



Workshop zum
zukünftigen Espelkamper
Weihnachtsmarkt

Protokoll
28.08.2008

Zielsetzungen und
Zielgruppen des
zukünftigen
Weihnachtsmarktes

Zielsetzungen:

Erlebniswert
Innenstadt steigern

Image, Identifikation,
Profilierung bewirken

Bevölkerung
zusammenführen

Präsentations-
plattform für
Vereine bieten

Frequenz,
Umsatz schaffen

WM = ein Element des
Weihnachtserlebnisses
in Espelkamp

Welche Zielgruppen
wollen wir mit dem
WM erreichen?

Wohnort:

Erweiterung auf
Ortsteile und
Nahumfeld

Altersgruppen:

von Jung bis Alt
(Differenzierung in
Zielgruppenansprache
über Orte und Zeiten)

Schichten:

Angebote für alle
sozialen Schichten
(Kosten!)

Profilierungs- beispiele

Beispiel-Profile anderer Städte

Mittelalterliche
Weihnacht

höchster
Weihnachtsbaum

Weihnachts-
märchen

Eisbahn

American
Christmas

Weihnachts-
kirmes

Vereins-
weihnacht

Nikolausmarkt,
Martinsfest ...

Winterfest

Eigene Profilansätze (laut Rundfrage)

Lichterfest



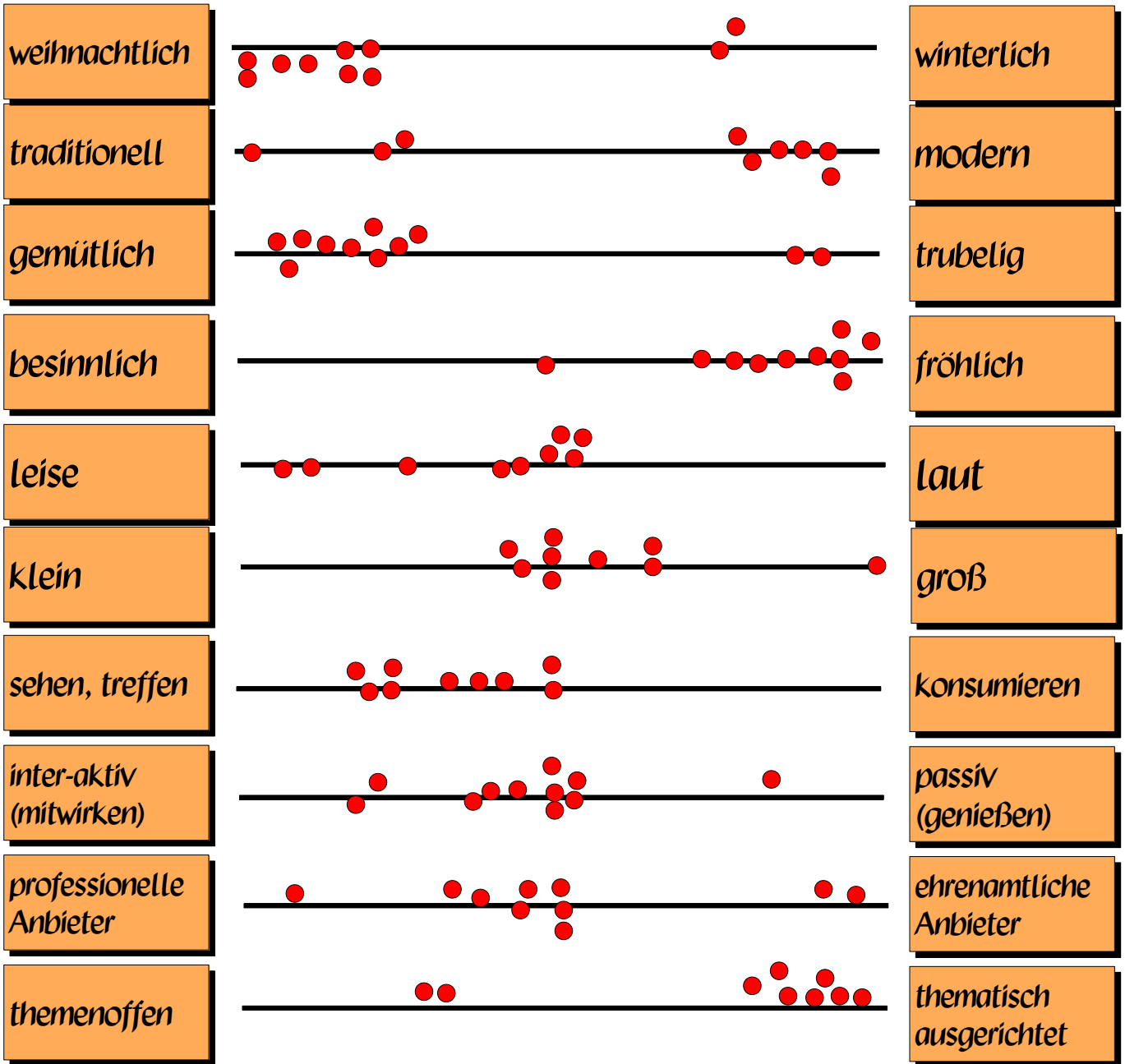
Weihnachten
im Wald

Landsmannschaft-
liche Weihnacht

Zielcharakteristika
des zukünftigen
Weihnachtsmarktes

Wie sollte der WM
in Espelkamp sein?

Welcher WM passt
zu Espelkamp?



Welcher WM kann weit und breit eigentlich nur in Espelkamp stattfinden?

Welchen fantastischen WM würden Sie gerne realisieren?

Kernbestandteile des zukünftigen Weihnachtsmarktes

Ziel: 50
Buden / Anbieter

Licht als Leitthema

ganze Innenstadt ist
weihnachtlich
(Schmuck etc.)

Lichtkugeln in
Breslauer Straße

Projektionen auf
Fassaden

Offene Feuer:
- Öl-Fakeln oder
- Schweden-Feuer oder
- Feuer-Fässer

Feuerwerk,
Laser-Show

Deko in Innenstadt
über Vereine,
Ortsteile / Schulen

Personifizierung des
Leitthemas analog
zur Lichterfee

Größe des Markts / Angebots

Höhepunkt
Wilhelm-Kern-Platz
(Startpunkt)

Ausläufer des Markts
gehen vom Kernplatz
aus (sukzessiv)

Klön-Treff unter
Lichterdach

Riesen-
Weihnachtsbaum

In Buden:
vernünftige "last
minute"-Präsente

kulinarisch z.B.
Ochse am Spieß

Aktivitäten

Lichter-Parade mit
Wagen / Gruppen
der Dörfer, Vereine

Lichter-Parade in 2009
als Abschluss zum
50-jährigen
Stadtjubiläum

Lichter-Wagen abends
stehen lassen (sehen
und staunen)

Bühne: Höhepunkt
Weihnachtstraum
(Uwe Müller)

Musik überall in
verschiedenen Stilen
(Jazz, Chor, Bläser...)

Kinderprogramm /
-betreuung am
verkaufsoffenen Sonntag

Bürgerhaus =
Kinderhaus

weihnachtliche
Sportmöglichkeiten
(Kletterberg, Backen mit
Kindern)

Autoverlosung ist
gesetzt

Erscheinungsbild, Einbettung und Werbung

Erscheinungs- bild

einheitliches Bild
abgeben

Holzbuden als
Standard

ggf. Kooperation bei
Buden mit anderen
Städten

Riesen-
Weihnachtsbaum
als Treffpunkt

Toiletten
sicherstellen

Einbettung

wiederkehrendes optisches
Element bei
Veranstaltungen schaffen

1.12

Start der
Weihnachts-
aktivitäten

1 Licht im
Rathauskalender

kl. Aktion z.B.
Büchereileseaktion

6.12

Nikolaustag

Werbung

ggf. Umbenennung
in Lichtermarkt

Professionalisierung
der Werbung

Programm-Faltblatt in
alle Haushalte (Esp.,
Rahden, Lübbecke)

Radiowerbung /
-trailer über Radio
Westfalica

möglicher Programmablauf

Zeitraahmen

3. Adventwochenende
inkl. verkaufsoffenem
Sonntag

Dauer: 4 Tage
Do-So

Do

Do: Eröffnung
"After Work"
Christmas-Party

Kernzielgruppe:
junge Leute

Fr

Fr: Bühnenprogramm
mit Höhepunkt
Weihnachtstraum

Kernzielgruppe:
Jedermann

Sa

Lichterparade mit
Wagen, Musikgruppen,
Fußgruppen

Kernzielgruppe:
Jedermann

später: Wagen
bestaunen und
Musik dezentral

So

So: Verkaufsoffener
Sonntag u.a. Backen mit
Kindern + Indoorsport im
Bürgerhaus (Betreuung)

Kernzielgruppe:
Familien mit Kindern

abends:
Filmvorführung
Feuerzangenbowle



weitere Schritte

Organisation

*Organisations-
übergreifende
Arbeitsgruppe einrichten*

*Konzept weiter
ausformulieren*

*"Vision" formulieren,
um Mitwirkende zu
gewinnen / begeistern*

*Start der Arbeit sofort
mit Ziel 2009*