

Hofbräu München – Braukunst seit 1589
Tradition und Moderne – ein Brauereiportrait
(Stand 2016)

Das staatliche Hofbräuhaus in München
und die Dachmarke Hofbräu München

Das 1589 gegründete Staatliche Hofbräuhaus in München vertreibt unter der Dachmarke Hofbräu München ein überzeugendes Sortiment aus Traditionsbieren, das sich konsequent aus den historischen Anfängen der Braun-, Weiß- und Bockbiere entwickelt hat. Die Stärke der Brauerei liegt in den untergärigen Sorten wie Hofbräu Original und Hofbräu Dunkel sowie den Saisonspezialitäten Hofbräu Maibock, Münchner Sommer naturtrüb, Hofbräu Oktoberfestbier und Hofbräu Festbier. Ergänzt wird das Sortiment durch die obergärigen Spezialitäten Münchner Weisse und Hofbräu Schwarze Weisse.

Hofbräu München ist ein Unternehmen des Freistaats Bayern und eine der nur noch zwei Münchner Brauereien, die in bayerischer Hand sind. Die Brauerei ist seit ihrer Gründung kontinuierlich dem jeweiligen bayerischen Staatswesen zugeordnet – zuerst dem bayerischen Herzog- und Kurfürstentum und später dem Königreich Bayern. 1939 wurde das ehemalige Königliche Hofbräuhaus in Staatliches Hofbräuhaus in München umbenannt. Seit 2000 wird Hofbräu München von Brauereidirektor Dr. Michael Möller geführt.

Das Staatliche Hofbräuhaus in München erzielte im Geschäftsjahr 2015 einen Bierausstoß von ca. 339.000 Hektolitern. Damit gehört das Unternehmen zu den mittelständischen Brauereien. Die Hofbräu München Philosophie ist auf ein gesundes, ertragorientiertes, langfristiges Wachstum angelegt. Klein, aber fein – so kann man das Selbstverständnis kurz beschreiben. Dementsprechend sorgfältig geht die Brauerei mit ihrem Markenzeichen, dem Buchstabenpaar des Hofbräuhauses HB mit Krone um, das weltweit ein Begriff ist.

Geschäftsentwicklung 2015 mit neuem Rekordergebnis

Seit Jahren kann das Staatliche Hofbräuhaus in München kontinuierliche Absatzsteigerungen verzeichnen. Auch 2015 konnte im Vergleich zum Vorjahr trotz leicht rückläufigem Biermarkt in Deutschland wieder ein Absatzplus erreicht werden. Der Gesamtgetränkeabsatz erhöhte sich um ca. zwei Prozent auf 365.000 Hektoliter und der Eigenbierabsatz stieg um 1,8 Prozent auf 339.000 Hektoliter. Der Export legte um 2,1 Prozent auf ca. 182.000 Hektoliter zu. Der Exportanteil am Gesamtabatz steigerte sich dadurch auf rund 53 Prozent. Der Absatzschwerpunkt beim Eigenbier liegt mit rund 80 Prozent bei den untergärigen Sorten der Brauerei (z.B. Hofbräu Original, Hofbräu Oktoberfestbier). Das Vertriebsgebiet umfasst das gesamte Bundesgebiet und im Ausland vorwiegend Italien, die USA, Russland, Ungarn, China und Australien. Die Umsatzsteigerung beruht im Wesentlichen auf dem Absatzzuwachs. Mit einem Jahresergebnis von 4,04 Millionen Euro nach Ertragsteuern wurde ein neues Rekordergebnis erzielt.

Hofbräu München national und international

Die Biere von Hofbräu München werden deutschlandweit vertrieben und im Getränkefachhandel angeboten. Eine große Bedeutung kommt weiterhin der Belieferung der Gastronomie zu. In München und Umgebung hat die Brauerei zahlreiche renommierte Eigenobjekte – darunter das wohl bekannteste Wirtshaus der Welt, das Hofbräuhaus am Platzl. Weitere von Hofbräu München verpachtete Eigenimmobilien sind: Hofbräukeller am Wiener Platz, Alter Wirt Moosach, Harlachinger Jagdschlössl, Bachmaier Hofbräu und Hofbräu Obermenzing. Dazu kommen noch der Seehof in Herrsching und das Münchner Hofbräu in Coburg.

Das Auslandsgeschäft als wichtigster Wachstumsmotor der Brauerei hat die drei Säulen Direktexport, Lizenz- und Franchisegeschäft. Hier kommt Hofbräu München seine weltweite Markenbekanntheit zu Gute: Das Markenzeichen HB mit Krone steht international für Münchner Bierkultur und Lebensart und kein Wirtshaus ist weltweit so bekannt wie das Hofbräuhaus am Platzl.

Export in 40 Länder

Hofbräu München exportiert seine Biere in etwa 40 Länder weltweit. Die derzeit wichtigsten Exportmärkte sind Italien, die USA, Russland, Ungarn, China und Australien.

Franchisegeschäft mit der Marke „Hofbräuhaus“

Erfolgreich exportiert Hofbräu München auch im Rahmen eines Franchisegeschäftes das Hofbräuhauskonzept und somit bayerische Lebensart.

Das Franchisegeschäft der Brauerei sieht zwei mögliche Gastronomie-Konzepte vor. Die große Variante ist das Hofbräuhaus-Konzept. Angelehnt an das Münchner Mutterhaus, das Hofbräuhaus am Platzl, wird hier ein echtes Stück Münchner Lebensgefühl und bayerische Wirtshauskultur exportiert. Ein umfangreiches Paket verschiedenster Anforderungen (z.B. Lage, Größe und Einrichtung) ist die Voraussetzung für die Eröffnung eines neuen Hofbräuhauses. Die Brauerei liefert neben dem Markennamen das gesamte technische und organisatorische „Know-how“, die Finanzierung obliegt den potentiellen Geschäftspartnern vor Ort.

Bereits 1902 gab es ein Hofbräuhaus in New York, das aber in den 1920er Jahren der Prohibition zum Opfer fiel. Das damals noch Königliche Hofbräuhaus setzte somit schon früh auf eine Exportstrategie. Mit der Eröffnung des Hofbräuhauses Dubai 1999 begann die Erfolgsgeschichte des heutigen Franchisegeschäftes. 2003 gelang der Brauerei mit der Gründung des Hofbräuhauses Newport bei Cincinnati der erneute Sprung in die USA. 2004 folgten das Hofbräuhaus Las Vegas und 2009 das Hofbräuhaus Pittsburgh. Ebenfalls 2003 fasste Hofbräu München mit dem Hofbräuhaus Jiangyin bei Shanghai Fuß in China. 2013 eröffnete das Hofbräuhaus in Chicago, dem 2014 gleich zwei Hofbräuhäuser folgten:

Columbus und Cleveland. 2015 öffnete das Hofbräuhaus in St. Petersburg (USA) seine Türen. Mit Belo Horizonte, Brasilien etablierte sich noch im gleichen Jahr das erste Hofbräuhaus in Lateinamerika. Aktuell hat die Brauerei somit 10 Hofbräuhäuser auf drei Kontinenten. Weitere Hofbräuhäuser werden derzeit in St. Petersburg, Russland und in St. Louis, USA gebaut und demnächst eröffnet.

Die Versorgung der Hofbräuhäuser mit Bier ist unterschiedlich. Alle Hofbräuhäuser (ausgenommen Las Vegas, Dubai und St. Petersburg, USA) haben eine eigene Gasthausbrauerei, in der sie die Sorten Hofbräu Original, Hofbräu Dunkel und Münchner Weisse in Lizenz selbst brauen können. Biere wie Hofbräu Maibock und Hofbräu Oktoberfestbier werden aus München importiert. Der zusätzliche Bezug von Flaschen- oder Fassware erfolgt auf dem Seeweg. Dies dauert im Falle von Dubai vier bis sechs Wochen und im Falle von der amerikanischen Ostküste etwa zwei Wochen. Die amerikanische Westküste kann innerhalb von vier bis fünf Wochen beliefert werden.

Auch die kleinere Variante des Franchise-Geschäftes transportiert das typische Münchner Wirtshausgefühl, weist aber deutliche Unterschiede im Konzeptumfang und der Namensgebung auf. Franchise-Partner dieser Art von Gastronomie sind Hofbräu zum Lindwurm in Klagenfurt, Hofbräu zum Rathaus in Wien und Hofbräu zur Frauenkirche in Dresden, deren Objekte 2012, 2014 und 2015 eröffnet wurden. Im Gegensatz zu den meisten Hofbräuhäusern haben sie keine Gasthausbrauerei.

Lizenzbrauen nach Hofbräu München Qualitätsstandards

Die Biere von Hofbräu München werden unter Lizenz in China, Ungarn und USA gebraut. Die Lizenzvergaben sind eine umweltschonende Maßnahme, um Münchner Bier zu „exportieren“. Nach den Qualitätsstandards von Hofbräu München, zu denen auch das Reinheitsgebot gehört, wird das Bier vor Ort in Brauereien oder Gasthausbrauereien hergestellt. In Ungarn werden die Biere von Dreher Sörgyarak Rt. gebraut, in China erfolgt die Bierherstellung durch die Yanjing Beer (Laizhou) Co., Ltd. In den USA sind die Hofbräuhäuser, die über integrierte Gasthausbrauereien verfügen, ebenfalls Lizenznehmer.

Merchandising im Hofbräuhaus und Online-Shop

Seit über 10 Jahren wird das Merchandising-Sortiment von Hofbräu München stetig ausgebaut. Die mittlerweile umfangreiche Produktpalette reicht von hochwertiger Bekleidung, traditionell gefertigten Krügen und Gläsern, über vielfältige Accessoires bis hin zu einer eigenen Hofbräuhaus Trachten-Kollektion. Erhältlich ist die „HB“-gebrandete Ware im Flagship-Store im Hofbräuhaus, im benachbarten Hofbräuhaus Trachtenladen (saisonal geöffnet) und unter www.hofbraeuhaus-shop.de. Durch den erzielten Umsatz etabliert sich das Merchandising zu einem nennenswerten Geschäftsfeld der modernen Hofbräu Brauerei in München.

Vom Herzoglichen Hofbräuhaus anno 1589 zur modernen Brauerei von heute

Herzogliches, Kurfürstliches, Königliches und Staatliches Hofbräuhaus – schon allein die Namen der wohl berühmtesten Braustätte der Welt zeigen wie eng das Hofbräuhaus mit der Geschichte Bayerns verbunden ist.

Zwischen Marienplatz, Viktualienmarkt, dem Alten Peter und der Maximilianstrasse liegt das Münchner Platzl. Markanter Höhepunkt des berühmten Gebäudekarrees ist das Hofbräuhaus, das seit 1607 seine Wurzeln am Platzl hat. In jenem Jahr verlegte der bayerische Herzog Maximilian I. die florierende Weißbier-Brauerei vom Alten Hof an die neue Sudstätte. Sein Vater Wilhelm V. hatte 1589 beschlossen, ein „aigen Preuhauß“ zur Versorgung mit Braunbieren zu errichten, da es „für desselben Hofhaltung gar nützlich und wohl tunlich wäre“. Der Herzog hatte einen großen und kostspieligen Hofstaat, der rund 600 Personen betrug, für die allein jährlich 1300 Hektoliter hergestellt wurden. Ein kostspieliges Unterfangen, zumal der Hofstaat das aus der niedersächsischen Stadt Einbeck importierte, teure Bier bevorzugte. 1592 konnte das „Braune Hofbräuhaus“ am Alten Hof bezogen werden. Doch schon bald musste wieder an einen Umzug gedacht werden, denn Maximilian I. hatte Expansionspläne: 1602 fiel das Weißbier-Braurecht wieder an das bayerische Herrscherhaus, nachdem die Linie der niederbayerischen Grafen von Degenberg ausstarb. Maximilian I. erkannte sofort das wirtschaftliche Potenzial und sicherte sich und seinen Erben für 200 Jahre das Weißbier-Monopol und damit eine lukrative Einnahmequelle. Da das herzogliche Weißbier einen reißenden Absatz fand, wurden die Kapazitäten am Alten Hof bald zu eng. 1605 wurden bereits 1.444 Hektoliter des Weizenbieres gebraut. 1607 zog die Herzogliche Weißbierbrauerei dann an das Platzl in das so genannte „Weiße Hofbräuhaus“ – genau an die Stelle, an der das Hofbräuhaus noch heute steht. Die herzoglichen weißen Brauhäuser hatten über 200 Jahre das Weißbierprivileg und entwickelten die Braukunst der obergärigen Biere entscheidend weiter. Auch das erste Bockbier Münchens von 1614 war eine Kreation aus den Sudkesseln des Hofbräuhauses

Fast 300 Jahre wurde am Platzl Bier gebraut. Erst 1896 zog die Brauerei an den Wiener Platz und von dort 1988 nach München Riem.

Seit 1988 ist die Brauerei kontinuierlich erweitert worden. In den vergangenen Jahren trugen umfassende Baumaßnahmen zur stetigen Kapazitätserweiterung der Brauerei bei.

Anfang 2014 wurde die Drucktankerweiterung abgeschlossen. Zehn zusätzliche Drucktanks, die das filtrierte und damit abfüllbereite Bier lagern, wurden gemeinsam mit neuen Anschlüssen und Ventilen eingebaut. Dadurch konnte die Drucktankkapazität um 40 Prozent erhöht werden, was zur Folge hatte, dass die Flexibilität bei der Filtrierung und Abfüllung deutlich verbessert werden konnte.

2015 wurde nach zwei Jahren mit der Logistikerweiterung die jüngste Baumaßnahme abgeschlossen. Für ca. zehn Millionen Euro wurde die LKW-Verladung, die bisher in der Halle erfolgte in den Außenbereich verlegt. Hierfür wurde eine freischwebende Überdachung angebracht. Neben der dadurch resultierenden Lagerkapazitätserhöhung wurde die Feinstaubbelastung und Verschmutzung der in der Halle gelagerten Flaschen und Fässer erheblich verringert. Durch die komplette asphaltierte Umfahrungsmöglichkeit der Brauerei konnten sich die Abwicklungszeiten der LKW verkürzen. Zudem wurde eine Leergutüberdachung und neue Logistikkäuflichkeiten gebaut. Die damit verbundenen Investitionen in den modernen Brandschutz (z.B. Sprinklerbecken, Sprinkleranlage, Rauchwärmeabzüge) betragen ca. 20 Prozent der Gesamtsumme.