Marktführer mit einem Ausstoß von 1,6 Millionen Hektoliter

Der WirtschaftsReport

Ein Qualitätsbier feiert 125-jähriges Jubiläum

Februar 2011 **3. Jahrgang**

125 JAHRE Erdinger Weißbier

Eine Marke wurde zur Erfolgsgeschichte

> Günter Spahn

In der gemütlichen und überschaubaren altbayerischen Herzogstadt Erding – längst ein dynamisches Wirtschaftszentrum – wird im gesamten Jahr 2011 kräftig gefeiert. Der sogar weit vor dem Airport im Erdinger Moos positionierte bekannteste Imageträger von Stadt und Landkreis Erding, Erdinger Weißbräu bzw. Erdinger Weißbier, begeht das 125-jährige Jubiläum. Und dies ist fürwahr ein stolzes Ereignis – nicht nur für die Brauerei, sondern auch für die bayerische Bierkultur. Altmodisch formuliert könnte man auch sagen, Erdinger Weißbier hat sich um Bayern und weit darüber hinaus verdient gemacht.

Die Erdinger Weißbierstory ist auch eine sehr persönliche Erfolgsgeschichte für den „Bräu“, den Inhaber und Diplom-Braumeister und Diplom-Kaufmann Werner Brombach. Mit dessen Name ist der Aufstieg der früher regional strukturierten Brauerei zur führenden Weißbierbrauerei und gleichzeitig zu einem der bekanntesten Markenartikel Deutschlands verbunden. Und dies kam so: 1886 wurde erstmals urkundlich die Weißbierbrauerei in Erding erwähnt und nachdem die Brauerei verschiedene Eigner hatte, übernahm 1935 Franz Brombach, der Vater von dem heutigen Inhaber Werner Brombach, den Betrieb. Die Philosophie war damals wie heute die bedingungslose Betonung eines unverwechselbaren hohen Qualitätsprofils! Nach seinem Studienaufenthalt in den Vereinigten Staaten trat Werner Brombach in das väterliche Unternehmen und 1975 übernahm er nach dem Tod seines Vaters dann die Brauerei.

Zugute kamen Werner Brombach die in den Vereinigten Staaten gewonnenen Erfahrungen und Prinzipien eines modernen Marketings. Brombach war klar, dass er nur mit damals progressiven Werbemethoden – zunächst gezielt über den Rundfunk – mit der bewussten Betonung des weiß-blauen Ambientes („des Erdinger Weißbier – des ist halt a Pracht…“) und der Aussage, dass schließlich einmal jeder beim Erdinger Weißbier landen würde, die Regionalität verlassen könnte. Und so kam es dann auch. Nichts unterstreicht besser die Entwicklung als folgende Zahlen: 1965 betrug der Ausstoß 65.000 Hektoliter und heute ist Erdinger Weißbräu mit einem Ausstoß von 1.600.000 Hektoliter Marktführer im Segment Weißbier.

Eine einmalige Erfolgsstory einer großen Marke: Von 65.000 auf 1.600.000 Hektoliter Ausstoß. © Erdinger Weißbräu

Bei der Erfolgsstory war Werner Brombach gleichzeitig besonders die Produkt-Ausrichtung eben auf Weißbier wichtig. Die Brauerei, die zwar aktuell vom „klassischen“ Weißbier“ bis zur „Erdinger Urweiße“ mehrere Sorten herstellt, blieb im Prinzip immer eine Weißbierbrauerei.

Gewiss wurden auch in Erding brautechnische Produktinnovationen angegangen und umgesetzt. Ein Beispiel dafür ist etwa die Marke „Erdinger Alkoholfrei“. Ein bekömmliches alkoholfreies Weißbier herzustellen, ist nämlich alles, bloß nicht einfach. Längst konnte sich auch Erdinger Alkoholfrei auf dem Markt etablieren.

Freilich war es auch in Erding mit der Übersichtlichkeit in der Brauerei, mit der Möglichkeit, einige Dinge per lautstarkem Zuruf zu regeln, aufgrund des Erfolges bald vorbei. Der „Dreiklang“ Brauerei, Stadtkirche St. Johann und Sparkasse im Zentrum der Herzogstadt konnte nicht länger aufrecht erhalten bleiben und so zog der technische Betrieb des Brauunternehmens an den Stadtrand. Hier entstand eine der modernsten Brauereien Deutschlands, die inzwischen schon wieder mehrmals erweitert wurde. Das Unternehmen ist nicht nur Werbeträger für Erding; die Brauerei ist im sehr wörtlichen Sinne natürlich für Erding und den Landkreis ein bedeutender Wirtschaftsfaktor mit 470 Mitarbeiter(innen): Stand 1/2011.

Dabei legt Werner Brombach allergrößten Wert darauf, dass sein Unternehmen als familiengeführte Privatbrauerei nicht das Profil einer austauschbaren Bierfabrik anonymer internationaler Braukonzerne angenommen hat. Dies ist ihm und seinem Management nachhaltig gelungen. Neben dem Inhaber Werner Brombach wird das Unternehmen von den beiden Geschäftsführern Josef Westermeier (Marketing) und Peter Liebert (technischer Betrieb) gelenkt. Immer noch wird die bayerische Heimat (und Bier braucht Heimat) bewusst gepflegt – aber Erdinger Weißbier ist natürlich längst in der Welt zu Hause – ob in China, Russland oder den Vereinigten Staaten. In über 70 Ländern ist Erdinger Weißbier bei den Bierfreunden ein Qualitätsbegriff. Wo auch immer weltweit eine Flasche Erdinger Weißbier geöffnet wird – jede Flasche wurde nach einem wohlgehüteten Rezept in Erding nach dem bayerischen Reinheitsgebot gebraut. So „transportiert“ Erdinger Weißbier bayerische Werte von Qualität, Lebensfreude und einer bewußt gelebten Tradition.

Erdinger Weißbier ist, wenn man so will, ein herausragender Botschafter und Werbeträger – draußen in der Welt für Deutschland und natürlich und vor allem für Bayern mit der Betonung von „Liberalitas Bavariae“, diesem wunderschönen Markenzeichen bayerischer Volkstümlichkeit und Toleranz: Hopfen und Malz, Gott erhalts; so war es, so ist es und so soll es zumindest beim Erdinger Weißbräu auch künftig bleiben.

125 Jahre Erdinger Weißbier und Erdinger Weißbräu als familiengeführtes Unternehmen sind ein stolzes Ereignis – gerade in einer Zeit, in der viele traditionsreiche Brauereien etwa in den ehemaligen „Biermetropolen“ Dortmund und München ihre Selbstständigkeit verloren oder andererseits zu „Aktivitäten“ weltumspannender Braukonzerne aus dem Ausland wurden. Der Kreis der echten familiengeführten Privatbrauereien wird kleiner, weil sie dem mörderischen Wettbewerb, ausgelöst durch internationale Braukonzerne und den großen Supermarktketten, oft nicht mehr gewachsen sind. Qualität – wir sehen es am Beispiel der Fleischskandale – braucht aber gerechte Preise und Akzeptanz durch die Verbraucher. Dies gilt auch für das Kulturgut Bier. Erdinger Weißbier will und kann daher nicht preislich verramscht werden. Erdinger Weißbräu setzt im Wettbewerb auf die überdurchschnittliche Qualität, auf ein gutes Marketing und natürlich auch auf die Akzeptanz der Marke durch die Konsumenten bzw. Bierfreunde. Ein interessantes Modell hat Erdinger Weißbräu durch die Etablierung des Erdinger Fanclubs entwickelt. 76.000 bekennende Freunde von Erdinger Weißbier sind Mitglieder im Fanclub und unterstreichen somit ihre Verbundenheit mit einer großen Marke.

Das Weißbier heute

Die Heimat des Weißbieres ist und bleibt Bayern. Rund 1.000 Sorten Weißbier werden hier gebraut. Damit stammen rund 90% aller Weißbiere am Markt aus bayerischen Landen. Mit ca. 30% ist Weißbier seit einigen Jahren die ausstoßstärkste bayerische Biersorte. Eine erstaunliche Entwicklung, wenn man bedenkt, dass noch in den Nachkriegsjahren des Zweiten Weltkrieges der Weißbieranteil am Gesamtbierausstoß in Bayern lediglich 3% betrug. Längst schätzt man auch außerhalb bayerischer Grenzen, in anderen Bundesländern und auch im Ausland, das erfrischende Spezialitätenbier. Nach Angaben des Bayerischen Brauerbundes liegt Weißbier gerade bei sportlich engagierten jungen Männern und Frauen voll im Trend.

Wie wird's gebraut?

Weißbier zählt zu den sogenannten obergärigen Bieren, welches mit obergäriger Hefe aus Weizen- und Gerstenmalz gebraut wird. Bei dieser Bierart steigen die Hefezellen im Laufe des Gärungsprozesses an die Oberfläche auf, wo sie eine weiße Schicht bilden. Untergärige Hefe hingegen, wie sie beim Brauen von Pils, Export oder Märzen verwendet wird, setzt sich am Boden ab. Gerade aufgrund des mäßigeren Hopfenanteils und des höheren Kohlesäureanteils gilt Weißbier unter Kennern als außergewöhnlich frische und durstlöschende Bierspezialität - und das gilt natürlich auch besonders für das Erdinger Weißbier.