

Landeshauptstadt

Hannover

Informations-
drucksache

In den Ausschuss für Arbeitsmarkt-, Wirtschafts- und
Liegenschaftsangelegenheiten
An den Stadtbezirksrat Mitte (zur Kenntnis)

Nr. 1305/2011

Anzahl der Anlagen 1

Zu TOP

BITTE AUFBEWAHREN - wird nicht noch einmal versandt

Weihnachtsmarkt 2010/ 2011

Diese Informationsdrucksache ist eine Kurzdarstellung des Marktes 2010, sowie ein Ausblick auf den diesjährigen Markt.

Berücksichtigung von Gender-Aspekten

Aussagen zu den Geschlechterdifferenzierungen gemäß Beschluss des Rates vom 03.07.2003 (DS 1278/ 2003) sind im Falle dieser DS nicht relevant und werden daher nicht ausgeführt. Insgesamt ist festzustellen, dass sich die Maßnahmen, die sich besonders an Familien richten, sehr bewährt haben.

Weihnachtsmarkt 2010

1,65 Millionen Besucher im seit langem kältesten Winter in Hannover ist ein herausragendes Ergebnis für den Weihnachtsmarkt 2010.

Ein neuer Besucherrekord konnte unter diesen Umständen nicht erreicht werden. Dennoch waren alle Händler sehr zufrieden.

Dass die Besucher trotzdem in vergleichbarer Zahl zum Vorjahr kamen, ist aus Sicht der Verwaltung auf die nach wie vor hohe Attraktivität zurückzuführen.

Für 2011 hofft die Verwaltung wieder auf ein ähnliches Ergebnis.

Das Betriebsergebnis von +1310,-€ ist bei einem Gesamtvolumen von ca. 356.000,-€ als optimal zu bezeichnen (s.Anlage).

Die Schneeräumung auf dem gesamten Marktplatz hat gut funktioniert, so dass auch nach starkem Schneefall fast alle Wege für die Besucher wieder begehbar waren. Auch die in 2010 umgestellte Abfallentsorgung durch aha funktionierte reibungslos.

Wie in den vergangenen Jahren wurde auch in 2010 ein umfangreiches Programm nur für Kinder durchgeführt. Jeden Tag spielte der Kasper drei Mal sein Stück und der Weihnachtsmann ging über den Markt. Auch die Märchenerzählerin erfreut sich weiter großer Beliebtheit wie auch unsere Schnitzeljagd und die Bühnenprogramme. Die große und vor allem positive Resonanz zeigt, dass dies der richtige Weg für einen traditionellen Markt ist.

Ein Teil der Werbemaßnahmen wurde wie in den vergangenen Jahren in Zusammenarbeit mit der HMTG entwickelt. Die Veränderungen sind im Ausblick für 2011 dargestellt.

Auch in 2010 ist eine Zusammenarbeit mit der Hannoverschen Allgemeinen Zeitung im Rahmen der HAZ-Weihnachtshilfe durchgeführt worden. Die erfolgreiche Kooperation soll auch in 2011 fortgeführt werden.

Inhaltliche Konzeption/ Werbekonzept für 2011

Für das Jahr 2011 gilt folgender Zeitraum:

Weihnachtsmarkt Hannover vom 23.11.2011 – 22.12.2011 (30 Tage)
Dies ist der mit Abstand längste Weihnachtsmarkt der nächsten Jahre.

Die Anzahl der Bewerbungen für 2011 ist im Vergleich zu 2010 leicht zurückgegangen. Die Neubewerbungen im Kunsthandwerker- und im Weihnachtsartikelbereich versprechen auch für dieses Jahr eine sehr breite Produktpalette, die sich mit jedem großen Weihnachtsmarkt in Deutschland messen kann.

Bei der Auswahl der knapp 270 verwertbaren Bewerbungen sind bei der Standvergabe der 125 Plätze jeweils rund die Hälfte der Zusagen im Bereich Imbiss und Getränke, sowie Weihnachtsartikel und Kunsthandwerk erfolgt. Die Aufteilung des Angebots im Bereich Imbiss- und Getränke zum Kunsthandwerk mit einer Gewichtung von 50:50 hat sich bewährt und wird daher auch in 2011 umgesetzt.

Insgesamt sind 15 Neubewerber für den Weihnachtsmarkt zugelassen worden. Die Aufteilung ist in den nachfolgenden Kategorien aufgelistet:

Getränke	2 Stände
Imbiss	1 Stand
Süßwaren	2 Stände
Obst- und Gewürze	2 Stände
Schmuck	1 Stand
Weihnachtsartikel	2 Stände
Geschenkartikel + Deko	3 Stände
Kunsthandwerk	2 Stände
Gesamt	<u>15 Stände</u>

Die familienfreundliche Gestaltung des Marktes bleibt auch weiterhin ein Schwerpunkt bei der Aufstellung des Marktes. Die Märchenstunden im Hotel am Marktplatz, das Kinderprogramm auf der Bühne, ein Weihnachtsmann, der auf dem Markt kleine Geschenke in Form von Obst und Nüssen verteilt, das Kinderriesenrad und nicht zuletzt das Kaspertheater in der Köbelingerstraße, erfreuen sich großer Beliebtheit und werden auch in

2011 den Markt bereichern.

Der Rundgang mit dem Beginn auf dem Marktplatz über den Ballhof und der Burgstrasse hat sich etabliert. Das finnische Dorf wird das im vergangenen Jahr neu gestaltete Dorf weiterentwickeln.

Auch das mittelalterliche Treiben im Bereich des Historischen Museums wird in diesem Jahr eine Weiterentwicklung erfahren und mit seinen vielen handwerklichen Aktionen zum Mitmachen den Markt bereichern.

Der „Wunschbrunnenwald“, ein etwa 400 qm großes Areal mit 50 Tannen, bietet den BesucherInnen ein ergänzendes stimmungsvolles Ambiente in der turbulenten Vorweihnachtszeit. Inmitten des „Waldes“ steht auf dem Holzmarkt der Oskar-Winter-Brunnen, an dessen schmiedeeisernem Gitter sich der „Wunschring“ befindet. Der Sage nach erfüllen sich Wünsche, wenn dieser Ring gedreht wird. Natürlich warten in einem „Wald“ auch ein Försterhaus und zwei Forsthütten. Dort werden kulinarische Wünsche erfüllt.

Die Neugestaltung der Weihnachtsbeleuchtung wird, nachdem der Schwerpunkt im vergangenen Jahr auf der Schmiedestraße lag, in diesem Jahr für die Knochenhauerstraße konzipiert und installiert. Somit können im Bereich des Weihnachtsmarktes immer mehr energiesparende Beleuchtungselemente eingesetzt werden.

Das tägliche Programm wird in der Woche zwischen 17.00 und 20.00 Uhr stattfinden. Am Wochenende beginnt das Programm bereits um 16.00 Uhr.

Der in 2010 erstmalig eingeführte Nachtwächter fand großen Anklang bei den Besuchern und Händlern. Nun wird er auch in diesem Jahr das tägliche Veranstaltungsende einläuten.

Die Werbung für den Weihnachtsmarkt wird in 2011 vom Fachbereich Wirtschaft durchgeführt und von der HMTG weiterhin unterstützt werden.

Die guten Erfahrungen der letzten Jahre mit den Werbemaßnahmen und das zunehmende touristische Interesse für den Weihnachtsmarkt und somit auch für Hannover bestätigen den Weg, so dass für den Weihnachtsmarkt 2011 die Werbung und das Marketing in der bisherigen Form ausgeweitet und weiter betrieben werden soll.

Folgende Werbemaßnahmen für 2011 sind bereits geplant:

- Quartalsbeilage der HMTG in der HAZ/NP im 4. Quartal mit Foto
- 5.000 Flyer, die auf der Busmesse in Köln (RDA) verteilt werden
- Plakatierung durch die DSM (Stroer-Gruppe) in Zone I und II an Ganzsäulen (Format 8/1)
- Plakatwerbung in der Region
- Präsentation Fahrgastfernsehen der X-City-Medien über 15 Tage
- Internetdarstellung auf „hannover.de“ und „Weihnachtsmarkt-Deutschland.de“
- Fahnen an vier Standorten in der Stadt (ca. 60 Masten)

Kostentabelle

Es entstehen keine finanziellen Auswirkungen.

23.4

Hannover / 06.06.2011