

**Albert Ritter ist Schausteller mit Seele. Genau deshalb liegt ihm die Schaustellerei so am Herzen. So sehr, dass er seinen Posten als Präsident des Deutschen Schaustellerbundes als „Vollzeitjob“ bezeichnet. Kurz vor dem Startschuss zur Bocholter Kirmes erreichten wir Albert Ritter und unterhielten uns mit ihm über die Allerheiligenkirmes und das Schaustellergewerbe.**

? Herr Ritter, freuen Sie sich schon auf Soest?

! Natürlich tue ich das. Soest ist eine Kirmes, die tief in der Bevölkerung verwurzelt und deshalb auch heute für mich und meine Kollegen ein echter Höhepunkt im Jahresablauf ist.

? Trotz aller Wirtschaftskrise ist die Allerheiligenkirmes top. Was sind die Gründe?

se Konferenz?

! Wir gehen demografisch schwierigen Zeiten entgegen. Allein die Tatsache, dass bis 2030 der überwiegende Teil unserer Bevölkerung älter als 50 Jahre sein wird, macht Handlungsbedarf deutlich. Das wissen sowohl das Stadtmarketing als auch die Schausteller. Unser Konzept nimmt diese Altersgruppe daher in den Fokus. Wir wollen nicht, dass attraktive Fahrgeschäfte verschwinden, keinesfalls; eher wird es darum gehen, wie man beispielsweise das Parkangebot so verbessern kann, dass die Menschen näher an die Kirmes heranrücken, wie man Ruhezonen einrichtet, generell, wie man ein Wohlfühlklima generiert. Das kann dann zum Beispiel so aussehen, dass das Musikangebot unter die Lupe genommen wird und die Hits von Heute in 20 Jahren als Hits



## „Die Atmosphäre gibt es kostenlos“

### Schausteller-Präsident Albert Ritter über die Allerheiligenkirmes der Zukunft

! In erster Linie ist es die besondere Atmosphäre bei diesem letzten großen Volksfest des Jahres, vor allen Dingen ab dem späten Nachmittag. Was das Marketing betrifft, so ist Soest einer der Vorreiter. Konkret: Wir haben kürzlich zusammengesessen und ein Konzept unter dem Arbeitstitel „Allerheiligenkirmes 2030“ entwickelt. Dabei saßen Schausteller und eine städtische Arbeitsgruppe, die Bürgermeister Dr. Ruthemeyer die Ergebnisse vorstellen wird, zusammen. In Soest hat man erkannt, dass ein gutes, professionelles Marketing nur gemeinsam auf die Beine gestellt werden kann.

? Welche Ergebnisse erzielte die-

von Damals aus den Lautsprechern kommen – mit angepasster Lautstärke natürlich.

? Erhalten Sie die Unterstützung, die Sie brauchen?

! Soest liegt da im guten Mittelfeld und ziemlich weit vorne. Man weiß, dass die Kirmes viel Geld bringt und auch für ein gutes Renommé sorgt. Trotzdem geht es noch besser, denn Marketing ist mehr als nur ein Frauenparkplatz. Die Schausteller gehen da übrigens mit gutem Beispiel voran: Der Schaustellerbund hat in speziellen Seminaren rund 1.000 Kollegen geschult, wie sie sich besser vermarkten können und vermittelt, wie ein guter Außenauftritt aus-

sieht.

? Haben Sie ein Computerspiel im Wohnwagen?

! Ich verstehe schon, worauf Sie hinaus wollen. Nein, ich nicht, vielleicht mein Sohn. Aber wenn es darum geht, wie viele Menschen durch die Medien von einer Kirmes fernbleiben: Wir – und damit meine ich alle meine Kollegen – haben längst erkannt, dass wir nur ein Mosaikstein im Freizeitangebot sind und daher nur mit Qualität überzeugen können. Wir haben einerseits viele Probleme beispielsweise mit EU-Verordnungen, die uns immer neue Stolperschwellen in den Weg legen und die in Schottland niemanden interessieren,

sondern nur hier umgesetzt werden. Ein anderes Problem sind natürlich auch die Energiepreise für Strom und Diesel, die uns schwer zu schaffen machen. Andererseits ist ein Kirmeserlebnis wie das in Soest durch nichts zu ersetzen, und ich denke, dass die Preise bei uns, verglichen mit einem Freizeitpark, immer noch sehr moderat sind. Die Atmosphäre gibt es schließlich kostenlos dazu ...

? Apropos EU-Verordnungen: Man sagt Ihnen doch ein gutes Händchen zur Politik nach.

! Das mögen andere beurteilen. Es kann nur unserem Zwecke dienen, wenn man eine gute Lobby-Arbeit betreibt.