

The background of the entire slide is a photograph of several beer glasses filled with golden beer and topped with thick white foam. The glasses are arranged on a dark wooden surface, and the lighting creates a warm, inviting atmosphere. A semi-transparent dark blue rectangle is overlaid on the center of the image, containing the main text and logos.

DREES &
SOMMER

PROJEKTKONZEPTION „BIERKULTURZENTRUM“

Landkreis Bamberg



Gefördert durch das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten und den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER)

AGENDA

1

Aufgabenstellung

2

2

Projektidee

6

3

Herangehensweise

12

4

Projektkonzeption

17

5

Fazit

72

6

nächste Schritte

74

PROJEKTKONZEPTION

Ersteller und Verantwortlichkeit im Projektteam

Ansprechpartner/Projektteam

**DREES &
SOMMER**



Ranger Design 



**HOLGER
SEIDEL**



**THOMAS
SCHÜTZ**

- Projektorganisation
- Finanzierung
- Betriebskonzept
- Standortevaluierung
- Regionale Erfahrung und Präsenz



**SYLVIA
DINTER**

- Evaluierung und Positionierung
- Beteiligungsworkshops
- Ausarbeitung von Konzepten
- Öffentliche Präsentation



**KURT
RANGER**

- Evaluierung und Positionierung
- Beteiligungsworkshops
- Inhaltliche Konzeption
- Öffentliche Präsentation

AUFGABENSTELLUNG

Projektkonzeption mit dem Arbeitstitel „BierKulturZentrum“



Entwicklung und Ausarbeitung einer Konzeption für ein Zentrum der Bierkultur mit dem Fokus einer internationalen Strahlkraft der Region Bamberg.

Der Landkreis Bamberg hat das Ziel, die über Jahrhunderte gewachsene Tradition zum Genussprodukt Bier zu erhalten und den Fortbestand dieses Kulturgutes wirtschaftlich zu fördern.



*Ein Zentrum für
Austausch/Dialog*

*Dient als Branchen-
netzwerk*

*Erlebnis der
Bierkultur*

*Plattform der
Marktteilnehmer*

AUFGABENSTELLUNG

Warum steht die Region Bamberg für ein „BierKulturZentrum“ im Fokus?



Die Region Bamberg besitzt die weltweit höchste Dichte an Privatbrauereien bezogen auf die Einwohner.

Diese über Jahrhunderte gewachsene Bier- und Braukultur wird über Generationen in familiengeführten Handwerksbrauereien gelebt und vererbt.

Weitere Gründe für die Region sind die idealen Voraussetzungen für die Bierherstellung, da sämtliche Rohstoffe in unmittelbarer Nähe wachsen und in bester Qualität vorhanden sind.

Zahlen und Fakten: Brauerei-Dichte im Vergleich

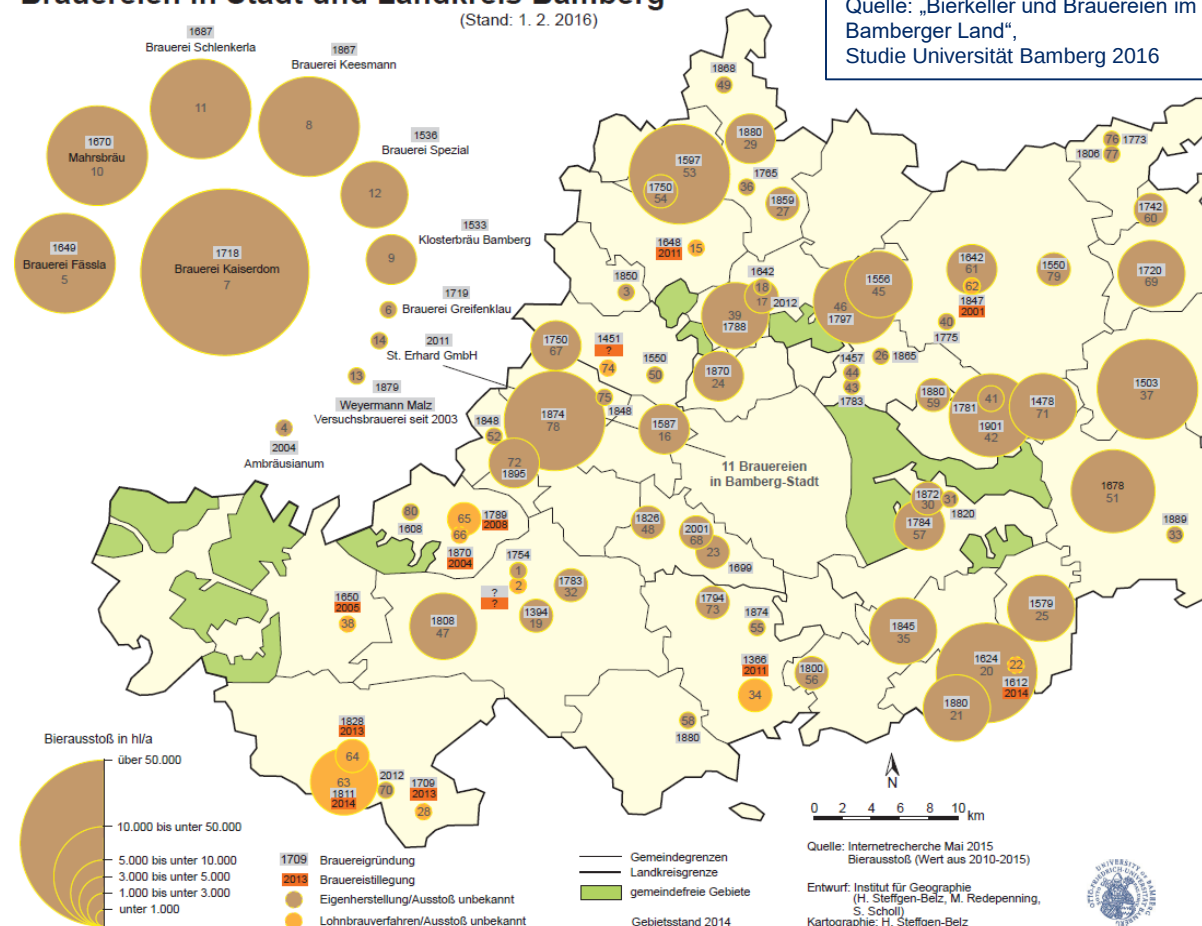
Gebiet	Brauereien*	Einwohner 2015	Einwohner/Brauerei
Landkreis Bamberg	64	145.570	2.275
Stadt Bamberg	11	71.167	6.470
Region Bamberg	75	216.737	2.890
Oberfranken	200	1.056.365	5.282
Bayern	623	12.604.244	20.232
Deutschland	1.388	82.180.000	59.207

* inkl. Brauereien mit Lohnbrauverfahren Quelle: Bierland Oberfranken, eigene Erhebungen 2016

Brauereien in Stadt und Landkreis Bamberg

(Stand: 1. 2. 2016)

Quelle: „Bierkeller und Brauereien im Bamberger Land“, Studie Universität Bamberg 2016



AGENDA

1	Aufgabenstellung	2
2	Projektidee	6
3	Herangehensweise	12
4	Projektkonzeption	17
5	Fazit	72
6	nächste Schritte	74

PROJEKTIDEE - VISION

BierKulturZentrum mit internationaler Strahlkraft

Die Wirtschaftsförderung des Landratsamtes Bamberg hat aufgrund der **höchsten Privatbrauereidichte** in der Region Bamberg ein nachhaltiges und innovatives Projekt ins Lebens gerufen.

Folgende Gesichtspunkte stehen im Vordergrund:

- Erhalt der authentischen Bier- und Brautradition
- Stärkung der Bierkultur in der Region
- Erhalt und Schaffung von Arbeitsplätzen
- eindeutige Abgrenzung zu einschlägigen Museen
- Wissensaustausch und Begegnung
- ‚Erleben‘ der Bierkultur in der Region

Entwicklung und Förderung von Brauinnovation



PROJEKTIDEE - UMBRUCH

BierKulturZentrum mit internationaler Strahlkraft

Die Brauwirtschaft befindet sich im Umbruch. Die Globalisierung und Intensivierung des Wettbewerbs stellen größte Herausforderungen dar.

- Bier soll wieder vielfältiger und "spannender" werden
- Craftbeer-Bewegung schafft neues Bewusstsein für qualitativ hochwertige, regionale Biere
- Vernetzung und Kooperation sind Schlüssel für wirtschaftliche Erfolge
- Regionale Authentizität wird zunehmend wichtiger
- Trends „Slow-Food“, „Bio“, „Gypsy“

Herausforderung: Investitionsstau und Unternehmensnachfolge



PROJEKTIDEE - MEHRWERT

BierKulturZentrum mit internationaler Strahlkraft

Aufzeigen von neuen Trends und Entwicklungen rund um das Thema Bier- und Braukultur

- Zentrale Marketinginstitution und Wissensplattform für die Brauereien und andere Partner
- Entwicklung neuer Technologien z. B. durch eine Versuchsbrauerei, gläsernes Sudhaus
- Standort für wissenschaftliches Arbeiten – universitäre (Forschungs-)Einrichtung
- Regionale Produkte und Kreisläufe fördern
- regionale Spezialitäten erhalten und vermarkten

Chancen für ein BierKulturZentrum



PROJEKTIDEE - POTENZIELLE PARTNER

BierKulturZentrum mit internationaler Strahlkraft

Das Landratsamt Bamberg möchte für die Konzeption sowie die Umsetzung unterschiedliche Partner integrieren:

Alle projektinteressierten Brauereien

Zulieferbetriebe der Braubranche

Bierland Oberfranken e.V.

Handwerkskammer für Oberfranken

Verband Private Brauereien Bayern e.V.

Genussregion Oberfranken e.V.

Bayerischer Brauerbund e.V.

Europäische Metropolregion Nürnberg e.V.

Bamberger Brauereien e.V.

Aus/Weiterbildungseinrichtungen

DBA Deutsche BierAkademie GmbH

Regionale/Überregionale Bier-/Braumuseen

BAMBERG Tourismus & Kongress Service

Universität Bamberg

Regionale Tourismusverbände

Andere Universitäten

Regionalkampagne Region Bamberg

Forschungseinrichtungen

Sonstige interessierte Projektpartner



PROJEKTKONZEPTION BIERKULTURZENTRUM



Gefördert durch das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten und den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER)

AGENDA

1	Aufgabenstellung	2
2	Projektidee	6
3	Herangehensweise	12
4	Projektkonzeption	17
5	Fazit	72
6	nächste Schritte	74

HERANGEHENSWEISE

Ausschreibung einer Projektkonzeption durch das Landratsamt Bamberg



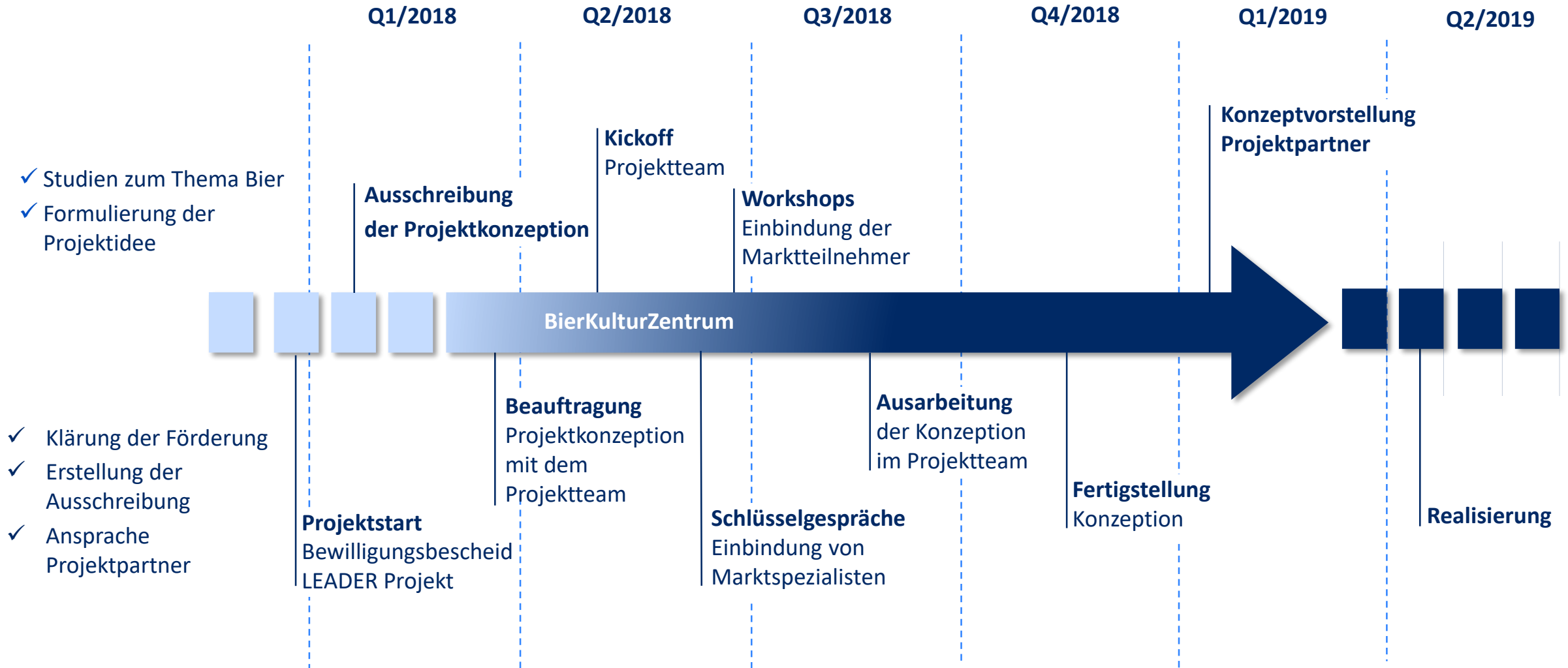
Das Landratsamt Bamberg hat im Januar 2018 eine Konzepterstellung für die Errichtung eines BierKulturZentrums im Bamberger Land ausgeschrieben.

Hierin wurden folgende Leistungen abgefragt:

- Enge Kommunikation und Projektabstimmung mit dem Auftraggeber
- **Grundlagenerhebungen** zu Brauereivielfalt und Bierkultur regional und überregional
- Ermittlung themenbezogener Institutionen und potentieller **Kooperationspartner** regional, überregional, national und international
- Frühzeitige **Einbindung** regionaler, nationaler und internationaler **potentieller Partner** und Institutionen (regionale Unternehmen, Verbände, Universitäten, Forschungsinstitute, Ministerien, Tourismusverbände,) u.a. durch **Workshops**
- Konkretisierung der **inhaltlichen und thematischen Ausrichtung** des BierKulturZentrums
- Finanzierungsgrundlagen inkl. eines groben **Finanzplanes**, Abfrage potentieller Projektpartnern zur grundsätzlichen finanziellen Beteiligung
- Erstellung eines **Zeitplans** mit konkreten Planungsschritten, Planungsinhalten und Aufzeigen der Folgeprojekte
- Entwicklung erster **Ideen zu Kooperationsprojekten** mit unterschiedlichen regionalen, überregionalen und nationalen (internationalen) Akteuren/Partnern
- Erstellung eines **Abschlussberichts** mit öffentlicher Präsentation

PROJEKTKONZEPTION

Grober Zeitstrahl



BETEILIGUNGSWORKSHOPS AM 19.06. & 20.06.2018

Im Zuge des Leader-Projektes „Internationales BierKulturZentrum“ wurde ein Beteiligungsworkshop ins Leben gerufen, welcher über das Projekt „Internationales BierKulturZentrum“ informierte, die Branchenexperten eingebunden – und sie zum Mitmachen angeregt hat.

Im Zuge dieses Workshops konnte das Projektteam mit den Teilnehmern in Dialog treten, Ideen austauschen und sich allgemeines Feedback seitens der regionalen Partner einholen.

Im Rahmen dessen wurde das Thema „Internationales BierKulturZentrum“ im Kontext fünf Themenbereiche diskutiert:

- Geschichte und Tradition der Region Oberfranken/Bierkultur
- Naturprodukt Bier und Biersorten/Brauprozess
- Gastronomie und Verkostung/Shop
- Forum Begegnung/Weiterbildung/Zukunft
- Tourismus



BETEILIGUNGSWORKSHOPS AM 19.06. & 20.06.2018

Ergebnisse & Erkenntnisse

Geschichte und Tradition der Region Oberfranken/Bierkultur

- Geschichte der Brauereientstehung
- Geschichte der Brauereifamilien
- Entstehungsgeschichte der „Craft-Beer-Bewegung“
- Darstellung Zertifizierungsverfahren „geprüfte Qualität Bayern“

Naturprodukt Bier/Biersorten/Brauprozess

- Reinheitsgebot – Was ist das in Wirklichkeit?
- Mälzen neu darstellen – Regionale Mälzereien
- Qualitätskriterien aufzeigen – „Solidarische Landwirtschaft“
- Einfluss Bamberger Biere und Brauer auf die internationale Szene

Gastronomie/Verkostung/Shop

- Brauerei – Versuchsbrauerei vs. Mitmachbrauerei; zielgruppenabhängig
- Gastronomiebereich für Gruppen – Brauereigaststätte vs. kleines Bistro
- Anpassung des gastronomischen Angebotes an die noch genauer zu definierende Zielgruppe
- Produkte der Genussregion

Forum Begegnung/Weiterbildung/Zukunft

- Begegnungsmöglichkeit/Forum für Brauer & Fachpublikum
- Wissenschaftliches Forum mit anwendungsorientierter Ausrichtung durch Hochschulen
- Ausgewählte Seminare und Weiterbildungen für die Region
- Plattform für Arbeitsvermittlung & Unternehmensnachfolge

Tourismus

- Vorhandenen Biertourismus ausbauen – mehr internationales Publikum
- Anlaufstelle/strategischer Überbau für Angebote und Informationen zum Thema Bier
- Neue thematische und/oder produktspezifische Veranstaltungen (z. B. Bierfestivals)

AGENDA

1	Aufgabenstellung	2
2	Projektidee	6
3	Herangehensweise	12
4	Projektkonzeption	17
	4.1 Themeninhalte	
	4.2 Flächenprogramm	
	4.3 Potentiale	
	4.4 Positionierung & Zielgruppen	
	4.5 Businessmodell	
	4.6 Strahlkraft	
	4.7 Standort	
5	Fazit	72
6	nächste Schritte	74

AGENDA

1	Aufgabenstellung	2
2	Projektidee	6
3	Herangehensweise	12
4	Projektkonzeption	17
	4.1 Themeninhalte	
	4.2 Flächenprogramm	
	4.3 Potentiale	
	4.4 Positionierung & Zielgruppen	
	4.5 Businessmodell	
	4.6 Strahlkraft	
	4.7 Standort	
5	Fazit	72
6	nächste Schritte	74

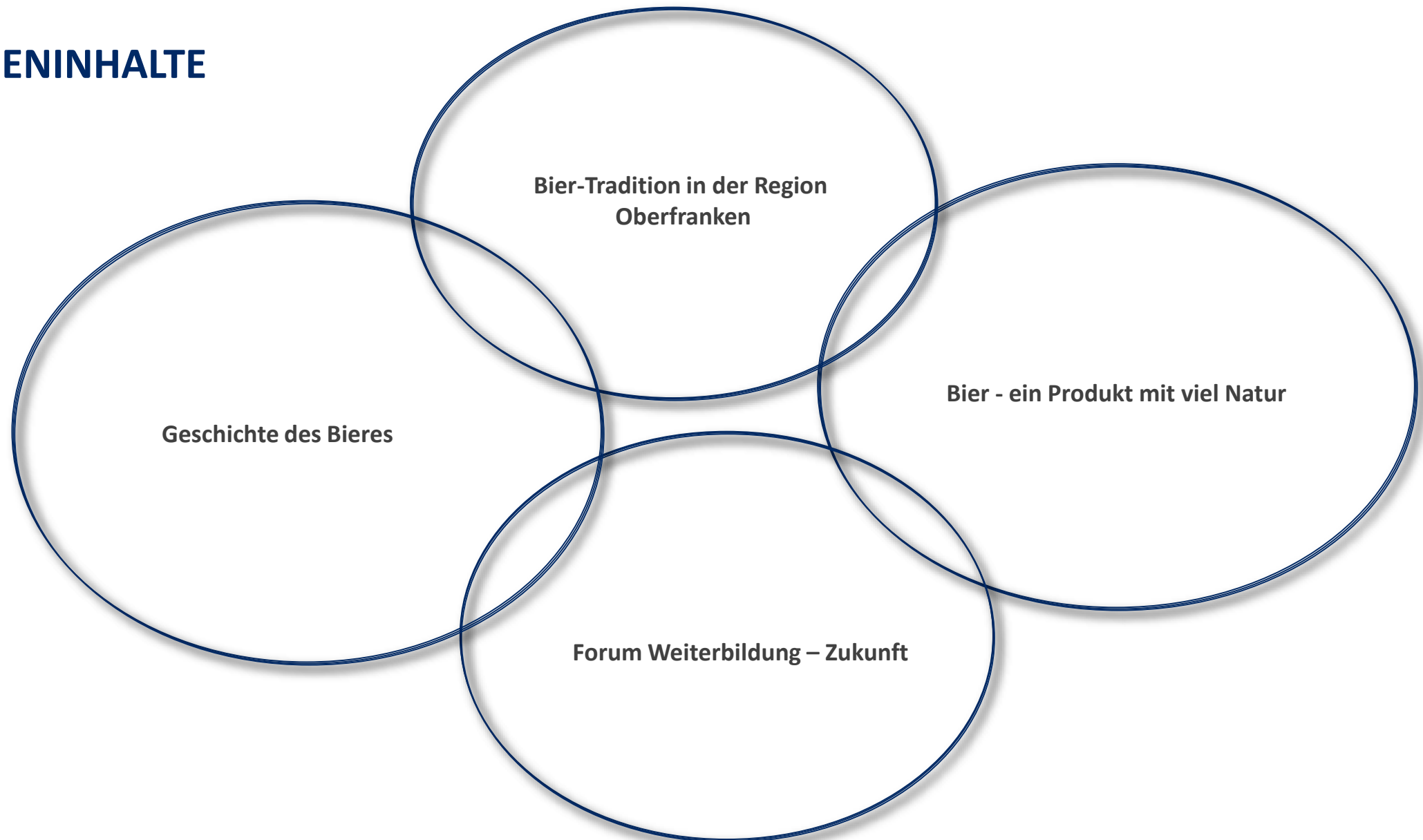
Im Foyer – das Tor in die Genussregion Oberfranken

- Ausstellungsmöglichkeiten
- Flyer/Auslagen



**DREES &
SOMMER**

THEMENINHALTE



THEMENINHALTE

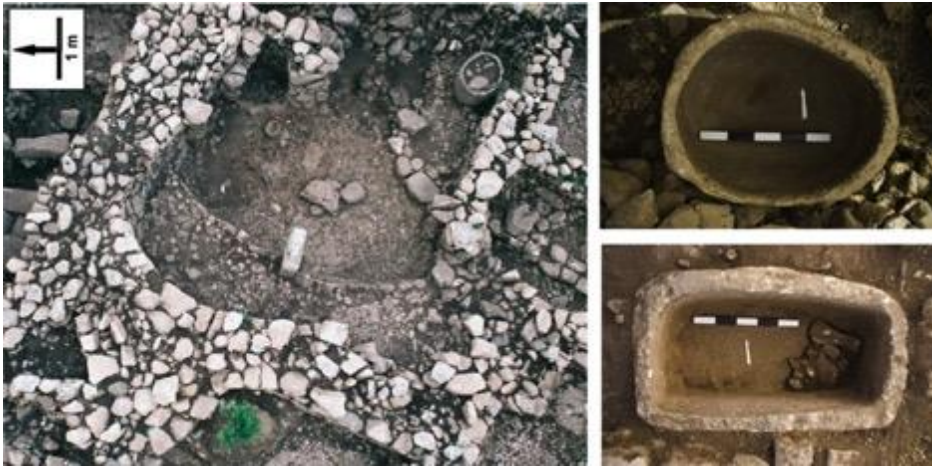
Geschichte des Bieres

THEMENINHALTE

Der Mensch wird sesshaft mit der Erfindung des Bieres

Die Geschichte des Bieres muss neu geschrieben werden. Sie beginnt viel früher als bisher bekannt. Nach neuesten Forschungsergebnissen hängt die Sesshaftwerdung des Menschen eng mit der Erfindung des Bieres zusammen.

Auf einer kurzen grafischen Zeitachse wird die weitere Geschichte des Bieres über Altbabylonien, die Ägypter, die Griechen, die Römer, über die Spätantike bis ins Mittelalter gezeigt.



THEMENINHALTE

Erste Bierspuren im Stammesherzogtum Franken

Die erste Erwähnung von in Bamberg gebrautem Bier weist in das Jahr 1093.



Abbildung: Spätmittelalter am Oberrhein, Badisches Landesmuseum



Abbildung: Bier – Geschichte und Genuss, Markus Raupach

es tres urnae cerevisiae

54

CODEX PROBATIONUM.

LII.

Traditio prædii ad capitulum cathedrale, d. d. 6. Maii 1093.

Schubert Beyl. 13. p. 117.

Notum sit omnibus Christi fidelibus tam futuris quam praesentibus, qualiter VDALRICUS Babenbergensis ecclesiae canonicus ob remedium animae suae et parentum suorum tradidit praedium suum Frauckendorff cum omni utilitate, quae inde posset provenire, ad altare S. Georgii fratribus in oblationem per manum sponsoris, id est, formundi sui OTTONIS de Alecbbach, quem iudicio coram HENRICO IV. Romanorum imperatore obtinuit et advocatum suscepit. Quod canonici statim iure legali cum nuntio advocati sui, scilicet WOLFFRAMMI comitis et ADELOLDI WALPOTONIS potestati suae sine omni contradictione vendicaverunt, et charitatem sibi inde faciendam, quamdiu viveret, constituerunt. Ipse vero post obitum suum quid inde fieret, cum consilio subscriptorum fratrum sic constituit. Debetur igitur fratribus servitium in anniversario suo, scilicet in natalitiis Apostolorum, pauperibus vero tres modii filiginis panis et perna sive bos, **es tres urnae cerevisiae**, et lumen de fevo per singulas noctes coram Reliquiis, quae sunt in sacratio. Debentur etiam inde in anniversario suo fratribus de S. Maria V. solidi, de S. Stephano V. solidi, de S. Iacobo V. solidi.

Hanc traditionem ego RUTPERTUS S. Bamb. ecclesiae episcopus, ut inconvulsa permaneat, banno confirmavi et sigillo Patroni nostri S. Georgii iussi insigniri, testesque subscriptos adhibui. KAZELINUS praepositus, EBERHARDUS decanus, Heinricus custos, Diepertus, Arnoldus, Linzo, Adelbero, Poppo, Eberhard, Bruno, insuper maiores et minores canonici: milites vero WOLFRAMUS advocatus, HERIMANNUS comes, ADALBERTUS comes, ADELOLDUS, Walpold, Ulo, Bruno, Udalricus: ministeriales autem Arnoldus, Regenhardus, Regit, Ratelous, Wirnt, Arnoldus, Timo, Adelbertus, Timo, Godefridus, Gotebaldus, Mazelinus. Facta est autem haec traditio anno dominicae incarnationis millesimo nonagesimo tertio, II. nonas Maii. Actum Babenberg feliciter amen.

Bier-Tradition in der Region Oberfranken

THEMENINHALTE

Warum gibt es heute noch diese gewachsene Biertradition in Oberfranken?

Der Raum Geschichte und Tradition gibt Antworten auf diese Frage.

Brauerinnen und Brauer, Experten und Biergenießer aus verschiedenen Generationen kommen zu Wort.

Regionalbrauer behaupten sich mit ihren Bieren gegen die Massenprodukte des Weltmarkts – damals wie heute.



Fränkisches Brauereimuseum Bamberg



Fränkisches Brauereimuseum Bamberg



Fränkisches Brauereimuseum Bamberg



Abbildung: www.hdbg.de

THEMENINHALTE

Bierbrauen und Bierkultur in der Region heute

In Interviews erklären Brauerinnen und Brauer „live“, wie sie aus der Tradition heraus auch für neue Ideen und Impulse aufgeschlossen sind und neue Bierstile kreieren.



Abbildung: www.focus.de



THEMENINHALTE

Tradition, Moderne und Zukunft

Ausgewählte Objekte zu den Brauereien, wie alte Wirtshausschilder, Urkunden, Gemälde, Zeichnungen aus dem Mittelalter, Rezepturen, aber auch zeitgenössische Craft-Biere, T-Shirts, Anzeigen, Berichte über internationale Beteiligungen an Biermessen werden gezeigt.

Auch international arbeitende Mälzereien und Anlagenbauer werden ausgestellt und ihre modernen Produktionsmethoden und weltweiten Exporte dokumentiert.



Foto: Kaspar Schulz



Foto: Kaspar Schulz



THEMENINHALTE

173 Brauer – 1.000 Biere

In diesem Raum werden alle Brauereien der Region Oberfranken mit allen Biersorten, in Flaschen abgefüllt, vorgestellt.

Ein Schema erklärt die Biersorten. Der Farbenkreis der Bierfarben bildet den raumbildenden Hintergrund.

- Weißbier
- Weizenbock
- Helles/Lager
- Export
- Pils
- Dunkel-/Schwarzbier
- Zwickl/Kellerbier
- Märzen
- Bockbier hell
- Bockbier dunkel
- Festbier
- Rauchbier
- ...



THEMENINHALTE

**Bier – ein Produkt
mit viel Natur**

THEMENINHALTE

Was ist reines Bier?

Was ist drin und dran am Naturprodukt Bier? Seit 1516 schreibt das Bayerische Reinheitsgebot vor, dass zur Herstellung von Bier nur Malz, Hopfen und eben Wasser verwendet werden darf.

In Bamberg kann man sogar bereits seit 1489 auf ein eigenes Bamberger Reinheitsgebot verweisen.

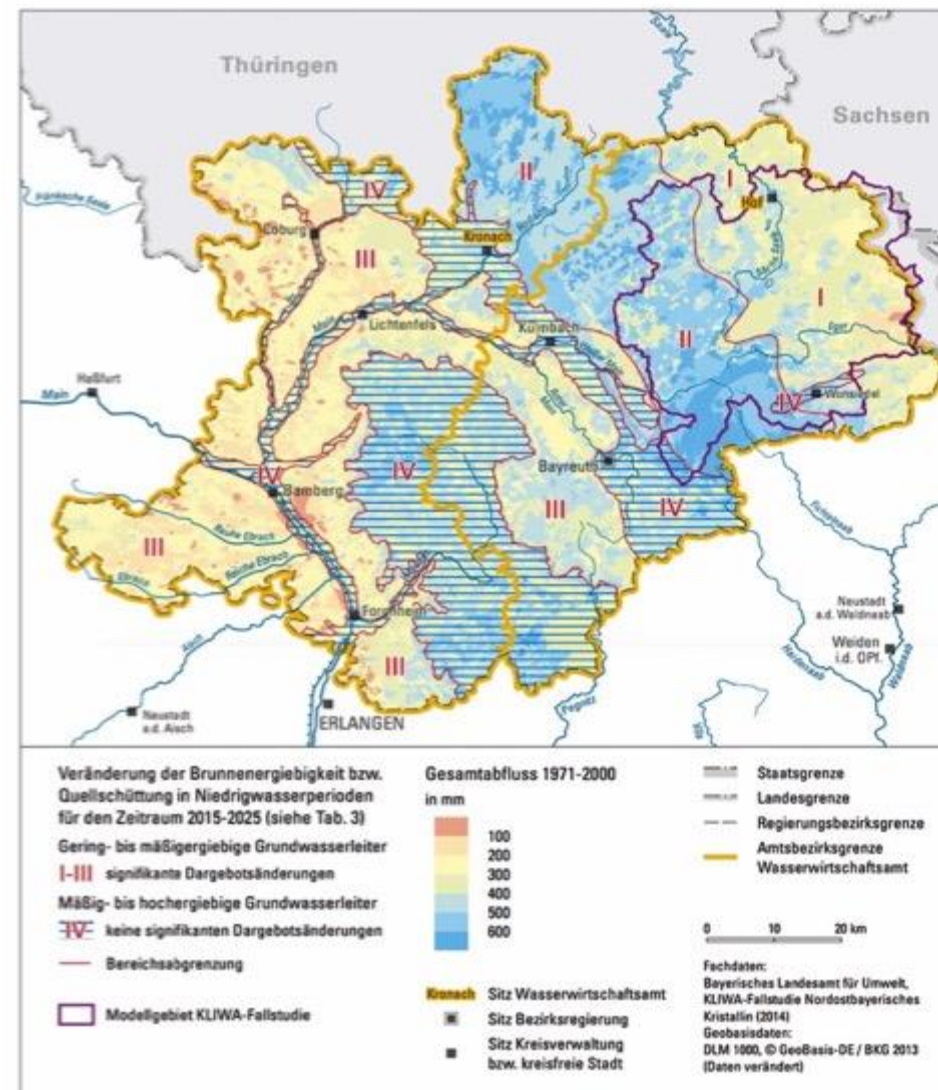


Abbildung: www.regierung.oberfranken.bayern.de

THEMENINHALTE

Getreidesorten und Malze

In diesem Raum werden die verschiedenen Getreidearten vorgestellt, die beim Bierbrauen in der Region Oberfranken zum Einsatz kommen.

Dazu werden die regionalen Anbauggebiete dargestellt.

Ebenso Fotos von Getreidearten und dauerhaft präparierte Getreidekörner. Getreidekörner zum Anfassen, Riechen und Schmecken werden angeboten.



THEMENINHALTE

Getreidesorten und Malze

Die Präsentation zeigt auch, wie aus Getreide Malz wird, die Vielfalt über 80 unterschiedlicher Malze und deren Verwendung für unterschiedliche Biersorten.

Es steckt auch in Broten, Müslis, Sportriegeln, Pralinen und im Whiskey.



Abbildung: Biermuseum Brügge, Belgien

THEMENINHALTE

Hopfensorten

Hier wird die Vielfalt der über 270 Hopfensorten präsentiert. Die regionalen Anbauggebiete werden ausgestellt und das Qualitätsmerkmal des oberfränkisch-regionalen Produktes Bier gestärkt. Was unterscheidet die verschiedenen Sorten und welche werden in Oberfranken bevorzugt?

Die Landwirtschaft rund um das Thema Bier wird dokumentiert.



THEMENINHALTE

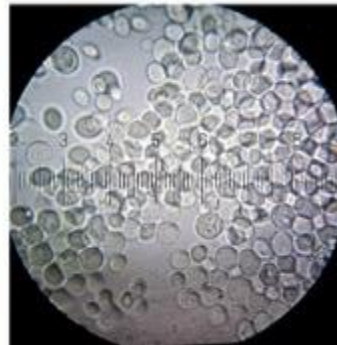
Bierhefen

Mittelalterliche Reinheitsgebote aus deutschen Landen beinhalten als erlaubte Zutaten nur Getreidemalz, Hopfen und Wasser.

Hefe war damals noch nicht bekannt. Heute werden ca. 200 Hefestämme für das Bierbrauen genutzt.

Viele Brauer haben ihre eigenen Hefestämme oder teilen diese miteinander. Hefen sind einzellige Pilze, nach der lateinischen Bezeichnung „cerevisiae“.

Man unterscheidet „obergärige“ und „untergärige“ Hefen.



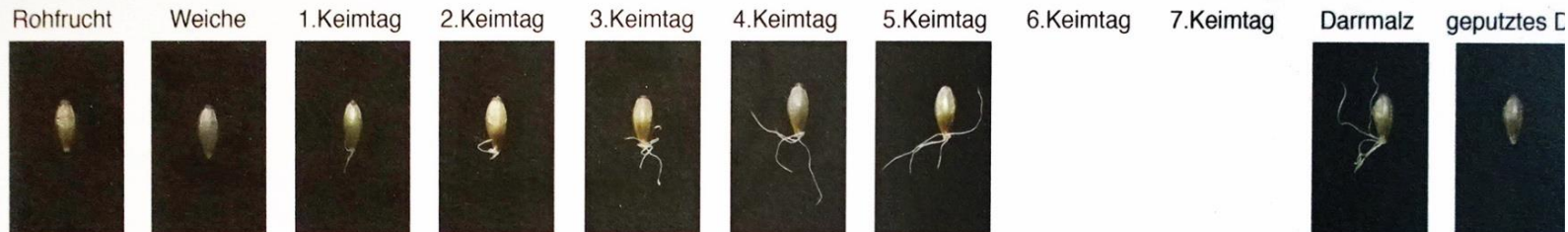
THEMENINHALTE

Versuchsbrauanlage

Wie wird Bier gebraut?

Die Versuchsbrauanlage oder Bierbrau-Demonstrationsanlage, in welcher Größe auch immer, befindet sich in einem geschlossenen Raum und kann von den Besuchern durch eine Glaswand betrachtet werden.

In einem Kino wird gezeigt wie Bier entsteht und was im Innern einer Brauanlage während des natürlichen Brauprozesses geschieht.



Keimprozeß von Gerste



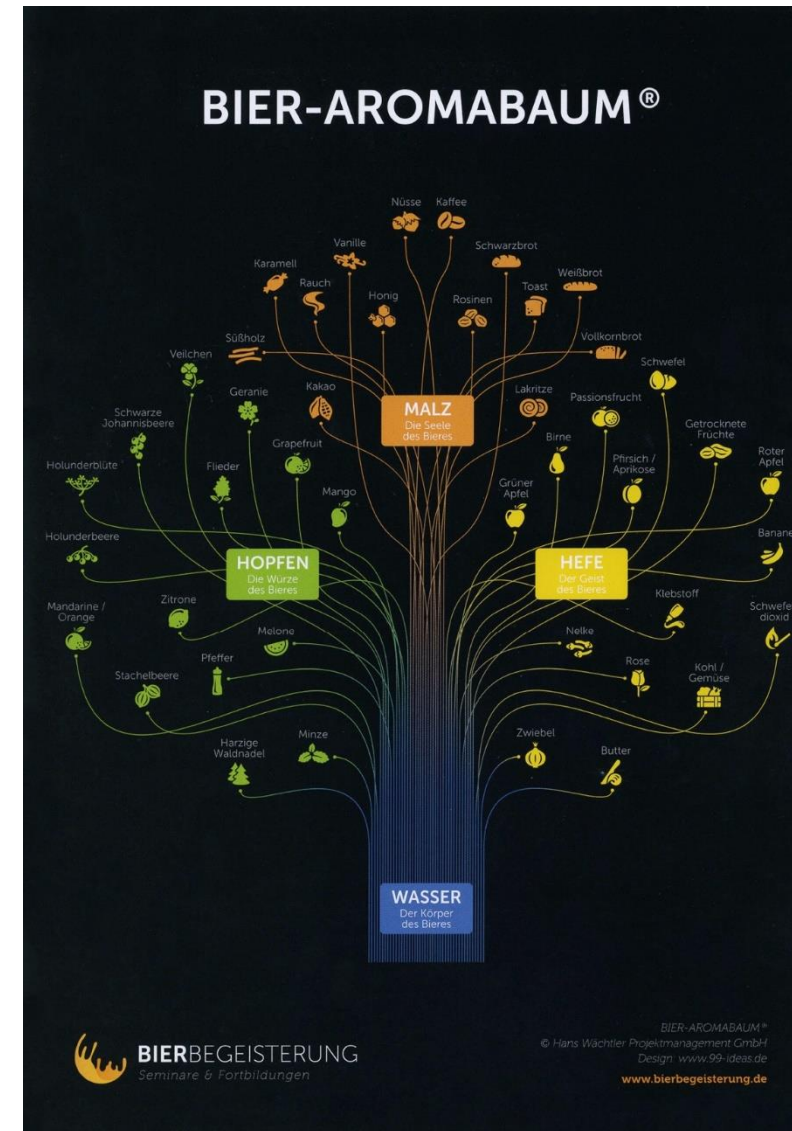
THEMENINHALTE

Raum der Bieraromen

In diesem Raum werden die Geschmacksrichtungen der oberfränkischen Biere visualisiert.

Der Baum der Bieraromen dient als Orientierung in der Vielfalt der Welt der oberfränkischen Biere.

Großformatig hinterleuchtete Farben der Biere bilden den großzügigen Raumeindruck.



THEMENINHALTE

Alkohol oder alkoholfrei?

Alkohol ist ein Geschmacksträger.

Aber auch alkoholfreie Biere schmecken immer besser und sind teilweise von alkoholischen Bieren kaum zu unterscheiden.

In diesem Raum wird auch die Wirkung von Bier auf den menschlichen Organismus gezeigt. Alkoholfreie Biere werden auch von Sportlern als isotonische Getränke geschätzt.



Abbildung: www.dr-christopoulos.de



Abbildung: www.augsburger-allgemeine.de

THEMENINHALTE

Ein Blick in die nationale und internationale Welt der Biere

Hier kann der Blick über Oberfranken hinaus gehen.

In einer Weltkarte der Bierarten, die von Bamberg über Belgien nach England, die USA bis nach Asien reicht, werden grundsätzliche Kategorien von Bieren gezeigt.

Der Austausch von Wissen zwischen regionalen und internationalen Brauern wird präsentiert.

Die Schau zeigt auch, welche Mengen Bier weltweit produziert und konsumiert werden.

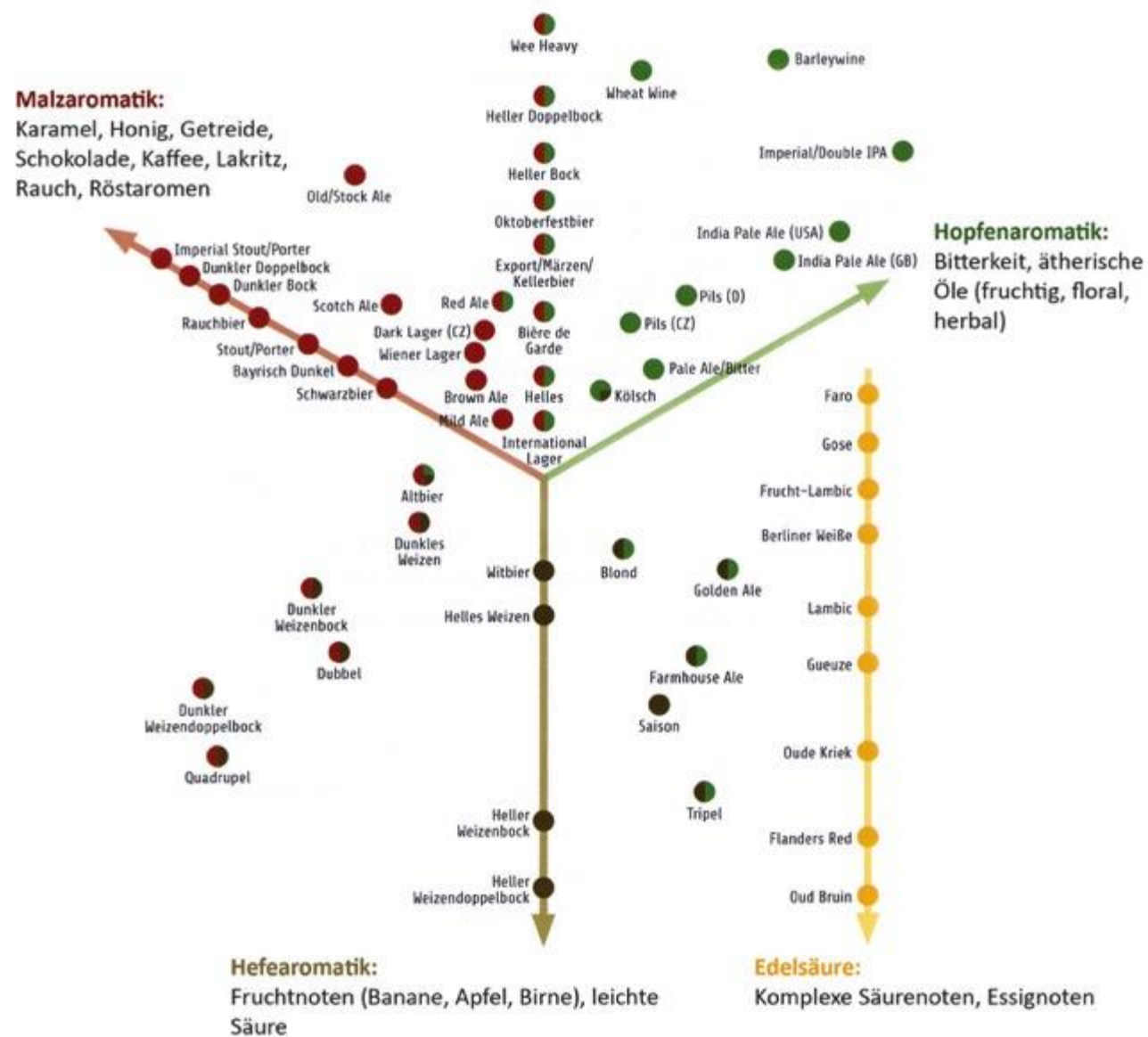


Abbildung: Bier – Geschichte und Genuss, Markus Raupach

THEMENINHALTE

Songs übers Biertrinken

Gewürzt wird das Ganze durch literarische und Songtexte übers Biertrinken, vom Volkslied über Schlager bis Rock.

Paul Kuhn „Der Mann am Klavier“

ZZ Top „Beer Drinkers & Hell Raisers“

Bläck Fööss „Drink doch ene met“

Paul Kuhn „Es gibt kein Bier auf Hawai“

Tom Waits „Warm Beer, cold woman“

Die Toten Hosen „Das Altbier-Lied“

John Lee Hocker „One Bourbon, One Scotch, One Beer“

Frank Zappa „Titties and Beer“

THEMENINHALTE

Raum des Verkostens

Dieser Raum steht am Ende des Rundgangs, kann aber auch direkt vom Foyer aus besucht werden.

Es geht um Sensorik: Sehen, Riechen, Schmecken, Trinken.

In diesem Raum werden am Ende des Rundgangs in hochwertiger Atmosphäre kleinste Mengen Bier aus der Region ausgeschenkt und verkostet.

Auch alkoholfreie Biere sind in der Zapfanlage verfügbar.



THEMENINHALTE

Bier-Tourismus-Information

Mit der Tourismus-Information wird ein wichtiger Ankerpunkt für den Tourismus in der Region entstehen.

Tipps für Bierwanderungen und Brauereiführungen, Gaststätten- und Hotelempfehlungen und vieles mehr wird dieser Infopunkt geben.

Er wird auch Anlaufstelle und Startpunkt für Ausflüge in die Region sein.



THEMENINHALTE

Bier-Shop

In einem Shop werden neben Bieren auch andere Produkte wie Bierfan-Artikel, Kultiges und Literatur zum Thema Bier verkauft.



THEMENINHALTE

Weitere Shops und Showrooms

Denkbar ist auch, dass in mehreren Shops Wurst- und Brotwaren und andere Produkte aus der Genussregion Oberfranken verkauft werden.

Auch Zulieferer wie Glashersteller, Mälzereien oder Hersteller von Brauanlagen könnten hier Ausstellungsflächen mieten.



THEMENINHALTE

Gastronomie

Diese ist an den Thekenbereich angedockt. Im Thekenbereich können kleine Speisen zum Biergenuss verabreicht werden.

Die Gastronomie selbst bietet gutbürgerliche fränkisch-internationale Küche rund um das Thema Bier an:

Gerichte, die mit Bier verfeinert werden, bilden einen Schwerpunkt der Speisekarte.



Abbildung: www.brlo-brwhouse.de

THEMENINHALTE

Biergarten

Ein Biergarten oder eine Bierterrasse in einem zu öffnenden Glashauss bietet nicht nur im Hochsommer den Genuss des Biertrinkens im Freien.



Abbildung: www.biergartenguide.com



THEMENINHALTE

Braugarten

Im Außenbereich werden in einem Braugarten saisonal Getreide- und Hopfensorten angebaut und beschrieben.



Abbildung: www.ab-inbev.com

THEMENINHALTE

Forum Weiterbildung – Zukunft

THEMENINHALTE

Forum Weiterbildung – Zukunft

Dieses Forum soll ein Raum für Fortbildungen, für Begegnungen mit Kollegen, für Fachvorträge zur Marktentwicklung, Zukunft und Betriebsnachfolge sein.

Auch wissenschaftliche Vorträge zu den Themen Brauen, Zapfanlagen und vieles mehr werden angeboten.



Abbildung: www.dagusta.de

THEMENINHALTE

Eventbereich

Ein robuster, flexibel aufzuteilender großräumiger Bereich kann für Messen, Sonderausstellungen, Präsentationen und Veranstaltungen verschiedenster Art genutzt werden.



THEMENINHALTE

Bespielung mit Eventprogramm

Das BierKulturZentrum braucht ein ganzjährig durchgetaktetes Programm. Seminare und Kurse für Laien und Bierkenner aber auch Vorträge über Randbereiche bis hin zur Bierkultur, Kleinkunst, Konzerte und Comedy sind möglich.

BIERSEMINAR
EINE REISE DURCH DIE WELT DER AROMEN
★ TERMINE 2018 ★

SA. 12.05.	SA. 13.10.
SA. 16.06.	SA. 27.10.
SA. 30.06.	SA. 10.11.
SA. 14.07.	SA. 17.11.
SA. 11.08.	SA. 08.12.
SA. 22.09.	SA. 15.12.

BEGINN: 14:30 ENDE: 18:30 UHR
TEILNAHMEGEBÜHR: 69,-/PERSON

MAISEL'S BIER-ERLEBNIS-WELT
BRAUEREISTATT MUSEUM GASTRONOMIE

- ★ FÜHRUNG DURCH MAISEL'S BIER-ERLEBNIS-WELT
- ★ EINFÜHRUNG IN DIE BIERGESCHICHTE, DEN BRAUPROZESS UND DIE ROHSTOFFE DES BIERES
- ★ VERKOSTUNG MIT MAISEL & FRIENDS BIER-SOMMELIER
- ★ SPANNENDES HINTERGRUNDWISSEN ZUM THEMA BIER
- ★ BIER-DIPLOM PRÜFUNG
- ★ FOODPAIRING

INFOS UND ANMELDUNG UNTER: 09231/401-234 | WWW.BIERERLEBNISWELT.DE
MAISEL'S BIER-ERLEBNIS-WELT | ANDREAS-MAISEL-WEG 1 | 95445 BAYREUTH

Beginn: 10:00 Uhr
Maisel's Bier-Shop

BIER SHOP

MAISEL'S BIER-ERLEBNIS-WELT

Sebastian 23

Hinfallen ist wie anlehnen, nur später



Do. 28.03.2019
Liebesbier (Brausaal)
in Maisel's Bier-Erlebnis-Welt
Einlass: 19:00 | Beginn: 20:00 | 15,- € zzgl. VVK-Gebühr
Tickets: www.okticket.de oder Maisel's Bier-Shop
www.biererlebniswelt.de | www.liebesbier.de

50

SD Group

Ranger Design



DREES & SOMMER

THEMENINHALTE

Hotel mit regionalem Bezug

Ein Themenhotel für Übernachtungen bei Konferenzen, Schulungen, Bier-Tastings oder Sommelier-Veranstaltungen wird, vorbehaltlich einer Hotel-Tiefenprüfung des Standorts, als sinnvoll erachtet.

Das Hotel könnte durch Tagungen, Betriebsausflüge und andere Events, bei denen das Bier einen unterhaltenden Rahmen bildet, ohne Schwerpunkt zu sein, ausgelastet werden.

Denkbar: eintägige Übernachtung für durchreisende Touristen, interessierte Bierliebhaber.

Nutzung durch Zulieferer für örtliche Events oder zur Unterbringung ihrer internationalen Gäste.

Keine Dringlichkeit eines Bier-Themen-Hotels: Hotel kann in seiner Struktur auch als „Systemhotel“ (Hotel Garni/Budgethotel) aufgestellt sein.

Es ist denkbar, dass auch die Hotelzimmer die jeweilige Geschichte der Brauerei erzählen. So könnte es z. B. das Drei-Kronen-Zimmer geben oder das Sandkerwa-Zimmer.



Erstes Craft-Beer Hotel Dog House Schottland

THEMENINHALTE

Archiv/Depot

Ein Archiv und eine Datenbank können das BierKulturZentrum ergänzen, um die Geschichte des Bierbrauens und Dokumente zu erhalten.

Als Anlaufstelle für Brauer zur langfristigen fachgerechten Aufbewahrung von Dokumenten und anderen Exponaten.

Ebenfalls sollte eine Lagerfläche für Wechselausstellungen berücksichtigt werden.



Abbildung: www.dasp.at

AGENDA

1	Aufgabenstellung	2
2	Projektidee	6
3	Herangehensweise	12
4	Projektkonzeption	17
	4.1 Themeninhalte	
	4.2 Flächenprogramm	
	4.3 Potentiale	
	4.4 Positionierung & Zielgruppen	
	4.5 Businessmodell	
	4.6 Strahlkraft	
	4.7 Standort	
5	Fazit	72
6	nächste Schritte	74

FLÄCHENPROGRAMM

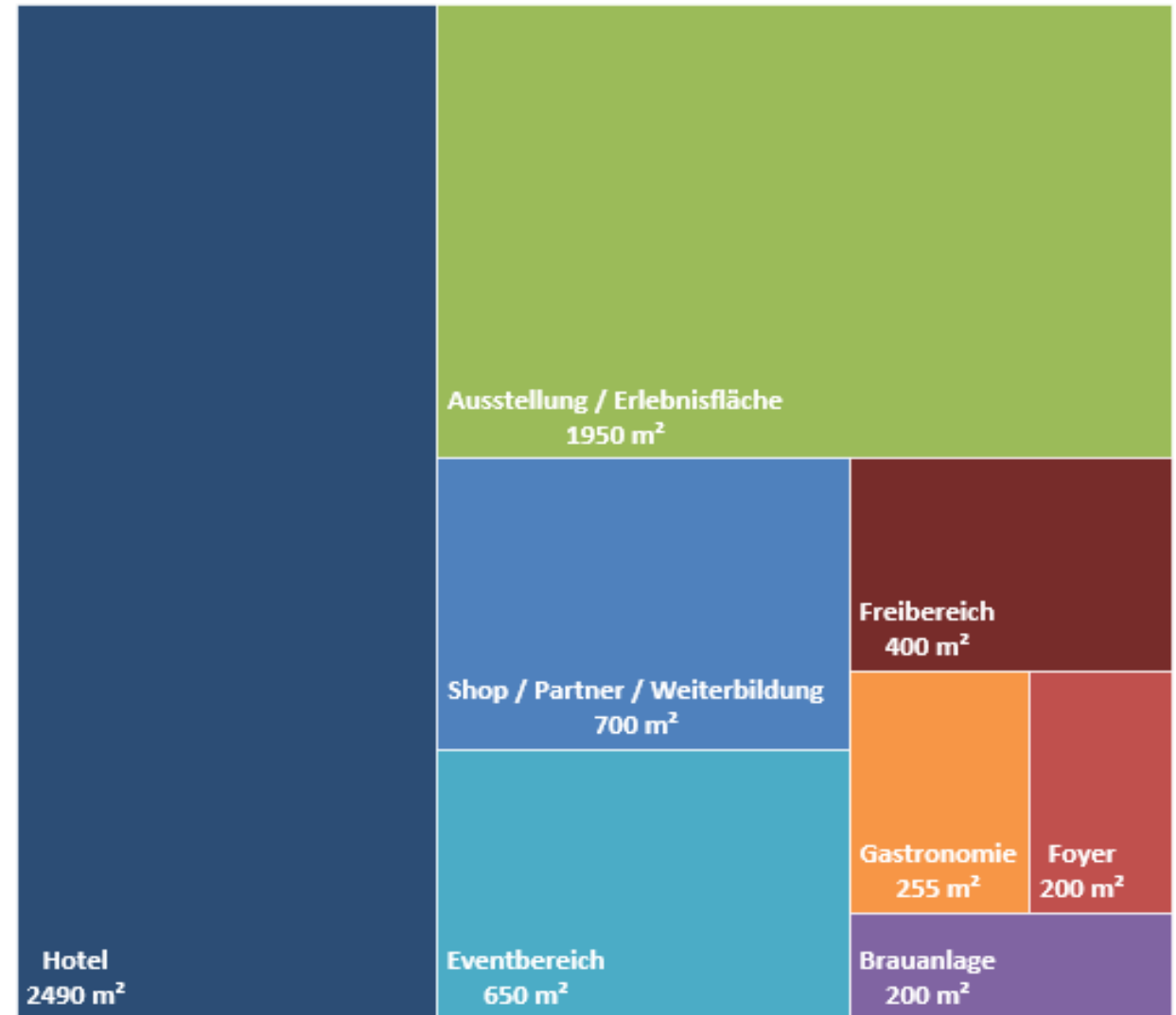
Gesamtübersicht (gemittelter Flächenansatz)

Aus diversen Grundlagenrecherchen, Fachgesprächen mit Schlüsselpersonen sowie eines zweitägigen Workshops mit geladenen Branchenexperten und regional aktiven Brauern haben sich die **8 verschiedenen Nutzungsschwerpunkte** eines BierKulturZentrums klar herausgestellt.

Hieraus wurden erste Überlegungen zu Flächendimensionen und deren Abhängigkeiten erarbeitet, um eine Gesamteinschätzung des Vorhabens fassen zu können.

Folgender Ansatz wurde überschlägig zusammengestellt:

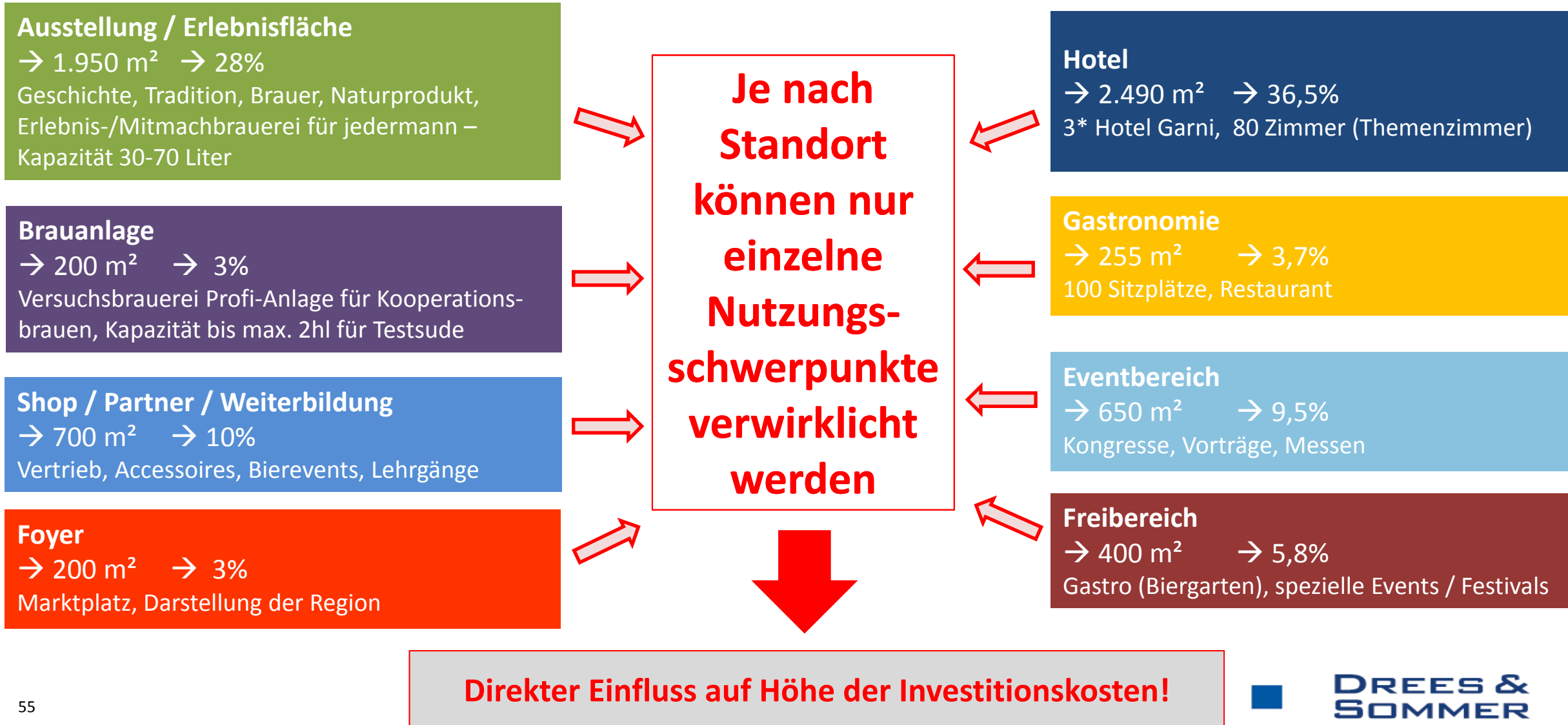
Flächenzusammenstellung BKZ	min.	mittel	max.
Summe Nutzfläche	5.270 m ²	6.845 m²	8.420 m ²
Summe BGF	6.851 m ²	8.899 m²	10.946 m ²
Summe Grundfläche	2.950 m ²	3.860 m²	4.770 m ²
Mietfläche Shops, Partner	500 m ²	700 m²	900 m ²
Mietfläche Hotel, Gastronomie	3.270 m ²	3.795 m²	4.320 m ²



grafische Darstellung des Flächenprogramms - eigene Entwicklung

Flächenprogramm – modulare Umsetzung - mögliche Bausteine

Übersicht der einzelnen Nutzungsschwerpunkte (→ gemittelter Flächenansatz und → Anteil an Gesamtnutzfläche Bierkulturzentrum)



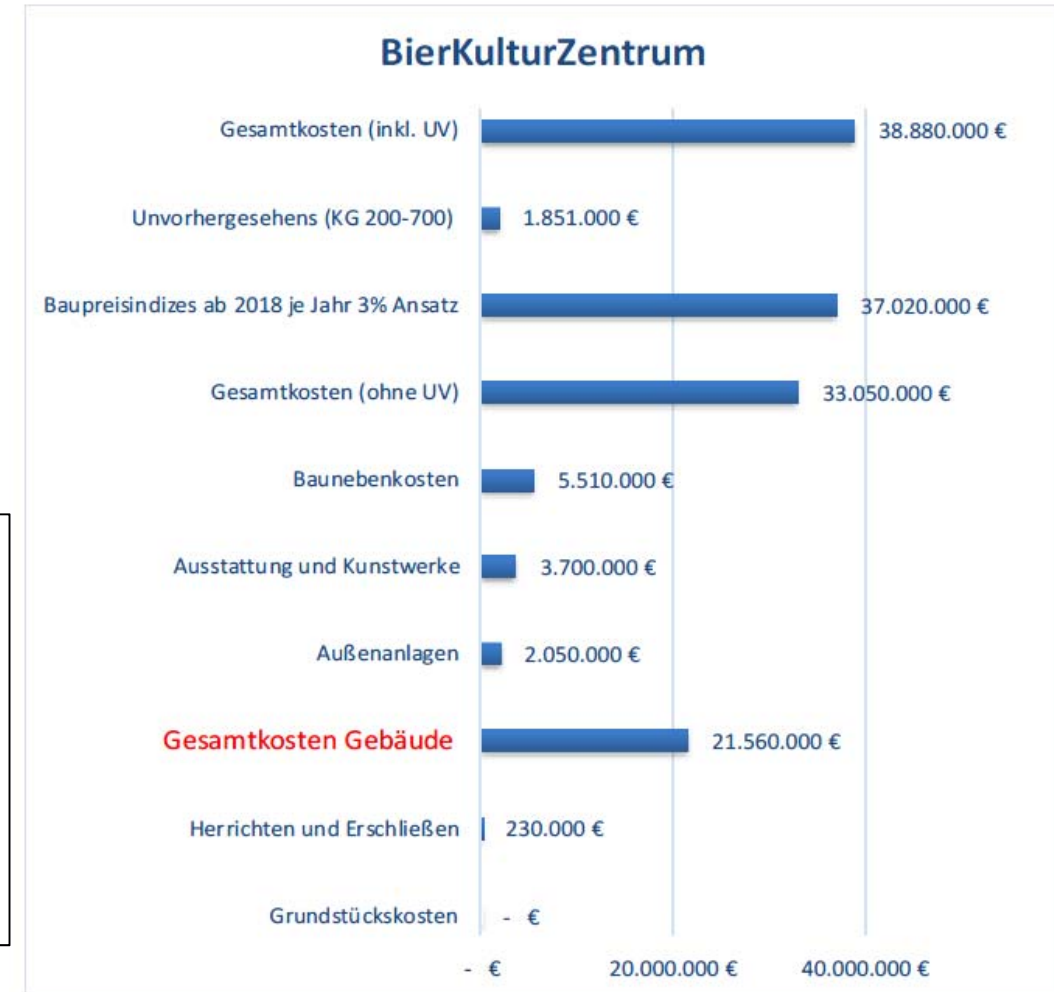
Flächenprogramm – Abschätzung der Investitionskosten

Für die Abschätzung eines **Investitionsvolumens** wurden aus dem ermittelten Flächenprogramm die entsprechende Bruttogrundfläche (BGF) für das Gebäude ermittelt.

Mittels der üblichen Kostengruppen nach DIN 276 werden sämtliche Kosten anhand von Gebäudekennwerten KG300+400 und Erfahrungswerten aus anderen Projekten von Gebäude über Ausstattung bis zu Baunebenkosten als Investitionskostenschätzungen aufgeschlüsselt.

Bei einer Realisierung **aller im Flächenprogramm aufgezeigten Nutzungsschwerpunkte** betragen die **Gesamtkosten für das Gebäude ca. 21,5 Mio. EUR.**

Wenn z.B. die Umsetzung eines Hotelkomplexes standortbedingt nicht möglich ist, **reduzieren sich die Investitionskosten** entsprechend.



FLÄCHENPROGRAMM - modulare Umsetzung - mögliche Bausteine

Gesamtübersicht der Flächen je Themenbereich

- Abhängig von weiteren Sondierungsgesprächen mit potentiellen Partnern kann im nächsten Schritt eine detaillierte Ausarbeitung zu oben genanntem Flächenspektrum der Themenbereiche erfolgen. Für die vorliegende Ausarbeitung wurde der **Mittelwert** herangezogen.
- Je nach Standort und Nutzungsfokus besteht die Möglichkeit, nur **einzelne Module zu verwirklichen (modulare Umsetzung)**.
- Auf Basis dieser Rahmenbedingungen wurden die Investitionskosten in einer ersten überschlägigen Kostenermittlung und bei **Umsetzung aller 8 Teilmodule** inkl. Nebenkosten mit rund **39 Mio. EUR (brutto)** ermittelt.

Nutzung	min.	mittel	max.	Bemerkung
Shop / Partner / Weiterbildung	500 m ²	700 m ²	900 m ²	Vertrieb, Accessoires, Bierevents, Lehrgänge
<i>zweigeschossig</i>	250 m ²	350 m ²	450 m ²	Lagerflächen im Untergeschoss
Foyer	100 m ²	200 m ²	300 m ²	Marktplatz, Darstellung der Region
<i>Erdgeschoss</i>	100 m ²	200 m ²	300 m ²	
Ausstellung / Erlebnisfläche	1300 m ²	1950 m ²	2600 m ²	Geschichte, Tradition, Brauer, Naturprodukt, Erlebnis-/Mitmachbrauerei für jedermann - geringe Chargen 30-70 Liter
<i>zweigeschossig</i>	650 m ²	975 m ²	1300 m ²	
Brauanlage	100 m ²	200 m ²	300 m ²	Versuchsbrauerei Profi-Anlage für das Kooperationsbrauen, Kapazität bis max. 2hl für Testsude koop. Brauer
<i>Erdgeschoss</i>	100 m ²	200 m ²	300 m ²	
Eventbereich	600 m ²	650 m ²	700 m ²	Kongresse, Vorträge, Messen
<i>Erdgeschoss</i>	600 m ²	650 m ²	700 m ²	
Gastronomie	240 m ²	255 m ²	270 m ²	100 Sitzplätze Restaurant
<i>Erdgeschoss</i>	240 m ²	255 m ²	270 m ²	
Hotel	2130 m ²	2490 m ²	2850 m ²	3* Hotel Garni ca. 80 Zimmer (Themenzimmer)
<i>dreigeschossig</i>	710 m ²	830 m ²	950 m ²	
Freibereich	300 m ²	400 m ²	500 m ²	Gastro (Biergarten), spezielle Events / Festivals
<i>Erdgeschoss</i>	300 m ²	400 m ²	500 m ²	

FLÄCHENPROGRAMM

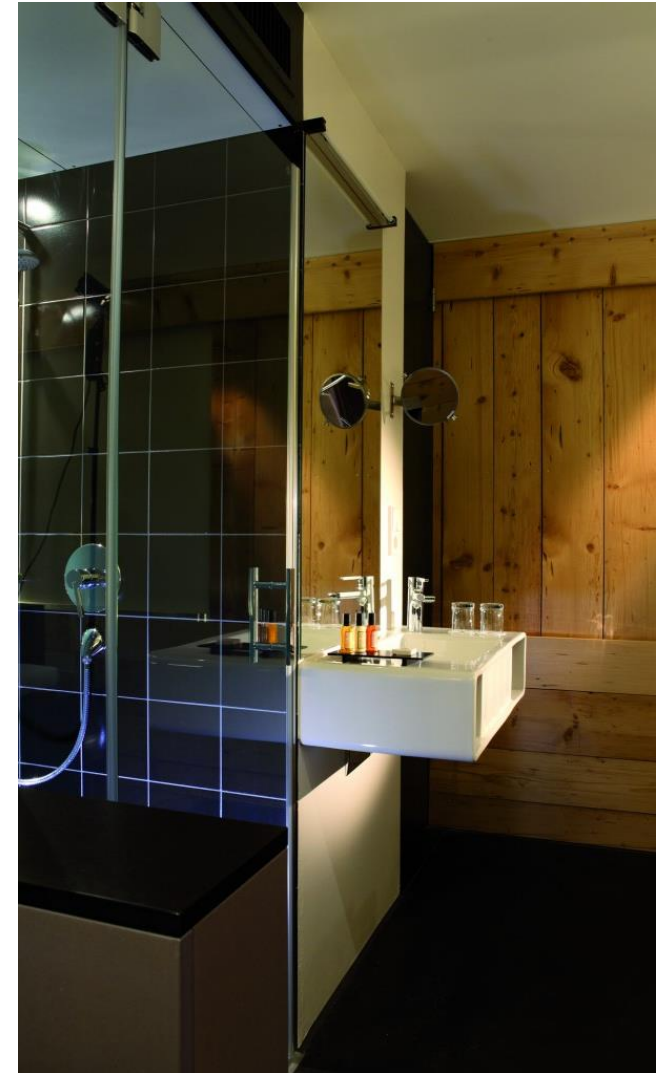
Beispiel: Tourismus/Hotelnutzung

Für eine Hotelnutzung z. B. als Themenhotel oder mit vereinzelt Themenzimmern wurde ein Flächenansatz aus Benchmark- und Erfahrungswerten mit folgendem Szenario zu Grunde gelegt:

- 3* Hotel Garni mit 80 Zimmern
- BGF pro Zimmer branchenüblich = rund 32 - 36 m²
- Pacht pro Zimmer ca. 550 €/Monat

Damit ergibt sich:

- Gesamtfläche Netto: ca. 2.130 m²
- Gesamtfläche Brutto: ca. 2.850 m²
- Zimmer: ca. 1.600 m² (20 m² pro Zimmer inkl. Bad)
- Front-of-House/Öffentliche Bereiche (Lobby-Lounge, Frühstücksbereich): ca. 180 m²
- Back-of-House/Wirtschaftsbereiche: ca. 350 m²



Beispielhaftes Bierkistenzimmer im Best Western BierKulturHotel Schwanen in Ebingen

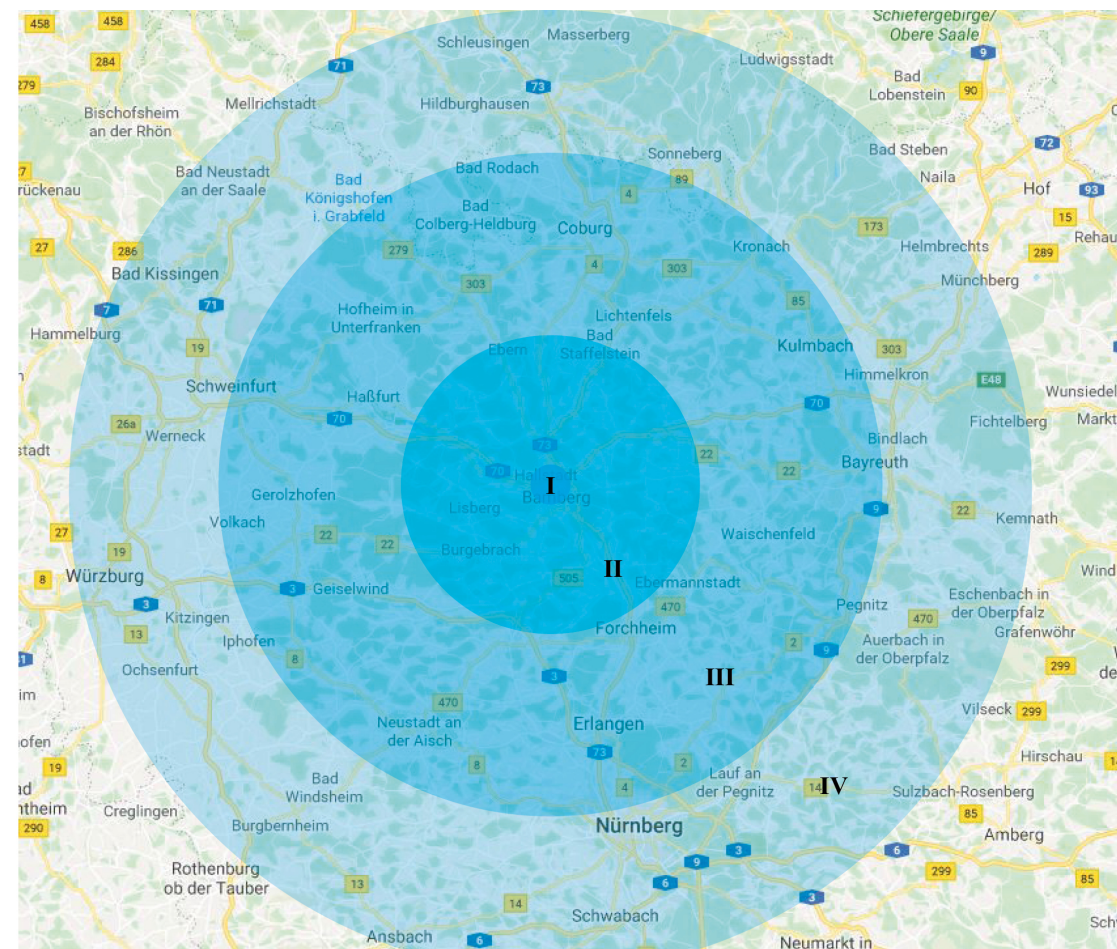
AGENDA

1	Aufgabenstellung	2
2	Projektidee	6
3	Herangehensweise	12
4	Projektkonzeption 4.1 Themeninhalte 4.2 Flächenprogramm 4.3 Potentiale 4.4 Positionierung & Zielgruppen 4.5 Businessmodell 4.6 Strahlkraft 4.7 Standort	17
5	Fazit	72
6	nächste Schritte	74

Einzugsgebiet und Marktpotential

In östlicher Richtung verbindet die A 70 die Region Bamberg über Bayreuth mit Sachsen und Tschechien. Durch die A 73 ist die Anbindung an den Großraum Nürnberg-Fürth-Erlangen im Süden und nach Thüringen im Norden gewährleistet.

	Einwohner (31.12)	Gästeankünfte	davon Ausland	Übernachtungen	davon Ausland
Zone I: Stadt Bamberg	тґґпо ѓнлмсу 7т.мтф (201т)	373.098 (2016) 385.000 (2017)	59.092 (2016)	659.854 (2016) 68рџ00 (2017)	106.329 (2016) 110.285 (2017)
Zone II: Landkreis Bamberg	мпсџлпн ѓнлмсу 146.руп (201т)	212.726 (2016) 212.000 (2017)	31.760 (2016)	397.168 (2016) 40н.ллл (2017)	45.728 (2016) 47.436 (2017)
Zone I bis II: Region Bamberg	ннмџтур ѓнлмсу 220.7со (201т)	585.824 (2016) рфтџлл ѓнлмту	90.852 (2016)	1.057.022 (2016) мџлусџппс ѓнлмту	152.057 (2016) мртџтнм ѓнлмту
Zone III: Landkreise Hassberge, Coburg, Lichtenfels, Erlangen- Höchstadt, Kronach, Bayreuth, Forchheim, Kulmbach, Kitzingen, Städte Nürnberg, Bad Kissingen, Bad K., Randersacker, Schweinfurt, Bayreuth	мрпфнфту ѓнлмсу 1.49тџннм ѓнлмту	3.893.689 (2016)	776.734 (2016)	9.336.158 (2016)	1.500.156 (2016)
Zone IV: Landkreise Würzburg, Nürnberger Land, Schweinfurt, Bad Kissingen, Neustadt an der Aisch-Bad Winsheim, Rhön- Grabfeld, Stadt Würzburg	урнџуу ѓнлмсу 85р.роп (201т)	1.944.172 (2016)	242.764 (2016)	5.473.854 (2016)	397.290 (2016)
Zone I bis IV (2016)	2.5т.мпн	6.428.685	1.110.350	15.867.034	2.049.413



- Zone I entspricht ca. 20 Min. Fahrzeit
- Zone II entspricht ca. 30 Min. Fahrzeit
- Zone III entspricht ca. 60 Min. Fahrzeit
- Zone IV entspricht ca. 75-90 Min. Fahrzeit

TOURISTISCHE POTENTIALE

Besucherpotential für ein BierKulturZentrum

- Das Besucherpotential für das Internationale BierKulturZentrum wird sich bei ca. 116.800 im Jahr bewegen
- Die tatsächliche Besucheranzahl ist abhängig von der Marktpenetration (Marketing) und der Nachhaltigkeit des Konzeptes
- Erfahrungsgemäß kann von **durchschnittlich 80 %** der berechneten Potentiale ausgegangen werden
- Für die weitere Kalkulation wird somit eine touristische Besucherzahl aus Einwohnern und Touristen von **93.500** zu Grunde gelegt
- Nicht kalkuliert sind hier die Potentiale aus Seminaren (Fachkräfte), Brauer aus der Region, die regelmäßig das BKZ nutzen sowie Nutzungen des BKZ durch Lieferanten und Partner
- Ausgehend von einer Schätzung von 25 % Anteil Einwohner am Tagestourismus wurde dies jeweils bei den Kennzahlen für Bamberg und Landkreis Bamberg berücksichtigt

Potentialermittlung				Faktor	Besucher
Einwohner & Touristen 2016КНЛМТ	7.0pp.фom	EW zzgl. Touristen bis 60 Min.		× 0,4%	28.ннп
Sek. Tourismus 2017	10.4p4.млp	T. 60-90 Min.	× 1,2 Ausflugsfaktor	× 0,4%	50.180
Bamberg 2017	7.800.000 abzgl. 25% Anteil EW: 1,95 Millionen	Tagestouristen		× 0,4%	23.400
Landkreis Bamberg 2017	5.000.000 abzgl. 25% Anteil EW: 1.25 Millionen	Tagestouristen		× 0,4%	15.000
kalkulierte Summe (116.улп) gerundet					116.800
Erfahrungsgemäße Abminderung des berechneten Potentials					80%
herangezogener Wert zum jährlichen Besucherpotential					93.500

Stand 11/2018

TOURISTISCHE POTENTIALE

Vergleich internationale, nationale und regionale Angebote Freizeit & Bierkultur

Wettbewerber	Beschreibung	Angebote	Zielgruppen	Preisübersicht
Guinness Store House, Dublin – Irland	Seit 1904 Dublins populärste Touristen-Attraktion, die sich auf sieben Stockwerken in einzigartiger Architektur im historischen Gebäude der Brauerei, in dem früher der Fermentationsprozess durchgeführt wurde, befindet. Dort wird die 250 Jahre alte Geschichte des Bieres Guinness vorgestellt. ▪ 1,27 Mio. Besucher (in 2014) ▪ 1,7 Mio. Besucher (in 2017)	▪ Museum zur Geschichte von Arthur Guinness sowie Herstellungsprozess, Vertriebswegen und Werbung ▪ Interaktive Führungen und Show-Brewing ▪ „Gravity Bar“ im Dachgeschoss mit 360° Blick ▪ Räumlichkeiten für Tagungen, Konferenzen (bis 300 Personen) ▪ Mehrzweckgebäude (bis 2.000 Personen)	• Tagestouristen • Fachbesucher • Gruppen (Führungen inkl. Tasting-Session)	▪ Erwachsene 25,00 Euro ▪ Senioren 18,50 Euro ▪ Kinder (13-17 J.) 16,00 Euro ▪ Gruppenpreis je nach Gruppengröße
Maisel's Bier Erlebnis-Welt, Bayreuth	Die Maisel's Bier Erlebnis-Welt präsentiert Bayreuther Braukunst auf über 1.400 m² Besucherzahl 20.000/Jahr	▪ Geschichte der Braukultur ▪ Bier-Shop ▪ Veranstaltungsräume ▪ Bierseminare & Tastings	▪ Einzelbesucher ▪ Gruppen	▪ Erwachsene 8,00 Euro ▪ Kinder 5,00 Euro
Kuchlbauer's Bierwelt, Abendsberg	Brauerei zum Kuchlbauer ist spezialisiert auf das Weißbier und besitzt eine der ältesten Braurechte weltweit	▪ Hundertwasserturm als Hommage an das bayerische Bier ▪ Ausstellung zu Hundertwasser ▪ Biergarten ▪ Brauereigasthof	▪ Einzelbesucher ▪ Familien ▪ Gruppen bis zu 50 Personen	▪ Erwachsene 12,00 Euro ▪ Kinder 5,00 Euro ▪ Schüler/Studenten 8,00 Euro ▪ Familienkarte 26,00 Euro ▪ Rentner & Schwerbehinderte 10,50 Euro ▪ Gruppen (max. 50 Personen) 10,50 Euro pro Person

TOURISTISCHE POTENTIALE

Vergleich internationale, nationale und regionale Angebote Freizeit & Bierkultur

Wettbewerber	Beschreibung	Angebote	Zielgruppen	Preisübersicht
HopfenBierGut Museum Kornhaus Spalt	Auf 1.200 m² können Hopfen- und Bierkultur interaktiv erlebt werden Besucheranzahl 20.000/Jahr	▪ Veranstaltungen ▪ Führungen ▪ Bierwerkstatt mit Braukunst ▪ Museumsladen ▪ Panorama-Kino ▪ ProBierBar	▪ Einzelbesucher ▪ Schüler ▪ Studierende ▪ Familien ▪ Rentner-/innen	▪ Erwachsene 6,50 Euro ▪ Schüler ab 10 Jahren 2,50 Euro ▪ Rentner, Studierende, Schwerbehinderte 5,00 Euro ▪ Familienkarte 15,00
Bayerische Brauereiemuseum Kulmbach	Auf einer Ausstellungsfläche von 3.000 m² können die Geschichte und die Kunst, Bier zu brauen, erlebt werden Besucherzahl inkl. Bäckerei- & Gewürzmuseum 50.000/Jahr	▪ Verkostung des Museumsbiers ▪ Gläserne Brauerei ▪ Führungen ▪ Bierseminare	▪ Erwachsene ▪ Schüler ▪ Studenten ▪ Senioren ▪ Kinder ▪ Jugendliche ▪ Kindergruppen	▪ Erwachsene 6,00 Euro ▪ Ermäßigter Eintritt 4,50 Euro ▪ Kinder/Jugendliche 6 bis 16 Jahre 4,00 Euro ▪ Familienkarte 15,00 Euro ▪ Gruppen (bis zu 30 Personen) 30,00 Euro
Fränkisches Brauereimuseum Bamberg	In den historischen Gewölbekellern der ehemaligen Benediktinerbrauerei von St. Michael wird die Rolle, die Bier in und um Bamberg spielt, anhand von über 1.400 Exponaten in Erinnerung bewahrt Besuchernzahlen 8.000/Jahr	▪ Museumsführungen, ▪ Bierverskostung, ▪ Sensorikschulungen	▪ Erwachsene ▪ Familien ▪ Kinder	▪ Erwachsene 4,00 Euro ▪ Familien 7,00 Euro ▪ Ermäßigt 3,50 Euro ▪ Kinder unter 6 Jahren frei
Baumwipfelpfad Steigerwald	1.150 m Länge, 42 m Turmhöhe, barrierefrei, Eröffnung 2016, Besucher 250.000/Jahr	▪ Führungen ▪ Tiergehege ▪ Shop, Gastronomie, Veranstaltungen	▪ Erwachsene ▪ Familien ▪ Kinder, Schüler	▪ Erwachsene 10,00 Euro ▪ Kinder 6 bis 16 J. 6,50 Euro

Der Großteil der Bier-Attraktionen in der Region konzentriert sich auf Brauereiführungen und museale Ausstellungen in oder bei einer Brauerei

AGENDA

1	Aufgabenstellung	2
2	Projektidee	6
3	Herangehensweise	12
4	Projektkonzeption 4.1 Themeninhalte 4.2 Flächenprogramm 4.3 Potentiale 4.4 Positionierung & Zielgruppen 4.5 Businessmodell 4.6 Strahlkraft 4.7 Standort	17
5	Fazit	72
6	nächste Schritte	74

POSITIONIERUNG & ZIELGRUPPEN

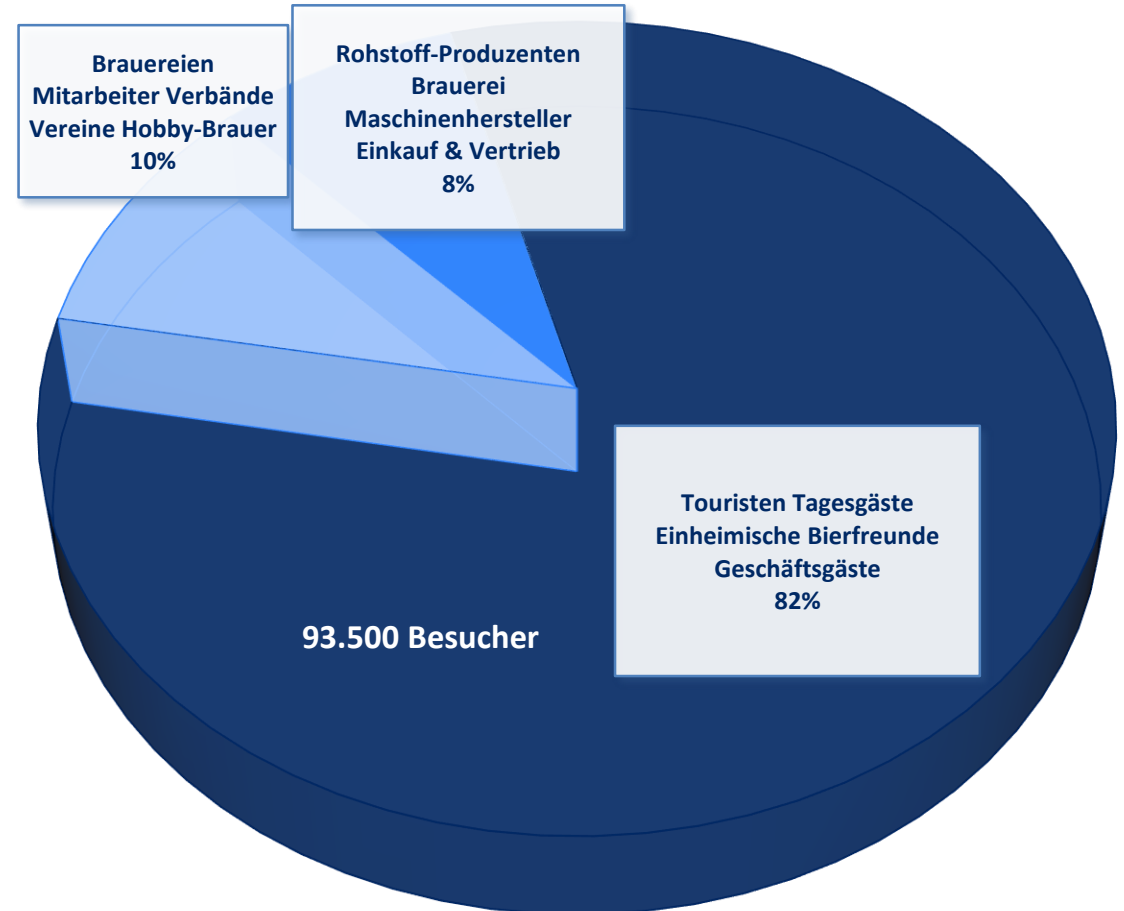
Einschätzung der künftigen Besucher/Interessenten

Das BierKulturZentrum positioniert sich als **Erlebnis-Einheit** rund um das Thema Bier mit **Schwerpunkt** auf die **regionalen Bierspezialitäten**, deren **Tradition** und die damit verbundene **Bierkultur**.

Unterschiedliche Zielgruppen sollen hierbei mit gezieltem Marketing angesprochen werden:

- **Touristen** in der Region Oberfranken und Bamberg
- **Qualifizierte Biertouristen** und **Bierliebhaber**
- **Fachleute** der Brauerszene Oberfrankens und darüber hinaus
- **Nationales** und **internationales Fachpublikum**
- **Tagungspublikum** und Übernachtungsmöglichkeit

Die überwiegende Zielgruppe wird laut unserer Einschätzung Touristen und Tagesgäste sein. Dieser Anteil wird mit ca. 82% den größten Besucheranteil des BierKulturZentrums ausmachen.



AGENDA

1

Aufgabenstellung

2

2

Projektidee

6

3

Herangehensweise

12

4

Projektkonzeption

17

4.1 Themeninhalte

4.2 Flächenprogramm

4.3 Potentiale

4.4 Positionierung & Zielgruppen

4.5 Businessmodell

4.6 Strahlkraft

4.7 Standort

5

Fazit

72

6

nächste Schritte

74

BUSINESSMODELL

Darstellung eines möglichen Betreibermodells

Für die erfolgreiche Realisierung und den wirtschaftlichen Betrieb eines BierKulturZentrum halten wir folgendes Konzept eines Betreibermodells für möglich:

- Der **Projektinitiator** erarbeitet ein **Konzept** mit möglichen Inhalten, Kosten und einer Auswahl an unterschiedlichen Standorten
- Hierzu wird ein **Investorenmodell** mit Betriebspartnern ausgeschrieben.
- Eine **Gliederung der Schwerpunkte** zur Hotellerie/Gastronomie im Pachtverhältnis und einem Angebot einer spannenden Themenwelt mit Ausstellungsflächen, Erlebniswelt, Shops, Weiterbildungskursen wird über eine **Verwaltung** sichergestellt
- Über eine gute Lage, ansprechendes Gebäude, Marketing, Events, Branchennetzwerk, interessanten Inhalten, hoher gastronomischer Qualität und einem Erlebniswert ist ein **Anziehungsmagnet** zu generieren



Beispielhafte Darstellung eines Betreibermodells

BUSINESSMODELL

Einschätzung der Wirtschaftlichkeit aus touristischen Erhebungen

	Best Case	Worst Case
Einnahmen jährlich	2.244.900 €	1.721.100 €
Ausgaben jährlich	2.221.697 €	2.175.317 €
Überschuss / Verlust	23.000 €	-454.000 €

- Basierend auf den Rahmenparametern dieser Projektkonzeption wurde eine erste überschlägige Wirtschaftlichkeitsbetrachtung mit gemittelten Benchmarks durchgeführt
- Ausgehend von 93.500 Besuchern pro Jahr sind in den Einnahmen Eintrittspreise, Führungen, Mieten sowie Sonderveranstaltungen und Events enthalten
- Die Ausgaben beinhalten eine Finanzierung der Investitionskosten von rund 39 Mio. € brutto über 35 Jahre, Kosten für Betrieb, Personal, Events und Marketing
- Im Ergebnis stellt die Wirtschaftlichkeitsbetrachtung unter den beschriebenen Rahmenparametern und bei positiver Entwicklung ein wirtschaftlich tragfähiges Spektrum dar.

BUSINESSMODELL

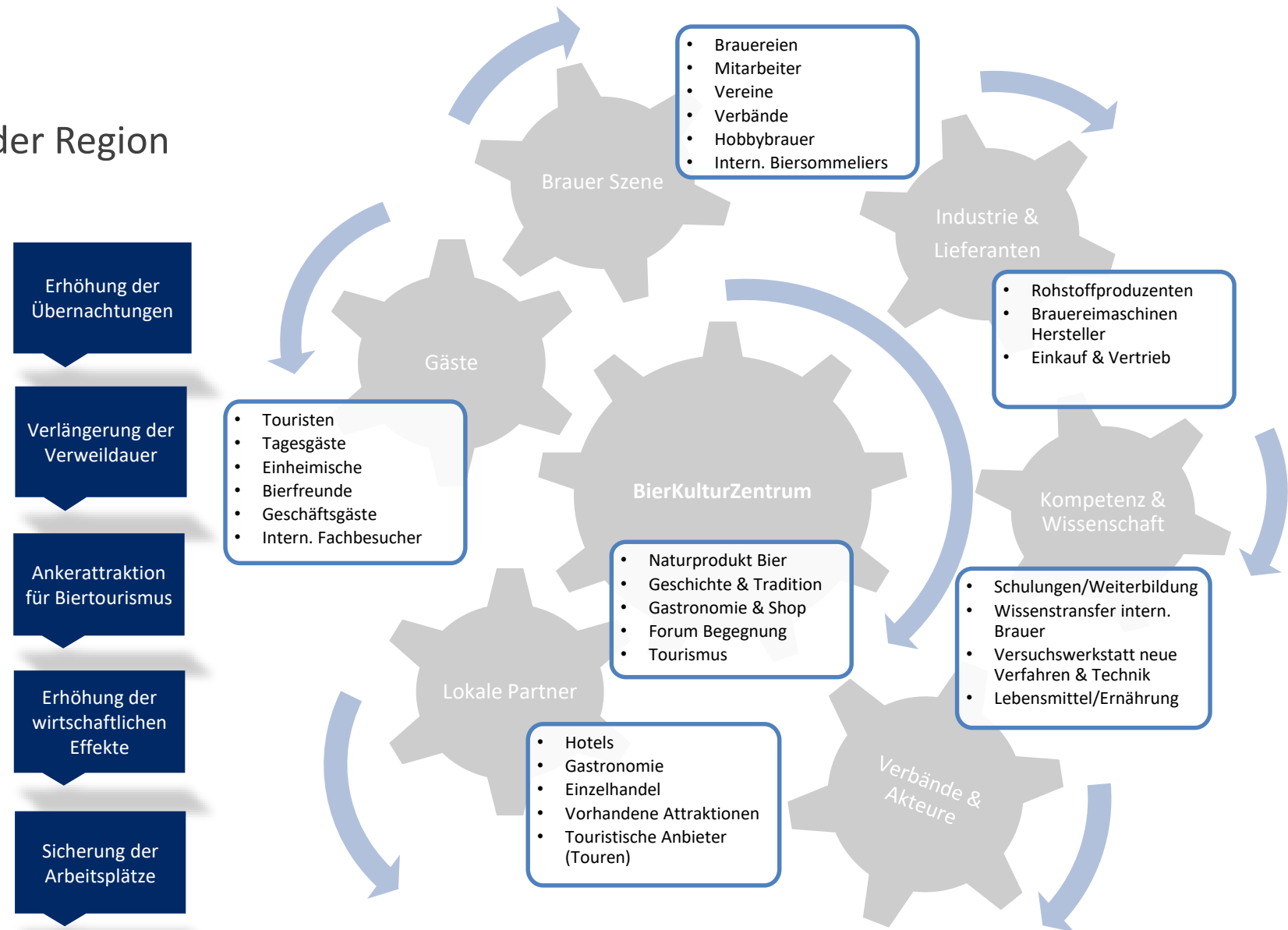
Wertschöpfung und Profiteure in der Region

Der **Tourismus** ist für die wirtschaftliche Entwicklung im Landkreis Bamberg ein wichtiger **Wirtschaftsfaktor**.

Zu den direkten Profiteuren des Tourismus gehören das **Gastgewerbe**, der **Einzelhandel** sowie das **Dienstleistungsgewerbe**.

Mit einem Bruttoumsatz von 79,4 Mio. Euro ist das Gastgewerbe der wichtigste Profiteur, gefolgt vom Einzelhandel mit 52,3 Mio. Euro und dem Dienstleistungsgewerbe mit 32,4 Mio. Euro.

Zusätzlich werden sich auch **weitere positive Beschäftigungseffekte** in diesen Segmenten und natürlich auch im direkten Umfeld des BierKulturZentrums ergeben.

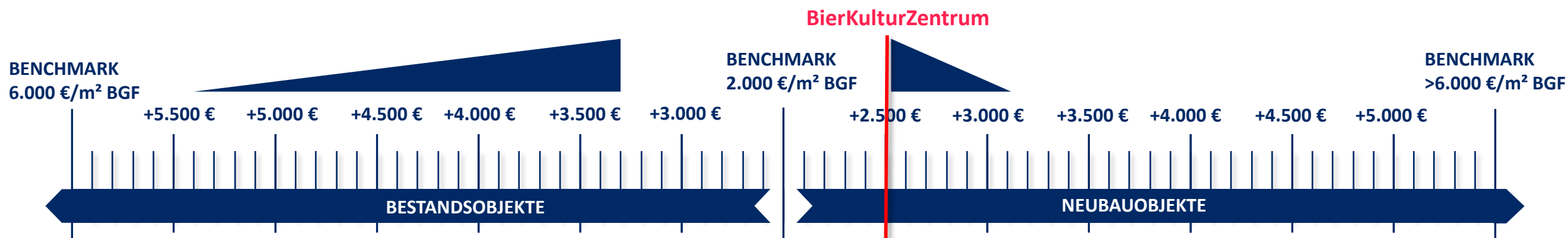


AGENDA

1	Aufgabenstellung	2
2	Projektidee	6
3	Herangehensweise	12
4	Projektkonzeption 4.1 Themeninhalte 4.2 Flächenprogramm 4.3 Potentiale 4.4 Positionierung & Zielgruppen 4.5 Businessmodell 4.6 Strahlkraft 4.7 Standort	17
5	Fazit	72
6	nächste Schritte	74

STRAHLKRAFT DER ARCHITEKTUR

Einschätzung der Gebäudeausbildung anhand von Benchmarks KG300+400



AGENDA

1	Aufgabenstellung	2
2	Projektidee	6
3	Herangehensweise	12
4	Projektkonzeption 4.1 Themeninhalte 4.2 Flächenprogramm 4.3 Potentiale 4.4 Positionierung & Zielgruppen 4.5 Businessmodell 4.6 Strahlkraft 4.7 Standort	17
5	Fazit	72
6	nächste Schritte	74

EINSCHÄTZUNG ZUM STANDORT

Lage und Rahmenbedingungen

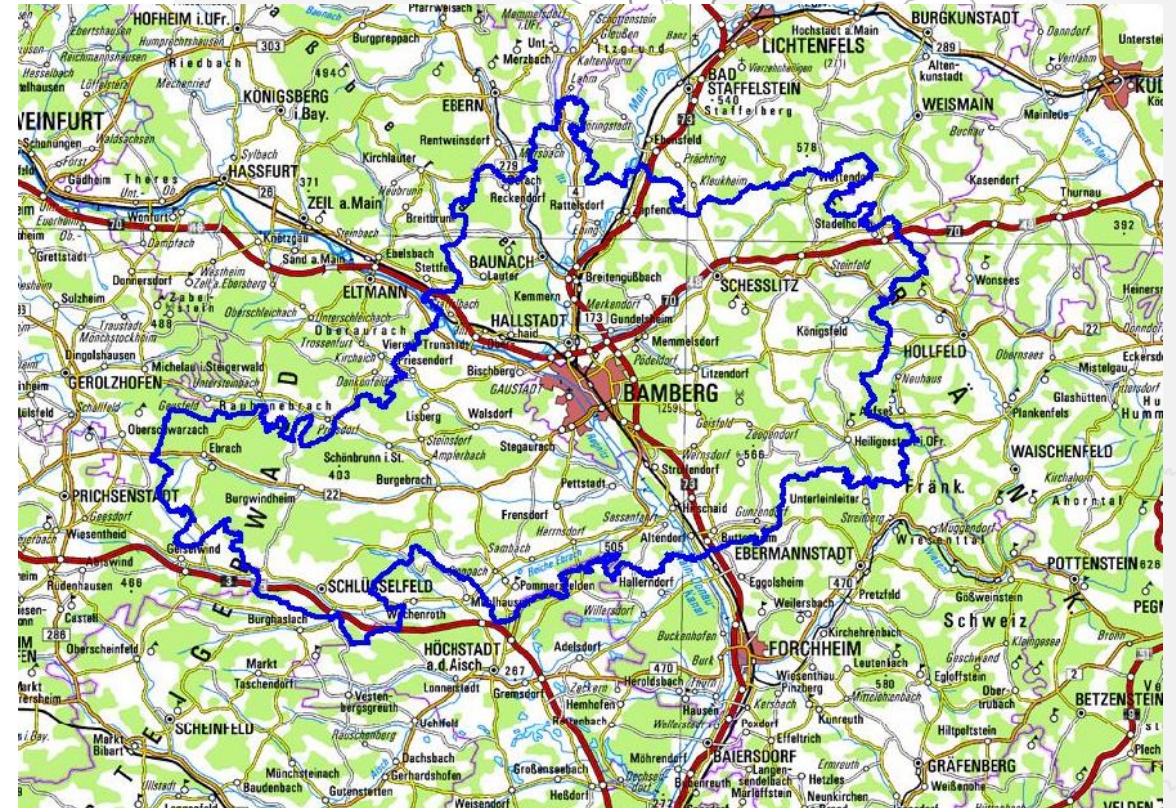
Die Region Bamberg liegt verkehrsgünstig an den Bundesautobahnen A 70 (Schweinfurt–Bayreuth), A 73 (Suhl–Nürnberg) und A 3 (im Raum Schlüsselfeld). Am Autobahnkreuz Bamberg kreuzen sich die beiden Bundesautobahnen.

Im Schienenregional- und -fernverkehr ist die Region gut angebunden. Bamberg liegt an der Nord-Süd-Strecke Berlin–Leipzig–Nürnberg–München und wird im Zwei-Stunden-Takt von ICE-Zügen angefahren. Die Region verfügt über eine S-Bahn-Anbindung Nürnberg–Erlangen–Bamberg. In der Nähe des Bahnhofs Bamberg halten mehrere Fernbuslinien.

Im Zuge der Konzeption wurden folgende Rahmenbedingungen für einen erfolgreichen Standort eines BierKulturZentrum mit internationaler Strahlkraft erarbeitet:

- gute Erreichbarkeit mittels PKW/BUS mit ausreichenden Parkplätzen
- gute Anbindung/kurze Wege zu den regionalen Bahnhöfen
- Schnelle Erreichbarkeit der historischen Innenstadt/UNESCO Weltkulturerbe
- gute Sichtbarkeit als eigenständiges Reiseziel/Freifläche für Events

Bei künftigen Standortuntersuchungen sollten diese Rahmenbedingungen für die Realisierung im Detail geprüft werden.



AGENDA

1	Aufgabenstellung	2
2	Projektidee	6
3	Herangehensweise	12
4	Projektkonzeption	17
5	Fazit	72
6	nächste Schritte	74

FAZIT

Einschätzung der Projektteams

Mit Erstellung der Konzeption kann sich das Projektteam eine **erfolgreiche Umsetzung eines BierKulturZentrums** in der Region Bamberg in **jedem Fall vorstellen**.

Maßgeblich wird hierbei **die Lage, die Finanzierung und der Marketinganteil** sein, um einen wirtschaftlichen Betrieb zu ermöglichen.

Bei Einhaltung der aufgezeigten Investitionskosten und des groben Businessplans kann **derzeit von einer Kostendeckelung** ausgegangen werden.

Der aktuell nicht abschätzbare, jedoch **positiv zu bewertende wirtschaftliche Effekt** durch diese neue Attraktion „BierKulturZentrum“ **auf den Tourismus und die Bierbranche** wird als **stark fördernd und saisonverlängernd** für die gesamte Region eingeschätzt.

Um bei Besuchern **eine erhöhte Aufmerksamkeit zu generieren** und eine breite Zielgruppe anzusprechen, sollte ein **griffiger und treffender Projektname** erarbeitet werden. Dieser sollte einen **Hinweis auf den Inhalt der Attraktion** geben und für den potentiellen Besucher einen **unverkennbaren Anreiz** darstellen.



AGENDA

1	Aufgabenstellung	2
2	Projektidee	6
3	Herangehensweise	12
4	Projektkonzeption	17
5	Fazit	72
6	nächste Schritte	74

NÄCHSTE SCHRITTE



A background image showing several glasses of beer with condensation droplets on their surfaces, overlaid with a dark blue semi-transparent filter. The glasses are filled with a golden beer and have thick white foam. The condensation is most prominent on the central mug and the glass to its left.

**WIR BERATEN UND
PLANEN ZUM BAUEN
UND BETREIBEN**