

sei es für die bayerische Landeshauptstadt München, sei es für Reichsstädte, die allerdings in dem vorliegenden Sammelband nur auf wenige exemplarische Darstellungen beschränkt sind. Sodann rückt der Hof Ludwigs als Kommunikationszentrum wie als Ort der Kunst in den Mittelpunkt.

In einem weiteren Abschnitt wird die öffentliche Diskussion über den *princeps literatus* beleuchtet bzw. die damals aktuelle Frage, inwieweit Ludwig sich in die theologischen Auseinandersetzungen einzumischen hatte und in welchem Umfange er für die Auswahl seiner Berater wie für deren Meinungen mitverantwortlich war (Eva SCHLOTHEUBER). Päpstliche Konsistorialreden von Clemens VI. waren Teil eines kirchenrechtlich vorgeschriebenen Rituals, um eine gesteuerte medienpolitische Kommunikation anzustoßen, aber auch in ihrer Durchführung ein Akt der symbolischen Repräsentation zu vollziehen. Teilweise wurden sie in den zeitgenössischen Chroniken kritisch kommentiert (Georg STRACK).

Im letzten Abschnitt werden Erinnerung und Mythos des Herrschers thematisiert (Martin KAUFHOLD, Karl Borromäus MURR, Markus T. HUBER). Dabei zeigt sich, dass das von Papst Clemens VI. 1343 geforderte »ewige Vergessen« nicht durchsetzbar war. Zwar kam es zu keiner Bannlösung, aber auch zu keiner Weiterverfolgung der Verdammnis. Die Person Ludwigs blieb präsent – sein Grab wurde aus der Münchener Frauenkirche niemals entfernt – und spielte eine höchst unterschiedliche Rolle in der jeweiligen, von den gesellschaftlich-politischen Kräften vermittelten Geschichtskonstruktion für die Bedürfnisse der jeweiligen Gegenwart. So verwahrte sich Kurfürst Maximilian gegen die Kritik an Ludwig, weil er diese als eine generelle gegen das Haus Wittelsbach und dessen Kaiserfähigkeit verstand. Ab der Aufklärungszeit wurde der Kaiser wechselweise als Vertreter einer rom-unabhängigen bayerischen Kirchenpolitik, als Vorbereiter einer bürgerlichen Emanzipation interpretiert, aber auch als Verfechter eines bayerischen Patriotismus, der besonders gegen Österreich gerichtet war, oder auch – ganz im Gegensatz dazu – als Gallionsfigur einer österreichisch-bayerischen Annäherung vereinnahmt. Er stand schließlich für einen Treuebund zwischen Fürst und Volk. Aber auch die Mönche von Fürstenfeld legten sich ihr eigenes Bild der Ludwig-Verehrung zurecht.

Es werden also viele Facetten zur Person und Regierungstätigkeit Ludwigs IV. in diesem Band ausgebreitet. Damit zeigt er höchst interessante, zur Diskussion herausfordernde Zugangsweisen zu dieser umstrittenen Herrschergestalt und macht damit deutlich, dass die Forschung über »den Bayern« noch lange nicht abgeschlossen ist. Dem Band wäre eine weite Verbreitung zu wünschen.

Helmut Flachenecker

Richard WINKLER, Ein Bier wie Bayern. Geschichte der Münchner Löwenbrauerei 1818–2003, Neustadt a. d. Aisch 2016, 471 S., zahlr. Abb., ISBN 978-3-87707-093-2, 29,90 €

Biere, Brauereien und Biergaststätten stehen forschungsstrategisch zugleich für Konsum- und Werbeträger, für die Zunft-, Wirtschafts- und Steuergeschichte, für Migration, Austausch und Kommunikationsströme von Osteuropa nach Westen bzw. von Norden nach Süden, für Gesellschafts- und Sozialgeschichte, für Heil-, Umwelt- und Hygieneprozesse, für Kirchen-, Stifts- und Klosterbeteiligungen oder für die Agrar-, Lebensmittel- und Evolutionsgeschichte. Einige Themenfelder, zu denen im Gegensatz zum Weinabsatz und -handel etwas überraschend der Bierhandel zählt, sind kaum erforscht, über andere wie das Brauereiwesen wissen wir weit mehr. Die Archive des Adels, der Städte und Märkte, der Unternehmen, der Klöster und Stifte sowie der noch immer zahlreichen Familienbetriebe laden über serielle Rechnungs- und Steuerbuchbestände (Bierakzise, Ungeld), Kameral-, Schankkonzessions-, Gerichts- oder Bauakten, Pachtverträge und last but not least die Informatio-

nen zum Konsum, zur Bierwerbung und zum Zeitvertreib in den Schankstätten geradezu zu neuen Blickrichtungen ein. Die hier kritisch anzuzeigende Geschichte der Löwenbrauerei leistet zu allen beschriebenen, bierbezogenen Spielwiesen der Historiker ihren Anteil, so dass – so viel sei gleich zu Beginn gesagt – am Ende ein eindrucksvolles und überzeugendes Werk entstand. Für Bayerisch-Schwaben ist die Ausbeute der naturgemäß München zentrierten Forschungsleistung nicht überwältigend, aber für die regionale Bierindustrie der Moderne ist sie doch auch wegweisend. Augsburg erscheint mit fünf Einträgen im Register, einschließlich Bierdepot und Flaschenbieragentur. Manches Schwäbische hätte man sich statt in der Fußnote aber auch in der Darstellung gewünscht. Die Großbrauerei war jedenfalls in Ostschwaben präsent. Von den 28 Absatzagenturen der Löwenbräu AG im »übrigen« Bayern (außerhalb von Oberbayern) lagen immerhin neun in Schwaben. Sie befanden sich im Stichjahr 1957 in Günzburg, Illertissen, Immenstadt, Lindau, Pfronten, Marktobendorf, Thannhausen, Augsburg und Ulm (S. 341, Fußnote 79).

Richard Winkler, stellvertretender Leiter des Bayerischen Wirtschaftsarchivs in München und ausgewiesener Landes- und Wirtschaftshistoriker – 1999 erschien seine von Alfred Wendehorst betreute Dissertation zur Stadt und zum Landkreis Bayreuth als 30. Band des Historischen Atlas von Bayern/Teil Franken – legte mit »Ein Bier wie Bayern« eine voluminöse, aus dem umfangreichen Archivbestand des Unternehmens schöpfende Unternehmer- und Unternehmensgeschichte vor. Die ausgezeichnete, mit ungezählten Endnoten (S. 313–361) belegte, über fast 200 (196) ebenso inhaltsreiche wie strukturierende Tabellen (S. 365–442) verfügende und trotzdem flüssig geschriebene Darstellung basiert auf dem neuesten Forschungsstand (vgl. hierzu das ausführliche Quellen- und Literaturverzeichnis auf S. 445–452). Es handelt sich um den minutiös nachgezeichneten Werdegang einer »Weltbrauerei«, die im Oktober 1818 in der Münchner »Löwengrube« nach langer Zeit (seit 1524) im unternehmerischen Niemandsland unter dem neuen Braumeister und Inhaber Georg Brey aus dem Sud gehoben wurde, um die Taufe in der Biersprache zu umschreiben. Brey kam keineswegs ohne einschlägige Kenntnisse nach München. Er war zuvor Braumeister im Betrieb der Grafen Toerring in Seefeld am Ammersee gewesen. Die Darstellung endet mit dem Verlust der Selbstständigkeit 1997 durch die Eingliederung in den internationalen Bierkonzern Anheuser-Busch InBev. Seitdem teilt »das Münchner Label mit dem Löwen« (S. 307) das Schicksal weiterer 200, ehemals eigenständiger Brauereien unter dem Dach des zurzeit größten Bierkonsortiums der Welt.

Warum nochmals ein Buch zur Geschichte der Münchner Löwenbrauerei? fragt sich wahrscheinlich der eine oder andere Leser, legte nicht der Saarbrücker Historiker Wolfgang Behringer neben seiner 1997 erschienenen Geschichte der Spatenbrauerei 1397–1997 und weiterer Arbeiten zu Münchner Großbrauereien erst 1991 eine ebenfalls flüssig geschriebene und reich bebilderte Monographie zum Löwenbräu mit dem Untertitel »Von den Anfängen des Münchner Brauwesens bis zur Gegenwart« vor? Die Tatsache, dass die Arbeit 1991 eine Auftragsforschung war, das hier anzuzeigende Werk dagegen nach dem Verlust der Selbstständigkeit der Löwenbrauerei ohne Unterstützung des Unternehmens entstand, ist meines Erachtens nicht geeignet, Qualitätsunterschiede festzuschreiben. Das sieht Wolfgang Pledl in seiner aktuellen Buchanzeige (Schönere Heimat 2 [2017] S. 185) allzu vordergründig. Hier könnte man eher zu dem Urteil kommen, die Passagen zur Degradierung und späteren Emigration des jüdischen Geschäftsführers der Löwenbrauerei unter dem Hakenkreuz, Hermann Schüle (»Chef der Brauerei«, S. 123), sowie deren Auswirkungen auf die internen Betriebsabläufe der Großbrauerei seien bei Winkler zu milde ausgefallen. Hierfür steht auch der Quellenbeleg eines Gestapo-Informanten vom Sommer des Jahres 1935: In der Löwenbrauerei sei »[...] von Nationalsozialismus sehr wenig zu spüren« (S. 123). Auch erfährt der Leser über die Zeit vor 1818, als Löwenbräu noch klein und mittelmäßig agierte, fast nichts. Das ändert sich eben erst mit dem Aufstieg des Unternehmens im Königreich Bayern, als Löwenbräu im bayerischen Isar-Athen zu leuchten begann.

Nach der Lektüre beider Werke weiß der geneigte Leser aber, warum Bücher zur Unternehmensgeschichte doch nicht vergleichbar sind und warum sich der Aufwand Richard Winklers gelohnt hat, rechtzeitig zum 500. Geburtstag des bayerischen Reinheitsgebots eine Neubearbeitung als *opus magnum* vorzulegen. Der Autor hat über Jahre zunächst das historische Material des Löwen-Nachlasses im Bayerischen Wirtschaftsarchiv gesichtet und erschlossen. Davon profitierte die in Neustadt an der Aisch ansprechend gedruckte Publikation in Gestalt ihrer überwältigenden Quellennähe, die zugleich für Authentizität und Genauigkeit sorgte. An Quellensättigung und Faktenpräzision ist die nun vorgelegte Geschichte der Münchner Löwenbrauerei für das 19. und 20. Jahrhundert auch im internationalen und interdisziplinären Vergleich nur schwer zu überbieten.

Richard Winkler führt den Leser souverän durch die Zeiten, durch die Monarchie, die Zwischenkriegszeit, die beiden Weltkriege und die Zeit nach 1945. Unternehmerische Höhen und Tiefen lösten sich ab. Nach dem Zweiten Weltkrieg litt die Brauerei – hier wäre ein vergleichender Ansatz sicher hilfreich gewesen – zunächst vor allem unter den Absatzverlusten auf dem deutschen Inlandsmarkt. Die Teilung Deutschlands führte zu einem Absatzrückgang der Versandmenge um 40 Prozent. In den 1950er Jahren standen dann allerdings der Wiederaufbau der zerstörten Absatzstätten sowie die Erneuerung und Modernisierung der kriegszerstörten Brauereianlagen im Mittelpunkt aller Management-Bemühungen (S. 154). Jede Epoche strahlt im Buch ihre Reize aus. 1872 erfolgte die Umwandlung zur Aktienbrauerei mit der längerfristigen Folge, dass die Löwenbrauerei 1893 wieder zum größten Unternehmen seiner Art in Bayern aufstieg und insbesondere das Exportgeschäft in die USA boomte. Bis 1914 entwickelte sich Nordamerika – über Kanadas Bierimporte erfährt man allerdings wenig bis nichts – für die Löwen zum wichtigsten Absatzmarkt. Die Ironie des Schicksals lag darin, dass es dann ein USA-basierter Weltkonzern mit einem Deutschlandableger war, der 1997 das Münchner Traditionsunternehmen »schluckte«. Anheuser-Busch InBev Deutschland mit Verwaltungssitz in Bremen gehört zu dem weltgrößten Brauereiunternehmen. Anheuser-Busch InBev beschäftigt heute rund 200.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in über 50 Ländern, davon rund 2.700 in Deutschland. Die Drucklegung der hier vorgestellten ultimativen Geschichte der bayerischen Löwenbrauerei von den Anfängen bis ins Jahr 2003 wurde finanziell nicht durch Anheuser-Busch, sondern durch die Ruth-Rosener-Stiftung in München und den Förderkreis Bayerisches Wirtschaftsarchiv e.V. gefördert. Auch das ist bezeichnend für die Globalisierung des Biermarktes.

Wolfgang Wüst