



Schießgrabenstraße 14
86150 Augsburg
Telefon 08 21 / 50 20 7-0
Telefax 08 21 / 50 20 7-45
tourismus@regio-augsburg.de
www.augsburg-tourismus.de

Stammgäste und Stadtmotive, Seife und Soziales

Heißer Kaffee zum Welterbe: die Regio Augsburg Tourismus GmbH setzt in Museumsshops auf Regionalität

(AUGSBURG/pm.) „Wir haben Stammgäste, die kommen ein oder zweimal jede Woche“ – sagt Susanna Friedla, bei der Regio Augsburg Tourismus GmbH zuständig für die Betreuung der Museumscafés und Museumsshops in mehreren Häusern der Kunstsammlungen und Museen Augsburg. Kaffee, Tee und weitere Getränke, Kuchen oder andere Happen für den kleinen Hunger zwischendurch zählen dort zum Kerngeschäft. Dabei setzt die Regio Augsburg Tourismus GmbH sehr bewusst auf Lieferanten „um die Ecke“. Das gilt zunächst einmal für die im Schaezlerpalais und im Maximilianmuseum betriebenen Cafés. Regionalität steht hier ganz oben auf der Prioritätenliste: Bäcker und Brauer sitzen in der Stadt, den Tee liefert der „Weltladen“ in der Altstadt und der Kaffee kommt vom lokalen Händler. Friedla: „Wir versuchen, alles in der Region zu bestellen.“ Das Ziel in den Cafés und Shops im Maximilianmuseum und im Schaezlerpalais sei es, wertig, lokal und auch nachhaltig zu agieren. Friedla: „Bei der Produktpalette in den Cafés tasten wir uns schrittweise vor.“ Dazu gehöre zum Beispiel auch, dass ins Sortiment der Cafés demnächst Produkte einer Bio-Bäckerei sowie verstärkt vegane Produkte aufgenommen werden sollen.

Fast 20 Augsburger Unternehmen und Einrichtungen stehen derzeit auf der Liste der Kooperationen mit lokalen Händlern und Produzenten, deren Produkte bereits in den Shops verfügbar sind oder es demnächst sein werden – von einer Töpferei bis zur Altstadtbuchbinderei. Mit Sylvia Bräunlein und Anita Ulrich tauchen derzeit sogar zwei Künstlerinnen auf dieser Liste auf. Dass in einem Museumsshop durchaus auch hochpreisige Produkte verkauft werden können, zeigen die Namen der Goldschmiede auf der Lieferantenliste: Das Atelier Eidel, die Goldschmiede Werner, Fries-Arauner und die Alte Silberschmiede fertigen edle Augsburg-Souvenirs. Bei den Touristen seien – so Friedla – Goldschmiedearbeiten mit Augsburger Themen gefragt. Motive wie die Cisa vom Perlachturm, die Türme des Wasserwerks am Roten Tor in Miniatur oder sogenannte Wasseranhänger als Erinnerung an die UNESCO-Welterbe-Stadt laufen auch in einem Museumsshop recht gut, berichtet Friedla.

Deutlich preiswerter als silberne Wassertürme oder goldene Miniaturen der Augsburger Stadtgöttin Cisa sind freilich Produkte, die man in einem Museumsshop vielleicht nicht unbedingt erwarten würde: Seifen und Shampoos, die von einem Betrieb im Ulrichsviertel – mit Blick auf Nachhaltigkeit und Umweltverträglichkeit – selbst hergestellt werden. Sehr viel näher liegen dagegen Geschirrtücher, die ebenfalls in den Museumsshops über den Tresen gehen: Die sogenannten tim-Tücher werden im Staatlichen Textil und Industriemuseum Augsburg (tim) hergestellt. Diese Form der Kooperation ist zugleich Werbung fürs Museum – und kein Einzelfall. Friedla verweist dabei auf eine hochwertige Produktpalette in den von der Regio betreuten Shops: Ausstellungskataloge und Augsburg-Literatur bewerben die Sonderausstellungen der Kunstsammlungen und Museen Augsburg, Augsburger Jubiläums- und Gedenkjahre wie aktuell das zu Elias Holl sowie das Tourismusziel



Ein Partner der Stadt Augsburg
und der Landkreise Aichach-
Friedberg und Augsburg

Augsburg im Allgemeinen. Die Bücher sind Werbung für Augsburg, für die Kunden bezahlen und die in deren Bücherregalen dann viele Jahre lang an die Stadt am Lech und ihre Themen erinnern und zum nächsten Besuch animieren.

Neben der Regionalität und der Nachhaltigkeit der Sortimentspalette kommt bei der Produktauswahl zudem ein kaum bekannter Aspekt der Sortimentsgestaltung hinzu – die soziale Komponente. So werden die von der Regio Augsburg Tourismus GmbH betreuten Museumsshops von der gemeinnützigen „MutMacherMenschen Manufaktur“ mit Sitz in der Lechhausener Blücherstraße (laut Website *„eine soziale Produktivgenossenschaft von, mit und für Menschen im Generierungsprozess nach einer psychischen Krise sowie für dauerhaft erwerbsgeminderte Menschen“*) mit sogenannten Wildbienenhotels beliefert. So landet dann schon mal das Augsburger Renaissancerathaus im Miniaturformat in naturnahen Gärten. Zirbelnuss-Kerzen liefern die „Schäfflerbach-Werkstätten“, eine gemeinnützige Werkstatt für (so die Website) *„Menschen mit Unterstützungsbedarf“*. Unterstützungsbedarf gibt es im Übrigen auch anderswo in der Stadt. Friedla: *„Vom Verkauf von Seifenschalen und Tassen mit einem Prägestempel des Perlachturms gehen jeweils drei Euro in einen Fond für die Sanierung des Perlachturms.“* Ansonsten gestaltet sich das Sortiment wie in allen Museumsshops: Postkarten, Magnete und Tassen funktionieren immer gut. Aber das allein sei nicht der von der Regio gewollte Anspruch.

Neben dem Shop im Maximilianmuseum betreut die Regio Augsburg Tourismus GmbH auch die Museumsshops im Leopold-Mozart-Haus, in der „Römerlager“-Ausstellung in der Toskanischen Säulenhalle des Zeughauses sowie im H2-Zentrum für Gegenwartskunst im Glaspalast: Zusätzlich in Cafés bewirtet wird auch in den Museumsshops im Schaezlerpalais und im Fugger und Welser Erlebnismuseum. Wo aber bewirtet wird, sei eines überall gleich: *„Der Kaffee ist eines der wichtigsten Produkte im Sortiment“*, so Friedla. *„Und für den kriegen wir ein gutes Feedback“*.

— **Bildmaterial siehe nächste Seite** —

Kontakt für Rückfragen von Journalisten/Journalistinnen:
Regio Augsburg Tourismus GmbH, Tourismusdirektor Götz Beck
Tel. 0821 50207-30, E-Mail: regio@regio-augsburg.de



Bildmaterial (honorarfrei):

Susanna Friedla von der Regio Augsburg Tourismus GmbH ist zuständig für die Betreuung mehrerer Museumsshops und -cafés in Häusern der Kunstsammlungen und Museen Augsburg: Guter Kaffee ist zwar ein zentrales Produkt im Sortiment – ein Bestseller ist momentan jedoch auch der Katalog zur großen Jubiläumsausstellung „Elias Holl. Meister Werk Stadt“ anlässlich des 450. Geburtstags des Augsburger Stadtwerkmeisters im Maximilianmuseum.

Fotos: © Martin Kluger

