

Romantische Waldweihnacht Johanniskreuz ein Publikumsmagnet

„Von drauß' vom Walde komm ich her ...“

Von Michael Leschnig, Johanniskreuz

Es gibt wohl kaum eine andere Zeit im Jahre, in der das Interesse am Wald in der Bevölkerung größer ist als im Advent. Man denke nur an den Weihnachtsbaum und den Adventskranz, die aus unserer Weihnachtskultur kaum wegzudenken sind. Daneben sind die Krippe aus Holz, verschiedene Elemente des Weihnachtsschmucks, Wildgerichte mit Pilzen als Festbraten, die im Advent besonders häufig gespielten Holzblasinstrumente sowie die ungezählten Gedichte und das traditionelle Liedgut, mit dem Wald verbunden. Vor diesem Hintergrund liegt es deshalb nicht allzu fern, hier anzuknüpfen und einen Weihnachtsmarkt im Zeichen der Nachhaltigkeit mitten im Wald zu veranstalten.

Wie alles begann

Für das Frühjahr 2005 war die Eröffnung des Hauses der Nachhaltigkeit geplant. Das Projektteam von Landesforsten Rheinland-Pfalz begleitete den gesamten Entstehungsprozess bereits durch eine intensive Kommunikationsarbeit. Im Sommer 2004 wurde dann die scheinbar paradoxe Idee geboren, um das neue Infozentrum einen Weihnachtsmarkt zu organisieren. Unter anderem die Neugierde auf das seinerzeit im Rohbau befindliche Holzgebäude in zeitgenössischer Architektur sollte Besucher für den Markt anlocken.

Johanniskreuz, eine Annexe der Ortsgemeinde Trippstadt, erschien für dieses Vorhaben besonders geeignet. Die kleine Siedlung auf einer Lichtung im scheinbar grenzenlosen Wald liegt an einer wichtigen Straßenkreuzung im inneren Pfälzerwald. Im Bewusstsein der Einheimischen ist sie das Zentrum der am dichtesten bewaldeten Landschaft Deutschlands und traditionell eines der regionalen Ausflugs-

ziele, insbesondere für die nahegelegene Großstadt Kaiserslautern.

Adventsmarkt mit Ökoprofil

Die Idee ging auf – bereits bei der ersten Waldweihnacht sorgte der Ansturm der Gäste für einen frühen Ausverkauf der Stände. Viele Besucher bedeuteten allerdings auch viele Herausforderungen, die es zu bewältigen galt. Nach den Erfahrungen der Auftaktveranstaltung wurde deshalb für die Romantische Waldweihnacht ein umfangreiches Nachhaltigkeitsprofil entwickelt, das die Handlungsfelder Energie, Verkehr, Versorgung, Abfall, Material und Kommunikation besonders berücksichtigte. Der programmatische Anspruch des Hauses der Nachhaltigkeit und der Auftrag zur nachhaltigen Entwicklung in Biosphärenreservaten gaben dabei die Richtung vor.

Das bis heute entwickelte Profil ist fester Bestandteil der Teilnahmebedingungen, dem sich die derzeit rund 60 Marktbesucher verpflichten müssen:

1. Energie sparen

Die Veranstalter verzichten darauf, das Marktgelände zu beschallen, Musik wird nur live und ohne Verstärkung gespielt. Für eine stimmungsvolle Beleuchtung der Szenerie in den Abendstunden sorgen Holzfeuer und große Holzfackeln (sog. Schwedenfeuer). Sollte eine elektrische Beleuchtung notwendig sein, so sind Energiesparlampen verpflichtend. Zur Beheizung der Stände sind elektrische Heizgeräte untersagt. Das Haus der Nachhaltigkeit informiert die Besucher jedes

Jahr über Energieeinsparmöglichkeiten. Bei der Auswahl der Teilnehmer für den Markt wird den Bewerbern mit eigenen Konzepten zur Energieeinsparung der Vorzug gegeben. Die Veranstalter beobachten die Stromverbrauchszählerstände vor und nach dem Termin, um die Effizienz der getroffenen Maßnahmen bewerten zu können.

2. Individualverkehr vermeiden

Mit mehr als einem Drittel des Budgets ist die Finanzierung der mittlerweile fünf Sonderbuslinien aus dem Umland mit dem Ziel Johanniskreuz der wichtigste Kostenfaktor. Durch den Abdruck des gesamten Fahrplans im Veranstaltungsfaltblatt und in den regionalen Amtsblättern ist es für die Besucher sehr einfach, die individuell passende Anreisemöglichkeit zu finden. Außerdem kann der Plan auf mehreren Websites heruntergeladen werden. Ein besonderer Anreiz für die Benutzung der Busse ist ein Gewinnspiel, an dem nur Fahrgäste teilnehmen können. Das Gewinnspiel wird bewusst als Marketinginstrument eingesetzt, die verlusten Preise haben immer einen Bezug zum Biosphärenreservat.

3. Landschaft schmecken

Auf dem Markt dürfen nur regional typische und jahreszeitlich passende Speisen und Getränke angeboten werden. Regionalität ist auch das wichtigste Auswahlkriterium für die Anbieter von Handwerkskunst. Händler sind nicht zugelassen. Glühwein sowie Apfel- und Traubensaft müssen verpflichtend bei den Partnerbetrieben des Biosphärenreservats eingekauft werden. Die Warenherkunft wird stichprobenartig kontrolliert. Die Romantische Waldweihnacht wird insgesamt von den anerkannten Partnerbetrieben des Biosphärenreservats geprägt. Anderen Marktbesuchern stellt der Veranstalter bei Bedarf Adressen von nachhaltig wirtschaftenden Zulieferbetrieben für den Wareneinkauf zur Verfügung.

4. Wiederverwenden statt wegwerfen

Oberstes Gebot ist es, jeglichen Müll zu vermeiden. Wo dies zum Beispiel aus Gründen der Lebensmittelhygiene unver-

i Haus der Nachhaltigkeit,
Johanniskreuz 1a, 67705 Trippstadt;
Tel. 06306-9210-130;
hdn@wald-rlp.de; www.hdn-pfalz.de

M. Leschnig ist Angehöriger von Landesforsten Rheinland-Pfalz und Leiter des forstlichen Infozentrums Haus der Nachhaltigkeit im deutschen Teil des Biosphärenreservats Pfälzerwald-Nordvogesen.



Michael Leschnig
Michael.Leschnig@wald-rlp.de

meidbar ist, dürfen nur recycelbare Materialien eingesetzt werden. Grundsätzlich muss Mehrweggeschirr verwandt werden, das an zentraler Stelle in mehreren Spülmobilen durch Servicepersonal des Veranstalters gereinigt wird. Die Marktteilnehmer erhalten Einkaufstüten aus Papier, die zentral beschafft werden. Den vom eigenen Stand produzierten Müll muss der Marktteilnehmer in geeigneten Behältern sammeln und selbst entsorgen. Diese Forderung dient unter anderem der „Erziehung“ der Beschicker.

5. Nachhaltige Materialwahl

Für den Bau der Marktstände kam nur heimisches Holz zum Einsatz. Die Stände sind so konzipiert, dass sie auch bei anderen Veranstaltungen eingesetzt werden können. Durch die Zusammenarbeit mit der Kleinstadt Rodalben beim Bau der Hütten wurden einerseits die Herstellungskosten halbiert und andererseits die Auslastung der Hütten erhöht. Andere Verkaufsstände sind nur dann zugelassen, wenn dies aus Gründen der Lebensmittelhygiene notwendig ist, Kunststoffpavillons sind ausdrücklich verboten. Bei der Standdekoration sind nur natürliche Materialien erlaubt.

Für den Druck der Printmedien wird Recyclingpapier gefordert. In der beschränkten Ausschreibung werden nur zertifizierte Druckereien kontaktiert.

6. Offensive Kommunikation

Die Marktbesucher werden im Wege einer Ausschreibung im Frühjahr ermittelt. Schriftliche Teilnahmebedingungen dokumentieren gegenüber Bewerbern das Ökoprofil des Marktes. Jeder Ausgewählte verpflichtet sich schriftlich zur Einhaltung dieser Marktordnung.

Der Finanzierungsplan der Waldweihnacht ist transparent. Den Teilnehmern wird verdeutlicht, dass der Preis für die relativ geringe Teilnahmegebühr die ökologischen Auflagen des Veranstalters sind.

In der gesamten Kommunikationsarbeit wird auf das Ökoprofil des Marktes hingewiesen. Die Marktteilnehmer werden aktiv dazu aufgefordert, mit ihren jeweiligen Ökozertifikaten am eigenen Stand zu werben.

Alle Marktteilnehmer werden im Veranstaltungsflyer aufgeführt.

Durch ein jährlich bewusstes Wechseln eines Teils der Beschicker bleibt nicht nur der Markt für Besucher attraktiv, sondern auch die Idee des Biosphärenreservats wird in der Zielgruppe der Marktteilnehmer sukzessive weiter verbreitet. Das von einem Bewerber glaubhaft dokumentierte, besondere Bemühen um Aspekte

der Nachhaltigkeit verschafft diesem einen Vorteil bei der Auswahl der Teilnehmer.

- Marktteilnehmer, die ihren Erlös **wohl-tätigen Zwecken** zukommen lassen, wie im Fall eines hier ansässigen Klosters, sind von der Zahlung einer Standgebühr befreit.
- Allen Marktteilnehmern wird nach der Waldweihnacht ein **Fragebogen** zur Evaluierung der Veranstaltung zugeschickt. Dort werden auch Ideen zur weiteren Verbesserung des Ökoprofiles abgefragt. Die Rücklaufquote ist sehr hoch, der Markt entwickelt sich durch diese Form der Partizipation gemäß den eigenen Wünschen der Beteiligten ständig weiter.

Zum Schluss

Mit der Organisation der Romantischen Waldweihnacht Johanniskreuz, die jedes Jahr am dritten Adventswochenende im inneren Pfälzerwald stattfindet (nächster Termin: 12./13. Dezember 2009), ist dem Haus der Nachhaltigkeit ein besonderer Coup gelungen. Die große Anzahl an Besuchern und die Effekte, die sich eingestellt haben, sind bemerkenswert: Über das gesamte Jahr hinweg gehen beim Haus der Nachhaltigkeit Bewerbungen ein, welche die Zahl der zur Verfügung stehenden Standplätze weit übersteigt. Einige konventionell wirtschaftenden Bewerber haben ihre Produktpalette zumindest teilweise modifiziert, um dem Nachhaltigkeitsprofil zu entsprechen, damit sie in Johanniskreuz dabei sein können.

Obwohl es eine Vielzahl von Weihnachtsmärkten gibt, ist das Interesse der Medien an der Romantischen Waldweihnacht nach wie vor sehr hoch. Darüber hinaus interessieren sich viele Kommunen für die Veranstaltung. Sie sehen in der Waldweihnacht ein neues, interessantes Mosaiksteinchen im touristischen Portfolio der Region und sie finden in Johanniskreuz Anregungen für den eigenen Markt.

Eine Großveranstaltung dieser Art steht trotzdem in der Kritik, bringt sie doch auch Probleme mit sich, und das gerade im ökologischen Bereich. Daraus erwächst aber auch eine Chance. Das ökonomische Potenzial ermöglicht es dem Veranstalter, von den Marktteilnehmern die Einhaltung eines vergleichsweise anspruchsvollen Nachhaltigkeitsprofils zu fordern. Gleichzeitig kann einer breiten Bevölkerungsschicht Nachhaltigkeit nicht nur gezeigt, sondern auch vorgelebt werden. In der Summe ist daraus ein Öko-Adventsmarkt entstanden, der in der Pfalz seinesgleichen sucht und der deshalb auch Vorbild für andere Großveranstaltungen im Biosphärenreservat Pfälzerwald-Nordvogesen sein kann. ◀



Fotos: LF R-P (1), S. Weiter (2), M. Lesching (1), Dillmann (1)