



Dichtes Gedränge herrschte beim zweiten „Erzgebirgischen Weihnachtsmarkt“ in der Sachsen-Vertretung in Brüssel.
Foto: Sächsische Staatskanzlei



Großer Ansturm auf Stollen, Pyramiden, Bratwürste

Nach dem großen Erfolg vor einem Jahr „verwandelten“ sich die Räumlichkeiten des Sachsen-Verbindungsbüros in Brüssel Ende November erneut für drei Tage in einen erzgebirgischen Weihnachtsmarkt.

Mehr als 2000 Besucher ließen sich diesmal von Schwibbögen, Weihnachtspyramiden, Räuchermännern, Nussknackern, Stollen, Bratwürsten, Glühwein und anderen Spezialitäten aus dieser Region in den Bann ziehen. Ergänzt wurde das Angebot um Kunstgewerbliches aus Glas und Porzellan aus den tschechischen Regionen Liberec und Karlsbad.

Die Schirmherrschaft über den zweiten „Erzgebirgischen Weihnachtsmarkt“ am Hauptsitz der EU-Institutionen hatte der Verband erzgebirgischer Kunsthandwerker und Spielzeughersteller, Olbernhau. Dessen Geschäftsführer Dieter Uhlmann antwortete hierzu sowie zu weiteren Themen auf Fragen der Handwerkspresse.

’DHZ’:Mit welchen Eindrücken sind die einheimischen Unternehmen aus Brüssel nach Hause zurückgekehrt?

Uhlmann:Ich denke, dass sich der Einsatz unserer Firmen und unseres Verbandes in Brüssel gelohnt hat. Unser Konzept, dort erneut ein Stück heimatisch weihnachtlicher Tradition lebendig werden zu lassen, ist aufgegangen. Die Stimmung war toll. Es kamen mehr Besucher als 2005, darunter vier Botschafter, viele Europaabgeordnete, Beamte aus den EU-Institutionen.

’DHZ’:Was wurde besonders nachgefragt?

Uhlmann: Schwer zu sagen. Nach meiner Beobachtung waren es vor allem Weihnachtspyramiden und Baumbehang.

’DHZ’:Soll’s 2007 in der Sachsen-Vertretung eine Neuauflage geben?

Uhlmann:Ja. In Brüssel haben sich mehrere Stimmen dafür ausgesprochen.

’DHZ’:Seit Anfang der 90er Jahre als Förderer erzgebirgischer Holzkunst und seiner Hersteller aktiv, hat Ihr Verband im Sommer 2006 mit dem Regionalmanagement Erzgebirge eine Vereinbarung geschlossen.

Uhlmann:Unser Anliegen als Markeninhaber von „Echt Erzgebirge“ und weiterer Warenzeichen ist es, das Logo über die Holzkunsterzeugnisse hinaus als Dachmarke fürs gesamte Erzgebirge zu entwickeln. Über 300 Unternehmen, öffentliche Einrichtungen, Vereine und Organisationen werben bereits mit „Echt Erzgebirge“. Herkunft, Originalität und Qualität hiesiger Produkte und Dienstleistungen sollen so herausgestellt werden.

’DHZ’:Welche Projekte sind diesbezüglich fürs nächste Jahr geplant?

Uhlmann:Momentan liegen die Fördermittelbescheide noch nicht vor, so dass unsere Vorhaben mit dem „Regionalmanagement“ noch unter Vorbehalt stehen. Geplant haben wir aber zum Beispiel eine Zeitschrift, die künftig einmal jährlich erscheinen und die Leistungen erzgebirgischer Anbieter deutschlandweit popularisieren soll. Zudem

will unser Verband mit einer neuen Marketingkampagne vor allem neue, jüngere Zielgruppen für die Produkte unserer Verbandsmitglieder gewinnen.

'DHZ':Schwerpunktmäßig, so scheint es, beschäftigt sich der Kunsthandwerkerverband seit Jahren damit, gegen Plagiate, gegen Billigkopien aus Fernost vorzugehen. War der Kampf bisher erfolgreich?

Uhlmann:Ja und nein. Schutzrechtverletzungen sind in jüngster Zeit juristisch nicht mehr so leicht nachzuweisen, zumal die Abweichungen zu den Originalen größer geworden sind. Gleichwohl bleibt es für uns eine Daueraufgabe, im Kampf gegen Billigkopien aus Fernost nicht nachzulassen. Hierzu zählt auch die Aktion „Original statt Plagiat – deutsche Handwerkskunst“, die Ende November in Seiffen angelaufen ist.

Gespräch: Frank Wetzel

erstellt am 22.12.2006