

Pressemitteilung

Frische Ideen für den Goldenen Grund

Neben der Entwicklung der Marke Goldener Grund und vieler anderer Teilaspekte der Markenbildung ist es auch Aufgabe des Projektes Regionalmarketing Goldener Grund, auf der Basis der Ergebnisse intensiver Bürgerbeteiligung erste Projektideen abzuleiten und zu schauen, ob es hierfür Umsetzungspotential und Akzeptanz geben kann. In der Fachschule Wirtschaft, Fachrichtung Catering und Verpflegungsmanagement wurde hierfür ein optimaler Partner gefunden. Projektleiterin des Regionalmarketings Goldener Grund, Katja Peteratzinger und Lehrkraft Melanie Held, ihrerseits übrigens selbst Bad Cambergerin, taten sich in einer Kooperation zusammen und setzten verschiedene Themen auf, die die Studierenden für ihre Semesterabschlussarbeiten näher ins Visier nehmen sollten.



Bildunterschrift: Katja Peteratzinger initiierte im Rahmen des Regionalmarketing Goldener Grund und in Zusammenarbeit mit Melanie Held und Mathias Wolff von der Fachschule für Wirtschaft in Limburg Projektaufträge zu interessanten Marketing-Themen des Goldenen Grundes. Insgesamt konnten den Studierenden vier Themen schmackhaft gemacht werden.

Aus dieser Zusammenarbeit sind eine Reihe frischer Ideen für die Region entstanden. Vom mobilen Dorfladen über die Einrichtung eines Oldtimermuseums bis hin zum Konzept für ein betriebliches Gesundheitsmanagement nach Kneipp - die Studierenden der Fachschule Wirtschaft, Fachrichtung Catering und Verpflegungsmanagement an der Adolf-Reichwein-Schule in Limburg legten sich ins Zeug und zeigten im Rahmen ihrer Abschlussarbeiten, dass die Umsetzung dieser Projekte sehr wertvoll wären für die Region. Zwei der Studierenden erklärten sogar direkt ihre Bereitschaft, selbst als Existenzgründer:innen in die Projekte einsteigen zu wollen, sollten diese zur Marktreife gelangen.

Mobiler Dorfladen

Im Goldenen Grund gibt es insgesamt 20 Ortschaften. Nur in sieben Ortschaften befinden sich Lebensmittelgeschäfte. Von diesem Ist-Zustand ging Lisa Stahl aus. Sie analysierte für das Regionalmarketing die Machbarkeit eines mobilen Dorfladens in Verbindung mit der Direktvermarktung regionaler und saisonaler Produkte aus der Region. In ihrer Arbeit zeigte sich, dass ein mobiler Dorfladen großes Potential habe. Jedoch reiche es laut ihrer

initiierten Umfrage nicht aus, nur allein mit dem mobilen Dorfladen unterwegs zu sein. Sie empfiehlt von Anfang an eine sinnvolle Kombination weiterer interessanter Service-Angebote und Maßnahmen, um möglichst viele Kunden erreichen zu können.



Oldtimermuseum im Goldenen Grund

Ein weiteres, sehr vielversprechendes Konzept der Nachnutzung bestehender Strukturen sowie Reaktivierung brachliegender Flächen präsentierte Felix Fein im Auftrag des Regionalmarketing Goldener Grund. Er beschäftigte sich mit der Frage, ob die Einrichtung eines Oldtimermuseums mit Werkstatt und Minigastronomie im Goldenen Grund auf Akzeptanz in der Bevölkerung stieße und auch als touristische Attraktion Aussicht auf Erfolg hätte. Die Umfrage hatte enormen Zuspruch auch von Oldtimerfreunden der Region und dies zeugt vom großen Interesse für diese Idee. Mit wechselnden Ausstellungen zu verschiedenen Themen könnten sich die Umfrageteilnehmenden sehr gut vorstellen, eine solche Eventwerkstatt mit Ausstellung im Goldenen Grund regelmäßig zu besuchen. Zudem möchte man gerne Unternehmen vor Ort einbinden, um Veranstaltungen wie beispielsweise „Benzingespräche“ und ähnliches dort anzubieten.

Vorbild Kneipp

Der Goldene Grund wird bereits jetzt als Gesundheitsregion wahrgenommen. Die fünf Säulen nach Pfarrer Sebastian Kneipp - Wasser, Bewegung, Kräuter, Balance und Ernährung - spielten folgerichtig auch bei zwei Projektarbeiten eine große Rolle. Joel Schäfer setzte sich mit der Frage auseinander, wie bestehende Strukturen verbessert und aufgewertet werden könnten. Konkret ging es um die Möglichkeiten der Aufwertung des Restaurants im Kulturhaus in Bad Camberg nach einem Pächterwechsel, um es zukünftig attraktiver zu gestalten. Beim Umgestalten der Räumlichkeiten wie auch bei der Auswahl der Speisen orientierte sich der Studierende der Fachschule Wirtschaft eng an die Lehren Sebastian Kneipps an.

Celina Klein erarbeitete ein Kurzkonzept in Anlehnung an Kneipp für ein betriebliches Gesundheitsmanagement für Beschäftigte im Gesundheitsbereich. Viele arbeiten in dieser Branche naturgemäß im Schichtdienst, was sich langfristig auf Gesundheit und

Wohlbefinden der Mitarbeitenden auswirken kann. Sie erstellte mit ihrer Arbeit Grundlagen für die Kommunikation zu Ernährung, Bewegung und Balance im Sinne Kneipps, die man Beschäftigten an die Hand geben könne. Damit sei es Betrieben im Goldenen Grund und darüber hinaus möglich, ihren Mitarbeitenden mehr Informationen und interessante Leistungen rund um die gesunde Balance zwischen Arbeit und Privatleben anzubieten.



Katja Peteratzinger sagte nach der Präsentationsveranstaltung, die für die Studierenden auch Prüfungssituation war: „Es hat Spaß gemacht zu sehen, wie die angehenden Führungskräfte der Gastronomie und Lebensmittelbranche sich der Aufgaben für die Region angenommen haben und eigene Ideen für eine mögliche Umsetzung eingebracht haben. Die Arbeiten sind ein Baustein zur Umsetzung und Verstetigung von Maßnahmen des Regionalmarketings. Ich bedanke mich, auch im Namen der Bürgermeisterin und der Bürgermeister des Goldenen Grundes, Silvia Scheu-Menzer, Frank Groos, Bernd Hartmann und Jens-Peter Vogel für die hervorragende Kooperation“. Jens-Peter Vogel, Bad Camberger Bürgermeister und Mitglied der Steuerungsgruppe des Projektes war ebenfalls Gast bei der Abschlusspräsentation der Projektarbeiten und sagte: „Wir haben viele Bausteine für unser Projekt Regionenmarketing und Regionalmarketing Goldener Grund aus den Projektarbeiten und Kurzkonzepten mitnehmen können und werden die Ideen in unsere Umsetzungsplanung aufnehmen und sicherlich auch konkrete Maßnahmen daraus ableiten können. Vielen Dank an alle, für die gute Zusammenarbeit.“

Montag, 19. April 2021

Die Internetseite zum Projekt erreichen Sie hier:
www.regionalmarketing-goldener-grund.de.

Ansprechpartner:

REGIONALMARKETING GOLDENER GRUND

Ein interkommunales Projekt der Gemeinden Brechen, Hünfelden und Selters
sowie der Kurstadt Bad Camberg

Projektleitung:

Katja Peteratzinger

Peteratzinger-Publishing

Hof Gnadenthal 3

65597 Hünfelden

Tel.: (06438) 9 10 97

info@regionalmarketing-goldener-grund.de