

# Erster Waldstadt-Cocktail ist ein „Wilder Hirsch“

Ab sofort gibt es in 13 Gastronomiebetrieben den neuen Cocktail – auf Bier-Basis. Und es soll noch mehr folgen

Tim Golewski

Iserlohn. Einmal Waldstadt in flüchtig, bitte: Was lange beim Besuch der heimischen Gastronomie trüb gewordene Vergangenheit schien, ist nun in 13 Betrieben, zwölf davon aus Iserlohn, gleich doppelt wieder möglich. Einerseits durch das bekannte Waldstadt-Bier – und andererseits durch den „Wald | Stadt | Cocktail“, der vom Stadtmarketing ja bereits angekündigt war und nun vorgestellt wurde.

Der erste Waldstadt-Cocktail trägt den Namen „Wilder Hirsch“ und enthält dunkles Waldstadt-Lager-Bier, Sauerländer Williamsbirne, Sauerländer Gin, geröstete Haselnuss und heimische Kirsche – allesamt Produkte von hier und von Barmeister Thorsten Wegener geschmacklich abgestimmt auf die kalte Jahreszeit. Weitere Cocktails, auch ohne Alkohol, sollen folgen.



Präsentierten den „Wilden Hirsch“: (v. li.) Jens Neffin und seine Lebensgefährtin Alexandra Reese, Thorsten Wegener, Dirk Matthiessen, Jörg Schröter und Christian Speerschnieder.

## Die Teilnehmer

Ab sofort gibt es den „Waldstadt-Cocktail“ in diesen **Gastro-Betrieben**: Jagdhaus Im Kühl, Forsthaus Löhen, Friend-Ship Gastronomie, Zur Post Gasthof Zobel, Wilde Ente, Café fuchs+hase, Haus von der Heyde, Schnöggel, Romantikhotel Neuhaus, Café Bar Restaurant Kuckuck, Steakhaus Pavic, La Siesta und Burgrestaurant Altena. **Wer noch mitmachen möchte**, kann sich an das **Stadtmarketing** wenden.

verhältnis soll stimmen, der Geschmack stets gleich sein. „Wir wollen die Marke Waldstadt erlebbar machen und nicht bloß Logos drucken“, sagt Matthiessen über die Idee, die ihren Auftakt bereits im Sommer im Forsthaus Löhen nahm, wo jetzt das fertige Produkt präsentiert wurde.

Dazu brauche man eine gute Kampagne und Multiplikatoren. Und die seien die Gastronomen, die so zu einer Art Markenbotschafter für die Waldstadt werden sollen.

## Taschendiebe schlagen in Supermärkten zu

Iserlohn. Taschendiebe waren am Donnerstag in Iserlohner Supermärkten unterwegs. Gegen 11.40 Uhr wurde einer 79-Jährigen die Geldbörse in einem Discounter am Schapper Weg aus der Handtasche entwendet. Gegen 13 Uhr traf es einen 89-Jährigen in einem Discounter an der Sümmerner Straße. Gegen 16 Uhr war dann eine 57-Jährige betroffen, im Supermarkt an der Raiffeisenstraße beladung wurde.

## Blutspendetermine in Hennen und Iserlohn

**Hennen/Iserlohn.** Der nächste Blutspendetermin ist am Montag, 6. Februar, von 16 bis 19.30 Uhr im Pfarrheim Herz-Jesu an die Schöneberger Straße in Hennen. Am Mittwoch, 8. Februar, folgt von 10 bis 20 Uhr ein weiterer Termin im DRK-Zentrum am Karnacksweg 35a. Um eine Terminreservierung unter [www.blutspende.jetzt](http://www.blutspende.jetzt) wird gebeten.

## Wanderung durch die heimischen Wälder

Iserlohn. Der SGV bietet am Sonntag, 5. Februar, eine Wanderung durch die heimischen Wälder an. Die Weglänge beträgt rund zehn Kilometer, Treffpunkt ist um 10 Uhr am Stadtbahnhof. Die Führung übernimmt Christel Hiller, erreichbar unter 02371/149353.

Für uns Gastronomen ist es spannend, mal andere Dinge anzubieten, damit sich die Sache nicht leerläuft.

Christian Speerschnieder, Inhaber Jagdhaus Im Kühl, über den Bier-Cocktail

„Bisher gab es nur positive Resonanz“, sagt Wegener, der unter anderem Biercocktail-Kurse an der VHS in Altena gibt und als Betrei-

ber des dortigen Burgrestaurants der einzige von zum Start 13 Gastronomen ist, der nicht aus Iserlohn stammen. „Wir sind da offen“, sagt Dirk Matthiessen, Leiter des Iserlohner Stadtmarketings, der zudem hofft, dass sich weitere Wirten finden, die den Waldstadt-Cocktail anbieten wollen. „Für uns Gastronomen ist es spannend, mal andere Dinge anzubieten, damit sich die Sache nicht leerläuft“, erklärt Christian Speerschnieder, Inhaber des Jagdhauses Im Kühl, seine Motivation, mitzumachen. „Der Cocktail soll nur der Anfang sein. Wir wollen in naher Zukunft auch alkoholfreie

Varianten oder auch Schorle anbieten“, sagt Jens Neffin (Inhaber Forsthaus Löhen). Insgesamt hatte das Stadtmarketing vorab 30 Betriebe angesprochen. Für die 13 teilnehmenden gab es zum Auftakt ein „Starter-Kit“ im

Wert von 200 Euro, wie Dirk Matthiessen erklärt. Enthalten sind die verwendeten Getränke, Gläser, Tischeinsteller zur Werbung – und natürlich das Rezept sowie die Kontakte zu den Herstellern, wenn Nachschub nötig wird. Das Misch-

## Anzeige

**einfach nachfüllbar**

**27% gespart**  
statt 5,99  
ab **3,99**  
kg 8,87 €

**Luftentfeuchter**  
Schutz vor Feuchtigkeitsschäden. Beugt Schimmel, Stockflecken und unangenehmen Gerüchen vor. Luftentfeuchter Kompletts-Set mit 450 g Granulat. Art.-Nr. 45599058. 3,99 € statt 5,49 € (kg 8,87 €). Nachfüllpack für Luftentfeuchter. 3 x 450 g. Art.-Nr. 45599059. 8,99 € (kg 6,66 €)

**ZUSAMMEN GEHT DAS.**

**Wohnen**

**GESTALTE MIT UNS DEIN ZUHAUSE**

**BESTSELLER**

**Set 159,-**

**BOSCH**  
**Akku-Bohrschrauber „PSR 1800 LI-2“**  
Sofort einsatzbereit. 18 V, 1,5-Ah-Akku. 0-400/0-1.350 U/min. 20 Drehmomentstufen. 1 Bohrstufe. 10-mm-Schnellschraub-Bohrfutter. Inkl. 2 Akkus, Ladegerät, Doppelbit, Systembox und 241-tlg. Zubehör. Art.-Nr. 45776341

**23% gespart**  
statt 12,99  
Stück **9,99**

**Allzweck-Gummimatte**  
Universell einsetzbar. Schwarz/rot. L 60 x B 60 cm, 1 cm stark. Art.-Nr. 211401

**BESTSELLER**

**16,99** m<sup>2</sup> (Karton 18,16 €)

**Feinsteinzeug „Stamford“**  
Rektifiziert. Frostsicher. Abrieb 4, Rutschhemmung R9. 1. Sorte, beige. L 59,8 x B 59,8 cm, 0,8 cm stark. Kartoninhalt: 1,07 m<sup>2</sup>. Versch. Farben. Art.-Nr. 46187629

**20% gespart**  
statt 24,99  
**19,99** 10 L (L 2,00 €)

**„Innenweiss“**  
Matte Innenfarbe mit guter Deckkraft. Deckvermögen Kl. 2 (7 m<sup>2</sup>/L). Nassabriebbeständigkeit Kl. 4, weiß. 10 L. Art.-Nr. 820197

# Elf Prozent Leerstand

Stadtmarketing-Beirat blickt auf Lebensraum Iserlohn

Iserlohn. Nicht nur Touristen anlocken, vor allem auch den Lebensraum gestalten: Das haben sich die verschiedenen Akteure, die sich in Iserlohn und der Region mit dem Thema Tourismus beschäftigen, auf die Fahne geschrieben.

In der Sitzung des Stadtmarketingbeirats am Donnerstag stellten unter anderem Sauerland Tourismus, aber auch der Märkische Kreis und der DEHOGA ihre Arbeit vor. Und auch die Stadt Iserlohn – natürlich in vielen Fällen in Zusammenarbeit mit den verschiedenen Organisationen – machte deutlich, dass in dieser Hinsicht im Hintergrund viele Aktionen laufen.

wa 100 Tafelwegweiser und acht Portaltafeln auf den über 200 Wegekilometern im Stadtgebiet angebracht. Das sei nicht so simpel, wie man sich das vielleicht vorstellt, betonte Stadtmarketing-Leiter Dirk Matthiessen: „Es geht da auch um Faktoren wie Haftung und Wegesicherung, da ist ein Okay vom Eigentümer unerlässlich.“ Zudem werde aktuell ein Konzept zusammen mit Gastronomen erarbeitet, um Touren mit dem E-Bike attraktiver zu gestalten. Zudem soll es bald eine handybasierte Stadttour entlang verschiedener interessanter Punkte, etwa Schillerplatz und Neue Post, als Audio-Guide geben.

**50 Gewerbeflächen stehen leer**  
Anlass zur Sorge gab allerdings die (Teil-)Antwort auf eine Anfrage der SPD zum Thema Leerstands- und Standortmanagement (wir berichteten). Dass eine detaillierte Antwort darauf verschoben werden musste, verwunderte Nancy Wolff (Die Linke): „Ein Konzept dazu ist 2019 beschlossen worden, daher ist es unverständlich, wieso keine Antwort möglich ist.“ Tatsächliche habe es das nie gegeben, so Matthiessen, allerdings „taktische Bemühungen in die Richtung“. Erschrocken hätten ihn allerdings die ersten Zahlen zum Leerstand in Iserlohn: Von 456 Gewerbeflächen – im Erdgeschoss und barrierefrei, klassische Ladenlokale – stehen 50 leer. Das entspreche einer Quote von rund elf Prozent. Weitere Einblicke sollen zu diesem Thema die beiden Zentrenmanagerinnen, Silja Beste und Lena Börsting, in der nächsten Sitzung am 20. April geben. *van*



Es gibt taktische Bemühungen in die Richtung.

Dirk Matthiessen, Leiter des Stadtmarketings, zum Leerstand- und Standortmanagement

So werden derzeit etwa die Wanderwege in Iserlohn auf Vordermann gebracht. In Zusammenarbeit mit dem SGV – „Ohne den geht es nicht“, betonte Simone Korthe vom Stadtmarketing – werden et-