Dusseldorf

Op zondag 15 juli hield de FKF (FreizeitparkundKirmesFreunde) voor haar leden een bijeenkomst op de "GroßtenKirmesamRhein" in Düsseldorf, waarvoor ook leden van de Nederlandse Kermisclub waren uitgenodigd. Ter gelegenheid hiervan waren JürgenWippermann, lid van de plaatsingscommissie van de kermis, en Michael Hempen, vice voorzitter van de Deutscher Schaustellerbund te gast, om hun visie op de kermis te geven.

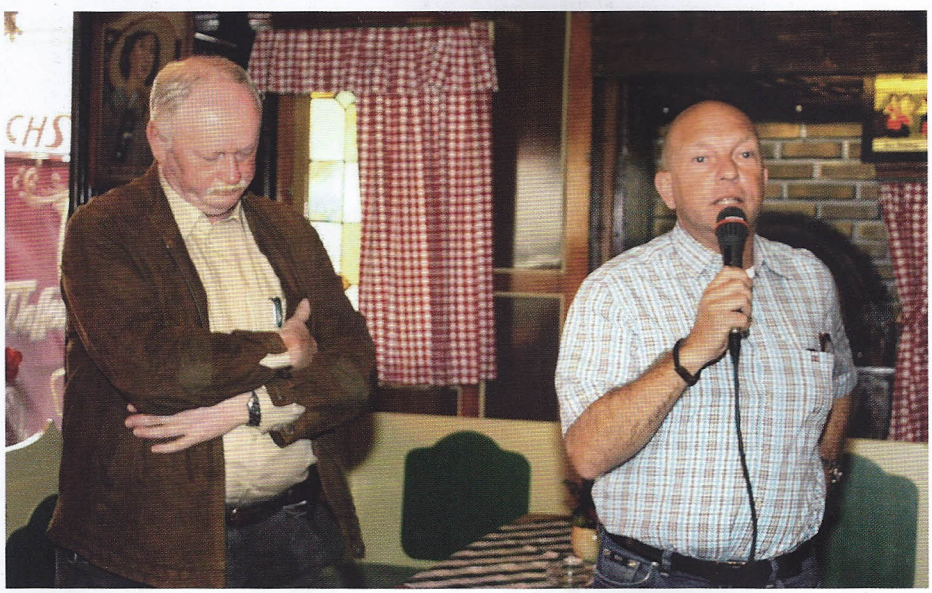
De kermis in Düsseldorf, die wordt georganiseerd door de Schützenverein Sint Sebastianus, heeft een enorme infrastructuur. Logisch, als je bedenkt dat gedurende een aantal weken het kermisterrein wordt bewoond door 3.500 kermisexploitanten en hun families. Behalve een eigen school is ook een eigen brandweer present. Dat alles om de te verwachte 4 miljoen bezoekers verantwoord te kunnen ontvangen. JürgenWippermann: "Het succes van deze kermis is wellicht gelegen in het feit dat we alles samen met de exploitanten ondernemen. We zien ze niet puur als contractpartner, hoewel het zakelijke risico wel bij hen ligt." Hij vervolgt: "In tegenstelling tot wat vaak wordt gedacht wordt de kermis niet georganiseerd door de stad, maar is geheel in handen van de Schützenverein. Bij ons staat voorop dat de kermis er voor de exploitanten is en niet voor de bierbrouwerijen. Dat is een essentieel verschil met bijvoorbeeld München, waar het juist om de horeca draait. De feesttenten in Düsseldorf verdringen niet de exploitatie van de kermis." "We hebben in Düsseldorf zes huisbrouwerijen", vertelt Wippermann. "Die brouwerijen zijn nog bereid wat te doen en met de exploitanten samen te werken. Dat is een verschil met grote brouwerijen, waarvoor je naar Berlijn moet bellen om te vragen of je drie vaten bier mag weggeven."

Interessant is hoe Michael Hempen, belast met de marketing binnen de DSB, het Duitse kermisbedrijf anno 2012 typeert: "Zonder kerstmarkten zou op dit moment geen carrousel meer draaien. En dat komt niet door het slechte weer, want er zijn meerdere jaren geweest waarin het seizoen is verregend. Het is vooral de niet te stoppen kostenspiraal die de Duitse kermisexploitanten opbreekt. Op dit moment staat 40% van de attracties stil en in feite zijn er teveel exploitanten. Dat betekent dat moet worden gezocht naar nieuwe vormen van ondernemen. Daarbij is een risico dat een tendens is dat gasten willen worden geamuseerd zonder geld uit te geven."

Wat betreft de Kirmes in Düsseldorf vertelt Jürgen Wippermann dat bij de verpachting diverse criteria worden gehanteerd. "Het streven is om jaarlijks een derde van de zaken en attracties te wisselen. Daarnaast wordt ook gekeken naar het traditionele karakter van zaken en speelt natuurlijk ook de attractiviteit een rol. Dan blijft er een restuitgave over, waarbij het soms gaat om drie tot vier meter per plaats." De uitgave van die restplaatsen blijkt bij de afwegingen van het toewijzen overigens niet eenvoudig. "Voor die plaatsen berekenen wij rond de 250 euro. Maar daar komen de energielasten bovenop en dan komende kosten voor een exploitant al snel op de 1000 euro uit. Realistisch gezien moet een exploitant dan 1000 euro per dag kunnen omzetten, om uiteindelijk niet met verlies de kermis in Düsseldorf te verlaten. We proberen als plaatsingscommissie ook dit soort afwegingen mee te nemen in de toewijzing van een plek", aldus Wippermann.

Wat betreft de veiligheid zijn de Duitse kermissen de laatste maanden helaas opgeschrikt door ernstige ongevallen. "Het is duidelijk dat dit grote imagoschade met zich meebrengt", vertelt Michael Hempen. "Samen met de TÜV-süd zoeken we dan ook naar de oorzaken waardoor die ongevallen zijn veroorzaakt. Eén ding staat sowieso vast. Samen met de exploitanten moeten we werken aan een mentaliteit, waardoor dit soort ongevallen niet meer kunnen voorkomen. De bezoekers hebben recht op een veilig verblijf op de kermis." Overigens ontbreekt het niet aan realiteitszin bij de twee vertegenwoordigers namens de Kirmes in Düsseldorf. Wipperman daarover: "Zekerheidsconcepten zijn prima, maar aan de andere kant moeten we oppassen dat wet- en regelgeving niet de evenementen kapot maakt. Houd er ook rekening mee dat we minder sponsoren hebben om alles te kunnen financieren." Over de beoogde imagocampagne van de Deutsche Schaustellerbund zegt de vice voorzitter: "Op dit moment hebben de noodzakelijke bedragen niet beschikbaar om die campagne te financieren. Daarnaast speelt er ook een discussie onder de exploitanten, die niet allemaal bereid zijn om mee te betalen. Dat betekent dat we eerst intern opnieuw met elkaar in gesprek moeten gaan over de imagocampagne."

Eduard Leurs



Links JürgenWippermann, lid plaatsingscommissie en rechts Michael Hempen, vice voorzitter DSB