

Immer diese Wirtschaftspolitik

UNTERSTÜTZUNG Die Stadt Herzogenaurach hat ein Herz für die Gastronomen in der Stadt. Mit einem besonderen Projekt wird versucht, mehr Aufmerksamkeit und Besucher für eine gebeutelte Sparte zu bekommen.

VON UNSEREM REDAKTIONSMITGLIED

MICHAEL BUSCH

Herzogenaurach – Es gibt Termine, die sind einfach angenehm. Bei einem Glas Wein, einem perfekten Amuse-Gueule und sommerlichen Temperaturen eine neue Idee vorzustellen, gehört sicher dazu. Das mussten sich zumindest die Gastronomen denken, die sich in einem Landgasthof in Herzogenaurach trafen, um zusammen mit dem Bürgermeister German Hacker (SPD) und den Vertretern des Amtes für Stadtmarketing und Kultur erstmalig den neuen „Genussguide Herzogenaurach“ vorzustellen.

Hacker erklärte in seiner Begrüßung, dass er ganz glücklich über dieses Werk sei. „Ich werde immer mal gefragt, wohin der Besucher hier in Herzogenaurach gehen kann. Eine Antwort fällt angesichts der vielen guten Gastronomiebetriebe nicht einfach.“ Zumal es für das Stadtoberhaupt nicht einfach sein dürfte, unparteiisch Tipps zu geben.

Viel Potenzial vorhanden

Judith Jochmann vom Amt für Stadtmarketing erklärte, was alles eine Rolle gespielt habe, um dieses Projekt zu realisieren. „Es war das Henne-Ei-Problem“, schilderte sie. „Die Gastronomen sagten, dass sie noch viel Potenzial hätten, aber an die Leute nicht rankämen. Auf der anderen Seite werden wir immer wieder gefragt, wie es denn mit den gastronomischen Angeboten aussähe.“ Besucher, Patienten in der Fachklinik, die Mitarbeiter der großen Firmen hätten sich mit diesem Problem immer wieder an die Stadt gewandt.

In der Folge gab es ein erstes großes Gastronomentreffen im März. „Eine der wichtigen Fragen war zu klären, wie wir als Stadt da helfen können“, sagte Jochmann. Wichtig sei die Erkenntnis gewesen, dass es einen „Kümmerer“ gibt, da die Um-

setzung der Idee nicht „so nebenbei absolviert werden konnte“, wie Jochmann erläuterte. In der Folge wurde der Markt analysiert und versucht zu erörtern, was überhaupt angeboten werden kann. Bereits bestehende Initiativen wurden betrachtet und bewertet, warum diese unter Umständen nicht funktionierten.

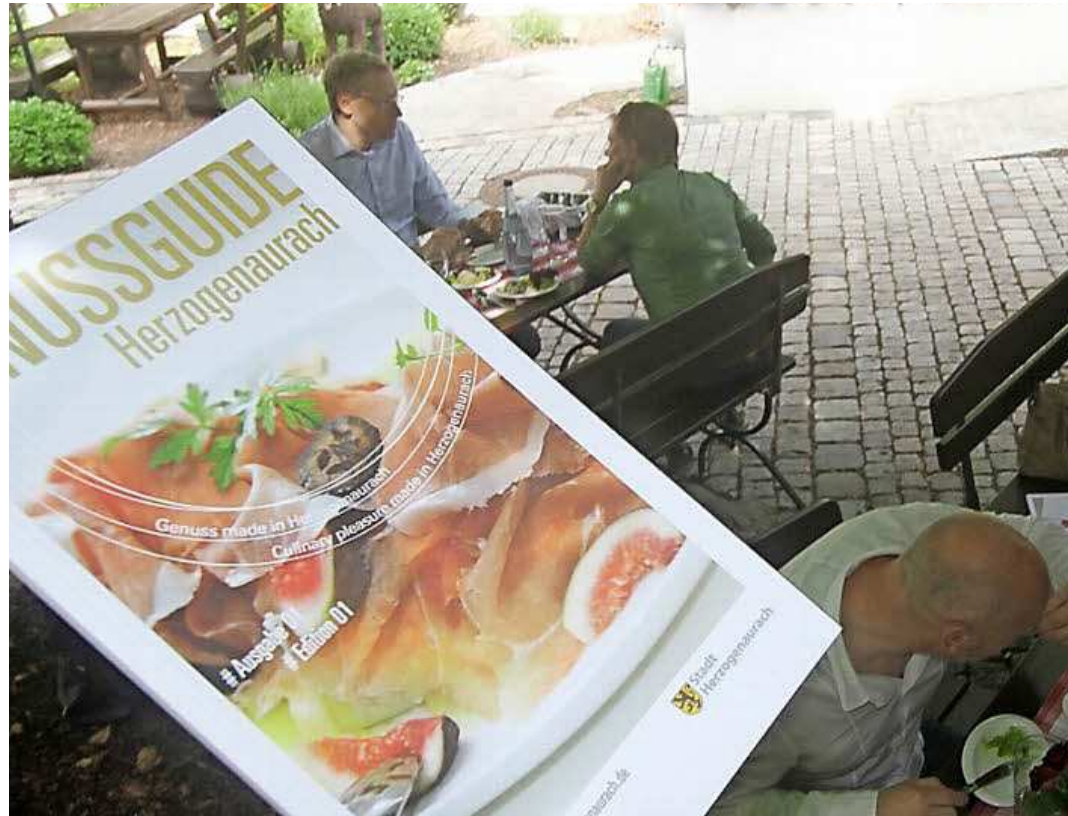
In der Folge wurden neben den Gastronomen auch Lebensmittelanbieter und Cafébesitzer dazu gebeten, um ein umfassendes Angebot zu erarbeiten. Die eigentliche Durchführung wurde dann aber einer Erlanger Agentur übergeben.

Stempel sammeln

„Es war dann aber schwer, Interessenten für das Projekt zu gewinnen“, sagt Jochmann in Rückschau auf die Anzeigenakquise. In Folge waren es dann 24 Betriebe, die sich für den Genussguide interessierten und sich mit redaktionell gestalteten Anzeigen beteiligten. Neben dem 75-seitigen Schriftstück gibt es unter der Adresse www.genussguide-herzogenaurach.de die Informationen noch digital aufbereitet.

Die Besonderheiten stellte Jochmann ebenfalls dar: „Der Guide ist zweisprachig, also deutsch und englisch, gestaltet. Wir würden sonst viele Menschen, die nach Herzogenaurach kommen, ausschließen.“ Ein weiteres Plus sei die Rallye. Der Genießer kann bei 24 Anbietern Stempel sammeln. Mit dem Motto „Schlemmen Sie sich durch Herzogenaurach“ und einer Mindestbestellung von fünf Euro pro Stempel besteht die Chance auf einige Überraschungsgewinne.

Unterstützt wurde die Aktion durch ein Förderprogramm. Es gibt den öffentlich-privaten Projektfonds, der dann Unterstützung gewährleistet, wenn die Hälfte der aufzuwendenden Gelder aus der privaten Hand stammt.



Während der Genussguide vorgestellt wurde, ließen sich die Gastronomen verwöhnen.

Foto: Michael Busch