

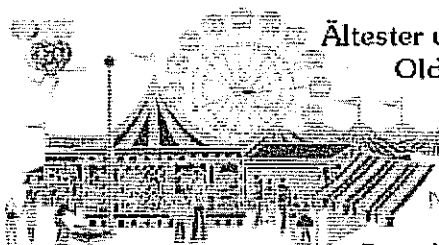
Ergebnisdokumentation des Arbeitskreises Zeteler Markt

08.- 10. und 12. November 2008

www.zeteler-markt.de

Zeteler Markt

Vielfältige Attraktionen



Ältester und bekanntester Jahrmarkt
Oldenburgs-Ostfrieslands

Nix wie hin!

Busverbindungen aus allen Richtungen



Montag 10. November

Brillantfeuerwerk

Mittwoch 12. November

Vieh- und Pferdemarkt
mit traditionellem Grünkohlessen



Inhaltsverzeichnis

1.1	Einleitung	1
1.2	Organisatorisches zum Arbeitskreis	1
2.	Ist – Bestandsaufnahme	1
2.1	Die Vorteile	2
2.2	Die Nachteile und Lösungsansätze	3
3.	Werbemaßnahmen	4
3.1	Mögliche Werbemaßnahmen / Kosten	4
3.2	Das neue Plakat	6
4.	Aufbau des Marktes und Zulassungskriterien	6
5.	Aufwertung des Marktes	6
6.	Zielgruppen	7
7.	Ideen zur Aufwertung der einzelnen Markttage	7
8.	Die Zukunft des Viehmarktes	8
9.	Fazit	8

1.1 Einleitung

Die Volksfeste in der Bundesrepublik Deutschland, ohne die Weihnachtsfeste, haben im Jahr ca. 178 Millionen Besucher.

Für die veranstaltenden Kommunen ist dieses eine gute Gelegenheit, sich nach außen zu präsentieren und Einnahmen aus Steuern oder Standgebühren zu erzielen. Die heimische Wirtschaft, zum Beispiel die Gastronomie oder die Hotellerie, profitiert ebenfalls von der Ausübung von Volksfesten.

Die Besucherzahlen und Umsätze sind jedoch rückläufig, was zum einen im demographischen Wandel, aber auch an der größeren Konkurrenz von Freizeitangeboten durch Computer oder Fernseher in der größten Zielgruppe begründet liegt. Generell ist damit zu rechnen, dass die klassische Zielgruppe der Volksfeste bis zum Jahre 2020 noch einmal um rund 25% abnehmen wird.

Dementsprechend ist es jedoch notwendig, so früh wie möglich Maßnahmen zu ergreifen, die zu einer Steigerung der Attraktivität des Volksfestes führen können und der rückläufigen Tendenz entgegen treten.

Aus diesem Grund wurde ein Arbeitskreis eingeführt, der sich mit der Thematik beschäftigt hat, eine Bestandsaufnahme vorzunehmen und Möglichkeiten aufzuzeigen, den Markt noch attraktiver zu gestalten.

Nachfolgend werden einzelne Themenbereiche erläutert und Handlungsfelder herausgestellt.

1.2 Organisatorisches zum Arbeitskreis

Die konstituierende Sitzung des Arbeitskreises fand am 08. Mai 2008 statt. Als Arbeitsziel haben sich die Mitglieder die Entwicklung eines strategischen Konzepts gesetzt. Weitere Sitzungen des Arbeitskreises fanden in einem 14tägigen Rhythmus statt. In diesen Sitzungen wurden verschiedene Themenkomplexe behandelt.

Folgende Mitglieder haben bei der Entwicklung dieses Konzeptes mitgewirkt: Bürgermeister Heiner Lauxtermann, die Ratsmitglieder Heinrich Meyer, Frank Ahlrichs, Bernd Fahrenhorst, Fritz Schimmelpenning, Hans-Jürgen Tebben, sowie Ordnungsamtsleiter Olaf Oetken und Gemeindeinspektor Michael Röben.

2. Ist-Bestandsaufnahme

Zunächst wurden die positiven und negativen Elemente des Zeteler Marktes gesammelt. Weiterhin wurden Lösungsansätze gefunden und damit eine Bestandsaufnahme erarbeitet.

2.1 Die Vorteile

Infrastruktur:

Als großer Vorteil des Zeteler Marktes wird die gesamte Infrastruktur angeführt. Neben dem zentralen Standort in der Gemeinde, den geringen Verkehrsbehinderungen während des Marktes, ist vor allem der umgestaltete befestigte Platz mit seinen ausreichenden Strom- und Wasseranschlüssen als Vorteil anzuführen.

Für die mit dem PKW anreisenden Besucher stehen ausreichende Parkplätze in unmittelbarer Nähe zur Verfügung. Die anreisenden Besucher werden verkehrsmäßig optimal geführt.

Identifikation der Bevölkerung

Der Zeteler Markt ist eine bekannte Attraktion mit einer Jahrhunderte alten Tradition, wodurch sich die Bevölkerung mit dem Markt stark identifiziert. Dies führt dazu, dass nur wenige Beschwerden der Bürger zu verzeichnen sind. Außerdem wird der

Markt-Mittwoch in Zetel als Feiertag angesehen, an denen alle Geschäfte und Schulen entweder geschlossen haben oder früher schließen.

👉 Äußere Erscheinungsbild

Auch das Erscheinungsbild wird positiv hervorgehoben: Eine lückenlose Bebauung der Marktstraßen und eine farbenfrohe Gestaltung der Geschäfte sorgen für eine sehr angenehme Atmosphäre. Auch die Mischung der Geschäfte wird von den Arbeitskreismitgliedern als gelungen empfunden.

👉 Zusammenarbeit mit Bauhof

Mit dem Bauhof besteht eine gute Zusammenarbeit. Hervorzuheben ist die hohe Qualität der Arbeitsergebnisse.

👉 Öffentlicher Personennahverkehr / Busverbindungen

Durch eine Vielzahl eingesetzter Busse, insbesondere am Marktmittwoch, wird sichergestellt, dass auch von außerhalb viele Besucher ohne PKW den Markt aufsuchen können. Die Fahrpläne werden auch in diesem Jahr auf der Internetseite des Zeteler Marktes rechtzeitig eingestellt.

👉 Eröffnungsfeier durch die Gemeinde

Ebenfalls wurde die Eröffnungsfeier lobend hervorgehoben. Diese wird immer von einer guten Atmosphäre mit einem ansprechenden Rahmenprogramm bestimmt.

👉 Feuerwerk am Montag

Durchaus positiv wird auch das traditionelle Feuerwerk am Montagabend empfunden. Gerade durch das traditionelle Feuerwerk werden noch einmal eine Vielzahl von Besucher angelockt.

2.2 Die Nachteile und Lösungsansätze

👉 Belustigungsgeschäfte fehlen

Bemängelt wird, dass ein Belustigungsgeschäft auf dem Markt fehlt. In der Planung für den diesjährigen Markt ist eine Kontaktaufnahme mit Betreibern einer Pferderennbahn erfolgt. Außerdem wird eine Riesenrutsche für Kinder zugelassen, um die Marktgasse in der Neuenburger Straße aufzulockern. Diese soll ihren Standpunkt entweder in der Auffahrt von Reinhard Meynen oder nahe des Autoscooters Hempen finden.

👉 Fliegende Bekleidungshändler

Eine Vielzahl fliegender Händler beeinträchtigt nach Meinung der Arbeitskreismitglieder die Attraktivität des Viehmarktes. Abhilfe soll dadurch geschaffen werden, dass verstärkt auf die Landmaschinentechnik gesetzt wird. Zu diesem Zweck wurden bereits zwei Landmaschinenhändler für den Marktmittwoch angeworben. Weitere Gespräche werden noch geführt.

👉 Toilettenwagensituation am Mittwoch

Auch die Toilettenwagensituation am Mittwoch ist problematisch. Daher wird jeweils ein zusätzlicher Toilettenwagen auf dem Viehmarkt und vor dem Hankenhof aufgestellt.

👉 Rettungsdienst

Neben dem bestehenden Standort des Rettungswagens soll ein weiterer an der Schule besetzt werden. Insbesondere am Mittwoch wird dieser von den

Arbeitskreismitgliedern als notwendig empfunden. Seitens der Verwaltung werden mit dem Rettungsdienst Gespräche geführt.

👉 Versorgungsanschlüsse

Zwar weist der Markt generell gute Versorgungsmöglichkeiten mit Strom und Wasser auf, jedoch werden für den Viehmarkt weitere Verbesserungen angeregt. Kleinere Baumaßnahmen sollen Stolperfallen von umherliegen Kabeln und Leitungen vermeiden. Jene werden noch in diesem Jahr ausgeführt.

👉 Verunreinigungen durch Müll

Viele Straßen, vor allem auch Nebenstraßen, werden stark verunreinigt. Um die Belästigung der Anwohner so gering wie möglich zu halten, soll der Reinigungsplan des Bauhofes um bestimmte Bereiche erweitert werden.

👉 Polizeipräsenz auf dem Markt

Bemängelt wurde auch die geringe erkennbare Polizeipräsenz auf dem Markt. Zwischen uniformierten und zivilen Beamten besteht keine gesunde Mischung. Im Zuge der Vorbereitungen auf dem Markt werden Gespräche mit der Polizei geführt, bei denen auch dieses Problem gelöst werden soll.

👉 Besucherabbruch am Sonntagabend

Am Sonntagabend gegen 18.00 Uhr ist ein Besucherabbruch zu spüren. In diesem Jahr soll es im Bayernzelt eine Kulturveranstaltung geben, die Musiker und andere Künstler der Umgebung in die Veranstaltung mit einbezieht. Dadurch ist mit einer gesteigerten Besucherzahl für diese Veranstaltung zu rechnen, ohne dass umfangreich investiert werden muss. Die Gestaltung des Marktabends im Bayernzelt unterliegt auch weiterhin der Gemeindeverwaltung. Genaures hierzu siehe unten.

👉 Jugendalkoholismus und Rucksackmentalität

Ein weiterer negativer Faktor ist die Rucksackmentalität, die im Vorjahr zwar abgenommen hat, jedoch immer noch zu verzeichnen ist. Damit verbunden ist auch ein hohes Maß an Jugendalkoholismus. Insbesondere Jugendliche tragen Rucksäcke bei sich, in denen alkoholische Getränke mit zum Markt gebracht und dort konsumiert werden. Auch in diesem Jahr werden verstärkt Kontrollen durch das Jugendamt durchgeführt. Diese sind beim Landkreis bereits angemeldet. Auch Präventionsmaßnahmen durch die Gemeinde Zetel werden wieder stattfinden.

👉 Standgebührensatzung

Die derzeitige Standgebührenabrechnung weist in Bezug auf eine gerechte Verteilung einige Schwachstellen auf. Daher wurde bereits eine neue Standgebührensatzung entworfen. Kernstück ist dabei die Aufteilung der Betriebe in verschiedene Kategorien. Die jeweilige Kategorie bekommt dann anschließend eine Äquivalenzziffer (Quotient) zugeordnet.

👉 Verlässlichkeit der Zusagen

Letztlich wurde festgestellt, dass die Zusagen der Schausteller oftmals wenig verlässlich sind. Die Zusammenarbeit zwischen Verwaltung und Schaustellern im Vorfeld des Marktes hat sich jedoch in den vergangenen Jahren verbessert.

3. Werbemaßnahmen

Als wesentlicher Bestandteil des Konzepts wurde die Überprüfung der Werbemaßnahmen durch den Arbeitskreis angesehen. Daher wurden die bestehenden Werbemaßnahmen geprüft und auch neue innovative Maßnahmen ins Auge gefasst. Es soll ein langfristiges Konzept erarbeitet werden.

3.1 Mögliche Werbemaßnahmen / Kosten

Art	Kosten
1. Zeitungsanzeigen	ca. 5.000,– €
2. Werbespots bei Radio FFN	ca. 800,– €
3. Werbespots HIT Radio Antenne (Ostfriesland)	ca. 2.500,– €
4. Plakatieren Innenwerbung Nordwestbahn	ca. 600,– €
5. Plakatierung Innenwerbung Weser-Ems-Bus	ca. 260,– €
6. Plakate in Geschäften und Behörden in Zetel	ca. 500,– €
7. Plakate an Lichtmasten	ca. 3.000,– €
8. Beschriftung von Bussen bei Ehlers Reisen	ca. 340,– €
9. Beschriftung von Bussen bei Bruns Reisen	ca. 1.000,– €
10. Beschriftung von LKW Planen	ca. 500,– €
11. Fernsehwerbung Media Design & Concepts (WHV-TV)	ca. 250,– €

Zu 1.) Zeitungsanzeigen

In den folgenden Zeitungen werden Anzeigen geschaltet:

- Nordwest Zeitung
- Jeversches Wochenblatt
- Wilhelmshavener Zeitung
- Anzeiger für Harlinger Land
- Friesländer Bote
- Sonntagsblatt
- Huntereport
- Neuer Lotse
- Sonntagskurier (Oldenburg)
- Wehdeblick

Insgesamt betragen die Kosten für Anzeigen ca. 5.000 €.

Durch diese Streuung der Anzeigen wird ein großräumiges Einzugsgebiet erfasst. Weiterhin werden die redaktionellen Teile der einzelnen Zeitungen entsprechend umfangreich angepasst

Zu 2.) Werbung auf Radio FFN

Wie auch in den vergangenen Jahren, sollen wieder Werbespots bei dem Radiosender FFN laufen. Die Werbung bei diesem Radiosender kommt insbesondere bei dem jungen Publikum, welches auch die Zielgruppe (15-35 Jahre) von FFN ist, sehr gut an. Insgesamt betragen die Kosten 2400 €. Für die Gemeinde Zetel fallen tatsächliche Kosten in Höhe von 800,00 € an. Die restlichen Kosten übernehmen zur Hälfte die Schausteller sowie das Friesische Brauhaus zu Jever.

Zu 3.) Werbung auf HIT Radio Antenne:

Der zwanzig-sekündige Werbespot wird auf der Frequenz 104.9 gesendet. Dieser Bereich deckt Ostfriesland ab. Der Bereich Oldenburg-Westerstede wird nicht erfasst.

Damit die Werbespots auch werbewirksam sind, müssen mindestens 20 Stück gesendet werden. Die einmaligen Trailerkosten von 350,00 € sind im Gesamtpreis von 2.550 € enthalten.

Daneben wird der Radiosender auch im regionalen, redaktionellen Teil Beiträge bringen, sowie auch im landesweiten Teil. Auch eine Präsentation auf der Internetseite von HIT Radio Antenne wird eingestellt.

Die Zielgruppe von HIT Radio Antenne liegt im Alter von 20-49 Jahre. Gerade der, für den Zeteler Markt interessante Bereich von 35-49 Jahre, könnte somit erreicht werden, denn diese Zielgruppe wird von Radio FFN nicht erreicht.

Um die Kosten etwas zu reduzieren wurde angedacht, wie auch beim FFN-Werbespot, Sponsoren zu finden. Gespräche mit der WIR Interessengemeinschaft sowie mit anderen großen örtlichen Unternehmen werden von der Verwaltung geführt.

Zu 4.) Plakatierung Innenwerbung Nordwestbahn (30 Stck.)

Insgesamt werden 30 DIN A1 Plakate in den Zügen der Nordwestbahn ausgehängen. Die Kosten für einen Monat belaufen sich auf 600 €. Das Aufhängen und Entfernen der Plakate nach der Laufzeit ist im Preis enthalten.

Zu 5.) Plakatierung Innenwerbung Weser-Ems-Bus (10 Stck.)

Der Preis für die Plakatierung liegt bei 21,00 € Miete pro Monat plus einmalig 5,00 € je Plakat Montagekosten. Die Mindestabnahme liegt bei 10 Plakaten.

Eine genaue Auswahl der Bereiche kann nicht erfolgen. Jedoch fahren die Busse in den Bereichen Varel, Bad Zwischenahn, Delmenhorst, Cloppenburg, Wilhelmshaven. Die Busse werden immer wieder auf unterschiedlichen Strecken eingesetzt, so dass die plakatierten Busse innerhalb eines Monats in jedem Bereich zum Einsatz kommen.

Zu 6.) Plakate in den Geschäften/Behörden

Die Kosten werden ausschließlich durch die Produktion der Plakate verursacht. Der Aushang in den Geschäften und Unternehmen ist kostenlos.

Zu 7.) Plakate an Lichtmasten/ MOPLAK

An folgenden Stellen können die Plakate ausgehängen werden:

Apen(8), Aurich(34), Bad Zwischenahn(8), Barßel(1), Berne(4), Brake(22),
Elsfleth(3), Friedeburg(7), Lemwerder(3), Lingen(27), Meppen(16), Nordenham (24),
Nordhorn(45), Oldenburg(143), Ostrauferfehn(12), Papenburg(29),
Rhauderfehn (2), Stadland(4), Wardenburg(5), Weener(11), Wittmund(14),

Insgesamt sind das 422 Stellen x 0,65 € pro Tag x 11 Tage (31.10.-10.11.2008)
= 3.017,30 €
(der Zeitraum 31.10.-10.11.2008 ist festgeschrieben)

Zu 8.) Beschriftung Bus Ehlers Reisen

Die Miete für die Fläche am Bus ist kostenfrei. Die Kosten für eine Folie auf der Heckscheibe des Busses beträgt ca. 340,00 €. Hierbei handelt es sich um eine hochwertige gelochte Folie. Eine Abbildung von digitalen Farbfotos wäre sogar möglich.

Zu 9.) Beschriftung von LKW Planen

Die Folien in einer Größe von 0,9 X 2,00 Meter kosten ca. 95 € das Stück.

Um einen gewissen Werbeerfolg zu erzielen, sollten mindestens 5 LKW's auf der Rückwand beklebt werden. Gespräche mit den örtlichen Speditionsfirmen wurden bisher noch nicht geführt.

Zu 10.) Plakatierung/Beschriftung in Bussen der Firma Bruns Reisen

Eine Beklebung der hinteren Seitenscheiben kann angedacht werden. Die Miete pro Monat und pro Bus beträgt 35,00 € plus Mehrwertsteuer. Zudem kommen Kosten in Höhe von 60,00 € pro Bus für die Beschriftung der letzten beiden Seitenscheiben hinzu (S+E Werbung). Hierbei handelt es sich um eine einfache Folie, die z.B. auch schräg über das Fenster geklebt werden kann.

Außerdem können, als kostengünstige Variante, auch beidseitig bedruckte Plakate in den Bussen aufgehangen werden. Hierfür wird von der Firma Bruns keine Miete erhoben.

Zu 11.) Werbung über die Media Design & Concepts GmbH

Hierbei handelt es sich um das WHV-TV. Mittlerweile avanciert dieses Medium zu einer beliebten und effektiven Werbeplattform. Der Zeteler Markt wird dann auf Großmonitoren in Wilhelmshaven und Umgebung angekündigt. In einer dreißig-sekündigen Standbildanzeige bzw. einer Fotoslideshow könnte ab Oktober der Zeteler-Markt-Werbespot mit bis zu 18.000 Wiederholungen ausgestrahlt werden. Die Ausstrahlungsorte sind beispielsweise das Bonny's Diner, Oceanis, Aquarium Südstrand, Famila Center Jever, Freizeitbad Nautimo, Pro Markt, Bullermeck, Opel Schmidt, BE FIT Fitness (Pyramide).

3.2 Das neue Plakat

Das alte Plakat wird in diesem Jahr durch ein neues abgelöst. Entsprechende Entwürfe wurden dem Arbeitskreis vorgestellt und entsprechend nachgearbeitet. Das Ergebnis liegt diesem Skript als Anhang bei.

4. Aufbau des Marktes und Zulassungskriterien

Eine schriftliche Festsetzung der Zulassungskriterien, wie beispielsweise bei der Stadt Oldenburg als Richtlinie umgesetzt, soll es in Zetel nicht geben. Jedoch werden zukünftig die Schausteller angeschrieben, deren Geschäfte nicht mehr attraktiv genug sind oder sich in einem schlechten Zustand befinden.

In der Zulassungsprüfung von Schaustellern soll aber auch der Umweltschutz, gerade hinsichtlich möglicher Energiesparmaßnahmen, verstärkt berücksichtigt werden. Zudem soll ein Augenmerk auf die Kundenfreundlichkeit, beziehungsweise Kinderfreundlichkeit des Personals gerichtet werden.

5. Aufwertung des Marktes

Die Standorte für die Fahrgeschäfte und die Zelte stehen aufgrund der baulichen Gestaltung des Markthammes fest. Es wurde sich darauf verständigt, in diesem Jahr ein Kinderkarussell weniger zuzulassen. Im Gegenzug wurde erstmalig eine Riesenrutsche zugelassen.

Um den Bereich vor dem Hankenhof sinnvoll zu gestalten, soll dort in diesem Jahr ein Toilettenwagen aufgestellt werden. Dem Anliegen der Polizei soll insoweit nachgekommen werden, dass die Möglichkeit besteht, am Marktsamstag und am Mittwoch Absperrungen vor dem Hankenhof vorzunehmen. Somit kann eine Pufferzone vor dem Eingang des Hankenhofes entstehen.

Der Torbogen des Schaustellervereins Varel soll den Eingang auf dem Ohrbült zwischen Festzelt und dem Deutschen Haus zieren.

Für eine zusätzliche Attraktion soll eine traditionelle Marktorgel sorgen. Gespräche werden seitens der Verwaltung geführt.

6. Zielgruppen

Grundsätzlich wird auf dem Zeteler Markt jeden Tag ein anderes Publikum angesprochen. Am Samstagnachmittag findet sich ein gemischtes Publikum auf dem Marktgelände ein. Gegen Abend wird dieses durch die feiernden Besucher abgelöst. Am Sonntag sind dann viele Familien unterwegs, wobei von dieser Zielgruppe nur eine geringe Kaufkraft zu erwarten ist. Insgesamt soll der Sonntag durch ein Highlight am Abend aufgewertet werden. Am Montag dient der Nachmittag als Kinder- und Familientag. Am Abend lockt das Feuerwerk viele Besucher an. Danach ist ein Abbruch zu verzeichnen.

Der Mittwoch benötigt keine Aufwertung durch Werbemaßnahmen. Dieser Tag ist in seiner Attraktivität ungebrochen.

7. Ideen zur Aufwertung der einzelnen Markttage

Samstag:

Es ist keine Aufwertung nötig. Wie bereits erwähnt, findet sich Samstagnachmittag ein gemischtes Publikum auf dem Marktgelände ein, welches am Abend von den feiernden Besuchern abgelöst wird.

Die Markteröffnung sollte weiterhin komplett in der Hand der Gemeinde bleiben, da sie eine Möglichkeit ist, sich der Region nach außen zu präsentieren. Die Ehrengästeliste wird weiter von der Gemeinde aufgestellt.

Durch die Eröffnung werden Kontakte geknüpft und Gespräche geführt, die auch außerhalb des Marktgeschehens von Bedeutung sind.

Sonntag:

Am Sonntag wird hauptsächlich das Familienpublikum angesprochen. Viele Eltern gehen mit ihren Kindern über den Markt. Jedoch ist gegen 18.00 Uhr ein Abbruch des Besucherstromes zu bemerken.

Die Gestaltung des Sonntagabends ist komplett in der Hand der Gemeinde. Ideen für weitere Highlights sollten durch die Gemeinde umgesetzt werden. So ist dieses Jahr ein regionales Musikfestival geplant, dass von Anke Oetken (Musik- und Showband Grabstede) und Johann Lüschen (Gemeindemitarbeiter) organisiert wird. Hierbei sollen sich Spielmannszüge, Showbands, Kapellen usw. aus der Region präsentieren und viel Publikum anlocken um den Sonntagabend ohne große Verursachung von Kosten zu beleben.

Montag:

In Zusammenarbeit mit dem Schaustellerverband soll der Montag, zum Beispiel durch einen Bummelpass nach dem Vorbild vergleichbarer Veranstaltungen, aufgewertet werden. Mit entsprechenden Angeboten sollen die Betriebe und Vereine wieder auf den Markt gelockt werden. Die Federführung bei diesem Projekt sollten jedoch die Schausteller übernehmen.

Außerdem soll der Abriss der Besucherzahlen am Montag nach dem Feuerwerk gestoppt werden. Dies soll unter Absprache mit dem Schaustellerverband beispielsweise mit der Einführung einer „Happy Hour“ verhindert werden.

Mittwoch:

Am Mittwoch ist keine Aufwertung durch Werbung oder Aktionen notwendig, da dieser als Zetels persönlicher Feiertag angesehen wird und der Haupttag, sowie Abschlusstag des Marktes ist.

8. Die Zukunft des Viehmarktes

Die Tendenz der angebotenen Kleintiere und Ponys oder Pferde ist im Jahr 2007 leicht ansteigend gewesen. Die Trennung vom Krammarkt wurde von den Viehhändlern durchaus positiv aufgenommen und soll so beibehalten werden. Auch wenn der Viehmarkt sich von seiner Größe nicht mehr ausweiten wird, soll weiterhin ein Bereich für Tiere vorgehalten werden, der als Anziehungspunkt für das Publikum gilt.

Zukünftig sollte mehr Wert auf den Handel mit Land- und Futtermaschinen gelegt werden. Auch andere Gewerbeaktivitäten, wie Windkraftanlagen oder Gartenartikel, könnte man in den Viehmarkt integrieren.

Sollten die Platzkapazitäten für die landwirtschaftliche Ausstellung nicht ausreichen, sind gastronomische Kapazitäten einzuschränken.

9. Fazit

Die Sicherung des „Zeteler Marktes“ war das Ziel des Arbeitskreises Zeteler Markt. Es wurden Vor- und Nachteile aufgezeigt, sowie Lösungsvorschläge zur Beseitigung der Nachteile erarbeitet und zum Teil noch in diesem Jahr umgesetzt.

Werbemaßnahmen wurden überdacht und die Kosten für diese geschätzt. Auch neue innovative Werbemaßnahmen werden in Betracht gezogen. Über die einzelnen Werbemaßnahmen muss der Marktausschuss unter Berücksichtigung des Budgets entscheiden.

Über den Aufbau, die Zulassungskriterien und die Aufwertung der einzelnen Markttage wurde nachgedacht und Ideen gesammelt. Zum Teil müssen diese mit dem Schaustellerverband noch abgesprochen werden.

Auch die Erstellung einer neuen gerechteren Gebührensatzung trägt zur Sicherung des Zeteler Marktes bei. Diese soll noch zum diesjährigen Markt rechtswirksam werden.

Insgesamt wurden somit eine Vielzahl von Ideen und Lösungsansätze vom Arbeitskreis herausgearbeitet, die es gilt, in den nächsten Jahren umzusetzen.

Zetel, 21.08.2008

Olaf Oetken

Michael Röben