



**DIE
VIELFALT
IHRER
REGION
ERLEBBAR
MACHEN**

FEIERABENDMÄRKTE

EINRICHTEN

**VON DER IDEE ZUR GELUNGENEN
VERANSTALTUNG**





VON DER IDEE ZUR GELUNGENEN VERAN- STALTUNG



INHALTSVERZEICHNIS

4 EINLEITUNG

Von der Idee zur gelungenen Veranstaltung

6 DER FEIERABENDMARKT - DIE IDEE

Der „rote Faden“ der Nachhaltigkeit

8 ABSPRACHE MIT VERANTWORTLICHEN

Verantwortlichkeit und Rollen klären

10 ORGANISATION UND FINANZIERUNG

Kosten ermitteln und Unterstützung finden

12 AKTIVE ANSPRACHE VON AUSSTELLERINNEN UND AUSSTELLERN

Wünsche kommunizieren

13 ÖA: PRESSEBERICHT ZUR IDEE DER EINRICHTUNG

Ideen präsentieren und Vereine gewinnen

14 EINRICHTUNG EINER ARBEITSGRUPPE

Lokale Unterstützung für das Orga-Team

15 FESTLEGUNG DES ORTES UND TERMIN

Festlegung von Ort und Datum



16 GENEHMIGUNGEN UND VERSICHERUNG

Rechtzeitig loslegen

18 ÖA: AUFRUF IN DER PRESSE ZUR BETEILIGUNG

Ansprache potentieller Vereine für Infostände

19 GESCHIRRMOBIL

Ausreichend Personal berücksichtigen

20 PLANUNG: PROGRAMM UND AMBIENTE

(Mitmach-)aktionen für Jung und Alt

21 WERBUNG & MARKETING

Eigenes Logo und Layout für die Werbematerialien

22 PRESSETERMIN

Interesse wecken!

23 VORBEREITUNG FÜR DEN VERANSTALTUNGSTAG

Sich nicht aus dem Konzept bringen lassen!

24 ZEITPLAN

Stress vermeiden durch gutes Zeitmanagement

25 STANDPLAN

Gut sortieren und Anschlüsse berücksichtigen

26 HELFERINNEN UND HELFER

Ausreichend Personal einplanen vor allem für Auf- und Abbau

27 NACHBEREITUNG

Zeit für die Reflektion

28 NACH DEM FEIER-ABENDMARKT IST VOR DEM FEIERABEND-MARKT

Bestandsaufnahme und Zukunftsplanung

29 VERSTETIGUNG DER FEIERABENDMÄRKTE

Unterstützung für die Organisation gewinnen

30 EINLADUNG ZUM FEIERABENDMARKT

Anmeldeunterlagen für Ausstellende

32 ZEITSTRAHL

Planungsübersicht für Neue und Profis

33 IMPRESSUM BILDNACHWEIS

34 NOTIZEN

Platz für Gedanken





DIE VIELFALT IHRER REGION ERLEBBAR MACHEN



FEIERABENDMÄRKTE EINRICHTEN

VON DER IDEE ZUR GELUNGENEN VERANSTALTUNG

EINLEITUNG

Feierabendmärkte sind eine gute Gelegenheit den Wochenmarkteinkauf mit einem leckeren Abendbrot, kleinen Snack oder Feierabendgetränk zu verbinden. Oder auch Initiativen und ihr Engagement aus der Region kennenzulernen, neue Produkte zu kosten und die Betriebe dahinter zu entdecken. Eine gelungene Kombination aus Einkauf und Bummel, sich informieren und entspannt den lokalen Musikerinnen und Musikern lauschen.

Einen Feierabendmarkt auf die Beine zu stellen, gelingt allerdings nicht im Alleingang. Ein Netzwerk aus Ausstellerinnen und Ausstellern, ehrenamtlich aktiven Gruppen, Organisatorinnen und Organisatoren sowie politischen Entscheidungsträgerinnen und -trägern der beteiligten Städte ist eine gute Basis, und nötig, um die umfangreiche Planung und Umsetzung gemeinsam zu gestalten.

Im Kreis Höxter wurden die Feierabendmärkte primär durch Projekte der Bürgerinitiative Lebenswertes Bördeland und Diemeltal e.V. (BI) initiiert: Der Start erfolgte im Jahr 2018 mit dem Projekt „Warburg ist – Nachhaltig ernähren: Klima schützen“, gefördert von der Nationalen Klimaschutzinitiative des Bundesumweltministe-



riums. Das Projekt lief bis Ende 2019 und beinhaltete neben Erzeugerinnen-Verbraucherinnen-Dialogen und Umweltbildungseinheiten an Grundschulen im Warburger Raum die Einrichtung der Feierabendmärkte in Warburg.

Handlungsleitfaden für Feierabendmärkte im ländlichen Raum

Es entstand der Wunsch, das Konzept der Feierabendmärkte nach dem gelungenen Start weiter zu verbreiten und es in Warburg nach Ende der ersten Projektförderung auf eigene Beine zu stellen. Dazu wurde über das EU-Förderprogramm LEADER Ende 2019 ein weiteres Projekt beantragt: „Kulturland isst – Nachhaltig ernähren: Region entwickeln und Klima schützen“. Von Anfang 2020 bis Mitte 2022 wurden im Rahmen dieses Projekts die Feierabendmärkte in Warburg verstetigt und das Konzept in zwei weiteren Städten – Beverungen und Brakel – neu etabliert.

Diese Broschüre bündelt die bisherigen Erfahrungen und kann als Handlungsleitfaden und Ideensammlung für die Einrichtung von Feierabendmärkten im ländlichen Raum verstanden werden. Die Expertise der Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der BI als Herausgeberin dieser Broschüre beschränkt sich auf die Einrichtung von Feierabendmärkten in Klein- bzw. Mittelstädten.

Um einen Feierabendmarkt erfolgreich einzurichten, sind nach unserer Erfahrung verschiedene Arbeitsschritte unerlässlich. Diese Arbeitsschritte, von der Idee bis zur finalen Veranstaltung, stellen wir in dieser Broschüre vor. Ergänzt haben wir sie um Tipps aus den Erfahrungen, die wir bei den Veranstaltungen gesammelt haben.



DER FEIERABENDMARKT - DIE IDEE

Bevor es in die Umsetzung und eigentliche Planung eines Feierabendmarktes geht, steht zunächst die Idee der Einrichtung im Raum. Welche Ziele stecken eigentlich hinter einem Feierabendmarkt?

Für uns sind das die Folgenden:

- Vermarktungsoptionen schaffen für regionale (kleinbäuerliche) landwirtschaftliche Betriebe, die (ggf. als Neu-Einstieg) in der Direktvermarktung aktiv sind
- Wochenmärkte ins Bewusstsein weiterer Zielgruppen rufen
- Stärkung der eigenen Region (in unserem Fall der Kreis Höxter) durch Stärkung regionaler Anbieterinnen und Anbieter von Lebensmitteln und Schaffung eines Beitrags zur Lebensqualität der Bewohnerinnen und Bewohner
- Eine Informations-/Vermarktungsplattform schaffen für regionale Vereine und Initiativen, die zu den oben genannten Themen passen
- Eine Plattform für regionale Musikerinnen und Musiker (Künstlerinnen und Künstler) bieten
- Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement vorstellen und erlebbar machen
- Bewusstseinsvermittlung von Konsumententscheidungen
 - Mehrwert von saisonalen und regionalen Produkten
 - Fleischkonsum reduzieren
 - Müllvermeidung
 - Lebensmittelverschwendung reduzieren
 - Upcycling, Recycling
 - Konsum und Klimaschutz
 - mehr Zielgruppen den Einkauf im Wochenmarktformat zugänglich machen



Feierabendmärkte können Innenstädte beleben, im Jahresverlauf attraktive Veranstaltungshighlights setzen oder – und das ist die Hauptidee dahinter – den Einkauf von frischen, regionalen Produkten in einer neuen Zeitspanne ermöglichen. Die Gestaltungsoptionen sind vielfältig und auch der Umfang und die Zusammensetzung des Angebots können individuell angepasst werden.

Der „rote Faden“ der Nachhaltigkeit

Gerade bei einer Übertragung des Konzepts in der näheren Umgebung bzw. der Abgabe der Organisation der Märkte an andere Initiativen ist uns wichtig, dass dieser „rote Faden“ der Nachhaltigkeit bei den Feierabendmärkten erkennbar bleibt.

Ein Feierabendmarkt soll keine Veranstaltung à la Foodtruck-Festival werden, wo Menschen „nur“ zum Essen zusammenkommen. Der Einkauf regionaler Produkte und die Bewusstseinsvermittlung sollten immer den Schwerpunkt bilden und durch Info- sowie Essenstände ergänzt werden.

Wer sollte zu diesem Zeitpunkt der Ideenstreuung schon ins Boot geholt werden? Nach unserer Erfahrung lässt sich sagen, dass Absprachen mit allen Entscheidungsträgerinnen und -trägern in den beteiligten Städten bzw. Ortschaften unerlässlich sind.

Die Finanzierung muss geklärt werden und es sollte abgesprochen werden, wer die eigentliche Organisation in die Hand nimmt und wer letztendlich entscheidungsbefugt ist. Die Idee allein als gute Idee ist nicht genug. Die Organisationspersonen allein können noch keinen Feierabendmarkt aufbauen – das Herzstück sind die Ausstellerinnen und Aussteller aus der Region, die motiviert sind, auf dem Feierabendmarkt ihre lokalen Produkte anzubieten oder auszustellen.

Dabei müssen nicht alle Produkte Lebensmittel sein, dies war aber stets unser Hauptfokus, da die Vermittlung der Auswirkungen von Ernährungsentscheidungen unserer Meinung nach ein wichtiges Stück Aufklärungsarbeit leistet für den Kampf gegen den Klimawandel und zum Erhalt unserer Region.

ABSPRACHE MIT VERANTWORTLICHEN

bei den Städten und der Wochenmarktleitung



Sobald die Idee der Einrichtung von Feierabendmärkten steht, ist es an der Zeit mit den Verantwortlichen in den beteiligten Städten Kontakt aufzunehmen. Aus unserer Erfahrung lässt sich sagen, dass zunächst immer die Bürgermeisterinnen und Bürgermeister angesprochen werden sollten, auch wenn letztendlich die weitere Kommunikation ggf. über andere Stellen läuft.

Wichtig ist hier: die Marktleitung der ggf. bestehenden Wochenmärkte sollte unbedingt eingebunden werden, da hierüber ein erster Grundstock an Ausstellerinnen und Ausstellern auf kurzem Wege kontaktiert werden kann und natürlich bereits Expertise vorhanden ist und ein Gefühl für die Standbetreibenden und ihre Waren.

Verantwortlichkeit und Rollen klären

Hier ist es nun wichtig abzusprechen, wer für die Planung der Feierabendmärkte welche Rolle innehat und wer für die Organisation verantwortlich ist. Liegt die Hauptverantwortung bei der Stadt oder angegliederten Organen selbst oder bei einer Initiative oder Gruppe von Ehren-

amtlichen? Wer ist die einladende Instanz? Sofern allen Beteiligten die eigene Rolle bewusst ist, lassen sich Verantwortlichkeiten auch gut aufteilen. Wichtig ist dann noch eine gute und flüssige Kommunikation während der Planungsphase und der Veranstaltung selbst.

Gerade am Veranstaltungstag eines Feierabendmarktes sind einige helfende Hände nötig. Daher sollte darauf geachtet werden, das Organisationsteam nicht zu klein zu halten (optional: Helferinnen und Helfer für den Veranstaltungstag organisieren).

Es kann natürlich auch sein, dass die Idee direkt in der Stadt bzw. Verwaltung einer Kommune entwickelt wird. In dem Fall kann dieser Punkt übergangen werden. Die BI hat bisher Erfahrung in der Organisation der Feierabendmärkte als „externe“ Instanz gesammelt und möchte diese weitergeben.

Wie auch immer sich das eigentliche Organisationsteam zusammensetzt: ein Treffen mit allen Beteiligten zur Abklärung der Ziele und Zuständigkeiten durchzuführen, ist in jedem Fall hilfreich. Wichtiger Input kann erfolgen durch: Bürgermeister oder Bürgermeisterin mit ihren Vertreterinnen oder Vertretern, Personen, die potentiell die Organisation des Feierabendmarktes übernehmen sollen, Marktleitung, Wirtschaftsförderung, Werbegemeinschaft, Stadtmarketing, Tourismusbüro, Beraterinnen und Berater...





**REGIONALE
PRODUKTE
MACHEN DEN
REIZ EINES
FEIERABEND-
MARKTES AUS**



ORGANISATION UND FINANZIERUNG

Hat eine Stadt das Eigeninteresse einen Feierabendmarkt auszurichten, werden bestimmt auch finanzielle Mittel aus dem städtischen Haushalt in einem gewissen Umfang zur Verfügung gestellt werden können.

Wenn die Idee und Organisation von anderer Seite kommt, kann die finanzielle Lage aber vielleicht anders aussehen. Zunächst ist essentiell, welche Kosten überhaupt bei einem Feierabendmarkt entstehen.

Aus Erfahrung kann die BI hier vorstellen, welche Kosten bei den bisherigen Feierabendmärkten in Warburg, Brakel und Beverungen auf die Veranstalterinnen und Veranstalter zukamen:



- **Personalkosten für die Organisation**

Zu prüfen: gibt es bei der Stadt/
Verwaltung/an anderer Stelle
Kapazitäten für die Organisation?
Besteht ggf. die Möglichkeit, dass
Ehrenamtliche sich engagieren möchten?

- **Fahrtkosten** für die organisierenden
Personen

- **Veranstaltungskosten**

Ausleihe Sitzgelegenheiten
Ausleihe Geschirrmobil
Ggf. Ausleihe Zelte/Pavillons
Strom- und Wasserkosten
Ausleihe und Aufbau Technik
Bezahlung Musikerin, Musiker oder Band
Je nach Musik-Repertoire:
GEMA Gebühren
Gebühren für Straßen-/Platzsperrungen
ggf. Toilettenwagen

- **Marketingkosten** für Flyer und Plakate,
ggf. für Werbeanzeigen und Layout

- **Helferinnen und Helfer** für die Betreuung
des Geschirrmobils

Zu prüfen: stehen „intern“ (= aus den
Kreisen des Organisationsteams)
Personen hierfür zur Verfügung?

- Optional: Ausleihe und Aufbau Bühne
- Optional: Helferinnen und Helfer für Auf/
Abbau
- Optional: Kosten für Fotograf oder
Fotografin
- Optional: Personal- oder Sachkosten für
Programm
- Optional während der Corona-Pandemie:
Kosten für Einzäunung des Veranstaltungs-
geländes und Security Dienst



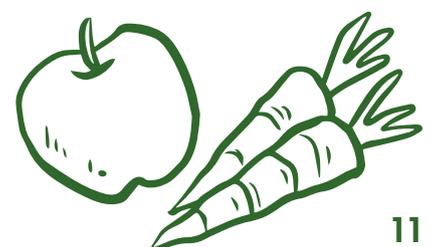
Um für diese Kosten aufkommen zu können, benötigt das Organisationsteam in der Regel Unterstützung. Diese kann von verschiedenen Seiten kommen und hängt von den Gegebenheiten in der jeweiligen Kommune ab:

- Gibt es **Eigenkapital der Stadt**, der Werbegemeinschaft vor Ort oder des Stadtmarketings, das für die Organisation zur Verfügung gestellt werden kann?
- Gibt es ggf. **Vereine**, die sich engagieren wollen/können?
- Welche **Förderprojekte** könnten eine Rolle spielen?
- **LEADER-Förderung** wie im Kreis Höxter ist ggf. interessant für neue Städte, allerdings muss auch hier der Eigenanteil von 35% berücksichtigt werden.
- Gibt es **Sponsoren**, die angesprochen werden könnten? Vielleicht könnten auch einzelne Ausgabenpositionen durch ein Sponsoring ersetzt werden (z.B. die Sitzgelegenheiten von einem Getränkelieferanten sponsoren lassen)

Die BI und die Städte wurden immer wieder gefragt: gibt es denn keine Standgebühren für die Ausstellerinnen und Aussteller?

Bisher war es bei allen Feierabendmärkten, die durch die BI veranstaltet wurden, so, dass keine Kosten auf die Ausstellerinnen und Aussteller umgelegt wurden. Das Format neu einzurichten ist ein Marathon und kein Sprint. Zur Etablierung braucht es aus unserer Sicht Geduld und niederschwellige Teilnahmebedingungen.

Solange nicht die Mehrheit der Stände zurückmeldet, dass sie bei einem Feierabendmarkt ein gutes Geschäft machen, sehen wir Standgebühren eher als hinderlich an. Gerade weil die Feierabendmärkte auch zum Ausprobieren der Direktvermarktung einladen sollen, wären Standgebühren abschreckend für Betriebe, die bisher noch gar nicht auf Märkten aktiv sind.

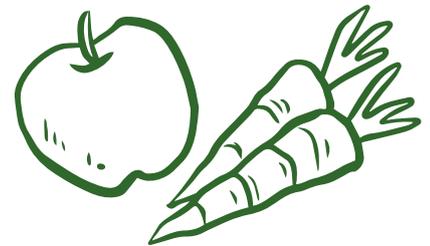


AKTIVE ANSPRACHE VON AUSSTELLERINNEN UND AUSSTELLERN

- **Grundstock an Ausstellerinnen und Ausstellern suchen:** zuerst Betreiberinnen und Betreiber des Wochenmarktes ansprechen: möchten sie dabei sein? Falls nein: Gründe erfragen – lässt sich das Konzept so anpassen, dass sie dabei sein können? – sie sind eine primäre Zielgruppe und könnten einen „Heimvorteil“ bekommen (z.B. ihren regulären Standplatz, falls möglich)
- **Sortiment beachten:** Dopplungen bereichern das Sortiment - es sollte beim Standplan allerdings darauf geachtet werden, die Stände mit dem gleichen/einem ähnlichen Angebot strategisch gut zu platzieren. Außerdem unbedingt bei der Anmeldung kommunizieren, wenn es schon einen Stand mit ähnlichem Angebot gibt. Ggf. könnten sich die Stände auch mit einer Teilnahme abwechseln
- **Breites Sortiment abdecken,** im besten Fall sind Grundnahrungsmittel alle einmal vertreten und werden ergänzt durch passende Infostände/Mitmachstände und mindestens einen Getränkestand. Da die Veranstaltung vom Nachmittag in den Abend übergeht, bietet es sich an, sowohl warme Getränke wie Kaffee/Tee und Kuchen im Angebot zu haben, als auch Kaltgetränke und eine Auswahl herzhafter regionaler Gerichte
- **Stände mit regionalen Handwerksprodukten** können zusätzlich ergänzen

Wenn es schwierig ist, ausreichend Ausstellerinnen und Aussteller für die Teilnahme zu begeistern, bzw. das Konzept einfach noch sehr neu und unbekannt erscheint, bietet sich an, eine Veranstaltung zur Konzeptvorstellung durchzuführen.

Hierzu sollten mögliche Standbetreiberinnen und -betreiber eingeladen und ein Termin in den Abendstunden gewählt werden, sodass diese auch (neben ihrer beruflichen Tätigkeit) die Gelegenheit haben, teilzunehmen.



WICHTIG: ROTER FADEN Was wird von den Ausstellerinnen und Ausstellern gewünscht?

Oft haben die Organisationspersonen schon eine recht genaue Vorstellung davon, wie der Feierabendmarkt abläuft, wer teilnehmen sollte/könnte und wie Nachhaltigkeit gut umgesetzt werden kann. Dies sollte transparent vermittelt werden!

Vor allem die Wünsche an die Ausstellerinnen und Aussteller, was Müllvermeidung, Produktplatzierung und die Darstellung des Regionalitätsgedankens angeht, sollten von Anfang an kommuniziert werden. Schleicht sich erst einmal das Einweggeschirr auf die Veranstaltung, ist es schwieriger im weiteren Verlauf wieder davon Abstand zu gewinnen.

ÖA: PRESSEBERICHT ZUR IDEE DER EINRICHTUNG, AUFRUF ZUR EHRENAMTLICHEN BETEILIGUNG

Um die Idee prägnanter zu machen und über die bereits bestehenden Kontakte hinaus weitere Ausstellerinnen und Aussteller zu erreichen, bietet es sich an, einen Pressebericht zu schreiben.

Hier kann das Konzept noch einmal vorgestellt und ggf. sogar die Konditionen für eine Teilnahme bekannt gegeben werden (kostenfreie Standplätze, regionaler Bezug, gewünschte erfüllte Kriterien...). Am Ende sollte der Aufruf bzw. eine Einladung an die Interessierten gerichtet werden, teilzunehmen.

Dies ist erst einmal nur ein genereller Aufruf, solange Ort und Datum des genauen Feierabendmarktes noch nicht feststehen. Frühzeitige Kontaktaufnahme hilft aber, dass für die eigentliche Veranstaltung genügend motivierte Betriebe dabei sind. Wichtig: Kontaktinfos des Organisationsteams anfügen!

Falls eine Veranstaltung zur Konzeptvorstellung vorgesehen ist, bei der sich Interessierte informieren können, Fragen beantwortet und Kontakte geknüpft werden, könnte die Presse dazu eingeladen werden.



TIPP:

Örtliche Vereine und Einzelpersonen zur Teilnahme motivieren: Landfrauen, Caritas, Diakonie, Geflüchteten-Initiativen (z.B. Verein Zweite Heimat Warburg), Nähvereine, Klimamanager, Imkerverein, Schüler- und Schülerinneninitiativen, Bürgerinitiativen, Recyclingcafé (z.B. in Brakel), NABU, BUND, Handwerksbetriebe/Hobbyhandwerkerinnen und -Handwerker: Metallverarbeitung, Holzkunst, fair gehandelte Produkte: Eine-Welt-Laden oder Initiativen, Umweltbildungseinrichtungen, Umweltaktive (z.B. Aktion Hummelwiese Hampenhausen), Verbraucherzentrale, Energie- und Mobilitätsberatung.





EINRICHTUNG EINER ARBEITSGRUPPE

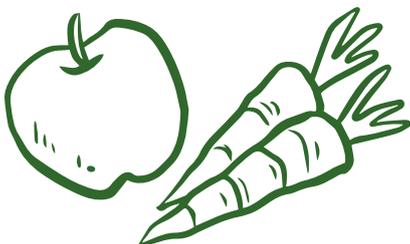
Gibt es bereits von Anfang an Interessierte, die sich ehrenamtlich für die Feierabendmärkte engagieren möchten, die aber ein bisschen Unterstützung bzw. Anleitung brauchen? Oder bildet sich vielleicht aus den Reihen der Ausstellerinnen und Aussteller eine Gruppe heraus, die gerne die weiteren Feierabendmärkte inhaltlich mit planen möchten?

Die Einrichtung einer Arbeitsgruppe, die die Gestaltung der Feierabendmärkte zusätzlich zum Organisationsteam bereichert, kann sehr hilfreich sein. Gerade wenn sich dort Personen zusammenfinden, die gute Ortskenntnis haben, vielleicht sogar den ein oder anderen Geheimtipp für die Organisation wissen, oder einfach durch den Austausch zur Schwarmintelligenz beitragen. So können unzählige Stunden an Recherche oder Telefonaten für das Organisationsteam vermieden werden.

Arbeitsgruppe hilfreich, aber kein „muss“

In Warburg hatte sich schon einige Zeit vor Veranstaltung des ersten Feierabendmarktes eine solche AG zusammengefunden, die von der BI geleitet wurde, und bedeutend zur Gestaltung des ersten und der weiteren Feierabendmärkte beigetragen hat. Die AG kann sich mit einiger Vorlaufzeit vor jedem Feierabendmarkt treffen, um die Planung gemeinsam anzugehen, bzw. Aufgaben aufzuteilen.

Allerdings ist eine solche Arbeitsgruppe kein „muss“. Laufen die Vorbereitungen für einen Feierabendmarkt sowieso gut oder gibt es ein großes Organisationsteam bzw. Hauptamtliche, die sich gut um alles kümmern können, kann die Arbeitszeit, die in die Vorbereitung der AG-Treffen fließt, womöglich besser eingesetzt werden.





FESTLEGUNG DES ORTES UND TERMINFINDUNG MIT BETEILIGTEN

Die Ortslage bestimmt sich in der Regel durch das Gelände auf dem schon der Wochenmarkt in der jeweiligen Stadt/Gemeinde stattfindet. Dieser Ort ist aus unserer Sicht ein guter Veranstaltungsort, da so der direkte Link zum wöchentlichen Lebensmitteleinkauf auf dem Wochenmarkt gegeben ist.

Die Besucherinnen und Besucher stellen im Kopf direkt die Verbindung zum Einkauf auf dem Wochenmarkt her und freuen sich über die zusätzlichen Möglichkeiten, die der Feierabendmarkt bietet.

Falls dieser Ort nicht in Frage kommt oder es keinen Wochenmarkt gibt, kann auch ein anderes Gelände mit schöner Atmosphäre genutzt werden.

Wochenmarkt und Ort mit schönem Ambiente

Vielleicht gibt es sogar einen innerstädtischen Ort, der mehr genutzt werden sollte, oder in Szene gesetzt und mehr honoriert werden könnte? Ein Feierabendmarkt ist eine gute Gelegenheit neue Plätze einzuweihen oder bestehenden Plätzen eine zusätzliche neue Funktion zu übertragen.

Ein historischer Platz, der an den Seiten eingefasst ist oder andere bauliche Besonderheiten hat, bietet sich oft an, weil er eine schöne Atmosphäre schafft. Das Gelände der Kulturscheune in Ottbergen ist hier ein gutes Beispiel oder auch der Marktplatz in der Altstadt in Warburg.

Terminfindung

Die Termine haben sich in der Vergangenheit stets in den Sommermonaten befunden, weil hier mit besserem Wetter zu kalkulieren war. Aufenthaltsqualität ist bei wärmeren Temperaturen leichter zu gewährleisten.

Wenn mehrere Termine im Jahr in der Stadt/Kommune geplant sind, bietet sich ein gleichbleibender Abstand an, um in einen gewissen Rhythmus zu kommen (Bsp. Warburg: geplant sind jeweils 3 Märkte pro Jahr im Mai, Juli und September).

Die Termine sollten mit der Verwaltung abgestimmt werden, sodass sie in den Jahreskalender gut eingebunden werden können und keine Überschneidungen mit anderen Events stattfinden.

GENEHMIGUNGEN UND VERSICHERUNG

Kontaktaufnahme bei den Ämtern

Wenn die Organisation als externe Initiative erfolgt, muss die Veranstaltung beim zuständigen Ordnungsamt angemeldet werden. Veranstaltet die Stadt selbst den Feierabendmarkt, wird sich innerhalb der Verwaltung abgestimmt werden. Wichtig ist, dass die Anmeldung frühzeitig erfolgt, damit über die Verwaltung ggf. nötige Straßensperrungen oder Platzsperrungen beantragt werden können, sowie das „ok“ des Gesundheitsamtes in Höxter eingeholt werden kann.

Bei der Anfrage zur Genehmigung sind folgende Infos mitzusenden:

- genauer Ort, Datum und Uhrzeit der Veranstaltung
- Verantwortliche, bzw. Organisationsteam
- Beantragung der Straßensperrung/Parkplatzsperrung
- Anhängen des Hygienekonzepts, das beim Markt Anwendung findet
- Ggf. Besonderheiten, z.B. falls eine Kochshow geplant ist für die besondere Hygienebestimmungen einzuhalten sind

1-2 Wochen vor dem Veranstaltungstag selbst sollte dann noch einmal der genaue Standplan an das Ordnungsamt gesendet werden, um auch diesen bewilligen zu lassen. Wichtig: Wenn an Ständen mit Gas gearbeitet wird, muss dies angemeldet werden und am Veranstaltungstag selbst von der Feuerwehr abgenommen werden. Die Anmeldung bei der Feuerwehr läuft in der Regel über das zuständige Ordnungsamt.

Natürlich plant niemand eine Veranstaltung und geht davon aus, dass dort Personen- oder Sachschaden auftreten könnte.

Dennoch sollte hier lieber Vorsicht als Nachsicht gelten und frühzeitig eine Veranstaltungsversicherung abgeschlossen werden.

Es lohnt sich, im Vorfeld das Gespräch mit der Stadt zu suchen und zu erfragen, ob es bereits eine generelle Veranstaltungshaftpflicht der Stadt gibt, über die die Veranstaltung laufen könnte. Je nachdem, wessen Versicherung greifen soll, muss bei der Bewerbung bzw. Beantragung von Genehmigungen ersichtlich sein, dass die versicherte Initiative/Person auch Veranstaltungsorganisation ist.

Für den Ausschank alkoholhaltiger Getränke ist die Einholung einer Ausschankgenehmigung des Ordnungsamtes essentiell und weiterhin die Bereitstellung einer WC-Anlage.



EINLADUNG AUSSTELLERINNEN UND AUSSTELLER



Wenn Ort und Datum festgelegt sind, sollten die Ausstellerinnen und Aussteller schriftlich oder per E-Mail eingeladen werden. Der Hauptfokus sollte hier auf den landwirtschaftlichen Betrieben in der Region bzw. den Marktbesucherinnen und -beschickern und den Lebensmittelhandwerkerinnen und -handwerkern liegen.

Bei der Einladung sollte direkt ein Abfragebogen mitgesendet werden (am besten auch elektronisch ausfüllbar), welche Produkte/Infos die Person mitbringt und was an Standausstattung benötigt wird:

- Strom- und Wasseranschluss, Starkstrom?
- Platzangebot?
- Weiteres Equipment?
- Gibt es Besonderheiten, die am Stand eine Rolle spielen (z.B. Höhe der Aufbauten, kann nur in eine Richtung ein-/ausgefahren werden, wird mit Gas gearbeitet etc.)

Im Vorfeld sollte vom Organisationsteam geklärt werden, ob es Equipment gibt, das den Ausstellerinnen und Ausstellern zur Verfügung gestellt werden könnte. Eine Möglichkeit könnte sein, über eine zentrale Stelle Equipment zu besorgen, von dem alle eine gewünschte Anzahl beziehen können, z.B. Pavillons, Stehtische, Biertischgarnituren, Schirme...

Genug Zeit zwischen Anmeldungen und Markt einplanen

Eine Deadline sollte nicht zu spät vor der eigentlichen Veranstaltung zur Einreichung des Anmeldebogens gesetzt werden, damit genügend Zeit zur Erstellung des Standplans und der weiteren Planung bleibt.

Falls es sich abzeichnet, dass nur eine sehr kleine Anzahl an Ständen „von sich aus“ angemeldet wird, bietet es sich an, in die telefonische Akquise einzusteigen. Die Vorteile eines Feierabendmarktes können im persönlichen Gespräch herausgestellt und zur Teilnahme motiviert werden.

Gerade im persönlichen Gespräch ist dann auch möglich, den roten Faden noch einmal zu erwähnen bzw. was sich die Organisation von Ausstellerinnen und Ausstellern wünscht:

- Keine Plastiktüten/Müll
- Kein Einweg-Geschirr
- Nachhaltige Alternativen mitdenken und eigeninitiativ einbringen
- Bereitschaft, mitgebrachte Dosen und Taschen zu füllen
- Probierangebote (falls corona-konform möglich), um die Besucherinnen und Besucher anzulocken und Produkte vorzustellen
- Gegenseitig voneinander Rohstoffe für die verkauften Produkte beziehen
- Sichtbar machen, woher die Produkte kommen
- Den Mehrwert regionaler Produkte mit Infotafeln oder Hinweisen erläutern (Vorlagen anbieten)

ÖA: AUFRUF IN DER PRESSE ZUR BETEILIGUNG

Zu diesem Zeitpunkt in der Vorbereitungsphase kann gut ein konkreter Aufruf zur Beteiligung gestartet werden. Schönes Bildmaterial von vergangenen Feierabendmärkten kann als Lockmittel verwendet werden, um Ausstellerinnen und Aussteller zu motivieren. Gleichzeitig hilft eine erneute Erwähnung in der Presse, Spannung bei den Besucherinnen und Besuchern zu erzeugen und zu halten.

Liegen Cafés, Restaurants, Geschäfte oder thematisch passende Läden am Veranstaltungsort?

Der Veranstaltungsort selbst ist oft mitten in der Stadt, bzw. in einer Fußgängerzone oder Einkaufsstraße. Hier bietet es sich an, einmal die Umgebung zu checken: welche Läden oder Gastronomie befinden sich in der Nähe? Können sie eingebunden werden?

In jedem Fall sollten alle umliegenden Geschäfte (z.B. durch die Werbegemeinschaft oder durch direkte Ansprache) informiert werden, damit sie die Möglichkeit bekommen, sich beteiligen zu können. Gerade die Gastronomie

könnte verstärkt angesprochen werden, ob sie eine besondere Karte, ein besonderes Gericht oder Getränk oder eine Aktion zur Veranstaltung beitragen möchte.

Ansprache potentieller Gruppen/Vereine für Infostände

Viele thematisch passenden Gruppen und Vereine kennen im Kreis Höxter bereits die Feierabendmärkte. So sind verschiedene Ortsgruppen der Landfrauen sehr aktiv, die Klimamanager, die Diakonie und Geflüchtetenvereine, mehrere Imker, Sportvereine und Umweltinitiativen. Es gibt aber bestimmt weitere sehr passende Aktive, die bisher noch nicht teilgenommen haben.

Durch das Netzwerk werden immer wieder neue Initiativen bekannt, aber die aktive Anfrage bei bestehenden Gruppen bzw. Initiativen bleibt dadurch nicht aus.

Es bietet sich an, in den Städten nachzufragen, welche Initiativen und Vereine dort bekannt sind. Gibt es in der Region etablierte Frühlingstfeste/Stadtfeste wo Aussteller zu finden sein könnten, die auch zu einem Feierabendmarkt gut passen?

Hier könnte im persönlichen Gespräch eingeladen werden. Auch ein Blick in die sozialen Medien kann hilfreich sein. So lässt sich z.B. über Instagram gut recherchieren und einfach Kontakt aufnehmen.

Gerade Mitmachaktionen, die Kinder und Jugendliche interessieren, sind ein großes Plus für Feierabendmärkte. Wenn auch jüngeres Publikum angesprochen wird, werden die neuen Zielgruppen, wie z.B. junge Familien, noch besser erreicht.



GESCHIRRMOBIL BUCHEN, PERSONAL FÜR GESCHIRRMOBIL-BETREUUNG SUCHEN

Die Geschirrmobile im Kreis Höxter werden zentral vom Kreis verwaltet und sind in Fürstenau stationiert. Bei frühzeitiger Buchung hatte die BI bisher keine Probleme für Veranstaltungen unter der Woche die Geschirrmobile zu erhalten.

Die Ausstattung ist absolut ausreichend (auch vom kleinen Geschirrmobil), sofern eine gute Betreuung des Mobils gegeben ist und ausreichend Personal zur Verfügung steht, um Geschirr nach dem Waschen wieder zu den Ständen zu transportieren.

Um das Geschirr gut in den Einsatz zu bringen, hat sich die BI ein Pfandsystem überlegt: Jeder Stand, der Geschirr im Einsatz hat, bekommt dieses gegen 2 Euro je Teller + Besteck (z.B. ein Suppenteller mit Löffel = 2 Euro, oder 1 flacher Teller mit Messer und Gabel = 2 Euro) ausgeliehen.

Am Stand bezahlen die Kundinnen und Kunden dann das jeweilige Gericht und zusätzlich die Pfandsumme. Bei Abgabe des dreckigen Geschirrs am Geschirrmobil bekommen die Besucherinnen und Besucher dann ihr Pfandgeld zurück. Dieses Konzept hat bisher gut funktioniert und war für alle umsetzbar.

Ausreichend Personal für Geschirrmobil berücksichtigen

Da nicht jeder Stand, der Essen und Getränke anbietet, mit viel Personal ausgestattet ist, hat es sich in der Vergangenheit bewährt, dass das Personal des Geschirrmobils ab und zu während des Marktes frisches Geschirr (wiederrum gegen Pfand) zu den Ständen bringt. Dies ist nur möglich, wenn ausreichend Personal zur Verfügung steht.

WICHTIG:

Die Abholung und Rückgabe des Geschirrmobils ist je nach Einsatzort einigermaßen zeitintensiv. Die Strecke Warburg - Fürstenau und zurück kann bei langsamer Fahrt mit dem Anhänger schon einmal knapp eine Stunde dauern. Hier ist unbedingt eine gute Planung vonnöten und Personal zur Abholung und Rückgabe. Im besten Fall ist für diese Aufgabe nicht das eigentliche Organisationsteam verantwortlich. Die sichere Abstellung des Geschirrmobils über Nacht bis zur Rückgabe am nächsten Morgen sollte gewährleistet sein.



PLANUNG DES PROGRAMMS UND DES AMBIENTES

Ein Feierabendmarkt steht und fällt mit dem Angebot, d.h. mit den Ausstellerinnen und Ausstellern, bzw. den Infoständen und ggf. teilnehmenden umliegenden Geschäften. Doch auch das Ambiente und das Programm macht einiges an Aufenthaltsqualität aus.

Eine entspannte Hintergrundmusik oder musikalische Highlights durch Livemusik wie Kapellen oder Auftritte von Musikschulen verleiten zum Bleiben und Lauschen. Wenn dann noch Sitzgelegenheiten und (bei schlechtem Wetter oder starker Sonne) Schirme aufgestellt sind, wird es den Besucherinnen und Besuchern zusätzlich bequem gemacht.



(Mitmach-)aktionen für Jung und Alt

Programmpunkte – vor allem für Kinder – schaffen Attraktionen und Kurzweiligkeit. Diese können ganz unterschiedlicher Natur sein: Hüpfburg, Seifenblasenkünstler, klimapolitischer Liedermacher, Schnippelparty, regionale Brotzeit, Glücksrad, Verlosungen, Bastel- oder Upcycling-Aktionen o.ä..

Wenn für die Programmpunkte Externe angefragt werden, muss dies natürlich im Budget berücksichtigt werden. Vielleicht können aber auch Vereine eingebunden werden. Z.B. haben die Landfrauen oft tolle Aktionen für Kinder veranstaltet.

Programm: wie offiziell soll die Veranstaltung sein? Möchte jemand von den Organisatorinnen und Organisatoren einleitend ein paar Worte sagen?

- Grußwort des Bürgermeisters
- Welche Art musikalischer Untermalung?
 - DJ
 - Livemusik
 - Band
 - Musikschule/ Musikverein/ Spielmannzug
 - Solokünstler

Welche weiteren (festen) Programmpunkte?

- Verlosungen
- Versteigerungen von Fundstücken
- (Pflanzen-)Flohmarkt
- Sammelstellen für Recycling
- Aktionen gemeinsam mit dem Einzelhandel

WERBUNG & MARKETING

Sobald alle wichtigen Infos feststehen, kann die Phase der Werbung gestartet werden. Natürlich sollten Ort, Datum und Uhrzeiten auf den Bewerbungsmaterialien genannt werden.

Je nachdem, welches Programm geplant ist, kann dieses auch auf einem Flyer oder Plakat vermerkt werden. Außerdem können besondere Highlights (z.B. eine Kooperation oder ein Programmpunkt) platziert werden. Falls der Feierabendmarkt durch Sponsoring unterstützt wird, können die Logos z.B. auch auf den Bewerbungsmaterialien untergebracht werden.

Sollte die Finanzierung der Feierabendmärkte über eine Projektförderung laufen, muss hier sehr wahrscheinlich darauf geachtet werden, dass auf allen im Rahmen dieser Förderung erstellten Materialien das Förderlogo platziert wird.

Eigenes Logo und Layout für die Werbematerialien

Bereits im Jahr 2018 hat sich das heutige Layout für die Flyer und Plakate vieler Feierabendmärkte im Kreis Höxter abgezeichnet.

Der Wiedererkennungswert für die Feierabendmärkte hat sich insofern verstetigt, dass nach Warburg auch Beverungen und Brakel das Layout für Flyer und Plakate übernommen haben und sogar die Logos (bewusst) ähnlich gehalten wurden. Aus Sicht der BI trägt das Layout dazu bei, den roten Faden der Veranstaltungen zu erhalten und auf den ersten Blick den Feierabendmarkt einordnen zu können.

Nach der Erstellung des Layouts kommt noch der Druck und das Verteilen der Flyer und Plakate auf das Organisationsteam zu. Daher lieber frühzeitig um das Layout kümmern, da nach der Erstellung noch 1-2 Wochen für den Druck und die Verteilung eingeplant werden müssen.

Gibt es Veranstaltungsreihen, wo der Feierabendmarkt/die Feierabendmärkte eingebunden werden könnten? Dies ist zusätzlich eine schöne Möglichkeit zur Bewerbung.



PRESSETERMIN

Ein neu eingerichteter Feierabendmarkt ist definitiv Grund genug, in der lokalen Presse erwähnt zu werden. Um ein gelungenes, aussagekräftiges Foto zu den Infos im Artikel beizusteuern, lohnt sich – vor allem bei den ersten neuen Märkten – auf jeden Fall auch ein Pressetermin.

Hierzu haben wir als BI es in der Vergangenheit so gehandhabt, dass die jeweils ausrichtende Stadt ihren Presseverteiler eingeladen hat, und zusätzlich wurden über uns oder Mit-Organisatorinnen und -Organisatoren die Ausstellerinnen und Aussteller eingeladen.

Gerade im Herbst gibt es viele Feldfrüchte, die sich für solch ein Pressefoto eignen, aber auch zu jeder anderen Jahreszeit können die Ausstellerinnen und Aussteller sich und ihre Produkte auf dem Pressefoto platzieren. So bekommen die Leserinnen und Leser einen guten ersten Eindruck vermittelt, was sie auf dem Feierabendmarkt erwartet. Sponsorinnen und Sponsoren könnten zu solch einem Pressetermin ebenfalls eingeladen und mit auf dem Foto abgebildet werden.

TIPP:

Die Presse möchte natürlich nicht nur ein Foto machen, sondern den Artikel auch mit Inhalt füllen. Damit alle Namen richtig geschrieben werden, bzw. falls ein komplettes Angebot der Stände abgedruckt werden soll, bietet sich die Vorbereitung eines kurzen Textes mit den wichtigsten Infos zum Projekt bzw. der Veranstaltung an. Gibt es etwas Besonderes auf dem Feierabendmarkt? Ein besonderer Aussteller, ein ganz neues Produkt, ein kulturelles Highlight? Ein interessanter „Aufhänger“ erleichtert dem Redakteur oder der Redakteurin die Arbeit.

Sollte die Veranstaltung im Rahmen einer Projektförderung durchgeführt werden können, ist darauf zu achten, auch im Presseartikel die Fördergeldgeber zu nennen.

Gleichzeitig mit der Einladung zum Pressetermin sollten die Vertreterinnen und Vertreter auch bereits zur Veranstaltung selbst eingeladen werden.



PLAN B:

Falls die Presse nicht erscheint

Nicht immer können alle Pressevertreterinnen und -vertreter zum angesetzten Termin. Und: Je etablierter die Feierabendmärkte irgendwann sein werden, desto seltener kommt die Presse tatsächlich für einen Vor-Ort-Termin dazu. Daher ist unser Tipp: Be prepared! Einen kurzen Presstext kann das Organisationsteam selbst zusammenstellen und während des Pressetermins sollte darauf geachtet werden, auch selbst ein Foto zu machen. Das Foto dann zusammen mit dem Presstext an die örtlichen Zeitungen schicken und mit relativ hoher Wahrscheinlichkeit wird dann doch ein Artikel gedruckt.



Die eigene Internetseite kann dazu genutzt werden, auf Veranstaltungen hinzuweisen und darüber zu berichten. Auch soziale Medien bieten die Möglichkeiten der Öffentlichkeitsarbeit und der Werbung in eigener Sache. Sie sollten ebenfalls genutzt werden. Bei Facebook oder Instagram können Bilder und Videos gepostet werden. Hier ist beim Filmen oder Fotografieren das Hoch- oder Querformat zu beachten.

VORBEREITUNG FÜR DEN VERANSTALTUNGSTAG SELBST

Eins sei vorab gesagt: Selbst die allerbeste Planung kann nicht alle Eventualitäten am Veranstaltungstag vorhersehen.

Aus unserer Sicht hilft ein Zeitplan für den Ablauf und die Struktur und ein Standplan ist essentiell für die Ausstellerinnen und Aussteller.

Weiterhin ist unser Rat:

Sich nicht aus dem Konzept bringen lassen, auch wenn mal nicht alles nach Plan läuft.

Es gab bisher keinen einzigen – von fast 20 – Feierabendmärkten, die die BI organisiert hat, bei dem es nicht noch kurzfristige Absagen gab, die Stände nicht ganz exakt nebeneinander gepasst haben, Anschlüsse improvisiert werden mussten oder ein Regenschauer zu kurzfristigen

Einbrüchen der Besucherzahlen geführt haben. Und trotzdem waren die Feierabendmärkte jeweils gut besucht und haben gut geklappt, sobald aufgebaut war.

Equipment das im Vorfeld organisiert/beachtet werden sollte:

Werden Kabelbrücken benötigt? Dann frühzeitig organisieren (gemeinsam mit der Technik oder bei den Städten anfragen)

- Verlängerungskabel
- Desinfektionsmittel, Tücher & Lappen zur Desinfektion der Tische
- Hinweisschilder, Ein- und Ausgänge
- Flyer Geschirrmobil
- Flyer „Feste feiern“
- Ablaufplan
- Standplan
- Anmeldeformular
- Hygienekonzept



ZEITPLAN

Der Zeitplan ist ein wichtiges Gadget, um am Veranstaltungstag des Feierabendmarktes nicht den Überblick zu verlieren. Welche Programmpunkte gibt es? Wann erreichen welche Personen das Veranstaltungsgelände und müssen eingewiesen oder begrüßt werden?

Wann muss alles final aufgebaut sein und wer kümmert sich um was? Gerade wenn Hilfskräfte eingeplant sind, ist es essentiell, sich im Vorfeld alle Zuständigkeiten zu überlegen.

Stress vermeiden durch gutes Zeitmanagement und Ablaufpläne

Es ist gut, einen zentralen Anlaufpunkt für alle zu haben, an dem sich verantwortliche Personen befinden, die bei Fragen helfen können.

Auf allen Feierabendmärkten, die die BI organisiert hat, gab es einen Stand der BI, der zu allen Zeiten als Treffpunkt sowohl für hochrangige Besucherinnen und Besucher oder Fotografen, als auch als Anlaufpunkt bei Fragen der Ausstellerinnen und Aussteller gedient hat.

TIPP:

Sollte es Stände im Repertoire geben, die am Veranstaltungstag mit Gas arbeiten, muss die Abnahme an diesen Ständen durch die Feuerwehr eingeplant werden. Meistens beteiligt sich die Organisation ebenfalls an diesem Treffen. Der Termin wird in der Regel im Vorfeld durch das Ordnungsamt an die Organisation vermittelt, sodass im Anschluss nur noch der betroffene Stand über die Uhrzeit informiert werden muss.





HELFERINNEN UND HELFER

Wichtig: sich im Vorfeld ganz realistisch überlegen, was kann vom Organisationsteam selbst geleistet werden und wofür wird Unterstützung benötigt?

Es ist aus unserer Erfahrung sehr schnell so, dass das Organisationsteam an jeder Ecke mit anpacken muss und daher nicht oder erst spät dazu kommt, z.B. einen eigenen Stand aufzubauen. Wenn das aber gewünscht ist, sollte hierfür extra Personal eingeplant werden. Ebenso für die Betreuung des Geschirrmobils, Getränkeversorgung, eventuell nötige Security o.ä..

Ausreichend Personal und helfende Hände einplanen

Das Organisationsteam wird oft von Besucherinnen und Besuchern angesprochen, aber auch von interessierten Personen, die mehr über das Konzept erfahren möchten. Gerade wenn die Organisation über einen Verein geleistet wird, der noch eigene Inhalte vermitteln möchte, sollte beim Personal für die organisatorischen Arbeiten nicht gespart werden.

AUS UNSERER ERFAHRUNG:

- Standbetreuung für einen Infostand (je nach Umfang des Inhalts, der vermittelt werden soll, bzw. des Angebots, das geboten wird): 1-2 Personen
- Betreuung des Geschirrmobils: 2-3 Personen pro Schicht

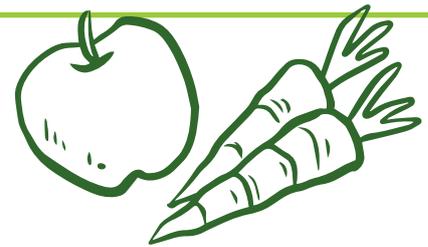
Damit die Personen auch einmal eine Pause machen können, lieber eine Person mehr einplanen (falls möglich) oder nicht zu lange Schichten zuteilen, sodass vor bzw. nach einer Schicht der Markt angeschaut und gegessen und getrunken werden kann.

Für das Organisationsteam bzw. Musikerinnen und Musiker: abklären ob Getränke gestellt werden sollten.



NACHBEREITUNG

Sind die letzten Gläser leer, alle Stände abgebaut, alle Bierbänke verstaut und das Geschirrmobil zusammengeklappt?



Dann ist es für den Veranstaltungstag geschafft! Ein bisschen Zeit sollte sich nun für die Reflektion genommen werden:

- **Qualitätsmanagement:** was war gut/schlecht?
- **Ehrlich sein zu sich selbst:** gab es Stolpersteine? Was hat zeitlich gut geklappt oder wo war es eng? Was muss beim nächsten Mal besser vorbereitet werden?
- **Zufriedenheits-Abfrage** bei Ausstellerinnen und Ausstellern
- Schon während des Marktes ein **kurzes Meinungsbild** einholen ist immer gut - schafft man aber nicht jedes Mal
- Oft erwischt man dabei auch nicht jeden Stand, sondern nur die, „die was zu sagen haben“
- **Falls zeitlich möglich:** im Nachgang die Ausstellerinnen und Aussteller abtelefonieren und nach ehrlichem Feedback fragen
- Waren am Veranstaltungstag keine Pressevertreterinnen und -vertreter vor Ort, bietet es sich an, eigene Fotos mit einem kurzen Veranstaltungstext zu versehen und an die **lokalen Zeitungen** zu schicken.



NACH DEM FEIERABENDMARKT IST VOR DEM FEIERABENDMARKT

Kaum ist der Feierabendmarkt vorbei, steht auch schon fast wieder der nächste ins Haus – so war es zumindest bei der BI oft der Fall. Je nachdem mit welcher Frequenz die Märkte durchgeführt werden sollen, ist eventuell auch etwas Luft zwischen zwei Veranstaltungen. Trotzdem schadet es nicht, schon kurz nach dem abgeschlossenen Feierabendmarkt in die Planung für den nächsten einzusteigen: so sind die gemachten Erfahrungen noch frisch und mögliche Verbesserungen können direkt umgesetzt werden.

Bestandsaufnahme und Zukunftsplanung

Eine Erleichterung bei mehreren Märkten kann z.B. sein, dass bei der Anmeldung direkt das Angebot und der Bedarf für mehrere Märkte abgefragt wird (sofern die Daten schon bei der ersten Anmeldung feststehen), ggf. können auch Sitzgelegenheiten, das Geschirrmobil oder Musikerinnen und Musiker direkt für mehrere Termine gebucht werden. Hier ist individuelle Anpassung gefragt: was ist gewünscht? Sollen die Märkte eher auf Vertrautem aufbauen oder soll jedes Mal etwas Neues stattfinden?

Schlusswort

Letztendlich kann jeder Feierabendmarkt – wie andere Outdoor-Veranstaltungen auch – durch schlechtes Wetter beeinflusst sein, oder es finden genau an dem Veranstaltungstag noch andere attraktive Veranstaltungen in der Umgebung statt, sodass die Zahl der Besucherinnen und Besucher hinter den Erwartungen zurückbleibt. Doch mit dieser Broschüre haben alle Organisatorinnen und Organisatoren zumindest die Möglichkeit sich gut vorzubereiten und viele Stolpersteine zu vermeiden, die andere schon überwunden haben.

Uns bleibt nur zu sagen: viel Erfolg & gutes Gelingen bei Ihren Feierabendmärkten!



VERSTETIGUNG DER FEIERABENDMÄRKTE

Individuell:

- was passt ins Veranstaltungskonzept der Stadt
- was ist grundsätzlich gewünscht

Fokus:

- Auf Einkaufs-Alternative (= regionale Produkte und der Verkauf zu Feierabendmarktzeiten für neue Zielgruppen)
 - Braucht zur Verstetigung eine erhöhte Häufigkeit
- Auf Event-Charakter (= Direktverzehr, Essenstände mit regionalen Produkten)
 - In guter Abstimmung mit Feierabendmärkten in der Nähe
 - Nicht zu häufig damit es etwas "Besonderes" bleibt

Wer kann und möchte die Aufgabe der Organisation übernehmen?

- Werbering/Werbekreis
- Stadtmarketing/Touristikbüro
- (externe) Vereine
- Marktleitung
- Ehrenamtliche

Finanzierung

- Eigenkapital der Stadt zur Verfügung?
- Bei Auslagerung: Werksvertrag zwischen ausführender Organisation und Stadt schließen
 - Wichtig: Personal beschäftigen = Personalkosten berücksichtigen
 - Auch Hilfskräfte zur Unterstützung am Markttag bedenken (aus eigenen Kreisen zur Verfügung stellen oder Mittel für Honorarkräfte zur Verfügung stellen)

INFO:

Im Gespräch mit verschiedenen Städten, die schon länger Feierabendmärkte ausrichten, kam immer wieder auf, dass Einzelpersonen ehrenamtlich die Feierabendmärkte organisieren bzw. oft einen großen Teil des Engagements hinter der Veranstaltung ausmachen. Dieses Engagement ist hoch anzusehen und einfach toll!

Aus Sicht der BI ist es dennoch wünschenswert, die Organisation etwas breiter aufzustellen, damit nicht alle Verantwortung auf dieser Person lastet und somit ggf. auch die Veranstaltung mit dieser Person „steht und fällt“. Eine Gruppe von Personen oder ein Verein, wo es möglich ist, dass sich Menschen gegenseitig bei der Organisation vertreten, ist womöglich die sicherere Option.



EINLADUNG ZUM FEIERABENDMARKT



Haben Sie Fragen?
Melden Sie sich:
warburg-essst@bi-boerde.de
oder 05643-949909

An die
Bürgerinitiative Lebenswertes Börde- und Diemeltal e.V.
Zur Specke 4
34434 Borgentreich

Anmeldung für den Feierabendmarkt am Mittwoch, den 08.06.2022 ab 16 Uhr (Aufbau ab 14 Uhr) auf dem Altstadtmarkt in Warburg.

Bis zum 10.05.2022 schriftlich, per Mail oder per Fax an: 05643-948803

Die folgenden Daten werden für die Erstellung des Standplanes und die Weitergabe von Informationen zum Feierabendmarkt erhoben. Der Standplan wird an die Standbetreiber des Feierabendmarktes und das Ordnungsamt ausgehändigt. Die erhobenen Informationen werden ausschließlich im Rahmen der Organisation der Feierabendmärkte genutzt.

Zum Stand:

Wir bieten folgende Produkte an/ wir stellen folgende Produkte aus:	Wir werden auch folgende(s) Essen/Snacks oder Getränke anbieten:

Wir benötigen m Breite und m Tiefe für unseren Stand

Wir benötigen Stromanschluss Wasseranschluss

Wir nutzen an unserem Stand Gas.

Wir benötigen Tisch/e, Bank/Bänke und Stehtisch/e.
Wir erstatten der BI eine Unkostenpauschale je Tisch 5 Euro, je Bank 3 Euro und je Stehtisch 10 Euro vorab oder am Markttag.

Wir möchten das Angebot des Geschirrmobils nutzen: Tassen, Teiler und Besteck.
(Wenn Sie Essen oder Getränke anbieten möchten, bitten wir Sie diese Möglichkeit zu nutzen. Für Sie entstehen keinerlei zusätzliche Kosten. Gläser sind selbst mitzubringen und können ohne Gebühren vor Ort vom Geschirrmobil gespült werden.)



Haben Sie Fragen?
Melden Sie sich:
warburg-essst@bi-boerde.de
oder 05643-949909

Zu Uns:

Anspruchpartner*in, Kontaktadresse und Telefonnummer:

Wir sind regional, weil ...

Bemerkungen/Wünsche/Anregung:



Haben Sie Fragen?
Melden Sie sich:
warburg-isst@bi-boerdeland.de
oder 05643-949909

Zu weiteren Märkten:

Wir melden uns außerdem für den nächsten Feierabendmarkt in Warburg an (vorbehaltlich, dass dieser wie geplant stattfindet):

- Freitag, 5. August 2022 (Neustadtmarktplatz)
- Mittwoch, 7. September 2022 (Altstadtmarktplatz)

Wir bieten dort dieselben Produkte (s.o.) an.

Unser Angebot ändert sich für den Markt/die Märkte:

Wir haben Interesse, auch im kommenden Jahr an einem/mehreren Feierabendmärkten teilzunehmen.

Wir haben Interesse, an ausgewählten Tagen/in unserem eigenen Rhythmus den Wochenmarkt in der Altstadt/Neustadt mit unseren Produkten zu ergänzen.

Information für Marktteilnehmer*innen Datum des Feierabendmarktes: 08. Juni 2022

Adresse: Altstadtmarkt in Warburg, Am Markt 2, 34414 Warburg

Marktzeiten: 16 – 20 Uhr (Aufbau: 14Uhr)

Standgebühren: keine

Marktstände:

- Es gelten die aktuellen Corona-Hygienebestimmungen.
- Bitte beachten Sie die Bestimmungen in den mitgesendeten Merkblättern der Abteilung Veterinärdienst und Lebensmittelüberwachung des Kr. Höxter.
- Bitte stellen Sie sicher, dass zwischen Ihnen und den Kunden mindestens 1,5 m Abstand eingehalten werden (z.B. durch die Tiefe des Tisches für Ihre Produkte).
- Am Stand muss gut sichtbar und zur Benutzung Desinfektionsmittel bereitgestellt sein.
- Denken Sie ggf. an ausreichend lange Stromkabel mit Prüfsiegel und EURO-Stecker, Werkzeuge, eine Überdachung
- Gerne können Sie Ihre Produkte mit besonderen Hinweisen zu Herkunft, Produktionsverfahren etc. kennzeichnen oder Infotafeln /-schilder aufstellen, um den Bezug zur Region herauszustellen, die besonderen Eigenschaften zu beleuchten oder den Mehrwert der Produkte sichtbar zu machen.

Haftung Standplatz: Die Markthändler*innen tragen die Verantwortung für die Sicherheit der eigenen Gegenstände.

Zubereitung von Speisen: Bitte achten sie darauf, dass bei der Zubereitung von Speisen vor Ort fließend warmes Wasser eine Pflichtvorgabe Voraussetzung des Gesundheitssamtes ist. Auf dem Platz können wir Ihnen nur einen Kaltwasseranschluss bereitstellen.

Geschirr: Vor Ort wird ein Geschirrmobil mit Personal bereitgestellt. Wie im letzten Jahr auch wieder als Pfandsystem. Am Mobil können Tassen, Teller und Besteck abgeholt werden. Nutzungskosten werden nicht erhoben. Bei Bedarf bitte im Anmeldebogen angeben.

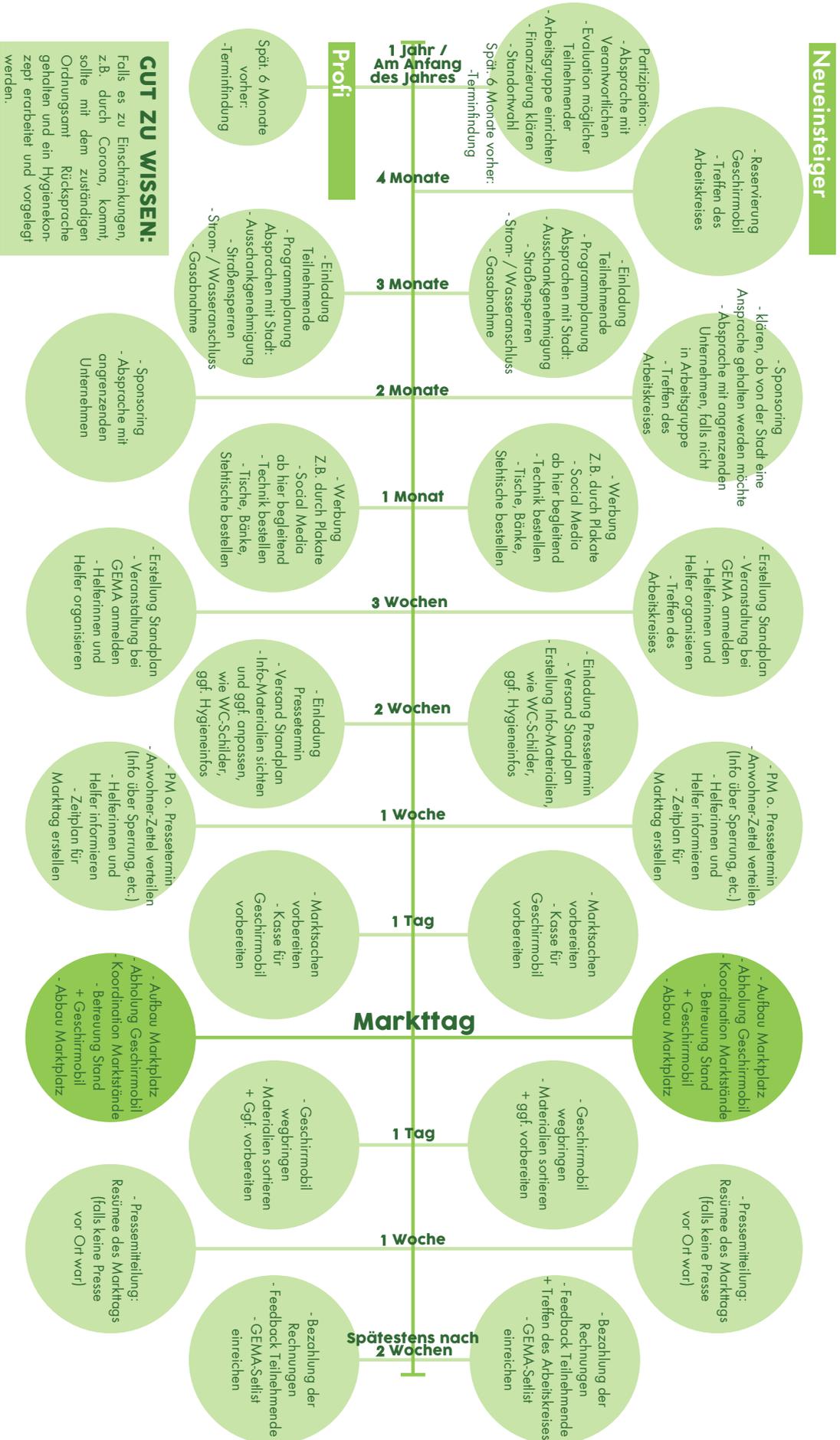
Alkoholausschank: Für den Verkauf von alkoholhaltigen Getränken ist eine gaststättenrechtliche Erlaubnis erforderlich. Bitte nehmen Sie ggf. mit uns Kontakt auf, wenn Sie alkoholhaltige Getränke im Sortiment haben. Die Erlaubnis wird von uns beim Ordnungsamt beantragt.

Alle weiteren hygiene- sowie gewerberechtigten Voraussetzungen liegen eigenverantwortlich bei den Anbieter*innen. Bitte beachten Sie die Checkliste „Abgabe von Lebensmitteln auf Festen und Märkten“ von der Landwirtschaftskammer NRW.

Stromversorgung und Wasseranschluss: Bei Bedarf bitte im Anmeldebogen angeben.

Filmen und Fotografieren: Bitte beachten Sie die geltenden Bestimmungen des Datenschutzes; vor allem wenn Sie die Aufnahmen für Ihre Werbung nutzen möchten.

ZEITSTRAHL



IMPRESSUM

Herausgegeben von: Bürgerinitiative Lebenswertes Bördeland und Diemeltal e.V.

Redaktion: Vera Prenzel und Günter Schumacher

Layout & Satz: Katharina Jacobi

Zeitstrahl: Jana Berger

Gefördert durch



Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete unter Beteiligung des Landes Nordrhein-Westfalen

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Bildnachweis:

Bürgerinitiative Lebenswertes Bördeland und Diemeltal e.V. (1, 14, 22, 23)

Günter Schumacher (1, 2, 4, 6-11, 13, 14, 16-20, 24-27, 29, 35, 36)

Ruben Emme TRUEDESIGN (1, 5, 9, 15, 34, 35)

Karl-Heinz Wiemers (Desenbergerland) (9, 28)

Noah Sprock SP-PHOTOGRAPHY (1, 34)

Brigitte Hilcher (4)

Mai 2022





Bürgerinitiative Lebenswertes Bördeland und Diemeltal e.V.

Zur Specke 4
34434 Borgentreich
Tel.: 05643 - 94 98 70
Fax: 05643 - 94 88 03
Mail: info@bi-boerdeland.de

www.bi-boerdeland.de
www.facebook.com/bi.boerdeland
www.instagram.com/bi_boerdeland



Gefördert durch:



Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete unter Beteiligung des Landes Nordrhein-Westfalen