



Wie der Schoggitaler zur Tradition wurde

Schokolade essen, und erst noch für einen guten Zweck – der Schoggitaler macht das möglich. Seit Jahrzehnten hat der Taler seinen festen Platz in der Schweizer Kulturgeschichte. Über den Ursprung dieser Tradition ist aber kaum etwas bekannt.

von Florencia Figueroa

Wer kennt ihn nicht, den Schoggitaler, die überdimensionierte Münze aus Schokolade, verpackt in goldfarbener Aluminiumfolie, die jedes Jahr im Spätsommer von Schülern in der ganzen Schweiz für einen guten Zweck verkauft werden? Warum dieser Taler überhaupt lanciert wurde, wissen aber wohl die wenigsten. Die interessante Geschichte beginnt 1944, als im Oberengadin der Silsersee für ein Wasserkraftwerk im Bergell gestaut werden sollte. Doch dazu kam es nie, denn die Vereinigung «Pro Lej da Segl» («Für den Silsersee») hatte eine andere Idee: «Sie schlug vor, die Seenlandschaft in ein Naturreservat umzuwandeln», sagt Eveline Engeli, Leiterin des Talerbüros des Schweizer Heimatschutzes und von Pro Natura.

Auf rechtlichem Weg vermochte die kleine Vereinigung das Begehren nicht durchzusetzen, denn damals existierten auf kantonaler und nationaler Ebene keine Schutzbestimmungen, auf die sie sich hätte berufen können. Es blieb ihr also nichts anderes übrig als zu hoffen. Und tatsächlich: Die betroffenen Gemeinden Sils und Segl liessen sich von der Vereinigung «Pro Lej da Segl» überzeugen, den See zu schonen – jedoch nicht ohne eine Gegenleistung zu fordern. So stellten sie die Bedingung, für entgangene Wasserzinseinnahmen mit

300 000 Franken entschädigt zu werden. Aber gegen Ende des Zweiten Weltkriegs waren die Kassen allerorts leer. Weder der Bundesrat noch Spender konnten so viel Geld aufbringen, sodass nach einer Sammelaktion immer noch 160 000 Franken fehlten. An diesem Punkt, wo andere vielleicht aufgegeben hätten, kam einem Mitglied der Vereinigung «Pro Lej da Segl» der rettende Einfall: Mit dem Erlös aus dem Verkauf von Schokolade sollte man die beiden Gemeinden ausbezahlen.

Die Geburtsstunde des Talers

«Bis ins Jahr 1946 war Schokolade rationiert, man bekam sie nur in kleinen Mengen», erzählt Eveline Engeli, «deshalb begehrten sie auch alle.» Dass die knappe Ware ausgerechnet der Vereinigung «Pro Lej da Segl» zur Verfügung gestellt werden würde, schien zu Anfang ein wenig unrealistisch. Glücklicherweise befürwortete Bundesrat Walther Stampfli, Vorsteher des Wirtschaftsdepartements und zuständig für die Ämter Rationierungswesen und Kriegsernährung, die Rettung des Silsersees im Oberengadin. Er gab 25 Tonnen Schokolade frei, die schliesslich im Februar 1946 unter dem Motto «Für Heimatschutz, für Naturschutz, für den Silsersee» auf den Strassen zum Verkauf angeboten wurden – in Form eines überdimensionier-

ten Talers, verpackt in goldfarbener Aluminiumfolie. Auf der Vorderseite war der Silsersee eingeprägt. Wegen seines Aussehens wurde das Produkt «Schoggitaler» genannt. 20 000 Schüler beteiligten sich am Verkauf. Sie boten den Taler für einen Franken das Stück an. Um den Absatz zu fördern, rührten die Verantwortlichen bereits im Vorfeld kräftig die Werbetrommel, in Tages- und Wochenzeitungen, im Radio und in Kinos sowie auf Plakaten.

Der Aufwand sollte sich lohnen, denn die erste nach dem Zweiten Weltkrieg ohne Lebensmittelmarken erhältliche Schokolade verkaufte sich landesweit über 800 000 Mal. Mit den Einnahmen konnten die Gemeinden Sils und Segl entschädigt werden, und der See war gerettet. Seither wiederholte die Vereinigung «Pro Lej da Segl» die Aktion jedes Jahr. Bis zum heutigen Tag beteiligen sich Kinder am Verkauf.

Umsatz nimmt stetig ab

Über vierzig Millionen Mal kauften die Schweizer den Schoggitaler seit seiner Lancierung. Am Konzept hat sich auch nach bald siebzig Jahren fast nichts geändert. Einzig der Preis hat eine Anpassung erfahren: Statt einen Franken kostet der 28 Gramm schwere Taler mit einem Durchmesser von acht Zentimetern heute fünf Franken. Genauso wie



Fotos: zVg

Mit dem Erlös des diesjährigen Schoggitalerverkaufs sollen Dorfplätze wie derjenige im bündnerischen Guarda als attraktive Begegnungszentren erhalten werden.

früher wird die Münze jedes Jahr neu geprägt – je nachdem, unter welchem Motto der Verkauf läuft. «Über das Thema entscheiden alternierend der Schweizer Heimatschutz und Pro Natura, weil diese beiden Organisationen die Mitglieder der Vereinigung «Pro Lej da Segl» stellen – der Gruppe also, die den Schoggitaler ins Leben gerufen hat», erklärt Eveline Engeli. Dieses Jahr ist der Heimatschutz an der Reihe: Sein Motto lautet «Dorfplatz». Die Leiterin des Talerbüros erklärt den Grund: «In der Schweiz gehen immer mehr Dorf- und Quartierplätze verloren, dabei nehmen sie als Begegnungszone für die Bevölkerung eine wichtige Funktion ein.» Mit dem Erlös wolle der Schweizer Heimatschutz helfen, die Plätze wieder zu beleben, damit die Bevölkerung ein Stück Kultur zurückerhalte. Zehn Prozent des Umsatzes gehen an die Schüler als Belohnung für ihren Einsatz. Die Verkaufsaktion dauert von Anfang bis Ende September.

Doch sind die Verkaufszahlen rückläufig. Waren es 1984 noch 923 000 Stück, sank die Anzahl der verkauften Taler bis 2013 auf 431 777. «Seit Anfang der achtziger Jahre verringerte sich der Verkauf also durchschnittlich um etwa 15 000 Taler pro Jahr», konstatiert Eveline Engeli. An den Schülern liege es nicht: «Sie verkaufen nach wie vor gerne Schoggitaler.» Allerdings kämen sie nicht mehr so oft zum Einsatz, «denn die Lehrer empfinden die Verkaufskationen immer mehr als zusätzliche Belastung, weshalb sie ihre Klassen gar nicht erst anmelden.»

Riesentaler im Kanton Luzern

Dabei hat der Schoggitalerverkauf durch Kinder in der Schweiz Tradition: «Generationen von Schülern haben dazu beigetragen, dass zahlreiche Landschaften, Häuser und Naturschutzprojekte unterstützt werden konnten», betont Eveline Engeli, darunter zum Beispiel der Verkehrsweg «Via Sbrinz» am Grim-

sepass, der instand gesetzt wurde, oder die historischen Häuser des St. Galler Städtchen Werdenberg, die heute wieder bewohnbar sind, sowie die zwei Brissago-Inseln im Lago Maggiore, die aufgekauft und danach der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wurden. Insgesamt 69 Projekte haben Pro Natura und der Schweizer Heimatschutz dank den Schülern seit 1946 realisiert. Eine Auflistung dieser Projekte findet sich in der Dauer Ausstellung «Choco-Welt» der Aeschbach Chocolatier AG in Root LU. Die Firma stellt die Taler her und vermittelt in ihrer Ausstellung deshalb die Geschichte des Schoggitalers.

Als besonderer Hingucker sei der Riesenschoggitaler erwähnt: Er hat einen Durchmesser von zwei Metern, ist zehn Zentimeter dick und stellt den ersten Schoggitaler aus dem Jahr 1946 dar. Selbstverständlich zielt den Riesenschoggitaler, wie das Originalstück, der Silsersee. ■