen. Als Inspiration für die Bauausführung dienten ihnen Brauereien in München und seiner Umgebung und im Jahre 1842 wurde das Bürgerliche Bräuhaus, die heutige Pilsner Urquell Brauerei, gegründet. Ursprüngliches Ziel war es, hier Bier nach bayerischer Art, also anhand der Methode der Untergärung, zu brauen. Zu diesem Zwecke wurde nach Pilsen der bayerische Braumeister Josef Groll aus Vilshofen eingeladen. Von ihm geschaffenes Bier unterschied sich jedoch überraschend von den bayerischen Bieren sowohl in Farbe als auch auch in Geschmack (vgl. Jalowetz 1999: 5 f.). Es wurde nicht nur durch die Arbeitsweise des Bauers Groll verursacht, sondern auch durch die Eigenschaften der verwendeten Rohmaterialien. In Pilsen wurde nämlich zur Bierherstellung neben der Hefe Qualitätswasser, Pilsner Malz und feiner aromatischer Hopfen aus dem Saazer Land

benutzt. So entstand hier 5. 10. 1842 eine neue Biersorte, sog. Pils(e)ner oder verkürzt Pils, für die goldgelbe Farbe und fein harmonischer Hopfen- und Malzgeschmack typisch ist (vgl. a.a.O., S. 82).

Mit steigender Popularität dieses Biertyps in der Welt tauchten die Probleme mit dem Missbrauch der Bezeichnung *Pilsner* durch andere Brauereien auf. Deshalb wurde 1859 die Schutzmarke *Pilsner Bier*, 1898 *Urquell* und ein Jahr später *Pilsner Urquell* registriert (vgl. a.a.O., S. 79 f.). Der Brauprozess des 12 %igen Pilsner Urquell wurde um das Jahr 1930 stabilisiert und seit der Zeit wird er praktisch bis heute verwendet. Pilsner Bier, mit anderen Worten auch Bier nach Pilsner Typus, wurde ein Prototyp des hellen Lagerbieres in der ganzen Welt und bildet heutzutage zwei Drittel der Weltbierproduktion (vgl. a.a.O., S. 3).

Seit 1994 gehört die Pilsner Urquell Brauerei zum Unternehmen Pilsner Urquell AG, das symbolisch am 5. Oktober 1999 ein Mitglied von der zweitgrößten Brauereigesellschaft der Welt South African Breweries (SAB) wurde, die heutzutage unter dem Namen SABMiller auftritt (vgl. Kejha et al. 2012: 190, übersetzt von J. M.). Ein Bestandteil des Unternehmens Pilsner Urquell AG sind in der heutigen Zeit die Brauereien Pilsner Urquell, Gambrinus, Radegast und Velké Popovice (vgl. a.a.O., S. 214, übersetzt von J. M.).

4.2.2 BIERFESTE

Bierfeste werden alljährlich in vielen böhmischen Städten veranstaltet. Sie sind meistens sowohl mit einer großen Auswahl an Biermarken als auch mit Musikkapellen verknüpft. Zu den bekanntesten Bierfesten in Böhmen werden Pilsner Fest und Tschechisches Bierfestival gezählt.

Pilsner Fest wird als traditionelle Feier der Entstehung des weltberühmten Pilsner Lagerbieres *Pilsner Urquell* betrachtet, die alljährlich Anfang Oktober im Areal der Pilsner Urquell Brauerei stattfindet. Ihr Bestandteil ist ein attraktives Musik- und Begleitprogramm, das von der Geschichte und Herstellung des Pilsner Bieres inspiriert ist. Die Besucher können hier traditionelle Bierbrauhandwerke wie Böttcher oder Mälzer sehen und sie haben sogar die Möglichkeit, selbst diese Handwerke in zeitgenössischen Kostümen auszuprobieren. Zu dem Pilsner Fest gehört auch abwechslungsreiche

Besichtigung der Pilsner Urquell Brauerei, des Biermuseums und der historischen Bierkeller (vgl. <http://www.pilsen.eu/turist/nutzliche-informationen/news/feiern-sie-bier-geburtstag-auf-dem-pilsner-fest.aspx>, 2015).

Das größte Bierfest in Böhmen ist das 17 Tage dauernde Tschechische Bierfestival, das alljährlich in Mai in Prag stattfindet. Es zählt um 50 000 Besucher und dieses Jahr wird es bereits zum achten Mal veranstaltet. Es bietet den Besuchern mehr als 150 Marken tschechischen Bieres in Spitzenqualität, großes Angebot an Speisen und ein Begleitprogramm in Form von Live-Musik, Live-Kochshows, Wettbewerben, kreativen Workshops für Familien mit Kindern oder Workshops zum Thema Bier an (vgl. <http://www.cesky pivnifestival.cz/de/>, 2015).

4.2.3 KNEIPEN

Gaststätten haben in Böhmen genauso wie Bierbrauen eine lange Tradition. Kneipe, lateinisch *hospic*, war ursprünglich die Bezeichnung für ein Haus, das als ein meistens durch die Kirche eingerichtetes Wandererheim diente. Betreiber der Kneipen wurden als Gastgeber bezeichnet und gewährten den Gästen sowohl Verpflegung und Pferdefutter als auch Unterkunft. Häuser, in denen nur Bier serviert wurde, wurden früher als Schenken genannt. Die Schenken konnten in ihren Bürgerhäusern die Bürger betreiben, weil ihnen das Braurecht erteilt wurde. Sie mussten Bier jedoch in der vom Stadtrat bestimmten Reihenfolge brauen. Ständige Kneipen entstanden erst später, in Pilsen beispielsweise nach 1786. Eine Erwähnung verdient u. a. das Pilsner berühmte Wirtshaus *U Salzmann*, das auch heutzutage in Betrieb ist (vgl. Hána 2009: 41, übersetzt von J. M.).

Laut des Literaturwissenschaftlers Macura nehmen die Kneipen in der böhmischen Kultur eine Sonderstellung ein. Seiner Ansicht nach hatten sie einen Anteil an der Entstehung der neuzeitlichen böhmischen Gesellschaft, weil sie in der Zeit der nationalen Wiedergeburt einen öffentlichen Raum darstellten, wo alle Gesellschaftsschichten miteinander zusammentrafen, auf Tschechisch kommunizierten, sich gegenseitig beeinflussten und ihre eigenen sozialen Regeln hier bildeten. Dabei wurde Bier konsumiert, das damals als ein symbolisches slawisches Getränk betrachtet wurde (vgl. Macura 1997: 29 ff., übersetzt von J. M.). Daraus kommt zum Vorschein, dass die Kneipen eine patriotische Funktion ausübten.

Von vielen Menschen werden jedoch die Kneipen negativ wahrgenommen, weil sie ihrer Ansicht nach geistlos sind und Einfachheit der böhmischen Gesellschaft widerspiegeln (vgl. a.a.O., S. 35, übersetzt von J. M.).

Auch in der heutigen Zeit erfüllen die Kneipen unbestritten eine soziale Funktion, weil sie die Orte sind, wo sich die Tschechen häufig zusammentreffen.

5 FRAGEBOGENUNTERSUCHUNG

Anhand der Fragebogenuntersuchung wird festgestellt, wie die Bayern und die Tschechen ihre Bierkultur wahrnehmen und welches Bewusstsein und welche Meinungen sie bezüglich der Bierkultur ihrer Nachbarn, also die Bayern in Bezug auf die böhmische und die Tschechen in Bezug auf die bayerische Bierkultur, haben und womit sie sich an ihrer Bierkultur beteiligen. Damit wird gemeint, an welchen Bierfesten oder mit Bier verbundenen Kulturaktivitäten und Tätigkeiten (Brauereibesichtigung, Biermuseumsbesichtigung, Bierwanderung, ...) sie teilnehmen und welche Gewohnheiten bezüglich des Biertrinkens sie haben (wo trinken sie Bier am meisten, ...). Absichtlich wurde den Befragten nicht die Frage gestellt, wie viel Bier sie konsumieren, weil die Angaben bezüglich des durchschnittlichen Bierkonsums der Tschechen oder Bayern häufig in verschiedenen Statistiken angeführt werden und für Zwecke dieser Arbeit unnötig sind.

Im Fragebogen wurden anstelle der Wörter *Böhmen* und *böhmisch* die Wörter *Tschechien* und *tschechisch* verwendet, weil die meisten Bayern zwischen ihnen nicht unterscheiden und die zuletzt genannten Wörter für sie üblicher sind. Deshalb werden sie auch in diesem ganzen Kapitel benutzt, das sich der Analyse der Fragebögen widmet.

5.1 UNTERSUCHUNGSMETHODEN

Die Methode der anonymen Fragebogenuntersuchung wurde ausgewählt, weil sie ermöglicht, Antworten von vielen Menschen in einer relativ kurzen Zeit zu sammeln. Fragebögen wurden an die Befragten sowohl in gedruckter Form als auch über die Webseite *vypln.to.cz* distribuiert. Es wurden zwei Formen des Fragebogens erstellt, eine in tschechischer Sprache für die Tschechen und andere in deutscher Sprache für die Bayern. Die Fragen in beiden Fragebögen und ihre Reihenfolge unterscheiden sich leicht. Das wird verursacht, indem zunächst die Fragen bezüglich der Bierkultur des gegebenen Volks gestellt werden und erst dann die Fragen in Bezug auf die Bierkultur der Nachbarn (der Tschechen oder der Bayern) folgen. Der Fragebogen besteht aus vier Fragen zu den Befragten, die ihr Geschlecht, Alter, Wohnsitz und ihre Ausbildung betreffen, und aus 15 Fragen zum Thema Bierkultur in Bayern und Böhmen, wobei 11 von ihnen als geschlossen und zwei als halbgeschlossen formuliert sind. Übrige zwei Fragen sind als offen konzipiert, weil Ausschreibung von allen möglichen Antworten in ihrem Fall unmöglich ist und zugleich es den Befragten nicht vorgesagt werden soll. Die meisten Fragen ermöglichen

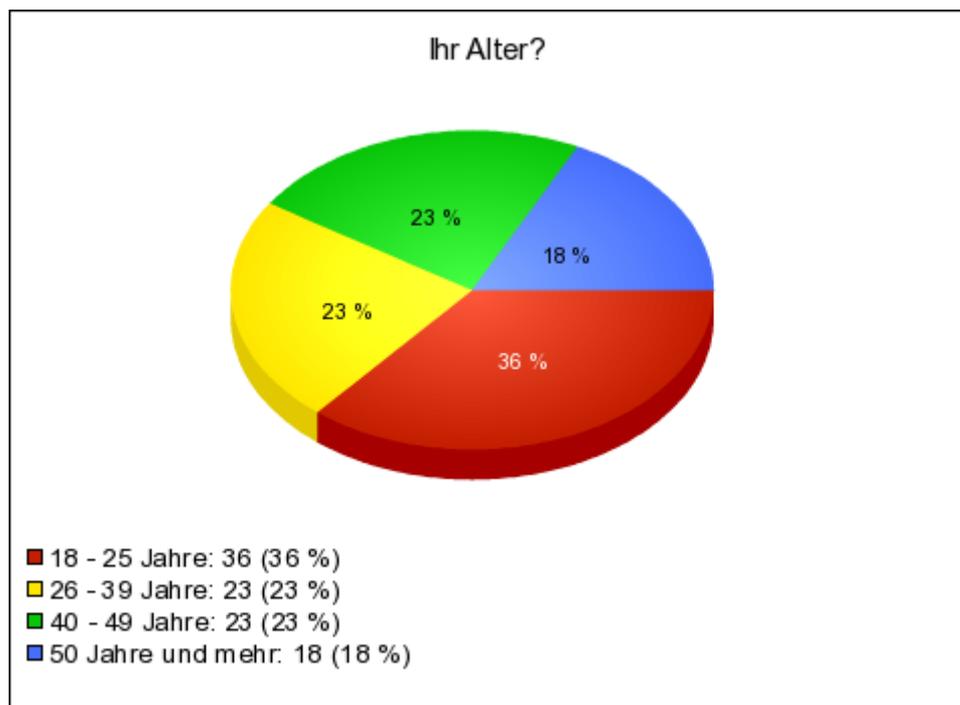
nur eine Antwort anzukreuzen, bei insgesamt sechs Fragen können mehrere Möglichkeiten markiert werden. Der vollständige und originale Text der beiden Fragebögen befindet sich im Anhang.

5.2 DIE BEFRAGTEN

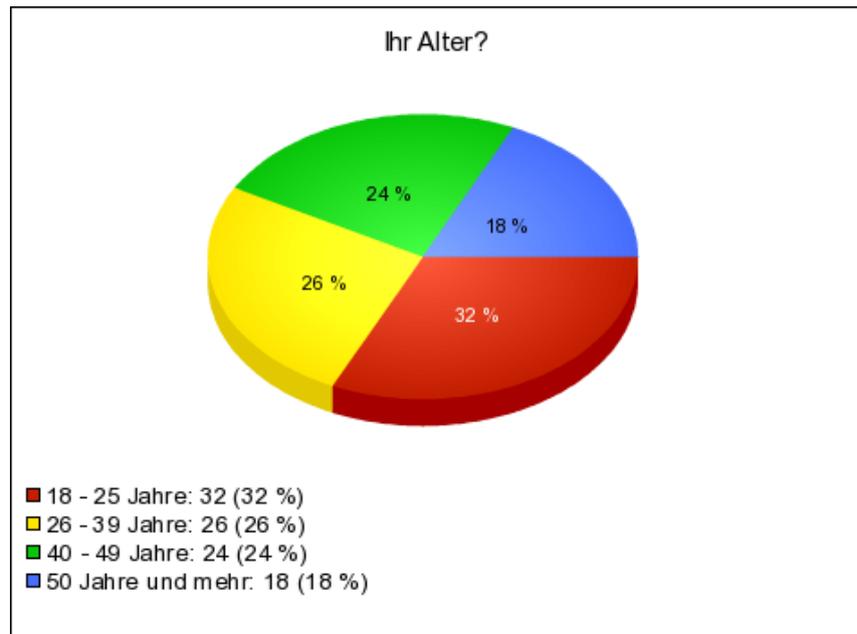
Die Fragebögen füllten insgesamt 200 Menschen aus. Das Hauptkriterium der Untersuchung war ein Vergleich von Antworten der Bayern und Tschechen, deshalb antworteten 100 Personen aus Bayern und 100 Personen aus Tschechien. Weil für die Fragebogenuntersuchung die Antworten der Bayern und Tschechen im Allgemeinen wichtig waren, wurden Männer und Frauen aller Alterskategorien und verschiedener Ausbildung befragt.

Anzahl von Frauen und Männern ist in beiden Fragebögen völlig ausgeglichen, also im Verhältnis 50:50. Die Befragten sind in 4 Alterskategorien eingeteilt, wobei die meisten von ihnen in die Alterskategorie 18 - 25 Jahre gehören. Der Fragebogen konnte nur von den Personen ausgefüllt werden, die 18 Jahre oder älter sind, weil vier Fragen das Biertrinken betreffen und es bis 18 Jahre in beiden Ländern verboten ist.

Graph 1: Alter der Befragten aus Bayern

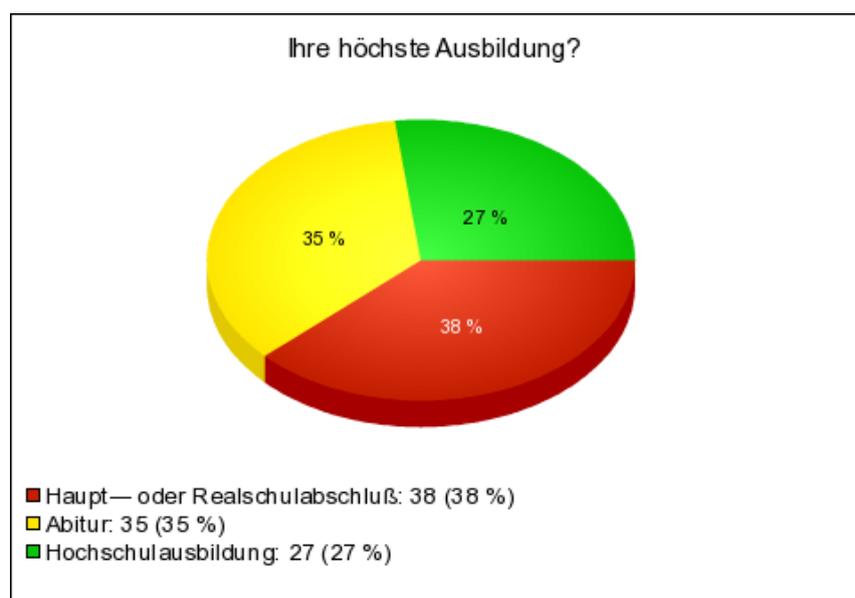


Quelle: <http://bierkultur-in-bayern-und-boh.vyplnto.cz>, 2015

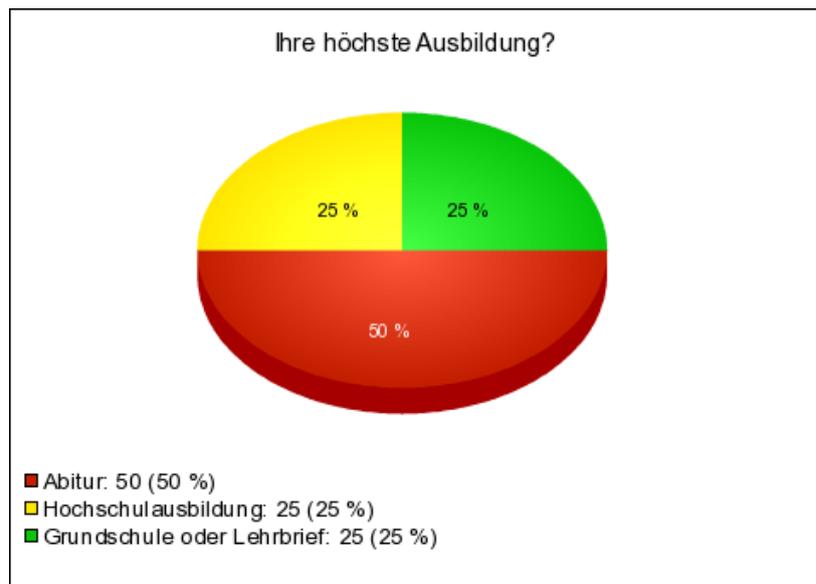
Graph 2: Alter der Befragten aus Tschechien

Quelle: <http://pivni-kultura-v-bavorsku-a-c.vyplnto.cz>, 2015

Die Ausbildung der Befragten ist unterschiedlich. Weil sich das bayerische und tschechische Schulsystem unterscheidet, unterscheidet sich teilweise die Auswahl an Antworten zu diesem Thema im tschechischen und deutschen Fragebogen. Der Bildungsgrad ist jedoch bei einem Haupt- oder Realschulabschluss in Bayern und bei einem Grundschulabschluss oder Lehrbrief in Tschechien ähnlich.

Graph 3: Die erworbene Ausbildung der Befragten aus Bayern

Quelle: <http://bierkultur-in-bayern-und-boh.vyplnto.cz>, 2015

Graph 4: Die erworbene Ausbildung der Befragten aus Tschechien

Quelle: <http://pivni-kultura-v-bavorsku-a-c.vyplnto.cz>, 2015

Absichtlich wurde Wert darauf gelegt, dass einen Teil der Befragten Einwohner der Städte München und Pilsen bilden. Diese Städte werden nämlich als Metropolen der Bierkultur in Bayern und Tschechien betrachtet. 77 % der Befragten aus Bayern gaben an, dass sie in Bayern außerhalb der Stadt München wohnen, die übrigen 23 % bildeten die Münchner. Pilsen als ihr Wohnsitz bezeichneten insgesamt 40 % der befragten Personen aus Tschechien, 60 % der tschechischen Befragten wohnen außerhalb dieser Stadt.

5.3 BESTIMMUNG DER HYPOTHESEN

Bevor die einzelnen Fragen des Fragebogens analysiert werden, werden hier 5 Hypothesen bestimmt, die am Ende der Fragebogenuntersuchung ausgewertet, respektive bestätigt oder widerlegt, werden. Es handelt sich um die folgenden Hypothesen:

1. Sowohl die Bayern als auch die Tschechen betrachten Bier als ihr eigenes Volksgetränk und nehmen ihre Bierkultur positiv wahr, sie sind stolz auf sie.
2. Die meisten Bayern und Tschechen halten für spezifische Symbole der bayerischen Bierkultur Oktoberfest und Maßkrug und für spezifische Symbole der tschechischen Bierkultur Pilsner Urquell Brauerei und Pilsner Bier.
3. Es wird vorausgesetzt, dass während die meisten Tschechen keine bayerischen Biermarken kennen, kennen die meisten Bayern die tschechischen Biermarken *Pilsner Urquell* oder *Budweiser Budvar*.

4. Ein Durchschnittsbayer nahm schon am Oktoberfest und an einer Brauereibesichtigung teil und trinkt einmal pro Woche Bier der Marke *Augustiner*, und zwar am meisten in einer Kneipe oder einem Restaurant.
5. Ein Durchschnittstscheche nahm schon an einem tschechischen Bierfest und einer Brauereibesichtigung teil und trinkt einmal wöchentlich Bier der Marke *Gambrinus* oder *Velkopopovický Kozel*, und zwar am meisten in einer Kneipe oder einem Restaurant.

5.4 DATENANALYSE

5.4.1 WÜRDEN SIE BIER ALS BAYERISCHES UND TSCHECHISCHES VOLKSGETRÄNK BEZEICHNEN?

Sowohl den Bayern als auch den Tschechen wurden die Fragen gestellt, ob sie Bier als bayerisches und tschechisches Volksgetränk bezeichnen würden. Das Ziel dieser Fragen war festzustellen, ob sie Bier ausschließlich als ihr eigenes Volksgetränk betrachten oder ob sie zugeben, dass auch ihre Nachbarn für langjährige Biertradition bekannt sind und deshalb Bier auch als ihr Volksgetränk bezeichnet werden kann. Die überwiegende Mehrheit der Tschechen antwortete auf die Frage bezüglich des Bieres als ihres Volksgetränks positiv, womit bestätigt wurde, dass Bier zur tschechischen Kultur gehört. Wie es erwartet wurde, bezeichneten auch die meisten Bayern Bier als ihr Volksgetränk, aber im Vergleich zu den Antworten der Tschechen kamen hier erstaunlicherweise mehrere negative Antworten vor.

Graph 5: Antworten der Tschechen bzgl. des Bieres als tschechisches Volksgetränk

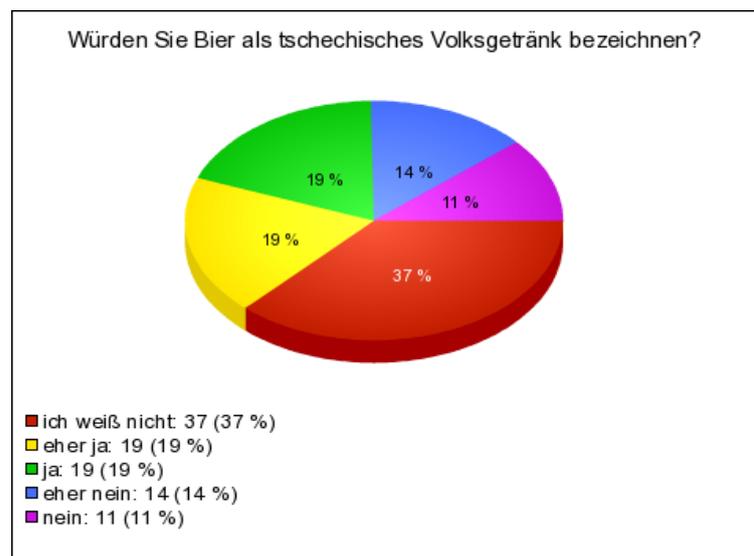


Quelle: <http://pivni-kultura-v-bavorsku-a-c.vyplnto.cz>, 2015

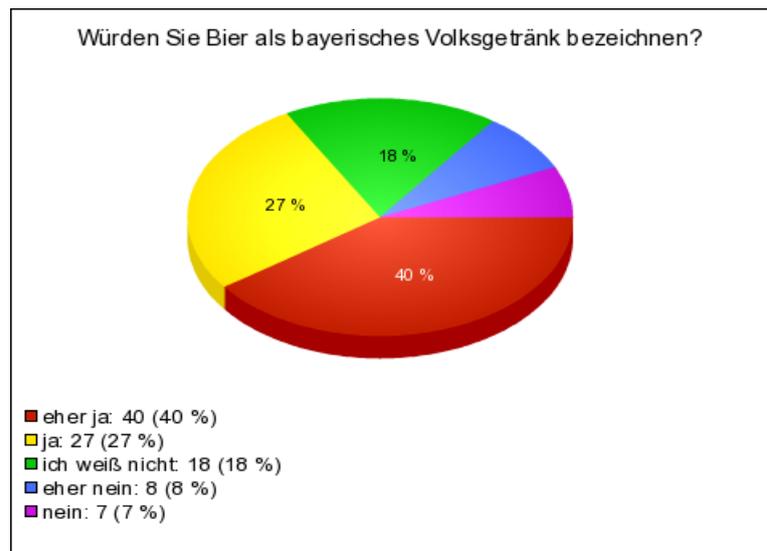
Graph 6: Antworten der Bayern bzgl. des Bieres als bayerisches Volksgetränk

Quelle: <http://bierkultur-in-bayern-und-boh.vyplnto.cz>, 2015

Im Gegensatz zu den Tschechen antworteten die Bayern mehr negativ auch in Bezug auf die Bezeichnung des Bieres als das Volksgetränk ihrer Nachbarn. Viele von ihnen vermieden eine klare Ja- oder Nein-Antwort, indem sie die Möglichkeit *ich weiß nicht* einkreuzten. Während 67 % der Befragten aus Tschechien Bier als bayerisches Volksgetränk bezeichnen würden, halten nur 38 % der Befragten aus Bayern Bier als tschechisches Volksgetränk. Daraus kommt zum Vorschein, dass die meisten Bayern Bier ausschließlich als ihr eigenes Volksgetränk betrachten.

Graph 7: Antworten der Bayern bzgl. des Bieres als tschechisches Volksgetränk

Quelle: <http://bierkultur-in-bayern-und-boh.vyplnto.cz>, 2015

Graph 8: Antworten der Tschechen bzgl. des Bieres als bayerisches Volksgetränk

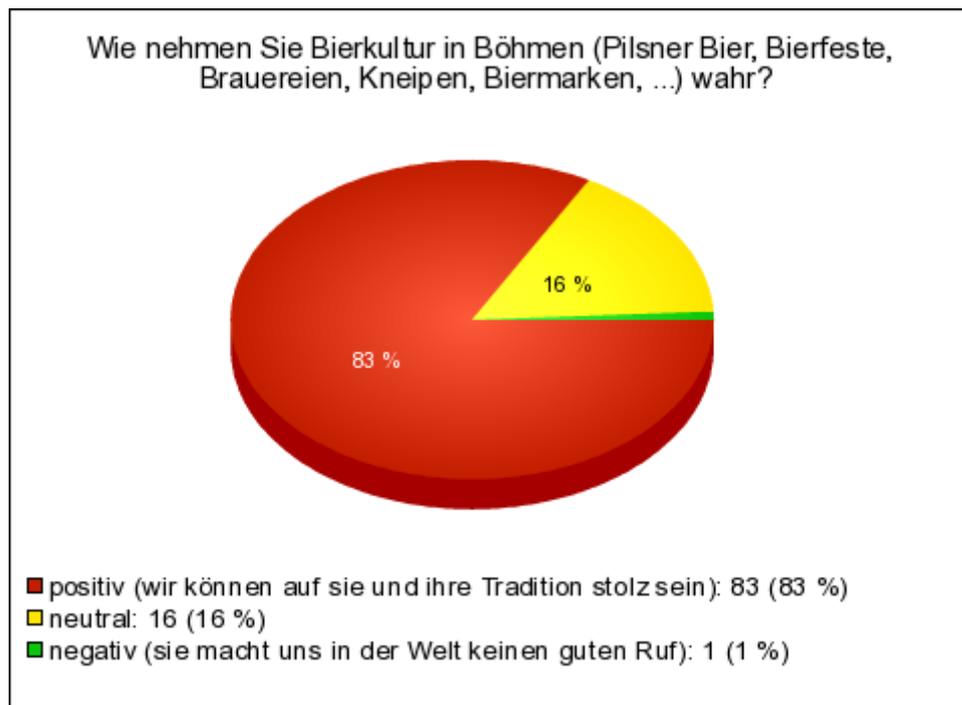
Quelle: <http://pivni-kultura-v-bavorsku-a-c.vyplnto.cz>, 2015

5.4.2 WIE NEHMEN SIE IHRE BIERKULTUR (BIERFESTE, BIERMARKEN, KNEIPEN, ...) WAHR?

Durch diese Frage sollte festgestellt werden, welche Meinung zu ihrer Bierkultur die Bayern und die Tschechen haben, ob sie auf sie und ihre Tradition stolz sind oder ob sie die Ansicht vertreten, dass sie ihnen in der Welt keinen guten Ruf macht etc. Sowohl die Antworten der Bayern als auch der Tschechen erfüllten die Erwartung und waren fast identisch. Die meisten Befragten nehmen ihre Bierkultur positiv und ein paar Prozent von ihnen neutral wahr. Daraus kann man die Schlussfolgerung ziehen, dass sie sich bewusst werden, dass Bier und andere Elemente ihrer Bierkultur sie in der Welt berühmt machten.

Graph 9: Antworten der Bayern bzgl. der Wahrnehmung ihrer Bierkultur

Quelle: <http://bierkultur-in-bayern-und-boh.vyplnto.cz>, 2015

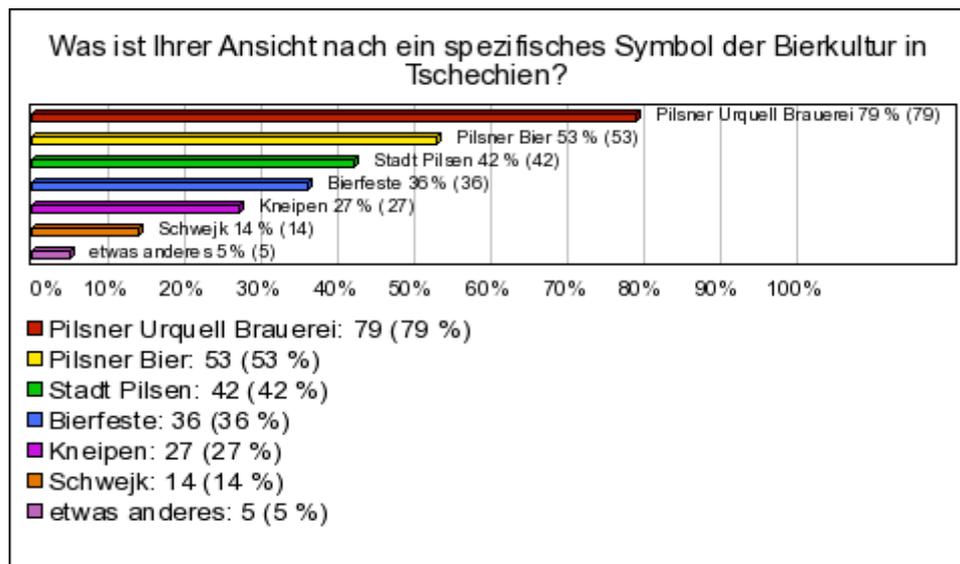
Graph 10: Antworten der Tschechen bzgl. der Wahrnehmung ihrer Bierkultur

Quelle: <http://pivni-kultura-v-bavorsku-a-c.vyplnto.cz>, 2015

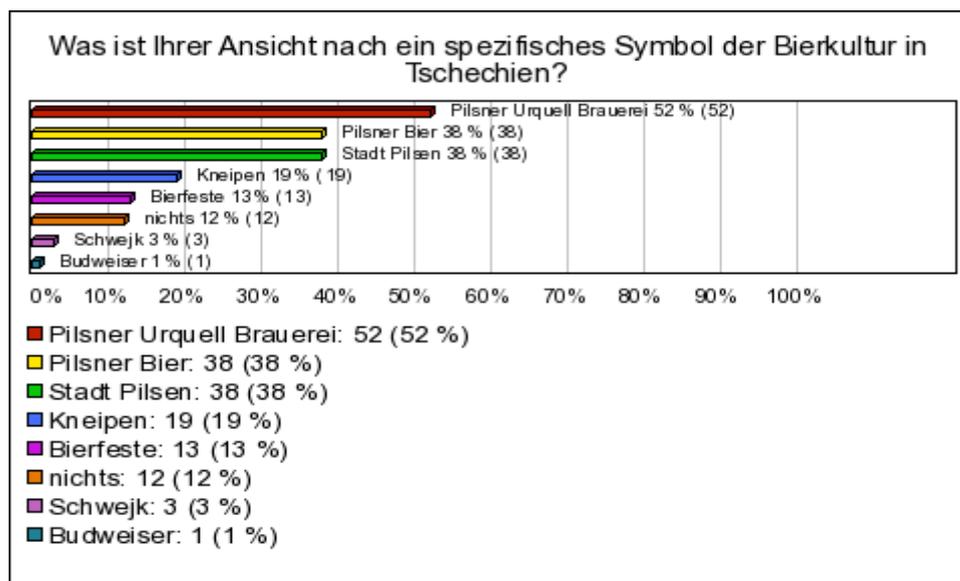
5.4.3 WAS IST IHRER ANSICHT NACH EIN SPEZIFISCHES SYMBOL DER BIERKULTUR IN TSCHECHIEN UND DER BIERKULTUR IN BAYERN?

Diese Fragen waren daran gerichtet, was die Tschechen und die Bayern als ein typisches Kennzeichen der tschechischen und bayerischen Bierkultur betrachten und ob ihre Meinungen gleich sind oder nicht. Diese Fragen waren als halbgeschlossen abgefasst. Die Befragten konnten mehrere Antworten markieren und zugleich ihre eigene Antwort schreiben.

Was die Symbole tschechischer Bierkultur betrifft, vertreten die Tschechen und Bayern fast die gleichen Ansichten. Für ein spezifisches Symbol der Bierkultur in Tschechien halten sie Pilsner Urquell Brauerei. Den zweiten und dritten Platz belegte Pilsner Bier und Stadt Pilsen. Daraus kommt zum Vorschein, dass alle Symbole an den ersten drei Stellen mit Pilsen verbunden sind, womit bestätigt wurde, dass Pilsen mit vollem Recht als Tschechiens „Bierhauptstadt“ betrachtet wird. Die Möglichkeit, ihre eigene Antwort zu schreiben, nutzten 5 % der Befragten aus Tschechien und ein Bayer aus, der *Budweiser Budvar* angab. Die Tschechen selbst führten Gründung von Minibrauereien, Halbliterglass (Bierglas), Biermarke *Svijany* und Kultur an.

Graph 11: Antworten der Tschechen bzgl. der Symbole tschechischer Bierkultur

Quelle: <http://pivni-kultura-v-bavorsku-a-c.vyplnto.cz>, 2015

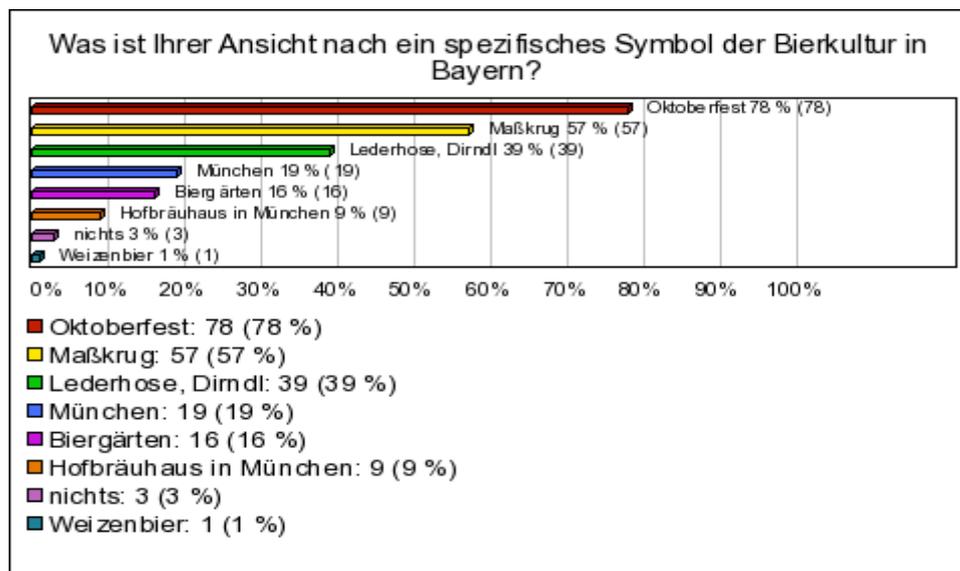
Graph 12: Antworten der Bayern bzgl. der Symbole tschechischer Bierkultur

Quelle: <http://bierkultur-in-bayern-und-boh.vyplnto.cz>, 2015

Die Ansichten in Bezug auf die Symbole der Bierkultur in Bayern unterschieden sich. Während die meisten Tschechen für ein typisches Kennzeichen bayerischer Bierkultur Oktoberfest halten, betrachten als es die meisten Bayern Biergärten, die bei den Tschechen bis auf dem fünften Platz mit 16 % endeten. Oktoberfest belegte bei den Befragten aus Bayern den dritten Rang. Beide Völker stimmen bezüglich der zweiten Stelle überein, an der sich Maßkrug befindet. In die Zeile für eine offene Antwort schrieben 6 % der Befragten aus Bayern andere Volksfeste in Bayern wie Bergkirchweih oder Starkbierfeste

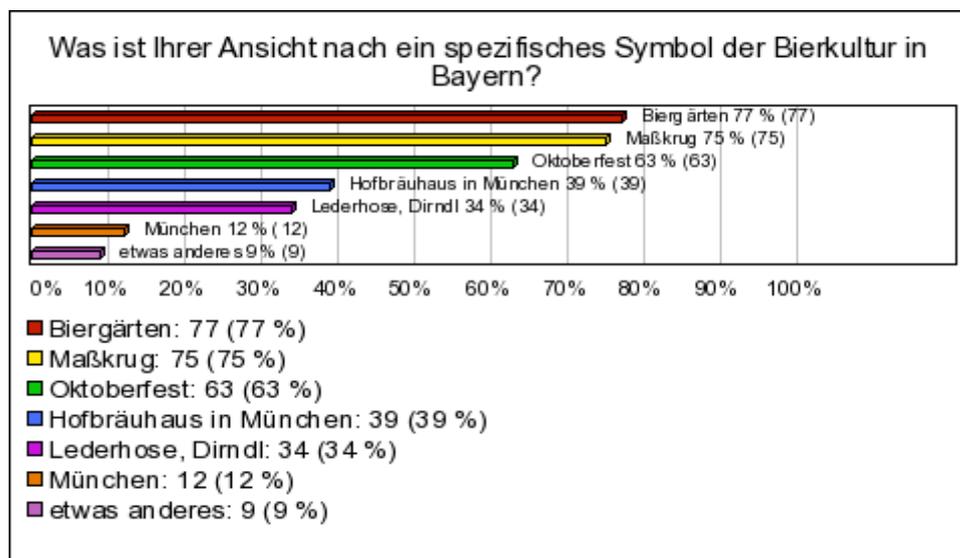
und 2 % von ihnen Hallertauer Hopfengärten, denn die Hallertau ist das größte Hopfenanbaugebiet der Welt. Weiter erinnerten sie sich an Brauereipferde, Bierdeckel und Bierfass. Ein Befragter aus Tschechien führte Weizenbier an. Aus der Fragebogenuntersuchung ergibt sich, dass die Tschechen mit der bayerischen Bierkultur hauptsächlich Oktoberfest assoziieren, weil bei ihnen die ersten drei Plätze Oktoberfest, Maßkrug und Lederhose und Dirndl belegte, während Biergärten und Hofbräuhaus in München nur ein paar Prozent gewannen.

Graph 13: Antworten der Tschechen bzgl. der Symbole bayerischer Bierkultur



Quelle: <http://pivni-kultura-v-bavorsku-a-c.vyplnto.cz>, 2015

Graph 14: Antworten der Bayern bzgl. der Symbole bayerischer Bierkultur



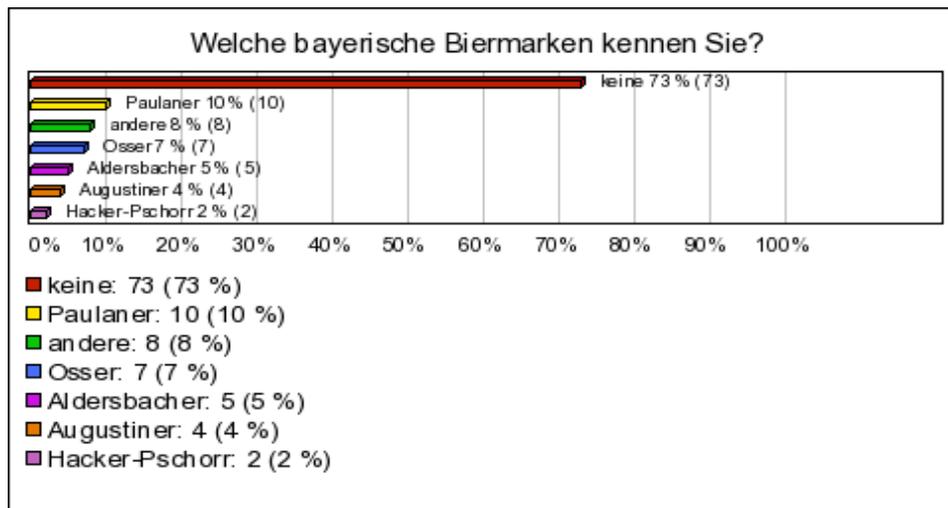
Quelle: <http://bierkultur-in-bayern-und-boh.vyplnto.cz>, 2015

5.4.4 WELCHE TSSCHECHISCHE / BAYERISCHE BIERMARKEN KENNEN SIE?

Den Tschechen wurde die Frage hinsichtlich der bayerischen Biermarken und den Bayern hinsichtlich der tschechischen gestellt. Mit Hilfe dieser Fragen wurden die Kenntnisse der Tschechen und Bayern in Bezug auf die Biermarken ihrer Nachbarn untersucht. Diese Fragen waren als offen konzipiert, weil die Ausschreibung aller möglichen Antworten unmöglich war und zugleich die Befragten ihre Antworten ohne Hilfe schreiben sollten.

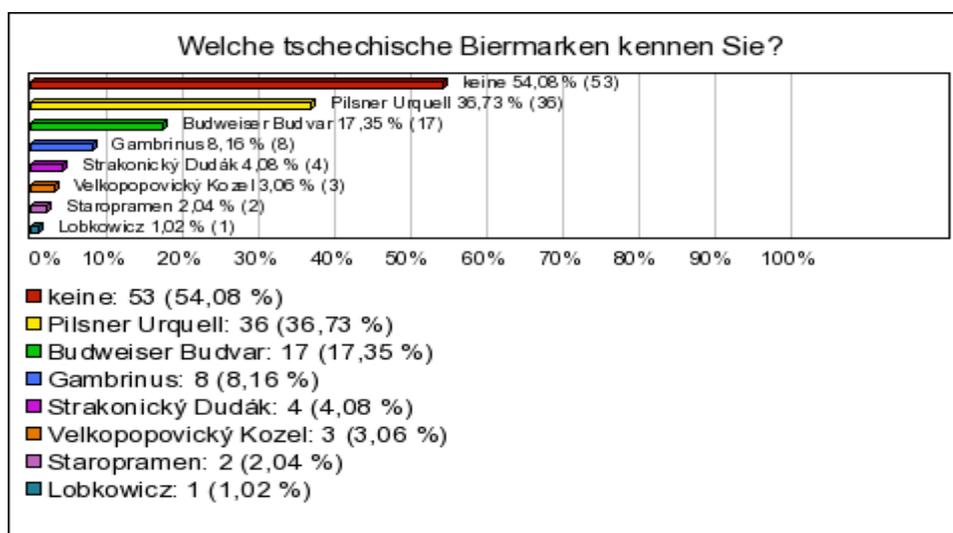
Es zeigte sich, dass die meisten Tschechen keine bayerischen Biermarken kennen. Die bekannteste bayerische Biermarke in Tschechien ist laut der Fragebogenuntersuchung die Münchner Biermarke *Paulaner*, die 10 % erhielt. An zweiter Stelle steht mit 7 % der in Lohberg gebraute *Osser* und den dritten Rang belegte mit 5 % der aus Aldersbach stammende *Aldersbacher*, wobei es in beiden Fällen um die Biermarken geht, die nicht weit von Tschechien hergestellt werden. 6 % der Befragten gaben die Münchner Biermarken *Augustiner* (4 %) oder *Hacker-Pschorr* (2 %) an und weiter wurden hier in kleinem Maße die Biermarken *Franziskaner*, *Löwen*, *Krug*, *Tegernseer*, *Bischofshof*, *Weltenburger*, *Falkenfelder*, *Dampfbier*, *Mönchshof*, *Oettinger*, *Regensburger Spital Weizen*, *Schneider Weisse* und *Rhaner* erwähnt. Es wird vorausgesetzt, dass irgendwelche Tschechen die nicht weit von Tschechien hergestellten Biere kennen, weil sie in Bayern arbeiten, zuweilen einkaufen oder Ausflüge machen und bei der Gelegenheit die lokalen bayerischen Biermarken kennenlernen.

Es wurde festgestellt, dass irgendwelche Befragten aus Tschechien die Biermarken *Heineken* und *Krombacher* fehlerhaft als bayerisch betrachten. In Wirklichkeit ist *Heineken* eine niederländische Biermarke und *Krombacher* wird in Kreuztal in Nordrhein-Westfalen hergestellt. Weiter wurde herausgefunden, dass sie die Begriffe Biermarken und Biersorten verwechseln, weil sie bayerisches Bockbier, Lagerbier, Weizenbier und dreimal Radler als bayerische Biermarken anführten. In Wirklichkeit handelt es sich jedoch um die Biersorten.

Graph 15: Antworten der Tschechen bzgl. ihrer Kenntnis der bayer. Biermarken

Quelle: <http://pivni-kultura-v-bavorsku-a-c.vyplnto.cz>, 2015

Auch bei den Befragten aus Bayern überwog die Antwort, dass sie keine Biermarken ihrer Nachbarn kennen, aber trotzdem waren sie in ihren Antworten erfolgreicher als die Tschechen. Daraus kann man zu der Schlussfolgerung kommen, dass die tschechischen Biermarken im Vergleich zu den bayerischen im Ausland bekannter sind. Wie es erwartet wurde, gaben die Befragten am meisten die Biermarke *Pilsner Urquell* an. Die zweite bekannteste tschechische Biermarke in Bayern ist laut der Ergebnisse der vorliegenden Umfrage *Budweiser Budvar* und den dritten Platz belegte *Gambrinus*. Im Gegensatz zu den Tschechen führten die Bayern keine falschen Antworten an, sondern wirklich nur tschechische Biermarken.

Graph 16: Antworten der Bayern bzgl. ihrer Kenntnis tschechischer Biermarken

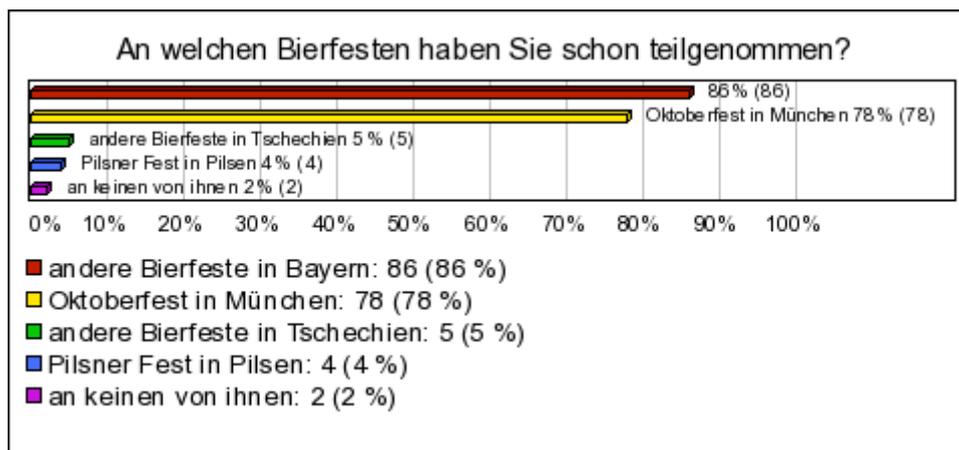
Quelle: <http://bierkultur-in-bayern-und-boh.vyplnto.cz>, 2015

5.4.5 AN WELCHEN BIERFESTEN HABEN SIE SCHON TEILGENOMMEN?

Diese Frage war eine von denen, anhand deren ermittelt werden sollte, womit sich die Bayern und Tschechen an ihrer Bierkultur beteiligen. In diesem Fall ging es darum, ob sie an heimischen Bierfesten teilnehmen oder ob sie auch Bierfeste ihrer Nachbarn besuchen. Die Frage war als geschlossen formuliert und die Befragten konnten mehrere angebotene Antworten markieren.

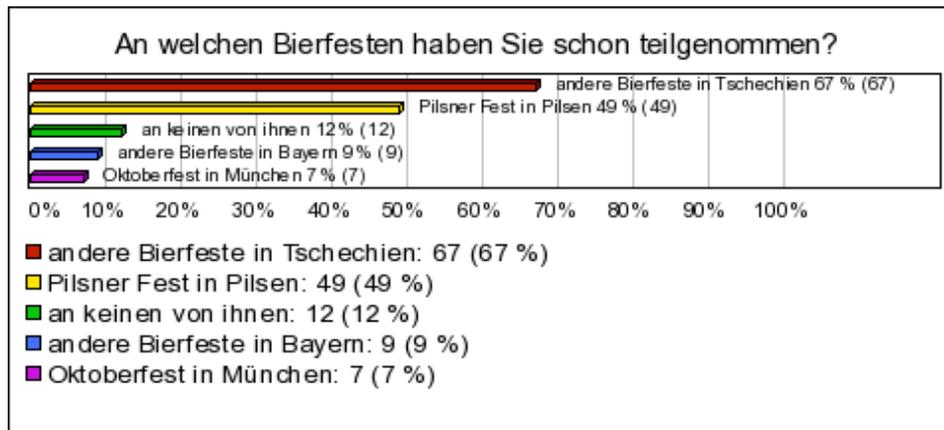
Es wurde festgestellt, dass am Oktoberfest in München 78 % der Befragten aus Bayern teilnahmen und wie es erwartet wurde, besuchten die meisten von ihnen (86 %) auch mindestens einmal ein anderes Bierfest in Bayern. Ihre Beteiligung an tschechischen Bierfesten ist relativ schwach.

Graph 17: Antworten der Bayern bzgl. ihrer Beteiligung an Bierfesten



Quelle: <http://bierkultur-in-bayern-und-boh.vyplnto.cz>, 2015

Was die befragten Personen aus Tschechien betrifft, ist ihre Beteiligung an Bierfesten im Vergleich zu den Bayern schwächer. Während nur 2 % der bayerischen Befragten bisher keine Erfahrung mit Bierfesten in Tschechien und Bayern haben, wurde diese Antwort insgesamt von 12 % der Tschechen angekreuzt. Fast die Hälfte von ihnen (49 %) nahm am Pilsner Fest und 67 % von ihnen an einem anderen Bierfest in Tschechien teil. Daraus geht hervor, dass die Bierfeste bei den Bayern beliebter sind.

Graph 18: Antworten der Tschechen bzgl. ihrer Beteiligung an Bierfesten

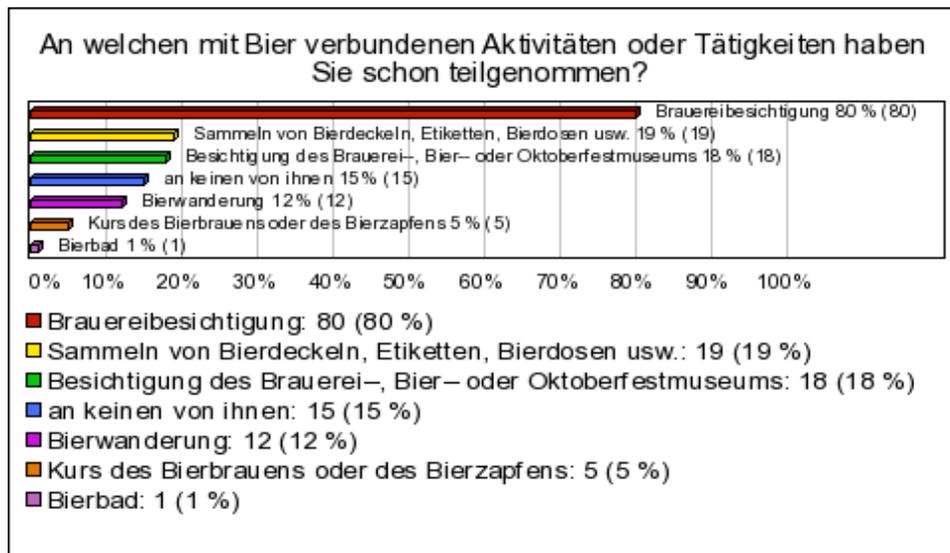
Quelle: <http://pivni-kultura-v-bavorsku-a-c.vyplnto.cz>, 2015

Aus der Fragebogenuntersuchung ergibt sich weiter, dass die bayerischen Bierfeste für die Befragten verlockender sind, weil während nur ein paar Bayern die Teilnahme an einem tschechischen Bierfest vorhaben, möchten 39 % der Tschechen in der Zukunft am Oktoberfest teilnehmen.

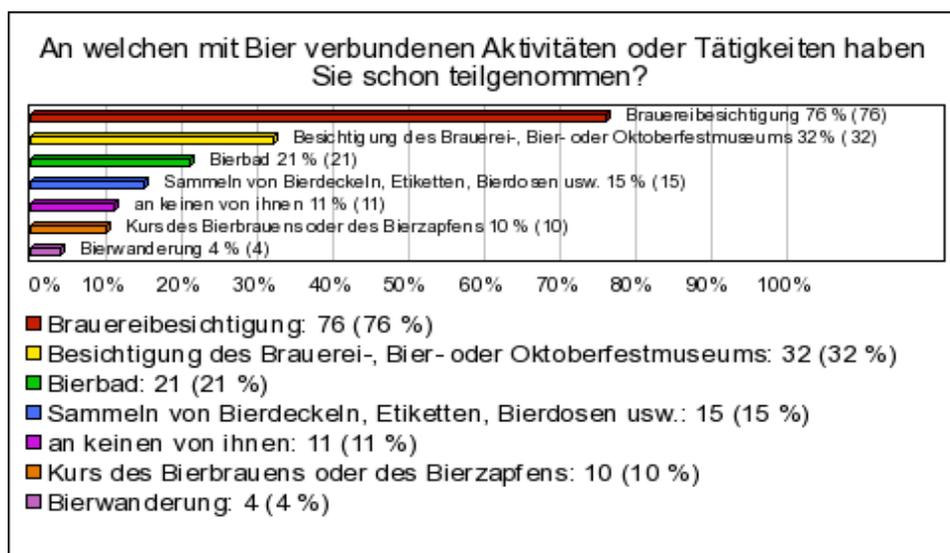
5.4.6 AN WELCHEN MIT BIER VERBUNDENEN KULTURAKTIVITÄTEN UND TÄTIGKEITEN HABEN SIE SCHON TEILGENOMMEN?

Diese Frage war die nächste von denen, mit Hilfe deren festgestellt werden sollte, womit sich die Befragten aus Bayern und Tschechien an ihrer Bierkultur beteiligen. Sie betrifft ihre Beteiligung an mit Bier verbundenen Kulturaktivitäten und Tätigkeiten, wie sind Brauereibesichtigung, Besichtigung des Brauerei-, Bier- oder Oktoberfestmuseums, Bierbad, Kurs des Bierbrauens oder des Bierzapfens, Bierwanderung und Sammeln von Bierdeckeln, Etiketten, Bierdosen usw. Die Frage war als geschlossen konzipiert und die Befragten sollten alle zutreffenden Antworten markieren.

Es stellte heraus, dass sowohl bei den Bayern als auch bei den Tschechen die beliebteste Bier betreffende Kulturaktivität die Brauereibesichtigung ist, an der sich schon die meisten von ihnen teilnahmen. 19 % der Befragten aus Bayern sammelten oder immer noch sammeln Bierdeckel, Bieretiketten u. ä. Den dritten Rang belegte bei ihnen die Besichtigung eines Museums mit Bierthematik, die bei den Tschechen an zweiter Stelle steht. Nach der Brauerei- und Biermuseumsbesichtigung nahmen die Befragten aus Tschechien am meisten an Bierbäder teil, wobei die meisten Teilnehmer älter als 50 Jahre waren.

Graph 19: Antworten der Bayern bzgl. mit Bier verbundener Kulturaktivitäten

Quelle: <http://bierkultur-in-bayern-und-boh.vyplnto.cz>, 2015

Graph 20: Antworten der Tschechen bzgl. mit Bier verbundener Kulturaktivitäten

Quelle: <http://pivni-kultura-v-bavorsku-a-c.vyplnto.cz>, 2015

40 % der befragten Personen aus Bayern gaben an, dass sie in der Zukunft an keinen mit Bier verbundenen Kulturaktivitäten oder Tätigkeiten teilnehmen wollen. Im Unterschied zu ihnen möchten die meisten Tschechen noch viele von ihnen ausprobieren, vor allem beispielsweise Bierbäder, die hauptsächlich die Frauen locken. Aus den Ergebnissen der Fragebogenuntersuchung kommt zum Vorschein, dass die Bierbäder in Tschechien mehr als in Bayern verbreitet sind und dass die mit Bier verbundenen Kulturaktivitäten und Tätigkeiten im Allgemeinen bei den Tschechen beliebter sind.

5.4.7 WIE OFT TRINKEN SIE BIER?

Diese Frage stand auch mit der Beteiligung der Befragten an ihrer Bierkultur in Zusammenhang. Durch sie wurde die Häufigkeit des Bierkonsums bei den Bayern und Tschechen untersucht. Sie wurde als geschlossen abgefasst und nur eine von fünf angebotenen Antworten angekreuzt werden konnte.

Es stellte heraus, dass sowohl die Bayern als auch die Tschechen Bier meistens einmal pro Woche trinken, auch wenn prozentuelle Unterschiede zwischen einzelnen Antworten nicht groß waren. Gar nicht trinkt Bier nur ein unerheblicher Teil der befragten Personen. Alltäglich oder fast alltäglich Bierkonsum ist üblicher bei den Tschechen. Während aus den bayerischen Befragten diese Antwort nur Männer markierten, kreuzten sie 8 % der tschechischen Frauen ein. Eine Erwähnung verdient, dass diese Möglichkeit im Falle der Tschechen von keinem hochschulausgebildeten Befragten ausgewählt wurde und zugleich hier kein Tscheche mit niedriger Ausbildung (*Grundschule oder Lehrbrief*) vorkam, der Bier gar nicht trinken würde. Aus den Ergebnissen der vorliegenden Umfrage geht hervor, dass bei den Bayern im Gegensatz zu den Tschechen ein erworbener Bildungsgrad mit dem Bierkonsum nicht in Zusammenhang steht.

Graph 21: Antworten der Bayern bzgl. ihrer Häufigkeit des Bierkonsums



Quelle: <http://bierkultur-in-bayern-und-boh.vyplnto.cz>, 2015

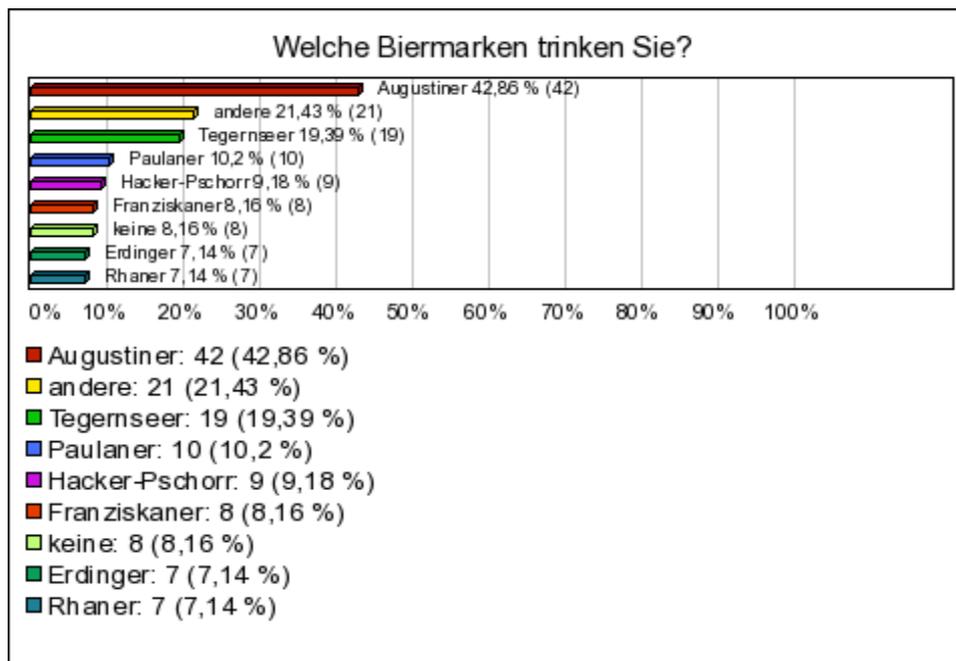
Graph 22: Antworten der Tschechen bzgl. ihrer Häufigkeit des Bierkonsums

Quelle: <http://pivni-kultura-v-bavorsku-a-c.vyplnto.cz>, 2015

5.4.8 WELCHE BIERMARKEN TRINKEN SIE?

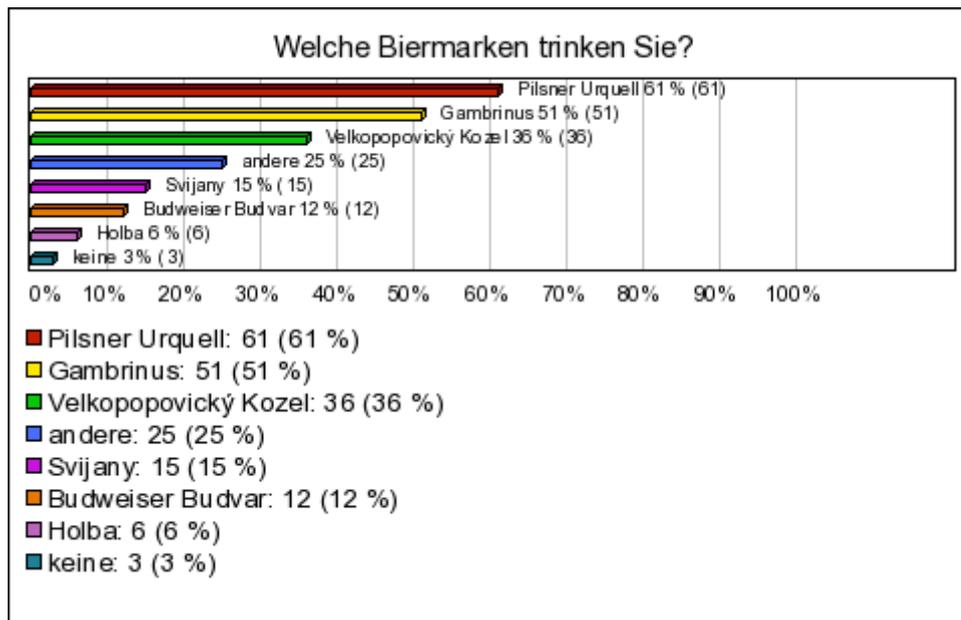
Ziel dieser Frage war herauszufinden, welche Biermarken die Bayern und Tschechen bevorzugen und am meisten trinken. Die Frage war aufgrund der fast uneingeschränkten Anzahl von möglichen Antworten als offen konzipiert.

Es wurde festgestellt, dass die Lieblingsbiermarke der Bayern im Allgemeinen der Münchner *Augustiner* ist. Den zweiten Rang belegte *Tegernseer* und dann folgten mit fast gleicher Anzahl von Antworten die Münchner Biermarken *Paulaner*, *Hacker-Pschorr* und *Franziskaner*. Es zeigte sich, dass *Paulaner* und *Hacker-Pschorr* die Münchner bevorzugen, während *Franziskaner* beliebter bei den außerhalb München lebenden Bayern ist. In geringem Maße wurden von den Befragten die folgenden bayerischen Biermarken angeführt: *Löwenbräu*, *Spaten*, *Aldersbacher*, *Auer*, *Bamberger*, *Bavaria*, *Bruckmüller*, *Camba*, *Chiemseer*, *Falter*, *Fässla*, *Festus*, *Fuchsberger*, *Grafensteiner*, *Grüner*, *Gutmann*, *Hacklberg*, *Karmeliten*, *Klett*, *König Ludwig*, *Kuchlbauer*, *Lindner*, *Mönchshof*, *Mühlbauer*, *Naabecker*, *Oettinger*, *Osser*, *Regensburger Spital*, *Scheider Weisse*, *Scheyerer*, *Schönramer*, *Steinbach*, *Tucher*, *Unterbaarer*, *Urbanus*, *Ustersbacher*, *Weihenstephaner*, *Weltenburger*, *Wieninger*, *Wittmann*, *Wolferstetter* und *Zirndorfer*. Einige Bayern gaben auch die deutschen Biermarken *Becks*, *Holsten*, *Jever* und *Radeberger* und einer von ihnen den tschechischen *Pilsner Urquell* an.

Graph 23: Antworten der Bayern bzgl. ihrer Lieblingsbiermarken

Quelle: <http://bierkultur-in-bayern-und-boh.vyplnto.cz>, 2015

Was die Tschechen betrifft, wurde ermittelt, dass viele von ihnen trotz ihres höheren Preises am meisten die Biermarke *Pilsner Urquell* (61 %) konsumieren. Die zweitbeliebteste Biermarke der Tschechen ist laut der Fragebogenuntersuchung *Gambrinus* (51 %) und die dritte Stelle belegte mit 36 % *Velkopopovický Kozel*. *Budweiser Budvar* endete auf dem fünften Platz hinter *Svijany* und 6 % der tschechischen Befragten führten die Biermarke *Holba* an. Ein paar Prozent gewannen die Pilsner Biermarken *Birell*, *Excelent*, *Master*, *Primus*, *Radegast* und andere tschechische Biermarken wie *Bernard*, *Braník*, *Bezák*, *Chodovar*, *Klostermann*, *Kruovice*, *Pardál*, *Primátor*, *Samson*, *Staropramen*, *Stella Artois*, *Strakonický Dudák*, *Vévoda* und *Zlatopramen*. Es wurden auch die folgenden weniger bekannten Biermarken von Minibrauereien erwähnt: *Bezd kovské*, *Chy-e*, *Dob anský svatý Vít*, *Falkon*, *Koutské*, *Kvasar*, *Permon*, *Post ifňinské* und *Zhák*. Weiter wurde festgestellt, dass einige Tschechen häufig auch ausländische Biermarken trinken, denn sie gaben die bayerischen Biermarken *Augustiner*, *Falkenfelsler*, *Hacker-Pschorr*, *Mönchshof*, *Osser*, *Paulaner*, *Rhaner* oder der niederländische *Heineken* an. Es ist wahrscheinlich, dass die bayerischen Biermarken regelmäßig von den in Bayern arbeitenden Tschechen konsumiert werden, weil sie dort über die Woche bleiben und deshalb haben sie mehrere Gelegenheiten, die bayerischen Biermarken zu trinken.

Graph 24: Antworten der Tschechen bzgl. ihrer Lieblingsbiermarken

Quelle: <http://pivni-kultura-v-bavorsku-a-c.vyplnto.cz>, 2015

Aus den Ergebnissen der vorliegenden Umfrage kommt zum Vorschein, dass die Tschechen die in der Pilsner Urquell Brauerei hergestellten Biere bevorzugen, aber zugleich im Vergleich zu den Bayern, die hauptsächlich die lokalen Biermarken präferieren, mehrere ausländische Biermarken trinken.

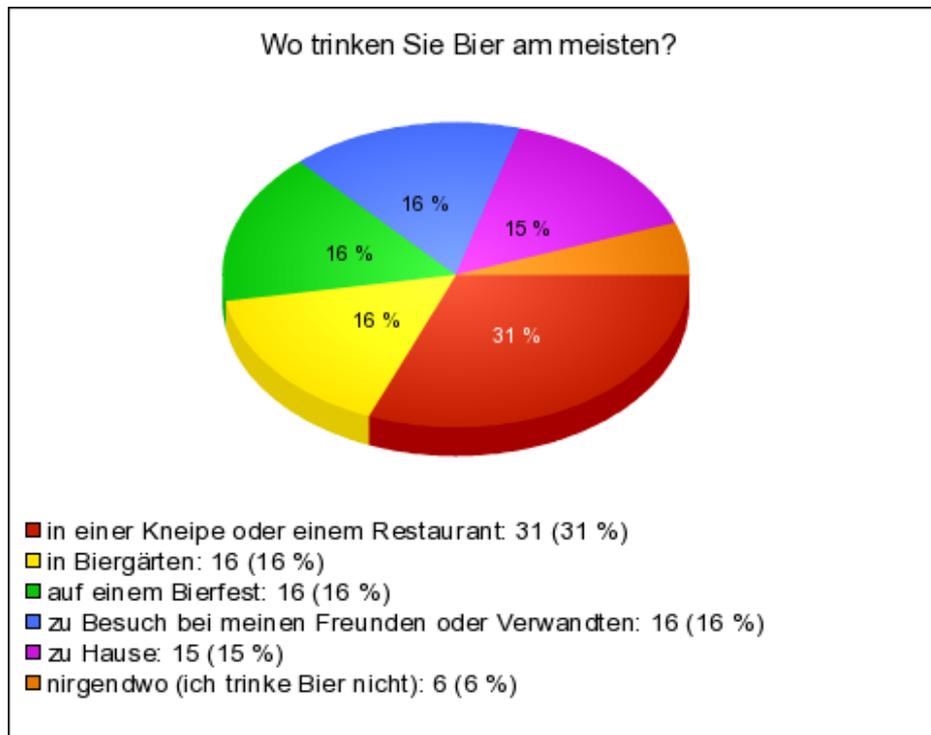
5.4.9 WO TRINKEN SIE BIER AM MEISTEN?

Diese Frage wurde an eine Gesellschaftsfunktion des Biertrinkens gerichtet. Durch sie wurde untersucht, wo die Bayern und Tschechen Bier **am meisten** konsumieren. Die Frage war als geschlossen formuliert und die Befragten konnten nur eine der angebotenen Möglichkeiten markieren, wobei die Bayern im Unterschied zu den Tschechen zusätzlich die Antwort *in Biergärten* zur Verfügung hatten. In den tschechischen Fragebögen wurde diese Möglichkeit nicht angeführt, weil es die typischen Biergärten in Tschechien nicht gibt und die Befragten sie mit einem Außenbereich des Restaurants, wo man auch bedient werden kann, verwechseln könnten.

Die meisten Bayern (31 %) gaben an, dass sie Bier am öftesten in einer Kneipe oder einem Restaurant trinken. Die nächsten Antworten waren prozentuell ausgeglichen. Es zeigte sich, dass 16 % der Befragten aus Bayern Bier am meisten sowohl in Biergärten und auf einem Bierfest als auch zu Besuch bei ihren Freunden oder Verwandten konsumieren.

15 % von ihnen genießen Bier zu Hause. Weiter wurde herausgefunden, dass bayerische Frauen Bier am meisten in Biergärten oder auf einem Bierfest trinken, während die Männer die Kneipen oder Restaurants bevorzugen.

Graph 25: Antworten der Bayern bzgl. ihres Lieblingsortes des Bierkonsums



Quelle: <http://bierkultur-in-bayern-und-boh.vyplnto.cz>, 2015

Während nur 31 % der Befragten aus Bayern Bier am meisten in einer Kneipe oder einem Restaurant trinken, genießen es dort am öftesten 61 % der tschechischen Befragten. Diese Antwort war sowohl bei den tschechischen Männern als auch bei den Frauen die häufigste. Dadurch wurde bestätigt, dass die Kneipen als Symbol der tschechischen Bierkultur betrachtet werden können. Im Vergleich zu den Bayern trinken die Tschechen (22 % der Befragten) Bier auch mehr zu Hause, aber im Gegensatz zu ihnen gehören bei den Tschechen weder Bierfeste noch Besuche bei ihren Bekannten zu den Orten, wo viele von ihnen Bier am meisten trinken würden.

Graph 26: Antworten der Tschechen bzgl. ihres Lieblingsortes des Bierkonsums

Quelle: <http://pivni-kultura-v-bavorsku-a-c.vyplnto.cz>, 2015

5.5 AUSWERTUNG VON HYPOTHESEN

Die erste Hypothese wurde ganz bestätigt. Wie es erwartet wurde, halten sowohl die Bayern als auch die Tschechen Bier hauptsächlich für ihr eigenes Volksgetränk und nehmen ihre Bierkultur positiv wahr.

Die zweite Hypothese wurde nur teilweise bekräftigt. Es stellte heraus, dass die meisten Bayern und Tschechen zwar als spezifische Symbole der tschechischen Bierkultur Pilsner Urquell Brauerei und Pilsner Bier betrachten, aber ihre Ansichten hinsichtlich der Symbolen der bayerischen Bierkultur sich ein bisschen unterscheiden. Während die Tschechen für ihre Symbole Oktoberfest und Maßkrug halten, gaben die meisten Bayern gegen die Erwartung Biergärten an.

Die dritte Hypothese wurde wieder nur teilweise bestätigt. Es zeigte sich, dass die meisten Tschechen wirklich keine bayerischen Biermarken kennen und dass die bekanntesten tschechischen Biermarken in Bayern *Pilsner Urquell* und *Budweiser Budvar* sind. Aber auch wenn diese Biermarken in Bayern im Vergleich zu den bayerischen in Tschechien eindeutig bekannter sind, lässt es sich nicht sagen, dass sie von den meisten Bayern

angegeben wurden, weil *Pilsner Urquell* 36, 73 % und *Budweiser Budvar* 17, 35 % der bayerischen Befragten anführten.

Die Erwartung erfüllte völlig die vierte Hypothese. Anhand der Fragebogenuntersuchung wurde bestätigt, dass ein Durchschnittsbayer schon mindestens einmal am Oktoberfest und an einer Brauereibesichtigung teilnahm und zugleich im Durchschnitt einmal wöchentlich zum Bier in eine Kneipe oder ein Restaurant geht, die Biermarke *Augustiner* zu trinken.

Die letzte fünfte Hypothese stimmt fast mit den Umfrageergebnissen überein, aus denen hervorgeht, dass ein Durchschnittstscheche schon an einem tschechischen Bierfest und einer Brauereibesichtigung teilnahm und einmal pro Woche Bier in einer Kneipe oder einem Restaurant genießt. Laut der Antworten der Befragten trinkt er jedoch der Erwartung zuwider nicht die Biermarke *Gambrinus* oder *Velkopopovický Kozel*, sondern *Pilsner Urquell*.

ZUSAMMENFASSUNG

Vorliegende Bachelorarbeit beschäftigte sich mit der *Bierkultur in Bayern und Böhmen*. Es wurde einige Ziele dieser Arbeit gesetzt. Ein von ihnen war es, anhand der Kulturdefinitionen und der Grundeigenschaften der Kultur eine mögliche Definition von Bierkultur aufzustellen. Weitere Ziele standen mit der Auswertung von Fragebogenuntersuchung und ihren Hypothesen im praktischen Teil der Arbeit in Zusammenhang. Sie betrafen die Feststellung von Ansichten der Bayern und Tschechen bezüglich der bayerischen und böhmischen Bierkultur und von ihrer Beteiligung an ihrer Bierkultur.

Der theoretische Teil befasste sich mit der Entstehung und Entwicklung des Kulturbegriffs bis zu den aktuellen Kulturtheorien. Weiter wurden hier verschiedene Kulturdefinitionen und die Grundeigenschaften der Kultur angeführt und erklärt. Diese ganze Problematik wurde hauptsächlich aus sozialwissenschaftlicher Sicht ansehen. Dann wurde hier die mögliche Definition der Bierkultur aufgestellt und kommentiert. Nachfolgend wurde die Entstehung der ersten Bierkulturen in der Welt erwähnt. Dann wurde schon konkret die Bierkultur in Bayern und Böhmen untersucht. Die Aufmerksamkeit wurde auf die Entstehung und die berühmtesten Symbole der gegebenen Bierkulturen gelenkt. Was die Symbole der bayerischen Bierkultur betrifft, handelte es sich um Hofbräuhaus in München, Oktoberfest und Biergärten. Aus den Symbolen der böhmischen Bierkultur wurden Pilsner Urquell Brauerei, Pilsner Bier, Bierfeste und Kneipen näher beschrieben. In einigen Fällen musste rein tschechische Literatur und Informationsquellen benutzt werden, denn die deutsche zum Thema Bierkultur in Böhmen nicht reichten.

Dem praktischen Teil lag die Analyse von Fragebögen zugrunde, die von 100 Befragten aus Bayern und 100 Befragten aus Böhmen ausgefüllt wurden. Die Methode der Fragebogenuntersuchung wurde für ihre Eigenschaft ausgewählt, relativ schnell notwendige Daten von einer großen Anzahl von Personen zu gewinnen. Zunächst wurden im praktischen Teil Untersuchungsmethoden und grundlegende Angaben zu den befragten Personen angeführt. Weiter wurden hier fünf Hypothesen bestimmt und dann folgte die Datenanalyse selbst, deren Hauptkriterium es war, einen Vergleich zwischen Antworten der Bayern und Tschechen zu ziehen. Anstelle der Wörter *Böhmen* und *böhmisch* wurden im Fragebogen und deswegen auch in dem ganzen praktischen Teil die Wörter *Tschechien* und *tschechisch* verwendet, denn die meisten Bayern unterscheiden zwischen ihnen nicht

und zugleich sind für sie die zuletzt genannten Wörter üblicher. Am Ende des praktischen Teils stellte es heraus, dass die Hypothesen richtig bestimmt wurden, denn ihr erheblicher Teil stimmt mit den Ergebnissen der Fragebogenuntersuchung überein. Die Erwartungen waren also fast erfüllt und die Hypothesen praktisch bestätigt.

Aus den Antworten der Befragten ging hervor, dass sowohl die Bayern als auch die Tschechen ihre Bierkultur positiv wahrnehmen und Bier hauptsächlich als ihr eigenes Volksgetränk betrachten, auch wenn sie zugeben, dass es auch als Volksgetränk ihrer Nachbarn bezeichnet werden kann. Weiter wurde festgestellt, dass die meisten Tschechen keine bayerischen Biermarken kennen, während der böhmische *Pilsner Urquell*, die Lieblingsbiermarke der Tschechen, in Bayern relativ bekannt ist. Bezüglich der Ansicht zu einem spezifischen Symbol der böhmischen Bierkultur stimmten die Bayern mit den Tschechen überein, denn von den meisten Befragten Pilsner Urquell Brauerei angegeben wurde. In Bezug auf ein spezifisches Symbol der bayerischen Bierkultur vertreten die Bayern und Tschechen unterschiedliche Meinungen. Während die Bayern für es Biergärten halten, führten die meisten Tschechen Oktoberfest an. Aus den Ergebnissen der Fragebogenuntersuchung ergibt sich, dass sich die Bayern am meisten an ihrer Bierkultur beteiligen, indem sie Bier im Durchschnitt einmal pro Woche in einer Kneipe oder einem Restaurant konsumieren, wobei ihre Lieblingsbiermarke *Augustiner* ist, und viele von ihnen an verschiedenen bayerischen Bierfesten teilnehmen. Sehr beliebt ist bei den Bayern eine Brauereibesichtigung, während andere mit Bier verbundene Kulturaktivitäten und Tätigkeiten locken sie zu viel nicht. Was die Tschechen betrifft, beteiligen sie sich an ihrer Bierkultur, indem sie Bier auch einmal wöchentlich in einer Kneipe oder einem Restaurant genießen, aber im Vergleich zu den Bayern gab die Kneipen die doppelte Anzahl von Tschechen als den Ort an, wo sich die Gesellschaft bei dem Bierkonsum zusammentrifft. Auch viele Tschechen besuchen Bierfeste, auch wenn sie gegenüber Bayern in Böhmen nicht so populär sind. Die Tschechen beteiligen sich im Gegenteil mehr an mit Bier verbundenen Kulturaktivitäten und Tätigkeiten. Die meisten von ihnen nahmen schon mindestens einmal an einer Brauereibesichtigung teil und großer Beliebtheit erfreuen sich in der letzten Zeit in Böhmen Bierbäder, die in Bayern nicht so sehr verbreitet sind.

Aus den Ergebnissen der vorliegenden Arbeit wird die Schlussfolgerung gezogen, dass sich die bayerische und böhmische Bierkultur voneinander teilweise unterscheiden und jede von ihnen ihre eigenen Spezifika aufweist.

RESUMÉ

The topic of this bachelor thesis is Beer culture in Bavaria and Bohemia. The main goal of theoretical part is the invention of possible definition of beer culture. That is why there is first described the origin, development, definitions and the basic characteristics of the culture, especially from the perspective of the social sciences. Following informations are not just about general origin of the beer culture, it is also about its origin in Bavaria and Bohemia. There are also briefly described the most famous symbols of bavarian beer culture as are Hofbräuhaus in Munich, Oktoberfest and beer gardens, and czech beer culture as are Pilsner Urquell Brewery, pils, beer celebrations and pubs. Practical part of thesis is made of survey. Its goal was the find out how the bavarians and the czechs perceive their beer culture, what they are doing for it and what they think and know about beer culture of their neighbors - the bavarians about czech, and the czechs about bavarian beer culture. This is related to confirm or disprove previously stated hypotheses.

LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS**LITERATURVERZEICHNIS**

Assél, Astrid / Huber, Christian: *München und das Bier. Auf großer Biertour durch 850 Jahre Braugeschichte*, München, 2. aktualisierte Aufl., 2012.

Baecker, Dirk / Kettner, Matthias / Rustemeyer, Dirk (Hg.): *Über Kultur. Theorie und Praxis der Kulturreflexion*, Bielefeld 2008.

Baecker, Dirk: *Wozu Kultur?*, Berlin, 2., erw. Aufl., 2001.

Bártlová, Sylva / Sadílek, Petr / Tóthová, Valérie: *Výzkum a o-et ovatelství*, Brno 2009.

Bering, Kunibert / Bilstein, Johannes / Thurn, Hans Peter (Hgg.): *Kultur - Kompetenz. Aspekte der Theorie. Probleme der Praxis*, Oberhausen 2003.

Brackert, Helmut / Wefelmeyer, Fritz: *Kultur Bestimmungen im 20. Jahrhundert*, Frankfurt am Main 1990.

Brockhaus die Enzyklopädie in vierundzwanzig Bänden, Bd. 12, 20. überarb. und aktualisierte Aufl., Leipzig 1997.

Chládek, Ladislav: *Pivovarnictví*, Praha 2007.

Dostál, S. / Sta ková L.: *Velká kniha o pivu aneb blahodárné p írodní ú inky piva*, Brno 1997.

Fuchs-Heinritz, Werner (Hg.): *Lexikon zur Soziologie*, 3., völlig neu bearb. und erw. Aufl., Opladen 1995.

Hána, Ji í (2009): šVýznamné plze ské hospody ve výpov di historických pohlednic a fotografií - úvod k výstav šJak dlouho se to í, aneb historie pohostinství v Plzni, in: Buchlovský, Martin (Hg.): *Jak dlouho se to í, aneb, Historie pohostinství v eských zemích*, Plze , S. 41-50.

Hauck, Gerhard: *Kultur. Zur Karriere eines sozialwissenschaftlichen Begriffs*, Münster 2006.

- Hillmann, Karl-Heinz: *Wörterbuch der Soziologie*, 4. überarb. und erg. Aufl., Stuttgart 1994.
- Huber, Gerald (Hg.): *Bier. Vom Reinheitsgebot bis zur Kopfüberzapfung*, München 2013.
- Huizinga, Johan: *Der Mensch und die Kultur*, Stockholm 1938.
- Jalowetz, Eduard: *Pilsner Bier im Lichte von Praxis und Wissenschaft*, Pilsen 1999.
- Kejha, Josef / Janoušková, Jiřina / Jurina, Vladimír: *Plzeňský Prazdroj od roku 1842. Příběh, který nepěstává inspirovat*, Plzeň 2012.
- Lawless, Robert: *Co je to kultura*, Olomouc 1996.
- Macura, Vladimír (1997): *ŠHospoda v české vlastenecké kultuře*, in: Novotný, Vladimír (Hg.): *Hospody a pivo v české společnosti*, Praha, S. 28-38.
- Metzger, Christine: *Deutsche Spezialitäten*, Bd. 2, Köln 1997.
- Moebius, Stephan: *Kultur*, Bielefeld 2009.
- Sandkühler, Hans Jörg (Hg.): *Europäische Enzyklopädie zu Philosophie und Wissenschaften*, Bd. 2, Hamburg 1990.
- Schwemmer, Oswald (2008): *ŠSelbstsein und Andersheit. Zum kulturellen Verhältnis von Symbol, Form und Sinn*, in: Baecker, Dirk / Kettner, Matthias / Rustemeyer, Dirk (Hg.): *Über Kultur. Theorie und Praxis der Kulturreflexion*, Bielefeld, S. 119-135.
- Soeffner, Hans-Georg (2003): *ŠDie Perspektive der Kulturosoziologie*, in: Müller, Klaus E. (Hg.): *Phänomen Kultur. Perspektiven und Aufgaben der Kulturwissenschaften*, Bielefeld, S. 171-194.
- Staněk, Josef: *Blahoslavený sládek. Kapitoly z dějin piva*, Praha / Litomyšl 1998.
- Steinbacher, Franz: *Kultur. Begriff - Theorie - Funktion*, Stuttgart 1976.
- Thomas, Alexander (Hg.): *Kulturvergleichende Psychologie. Eine Einführung*, Göttingen 1993.

Thomas, Alexander / Utler, Astrid (2013): *šKultur, Kulturdimensionen und Kulturstandartsö*, in: Genkova, Petia / Ringeisen, Tobias / Leong, Frederick T. L. (Hg.): *Handbuch Stress und Kultur. Interkulturelle und kulturvergleichende Perspektiven*, Wiesbaden, S. 41-58.

Werner, Paul / Werner, Richilde / Nißl, Karl: *Mythos Bier. Geschichte und Geschichten rund ums Bier*, Berchtesgaden 2013.

INTERNETQUELLEN

Bierbäder

<<http://www.pivnilazne.cz/>> (6. 4. 2015)

Pilsner Fest

<<http://www.pilsen.eu/turist/nutzliche-informationen/news/feiern-sie-bier-geburtstag-auf-dem-pilsner-fest.aspx>> (6. 4. 2015)

Tschechisches Bierfestival in Prag

<<http://www.cesky pivnifestival.cz/de/>> (6. 4. 2015)

Umfrageergebnisse für die Bayern

<<http://bierkultur-in-bayern-und-boh.vyplnto.cz>> (16. 3. 2015)

Umfrageergebnisse für die Tschechen

<<http://pivni-kultura-v-bavorsku-a-c.vyplnto.cz>> (16. 3. 2015)

Weitere Events rund ums Bier

<<http://www.muenchen.de/leben/typisch-muenchen/bier.html>> (6. 4. 2015)

GRAPHENVERZEICHNIS

Graph 1: Alter der Befragten aus Bayern.....	31
Graph 2: Alter der Befragten aus Tschechien	32
Graph 3: Die erworbene Ausbildung der Befragten aus Bayern	32
Graph 4: Die erworbene Ausbildung der Befragten aus Tschechien.....	33
Graph 5: Antworten der Tschechen bzgl. des Bieres als tschechisches Volksgetränk	34
Graph 6: Antworten der Bayern bzgl. des Bieres als bayerisches Volksgetränk	35
Graph 7: Antworten der Bayern bzgl. des Bieres als tschechisches Volksgetränk	35
Graph 8: Antworten der Tschechen bzgl. des Bieres als bayerisches Volksgetränk ...	36
Graph 9: Antworten der Bayern bzgl. der Wahrnehmung ihrer Bierkultur	36
Graph 10: Antworten der Tschechen bzgl. der Wahrnehmung ihrer Bierkultur	37
Graph 11: Antworten der Tschechen bzgl. der Symbole tschechischer Bierkultur ...	38
Graph 12: Antworten der Bayern bzgl. der Symbole tschechischer Bierkultur	38
Graph 13: Antworten der Tschechen bzgl. der Symbole bayerischer Bierkultur	39
Graph 14: Antworten der Bayern bzgl. der Symbole bayerischer Bierkultur	39
Graph 15: Antworten der Tschechen bzgl. ihrer Kenntnis der bayer. Biermarken ...	41
Graph 16: Antworten der Bayern bzgl. ihrer Kenntnis tschechischer Biermarken ...	41
Graph 17: Antworten der Bayern bzgl. ihrer Beteiligung an Bierfesten	42
Graph 18: Antworten der Tschechen bzgl. ihrer Beteiligung an Bierfesten.....	43
Graph 19: Antworten der Bayern bzgl. mit Bier verbundener Kulturaktivitäten.....	44
Graph 20: Antworten der Tschechen bzgl. mit Bier verbundener Kulturaktivitäten	44
Graph 21: Antworten der Bayern bzgl. ihrer Häufigkeit des Bierkonsums.....	45
Graph 22: Antworten der Tschechen bzgl. ihrer Häufigkeit des Bierkonsums	46
Graph 23: Antworten der Bayern bzgl. ihrer Lieblingsbiermarken.....	47
Graph 24: Antworten der Tschechen bzgl. ihrer Lieblingsbiermarken	48
Graph 25: Antworten der Bayern bzgl. ihres Lieblingsortes des Bierkonsums	49
Graph 26: Antworten der Tschechen bzgl. ihres Lieblingsortes des Bierkonsums	50

ANHANGSVERZEICHNIS

Anhang 1: Fragebogen für die Bayern..... I
Anhang 2: Fragebogen für die TschechenIII
Anhang 3: Symbole der bayerischen Bierkultur V
Anhang 4: Symbole der böhmischen Bierkultur VII

ANHANG

Anhang 1: Fragebogen für die Bayern

Guten Tag, ich heiße Jana Mí-ková und ich bin Studentin des Bachelorstudiums an der Westböhmischen Universität in Pilsen. Gestatten Sie mir, Sie um Ausfüllung des ganz anonymen Umfragebogens zu bitten, der ein Bestandteil meiner Bachelorarbeit zum Thema *Bierkultur in Bayern und Böhmen* ist. Wenn es nicht anders angeführt wird, markieren Sie bitte immer nur eine von angebotenen Möglichkeiten. Ich danke Ihnen im Voraus für Ihre Zusammenarbeit.

Ihr Geschlecht? a) Mann b) Frau

Ihr Alter? a) 18 - 25 Jahre b) 26 - 39 Jahre c) 40 - 49 Jahre d) 50 Jahre und mehr

Ihre Ausbildung? a) Haupt- oder Realschulabschluss b) Abitur c) Hochschulausbildung

Ihr Wohnsitz? a) München b) Bayern (außerhalb München)

1) Würden Sie Bier als bayerisches Volksgetränk bezeichnen?

a) ja b) eher ja c) ich weiß nicht d) eher nein e) nein

2) Wie nehmen Sie Bierkultur in Bayern (Bierfeste, Biergärten, Brauereien, Kneipen, Biermarken, ...) wahr?

a) positiv (wir können auf sie und ihre Tradition stolz sein)

b) neutral

c) negativ (sie macht uns in der Welt keinen guten Ruf)

3) Was ist Ihrer Ansicht nach ein spezifisches Symbol der Bierkultur in Bayern?

(markieren Sie alle zutreffenden Antworten)

a) München

b) Hofbräuhaus in München

c) Oktoberfest

d) Biergärten

e) Maßkrug

f) Lederhose, Dirndl

g) nichts

h) etwas anderes (schreiben Sie aus)

4) An welchen Bierfesten haben Sie schon teilgenommen? (markieren Sie alle zutreffenden Antworten)

a) Oktoberfest in München

b) andere Bierfeste in Bayern

c) Pilsner Fest in Pilsen

d) andere Bierfeste in Tschechien

e) an keinen von ihnen

5) An welchen Bierfesten möchten Sie in der Zukunft teilnehmen? (markieren Sie alle zutreffenden Antworten)

a) Oktoberfest in München

b) andere Bierfeste in Bayern

c) Pilsner Fest in Pilsen

d) andere Bierfeste in Tschechien

e) an keinen von ihnen

6) An welchen mit Bier verbundenen Aktivitäten oder Tätigkeiten haben Sie schon teilgenommen? (markieren Sie alle zutreffenden Antworten)

a) Brauereibesichtigung

b) Besichtigung des Brauerei-, Bier- oder Oktoberfestmuseums

- c) Bierbad
d) Kurs des Bierbrauens oder des Bierzapfens
e) Bierwanderung
f) Sammeln von Bierdeckeln, Etiketten, Bierdosen usw.
g) an keinen von ihnen
- 7) An welchen mit Bier verbundenen Aktivitäten oder Tätigkeiten möchten Sie in der Zukunft teilnehmen? (markieren Sie alle zutreffenden Antworten)**
- a) Brauereibesichtigung
b) Besichtigung des Brauerei-, Bier- oder Oktoberfestmuseums
c) Bierbad
d) Kurs des Bierbrauens oder des Bierzapfens
e) Bierwanderung
f) Sammeln von Bierdeckeln, Etiketten, Bierdosen usw.
g) an keinen von ihnen
- 8) Wie oft trinken Sie Bier?**
- a) jeden Tag oder fast jeden Tag
b) zwei bis drei Mal pro Woche
c) einmal pro Woche
d) ausnahmsweise
e) gar nicht
- 9) Welche Biermarken trinken Sie?**
- a) (schreiben Sie aus).....
b) keine (ich trinke Bier nicht)
- 10) Wo trinken Sie Bier am meisten?**
- a) zu Hause
b) in einer Kneipe oder einem Restaurant
c) zu Besuch bei meinen Freunden oder Verwandten
d) auf einem Bierfest
e) in Biergärten
f) woanders
g) nirgendwo (ich trinke Bier nicht)
- 11) Waren Sie schon mal in Tschechien?**
- a) ja - in Pilsen b) ja - aber nicht in Pilsen c) ja - unter anderem auch in Pilsen d) nein
- 12) Haben Sie schon einmal tschechisches Bier probiert?** a) ja b) nein
- 13) Würden Sie Bier als tschechisches Volksgetränk bezeichnen?**
- a) ja b) eher ja c) ich weiß nicht d) eher nein e) nein
- 14) Was ist Ihrer Ansicht nach ein spezifisches Symbol der Bierkultur in Tschechien? (markieren Sie alle zutreffenden Antworten)**
- a) Stadt Pilsen
b) Pilsner Urquell Brauerei
c) Bierfeste
d) Pilsner Bier
e) Schwejk
f) Kneipen
g) nichts
h) etwas anderes (schreiben Sie aus)
- 15) Welche tschechische Biermarken kennen Sie?**
- a) keine
b) (schreiben Sie aus)

Anhang 2: Fragebogen für die Tschechen

Dobrý den, jmenuji se Jana Míková a jsem studentkou bakalářského studia na Západoecké univerzitě v Plzni. Dovolte mi, abych Vás pošťádala o vyplnění anonymního anketního dotazníku, který je součástí mé bakalářské práce na téma *Pivní kultura v Bavorsku a Čechách*. Pokud není uvedeno jinak, označte prosím vždy jen jednu z nabízených možností, která se nejvíce blíží Vašemu názoru. V těch kterých případech můžete odpovědět také vlastními slovy na vyznačená místa pro otevřenou odpověď. Předem Vám děkuji za Vaši spolupráci.

- Vaše pohlaví?** a) muž b) žena
- Váš věk?** a) 18 - 25 let b) 26 - 39 let c) 40 - 49 let d) 50 let a více
- Vaše vzdělání?** a) základní nebo vyučen b) maturita c) vyšší nebo vysoké
- Vaše bydliště?** a) Plzeň b) Čechy (mimo Plzeň)

1) Označte, jak byste pivo za český národní nápoj?

- a) ano b) spíše ano c) nevím d) spíše ne e) ne

2) Jak vnímáte pivní kulturu v Čechách (plzeňské pivo, pivní slavnosti, pivovary, hospody, pivní značky, ...)?

- a) pozitivně (mám rádi být na ní a její tradici) pyšně
b) neutrálně
c) negativně (nedělá nám ve své době dobrou pověst)

3) Co je podle Vašeho názoru specifický symbol pivní kultury v Čechách? (označte všechny platné odpovědi)

- a) město Plzeň
b) pivovar Plzeňský Prazdroj
c) pivní slavnosti
d) plzeňské pivo
e) TMčejk
f) hospody
g) nic
h) něco jiného (vypíšte)

4) Jakých pivních slavností jste se již zúčastnil/a? (označte všechny platné odpovědi)

- a) Oktoberfest v Mnichově
b) jiné pivní slavnosti v Bavorsku
c) Pilsner Fest v Plzni
d) jiné pivní slavnosti v Čechách
e) žádné z nich

5) Jakých pivních slavností byste se chtěl/a v budoucnu zúčastnit? (označte všechny platné odpovědi)

- a) Oktoberfest v Mnichově
b) jiné pivní slavnosti v Bavorsku
c) Pilsner Fest v Plzni
d) jiné pivní slavnosti v Čechách
e) žádné z nich

6) Kterých s pivem spojených aktivit nebo iniciativ jste se již zúčastnil/a? (označte všechny platné odpovědi)

- a) prohlídka pivovaru
b) prohlídka pivovarského nebo pivního muzea i muzea Oktoberfestu
c) pivní lázně
d) kurz vaření nebo degustování piva

- e) pivní stezky
- f) sbíratelství pivních podtáček, etiket, plechovek atd.
- g) fládná z nich

7) Kterých s pivem spojených aktivit nebo inností byste se chtěl/a v budoucnu zůstať? (označte všechny platné odpovědi)

- a) prohlídka pivovaru
- b) prohlídka pivovarského nebo pivního muzea či muzea Oktoberfestu
- c) pivní lázně
- d) kurz vaření nebo šerpování piva
- e) pivní stezky
- f) sbíratelství pivních podtáček, etiket, plechovek atd.
- g) fládná z nich

8) Jak často pijete pivo?

- a) každý den nebo skoro každý den
- b) dvakrát až třikrát za týden
- c) jednou za týden
- d) výjimečně
- e) vůbec ne

9) Jaké značky piv pijete?

- a) (vypíšte).....
- b) žádné (nepijí pivo)

10) Kde pijete pivo nejčastěji?

- a) doma
- b) v hospodě nebo restauraci
- c) na návštěvě u přátel nebo příbuzných
- d) na pivních slavnostech
- e) jinde
- f) nikde (nepijí pivo)

11) Byl/a ufljste někdy v Bavorsku?

- a) ano - v Mnichově
- b) ano - ale ne v Mnichově
- c) ano - mimo jiné i v Mnichově
- d) ne

12) Ochutnal/a jste ufln kdy bavorské pivo?

- a) ano
- b) ne

13) Označil/a byste pivo za bavorský národní nápoj?

- a) ano
- b) spíše ano
- c) nevím
- d) spíše ne
- e) ne

14) Co je podle Vašeho názoru specifický symbol pivní kultury v Bavorsku? (označte všechny platné odpovědi)

- a) Mnichov
- b) Hofbräuhaus v Mnichově
- c) Oktoberfest
- d) Biergarten (špivní zahrady)
- e) tuplák
- f) kožené kalhoty, dívčí bavorský kroj
- g) nic
- h) něco jiného (vypíšte)

15) Jaké bavorské značky piv znáte?

- a) žádné
- b) (vypíšte)

Anhang 3: Symbole der bayerischen Bierkultur

Bild 1: Hofbräuhaus am Platzl



Quelle: <http://www.hofbraeu-muenchen.de/uploads/pics/Platzl_Tag_2008_008271.jpg> (25. 3. 2015)

Bild 2: Oktoberfest



Quelle:
<http://s4.portal.muenchen.de/.imaging/stk/mde/galleryLarge/dms/wiesn/Impressionen/Impressionen_0008_postkartenbilder-wiesn-2014_0011_IMG_1788.JPG.jpg/document/Impressionen_0008_postkartenbilder%20wiesn%202014_0011_IMG_1788.JPG.jpg> (25. 3. 2015)

Bild 3: Biergarten

Quelle: <http://www.hofbraeu-muenchen.de/uploads/pics/Biergarten_CD_D036_008310.jpg> (25. 3. 2015)

Bild 4: Maßkrug und Dirndl

Quelle: <http://www.goettinger-tageblatt.de/var/storage/images/gt-et/nachrichten/goettingen/uebersicht/oktoberfest-mit-umzug-masskrug-und-dirndl/25579219-1-ger-DE/Oktoberfest-mit-Umzug-Masskrug-und-Dirndl_ArtikelQuer.jpg> (25. 3. 2015)

Anhang 4: Symbole der böhmischen Bierkultur**Bild 5: Pilsner Urquell Brauerei**

Quelle: <http://www.pilsner-urquell.cz/images/pilsner-fest-2014/800x533/NF_A09_3395%20PF.jpg> (25. 3. 2015)

Bild 6: Pilsner Bier

Quelle: <<http://www.prazdroj.cz/cache/img/af/--data--web--fotobanka--8778.fitbox.x350.y350.r0.q85.nr1.me2.jpg>> (25. 3. 2015)

Bild 7: Bierfest (Pilsner Fest)



Quelle: <http://www.pilsner-urquell.cz/images/pilsner-fest-2014/800x533/NF_A09_3353%20PF.jpg> (25. 3. 2015)

Bild 8: Kneipe (U Salzmann)



Quelle: <<http://www.usalzmannu.com/data/photo/32.jpg>> (25. 3. 2015)