

Verlag gusto media

# aktuell

Pressemeldung

## gusto für ganz Deutschland

Der kulinarische Reiseführer erscheint bald bundesweit

2010



Unsere bewährten Vertriebspartner:



umbreit  
für best seller



**Presse-Grosso**

Bundesverband Deutscher Buch-  
Zeitungs- und Zeitschriftengrossisten e.V.

[www.gusto-online.de](http://www.gusto-online.de)

## **gusto für ganz Deutschland** **Der kulinarische Reiseführer erscheint bald bundesweit**

**Mit einem hierzulande noch einzigartigen Konzept wird der in ganz Süddeutschland bereits bestens etablierte kulinarische Reiseführer ab Ende Juni 2010 den bundesweiten Markt erobern. Der redaktionell unabhängige, in Feinschmecker-Kreisen als zuverlässig und seriös geltende Guide wird künftig vierteljährlich als erster Restaurantführer mit Magazin-Charakter erscheinen.**

### **Wie wird das konkret aussehen?**

Mit einer nach wie vor handlichen, hochwertigen Aufmachung im DIN A5-Format, wird der „neue“ gusto-Führer nicht nur optisch zwischen Flexcover-Buch und klassischer Zeitschrift einzuordnen sein. Buch- und Zeitschriftenhandel werden auch weiterhin parallel als bewährte Vertriebswege genutzt. Hinzu kommt nun für alle Leser natürlich auch die Möglichkeit, sich die Reiseführer quartalsweise im Abonnement zuschicken zu lassen, um keinen dieser kulinarischen Sammelbände zu verpassen.

In den unterschiedlichen Ausgaben innerhalb eines Jahres werden selbstverständlich stets auch unterschiedliche Häuser aus ganz Deutschland aufgeführt sein – eine Aufteilung nach Bundesländern erleichtert die Übersicht. Somit hat der Leser schließlich mit den vier Exemplaren eines Jahrgangs den kompletten Überblick über die ambitionierte Restaurantszene in Deutschland, und ist aufgrund zeitnaher Testbesuche über die aktuellen Geschehnisse und Veränderungen in der Gourmetlandschaft wesentlich schneller informiert, als durch die jährlich erscheinenden Titel.

### **Wie ist es künftig mit der praktischen Nutzbarkeit im „täglichen“ Gebrauch?**

In einer kleinen, jeweils mit der zum Jahresende erscheinenden Ausgabe mitgelieferten Broschüre, werden alle während des vergangenen Jahres empfohlenen Adressen noch einmal übersichtlich, nach Bundesländern sortiert, aufgeführt. Der ideale Begleiter für unterwegs, der spielend in jedem Handschuhfach und in jeder Handtasche Platz findet.

Zudem werden natürlich auch das Internet und andere digitale Medien stärker eingebunden. So sind künftig alle aufgeführten Häuser zunächst online nach verschiedenen Suchoptionen abrufbar. Auch von unterwegs aus soll der Leser in Zukunft digital auf alle Grundinformationen wie Öffnungszeiten, Preise, Klassifikation und natürlich die aktuelle gusto-Bewertung der empfohlenen Restaurants zugreifen können.

### **Was ändert sich inhaltlich?**

Dass sich unter recherchetechnisch wie journalistisch seriösen Gesichtspunkten ein möglichst umfassendes Werk nicht von heute auf morgen realisieren lässt – zumal ohne finanzkräftigen Industriekonzern oder Großverlag im Rücken – liegt auf der Hand. Daher wird die Vorauswahl der zu testenden Häuser sicher „subjektiver“ ausfallen müssen, als dies in der Vergangenheit der Fall war. Das hat natürlich zwangsläufig zur Folge, dass die bislang gewohnte, hohe Dichte an aufgeführten Häusern, künftig etwas ausgedünnter daherkommen wird. Ein Vorteil daran ist jedoch, dass der geeignete Leser somit eine „vorgefilterte“ Auswahl der nach dem Gusto der Testredaktion wirklich interessanten Häuser bekommt.

Und zwar weiterhin in einer Bandbreite, die vom ländlichen Geheimtipp bis zu den einschlägigen Top-Häusern der Republik reicht. Denn darin wird auch künftig die Stärke des gusto-Führers liegen. Auch auf die Adressen von den empfehlenswertesten Spezialitätengeschäften, Winzern und anderen Erzeugern, wird man künftig nicht verzichten müssen.

### **Und warum das Ganze?**

Ursprünglich war geplant, den gusto-Führer in Form der aus Bayern und Baden-Württemberg bekannten Regional-Ausgaben in allen Bundesländern zu etablieren. Dieses Konzept war jedoch wirtschaftlich nicht zu realisieren - die Expansion auf den bundesweiten Markt allerdings nicht zuletzt aus Attraktivitätsgründen für potentielle Anzeigenkunden mittelfristig unumgebar. Somit ist die Idee entstanden, die Ressourcen zu bündeln, und mit einer vier Mal jährlich erscheinenden Gesamtausgabe, die für ein inhaltlich anspruchsvollen Restaurantführer größtmögliche potentielle Leserschaft adäquat anzusprechen.