

Pressemitteilung

Datum: Bochum, 23. Dezember 2011

Seite 1 von 5

Abteilung: Medien und Kommunikation

Name: Christian Gerlig, Teamleiter

Telefon: 02 34 - 9 04 96 39

Fax: 02 34 - 9 04 96 53

Mobil: 01 73 - 2 89 31 69

E-Mail: gerlig@bochum-marketing.de

Alle Jahre wieder

Bochumer Weihnachtsmarkt mit überdurchschnittlich guten Besucherzahlen

Nach 36 erfolgreichen Markttagen endet der diesjährige Bochumer Weihnachtsmarkt. Mit einer Angebotsvielfalt der rund 180 stimmungsvoll geschmückten Weihnachtsbuden, karitativen Aktionen, einer feinen Auswahl an Speisen und Getränken sowie einer einzigartigen Attraktion in Nordrhein-Westfalen - dem „Fliegenden Weihnachtsmann“ - fällt die Bilanz der Bochumer Weihnacht 2011 rundherum positiv aus.

Bochum Marketing ist zufrieden

„Es läuft sehr erfreulich. Der Weihnachtsmarkt ist überdurchschnittlich gut besucht. Sowohl wir als auch unsere Aussteller sind außerordentlich zufrieden“, berichtet Andreas Kuchajda, Geschäftsführer der Bochum Marketing. „Wir sind mit bestem Weihnachtsmarkt-Wetter gestartet. Trotz einer zwischenzeitlichen Schlecht-Wetter-Periode, kann ein deutlicher Besucheranstieg wahrgenommen werden. Wir führen zudem viele Gespräche mit dem Einzelhandel, die auch wiederum viele Kunden verzeichnen können und über gut gefüllte Straßen und Geschäfte berichten“, so Kuchajda weiter. „In Bochum harmonieren Einkaufen und Weihnachtsmarkt, das haben wir vor allem wieder am verkaufsoffenen Sonntag gesehen“. Auch über die Stadtgrenzen hinaus ist der Bochumer Weihnachtsmarkt ein Thema. „Wir verfolgen eine neue Werbestrategie. Zusammen mit anderen Ruhrgebietsstädten bewerben wir die

Datum: Bochum, 23. Dezember 2011

Seite 2 von 5

Weihnachtsmärkte auch über die Grenzen Deutschlands hinaus. Vor allem bei niederländischen Gästen werden wir immer beliebter“, freut sich Kuchajda.

Nach dem Weihnachtsmarkt ist vor dem Weihnachtsmarkt

Die Vorbereitungen für 2012 laufen bereits. „Für uns ist das ganze Jahr Weihnachtsmarkt. Nach Beendigung der Baustellensituation am Kortum-Karree in der Huestraße sehen wir hier noch weiteres Potential in der Qualifizierung im Bereich Sortiment und Optik. Ebenso erfolgen konzeptionelle Überlegungen zur weiteren Aufwertung des Husemannplatzes und des Boulevards. Darüber hinaus steht die Entwicklung von ganzheitlichen Programm- und Eventkonzeptionen für Teilbereiche oder den gesamten Weihnachtsmarkt im Vordergrund“, verrät Kuchajda.

Das historische Ambiente rund um die Pauluskirche wurde sich in diesem Jahr ebenfalls zu Eigen gemacht. Der neue mittelalterliche Markt integrierte sich als „Markt im Markt“ in das Gesamtkonzept und sorgte ebenfalls für eine Anbindung des Boulevards. An eine Weiterführung in 2012 ist sicherlich zu denken.

Seit 2005 hat die Bochumer Weihnacht eine stete Entwicklung erfahren und sich im Ruhrgebiet zwischen Essen und Dortmund zu einer festen Größe etabliert. Dabei setzt die Bochum Marketing als Veranstalterin der Bochumer Weihnacht auf Qualität bei der Zusammenstellung von

Datum: Bochum, 23. Dezember 2011

Seite 3 von 5

Sortiment, Programm und Optik. Beim Händlerangebot wird immer nach dem Besonderen gesucht.

Dekorationswettbewerb belohnt Aussteller für das Besondere

Die Preisvergabe im Rahmen des Dekorationswettbewerbs zum Bochumer Weihnachtsmarkt ist eine qualitative Auszeichnung und trägt zu einer stetigen Qualitätssteigerung bei. Die Jury besteht unter anderem aus Vertretern von Politik, Kirche, Einzelhandel und städtischen Akteuren. Diese bilden die Weihnachtsmarkt-Kommission. Die Auszeichnung wurde während des Weihnachtsmarktes durchgeführt.

Die Gewinner 2011:

- Manfred Salzman mit der Pyramide und dem Bergmannsdorf (Hütten-Nummer 214, Dr.-Ruer-Platz) in der Kategorie „Neubau und Konzeption“
- Dr. Sven Müller mit seinem Stand Väterchen Frost (Hütten-Nummer 220, Dr.-Ruer-Platz) für sein besonderes Sortiment - Mundgeblasenes und handbemaltes Glas für Teelichter
- Jörg Berg von der Pizzeria / Ausschank Berg (Hütten-Nummer 110, Boulevard) in der Kategorie „Menschlichkeit“ für seine persönliche und individuelle Kundenansprache

Die Aussteller werden für ihr Angebot und ihre Leistung im kommenden Jahr prämiert. Die Gewinner erhalten einen Bar-Scheck sowie ein edles Schild zur Verzierung ihrer Hütte.

Datum: Bochum, 23. Dezember 2011

Seite 4 von 5

Karitative Stände sind fester Bestandteil des Weihnachtsmarktes

Der Bochumer Weihnachtsmarkt bietet Ausstellern und Besuchern die Gelegenheiten, sich karitativ zu engagieren. Gemeinnützige Institutionen erhalten somit eine Präsentationsplattform, wodurch sowohl internationale Projekte als auch Bochumer Bedürftige bedacht werden. In diesem Jahr präsentierten sich erneut 30 Bochumer Institutionen, Vereine und Privatpersonen im „Haus der guten Tat“ auf dem Husemannplatz. Wert legt die Bochum Marketing dabei auf die Gemeinnützigkeit und das persönliche Engagement von Bochumern bei den Aktionen. „600 Wünsche aus vier Kinderheimen konnten letztes Jahr erfüllt werden, noch einmal 100 mehr als 2009. Dieses Jahr wurden sogar über 800 Wunschzettel ausgesucht. Auch hier ist eine stetige Steigerung ‚der guten Sache‘ zu verzeichnen“, erzählt Kuchajda. Neben dem „Haus der guten Tat“ waren sieben weitere Einrichtungen mit einem festen Stand vertreten.

Durch verschiedene Aktionen konnte in den letzten Jahren insgesamt die stolze Summe von über 130.000 Euro jährlich eingenommen werden. „Das Ergebnis freut uns sehr. Denn die Gelder kommen aus reinem Bochumer Engagement zusammen. Wir sind schon gespannt, welches Ergebnis dieses Jahr erzielt wird“, so Kuchajda.

Datum: Bochum, 23. Dezember 2011

Seite 5 von 5

Textstatistik:

Zeilen: 102

Anschläge pro Zeile: 50

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 5.159

Bochum Marketing GmbH

Die Bochum Marketing GmbH ist ein Unternehmen von rund 50 Gesellschaftern, bestehend aus der Stadt Bochum und Wirtschaftspartnern. Geschäftsführer ist seit Oktober 2011 Andreas Kuchajda (43 Jahre). Thomas Weckermann (53 Jahre) ist seit 2002 Prokurist der Organisation. Gemeinsames Ziel ist, den gelungenen Wandel Bochums von der Industriestadt zur modernen Metropole im Herzen Europas zu sichern und auszubauen. Mit umfangreichen Aktivitäten in den Geschäftsfeldern Tourismus, Stadtwerbung, City-, Zentren-, Veranstaltungsmanagement und Standortmarketing engagiert sich die Bochum Marketing GmbH mit ihren Gesellschaftern auf breiter Basis für das Wohl Bochums. Für und mit allen wichtigen Zielgruppen gestaltet die Gesellschaft aktiv den wirtschaftlichen, kulturellen und gesellschaftlichen Wandel Bochums und des Ruhrgebiets.