

# **Herzheimer Frühlingsmarkt**

---

schaufen | entdecken | erleben

**Abschlussbericht**

der Arbeitsgruppe

**„Neuausrichtung Frühlingsmarkt“**

des Arbeitskreises



## Gliederung

1. Ausgangslage
2. Zielsetzung
3. Arbeitsstruktur
4. Die Mitmacher
5. Arbeitspakete
  - 5.1 Festplatz und Marktgeschehen
    - Ausgangslage
    - Zielsetzung
    - Herangehensweise
    - Handlungsempfehlungen
  - 5.2 Bauernmarkt
  - 5.3 Einkaufsmeile
  - 5.4 Rahmenprogramm
6. Fazit
7. Weiteres Vorgehen
8. Ausblick

### **1. Ausgangslage**

Das Besucher-, Schausteller- und Bestückerinteresse der beiden traditionellen Märkte, Frühlingsmarkt und St. Gallusmarkt, hat sich erkennbar „abgekühlt“. Traditionelle Märkte leiden, nicht nur in Herxheim. Die Gefahr des „Kerwesterbens“ besteht. Zuschauen oder Gegensteuern? Die Frage wurde bei der 3. Sitzung des Arbeitskreises „Herxheim ist (m)eins“ am 29.09.2018 mit „Gegensteuern“ beantwortet. Es wurde eine Kern-Arbeitsgruppe mit unterschiedlichen Akteuren gebildet. Diese soll ergänzt werden aus Verwaltungsmitarbeitern, die schon heute ins Herxheimer-Marktgeschehen eingebunden sind, sowie mit örtlichen Händlern, Vereinen, Marktbeschickern, Schaustellern, Festwirten etc.

### **2. Zielsetzung**

Warum sollen Besucher und damit Kunden der geöffneten Geschäfte zum Frühlings- und Gallusmarkt kommen? Wie gelingt es uns, zukünftig noch attraktiver für unsere Gäste zu sein? Was gilt es zu erhalten, was muss neu gedacht werden? Wo liegen unsere Stärken und bespielen wir diese ausreichend? Was ist unsere Zielgruppe und wie erreichen wir diese? Aus den Antworten auf die Fragestellungen wurden die Ziele abgeleitet. Um langfristig die Märkte erhalten zu können, müssen wir für unsere Bürger/Kunden/Gäste attraktiver werden. Müssen uns mit unseren Alleinstellungsmerkmalen besser positionieren.

Zielsetzung in Stichworten: Neue und frische Ideen entwickeln; Kaufkraft ins Dorf ziehen; Belebung vorhandener Strukturen; zusätzlichen Anreiz schaffen; Anziehungskraft erhöhen, Erlebnisse bieten, neugierig machen

### 3. **Arbeitsstruktur**

#### 1. **Situationsanalyse der beiden zurückliegenden Märkte**

Durchgeführt in der Arbeitsgruppensitzung am 24.10.2018

#### 2. **Zielformulierung**

Siehe Ziffer 2. - erarbeitet am 24.10.2018

#### 3. **Problemlöseprozess strukturieren**

Wesentliche Grundsatzfragen wurden beantwortet:

- Wo sehen wir aktuell den größten Handlungsbedarf?
- Wo sehen wir Veränderungsnotwendigkeiten?
- Wo erkennen wir Veränderungspotential?
- Was sind unsere besonderen Alleinstellungsmerkmale?
- Was macht uns „einzigartig“?
- Warum kommen Kunden/Gäste zu uns?
- Welche Zielgruppen wollen wir erreichen?

Eine klare Aufgabenabgrenzung wurde vorgenommen:

Im ersten Schritt bearbeiten wir den Frühlingsmarkt.

Danach (2. Q.) soll der St. Gallusmarkt bearbeitet werden.

Vier Arbeitspakete (Themenschwerpunkte) wurden definiert (siehe Grafik):

1. Festplatz und Marktgeschehen
2. Bauernmarkt
3. Einkaufsmeile
4. Rahmenprogramm

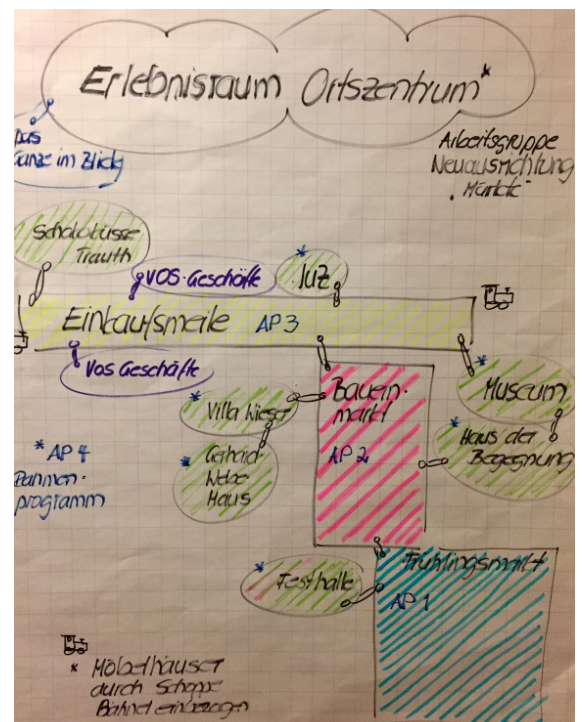
Die Frage, was machen andere um uns herum, wurde beantwortet.

Einen regionalen „Rundumblick“ (von Kandel über BZA, LD bis Rülzheim) gab es in der 2. AG-Sitzung am 7.11.2018

#### 4. **Eine klare und erreichbare Zeitschiene wurde erstellt**

Ende Januar müssen Ergebnisse vorliegen um somit noch genügend Zeit zur Umsetzung bis zum Frühlingsmarkt am 12. Mai zu haben.

Die Arbeitsergebnisse aus dem Abschlussbericht sollen dem HFA am 21.02.2019 zur weiteren Entscheidung vorliegen



#### 5. Teilergebnisse wurden visualisiert und veröffentlicht

Zu allen sechs Arbeitsgruppensitzungen wurden Fotoprotokolle, die die Teilergebnisse festhalten, erstellt und den TN zugesendet.

Im Mitteilungsblatt wurde über die Arbeitsgruppensitzungen berichtet. Ebenso auf der Homepage des Arbeitskreises.

Zu allen Sitzungen wurde öffentlich eingeladen.

#### 6. Teilergebnisse sind zusammenzufassen und Handlungsempfehlungen sind zu formulieren

Siehe Ergebnis der vier Arbeitspakete

#### 7. Zusammenfassung der Arbeitsergebnisse als Prozessabschluss

Der zusammenfassende Abschlussbericht, der mit den TN der 6. AG-Sitzung abgestimmt wurde, liegt vor.

### 4. Die Mitmacher

Auf die Frage des Sprechers des AK „Wer macht mit?“ meldeten sich am 29.09.2018: OBM FL Trauth, Frau Frank (Museumsleiterin), Fr. Nagel, Sabrina Kleinhenz und Herr C. Fetsch. Hinzu kommen MAInnen aus der Verwaltung, Verein SÜW, Händler, Vereine (u.a. Festwirte) usw.

An dem Prozess haben in sechs Arbeitsgruppensitzungen teilgenommen:

Name	Funktion	Arbeitsgruppensitzung					
		1. 24.10.	2. 1.11.	3. 12.12.	4. 9.01.	5. 16.01.	6. 23.01.
Franz Ludwig Trauth	OBM	X	X		X	X	X
Reinhard Bayer	Beigeordneter	X	X		X	X	X
Hans Müller	Beigeordneter	X	X				
Erwin Welsch	Sprecher des AK und der AG	X	X	X	X	X	X
Sabrina Kleinhenz	Stellv. AK-Sprecherin	X	X			X	X
Daniel Kerner	MA der VG Verwaltung	X	X				
Cornelia Maier	Festwirt Viktoria		X	X			X
Lhilydd Frank	Museumsleiterin		X				
Frank Feller	Festwirt Fanfarenzug			X			
Isabel Werling	Main der VG-Verwaltung				X		
Heike Bank	MAin Fächs Hörakustik					X	

Zu allen Sitzungen wurde öffentlich eingeladen!

### 5. Arbeitspakete

Bevor die vier definierten Arbeitspakete bearbeitet wurden, wurden in der 1. Sitzung die Arbeitsgrundlagen sowie die Organisation festgelegt.

In einem Ideenpool wurden Vorschläge gesammelt, welche erst bei einem anderen Baustein beraten werden. Geklärt wurde auch, wer die Gruppe führt bzw. moderiert (AK-Sprecher), sowie wer hinzugezogen werden muss. Acht Tage vor jeder Sitzung hat der AG-

Sprecher die TN mit einer Tagesordnung eingeladen. Bei jeder AG-Sitzung gab es einen Rückblick auf die vorhergehende. Der AG Sprecher hat alle Sitzungen mit einem Fotoprotokoll festgehalten und dieses unverzüglich versendet.

## 5.1 Festplatz und Marktgeschehen

### Ausgangslage

Nach der Analyse war die Notwendigkeit der Neuausrichtung des Festplatzes sowie dem Marktgeschehen offensichtlich.

### Zielsetzung (in Sichtworten)

Speisen und Getränke im Festzelt neu ausrichten (trennen?); Stellflächen der Schausteller „ordnen“; Essens- und Getränkeangebot nach vorn (Festhalle) bringen; Platanenfläche mit in die Bewirtung einbeziehen; Freiterrasse bespielen; kleiner Festhallensaal mit einbeziehen; Foyer der Festhalle nutzen; Markteröffnung neu ausrichten (neue Ideen); Wohnwagen der Schausteller nicht mehr im „Zentrum“ parken; Lücken zwischen den Wägen vermeiden; alle vier Tage bespielen (Begleitprogramm).

### Herangehensweise

In zwei AG-Sitzungen wurde ein Konzept sowie ein Aufstellungsplan entwickelt.

### Handlungsempfehlungen

- 5.1.1 Bei der Standplatzzuweisung den Aufstellungsplan umsetzen.
- 5.1.2 Die Essens- und Getränkeversorgung nach vorn legen.
- 5.1.3 Je einen Speise- und Getränkewagen einsetzen (kein Festzelt). Nur SV-Vitoria bewirtet am Frühlingsmarkt.
- 5.1.4 Mehreren Pagodenzelten in der Nähe der Verpflegungswägen ausstellen (z.B. Biergartenatmosphäre schaffen!)
- 5.1.5 Die Terrasse des kl. Festhallensaals z.B. mit Livemusik bespielen (Sa.-Abend)
- 5.1.6 Neue Elemente müssen in die Eröffnung des Frühlingsmarktes einfließen (siehe Rahmenprogramm)



## **5.2 Bauernmarkt**

### **Ausgangslage**

Die Bestückung mit Verkaufsständen ist bei den Märkten ganz unterschiedlich. Es gibt schon heute, wenn es auf der Leonhard-Peters-Str. keine Standlücken gibt, ein breites Angebot.

### **Zielsetzung**

Da der Bauernmarkt eine wichtige „Brückenfunktion“ zwischen dem Festplatz und der Einkaufsmeile und umgekehrt ist, muss dieser attraktiv gehalten werden. Unter dem Motto „Wir sind dabei“ sollen Herxheimer Betriebe hierfür gewonnen werden.

### **Herangehensweise**

Bevor Ideen und Vorschläge für eine Neuausrichtung des Bauernmarktes entwickelt wurden, wurden wesentliche Fragen beantwortet:

Was wollen wir erreichen? Wen wollen wir erreichen? Was ist unser Ziel? Wie erreichen wir uns Ziel?

Der Gedanke, aus dem Bauernmarkt einen „Markt der Genüsse“ zu entwickeln, wurde verworfen.

### **Handlungsempfehlungen**

- 5.2.1 Gezielt weitere Herxheimer Betriebs ansprechen (z.B. Senfhersteller, Fa. Zirker – Obst und Säfte, Hofladen C. Kuntz, Stullenstand auf der HS betrieben durch Herxheimer Bäcker, Blumenstand Fa. Manns)
- 5.2.2 Mitmachaktionen für Kinder anregen (Kinder pflanzen ihre Kräutertöpfchen, hierzu z. B. Mayrs Pflanzenhof Inh. Murat Bayrak ansprechen)
- 5.2.3 Anbieter von Gartenkunst (Metall, Glas etc.) gezielt ansprechen. Standfläche im Park der Villa Weiser vorsehen.
- 5.2.4 Für kleines Geld (Erlös geht an eine Organisation in Herxheim) soll es eine Herxheimer „Gemüse-Tüte“ geben. Gefüllt wird die bedruckte Papiertüte mit Gemüse von den Hofläden und Händlern in Herxheim. Verein der Tüten verkauft gewinnen.
- 5.2.5 Wie die Gemüse-Tüte“, nur im kleineren Format, soll es für kleines Geld (Erlös geht an eine Organisation in Herxheim) eine Herxheimer „Obst-Tüte“ geben. Gefüllt wird die bedruckte Papiertüte mit Obst von den Erzeugern, Hofläden und Händlern in Herxheim.
- 5.2.6 Das Haus der Begegnung soll bespielt werden. Denkbar ist die Einrichtung eines Kinderkinos (Motto „Shopping kinderleicht“). Betreuung der „abgegebenen Kinder“ z.B. durch das Jupa.
- 5.2.7 Ein orientalische Essensstand (betrieben von Geflüchteten, die in Herxheim wohnen) auf der HS wäre eine kulinarische Bereicherung.
- 5.2.8 Die Parkflächen re. und li. zum Eingangsbereich des Hauses der Begegnung soll mit Marktständen bestückt werden.

- 5.2.9 Die Zufahrt auf den Eingangsbereich des HdB hin soll als Strecke zum Museum stärker genutzt werden. Strecke „bespielen“, roter Faden“, deutliche Hinweise etc.

### **5.3 Einkaufsmeile**

#### **Ausgangslage**

Eine attraktive Einkaufsmeile (Aktionen auf der HS als auch in den Geschäften) sorgt für Leben im Ortszentrum und unterstützen die Einzelhändler.

#### **Zielstellung**

Die bisherigen Stände (aktuelle ca. 4-6) gilt es zu halten (Keramik, Gestecke, Holzwaren etc.) - neue sollen hinzugewonnen werden.

#### **Herangehensweise**

Mangels der Teilnahme der Einzelhändler konnte die Frage an die „Was erwarten Sie vom Arbeitspaket Einkaufsmeile“ nicht beantwortet werden. Offen blieb somit auch die Frage, mit welchen zusätzlichen Aktionen unterstützen die Einzelhändler aus den Geschäften heraus die „Einkaufsmeile“.

#### **Handlungsempfehlungen**

- 5.3.1 Zusätzliche Stände für die Einkaufsmeile gewinnen.
- 5.3.2 Verkauf der Schokoküsse auf der HS
- 5.3.3 Kunsthandwerk (Metall) auf der HS zeigen (K. April)
- 5.3.4 Schaufensteraktionen (Motto) bei den Händlern anregen.
- 5.3.5 Leerstandsfläche (Buchhandlung Lohr) am VOS „bespielen“
- 5.3.6 Musikgruppen (temporär) auftreten lassen (HS bespielen)
- 5.3.7 Verschönerungsaktion mit der Arbeitsgruppe „Herxheim blüht“ durchführen
- 5.3.8 Gastronomen an der HS bieten einen besonderen „Auszeit-Shopping-Imbiss“ an.
- 5.3.9 Bessere Verzahnung (Werbung) zwischen den Möbelhäusern und dem OZ
- 5.3.10 Zwei Bähnle-Haltepunkte im Zentrum einrichten (VR-Bank – Fahrt über Querhohlstr. zum Haltepunkt „Alte Apotheke“) Ziel: Mehr Sicherheit auf der HS und die Besucher „zwingen“, durch die HS zu gehen und sich nicht fahren zu lassen.

### **5.4 Rahmenprogramm**

#### **Ausgangslage**

Das Arbeitspaket „Rahmenprogramm“ bildet die Klammer zu den übrigen Arbeitspaketen. Alle (Festplatz, Bauernmarkt, Einkaufsmeile usw.) leben ein Stück vom Rahmenprogramm (RP). Sowohl im Museum als auch in der Villa Wieser gibt zum Frühlingmarkt Aktionen (2018 im Museum den Aktionstag „Handwerk zum Mitmachen“ und in der Villa Wieser „hand\*arbeit – ein künstlerischer Dialog“.



## **Zielstellung**

Aus dem „Frühlingsmarkt Herxheim“ muss der „Herxheimer Frühlingsmarkt – staunen | entdecken | erleben“ entwickelt werden. Die Aktionen müssen dem „Anspruch“ auch gerecht werden.

## **Herangehensweise**

Alle Ideen und Vorschläge aus bisherigen AG-Sitzungen wurden nochmals dargestellt. Neue Ideen wurden entwickelt. Die besondere Bedeutung des Arbeitspaketes RP wurde herausgearbeitet. Stichworte: Wichtige Ergänzung zum „Hauptprogramm“; RP bringt die Besucher dazu, nach Herxheim zu kommen; RP bewegt die Besucher, zu bleiben und sich wohl zu füllen; RP ist Salz in der Suppe;

## **Handlungsempfehlungen**

- 5.4.1 Vierseitigen Flyer zum Frühlingsmarkt erstellen und rechtzeitig in den Geschäften etc. auslegen (soll auch Bähnel-Rundtour enthalten).
- 5.4.2 Es muss ein attraktives Programm für alle vier Markttage (Sa-Di) entwickelt und nach außen kommuniziert werden.
- 5.4.3 Die Werbung muss alle Elemente erfassen (Frühlingsmarkt als „Ganzes“ vermarkten).
- 5.4.5 Es muss ein Bühnenprogramm für die Freiterrasse und den kl. Festhallsaal entwickelt werden (Livemusik, DJ – Landjugend gewinnen!)
- 5.4.6 Der VOS wird mit eigenem Banner und Plakaten beworben (hinzu kommt der neu angeregte Flyer!)
- 5.4.7 Neben der Villa Wieser soll auch die Kunstschule geöffnet sein) Offenes Atelier im Gerhard-Weber-Haus).
- 5.4.8 Der Leerstand (ehemalig Buchhandlung Lohr) muss am Frühlingssonntag bespielt werden (z.B. „Pop-Up-Store“ oder Pop-Up-Event“).
- 5.4.9 Die Festhalle insgesamt sollte stärker in den Frühlingsmarkt einbezogen werden (z.B. Messe zum Thema Ernährung, DLR Rheinpfalz einbeziehen)
- 5.4.10 Aktionsflächen bzw. eine Bühne (Musik bzw. Theatergruppen bespielen) sollten ausgewiesen bzw. aufgestellt werden.
- 5.4.11 Die Eröffnung muss mehr „Event Charakter“ (Eröffnung-Zeremonie) erhalten und mehr Akteure (Kitas, Vereine, Museum, Theaterspieler einbeziehen usw.) sind einzubeziehen. Start des Umzugs mit dem Fanfarenzug bei der Kita St. Josef, eine Runde um den Festplatz zum Eröffnungsplatz(Terrasse).  
  
Mitmachaktionen für Kinder (Fahrradkorso), Entenrennen; Luftballon-Wettbewerb, Frühlingsstecken basteln, durchführen.
- 5.4.12 Zusätzliche Kerwe-Sonntags-Angebote (z.B. Weißwurstfrühstück)
- 5.4.13 Zusätzliche „Kerwe-Montags-Angebote“. Stärker auf die Betriebe (MAInnen) zugehen bzw. Tag der Betrieb & Verwaltung ausrichten (z.B. After Work- Party)



- 5.4.13 Zusätzliche „Kerwe-Dienstag-Angebote entwickeln (z.B. Tag der Familien, Seniorennachmittag)
- 5.4.14 Zauber und Clowns mit einbeziehen (HS)
- 5.4.15 Die Einzelhändler sollen (zielgruppenorientierte) Mitmachangebote anbieten.
- 5.4.16 Modenschau der Herxheimer Geschäfte (Mode & mehr) im kleinen Festhallensaal
- 5.4.17 Kerwe-Sonntag-Nachmittag – Kinder-Kochkurs im kleinen Festhallensaal
- 5.4.18 Ausstellung im Foyer der Festhalle (z.B. zum Thema Sicherheit (Polizei mit einbeziehen, Beratungspunkt einrichten)
- 5.4.19 Leitsystem (wo ist was) entwickeln und Tafeln anbringen
- 5.4.20 Weg zum Museum über Parkplatz und HdB aktiv bespielen (z.B. Kinderrally, roter Faden)
- 5.4.21 AK-Aktion auf der HS „Nehmen Sie Platz“ durchführen.
- 5.4.22 Bühne für „Atelier der Worte“ einrichten (Gruppe von Fr. Jung, JuZ), einbeziehen. Kleinkunstszenen aktivieren.
- 5.4.23 Verteilung von Muttertags-Geschenken (Herxheimer Praline in einem kleinen Karton (Künstlerinnen von „Atelier der Worte“ Verteilen aus einem „Bauchladen“ heraus. Am Frühlingmarkt 2019 ist auch Muttertag.
- 5.4.24 Mitmachangebote sollen auf dem Museumshof angeboten werden (2018 Aktionstag – Handwerk zum Mitmachen“).
- 5.4.25 Durchführung eines Bücherflohmarktes (z.B. durch kath. Öffentliche Bücherei)
- 5.4.26 Patenschaften für die Eröffnung gewinnen (z.B. Verein, Organisationen, Betriebe)
- 5.4.27 Mit Hinweisschildern auf die Parkplätze der Lebensmittelmärkte am Ortsrand hinweisen. Bähnel holt und bringt die Besucher zurück.
- 5.4.28 Das vorgeschlagene Motto für Frühlingmarkt übernehmen

## **6. Fazit**

Die in dem Prozess von AK „Herxheim ist (m)eins“ übernommene Koordinationsfunktion wurde gut ausgefüllt. Die erzielten Ergebnisse bilden eine gute Grundlage zur Neuausrichtung des Frühlingmarktes.

Auch wenn sich nur sehr wenige aktiv in den Prozess eingebracht haben, ist das Ergebnis vorzeigbar. Es wurde in den AG-Sitzungen konstruktiv, kreative und zielorientiert gearbeitet. Die Aufgabe wurde strukturiert angepackt und umgesetzt. Die AG-Sitzungen wurden gut vor- und nachbereitet, die eingesetzten Moderationsmethoden hat sich bewährt.

Nicht unerwähnt bleibt die Feststellung, dass das Ergebnis ohne externe fachliche Unterstützung erzielt wurde. Das vorliegende Konzept wurde kostenfrei und auf ehrenamtlicher Basis entwickelt.

Mit der Vorlage des Arbeitsberichtes hat die Arbeitsgruppe „Neuausrichtung Frühlingsmarkt“ ihren Arbeitsauftrag abgeschlossen.

## **7. Wie geht es weiter?**

Am 21. Februar 2019 soll im HFA der Abschlussbericht, insbesondere die Handlungsempfehlungen der AG zur Neuausrichtung des Frühlingsmarktes, beraten werden. Zu den ausgewählten Handlungsempfehlungen sind Umsetzungsverantwortliche zu benennen.

Ein verwaltungsinternes Steuerungsteam (z.B. aus der Abt. Organisation) sollte die Umsetzung der Maßnahmen steuern und überwachen.

## **8. Ausblick**

Die gewonnenen Ergebnisse sind z.T. auch für den St. Gallusmarkt anwendbar. Direkt nach der Kommunalwahl am 26. Mai 2019 muss entschieden werden, ob und wie es mit dem AK „Herxheim ist (m)eins“ weitergeht.

Geht es weiter, ist u.a. über die Zusammensetzung des AK zu entscheiden, ein/e Sprecher zu wählen und Arbeitsgruppen einzurichten.

Noch im Juni 2019 soll die neugebildete AG „Neuausrichtung St. Gallusmarkt“ ihre Arbeit aufnehmen.

11. Februar 2019



Erwin Welsch, Sprecher der AG „Neuausrichtung Frühlingsmarkt“