

Richard Winkler:

*Ein Bier wie Bayern. Geschichte der Münchner Löwenbrauerei 1818–2003.*

PH. C. W. Schmidt Verlag, Neustadt an der Aisch 2016, 471 S.

*Richard Winkler*, Mitarbeiter des Bayerischen Wirtschaftsarchivs in München, legt mit diesem Band eine moderne Unternehmensgeschichte aus einer Branche vor, die für die bayerische Landeshauptstadt im 19. Jahrhundert eine zentrale Rolle spielte. Er wertet umfangreiche Bestände des Bayerischen Wirtschaftsarchivs, des Bayerischen Hauptstaatsarchivs, des Staatsarchivs München, des Stadtarchivs München und weiterer Archive aus. Die Ergebnisse der Studie gehen weit über die Monografie Wolfgang Behringers über Löwenbräu aus dem Jahr 1991 hinaus. Winkler bettet seine Arbeit über die Löwenbrauerei kenntnisreich in den Rahmen der Münchner, der deutschen und der internationalen Brauindustrie ein.

Ab der Mitte des 19. Jahrhunderts stieg die Löwenbrauerei zur größten Münchner und kurz vor dem Ersten Weltkrieg zur größten deutschen Brauerei auf. Detailliert analysiert der Autor, wie die Brauerei außerbayerische Märkte eroberte. Dabei hatte das indirekte Vertriebsmodell einen entscheidenden Anteil, und der Ausbau der Eisenbahnverbindungen förderte den Absatz im Ausland. Zentral blieb für das permanente Wachsen der Brauerei jedoch zunächst der Absatz im Lokalmarkt München. Der Inhaber Ludwig Brey befand sich trotz aller Erfolge in den 1860er-Jahren in einer Kapitalklemme, deshalb wurde die Brauerei im Jahr 1872 in die „Aktiengesellschaft zum Löwenbräu“ umgewandelt. In den nächsten Jahren hatte sie mit dem Ruf zu kämpfen, schlechtes Bier zu produzieren, wofür vor allem organisatorische und betriebstechnische Mängel verantwortlich waren. Der Imageverlust hatte erhebliche Absatzrückgänge zur Folge.

Die Biersteuergesetzgebung in Bayern sowie die gemeindliche Biersteuer führten in den 1880er-Jahren dazu, dass das bayerische Bier, das nördlich der Mainlinie verkauft wurde, erheblich zu den Unternehmenserfolgen der bayerischen Brauerei beitrug, und die hohe bayerische Biersteuer machte Exporte aus anderen Bundesländern nach Bayern unrentabel. In den 1880er- und 1890er-Jahren ging es mit der Löwenbrauerei sukzessive bergauf. Ein wesentlicher technischer Grund für die Produktionssteigerungen lag in der Einführung der „künstlichen Kühlung“. Auch der Aufkauf geschwächter Konkurrenzbetriebe trug zum Erfolg bei. Im Zeitraum von 1895/96 bis 1912/13 „steigerte der Löwe den jährlichen Ausstoß um fast zwei Drittel“ (S. 51).

In den Jahren 1903 bis 1911 investierte die Löwenbrauerei rund 3,5 Millionen Mark in die Erweiterung, Modernisierung und Rationalisierung der Produktionsanlagen, im Jahr 1913 verfügte sie über eine Produktionskapazität von knapp 1 Million hl, sie beschäftigte über 900 Arbeiter und 70 Angestellte. Die Löwenbrauerei-Aktie gehörte dauerhaft zu den begehrtesten Papieren an der Münchner Börse, und unter den Lagerbierbrauereien zählte der Löwe vor dem Ersten Weltkrieg weltweit zu den Top Ten, größer waren beispielsweise Anheuser-Busch, die Joseph Schlitz Brewing Company, die Schultheiss-Brauerei in Berlin und die Vereinigte Brauereien Dreher-Mautner-Meichl AG in Wien-Schwechat.

Beim Bierexport wurde die Löwenbrauerei im Deutschen Reich nur von der Kaiserbrauerei Beck & Co. in Bremen überflügelt. Für den weltweiten Durchbruch war die seit den 1870er-Jahren eingeführte Pasteurisierung zur Haltbarmachung von Flaschenbier verantwortlich. Frankreich war über lange Zeit der wichtigste europäische Exportmarkt. Zudem explodierten im ersten Jahrzehnt des 20. Jahrhunderts die Verkaufszahlen in den USA, die stärksten Konkurrenten auf dem US-amerikanischen Markt waren die böhmischen Brauereien, vor allem das Bürgerliche Brauhaus Pilsen.

Im Ersten Weltkrieg wurde das Ausfuhrgeschäft völlig unterbunden, auch der Versand in die deutschen Länder sank erheblich. Bereits im Sudjahr 1914/15 ging ein Drittel des Löwen-Ausstoßes an die Front und an die in der Heimat stationierten Truppenteile. Bei einem Gesamtausstoß von nur mehr 571 000 hl im Sudjahr 1917/18 waren zwei Fünftel der Produktionskapazität nicht mehr ausgelastet. Im und kurz

nach dem Ersten Weltkrieg kam es zu einigen Fusionen bzw. Übernahmen, im Dezember 1920 fusionierte die Löwenbrauerei mit der Unionsbrauerei Schülein, was vornehmlich dem Abbau von Überkapazitäten diente.

In den frühen 1920er-Jahren war der Löwe eine Weltmarke ohne Weltmarkt, denn vor allem die USA als Exportmarkt fielen fast völlig weg, und so konzentrierte sich die Wiederankurbelung des Exportgeschäfts auf die europäischen Nachbarstaaten. In den Jahren der Weltwirtschaftskrise 1929 bis 1934 ging die Bierausfuhr drastisch zurück, zudem wuchs die Konkurrenz durch Brauereien aus Japan, den Niederlanden und Dänemark.

Nach der Machtübernahme durch die Nationalsozialisten geriet die Löwenbrauerei unter politischen Druck. „Aufgrund der jüdischen Großaktionäre, des zur Hälfte mit Juden besetzten Aufsichtsrates und des jüdischen Generaldirektors diffamierten die nationalsozialistischen Machthaber die Marke als ‚Judenbier‘“ (S. 119), zudem beteiligten sich Teile der Münchner Konkurrenz an der anlaufenden Hetzkampagne gegen die Brauerei. Hermann Schülein musste den Titel des Generaldirektors abgeben, alle fünf jüdischen Mitglieder des Aufsichtsrats erklärten am 11. Mai 1933 ihren Austritt. Im Juli 1935 klagte der Gestapo-Informant darüber, dass bei der Löwenbrauerei „von Nationalsozialismus sehr wenig zu spüren ist“ (S. 123). In den Folgejahren passte sich die neue Führung der Brauerei den politischen Verhältnissen weitgehend an. Es gelang ihr, den Export in die USA wiederzubeleben.

Nach dem Zweiten Weltkrieg litt die Brauerei zunächst vor allem unter den Absatzverlusten auf dem außerbayerischen Inlandsmarkt, infolge der Teilung Deutschlands verlor sie ca. zwei Fünftel der bisherigen Versandmenge. „In den 1950er-Jahren stand der Wiederaufbau der zerstörten eigenen Absatzstätten sowie die Erneuerung und Modernisierung der kriegsbedingt beeinträchtigten Brauereianlagen im Mittelpunkt aller Bemühungen“ (S. 154). Die wichtigsten Kreditgeber und größten Aktionäre waren die Banken Merck, Finck & Co, Bayern Hypo und Bayerische Vereinsbank. Die Löwenbrauerei fiel gegenüber den außerbayerischen Großbrauereien zurück. Auch der scharf ausgeprägte Wettbewerb unter den rund 1900 gewerblichen Brauereien in Bayern stieg erheblich an.

Im Gegensatz dazu kehrte die Löwenbrauerei auf die internationalen Märkte zurück, vor allem das Oktoberfest erwies sich als langfristiger Exportmotor, und am Ende der 1950er-Jahre lieferte die Brauerei wieder in rund 80 Länder in allen Erdteilen. Ab 1959 behauptete der Löwe konstant ein Fünftel des wachsenden amerikanischen Importbiermarkts, wobei die amerikanischen GIs als Bierbotschafter fungierten. Auch innovative Werbung trug zum Erfolg bei, und so strahlte der Glanz der Marke Löwenbräu Anfang der 1960er-Jahre wieder in aller Welt.

Seit dieser Zeit klagte die Brauerei jedoch über Unterfinanzierung, hohe Frachtkosten, starke Konkurrenz und Kostendruck. 1972 verhandelte man mit Anheuser-Busch, die amerikanische Brauerei zeigte jedoch kein Interesse an einem Lizenzabkommen. Seit den 1970er-Jahren ging es kontinuierlich bergab mit Löwenbräu. Entscheidend trug dazu das Desaster in den USA bei; von 1977 bis 1982 betrugen die Verluste in den USA 31 Millionen Dollar. Hinzu kamen erhebliche Fehler des Managements, und am Ende dieser Entwicklung musste Löwenbräu seine Selbstständigkeit aufgeben. 2003 übernahm die Interbrew das Münchner Traditionshaus.

Winkler gelingt es, die Geschichte der Löwenbrauerei wissenschaftlich fundiert und verständlich darzustellen – eine herausragende Leistung.

*Gerhard Neumeier*