



An den Rand geschrieben

Man stelle sich vor: Ausgerechnet das niederbayerische Feldkirchen hält den derzeitigen Europa-Rekord im Pizzabacken. Im vergangenen Jahr hat die Gemeinde in der Nähe von Straubing eine Pizza von über sechs Metern Durchmesser zustandegebracht. Am kommenden Samstag soll der nächste Rekord folgen: Die Mitglieder des Sportvereins wollen eine riesige Zuckerwatte produzieren, wie das Portal obx mitteilt. Wenn alles klappt, wird es die längste Zuckerwatte der Welt werden. Mit dabei sind sehr viele Leute und rund 70 Kilogramm Zucker. Am Ende des Feldkirchener Spektakels ist ein würdiger Eintrag ins Guinness-Buch der Rekorde geplant.

Landshut ist Rekordhalter

In Übersee gibt es natürlich auch Wettbewerbe, zum Beispiel das Wurst-Wettessen in New York: Am amerikanischen Unabhängigkeitstag, dem 4. Juli, siegte zum siebten Mal in Folge der 29-jährige Kalifornier Joey Chestnut. Er verschlang in zehn Minuten 69 Würstchen im Brot – eins mehr als bei seinem bisherigen Rekord. Warum auch nicht.

Im britischen Ramsbottom bei Manchester geht es am 8. September um die Wurst. Die Teilnehmer werfen mit „Lancashire Black Puddings“, mit Blutwurst also, auf „Yorkshire Puddings“, also auf Gebäck. Die Wurst muss im hohen Bogen geworfen werden und möglichst viele der Gebäckstücke abräumen, die auf einer kleinen Plattform in sechs Metern Höhe liegen, heißt es in einer dpa-Meldung. Wer gewonnen hat, wird zum „Prince of Puddings“ gekürt.

Das ist alles ganz nett. Aber Landshut ist schon jetzt unangefochten Weltmeister. In der Stadt steht der höchste Backsteinkirchturm der Welt. Und der Umzug der Landshuter Hochzeit ist der längste Landshuter-Hochzeit-Umzug der Welt. Ausbaufähig ist allenfalls die Disziplin Buchskranzweitwurf. Aber dafür ist ja noch an zwei Wochenenden Gelegenheit.

Siegfried Rüdener



FÜR EINEN TEIL DER LANDSHUTER GESCHÄFTSWELT HÄNGT DERZEIT DER HIMMEL VOLLER BUCHSKRANZERL: Einen wirtschaftlichen Nutzen von der Landshuter Hochzeit hat vor allem der Hotel- und Gastronomiebereich. Doch wäre es sogar noch möglich, in der „Goldenen Sonne“ (im Bild) noch ein Zimmer zu bekommen – trotz generell guter Auslastung. (Foto: Rita Neumaier)

Nicht nur Buchskränze boomen

Die Landshuter Hochzeit ist für die Stadt ein langfristig spürbarer Wirtschaftsfaktor

Von Ingmar Schweder und Rita Neumaier

Die Landshuter Hochzeit verursacht nicht nur Kosten, sie spült auch Geld in die Stadt. Die Bedeutung der Laho als Wirtschaftsfeier reicht sogar über die Festwochen hinaus, sagen Fachleute. Und das nicht nur, weil sich der Buchskranz-Boom auch während der lahlosen Jahre fortsetzt.

Für Rita Mautz vom Hotel- und Gaststättenverband ist die Landshuter Hochzeit „ein tolles Event, das entscheidend zur touristischen Bedeutung der Stadt beiträgt“. Und das nicht nur wegen der guten Zimmerauslastung in den Hotels, „vor allem an den Wochenenden“. Zwar könne sie keine Zahlen nennen, aber die Stimmung unter den Gastronomen sei gut, abgesehen von denjenigen, die durch die Tribünenfeste Verluste machen. Als touristische Attraktion profitiere Landshut jedoch über die Laho hinaus, „weil viele Leute auch danach wieder herkommen.“ Sie werde öfter gefragt, ob man die Ausstattungsojekte der Landshuter Hochzeit, wie

etwa den Brautwagen, auch außerhalb der Aufführung anschauen könne, sagt Mautz. „Man könnte durchaus etwas herauschlagen, wenn man solche Dinge präsentieren würde.“ Doch werbewirksam sei die Laho allemal.

Im City Center (CCL) ist der wirtschaftliche Effekt der Landshuter Hochzeit eher zeitverzögert zu bemerken: „Es schadet nichts, aber es bringt auch nicht direkt etwas“, fasst Center-Manager Matthias Grah zusammen. Vielmehr setze man auf einen langfristigen Nachhall: „Es kommen ja viele Touristen aus der näheren Umgebung, die uns erstmals wahrnehmen.“

Umsatz verdoppelt

Einen nachhaltigen Nutzen sieht auch Christoph Jung für seinen „Männerladen“. Er verkauft dort sowie an Ständen bei Veranstaltungen im Rathaus und auf dem Zehrparkplatz Souvenirs der Förderer. Damit hat sich sein Umsatz mittlerweile verdoppelt, sagt der Unternehmer. „Die Leute wollen nicht nur essen und trinken, sondern etwas von der Landshuter Hochzeit mitnehmen.“

Und ihm blutet das Herz, wenn vor seinem Stand weinende Kinder stehen, weil es keine Holzschwerter mehr gibt. Denn gerade Kinder-Artikel seien besonders gefragt. „Die Nachfrage hat uns komplett überrollt.“

Nicht zuletzt wurden im Design der Landshuter Hochzeit auch Schmuckkollektionen gestaltet. Beispielsweise sind winzige Kupferbecher als Ohrringe im „Grisu“ der letzte Schrei. Auch die Schmuckkünstlerin Vera Bosdorf setzt auf die Laho: Sie hat eine Silberschmuck-Kollektion mit dem Profil der Altstadthäuser in mittelalterlicher Ätztechnik kreiert. Leider, so sagt sie, verirren sich nur wenige Touristen in die Freyung, wo sie ihr Atelier hat. Doch auch Monika Füssl profitiert mit ihrem Schmuckgeschäft in der Schirmgasse kaum vom Laho-Boom – obwohl sie „Landshut-Ringe“ anbietet. „Das Geschäft läuft ganz normal“, sagt sie.

Ina Spornraft verkauft zu normalen Zeiten pro Woche zehn bis 20 Buchskranzerl. Während der Landshuter Hochzeit sind es rund 500 Stück, die in ihrem Geschäft

und von einem Handwagen aus verkauft werden. Die Kränze, die bei Blumen Rössl oft nach persönlichen Wünschen gestaltet werden, kosten zwischen zehn und 25 Euro.

Das Nachsehen hat allerdings der Einzelhandel. „Bei der Landshuter Hochzeit 2009 hatten wir einen Umsatzverlust von 20 Prozent“, sagt Christian Boniberger vom Modehaus Oberpaur. Für seine Firma hofft er, dass es diesmal bei nur zehn Prozent Verlust bleibt. „Die Tribünen versperren unseren Eingang, die Parkplätze sind rar und die Menschen, die in die Stadt kommen, denken eher ans Feiern“, sagt Boniberger. Dennoch halte er das Fest für eine wichtige traditionelle Einrichtung für die Stadt, betont er. „Die Landshuter Hochzeit hat zwei Seiten“, meint Verkehrsdirektor Kurt Weinzierl. Generell lasse sich der von ihr geförderte Gesamtumsatz nicht feststellen. Vor allem abseits des Zentrums liegende Geschäfte und Lokale würden nicht sonderlich vom Laho-Boom profitieren, der sich im Ballungsgebiet durchaus bemerkbar mache – vor allem bei Bäckereien, Metzgereien oder auch Tankstellen.

Wo Laho draufsteht, ist auch Laho drin



Nicht nur der Hedwig-Becher ist ein beliebtes Souvenir auf der Laho. Viele verewigen auf den handgedrehten Keramik-Kelchen ihre Liebsten, ihre Freunde oder sich selbst. Denn der **Laho-Porträtbecher** lässt sich mit allem Möglichen verzieren. Die Idee kam von Beate und Dieter Pluta von **Pluta Keramik**. „Schließlich sind nicht nur die Originalfiguren aus dem Jahr 1475 Teil der Landshuter Hochzeit, sondern jeder Mitfeiernde“, sagte Beate Pluta. „Die Becher sind Handarbeit und aufgrund der Goldnuppen, die sich am Becherrand befinden, dreifach gebrannt“, sagt sie. Das passende Foto für den Porträtbecher gibt es bei Foto Hackl, der die Becher ebenfalls im Sortiment hat. „Oder man mailt ein Bild an uns, wenn man schon eins hat.“



Auf der Suche nach einer größeren Palette an Laho-Artikeln ist der **Männerladen** am Dreifaltigkeitsplatz das richtige Geschäft. Vor der Tür hängen Ritterhelme, Schwerter oder Schilde für kleine Laho-Besucher. Für die Erwachsenen führt Inhaber Christoph Jung Laho-Wein, Hochzeits-DVDs, Buchskranzerl und allerhand Ketten auch Schmuck und Armbänder. **Absoluter Verkaufsschlager** ist der **Kupferbecher**. Der Männerladen bietet alle Varianten des mittelalterlichen Trinkgefäßes an. Passend dazu gibt es Met in Flaschen. Neben den Kupferbechern sind außerdem Laho-Lederbänder ein Verkaufsschlager. Praktisch ist auch das Tribünenbrettel. Einige Artikel sind sogar das ganze Jahr erhältlich. Die Laho wirkt also fort.



Im **K&L** finden die **Laho-T-Shirts** seit Beginn des Hochzeitsfests reißenden Absatz. „Wir verkaufen in der Woche zwischen 100 und 120 Stück“, sagt ein Verkäufer, der ungenannt bleiben will. Der absolute Renner unter den Landshutern ist das „Himmel Landshut – Tausend Landshut“ Modell. Bei den Damen ist ein weißes T-Shirt mit der Aufschrift „Hallooo“ angesagt. „Das mit ‚Burgfräulein‘ drauf geht auch sehr gut“, sagt er. Touristen kaufen im K&L hauptsächlich T-Shirts mit Ritter- und Landshut-Motiven. Das „Tribünenpicknicker“ T-Shirt ist unverhofft zum Ladenhüter geworden. „Erklären können wir uns das nicht“, sagt der Verkäufer. Fast alle Shirts gibt es auch in Kindergröße. Ein Großteil der T-Shirts verkauft K&L an den Wochenenden.



Der **Verkehrsverein** der Stadt hat alle traditionellen Becher im Angebot. **Kupferbecher, Keramikbecher und Zinnbecher**. „Die verkaufen sich am besten“, sagt Pamela Gößmann vom Verkehrsverein. Aber nicht nur Becher gibt es dort. Auch Regenschirme, DVDs, Weine und ein Comic von Tommy Weyh, der den Touristen die Geschichte der Hochzeit näherbringen soll. Die Hauptfigur ist Eisi, der Ritter. Für die Kinder gibt es auch Eisi-T-Shirts. Die traditionelle Musik zur Laho kann auf CD gekauft werden. Gößmann empfiehlt „Ein solch Gedön“. „Die ist ein guter Mischmasch für alle“, sagt sie. Auch das Hochzeitsbier der Brauerei ist beim Verkehrsverein erhältlich. „Sechs Flaschen und ein Glas mit Sonderdruck.“



Nichts wird bei der Laho so oft verschenkt wie das **Buchskranzerl**. Bei **Blumen Rössl** kann der Kunde sein Kranzerl ganz individuell mitgestalten. „Neulich kam ein junger Mann, der sich von uns ein Buchscherz binden lassen hat. Mit roten Rosen für seine Freundin“, sagt Ina Spornraft, die Inhaberin des Blumenladens. Der Laden führt Baby-Buchskränze, Taschenkränze, Kopfkränze und normale Kränze in allen Varianten und Größen. „Die Schichten kosten um die zehn Euro, dann je nach Größe und Blumenanteil bis zu 25 Euro“, sagt sie. Vor allem lohne sich der Straßenverkauf, sagt Ina Spornraft. Davon profitieren auch die vielen anderen Buchskranzerl-Verkäufer, die bei der Landshuter Hochzeit unterwegs sind. (Text und Fotos: is)