

## Die Alb und das Leben

Von Holger Zwink | Samstag, 16. Oktober 2021



Großer Zusammenhalt: (von links) Regina und Frank Widmann haben den Betrieb 2017 an Schwiegertochter Anna und Sohn Andreas Widmann übergeben.

**Es ist viel passiert, seitdem Andreas Widmann und seine Frau Anna 2015 in den Löwen in Zang eingestiegen sind und ihn 2017 von Andreas' Eltern übernommen haben.**

---

Zum Beispiel, dass der **Löwen eigentlich gar nicht mehr Löwen** heißt, oder dass jetzt ein **Michelin-Stern** über dem Haus auf der Hochfläche der Schwäbischen Alb strahlt – der erste überhaupt im Landkreis Heidenheim.

### Seit Generationen auf der Alb verwurzelt

Die Widmanns sind eine **alteingesessene Familie**, über viele Generationen hinweg Land- und Gastwirte auf der touristisch eher weniger frequentierten Ostalb. Andreas' Vater **Frank Widmann hat die Grundlage** für das heutige Unternehmen gelegt. Seine Küche war überdurchschnittlich, sein **Engagement für den Kochberuf und die Branche im Ganzen riesig**. Köchenationalmannschaft, Jurychef bei der IKA/Olympiade der Köche, Meistervereinigung, Dehoga-Ehrenämter, dazu der florierende Gasthof und die Familie. Der

Löwen und seine Betreiber Regina und Frank Widmann machten **mehr und mehr als sehr gute Adresse in der Region** auf sich aufmerksam.

## **Im Wirtshaus immer wohlgefühlt**

In dieses Umfeld wurde Andreas Widmann, der heutige Chef, hineingeboren. „Meine Eltern haben in jungen Jahren, bewusst oder unbewusst, **viel dafür getan, dass mir das gut gefällt**. Ich habe mich im Wirtshaus einfach immer sehr wohlgefühlt“, blickt er auf seine Kindheit im Gasthof zurück. Früh mitgearbeitet, auch gemerkt, dass **Gastronomie nicht nur Sonnenseiten** hat, war ihm jedoch immer klar, dass er das, was seine Eltern aufgebaut haben, **übernehmen und weiterführen** will.



Beliebt bei den Gästen: Die komfortablen Chalets mit weitem Blick über die Albhochfläche

Seine Kochlehre absolvierte Widmann bei dem **renommierten Ausbilder Michael Oettinger** im Hirsch in Fellbach – heute ein Restaurant mit Michelin-Stern. Eine weitere wichtige Station in seinen Lehr- und Wanderjahren war das **Restaurant Atelier in München**. Dort lernte er seine **aus Tirol stammende Frau Anna** kennen, die heute als Sommeliere und Gastgeberin den Familienbetrieb gemeinsam mit ihrem Mann führt.

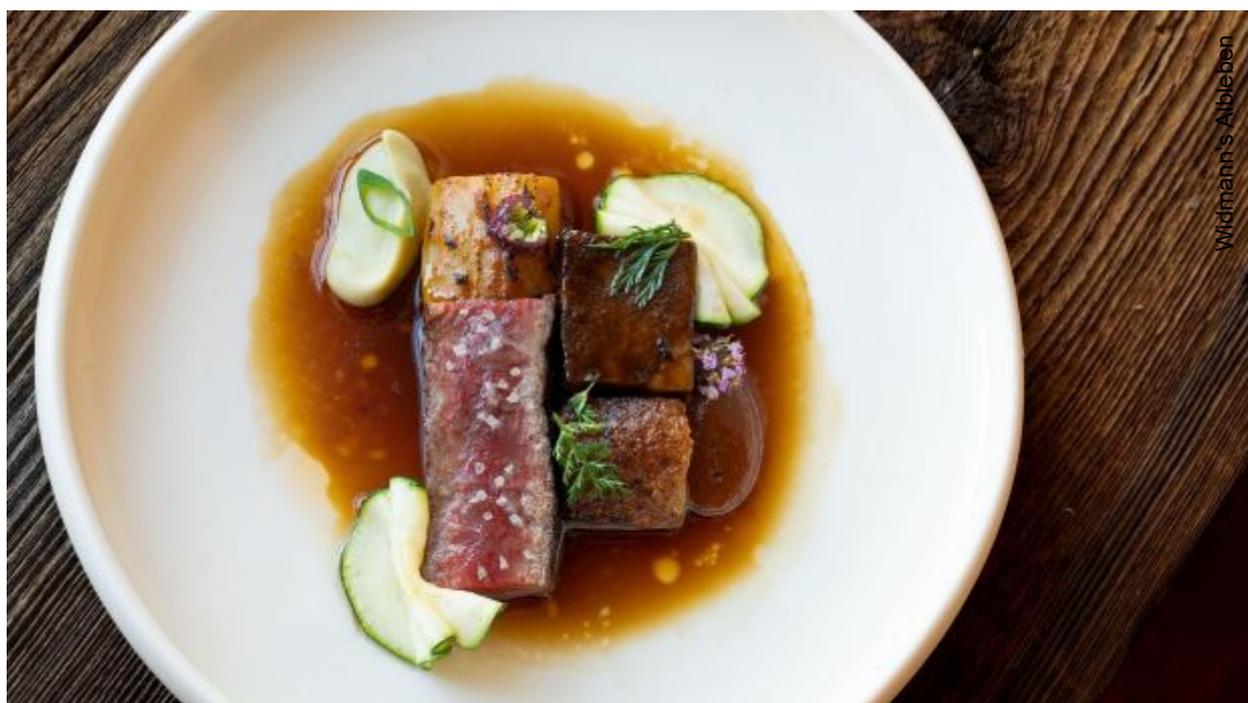
Allerdings ist aus dem Führen des Gasthofs **schnell ein Weiterentwickeln geworden**. Eigentlich hätten er und seine Frau nach ihrem Einstieg nicht viel ändern müssen, sagt Andreas Widmann rückblickend. „**Es waren immer genug Gäste** da. Wir sind auf ein

funktionierendes Schiff unter Volldampf aufgesprungen“, beschreibt er die damalige Situation. Tagungen von Industriebetrieben aus Heidenheim und Aalen sowie Feierlichkeiten und Ausflugsgäste am Wochenende sorgten für **gute Geschäfte im Restaurant und für eine gute Auslastung der Hotelzimmer**. Das Cateringgeschäft und zeitweise der Betrieb der Konzerthausgastronomie und eines Stadthotels in Heidenheim kamen noch hinzu.

## Denkweise hat sich verändert

Doch dieser Geschäftsmix gefiel dem jungen Unternehmerpaar immer weniger. „Unsere Denkweise hat sich stark verändert“, so Andreas Widmann im Gespräch mit der *ahgz*. Die Konsequenz: Sie verwandeln Widmann's Löwen mit seinem Gasthaus, dem Hotel und dem Löwengarten in eine anspruchsvolle und **mit der Region tief verbundene Genuss- und Leisure-Destination**. Ein wichtiger Baustein hierbei ist das Gourmetrestaurant ursprünglich im ältesten Teil des Anwesens. „Natürlich schwäbisch auf höchstem Niveau“, lautet das Küchencredo. Kurz nach der Eröffnung 2017 kam der Michelin-Stern.

Desweiteren wurde das Hotel im Sinne eines **modern interpretierten Landhausstils umgestaltet**, für den ein eigener Name gefunden wurde: **Albstyle**. Eine besondere Attraktion sind die zwei hochwertig ausgestatteten **Albstyle-Chalets** und die gemütlichen Waldarbeiterwagen auf der grünen Wiese mit weitem Blick in die Natur der Schwäbischen Alb. **Widmann's Albleben** – das ist der **übergreifende neue Name**, den das Inhaberpaar seinem Familienbetrieb gegeben hat. Dieser umfassende Change-Prozess, für den die Widmanns auch Berater mit ins Boot geholt haben, hat bereits immense Auswirkungen gezeitigt: Der Anteil des Businessgeschäfts beispielsweise beträgt nur noch rund 10 Prozent.



Die kulinarische Handschrift des Patrons: Demeter-Rind, Tomate, Aubergine und Koj

Im Juli dieses Jahres habe die **Auslastung mit Freizeitgästen bei 90 Prozent** gelegen, ebenso im August. „Und das ohne Wellness und ohne Schwimmbad“, ist Andreas Widmann fast selbst etwas erstaunt. Es geht offensichtlich auf, was er sich von der Konzeptänderung erhofft hat: „Es war eines unserer Hauptziele, **mit dem Gourmetrestaurant Hotelgäste zu generieren.**“ Und diese buchen offenbar gern direkt. Bis er im Jahr 2018 ganz bewusst das Businessgeschäft nicht mehr forciert habe, seien fast 17 Prozent der Buchungen über Portale gekommen, heute seien es nur noch 4 Prozent, sagt Widmann. „All das hat uns in vielen Bereichen **nach vorn katapultiert.**“

**Drei Kernzielgruppen** hat der junge Chef definiert: „Genussreisende, für die das Kulinarische im Vordergrund steht, bewusst reisende Gäste, die Entschleunigung und den Zugang zur Natur suchen und durchaus auch anspruchsvolles Geschäftspublikum, dass gegebenenfalls Freizeit und Business miteinander verbindet.“

## **Weitere Veränderungen sind geplant**

Bemerkenswert ist auch die **Social-Media-Präsenz** von Widmann's Ableben, die insbesondere während der **Corona-Lockdowns den Verkauf von Außer-Haus-Essen und Kochboxen** befeuert hat. Über Facebook beispielsweise gibt Andreas Widmann regelmäßig Einblick in seinen Gastbetrieb, bewirbt Aktionen, offeriert Last-Minute-Angebote, stellt Mitarbeiter vor und lässt die User teilhaben an seinen Gedanken zur Gastlichkeit und Kulinarik. **So scharf er eine Community** um sich und schärft das Markenprofil von Widmann's Ableben.

Profilieren müssen sich Hotels und Restaurants in diesen Tagen aber auch bei potenziellen Mitarbeitern. Widmann weiß das und sagt: „Wir kämpfen in der guten Gastronomie **nicht so sehr um Gäste, sondern um Mitarbeiter.**“ Deshalb arbeitet er mit einem **Teamcoach** zusammen und hat eine Mitarbeiterakademie auf die Beine gestellt. Passend zum Gesamtkonzept fasst er seine Aktivitäten rund ums **Employer Branding unter dem Begriff Albstark** zusammen.



Blick ins Chalet

Anna und Andreas Widmann, beide in ihren frühen Dreißigern, haben bereits vor Corona **die Weichen konsequent in Richtung Leisure gestellt**, sie haben Vertrauen in ihre Ideen und die Kraft und Fantasie, diese auch umzusetzen. **Auch in Zukunft. Es gibt schon Pläne**, über die das Unternehmerpaar derzeit allerdings noch nicht öffentlich sprechen möchte.