

General-Anzeiger WEIHNACHTSMARKT

VON ULLA THIEDE

Um das Gedränge auf ihrem Weihnachtsmarkt etwas zu kanalisieren, kamen die Betreiber der Weihnachtszauber genannten Veranstaltung auf dem Gendarmenmarkt in Berlin vor Jahren auf die Idee, einen Euro als Eintrittsgeld zu nehmen. Es störte niemanden: Geduldig standen die Besucher Schlange, weniger Gewühle in den Gassen zwischen den Buden gab es trotzdem nicht. Aber was wurde dort auch nicht alles geboten: Die hochpreisigen Restaurants an einer heute wieder feinen Berliner Adresse bauten ganze Almhütten auf, an die sich Außenterrassen anschlossen, dicht gedrängt in Decken eingehüllt trank man Champagner und konnte Austern schlürfen, wenn Pizza oder Burger zu profan erschienen.

Französischer und Deutscher Dom waren verschwenderisch in Pink und Blau angestrahlt, die Löwen vor Schinkels Konzerthaus sahen in der Weihnachtsbeleuchtung besonders majestätisch aus. Mich zog es in meinen Berliner Jahren als Korrespondentin für den GA immer zu den Kunsthandwerkern hin, es gab eine überdachte Straße, durch ein Zelt geschützt, wo Besucher trockenen Fußes an Ständen entlangflanieren konnten, die bunte Filzmützen mit Zöpfen und allerlei blumige Details boten, Damaszener Messer, Holzbretter mit aufwendigen Intarsienmustern, Keramikvogelhäuser in Form italienischer Renaissancevillen und Untersetzer, auf denen filigrane Vögel und Blumengirlanden so kunstvoll ineinander verwoben waren, dass ich nicht überrascht war, von der Standbesitzerin zu erfahren, dass sie früher Porzellanmalerin in Meißen gewesen war, dass alles also Handarbeit war.

Was machen erfolgreiche Weihnachtsmärkte richtig, dass Besucher auch ruhig mal ein bisschen mehr Geld ausgeben? „Auf Weihnachtsmärkten haben wir ein positives Kaufenerlebnis, wir lassen uns inspirieren, vielleicht suchen wir ein Geschenk oder wollen einfach nur bummeln gehen“, erklärt der Bonner Unternehmensberater Tobias Maria Günter von Simon, Kucher & Partners.

Anders als beim Einkauf im Supermarkt steht der Preis nicht im Vordergrund, sondern das Erlebnis. „Auf dem Weihnachtsmarkt wird der Kaufakt viel emotionaler erlebt und die Weihnachtsstimmung mitkonsumiert. Dafür gibt man dann gerne ein paar Euro mehr aus, als einem das gleiche Produkt im Laden wert wäre“, erklärt der Bonner Verhaltensökonom Armin Falk.

Günter, Spezialist unter anderem für Pricing, Sortiment und Marketing, rät denn auch Budenbesitzern, ihren Stand nicht zu grell auszu-leuchten. Neben einer heimeligen Stimmung sei es wichtig, dass der Verkäufer für Standbesucher immer ansprechbar sei, bei Nachfragen den Ball sofort aufgreife und Geschich-

Im richtigen Licht sitzt das Geld lockerer

Warum Weihnachtsmärkte nichts für Schnäppchenjäger sind. Ein Bonner Unternehmensberater und ein Ökonom berichten



Bei dem „Weihnachtszauber“ auf dem Gendarmenmarkt in Berlin müssen Besucher Eintritt zahlen.

FOTO: U. THIEDE

ten zum Produkt erzählen könne. „Wenn sich ein Kunde für ein Teelicht interessiert, dann gehe ich weg von der reinen Beschreibung und schildere ihm, wie das Licht bei ihm zu Hause eine zauberhafte Atmosphäre schafft, an der sich auch die Kinder erfreuen werden. Oder ich lasse ihn an einer Bienenwachskerze riechen, spiele mit seinen Sinnen, um ihn zu überzeugen“, sagt Günter.

Zu glauben, der Preis spiele gar keine Rolle, wäre aber falsch. Eher unüblich sind Rabattaktionen mit durchgestrichenen Preisen, das würde wie billiger Jakob wirken, sagt Günter. Aber „nichtlineares Pricing“ wenden Verkäufer auch auf dem Weihnachtsmarkt an. „Ich gebe einen Mengenreiz, indem ich etwa drei Kerzen zum Preis von zwei anbiete“, erklärt Günter.

Auch Verhaltensökonom Falk ist überzeugt, dass innerhalb des Weihnachtsmarkts Preisvergleiche durchaus stattfinden. „Manch einer

schaut schon danach, ob der Engel aus dem Erzgebirge nicht zwei Stände weiter vielleicht doch etwas günstiger zu haben wäre.“ Das hat auch damit zu tun, dass jeder Besucher sein persönliches Budget hat. Man hat also eine klare Idee davon, wie viel man ausgeben will. Günter: „Aber wenn ich Glühwein trinken will, dann sage ich: ‚An dem Stand schmeckt mir der Glühwein am besten‘, oder: ‚Dort ist es am gemütlichsten‘, ich sage nicht: ‚Dort ist der Glühwein am billigsten.‘“

Im vergangenen Jahr hatte sich der Bonner Express die Frage gestellt, ob fünf Euro für eine Bio-Bratwurst nicht überbeuert seien, und dann recherchiert, dass für den Wurstverkäufer davon 57 Cent als Verdienst bleiben. Alles geht für den Standbesitzer ins Geld, auch die Standgebühren selber.

Die Bonnerin Carla Purtschert-Voss bietet ihren selbstgefertigten Schmuck seit Jahren auf Weihnachtsmärkten an, sie kann ein Lied

davon singen. „Wer bekommt überhaupt einen Platz?“, das sei die große Frage. Es gebe lange Wartelisten für die Marktstände, deshalb könnten die Städte bei den Gebühren kräftig zulegen. Purtschert-Voss sagt: „Die Kunsthandwerker kalkulieren sehr knapp, die sind am unteren Limit mit ihren Preisen.“ Auf manchen Weihnachtsmärkten hat sie eine hohe Fluktuation erlebt, weil die Standbesitzer immer wieder wechseln: „Viele Kunst-

handwerker kommen kein zweites Mal, weil ihr Umsatz so gering ist.“ Mitunter geht es auch gar nicht weihnachtlich zu. Purtschert-Voss berichtet von einer Händlerin, die hochwertige Kissenbezüge zu 200 Euro das Stück anbot, die hätten eigentlich noch viel mehr kosten müssen. Am Abend musste sie feststellen, dass Diebe zehn Kissen entwendet hatten. „Das ist ein ganz hartes Brot, wir stehen ja auch bei Wind und Wetter immer da.“