

„Im nächsten Jahr ist alles eingespielt“

Bilanz zum Sternschnuppenmarkt: Wenige beklagen Umsatzeinbrüche, die meisten sind zufrieden

Wiesbaden. (cd) Seit gestern sind die Licher- und Lilien-Lichter auf dem Schloßplatz erloschen. Der Sternschnuppenmarkt hat seine letzte Runde hinter sich. Welche Bilanz ziehen die Standbetreiber? Ließ die Neu-Konzeption mit blauen Buden und täglichem Unterhaltungsprogramm die Kassen kräftiger klingeln?

Von „tollen Ergebnissen oder rasanten Umsatzzuwächsen“ sprach bei der Kurier-Umfrage keiner der Standbetreiber. Sicherlich dürfte das auf die Rezession zurückzuführen sein. „Das Geld sitzt halt nicht mehr

Das Geld sitzt halt nicht mehr so locker

so locker“, wie viele Besucher meinten. Oder liegt das „mitunter schleppende Geschäft“ doch in der Verlegung des Marktes auf den Schloßplatz begründet? Das behauptet zumindest Mitarbeiter Jörn vom Schwarzwaldhaus. Er beklagt einen „Rückgang“. Auf dem Mauritiusplatz habe das Geschäft viel mehr gebrummt.

Zahlen nennt natürlich keiner der Standbetreiber. Auch Maria Magget spricht lediglich davon, „nicht mehr so viel in der Kasse zu haben“ wie in den 14 Jahren zuvor, als sie ihre Glasprodukte in der Einkaufszone verkauft hat. Die Flaniermeile habe den Vorteil gehabt, dass die „Passanten einen Stopp“ am Stand eingelegt haben. Nun aber müssten sie

„extra zum Schloßplatz laufen“. Bekanntlich hat alles seine zwei Seiten – auch beim Sternschnuppenmarkt. So betreibt beispielsweise Kalthoum Hadjam ihren Keramik-Stand unmittelbar hinter den Sternschnuppen-Toren auf der Marktstraße und damit in 1-A-Lage. Doch wie die Tunesierin erklärt, hat auch eine Top-Position ihre Nachteile: Abends herrsche dort ein solches Gedränge, dass Kaufinteressierte

sich nur mühevoll an den Stand bugsieren könnten.

Standwechsel in die „B-Reihe“, also vor der Marktkirche, wo Henriette Schramm-Störtz süße Leckereien aufischt und trotzdem der Rubel rollt. Ihr Resümee: Im Vergleich zur Kirchgasse habe sie vor der Marktkirche mehr Umsatz erzielt. Außerdem gehe es in der Einkaufszone hektisch zu. Ihr neuer Platz sei viel gemütlicher und weihnachtlicher, was die

Gäste zum längeren Verweilen und mehr Verzehr animiert.

Einen „drastischen Einbruch“ erlebte die B-Reihe während der jüngsten Regengüsse. „Bis zu den Waden haben die Leute im Wasser gestanden“, berichtet Annick Witkowski, die Lichthäuser verkauft. Mit „Dumpingpreisen“ (jedes Getränk für einen Euro) versuchten die Mitarbeiter vom Allendorf-Stand bei den heftigen Schauern auf ihre Kosten zu kommen.

Einigkeitherrschte unter den Standbetreibern in folgendem Punkt: Die Öffnungszeiten sollten auf zwölf Uhr verlegt werden. Dafür sollten die Betreiber ihre Stände abends länger, bis 21.30 oder 22 Uhr, öffnen dürfen. Viele meinten auch, dass zu viele Schmuckverkäufer ihre Zelte auf dem Schloßplatz aufschlagen und plädierten für eine größere Warenvielfalt.

Positiv äußerten sich vor allem die Neulinge. Christine Grasser schwärmt von der „unkonventionellen Sternschnuppen-Konzeption“ und freut sich „trotz der ruhigen Ecke“ mit ihrem Glögg, dem schwedischen Glühwein mit Mandeln und Rosinen, über ein „gutes Geschäft“. Rupert Kimberger, der aus Schwabing mit seinem Krippenzubehör anreist, lobt die „super Lilien“ und freut sich schon auf nächstes Jahr. Optimistisch äußerte sich der „umsatzzufriedene“ Johannes Ohlig: „Jetzt haben wir endlich eine schöne Kulisse und im nächsten Jahr ist alles eingespielt.“



Auch an seinem neuen Standort auf dem Schloßplatz war das Schwarzwaldhaus ein beliebter Treffpunkt: Am letzten Abend war es proppevoll. Dennoch soll der Umsatz auf dem Mauritiusplatz höher gewesen sein.
Foto: RMB/Kubenza