

Münchener Hofbräuhaus

Stammtischniveau steigt

Das Münchener Hofbräuhaus, lange als Touristenfalle gefürchtet, erfindet sich neu.

Es ist noch gar nicht so lange her, da war das Platzl ein recht schmutziger Ort im sonst so geleckten München. Hier, im Herzen der Altstadt, verkehrte das Rotlichtmilieu, und vor dem Hofbräuhaus randalierten schon mal betrunkene Touristen. Auf die häufig von angelsächsischen Gästen gestellte Frage »Where is the Hofbräuhaus?« gaben eingesessene Münchner zwar bereitwillig Antwort. Sie selbst hätten jedoch nicht im Traum daran gedacht, einmal übers Platzl zu bummeln oder gar im Hofbräuhaus auf eine Maß Bier oder einen Schweinsbraten einzukehren: zu krachert-laut, so touristisch, vielleicht sogar ein bisschen gefährlich.

Doch es tut sich etwas am Platzl. Zuerst zog das Prominentenlokal Boettners, bekannt für seine sündteuren Hummergerichte, von der Theatinerstraße in die Altstadt. Dann übernahm der Fernsehkoch Alfons Schuhbeck die Südtiroler Stuben direkt neben dem Hofbräuhaus, ergatterte gleich einen Michelin-Stern und errichtete in der Folge am Platzl ein veritables Gastro-Imperium – mit Gewürzladen, Weinladen, Schokoladenladen, Teeladen und Eissalon. Schließlich übernahm er noch das etwas heruntergekommene Orlandohaus, ein geschichtsträchtiges Kaffeehaus. Und auch der Traditions-Tanker am Platzl, das Staatliche Hofbräuhaus, wandelte sich nach und nach von der Rumse zum volkstümlichen Traditionsgasthaus, das es einmal war. Mittlerweile sieht man dort wieder mehr Münchner als Touristen.

Zu verdanken ist die Metamorphose Wolfgang Sperger und seinem Bruder Michael. Die beiden Wirte und gelernten Köche übernahmen das Hofbräuhaus 2004 von ihren Eltern, die schon damit begonnen hatten, sich vom zweifelhaften Image einer Touristenfalle zu verabschieden. Wolfgang, verantwortlich für Personal und Marketing, ist Anfang vierzig, von kräftiger Statur und trägt selbstverständlich einen Trachtenjanker. »Wenn man im Hofbräuhaus aufgewachsen ist, weiß man halt, wo die Schwachstellen sind«, sagt er.

Zuerst wurde die Speisekarte entrümpelt. Es gibt nur noch traditionelle bayerische Wirtshausküche von der abgebräunten (angebratenen) Kalbsbrieswurst bis zu dem obligatorischen Schweinsbraten oder der, nicht nur bei Amerikanern und Japanern, überaus beliebten Schweinshaxe, einer furchterregenden Fleischportion. »Alles wird bei uns frisch gekocht«, beteuert Sperger, was für eine Großküche wie die des Hofbräuhauses ein durchaus ambitioniertes Projekt ist. Geachtet wird auch auf die regionale Herkunft der Zutaten. Das Bier stammt aus der Brauerei Hofbräu München, einem Staatsbetrieb. Rund 5.000 Liter gehen pro Tag über den Tresen, was ungefähr auch der täglichen Gästezahl im Hofbräuhaus entspricht.

In der berühmten Schwemme im Erdgeschoss mit den blank gescheuerten Tischen und Bänken ist der Lärmpegel zwar nach wie vor hoch. Aber Remmidemmi mit »volkstümlicher« Stimmungsmusik, wie man es vom Oktoberfest oder vom *Musikantenstadl* kennt, ist hier nicht mehr angesagt. Es gibt nur traditionelle Wirtshausmusik auf traditionellen Instrumenten. Bei den regelmäßigen Musikantentreffen kann jedermann eines mitbringen und mit anderen Gästen gemeinsam musizieren. Da ist das Spektrum dann ein bisschen breiter und reicht bis

zu irischem Folk oder Jazz. Entkitscht haben die Spergers auch die regelmäßigen folkloristischen Darbietungen im großen Festsaal mit seinem beeindruckenden Tonnengewölbe. Wer Siebziger-Jahre-Heimatabend-Gefühl sucht, muss inzwischen die lange Reise nach Las Vegas antreten, wo eine täuschend echte Replik des Hofbräuhauses steht. Dort darf man noch auf den Tischen tanzen oder an einem Bierkrugstewwettbewerb teilnehmen.

Zurück zu den Wurzeln, heißt die Devise im Münchner Hofbräuhaus. Und die reichen tief. 1589 gründete Bayernherzog Wilhelm V. im Alten Hof, der ersten Münchner Residenz der Wittelsbacher, eine Brauerei. Bis zu dieser Zeit wurde das damals genossene Braunbier aus dem niedersächsischen Einbeck importiert. 1607 entstand auf dem heutigen Gelände am Platzl eine zweite Brauerei für Weißbier, ebenfalls exklusiv für den bayerischen Hof. Das »Hofbräuhaus für alle« ist eine Schöpfung von Ludwig I., der die Hofschänke 1828 per Dekret zur Volksschänke erklärte. Der heutige Biertempel mit dem charakteristischen Erker wurde 1897 eröffnet, nachdem die Brauerei aus der Innenstadt abgezogen war. Der Megabau wurde im Zweiten Weltkrieg zerstört, jedoch in Rekordzeit fast originalgetreu wiederaufgebaut.

Bislang hat niemand gewagt, den weltbekannten Staatsbetrieb zu privatisieren, selbst Ex-Ministerpräsident Edmund Stoiber nicht, der zugunsten diverser Hightech-Offensiven große Teile des öffentlichen Besitzes verscherbelte. »Das Hofbräuhaus wird nicht verkauft«, ließ sich noch 2005 der damalige CSU-Finanzminister Kurt Faltlhauser vernehmen, zumindest solange es keine Verluste schreibe. Und das sei bis heute nicht der Fall, sagt Brauereisprecher Stefan Hempl. Im Gegenteil: Als kleinste der Münchner Brauereien befindet man sich auf einem soliden Wachstumskurs, nicht zuletzt dank einer deutschlandweiten und internationalen Expansion mit Franchisebetrieben in den US-Städten Las Vegas, Newport, Pittsburgh, in Dubai sowie den chinesischen Metropolen Shanghai und Jiangyin. Jüngst wurde auch am Alexanderplatz in Berlin, wie zuvor schon in Hamburg, ein »Hofbräu« eröffnet. Dabei handelt es sich allerdings nicht um einen Franchisebetrieb, sondern ein Projekt privater Investoren, die vom Hofbräuhaus lediglich mit Bier beliefert werden.

Dass sich das Münchner Hofbräuhaus auf die Tradition besinnt, ist ganz im Sinne der Brauerei, welche den Imagewandel ihrerseits mit einem 18 Millionen Euro schweren Modernisierungsprogramm unterstützt hat. »Im Hintergrund ist bei uns im Haus jetzt alles hochmodern«, sagt Sperger. Das klingt dann wieder sehr nach der bayerischen Dualität von Laptop und Lederhose.

Die Gäste (60 Prozent kommen aus Deutschland, bei den Ausländern haben die Italiener die US-Bürger vom ersten Rang verdrängt) scheinen den Wandel zu mögen. Die Zahl der Stammgäste und Stammtische wachse beständig, sagt Sperger. 120 Stammtische gibt es im Hofbräuhaus – vom Bundesverband Deutscher Pressesprecher bis zum Verein gegen betrügerisches Einschenken. Der Stammtisch habe sein spießiges Image abgelegt, meint der Wirt. Auch junge Leute suchten wieder ihre Wurzeln und schätzten Bindungen. Außerdem darf man im Hofbräuhaus noch schafkopfen, was in anderen Lokalen in der Münchner Innenstadt nicht gerne gesehen wird. Kartenspielende Gäste, so heißt es vielerorts, konsumierten zu wenig. »Wir sehen das anders«, sagt Sperger. »Unsere Stammgäste sind das Herz des Hofbräuhauses.«