

# Abstract

## **Titel: Markt- und Kulturstadt – Erfolgsmodell oder Utopie?**

**Kurzzusammenfassung:** Eine Schweizer Kleinstadt, die als Auftraggeberin dieser Bachelor Thesis fungiert, möchte zum Glanz früherer Tage zurückkehren, indem sie sich als Markt- und Kulturort positioniert. Um der Auftraggeberschaft bei diesem Unterfangen zu helfen, werden aktuelle Trends im Bereich der Märkte und kulturellen Anlässe eruiert, verschiedene Märkte und kulturelle Anlässe aus dem deutschsprachigen Raum umfassend vorgestellt, sowie ein detailliertes Konzept ausgearbeitet, das der Kleinstadt aufzeigt, inwiefern sie ihre bestehende Markt- und Kulturszene ausbauen kann.

**Verfasser:** Christoph Artho

**Herausgeber/-in:** lic. phil. I Mario Stark

**Publikationsformat:**

- BATH
- MATH
- Semesterarbeit
- Forschungsbericht
- Anderes

**Veröffentlichung:** 2013

**Sprache:** Deutsch

**Zitation:** Artho, C. (2013). *Markt- und Kulturstadt – Erfolgsmodell oder Utopie?* FHS St. Gallen, Hochschule für Angewandte Wissenschaften: Bachelor Thesis.

**Schlagwörter (3-5 Tags):** Public Management, Marktforschung, Marketing

## **Ausgangslage**

In früheren Jahrzehnten und Jahrhunderten war die Kleinstadt ein prosperierender Markt- und Kulturort mit überregionaler Ausstrahlung. Diese erfolgreichen Zeiten gehören inzwischen aber der Vergangenheit an, denn das Städtchen wurde von der harten Realität des Strukturwandels und dessen Folgen getroffen. Die Wirklichkeit sieht heute so aus, dass im Städtchen nicht nur die Anzahl der durchgeführten Märkte und kulturellen Anlässe zurückgingen, sondern mehr denn je auch das Besucherinteresse an den örtlichen Märkten und kulturellen Anlässen nachlässt.

## **Ziel**

Das Ziel dieser Bachelor Thesis besteht einerseits darin, die Vergangenheit der Kleinstadt als Markt- und Kulturstadt aufzuzeigen, andererseits auch die Ist-Situation mit den aktuellen Märkten und kulturellen Anlässen darzulegen. Daneben sollen Trends und Ideen im Bereich der Märkte und kulturellen Anlässe bestimmt, sowie verschiedene Märkte und kulturelle Anlässe in ihren Eigenheiten präsentiert und im Anschluss daran analysiert werden. Zu guter Letzt wird ein Konzept für den am besten geeigneten Markt, beziehungsweise kulturellen Anlass erstellt.

## **Vorgehen**

Mittels fundierten Literaturrecherchen, sowie mehreren Gesprächen mit dem Stadtpräsidenten der Kleinstadt konnte in einem ersten Schritt ein ganzheitlicher Überblick sowohl zur Vergangenheit, als auch zur Ist-Situation der Kleinstadt gewonnen werden. Überdies wurde eine umfassende Primärerhebung ausgearbeitet, damit einerseits die Trends im Bereich der Märkte und kulturellen Anlässe eruiert und andererseits Informationen zu verschiedenen Best-Practice Fällen gesammelt werden konnten. Die Primärerhebung bestand aus der qualitativen Befragung von je vier Wochenmarkt- und Spezialitätenmarktorganisierenden, drei Organisierenden von kulturellen Anlässen, sowie dem Schweizerischen Marktverband. Bei den interviewten Organisierenden verschiedener Märkte und kultureller Anlässe handelte es sich um solche aus der Deutschschweiz, aus Deutschland, sowie dem Italien zugehörigen, aber mehrheitlich deutschsprachigen, Südtirol. Somit konnten insgesamt zwölf qualitative Interviews, welche mehrheitlich telefonisch abgehalten wurden, erfolgreich durchgeführt werden.

## Erkenntnisse

### Vergangene und gegenwärtige Markt- und Kultursituation in der Kleinstadt

Bis vor wenigen Jahrzehnten war die Kleinstadt ein bedeutender, wie auch bekannter Markt- und Kulturort mit mannigfaltigen Marktereignissen und kulturellen Anlässen. Im Laufe der Zeit hat sich die Situation aber zuungunsten der Kleinstadt verändert, so dass gegenwärtig die grössten Herausforderungen sowohl ein teils rückläufiges Besucherinteresse, als auch die kontinuierlich schwindende Zahl der Ausstellerinnen und Aussteller an seinen Märkten und kulturellen Anlässen darstellen. Zum aktuellen Zeitpunkt werden in der Kleinstadt je sieben Märkte und sieben kulturelle Anlässe ausgetragen. Als Organisierende treten dabei verschiedene Vereine, Personengruppen oder auch die Stadtbehörden selbst auf. Der örtliche Verkehrs- und Kulturverein mit fünf organisierten Märkten und kulturellen Anlässen pro Jahr, nimmt dabei die aktivste Rolle unter allen Organisierenden ein.

### Trends im Bereich der Märkte

In einer umfassenden Marktforschung wurden die Trends und Entwicklungen im Bereich der Märkte eruiert. Aus den telefonischen Interviews mit neun befragten Personen rund um den Themenbereich Markt liessen sich dabei eindeutige Trends herausfiltern: So herrscht ein klarer Trend in Richtung regionaler und qualitativ hochwertiger Produkte vor. Die Marktbesuchenden legen vermehrt Wert darauf, regionale und qualitativ hochwertige Produkte zu berücksichtigen. Entsprechend können sich jene Märkte, die ihren Fokus auf die vorherig genannten beiden Aspekte richten, eines höheren Besucherinteresses erfreuen. Abb. 1 veranschaulicht die Trendaussagen der neun befragten Personen, wobei Mehrfachnennungen zugelassen waren.

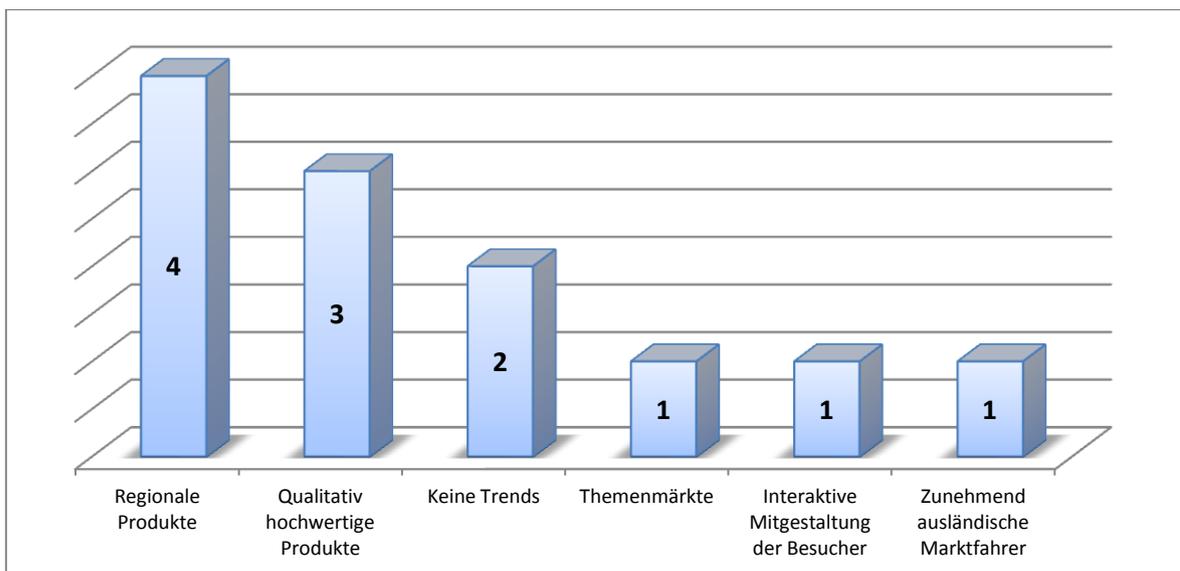


Abb. 1: Trends im Bereich der Märkte.  
Quelle: Eigene Darstellung.

## Trends im Bereich der kulturellen Anlässe

Im Gebiet der kulturellen Anlässe stellte sich die Ermittlung nach eindeutigen Trends und Mustern als äusserst komplex heraus und folglich muss das Bestehen von eindeutigen und klaren Trends aufgrund der Ergebnisse aus den getätigten Recherchen, sowie im Einvernehmen mit den kontaktierten Fachpersonen, angezweifelt werden.

Trotz der Tatsache, dass sich keine klaren Trends und Entwicklungen im Bereich der kulturellen Anlässe herausarbeiten liessen, ist es für eine öffentliche Verwaltung lohnenswert, kulturelle Anlässe zu fördern und finanziell zu unterstützen, denn durch die öffentlichen Kulturförderungsausgaben wird einerseits die Bekanntheit einer Kleinstadt erhöht, andererseits profitiert aber auch das lokale Gewerbe von den Anlässen. Die Kulturförderungsausgaben fliessen jeweils zu einem bestimmten Prozentsatz in Form von Steuern und Abgaben in die Stadtkasse zurück, sodass ein Kreislauf entsteht. (Glaser, 1991, S. 49-50)

## Vorstellung und Analyse verschiedener Märkte und kultureller Anlässe

Vier Wochen- und Spezialitätenmärkte, sowie drei kulturelle Anlässe werden in der Bachelor Thesis detailliert präsentiert. Dabei handelt es sich allesamt um Märkte und kulturelle Anlässe aus dem deutschsprachigen Raum, genauer ausgedrückt um solche aus der Deutschschweiz und dem angrenzenden süddeutschen Raum, sowie um einen Markt aus dem zu Italien gehörenden, deutschsprachigen Südtirol.

Im Anschluss an die Darstellung der verschiedenen Märkte und kulturellen Anlässe werden sämtliche Marktereignisse, sowie kulturellen Anlässe einer Nutzwertanalyse unterzogen, um den geeignetsten Markt, respektive kulturellen Anlass für die Kleinstadt zu bestimmen.

Tab. 1 zeigt dabei, wie die einzelnen untersuchten Märkte und kulturellen Anlässe abgeschnitten haben.

Rang	Lösungsvariante	Art	Punkte
1	 Käsemarkt	Markt	151
2	Sommer in der Stadt	Kultureller Anlass	149
3	Spezialitätenmarkt	Markt	135
4	Wochenmarkt	Markt	133
5	Filmfestival	Kultureller Anlass	117
5	Brot- und Strudelmarkt	Markt	117
6	Humor-Festival	Kultureller Anlass	114
6	Bio Marché	Markt	114

Tab. 1: Rangverteilung Nutzwertanalyse.  
Quelle: Eigene Darstellung.

### **Der geeignetste Markt für die Kleinstadt: Ein Käsemarkt**

Aus Tab. 1 ist deutlich zu erkennen, dass sich der Käsemarkt im Vergleich zu den anderen Märkten und kulturellen Anlässen durchgesetzt hat, indem er die vordefinierten Analyse Kriterien am besten erfüllt und dementsprechend den höchsten Nutzwert erzielt hat. Daher wird der Kleinstadt empfohlen, einen Käsemarkt auszutragen, an dem ausschliesslich regional hergestellte Käseprodukte verkauft werden dürfen und die regionalen Gegebenheiten berücksichtigt werden.

### **Literaturquellen**

Glaser, H. (1991). *Die Kulturstadt und die Zukunft der Industriegesellschaft*. Wiener Vorlesungen im Rathaus: Bd. 9. Wien: Picus.