

Einkehr vor der Haustür

„Biergärten mit Herz“: Gastwirte und Stadt rühren die Werbetrommel

RÖDERMARK (kö) – Wer zu einer Ausflugstour im lokalen Umfeld aufbricht, sei es mit dem Rad oder zu Fuß, kann jetzt, im Sommer 2017, eine neue Orientierungshilfe zur Hand nehmen: Eine Karte, die 14 potenzielle Anlaufstationen mit Gastronomie unter freiem Himmel auflistet, hat die kommunale Wirtschaftsförderung gemeinsam mit Rödermärker Wirtsleuten erstellt.

Die Broschüre mit dem Titel „Biergärten mit Herz“ wurde in einer Auflage von 20.000 Stück produziert. Sie wird an alle Haushalte im Stadtgebiet verteilt. Auch zwei Rodgauer und Dreieicher Stadtteile, die an Rödermark grenzen (Rollwald und Offenthal), zählen zum Verteilergbiet. Ziel der Aktion: Es soll Werbung für gute Bewirtung unterm Sonnenschirm gemacht werden, für naheliegendes Einkehrvergnügen, quasi vor der Haustür.

Die Idee sei von einigen Gastronomen formuliert worden. Die Kommune habe die Anregung gerne aufgegriffen und Unterstützung gewährt, denn schließlich solle ein Image-Gewinn für alle zustande kommen: Für die beteiligten Hotels und Gaststätten, aber auch für Rödermark als Stadt, in der sich's gut leben lasse. Mit diesem Tenor skizziert Alfons Hügemann den Kerngedanken des Projekts.

Der Koordinator, der im Büro der Wirtschaftsförderung die organisatorischen Fäden zieht (auch eine Facebook- und eine Internetseite wurden eigens für die Biergarten-Offensive einge-



„Lindenhof“-Chefin Steffi Gotta (links) freut sich, dass sie und 13 weitere Gaststätten-Betreiber die Broschüre „Biergärten mit Herz“ in Umlauf gebracht haben. Der Wegweiser, der gemeinsam mit der kommunalen Wirtschaftsförderung erstellt wurde, soll zu gastronomischen Entdeckungen zwischen Bulau und Rollwald animieren.

Foto: Jordan

richtet), war Gast einer Pressekonferenz, die auf die Kampagne aufmerksam machen sollte.

„Cross-Marketing“ Vom Hotel „Odenwaldblick“ auf der Bulau bis zum Parkhotel, gelegen an der Gemarkungsgrenze Rödermark/Rodgau in Rollwald, reicht die räumliche Bandbreite. „Ich war überrascht, dass am Ende der Vorbereitungsgespräche ein gutes Dutzend Betriebe bereit waren, mitzumachen und im Verbund für ihre Angebote zu werben. Das zeigt, dass die Kommunikation untereinander funktioniert und dass wir das

Ganze nicht als Konkurrenz-, sondern als Cross-Marketing-Plattform betrachten“, erklärte Achim Hunzinger als Vertreter des Parkhotels.

Steffi Gotta, Inhaberin des „Lindenhofs“ in Ober-Roden, blies ins gleiche Horn. Es gehe darum, den Bekanntheitsgrad der Anbieter in Sachen „Freiluft-Gastronomie vor Ort“ zu erhöhen. Zugleich werde deutlich, wie vielfältig das Angebot sei.

Die Frage, ob Vereinsaktivitäten wie der Sommergarten-Klassiker der Turnerschaft oder die weißblaue Variante der Germania in Ober-Roden nicht ein ordentliches Stück vom Gastronomie-Kuchen wegnähmen, wurde verneint. Hunzinger und Gotta waren sich einig: Als direkte Konkurrenz seien die zeitlich befristeten Saison-Bewirtungen der Klubs nicht zu betrachten. Ein Feierabend-Schoppen neben

dem Sportplatz und eine Einkehr mit Verzeehr im Lokal: Das seien zwei verschiedene Kategorien – und jede habe ihre Berechtigung.

Einen besonderen Anreiz, die „Biergärten mit Herz“ anzusteuern, soll eine Stempel-Aktion liefern. Wer Getränke und/oder Speisen für mindestens 10 Euro bestellt, kann sich dies auf einer Stempelkarte vermerken lassen. Sechs Felder mit Aufdruck müssen zusammenkommen. Dann heißt es: Abschicken zur Verlosung.

Als Hauptpreis ist ein Gutschein für zwei Personen zu gewinnen. Der Sieger einer Ziehung, die im November dieses Jahres stattfinden wird, kann sich auf drei Übernachtungen im Seehotel Binz-Thermen auf der Insel Rügen freuen. Informationen im Internet: www.biergaerten-roedermark.de.