

Samstag, **24. Januar** 2026, **Münchner**
Merkur - Süd / *München*

MÜNCHNER FREIHEIT

Das Gegenteil von Donald Trump

MATTHIAS KIEFERSAUER, REGISSEUR
UND AUTOR



Die Münchner Antwort auf Donald Trump wurde schon im Jahr 1328 gegeben. Da begannen nämlich ein paar Mönche, in ihrem Kloster Bier zu brauen. Und bäämm – gab es das Augustiner! Die Münchner Brauerei ist ziemlich genau das Gegenteil von

Donald Trump. Der US-Präsident findet sich so großartig, dass er ständig von sich selbst schwärmen muss. **Wenn es stimmt, dass Eigenlob stinkt, dann muss Davos jetzt bis zum Ende des Jahres lüften.**

Augustiner dagegen schweigt aus Prinzip, macht kein bisschen Werbung und setzt darauf, dass der Inhalt überzeugt. Das gelingt: Als das alkoholfreie Helle der Münchner Brauerei auf den Markt kam, gab es in einem Getränkemarkt im Oberland fast eine Schlägerei, weil ein Kunde die letzten sechs Kästen für sich beanspruchte und der nächste Kunde keinen Spaß mit Jever Fun haben wollte. Noch heute erinnert ein Zettel am Eingang daran. **Man**

möge sich bitte auf zwei Kästen beschränken, um „weitere Eskalationen zu vermeiden“. Augustiner schafft es tatsächlich, die Begriffe „alkoholfrei“ und „Hooligan“ zusammenzubringen, ohne dass sich jemand wundert.

Eine Meldung der letzten Woche passt in dieses Bild: Eine Gruppe Fahrradfahrer fragte sich vor einiger Zeit auf einer Tour durch Italien, wo man zwischen Brenner und Gardasee ein Augustiner trinken könne. Immer nur Peroni ist halt kein Honigschlecken. **Der Durst der Radler legte eine eigenwillige Karriere hin: Aus dem Spaß wurde Ernst, und aus dem Ernst eine App – der „Augustinerfinder“.** Das Prinzip ist einfach: Egal, wo auf der Welt man

sich aufhält – die App zeigt an, wo es das nächste Augustiner gibt. Man wischt also drei Mal über sein Display, und der Getränkewunsch geht in Erfüllung – Aladins Wunderlampe in digital.

Wirklich beschämend ist der Vergleich mit anderen Konzernen:

Die Deutsche Bahn produzierte beispielsweise eine Serie mit Anke Engelke in der Hauptrolle, um ihr Image von katastrophal auf mies zu verbessern. Ich verrate nicht zu viel, wenn ich sage: Das kostet. Bei der Augustiner Brauerei dagegen finden sich ein paar Freiwillige, die umsonst eine App programmieren, um den Ruf ihres Lieblingsbieres zu mehren. So geht Marketing.

Überhaupt wäre das doch mal ein schöner Neujahrsvorsatz: „Mehr Augustiner sein!“ Mit Inhalten überzeugen – und die anderen davon schwärmen lassen. **Das erscheint zwar nicht zeitgemäß, aber Sie sollten trotzdem mal drüber nachdenken, Mr. President.**
lokales@merkur.de