

DIE LFA FÖRDERBANK BAYERN – PARTNER DER WIRTSCHAFT UND KOMMUNEN

LfA MAGAZIN

MENSCHEN UNTERNEHMEN PROJEKTE

FRÜHJAHR/SOMMER · 2019

IM HEFT:
**AUSFLUGS
TIPPS**
für Wochenende und
Urlaub in Bayern

TOURISMUS NEU DENKEN

WIE SICH DAS GASTGEWERBE IN BAYERN VERÄNDERT

INHALT



Die Begeisterung für kleine Häuser und eine reduzierte Lebensweise einen die Bewohner und Gäste des Tiny House Village im Fichtelgebirge. Hier festgehalten von Fotograf Dirk Messberger



- 04 Große Freiheit im Kleinen**
Mit ihrer Tiny-House-Community im Fichtelgebirge wollen Steffi und Philipp eine nachhaltig funktionierende Gesellschaft aufbauen
- 08 Höhe gewinnen**
Ein Trio aus dem Allgäu bietet mit seinen Tiefblick Hochseilgärten Kletterspaß für jedermann
- 09 Kolumne**
Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger über den Stellenwert der Tourismusbranche
- 10 „Wir sind eine Leitökonomie“**
Angela Inselkammer, Präsidentin des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes, und Harald Pechlaner von der Uni Eichstätt über aktuelle Trends im heimischen Tourismus
- 14 Bayern erleben**
Ein kleiner Wegweiser durch das abwechslungsreiche Tourismusangebot in Bayern



- 16 Wachgeküsst**
Auf der Vogelsburg bei Volkach trifft Geschichte auf ein minimalistisch-modernes Hotelkonzept
- 18 Das Leben ist ein Wunschkonzert**
Wie ein visionäres Konzerthaus neues Leben in den Ortskern von Blaibach bringt
- 22 Tief verwurzelt**
In der alten Hausbrennerei Penninger im Bayerischen Wald wird nicht nur Schnaps, sondern seit Neuestem auch Gin, Rum und Whiskey hergestellt
- 24 Meldungen**
Jahresbilanz 2018 | Bilanz Handwerk 2018 | Kunstkalender 2019 | Weihnachtsspende | Neue Personalien BayBG
- 26 Service**
Beratung für Unternehmen | Neues Ideenmanagement der LfA
- 27 Gesichter der LfA**
Erika Hammel, Spezialistin Bankberatung | Alfred Wagner, Abteilungsleiter Förderkredite



Fotos: Vogelsburg; PR; Tiefblick GmbH Illustration: Pia Bublies

IMPRESSUM

Herausgeber LfA Förderbank Bayern, Königinstraße 17, 80539 München
Verantwortlich Bettina Daimer, Michael Muhsal, Markus Wöhl
Internet www.lfa.de
Verlag storyboard GmbH, Wiltrudenstraße 5, 80805 München
Leiter der Verlagsredaktion Stefan Ruzas
Redaktion Marlene Irausek
Bildredaktion Elina Gathof, Alissa Selge
Gestaltung Claudia Homer, Thomas Saible
Lektorat Lektorat Süd, www.ektorat-sued.de

Druck: F&W Druck- und Mediencenter GmbH, Kienberg
 Wenn Sie unser LfA Magazin nicht mehr erhalten möchten, können Sie bei uns der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke widersprechen. Teilen Sie uns dies bitte per E-Mail oder per Post unter Beifügung Ihrer Adresse mit:

LfA Förderbank Bayern, Unternehmenskommunikation, Königinstraße 17, 80539 München, E-Mail: magazin@lfa.de



Das FSC®-Warenzeichen garantiert, dass das verwendete Papier aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern stammt. Mit der im Logo angegebenen Lizenznummer können auf www.fsc-deutschland.de Informationen zur zertifizierten Druckerei eingesehen werden.



DATENSCHUTZINFORMATION: Die hier verwendeten Adressdaten stammen aus unserem Bestand sowie von der Schober Information Group Deutschland GmbH, Meisenweg 37, 70771 Leinfelden-Echterdingen. Die Schober Group Deutschland GmbH verarbeitet auf Basis der Interessenabwägung gemäß Art. 6 (1) (f) DSGVO Ihre Adressdaten und Selektionsmerkmale für Zwecke der Direktwerbung von Unternehmen sowie zur Prüfung und Anreicherung von Adressbeständen anderer Unternehmen. Sie können der künftigen Nutzung Ihrer Daten zu diesen Zwecken widersprechen. Weitere Informationen sowie Kontaktdaten des Datenschutzbeauftragten erhalten Sie unter <https://schober.de/unternehmen/datenschutz/>

Liebe Leserin, lieber Leser,

Bayern ist bei Reisenden aus dem In- und Ausland beliebt. Mit 37 Millionen Besuchern und 94 Millionen Übernachtungen im Jahr ist es nicht nur Tourismusland Nummer eins in Deutschland, sondern auch ein führendes Ganzjahresziel in Europa. Neben einer vielfältigen Naturlandschaft mit atemberaubenden Bergpanoramen und glasklaren Seen besticht das Land auch mit kulturellem Angebot und historischem Erbe. Malerische Burgen und Schlösser, schöne Altstädte und Baudenkmäler entführen in längst vergangene Zeiten. Wie wichtig es ist, den bayerischen Tourismus aber auch auf künftige Anforderungen vorzubereiten, erklärt Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger in seiner Kolumne auf Seite 9.

Unsere bayerischen Tourismusbetriebe kümmern sich nicht nur um das Wohl unserer Gäste, sie sind auch ein bedeutender Wirtschaftsfaktor und Arbeitgeber. Um diese Wirtschaftskraft mit einem zeitgemäßen und nachhaltigen Angebot aufrechtzuerhalten, braucht es Investitionen. Die LfA bietet daher seit jeher ein umfassendes Finanzierungsangebot für Tourismusunternehmen. Gefördert werden dabei nicht nur Hotels und Restaurants, sondern auch neue, mutige Projekte wie die Tiny-House-Community von Steffi und Philipp im Fichtelgebirge (S. 4).

Welche Entwicklungen bewegen den Tourismus noch? Das lesen Sie im Gespräch mit Angela Inselkammer, Präsidentin des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes, und Harald Pechlaner, Inhaber des Lehrstuhls Tourismus an der Universität Eichstätt, ab Seite 10. Am Platzl in München unterhielten sich die Branchenkenner über die Zukunft des Tourismus.

Kommen Sie mit auf einen Streifzug durch Bayern und lassen Sie sich inspirieren: Die Illustration in der Heftmitte zeigt eine Auswahl lohnenswerter, von uns geförderter Ausflugsziele.

Viel Spaß beim Entdecken wünscht



Dr. Otto Beierl

Dr. Otto Beierl
Vorstandsvorsitzender
LfA Förderbank Bayern

GROSSE FREIHEIT IM KLEINEN

SIE HABEN ES TATSÄCHLICH GESCHAFFT:
DAS ERSTE **TINY-HOUSE-DORF** DEUTSCHLANDS
IN MEHLMEISEL IST DAS VERDIENST
VON STEFANIE BECK UND PHILIPP SANDERS

TEXT STEFAN RUZAS

Foto: Dirk Messberger

DIE NACHFRAGE IST VIEL GRÖßER ALS GEDACHT: AUS GANZ DEUTSCHLAND MELDEN SICH INTERESSIERTE



STANDORT
Mehlmeisel im
Fichtelgebirge

REGION
Oberfranken

Manchmal weiß man eben schon zu Schulzeiten, dass man zusammengehört; ohne dass es viel braucht. Stefanie Beck und Philipp Sanders sind seit der zehnten Klasse ein Paar. Sie haben sich in einem Münchner Gymnasium kennengelernt, saßen sogar gemeinsam im Unterricht. Trennen konnten die beiden nicht mal Zeiten, in denen sie in Südamerika und er in Australien und Neuseeland war. Als sie dann zusammengewohnt haben, reichte manchmal ein Sechs-Quadratmeter-Zimmer. Zu zweit, wohlge-merkt. Das war, als Steffi und Philipp im kanadischen Ski-Resort Whistler jobb-ten. Schon damals begannen sie, Skiz-zen und Pappmodelle von einem Tiny House anzufertigen, also einem kleinen Haus auf Rädern. In der US-Stadt

Um sich ihren Traum von einer Tiny-House-Community zu erfüllen, zog es Steffi und Philipp Anfang 2017 ins Fichtelgebirge



Portland erkundeten sie, was es mit der boomenden Mini-Haus-Bewegung so auf sich hat. „Wir haben uns schon immer gefragt, wieso Leute 30 bis 40 Jahre nur für ihr Haus arbeiten gehen“, sagt Philipp. Die Idee, mit weniger als 20 Quadratmetern auszukommen, zum Wohnen, Schlafen, Kochen und Essen, faszinierte sie. Auch deswegen begannen die beiden nach ihrer Rückkehr nach Deutschland 2016 in Augsburg zunächst ein Studium für energieeffizientes Planen und Bauen. In ihrer Freizeit bauten sie ihr erstes Tiny House namens „Nordic Fjöll“. Es ist 7,20 Meter lang und 2,55 Meter breit. Nur wohin damit? Die Gesetzeslage in Deutschland ist bis heute diffus und die Grundstückssuche schwierig. Im Internet stießen sie auf ein Inserat für ein „Freizeitgelände“ im Fichtelgebirge und bei einer Visite gleich auf Widerstand in einem Bauamt dort. Nein, kein Platz für so was Merk-würdiges wie ein Tiny House. „Wir waren richtig sauer“, erzählt Steffi heute mit einem Lächeln, „weil wir nicht verstanden haben, dass man jungen Leuten, die hier hinziehen wollen, derart im Weg stehen kann.“ Erst der Tourismusverband signalisierte Anfang 2017 Unterstützung und stellte Kontakt zu Franz Tauber her, dem Bürgermeister von Mehlmeisel. Der ist mit beiden gleich per Du und zeigt ihnen mögliche Grundstücke. Auch einen 17.000 Quadratmeter großen Campingplatz, der zum Verkauf stehen soll. Die heute 24-Jährigen zögerten: „Unser größtes Ziel war, legal zu wohnen und anerkannt zu sein. Wir sind keine Dauercamper, das hier ist für uns keine Notlösung, sondern unser Erstwohnsitz“, sagt Philipp, und es klingt stolz. Schon damals haben er und seine Freundin die Idee, ein Tiny-House-

Foto: Tiny House Village

Foto: Dirk Messberger

Village zu initiieren, mit diversen anderen Häusern, drei davon auch zur Vermietung. Sogar einen ausgefeilten Business-Plan für die „Community“ gibt es. Dann geht plötzlich alles ganz schnell: Mit Unterstützung der VR Bank Bayreuth-Hof und der LfA Förderbank Bayern werden am 18. August 2017 die Verträge unterschrieben. Der ausgediente Campingplatz, auf dem Deutschlands erstes Tiny-House-Dorf entstehen soll, wechselt die Besitzer.

UNTERKUNFT
in themenbe-
zogenen Tiny
Houses

AKTIV
Wandern, Rad-
fahren, Natur
genießen

HIGHLIGHTS
Bewusst leben,
Community
erfahren

Das „Nordic Fjöll“ bekommt endlich einen Platz, und manchmal haben die beiden gezeltet, damit Gäste in ihrem Haus wohnen konnten.

Ab April 2018 folgten dann ein zweites Gästehaus und ihr eigenes, gut gedämmt und auf Schraubfun-

damenten, nicht auf Rädern. Kurz darauf kamen die ersten neuen Dorfbewohner, unter anderem eine junge Familie mit Kind, mehrere Paare, ein Rentner, eine Mutter und ihre Tochter. Einige sind aus dem Raum Frankfurt, andere aus Ingolstadt oder vom Bodensee hergezogen, um sich in Mehlmeisel ein eigenes Mini-Haus zu bauen. Die Preise liegen, je nach Aufwand, bei 20.000 Euro aufwärts. „Wir haben keine bestimmte Zielgruppe und wir sind auch keine Traumblase. Hier wohnen Menschen, die unzufrieden damit sind, wie unsere Gesellschaft funktioniert. Die sich mehr Zeit nehmen wollen, auch für ihre Familie“, so Steffi. Raus aus dem Hamsterrad! 15 Häuser sind es heute, mit 18 Bewohnern. Steffi und Philipp sind zuversichtlich, dass bereits in diesem Jahr alle 30 Tiny-House-Plätze vergeben werden. Größer wird es zunächst nicht, aber Pläne gibt es viele: Permakulturgarten, Badeteich, Hühner, ein Gemeinschaftshaus, in dem irgendwann mal ein kleines Café eröffnet und



Die Tiny Houses sind liebevoll und funktionell eingerichtet und bieten mit Wohn- und Essbereich, Küche, Badezimmer und Schlafloft alles, was man braucht

Arbeitsplätze entstehen. Für das Haus und die gemeinschaftlichen Aktivitäten wurde eigens ein Verein gegründet, weil Steffi und Philipp eben keine Betreiber und Profiteure sein wollen, sondern Ermöglicher. Steffi: „Egal, ob Bücher, Leiter oder Rasenmäher: Es ist erstaunlich, was man als Community alles teilen kann.“ 1,95 Euro kostet der Quadratmeter inklusive Strom- und Wasseranschluss, also überschaubar bei den 100 bis 150 Quadratmeter großen Grundstücken. Die Nachfrage ist viel größer als gedacht: Die „Hotel“ genannten Miethäuser sind über Monate ausgebucht, aus ganz Deutschland melden sich Interessierte, die das Konzept von Mehlmeisel nun auch anderswo umsetzen wollen, und zum ersten Sommerfest kamen bereits im vergangenen Jahr mehr als 1.000 Besucher;

einer sogar extra aus Köln. Und Presse, Radio und Fernsehen waren auch schon da. „Am Anfang waren unsere Eltern ja skeptisch“, sagt Philipp, „aber mittlerweile sind sie beruhigt und stolz. Wir stehen auf eigenen Beinen und leben ein nachhaltiges Leben, in dem wir wenig Geld brauchen und mehr Zeit haben.“ Mal ganz abgesehen vom traumhaften Blick aus ihrem Wohnzimmerfenster auf Ochsenkopf und Schneeberg, die Gipfel des Fichtelgebirges. □

FAKTEN

Finanzierung
Startkredit
Projektstart 2017
www.tinyhousevillage.de
☞ Auch online unter:
www.lfa.de/magazin



Bewegung an der frischen Luft macht einfach Spaß – und ist nebenbei gut für Gesundheit und Fitness

Ende der 90er Jahre Betreiber der angrenzenden Berghütte. Sein Geschäftspartner Reiner Schafroth war zu dieser Zeit oft zu Gast. Damals freiberuflich als Erlebnispädagoge tätig, nutzte er die Berghütte für Kurse und Outdoor-Trainings. Genauso wie Kollege Christian Willert, späterer Mitbegründer der Tiefblick GmbH. „Die Idee, in Hüttennähe zu schauen, was wir selbst in diesem Bereich anbieten könnten, war einfach naheliegend“, erzählt Schafroth. Und so zimmerte das Trio einen kleinen Hochseilgarten im Wald, um dort für gebuchte Gruppen wie Schulklassen, Team- oder Eventveranstaltungen Kletterkurse anzubieten. Das war 1999. „Wir fuhren viel zum Klettern nach Frankreich. Dort gab es damals schon Hochseilgärten, die rein touristisch genutzt wurden“, erinnert sich Schafroth.

Diese Erfahrung und viele Anfragen inspirieren die Freunde dazu, ihren Hochseilgarten im Allgäu auch für Ausflugsgäste zu öffnen. Sie gründen die Tiefblick GmbH, bauen den Kletterwald „Bärenfalle“ aus und eröffnen weitere Hochseilgärten. Das alles können die Unternehmer mit Hilfe einer Förderung der LfA umsetzen. „Durch die Abwicklung über unsere Hausbank ging das relativ einfach, sodass wir die notwendigen Kredite auch schnell bekommen haben“, so der Geschäftsführer. Die Investition macht sich bezahlt: Hochseilgärten erleben in den folgenden Jahren einen regelrechten Boom in Deutschland. Es geht dabei um den Spaß an der Sache, um Geschicklichkeit, Selbstvertrauen und Teamgeist. Und anders als bei Klettersteigen bedarf es für dieses Abenteuer keiner Grundkenntnisse. Schafroth: „In der Zwischenzeit hatten wir sechs bis sieben Anlagen. Einige haben wir aber wieder

STANDORTE
Immenstadt,
Oy-Mittelberg, Rehling

REGION
Schwaben

HIGHLIGHTS
Flying Fox,
Rodelbahn

AKTIVITÄTEN
Klettern und
Natur erleben



verkauft.“ Qualität und ein persönlicher Umgang mit den Gästen stehen für die Betreiber im Vordergrund. Zu Beginn lag der Fokus auf der pädagogischen Schiene mit Trainings und Eventveranstaltungen, verlagerte sich später jedoch immer mehr Richtung Freizeitsport. „Wir haben für uns entschieden, dass es wenig Sinn macht, alles unter einem Dach zu lassen“, begründet Schafroth die

Entscheidung, das Trainingsangebot in einer separaten Firma zu bündeln. „Es war an der Zeit, diesen Bereich aus dem Hauptunternehmen rauszunehmen und Christian Willert die Kursorganisation mit ‚Tiefblick Training‘ zu überlassen.“ Aktuell betreibt die Tiefblick GmbH drei Hochseilgärten. Neben der „Bärenfalle“ bieten Schafroth und Plewa noch zwei weitere Kletterstandorte: Der Kletterwald am Grüntensee in Oy-Mittelberg und auch der Klettergarten beim Schloss Scherneck nahe Augsburg haben sich zu beliebten Ausflugszielen entwickelt. „Wir sind davon überzeugt, dass Bewegung und das gemeinsame Erlebnis in der Natur künftig noch mehr an Bedeutung gewinnen werden“, bekräftigen die Allgäuer ihre Motivation. □

PROJEKTDETAILS

Finanzierung Universalkredit mit LfA-Bürgschaft
Gründung 2004
Mitarbeiter rund 60
www.tiefblick.de
www.tiefblick-training.de
□ **Auch online unter:**
www.lfa.de/magazin

Fotos: Tiefblick GmbH; PR

HÖHE GEWINNEN

HOCH HINAUS WOLLTEN REINER SCHAFROTH, BORIS PLEWA UND CHRISTIAN WILLERT SCHON IMMER: IHRE LEIDENSCHAFT FÜR DAS KLETTERN MACHTEN SIE SCHLIESSLICH ZUM BERUF. HEUTE BETREIBEN DIE ALLGÄUER DREI **HOCHSEILGÄRTEN**

TEXT MARLENE IRAUSEK

Mit einem „Klack“ rasten die Karabiner ins Sicherungsseil und los geht es über Leitern, Balken und Seile hinauf in luftige Höhen und weiter von Baum zu Baum. Bis zu 20 Meter über dem Waldboden erfordert das mitunter ganz schön viel Mut. Im Sommer testen hier durchschnittlich circa 400 bis 500 Besucher pro Tag,

wie weit – besser gesagt, wie hoch – sie gehen können. Mit 18 unterschiedlich anspruchsvollen Parcours ist die „Bärenfalle“ Bayerns größter Hochseilgarten. Eingebettet in die Bergwelt am Alpsee, ist die Anlage nur über einen Doppelsessellift oder Wanderwege erreichbar. Boris Plewa, heute Geschäftsführer der Tiefblick Hochseilgärten, war

LfA: eine Bank für den Tourismus

Hubert Aiwanger

Bayerischer
Wirtschaftsminister



Die Zahlen fördern es zutage: Der Bayerntourismus eilt von Rekord zu Rekord. Dennoch bin ich überzeugt, dass er noch weiteres Potenzial hat. Dieses zu heben, ist und bleibt unser Ziel. Wir schaffen die Rahmenbedingungen, damit es auch zukünftig gut weitergeht. Denn: Das Gastgewerbe ist in Bayern mit rund 40.000 Betrieben und 10.000 Auszubildenden ein wichtiger Wirtschaftsfaktor und hat mit 400.000 Beschäftigten eine vergleichbare Größenordnung wie die Automobilindustrie.

Mit unserer Tourismusoffensive fördern wir gerade im Bereich kleiner und mittlerer Unternehmen wichtige Zukunftsinfrastrukturen wie etwa Online-Buchungssysteme. Aber auch unser Modellprojekt „Digitales Dorf Bayern“ mit den 2018 neu hinzugekommenen Projekten „Digitales Alpendorf“ und „Digitale Hörnerdörfer Allgäu“ ist eine wichtige Weichenstellung. Ebenso setzen wir auf die wachsende Bedeutung des Gesundheitstourismus. Unser Gaststätten-Modernisierungsprogramm steht in den Startlöchern und wird die bestehenden Kapazitäten im Gastronomiebereich erhalten, ausbauen und zukunftsfähig machen. Neben der bei Einheimischen wie Touristen geschätzten Gastfreundschaft und dem persönlichen Engagement unserer zahlreichen Tourismusunternehmer braucht ein erfolgreicher Tourismusstandort bedarfsgerechte Investitionen, um auch künftig ein attraktives und modernes touristisches Angebot zu gewährleisten. Hier kommt die LfA mit ihrem umfangreichen und attraktiven Förder- und Finanzierungsangebot als verlässlicher Partner unserer mittelständischen Unternehmen ins Spiel. Insofern ist auch das Etikett „Tourismusbank“ durchaus gerechtfertigt.

Was es aber auch braucht, sind flexiblere Arbeitszeiten im Hotel- und Gastronomiebereich. Viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter würden gerne länger arbeiten oder sich neben ihrem Hauptjob – anschließend als Bedienung etwas dazuverdienen. Die aktuelle Gesetzeslage verbietet den Menschen aber, länger als acht, im Ausnahmefall zehn Stunden zu arbeiten. So besteht die Gefahr, dass wir der Wachstumsbranche Tourismus nicht die Rahmenbedingungen bieten, die sie verdient hätte. Daher muss der Bund die Möglichkeiten der EU-Arbeitszeitrichtlinie nutzen und die Flexibilität für die Arbeitnehmer schaffen – wenn diese selbst mehr arbeiten wollen.

Welche Fehler sollte man als touristischer Betrieb heutzutage unbedingt vermeiden?

Angela Inselkammer: Künstlich sein. Menschen merken sofort, ob ein Gastgeber echt, also authentisch, ist. Die Gäste kommen, weil sie genau das erleben möchten. Entscheidend ist, ob der Auftritt im Internet, das Ambiente, die Mitarbeiter des gastgebenden Betriebs und der persönliche Kontakt wirklich zusammenpassen; ob dieses Bild rund ist. Gerade in Bayern ist das eine riesige Chance, als Menschen auf Menschen zu reagieren.

Und was wäre allemal einen Versuch wert?

Harald Pechlaner: Die eigene Strategie an die sich radikal verändernden Verhältnisse anzupassen. Das ist rund um das Thema „Digitalisierung“ eine Mega-Herausforderung. Wir sind da eigentlich sehr langsam unterwegs. Das gilt natürlich auch für das Thema „Nachfolge“. Das gehen viele Hoteliers und Gastronomen viel zu spät an. Wenn man sich mit gesellschaftlichem Wandel auseinandersetzen will, muss man eigentlich nur auf den Tourismus schauen. Der ist wie ein Schaufenster für Veränderung, aber auch Stillstand. *Inselkammer:* Spezialisierung ist ebenfalls einen Versuch wert. Also der Fra-



„WIR SIND EINE LEITÖKONOMIE“

SIE IST PRÄSIDENTIN DES BAYERISCHEN HOTEL- UND GASTSTÄTTENVERBANDES, ER PROFESSOR AN DER KATHOLISCHEN UNIVERSITÄT EICHSTÄTT-INGOLSTADT.

ANGELA INSELKAMMER UND HARALD PECHLANER
ÜBER TRENDS UND ENTWICKLUNGEN IM TOURISMUS

FOTOS MANUEL NIEBERLE INTERVIEW STEFAN RUZAS

ge nachzugehen, was ich besonders gut kann. Stehe ich für Ruhe, Naturerleben, Einsamkeit oder doch eher für Erlebnis? Die familiäre Gastronomie und Hotellerie hat in Bayern ein immenses Potenzial, aber die Politik muss das auch verstehen. Sie muss die Rahmenbedingungen so verändern, dass kleine und mittelständische Betriebe auch noch existieren können. Wir sind nämlich branchenübergreifend auf dem Weg, den Mittelstand kaputtzuregulieren. Es gibt heute so viele Vorschriften, Pflichten zur Aufzeichnung und Kontrollen: Das kann ein kleiner Betrieb kaum noch schultern.

Die vergangenen sechs, sieben Jahre waren für den Tourismus in Bayern stets Rekordjahre. Mit mehr als 17 Millionen Touristen und Wachstumsraten von fünf Prozent und mehr. Ist der Freistaat als Reiseziel schlicht ein Selbstläufer?

Pechlaner: Die Bekanntheit der Marke „Bayern“ reicht nicht, es geht auch darum, Begehrlichkeiten zu wecken. Und das gelingt in Bayern, weil es ein sehr breites ländliches und urbanes Angebot gibt, das echt und glaubwürdig ist. Begehrlichkeit ist natürlich auch etwas Internationales, und da ist Bayern allemal wettbewerbsfähig. Ich sehe eine

Entwicklung, in der wir noch viel mehr als bislang in ein touristisches Zeitalter kommen. Es geht gar nicht mehr darum, von einem Rekord zum anderen zu jagen, sondern zu überlegen, welche Gäste Bayern will und welche zu seinem Angebot passen.

Inselkammer: Und dabei ist es immens wichtig, auch die einheimische Bevölkerung mitzunehmen. Zum Beispiel mit der Frage: Welche Wertschöpfung bedeuten diese Rekordzahlen für uns, welche Infrastruktur kann dadurch erhalten werden? Die meisten Freizeiteinrichtungen, ob Radlwege oder Schwimmbäder, können wir auch dadurch genießen, weil wir diese Einnahmen haben. Wir haben 560.000 Vollzeitarbeitsplätze im Tourismus und einen Umsatz von 31 Milliarden Euro. Es gab ja mal eine spannende, weltweite Studie, was man mit Bayern verbindet. Auf Platz eins das Bier, klar, dann geht es schon um die Möglichkeit der Teilhabe an einem traditionellen Zusammenleben. Wir haben so viele Feste, bei denen andere Menschen dabei sein können. Ganz normal und natürlich.

Im Juni 2018 hat die Staatsregierung in einem Kabinettsbeschluss eine neue Tourismusoffensive verabschiedet, in deren Leitbild „Einklang mit Mensch und Natur“ steht. Was wird das Ihrer Meinung nach ändern?

Inselkammer: Es ist doch schon mal toll, dass die Staatsregierung den Tourismus

als Wirtschaftsfaktor wahrnimmt. Unsere Wirtschaftsform hat ja selbst in Krisenzeiten eine große Stabilität. Auch weil der innerdeutsche Tourismus einen so großen und entscheidenden Anteil hat. Sogar die Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft erklärt ja neuerdings, dass der Tourismus die zweitwichtigste Leitökonomie unseres Landes ist. Das ist keine Selbstverständlichkeit. Wir gehören doch ins Bewusstsein der Menschen. Wir haben nun erstmals eine Abteilung „Tourismus“ im Wirtschaftsministerium, wir

„NACHHALTIGKEIT UND GESUNDHEIT: DAS IST DER ZEITGEIST FÜR DIE KOMMENDEN 100 JAHRE“

ANGELA INSELKAMMER

starten eine Landesausstellung zur Kultur des Dorfwirtshauses samt einer Unterstützungskampagne für 15 Millionen Euro. Und unser Ministerpräsident hat den Tourismus in seiner Regierungserklärung als einzige Branche angesprochen. Das sind Dinge, die Zeichen setzen.

Teil der neuen Offensive ist eine ganze Reihe von Maßnahmen, bei vielen davon geht es um Digitalisierung – beispielsweise digitale Modellprojekte auf dem Land, einfacher Zugang zu Online-Buchungsplattformen oder Cloud-Konzepte. Kommt der Tourismus in Bayern nun endlich ins digitale Zeitalter?

Pechlaner: Ja, und das hat auch mit einem stärkeren Schulterschluss von Politik, Wirtschaft und Wissenschaft zu tun. Wir sind nämlich alle gefordert, weil es neben der Wertschöpfung immer auch um Wertschätzung geht.

Inselkammer: Man sollte nicht vergessen, dass die Hotellerie in Deutschland schon jetzt die am besten digitalisierte Branche ist. Dafür braucht es auch den Ausbau von Netzen und Mobilfunk bis in den hintersten Winkel Bayerns. Aber es geht darüber hinaus darum, den kleinen Betrieben durch Weiterbildung Wissen zu vermitteln, was sie im Internet tun können und welche Möglichkeiten der Kooperationen es untereinander gibt. Die Tätigkeit eines Wirtes grenzt ja manchmal schon an Aufopferung für die Gesellschaft. Das tut er

gerne, aber er muss schon das Gefühl haben, dass es gesehen wird. Klar, wir wollen auf den Stand der Technik kommen, aber dafür müssen wir auch mal Luft holen können, um über neue Geschäftsmodelle nachzudenken. Wenn zum Beispiel ein Dorfwirtshaus das Zentrum einer Gemeinde sein soll: Was heißt das denn überhaupt? Wie findet sich ein Stammtisch für allein lebende Menschen? Wie erfährt die Bevölkerung davon, dass das Wirtshaus am Wochenende auch Lebensmittel verkauft?

Studien belegen, dass maximal 15 Prozent der bayerischen Unterkünfte online zu buchen sind, zu wenige sind auf den Social-Media-Kanälen unterwegs oder präsentieren sich mehrsprachig. Ist es Zufriedenheit mit der Gegenwart oder Angst vor der Zukunft?

Inselkammer: Weder noch. Es ist schlicht Überlastung. Viele setzen sich nicht damit auseinander, weil sie immer

nur noch mehr und mehr arbeiten. Klar müssten die sich kümmern und weiterbilden, nur wann? Ich rede mir in der Politik den Mund fusselig: Schaut auf die kleinen Betriebe, die müssen entlastet werden! Und in den Betrieben empfehle ich: Macht doch mal einen Ruhetag, damit ihr mal Luft kriegt. Nachdenken, Bürokratie, Familie: All das braucht Zeit.

In dem Regierungsprogramm heißt es auch ausdrücklich, dass die LfA Förderbank Bayern als Tourismusbank gestärkt werden soll – durch den Ausbau des Förderinstrumentariums. Welche Maßnahmen wünschen Sie sich konkret?

Inselkammer: Wir haben mit der LfA und gefördert vom Wirtschaftsministerium 14 Beratertage in Bayern gemacht. Wichtig ist, ranzugehen an die Betriebe. Die Unternehmer finden dann schon die Mittel, die für sie ideal sind. Die LfA kann einen perfekten Überblick bieten, wie man sich finanziell helfen lassen kann. Mitte des Jahres soll unser „Gaststätten-Modernisierungsprogramm“ starten – auch da ist die LfA im Boot.

Zu den wichtigsten Themen im Tourismus zählen ja Gesundheit und Nachhaltigkeit. Welches Potenzial haben die denn wirklich für einzelne Regionen und Hotels – oder sind es schlussendlich doch nur Modewörter?

Pechlaner: Bayern ist berühmt für seine Angebote in puncto Gesundheit. Von Wellness bis Heilbäder- und Medizintourismus. Das Ganze kann sich weltweit sehen lassen, auch auf völlig neuen Märkten wie Asien und anderswo. Nachhaltigkeit ist die Grundvoraussetzung für jede Tourismusform, die wir entwickeln. Das wollen die Märkte, und das ist für die Bevölkerung und ihren Lebensraum immens wichtig. Es wird in Zukunft verstärkt darum gehen, über eine Generation hinaus zu denken. Familienbetriebe sind ja auch deswegen das Nachhaltigste, was es überhaupt gibt.



Im Gespräch Autor Stefan Ruzas mit seinen Interviewpartnern in der Lobby des „Platzl Hotel“ in München

Inselkammer: Deswegen ist so was auch keine Mode, sondern aus sich heraus wichtig. Nachhaltigkeit und Gesundheit: Das ist der Zeitgeist für die kommenden 100 Jahre und darüber hinaus. Weil dabei auch Regionalität wichtig ist, also genau das, was unsere Gäste wollen. Und wir haben mit unserem Wirtschaftsminister Aiwanger jemanden, der erstmals die regionalen Wirtschaftskreisläufe thematisiert. Dabei spielen auch andere Ministerien wie Verbraucherschutz und Landwirtschaft eine Rolle.

In Kempten soll nun im Auftrag des Freistaats ein Bayerisches Zentrum für Tourismus entstehen. Wissen Sie Genaueres?

Inselkammer: Wir haben uns das immer gewünscht, ein Tourismus-Kompetenzzentrum, das sich mit neuen Konzepten und Strategien beschäftigt und Ziele definiert. Dazu die Vernetzung von Akteuren im Tourismus. Wer tut was? Wer kümmert sich um was? Wir haben ja eine unglaubliche Vielfalt von Aktivitäten, auch in den Ministerien. Oft weiß der eine nicht vom anderen.

Viele Tourismusbetriebe in Bayern suchen händeringend neue Mitarbeiter und klagen über den Mangel an Fachkräften. Ist da überhaupt Abhilfe möglich, angesichts der Konkurrenz in der Schweiz oder in Österreich?

Inselkammer: Eines vorab – wir haben in den vergangenen zehn Jahren in unserer Branche 100.000 neue Arbeitsplätze geschaffen. Unser erstes Ziel sollte sein, zu erklären, wie flexibel man in Hotellerie und Gastronomie ist. Man kann weltweit arbeiten, es gibt verschiedene Zeitmodelle, und wenn man mal fünf Jahre aussetzt, geht es danach halt weiter. Wir gehen auch deswegen mit 120 ehrenamtlichen Ausbildungsbotschaftern an alle Schulen, um mit Schülern und Eltern zu sprechen. Wir haben zudem einen Fachkräfte-Navigator aufgestellt. Und wir haben dazu beigetragen, dass das neue Fachkräftezuwanderungsgesetz auch für unsere Branche gilt. Was wir dringend brauchen, ist Wohnraum für Mitarbeiter. Deshalb kämpfe ich für politische Rahmenbedingungen, die steuerliche Erleichterungen schaffen, damit Unternehmer unserer Branche Wohnraum bauen können. Abgesehen davon, gibt es in anderen europäischen Ländern ein steuerfreies 13. Monatsgehalt oder steuerfreie Sachwertbezüge für Lehrlinge.

ANGELA INSELKAMMER

ist Geschäftsführerin des „Brauereigasthof Aying“ und wurde 2016 als erste Frau zur Präsidentin des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes gewählt.

[Auch online unter: www.lfa.de/magazin](http://www.lfa.de/magazin)

Pechlaner: Der Fachkräftemangel ist schon jetzt ein globales Phänomen. Da geht es fast schon um einen Krieg um die Talente. Und da sind wir wieder bei Wertschöpfung und Wertschätzung im Tourismus. Wenn beides steigt, gibt es auch mehr Bewerber. Und die wollen wiederum auch flexible Arbeitszeitmodelle, attraktive Wohnmöglichkeiten und Lebensqualität. Bayern konkurriert auf dem Arbeitsmarkt nicht nur mit Österreich oder der Schweiz, sondern auch mit Dubai oder anderen Destinationen.

Und das in einer Zeit, in der Vermittlungsplattformen von Privatunterkünften wie Airbnb mächtige Konkurrenten geworden sind ...

Pechlaner: Der Staat sollte darauf achten, dass die, die Gleiches tun, auch die gleichen Bedingungen haben. Sonst wird der Wettbewerb unfair. *Inselkammer:* Was übrigens auch für die Gastronomie gilt: Warum wird das in Plastik verpackte Essen vom Supermarkt mit sieben Prozent besteuert, aber das, was wir selbst zubereiten, mit 19 Prozent? In der Hotellerie hat die veränderte Besteuerung ja auch wichtige Impulse gebracht.

Wie werden wir uns denn künftig zu Reisen inspirieren lassen und wie wird unser Buchungsprozedere aussehen?

Inselkammer: Am Ende sind es immer die guten Geschichten, die inspirieren. Emotionale und authentische Geschichten. Egal, über welchen Kanal. Und irgendwann ist auch jedes Haus so aufgestellt, dass es im Internet direkt buchbar ist. ☐

HARALD PECHLANER

Neben seiner Tätigkeit an der Universität in Eichstätt ist Pechlaner auch Leiter des „Center for Advanced Studies“ an der Europäischen Akademie Bozen (EURAC) sowie Autor und (Mit-)Herausgeber von Büchern und Forschungsartikeln.

Weingut Baldauf

RAMSTHAL Die Brüder Ralf und Gerald Baldauf teilen eine Leidenschaft: die für guten Wein. Auf ihrem Weingut im Fränkischen Saaletal lassen sie die Gäste mit Weinverkostungen, Weinbistro und verschiedenen Veranstaltungen daran teilhaben. www.baldaufwein.de

Hotel Vogelsburg

VOLKACH Historisches Gebäude und modernes Hotel mit Restaurant inklusive unvergesslichem Blick über den Main. Die Geschichte dahinter auf S. 16 www.vogelsburg-volkach.de

Dinosaurier Museum

DENKENDORF Wie es war, als Dinosaurier noch die Erde bevölkerten, zeigt der 1,5 km lange Erlebnispfad des Museums im Altmühltal. Mit den lebensgroßen Nachbildungen taucht man ein in 400 Millionen Jahre Entwicklungsgeschichte. Auch echte Dinosaurier-Skelette können bestaunt werden. www.dinopark-bayern.de

Zweckverband Altmühlsee

GUNZENHAUSEN Der Stausee im weiten Tal der oberen Altmühl lädt ein zum Baden, Segeln, Surfen, Wandern und Radeln. Schifffahrten mit der „MS Altmühlsee“, Campingplätze, Restaurants und Kioske dann zum Erholen. Mit der Vogelinsel im Norden verfügt der See außerdem über eines der wichtigsten Vogelschutzgebiete Bayerns. www.altmuehlsee.de

Brauereigasthof Maierbräu

ALTMÜNSTER Direkt am Marktplatz steht der historische Brauereigasthof Maierbräu mit der um 1600 gegründeten Brauerei. Das seit beinahe 100 Jahren unveränderte Bräustüberl macht bayerische Geschichte erlebbar. Die prämierten Bierspezialitäten sowie eine gutbürgerliche Küche laden zum Genießen und Entspannen ein. www.brauereigasthof-maierbraeu.de

Tiefblick Hochseilgärten

IMMENSTADT Ab in die Baumkronen: Kletterspaß für Alt und Jung gibt es in Immenstadt, Oy-Mittelberg und Rehling, einen Einblick ins Unternehmen auf S. 8 www.tiefblick.de

Alpzitt

BURGBERG In ihrem Chalet-Dorf im Allgäu definieren Albert und Sonja Gilb alpinen Luxus neu. Hier finden Gäste Zeit zum Ankommen und Sich-Wohlfühlen. www.alpzitt-chalets.de

Tiny House Village

MEHLMEISEL Macht es glücklich, auf 15 Quadratmetern zu wohnen? Im Tiny House Hotel im Fichtelgebirge kann man es ausprobieren. Mehr zur Tiny House Community von Steffi und Philipp auf S. 4 www.tinyhousevillage.de

Konzerthaus Blaibach

BLAIBACH Im Rahmen des geförderten Vorhabens „Ort schafft Mitte“ wurde Blaibachs Zentrum saniert. Herzstück des Projekts ist ein modernes Konzerthaus, das über Bayerns Grenzen hinaus für Schlagzeilen sorgt. Siehe S. 18 www.konzert-haus.de

Eismacherei Aamu

REGENSBURG Bei Aamu schaffen es nur die besten Zutaten in die Eismaschine, natürlich und aus der Region: frische Milch, echte Früchte und Nüsse in Bio-Qualität. Immer ein Genuss, egal, ob auf die Hand oder vor Ort. www.aamu-eiscafe.de

Atte Hausbrennerei Penninger

WALDKIRCHEN Die alte Hausbrennerei Penninger ist im Bayerischen Wald ebenso verwurzelt wie die Zutaten ihrer beliebtesten Schnäpse und Liköre. Dass sie aber auch Gin, Rum und Whiskey können, beweist Nachfolger Stefan Penninger. Kostprobe auf S. 22 www.penninger.de

Hofgut Hafnerleiten

BAD BIRNBACH Besondere Architektur, gute Küche, Wellness und Seminare bietet das Hofgut im malerischen Rottal. Mit den sieben Themenhäuschen und drei „Langhäusern“ haben sich Erwin Rückerl und seine Familie einen Lebensraum erfüllt. www.hofgut.info

Slyrs Destillerie

SCHLIERSEE Eine Studienreise nach Schottland inspirierte Braumeister Florian Stetter dazu, einen oberbayerischen Single Malt Whisky herzustellen. Heute gilt SLYRS als einer der größten Single-Malt-Hersteller Deutschlands. In der Destillerie erfahren Gäste alles über die Herstellung und den einzigartigen Geschmack der Spirituose. www.slyrs.com

Naturkäserei TegernseerLand

KREUTH AM TEGERNSEE Von ihren Anfängen bis heute ist die Naturkäserei ein Projekt, das durch gelungene Zusammenarbeit und seine regionalen Produkte überzeugt. Die Schaukäserei in Kreuth bietet Einblicke in das Käsehandwerk und die Heumilchwirtschaft der Tegernseer Milchbauern. Danach lädt die gemütliche Gaststube mit Sonnenterrasse zum Verkosten der selbst gemachten Köstlichkeiten ein. www.naturkaeserei.de



Schöne Kulisse:
Hoch über dem
Main, mit Blick auf
die Weinberge,
liegt die Vogelsburg

Hier oben bietet sich ein traumhafter Rundumblick auf die weite Landschaft um Volkach. Zu Recht gilt die Aussicht von der Vogelsburg als die schönste über die Mainschleife. Seit 2015 ist Christoph Tacke Pächter der neu gestalteten Anlage inmitten der fränkischen Weinberge. Eine Aufgabe, die ihn zusammen mit seiner Frau Anna-Lena zurück in die alte Heimat brachte. Davor arbeitete der gelernte Hotelfachmann zehn Jahre im „Yachthotel“ am Chiemsee, wo er vom Praktikanten bis zum Hoteldirektor aufstieg. „Hotellerie und Tourismus fand ich schon immer spannend“, erzählt Tacke, der nach seiner Ausbildung der Branche stets treu blieb. Die Ausschreibung der Vogelsburg entdeckte der Unterfranke im Internet. Vor dem Umbau führten Nonnen vom Augustinus-Orden das Gut als Ort der Besinnung und Begegnung. 2011 übergaben die Schwestern das Gebäude an die Stiftung Juliuspsital, welche die Gemäuer komplett sanieren ließ und einen neuen Pächter suchte. „Die Bewerbungsfrist war bereits vorbei, trotzdem habe ich meine Unterlagen abgeschickt“, erinnert sich der heute 35-Jährige. Zum Glück, denn seine Ideen überzeugten und den neuen Betreibern blieb nur ein halbes Jahr, um die Eröffnung im Juli 2015 vorzubereiten. Der Tagungs- und Veranstaltungsbe- reich ist wohl die größte Veränderung im Rahmen des Umbaus. Gastronomie und Übernachtungsmöglichkeiten gab es schon vorher, wenn auch auf einem anderen Niveau. Heute trifft auf der Vogelsburg tausendjährige Tradition auf ein minimalistisch-modernes Designkonzept: 28 Hotelzimmer und drei Veranstaltungsräume stehen den Gästen für erholsame Tage, Seminare und Hochzeiten zur Verfügung. Eine

STANDORT
Volkach

REGION
Unterfranken

HIGHLIGHTS
Panoramablick
und Wein

AKTIVITÄTEN
Wandern,
Radfahren und
Genießen



Mitarbeiterin kümmert sich ausschließlich darum, die Veranstaltungen durchzuplanen und zu organisieren. Das neu gestaltete Restaurant mit Weingarten zieht Ausflugs Gäste an. Serviert werden zeitgemäße fränkische Gerichte und ausgewählte Weine der Stiftung. „Während der Fahrrad- und Wandersaison tut sich viel in der Region. Bei schönem Wetter besuchen uns dann zwischen 500 und 1.000 Gäste pro Tag“, berichtet Tacke.

Den Betrieb alleine zu stemmen wäre unmöglich. „Letztendlich halte ich den Kopf hin, aber die Familie unterstützt tatkräftig.“ Genauso wie die LfA. Die Förderbank ermöglichte dem Unternehmer vor drei Jahren den Start in die Selbstständigkeit. Knapp 400.000 Euro für die Hotelausstattung musste er investieren. Das wäre ohne entsprechende zinsgünstige Förderung nicht machbar gewesen. Eine Steuerberaterkanzlei und die Existenzgründungsabteilung der Sparkasse Mainfranken stehen ihm beim Stellen des Antrags zur Seite. Das Ziel des zweifachen Familienvaters und seiner Frau? Die geschichtsträchtige Vogelsburg erfolgreich in die Zukunft zu führen. „Uns war von Anfang an klar, dass das kein normales Objekt ist. Die Lage ist einzigartig und nach dem Umbau ist alles neu. Trotzdem muss der Ort mit Leben gefüllt werden. Dazu zählen auch die nicht greifbaren Dinge, wie die Mischung der Mitarbeiter, die wichtig für eine Atmosphäre des Wohlfühlens ist“, ist der Hotelier überzeugt. ☐

PROJEKTDDETAILS

Finanzierung Startkredit und
Regionalkredit **Eröffnung** 2015
Mitarbeiter ca. 30
www.vogelsburg-volkach.de
☑ **Auch online unter:**
www.lfa.de/magazin

WACHGEKÜSST

HOTELIER CHRISTOPH TACKE UND SEIN TEAM HAUCHEN DER HISTORISCHEN **VOGELSBURG BEI VOLKACH** NEUES LEBEN EIN. IM RAHMEN EINER ZWEIJÄHRIGEN SANIERUNG HAT SICH DAS EHEMALIGE KLOSTER ÜBER DER MAINSCHLEIFE IN EIN MODERNES TAGUNGSHOTEL VERWANDELT

TEXT MARLENE IRAUSEK

DAS LEBEN IST EIN WUNSCHKONZERT

ES GILT MITTLERWEILE SCHON ALS „WUNDER VON BLAIBACH“, DIESES MINIMALISTISCHE **KONZERTHAUS IM BAYERISCHEN WALD**. DIE GESCHICHTE VON ZWEI MUTMACHERN

TEXT STEFAN RUZAS

Auf der Holzbank vor dem verfallenen Bauernhaus saßen sie, der Opern-Bariton Thomas Bauer und sein Architekt Peter Haimerl.

Es war im Frühjahr 2012 und die beiden überlegten, was denn nun zu tun sei. Bauer hatte das Waldlerhaus aus dem 16. Jahrhundert im zunehmend trostlosen Ortskern von Blaibach kurz vorher gekauft und wollte es mit Haimerl umbauen. Unbedingt mit ihm, mit keinem anderen. Weil er mit seiner schlichten Kubentechnik alte und baufällige Gebäude zu neuem Leben erweckt – ohne sie „totzusaniieren“.

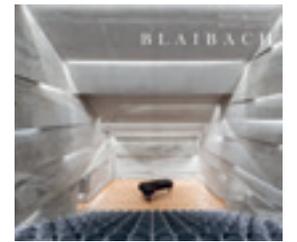
Eigentlich ging es ja nur um eine Bleibe für das von Bauer in Blaibach initiierte Festival „Kulturwald“. Doch dann sprachen sie irgendwie auch über Elektromobilität, Musik und darüber, dass Blaibach voller Vergangenheit, aber ohne Zukunft zu sein scheint. In einem Ortszentrum, mit dem die Bäckerei und andere Läden abgeschlossen hatten. Selbst das Freibad lag aus Geldmangel auf dem Trockenen.

Vor 15 Jahren gab es hier noch 84.000 Übernachtungen jährlich und mehrere Wirtshäuser, dann zogen die Menschen weg. „Ruinenfeld“ nannte Haimerl, was er sah. »

Foto: PR



Außen modernes Kunstwerk,
innen Konzertsaal für 200
Personen: Das Konzerthaus in
Blaibach zeigt, wie aus einem
kulturellen auch ein touristi-
scher Anziehungspunkt
werden kann
Der Detail Verlag dokumen-
tiert das Projekt im neu er-
scheinenden Buch *Blaibach*
(Cover rechts)



In der Frühlingssonne des Bayerischen Waldes entstand plötzlich die Idee, ein Konzerthaus für Bauers Klassikfestival zu bauen. Mit der 2.000-Einwohner-Gemeinde als Bauherrin.

Nicht irgendeins, sondern eines, das „wie ein Meteorit ins Dorf fällt und allen zuruft: Hier ist die Avantgarde. Ein Ausrufezeichen, eines mit Signalwirkung.“ So jedenfalls resümiert es Bauer.

Zugegeben, die Begeisterung der Bewohner Blaibachs hielt sich zunächst in Grenzen, aber Bauer und Haimerl waren begeisterungsfähig genug.

Der Architekt, gebürtig aus Eben bei Viechtach, entwarf Mutiges: außen ein in den Boden gekippter Block aus Granit und innen ein Konzertsaal mit Drahtstühlen für 200 Personen, zwischen äußerst raffiniert angeordneten Wänden aus Sichtbeton – der Akustik wegen.

Bauer, er stammt aus dem nahen Metten, war von Anfang an sicher: Das wird was. Drei Millionen Euro sollte der visionäre wie elegante Bau kosten und die beiden überzeugten nicht nur diverse private Sponsoren, sondern auch Städtebauförderer. Dann ging alles ganz schnell: Bereits 2014 wurde das Konzert-

haus eröffnet und seitdem sind die jährlich bis zu 70 Konzerte zu 99 Prozent ausgebucht. Gefördert werden die begehrten Veranstaltungen auch von der LfA. In den toter glaubten Ort reisen nun wieder bis zu 30.000 Besucher pro Jahr. Eine „Enoteca“ hat eröffnet und der traditionsreiche Schlossgasthof Rösch investierte viel Geld in einen viel gelobten und 850 Quadratmeter großen Wellness-Bereich.

„Das Wunder von Blaibach“, titeln Zeitungen wie „Die Welt“. Kein Wunder, bei all den Zahlen und all den gewonnenen Architekturpreisen. Im Mai erscheint im renommierten Architekturverlag Detail sogar ein hochwertiges Buch, das die „neue Mitte Blaibachs“ mit Fotos, Plänen und beschreibenden Texten dokumentiert.

Es gehe um „die Transformation eines Ortes durch kulturelle Revitalisierung“, sagt Sandra Hofmeister, Herausgeberin des Architektur- und Kunstbuchs. „Das Ergebnis ist eine neu

STANDORT
Blaibach

REGION
Bayerischer Wald

KUNST & KULTUR
Klassikerlebnis

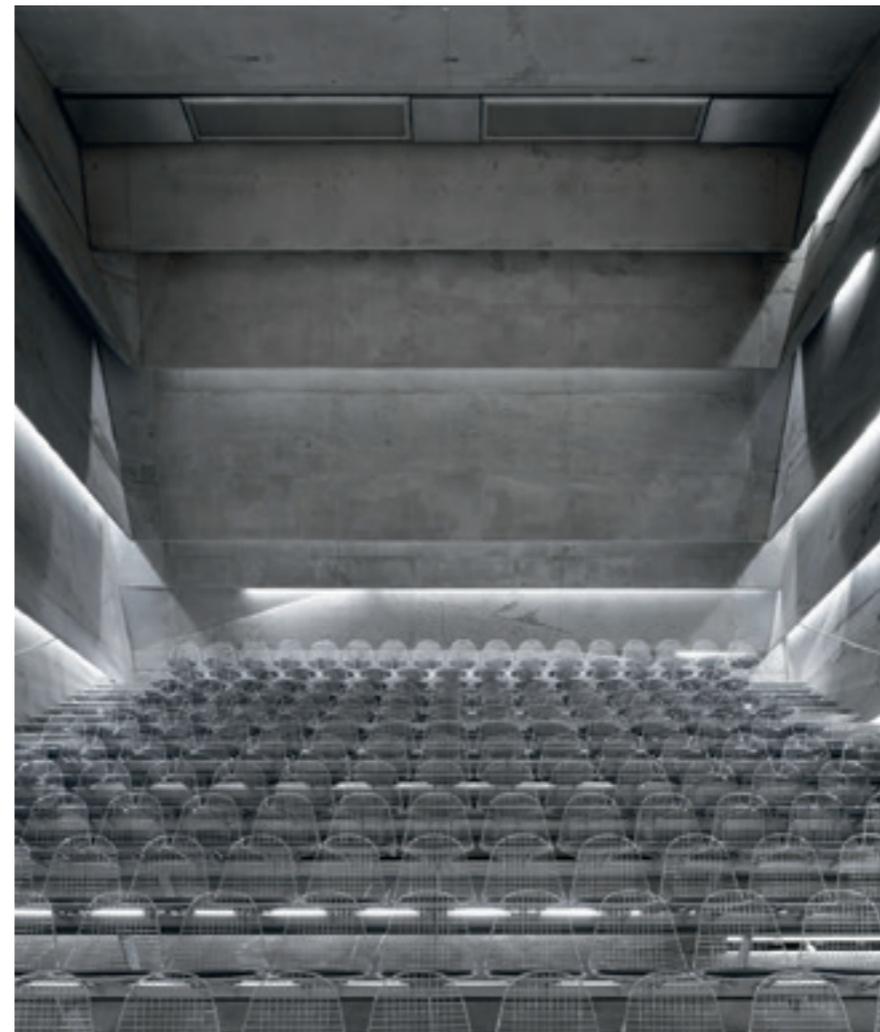
HIGHLIGHTS
Architektur und renommierte Künstler



gefundene Identität und eine ganze Region, die sich neu definiert.“ Das Konzerthaus Blaibach sei „ein Mutmacher, ein positives und kraftvolles Vorbild mit starken Akteuren“. Das Dorf sei in einer dramatischen Notlage gewesen, so Hofmeister weiter, wie viele andere Dörfer auch. Nun lebe es wieder und das Neue respektiere und ergänze das Bestehende. Es sei die vereinte Leistung von Machern, Bürgern und Gemeinderat.

All das zeigt Wirkung: Ikonen der klassischen Musik wie die Geigerin Julia Fischer oder die Pianistin Mitsuko Uchida sind bereits im Konzerthaus aufgetreten. Für das Jahr 2020 haben sich nun sogar die Berliner Philharmoniker angekündigt und der Meister des Hauses, Thomas Bauer, träumt schon von einem Auftritt des Startenors Jonas Kaufmann.

Der immerhin rund 580 Kilometer entfernte Bielefelder Kunstverein zeigt



Fotos: NAARO

von März bis Juli die Ausstellung „Bayerwaldzyklus“ in der alle zwei Jahre stattfindenden Reihe „Baukunst“. Peter Haimerl sei „einer der interessantesten und eigenwilligsten Architekten Deutschlands, der die Grenzen konventioneller Architektur überschreitet“. Seit März 2019 gibt es das Konzerthaus Blaibach sogar auf einer offiziellen Briefmarke der Deutschen Post, für 145 Cent.

Thomas Bauer ist überzeugt, dass seine Mutprobe auch ein politisches Symbol sein kann: „Unser Haus zeigt, wie aus einem kulturellen ein touristischer Anziehungspunkt wird.“ Über Kunst entstehe ein neues Gemeinschaftsgefühl für den Lebensalltag eines Dorfes.

Zu Beginn der Planungen hieß das Modellvorhaben in Blaibach noch „Ort schafft Mitte“. □

FAKTEN

- Förderung** LfA-Kulturförderung
- Gründungsjahr** 2014
- Standort** Blaibach
- Mitarbeiter** 5 in Teilzeit
- www.konzert-haus.de
- [Auch online unter: www.lfa.de/magazin](http://www.lfa.de/magazin)



TIEF VERWURZELT

„SPEZIALITÄTEN ZUM ZWITSCHERN“: DIE **BRENNEREI PENNINGER** SAGT SCHON MIT IHREM SLOGAN, WAS SACHE IST. IM ALTER VON 114 JAHREN ENTDECKT SICH DAS TRADITIONSUNTERNEHMEN JETZT NOCH MAL NEU

TEXT MARLENE IRAUSEK

Der Bayerische Wald. In Höhen von 600 bis 1.000 Metern wächst dort eine kleine, kraut-ähnliche Pflanze mit weißen Blüten: die Bärwurz. Schon im Mittelalter sagte man dem Doldengewächs eine heilsame Wirkung auf Magen, Leber und Niere nach. Heute wird das aus seiner Wurzel gewonnene, klare Destillat besonders wegen seines holzig-feinen Aromas geschätzt. Die niederbayerische Spezialität ist auch der Star im umfangreichen Sortiment der alten Haus-

brennerei Penninger. Genauso wie der weithin bekannte Blutwurz-Likör. Am Stammsitz in Hauzenberg produziert die Destillerie knapp eine Million Flaschen Spirituosen pro Jahr. Seit zwei Jahren ist Stefan Penninger Geschäftsführer des mehr als 100 Jahre alten Familienunternehmens, das für hochwertige Obstbrände, Kräuterliköre sowie Essig steht – und neuerdings auch für Gin, Rum und Whiskey. Den Grundstein des Unternehmens legte der Urgroßvater 1905 mit seiner Essigpro-

duktion, die in den 20er-Jahren um die Schnapsbrennerei erweitert wurde. Die Leidenschaft für hochwertige Destillate wurde Stefan Penninger also quasi in die Wiege gelegt: „Ich bin am Hof aufgewachsen. Eine gewisse Verbundenheit zur Brennerei gab es schon immer.“ Trotzdem entscheidet sich der junge Penninger für eine andere Laufbahn, studiert Betriebswirtschaft und Informationswissenschaft in Regensburg. Darauf folgt eine Forschungsarbeit im Bereich IT-Security. 2012 fällt der

Im neu gestalteten Whisky-Hof in Kirchham erfahren Besucher mehr über Geschichte und Herstellung der Spirituose. Einen ganz besonderen Duft verströmen die vierzig Holzfässer im Schauffass-Lager

Entschluss, in den elterlichen Betrieb einzusteigen. Es wäre keine Option gewesen, die Firma zu verkaufen, weil sich kein Nachfolger in der Familie findet: „Ich wusste anfangs nicht, ob ich der Richtige dafür bin. Innerhalb von zwei Jahren war aber klar, dass es meine Berufung ist.“ Zusammen mit seinem Vater übernimmt er die Geschäftsführung und lässt sich zum Bayerischen Edelbrand-Sommelier an der Fachhochschule Weihenstephan ausbilden. 2017 schließt der motivierte Nachfolger als Deutschlands bester Destillateurmeister seines Jahrgangs an der Industrie- und Handelskammer in Berlin ab. Letztendlich übernimmt er die Anteile des Vaters und somit die volle Verantwortung für die Brennerei. Heute ist der 38-Jährige die treibende Kraft für neue Ideen bei den Penningers: „Ich möchte unsere Tradition wahren, der Firma aber auch ein Stück weit meinen Stempel aufdrücken: moderner, weltmännischer, weltoffener.“ Dass er das Zeug dazu hat, beweist der Jungunternehmer mit seinem Gin „Granit“. Zweimal wurde die Wacholder-Spirituose mit dem Award „World's best traditional Style Gin“ ausgezeichnet.

Vom Erfolg ermutigt, probiert sich Penninger weiter an internationalen Spirituosen und präsentiert darüber hinaus den Rum „Graphit“ sowie den „Penninger Whiskey“. Was noch folgt? Zunächst der für Frühjahr 2020 geplante Umzug in das neue Firmengebäude im nur elf Kilometer entfernten Waldkirchen, inklusive eigener Whiskey-Brennerei. „Der Neubau hält nicht nur für uns neue Chancen bereit, sondern auch für die Region“, findet der ambitionierte Inhaber, den bei diesem Großprojekt mit Kosten von immerhin zehn Millionen Euro die LfA unterstützt.

Fotos: Marcel Pedia, Brennerei Penninger

FIRMENSITZ
Waldkirchen

REGION
Niederbayern

AKTIVITÄTEN
Besucherführung und Verkostung

HIGHLIGHTS
Schaubrennerei



„Ohne Förderungen wäre es schwierig geworden, so ein komplexes Vorhaben auf die Beine zu stellen“, betont Penninger. „Die Beantragung der Fördermittel ist extrem positiv für uns verlaufen, von der Anfrage über das Handling durch die Hausbank bis hin zur Bewilligung und Auszahlung.“ Im Entstehen ist eine Schaubrennerei

mit Besucherzentrum, die sich nicht nur auf die Spirituosen- und die Essigherstellung beschränkt, sondern auch ein gastronomisches Konzept und eine eigene Kaffeerösterei umfasst. Penninger: „Besucher wollen heute einfach mehr erleben. Wir zeigen

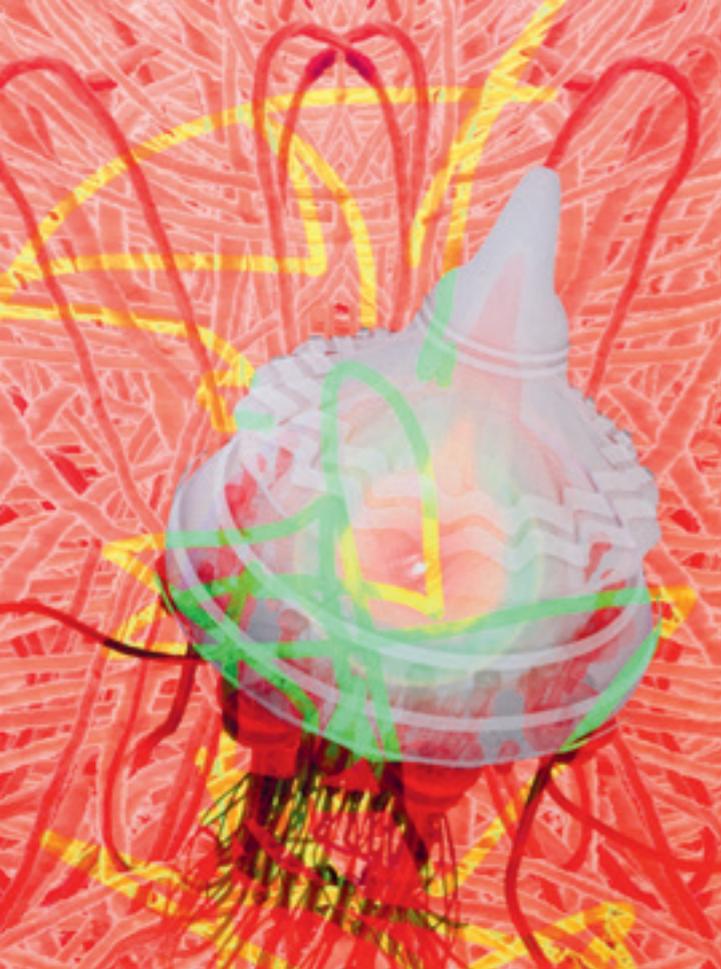
nicht nur, was wir machen, sondern auch, wie wir es machen.“ Wichtig war dem Hausbrenner auch, dass der neue Standort für seine langjährigen Mitarbeiter gut erreichbar bleibt. Denn es sind vor allem die Menschen, die er an der Heimat schätzt. „Anfangs scheinen die Leute hier eher reserviert. Ihr Vertrauen muss man erst gewinnen. Hat man das geschafft, kann man sich aber zu hundert Prozent auf sie verlassen“, weiß Penninger. □

PROJEKTDETAILS

- Finanzierung** Energiekredit Gebäude
- Firmengründung** 1905
- Eröffnung Besucherzentrum** Frühjahr 2020
- Mitarbeiter** ca. 60
- www.penninger.de
- [Online unter: www.lfa.de/magazin](http://www.lfa.de/magazin)



Das neue Besucherzentrum in Waldkirchen. Die beauftragten Architekten haben viel Holz, Glas und Stein in die Gestaltung der Gebäude einfließen lassen (oben) In den Penninger Schnaps-Museen geben historische Brennanlagen Einblick in das traditionelle Handwerk des Destillierens (unten)



Das Kalenderblatt für den August zeigt das erste der drei „fabric studies“ von Christoph Kipp, gedruckt auf Baumwollstoff im Hochformat

LFA-KALENDER

KÜNSTLERISCHE
VIELFALT FÖRDERN

Seit 1997 bietet die LfA in Kooperation mit den Kunstakademien München und Nürnberg eine Plattform für Nachwuchskünstlerinnen und -künstler: den LfA-Kunstkalender. Die Ausgabe 2019 mit ausgewählten Werken der Studierenden aus den Jahresausstellungen 2018 präsentierten die Mitwirkenden am 23. November 2018 in München. Anita Edenhofer, Vorsitzende des Berufsverbands Bildender Künstlerinnen und Künstler München und Oberbayern, freute sich, dass die Präsentation des Kalenders in diesem Jahr in der „Galerie der Künstler“ stattfand: „Die LfA unterstützt seit über zehn Jahren die Publikationen zu unseren Nachwuchsförderreihen ‚Die ersten Jahre der Professionalität‘ und ‚Debutanten‘. Schön, dass wir uns jetzt als Gastgeber dafür direkt und persönlich bedanken können.“ Auch mit dieser Edition erscheint der Kalender wieder online mit Informationen zu den Werken und kurzen Videos über die Künstlerinnen und Künstler. Über einen QR-Code am jeweiligen Kalenderblatt gelangen Interessierte direkt zum Wunschkunstwerk inklusive Zusatzmaterial in der Onlineausgabe.

Online unter: www.lfa.de/kalender

BAYERISCHE BETEILIGUNGSGESELLSCHAFT

Geschäftsführung wieder vollständig

Im November übernahm Dipl.-Ing. Karl Christian Vogel (54) die Position des Geschäftsführers der BayBG Bayerische Beteiligungsgesellschaft. Er besitzt viel Erfahrung im Beratungs- und Beteiligungsgeschäft, unter anderem durch Stationen bei CIM Management, Brose Fahrzeugteile GmbH & Co. KG sowie 3i Deutschland und bei einer Vorgängergesellschaft der heutigen Süd Beteiligungen GmbH. Dort war er bis Ende 2017 auch als Geschäftsführer tätig. In seiner bisherigen Laufbahn begleitete Karl Christian Vogel mit seinen Teams über 50 Mittelständler bei Nachfolgen und Wachstumsvorhaben und finanzierte rund 80 Technologie-Start-ups.



Karl Christian Vogel,
Geschäftsführer BayBG



Peter Pauli, Sprecher
der Geschäftsführung
BayBG

Nachdem Peter Pauli (54) seit Oktober als Sprecher der Geschäftsführung fungiert, ist das Geschäftsführungsgremium der BayBG wieder vollständig. Er folgte auf Dr. Sonnfried Weber (67), der sich in den Ruhestand verabschiedete. Peter Pauli ist seit 1998 für die BayBG tätig, bei der er nach Stationen im Investment-Management seit 2007 Geschäftsführer war. Pauli: „Ich freue mich, dass wir mit Karl Christian Vogel einen erfolgreichen und erfahrenen Manager als Geschäftsführer gewinnen konnten. Gemeinsam werden wir uns dafür einsetzen, die Position der BayBG als kompetenter, leistungsfähiger und marktführender Beteiligungspartner des bayerischen Mittelstands noch weiter auszubauen.“

Fotos: PR; Michael McKee (1)

JAHRESBILANZ 2018

2,8

MILLIARDEN
EURO

2018 erlebte die LfA Förderbank Bayern die höchste Nachfrage nach Förderkrediten seit ihrer Gründung. Von den Darlehen in Höhe von rund 2,8 Milliarden Euro konnten 4.800 Mittelständler und Kommunen profitieren. „Die hohe Nachfrage nach den Förderangeboten der LfA ist sehr erfreulich. Nur mit Investitionen in die Wettbewerbsfähigkeit können unsere Betriebe dauerhaft so erfolgreich und schlagkräftig bleiben. Hierfür ist das passgenaue, flexible Angebot der LfA von großer Bedeutung“, so Bayerns Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger.

BILANZ
HANDWERK 2018

Auf der IHM:
Wirtschaftsminister
Hubert Aiwanger (l.)
mit LfA-Vorstand
Hans Peter Göttler

Rund 275 Millionen Euro an Förderkrediten hat die LfA Förderbank Bayern dem bayerischen Handwerk 2018 zugesagt. Damit konnten etwa 950 kleine und mittlere Betriebe Investitionen von circa 430 Millionen Euro finanzieren. „Wir tun alles, um diesem wichtigen Bereich unserer Wirtschaft den Stellenwert zu

verschaffen, den er verdient“, so Bayerns Wirtschaftsminister und LfA-Verwaltungsratsvorsitzender Hubert Aiwanger. Der Präsident des Bayerischen Handwerkstages (BHT), Franz Xaver Peteranderl, dazu: „Die bayerischen Handwerksbetriebe zeichnen sich durch hohe Anpassungsfähigkeit und Innovationskraft aus. Zur Finanzierung der Investitionen in ihre Wettbewerbsfähigkeit ist die LfA zusammen mit den Hausbanken ein attraktiver, verlässlicher und langfristiger Finanzierungspartner.“

Informationen zu den Finanzierungsmöglichkeiten der LfA unter: www.lfa.de

TECHNIK FÜR KINDER

10.000 EURO ZUR NACHWUCHSFÖRDERUNG

Mit der Weihnachtsspende 2018 in Höhe von 10.000 Euro unterstützt die LfA Förderbank Bayern den Verein TfK – Technik für Kinder e.V. in Deggendorf. Im TfK-Technikhaus werden Kinder und Jugendliche frühzeitig und nachhaltig an technische und handwerkliche Berufe herangeführt.

Der Fachkräftemangel ist für das bayerische Handwerk und den Mittelstand ein zentrales Thema. Dennoch gibt es für den Nachwuchs wenig Möglichkeiten, seine technische und handwerkliche Begeisterung zu entdecken. Der gemeinnützige Verein TfK – Technik für Kinder in Deggendorf will das ändern. Für die Umset-

zung der verschiedenen Projekte ist die Einrichtung auf Spendengelder angewiesen. Und so freute sich Heinz Iglhaut, Vereinsvorsitzender, sehr über die Spende der LfA. Das großzügige Weihnachtsgeschenk überreichte der Vorstandsvorsitzende der LfA, Dr. Otto Beierl, bei einem Besuch im Technikhaus. „Ich bin begeistert, mit welcher Freude die Kinder und Jugendlichen werkeln. Technik für Kinder ist eine wertvolle Einrichtung zur Nachwuchsförderung. Wir unterstützen den Verein – entsprechend unserem Geschäftsfeld Gründung – sehr gerne dabei, junge Techniktalente zu fördern und zu einem Berufsstart in diesem Bereich zu motivieren“, so Beierl. Mit dem Geld schafft die Institution neue Materialien und Werkzeuge an.



Spendenübergabe
Heinz Iglhaut, Vereinsvorsitzender, und LfA-Vorstand Dr. Otto Beierl mit den Kindern und Mentor Sepp Spieß im TfK-Technikhaus Deggendorf (v.l.n.r.)



SERVICE

IM GESPRÄCH

Gründer, Unternehmen und Kommunen können die Förderangebote der LfA nur nutzen, wenn sie diese kennen. Durch bewusste Ansprache und fundierte Beratung werden bayerische Unternehmen auf die Chancen und Vorteile einer Förderung aufmerksam gemacht. Herzstück dieser Informationsarbeit ist die Förderberatung. Speziell geschulte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beantworten Fragen rund um das Thema Wirtschaftsförderung und halten Unterlagen zu allen Förderthemen bereit. Aber auch auf zahlreichen Messen, bei Beratungssprechtagen in allen bayerischen Regierungsbezirken, in der Nürnberger LfA-Repräsentanz und mit dem Förderstützpunkt in Hof zeigt die Förderbank Präsenz.

[Mehr Informationen unter: www.lfa.de/beratung](http://www.lfa.de/beratung)

NEUES KONZEPT

IDEEN FÖRDERN & QUALITÄT VERBESSERN

Seit 2008 bietet die LfA Förderbank Bayern ihren Mitarbeitern die Möglichkeit, Ideen einzubringen und so einen Beitrag zum Unternehmenserfolg zu leisten. Von Vorschlägen mit Verbesserungspotenzial profitieren nicht nur eine positive und kreative Unternehmenskultur, sondern auch die Geschäftspartner. Denn verbesserte Produktivität und Qualität bewirken Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit gleichermaßen. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der LfA sind exzellente Fachleute, die aus ihrem Wissen und aus der täglichen Praxis dazu beitragen können, dass die LfA noch besser wird. Das Ergebnis einer Mitarbeiterbefragung bekräftigte: Fast 86 Prozent der Mitarbeiter sind bereit, aktiv an

einer Verbesserung mitzuwirken. Erfolgreich kann dieses Prinzip aber nur sein, wenn ein Unternehmen offen, wertschätzend und zukunftsgerichtet an die eingereichten Vorschläge herangeht und dabei Umsetzungsstärke zeigt. Darauf aufbauend, wurde das Konzept Ideenmanagement in der LfA noch einmal neu überdacht. Seit dem Relaunch zum 15. Oktober 2018 wurden bereits 46 Vorschläge eingereicht, von denen 20 Prozent wertvolle Impulse geliefert haben beziehungsweise umgesetzt werden. Dieses erfreuliche Ergebnis zeigt, dass die Belegschaft über die alltäglichen Aufgaben hinaus motiviert ist, sich für das Unternehmen einzusetzen – und das auch tut.

Fotos: Stocksy/Catherine MacBride; Conny Mirbach (2)

Erika Hammel

Abteilung:
Beratung

Position:
Spezialistin in
der „Task Force“

Seit 1992 bei der LfA



„Die Welt ist zu groß, um sich für einen Lieblingsplatz zu entscheiden“

Ich bin in Veszprém, einer der ältesten Städte Ungarns, zur Schule gegangen. Ein schöner Ort, nicht nur wegen der Nähe zum Plattensee. Nach meinem Studium an der Wirtschaftsuniversität von Budapest zog ich nach München. In der neuen Heimat ließen sich dank meiner Stelle bei der LfA Familie und Beruf immer gut vereinen. Anfangs noch in der Kreditabteilung tätig, wechselte ich später in die „Task Force“: ein Teil der Beratung, in dem wir problematische Unternehmensfälle betreuen. Unser Team bietet umfassende Hilfe für Unternehmen, die in schwierigen Situationen Beratung suchen. Wir analysieren eingereichte Jahresabschlüsse und geben Empfehlungen zu Finanzierungen ab. Zudem vermitteln wir zwischen Banken und Kunden und empfehlen dabei nicht nur eigene Förderprodukte, sondern informieren auch über sonstige Förderhilfen, die in Bayern angeboten werden. Durch meinen Beruf lerne ich interessante Unternehmen kennen, die mir Einblick in andere Arbeitswelten ermöglichen. Das gefällt mir. Die LfA unterstützt unter anderem eine Initiative des Bayerischen Wirtschaftsministeriums und des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbands DEHOGA. Dafür besuchten wir Hotelbetriebe in ganz Bayern, um öffentliche Finanzierungsmöglichkeiten vorzustellen. Zum Teil auch in Regionen, die abgelegen, aber unglaublich schön sind. Es gibt hier so viel zu entdecken!

WIR SIND DIE LfA

Alfred Wagner

Abteilung:
Förderkredite

Position:
Abteilungsleiter

Seit 2000 bei der LfA



„Wer bereit dazu ist, hat in der LfA viele Möglichkeiten, sich weiterzuentwickeln“

Mit rund 300 Mitarbeitern bietet die LfA ein angenehmes Arbeitsklima. Die Kollegen kennen sich untereinander, und wer möchte, kann das Unternehmen aus unterschiedlichen Perspektiven kennenlernen. Angefangen habe ich im Beteiligungsgeschäft, danach war ich unter anderem im Vorstandsbüro und im Bereich Außenwirtschaft tätig. Seit Juli 2018 leite ich die Abteilung Förderkredite. Hier werden im Jahr circa 6.000 Kredite bearbeitet. Vier Fachbereiche sind dafür zuständig: Zwei meiner Teams bearbeiten Neuanträge, ein weiteres befasst sich mit Bestandsthemen wie Stundungen und eine andere Fachgruppe ist für Risikoanalysen zuständig. Mein Job ist es, zusammen mit den Teamleitern und den Mitarbeitern den täglichen Ablauf sicherzustellen sowie die Weiterentwicklungen – vor allem unserer Prozesse – voranzutreiben. Ich bin viel in der Abteilung unterwegs und spreche mit den Kollegen darüber, wie Arbeitsvorgänge verbessert werden können. Ich vertrete die LfA aber auch als Ansprechpartner nach außen und bin das Bindeglied zwischen der LfA und den Partnerbanken. Ich mag es, Dinge zu bewegen und aktiv zu sein, auch in meiner Freizeit. Jeden Morgen, egal, bei welchem Wetter, radle ich eine halbe Stunde von Moosach über den Olympiapark und quer durch die Stadt bis in die Königinstraße. An freien Tagen genieße ich mit meiner Familie die Natur und die Berge im Münchner Umland. Bayern bietet da wirklich eine breite Palette.



WIR FÖRDERN BED AND BREAKFAST

Bayerns Mittelstand ist stark in seiner Vielfalt. Als Förderbank für Bayern unterstützen wir die Wachstumspläne erfahrener Hoteliers genauso wie erfrischende Ideen junger Gastronomen. Gerne beraten wir Sie kostenfrei, wie Sie unsere Fördermöglichkeiten nutzen können. Tel. 0800 - 21 24 24 0

www.lfa.de


LfA FÖRDERBANK BAYERN
Beratung. Finanzierung. Erfolg.