Museumsshops setzen auf Regionalität

Die Museumsläden werden umstrukturiert, der neue Fokus liegt auf regionaler Herkunft und Qualität. Was die Shops jetzt anbieten.

Von Vanessa Hoffmann

Susanna Friedla von der Regio Augsburg Tourismus GmbH will frischen Wind in die Museumsshops bringen. Foto: Silvio Wyszengrad

Billigsouvenirs und Plastik-Kitsch soll es in den Augsburger Museen nicht mehr geben. Die Devise dort lautet ab sofort: nachhaltig, regional und hochwertig. Die Betreiber sind dafür eine Kooperation mit rund 20 regionalen Händlern und Unternehmen eingegangen. Töpfereien und Seifenmanufakturen, Gold- und Silberschmiede, aber auch historische Buchbindereien und regionale Künstler haben die Shops ausgestattet.

Museumsshops und -cafés erleben eine Renaissance, sagt Susanne Friedla, die seit vergangenem Jahr an der Neugestaltung gearbeitet hat: „Wir möchten nicht nur Touristen von außerhalb, sondern auch den Augsburgern selbst etwas bieten“, ergänzt Tourismusdirektor Götz Beck. Man wolle das Profil der Stadt stärken, indem man Augsburg in den Museumsshops durch einheimische Produkte widerspiegelt und repräsentiert.

Dabei sollen nicht nur die Shops eine Rolle spielen. Auch die Museumscafés sollen wieder mehr in das Bewusstsein der Menschen geholt werden. „Wir möchten, dass die Cafés neben den Museen zu einem Ort der Begegnung werden“, so Susanne Friedla. Durch die kreativen Produkte sollen auch Einheimische gern in den Shops stöbern und nebenbei neue Künstler und Läden aus Augsburg entdecken können. Dies komme nicht nur den Museumsshops zugute, sondern unterstütze auch kleinere örtliche Geschäfte und Produzenten, ist Friedla überzeugt. Ein Teil der Einnahmen fließe direkt in die Stadt zurück. So sind einige Produkte beispielsweise mit einem Prägestempel des Perlachturms versehen. Beim Kauf dieser Waren wird ein Teil des Erlöses für die Sanierung des Perlachturms gespendet.

Auch das Thema Nachhaltigkeit soll präsenter werden. In den Cafés gibt es daher neuerdings auch vegane Optionen und Kaffee von regionalen Lieferanten. Süßwaren und Gebäck kommen von der Bio-Bäckerei Schubert. Doch all die Neuerungen müssen, auch bekannt gemacht werden. „Wir arbeiten auf unseren Social-Media-Kanälen daran, den Menschen zu zeigen, was die Museumsshops zu bieten haben“, erklärt Götz Beck. Durch das neue Konzept und die zahlreichen Kooperationen mit regionalen Betrieben, sollen die Shops und Cafés zu einem reizvollen Ort werden, den man auch unabhängig vom Museumsbesuch gern aufsucht.

Wer also schon länger nicht mehr da war, solle daher am besten vorbeischauen und sich von dem neuen Angebot und der gemütlichen Atmosphäre der Cafés begeistern lassen, empfiehlt Götz Beck.