

Tatkräftig die heimische Gastronomie unterstützen

# Mein Waldeck – lecker und lokal

2020 ergriff Corona von Deutschland Besitz und zwang Privat- und Geschäftsleute in den Lockdown. Im Frühjahr 2021 konnten die Beschränkungen wieder sukzessive gelockert werden. Eine Branche, die unter dem Lockdown extrem gelitten hat, war die Gastronomie. Deshalb kam bei der Waldecker Bank eG im besten genossenschaftlichen Sinne der Gedanke auf, diese Branche mehr in den Blickpunkt der Öffentlichkeit zu rücken und die Betreiber damit zu unterstützen. So entstand die Maßnahme „Mein Waldeck – lecker und lokal“.



**Waldecker Bank eG**

TEXT: CARSTEN STUMPE  
BILDER: WALDECKER BANK EG

Gemeinsam mit der örtlichen Regionalzeitung, der Waldeckischen Landeszeitung (WLZ), wurde eine Aktion geplant, mit der sowohl auf die Vielfalt der regionalen Gastronomie hingewiesen wurde als auch konkrete Anreize zum Besuch der Lokalitäten gegeben wurden. Dazu schrieb die Genossenschaftsbank die Gastronomie-Kunden der Bank und der

*Hannah Rock, ehem. Firmenkundenberaterin, Patrick Böttcher, Leiter Online WLZ, und Verena Niemann, ehem. Marketingleiterin WLZ*



## Blaupause für die Unterstützung der Gastronomie

Die Gastronomie hat einen wichtigen Anteil an der Attraktivität einer Region für Einheimische und Besucher. Auch nach den Herausforderungen der Pandemie ist der Druck auf die gastronomischen Betriebe hoch – Ukrainekrieg und Inflation setzen der Branche weiter zu. Die Aktion „Mein Waldeck – lecker und lokal“ bietet ein Beispiel für die Möglichkeit, diese Branche zu unterstützen, dem genossenschaftlichen Grundsatz der Hilfe zur Selbsthilfe zu entsprechen und die Region zu stärken.

Zeitung an, um die Bereitschaft zur Mitwirkung abzufragen. Die Firmenkundenberater arbeiteten die Adressliste nach, da doch manch Gastwirt vordergründig „andere Sorgen“ hatte, als sich um Publicity zu bemühen.

### Teilnehmer: von der Kneipe bis zum Landhotel

89 Betriebe erklärten schließlich ihr Mitwirken. Das Spektrum reichte dabei von der Pizzeria über die klassische „Dorfkneipe“ bis zum gediegenen Landhotel. 36 Gastwirte wurden in ganzseitigen Anzeigen verteilt auf zwölf Wochen in der Presse vorgestellt. In jedem Betrieb lagen Teilnahmekarten für die Gäste aus, mit denen an einem Gewinnspiel teilgenommen werden konnte. Gewinne wiederum waren Gutscheine im Wert von je 50 Euro der teilnehmenden Betriebe. 100 Gutscheine wurden von der Waldecker Bank bezahlt. Ein Firmenkunde war spontan von der Aktion begeistert und stockte den Gewinntopf um weitere 40 Gutscheine auf.

Insgesamt landeten über 3.600 Teilnahmekarten in der Lostrommel, aus der anschließend die Gewinner gezogen wurden. Dabei wurde darauf geachtet, dass Gewinnern Gutscheine aus einer jeweils anderen Region zugelost wurden, um die Menschen zum Besuch anderer, vielleicht bis dahin unbekannter Gaststätten zu bewegen.

### Positives Fazit

Das Fazit der Aktion war bei allen Beteiligten äußerst positiv:

- Die Gastronomen waren sehr erfreut, dass sich die Bank für ihre Sorgen interessierte und gemeinsam mit der Zeitung

für Werbung und neue bzw. zusätzliche Besucher sorgte.

- Die Gäste nahmen die Verlosung gerne an und füllten fleißig Teilnahmekarten aus.
- Bank und Zeitung bekamen positive Resonanz von Kunden und Lesern.

Ähnliche Maßnahmen können sich beide Partner auch für die Zukunft gut vorstellen.

**Carsten Stumpe** • Bereichsleiter Marketing und Vertrieb  
Waldecker Bank eG • [stumpe@waldecker-bank.de](mailto:stumpe@waldecker-bank.de)

**Hannah Rock**, ehem. Firmenkundenberaterin, und **Carsten Hohmann**, Vorstand

