Pressemitteilung 09.01.2026

1. Kein Verkaufsoffener Sonntag und kein Zwergenaufstand 2026

Wir haben beschlossen, **im Jahr 2026 weder einen Verkaufsoffenen Sonntag (Frühlingsfest / Rambourfest) noch den Zwergenaufstand zu organisieren**.

Die Anforderungen an Veranstaltungssicherheit, behördliche Genehmigungen, Haftungsrisiken und Organisationsaufwand sind in den letzten Jahren **dramatisch gestiegen**. Bewährte Ehrenamtsteams stehen zunehmend vor Herausforderungen, die de facto eine **professionelle Projektstruktur erfordern**, nicht mehr ein Ehrenamt neben Beruf und Familie.
Gleichzeitig hat das aktive Engagement in der Mitgliederbasis und die Mitgliedszahlen abgenommen, sodass die koordinierende Verantwortung auf wenigen Schultern ruht – ein Zustand, der nicht nachhaltig tragbar ist.

Wir organisierten teilweise 50 Jahre lang verkaufsoffene Sonntage und Stadtfeste, die selbstverständlich allen Geschäften - ob Mitglied oder nicht - zu Gute gekommen sind. Organisiert, bezahlt und verantwortet wurde dennoch alles von den Mitgliedern der Lohrer Werbegemeinschaft. Das Verhältnis Mitglieder zu Trittbrettfahrern ist aber in Schieflage geraten.

Unsere Entscheidung folgt nicht aus Gleichgültigkeit gegenüber der Innenstadt oder den Veranstaltungen selbst, sondern aus dem Bedürfnis, die Werbegemeinschaft als Organisation **nicht zu überfordern oder gar zu gefährden.**

Wir sehen uns als Netzwerk, als Gemeinschaft – nicht nur als Veranstalter großer Feste, sondern als Plattform für kleine, wirkungsvolle Aktionen, die direkt in und mit den Geschäften und Mitgliedern stattfinden – dort, wo ihre Wirkung am größten ist. **Darauf wollen wir uns wieder mehr konzentrieren.**

2. Ehrenamtliche Organisationsarbeit stößt an ihre Grenzen

Viele von uns engagieren sich seit vielen Jahren für Lohr a.Main:
Wir haben unzählige Stunden investiert – abends, am Wochenende, neben eignen Geschäften und Familie – durch Corona-Phasen und verschärfte Sicherheitsauflagen hindurch. Wir haben motiviert, organisiert und Neues gewagt.

Doch Ehrenamt stößt zunehmend an reale Grenzen. Die rechtlichen, versicherungstechnischen und sicherheitsrelevanten Anforderungen (Sicherheitskonzepte, Flächenplanung, Absperrungspflichten, Haftungsfragen) machen Veranstaltungen heute komplexer als je zuvor. Gleichzeitig ist die **Bereitschaft zur aktiven Mitarbeit** in der Mitgliederschaft deutlich gesunken.

Eine bundesweite Tendenz bestätigt diese Belastung: Viele Veranstalter, darunter Stadtmarketing-Organisationen, geben an, dass steigende Kosten und Anforderungen dazu führen, dass geplante Veranstaltungen gekürzt oder ganz abgesagt werden müssen. (z. B. Umfrage der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing: 57 % der Veranstalter haben zuletzt Veranstaltungen verkürzt oder gestrichen, Sicherheitsanforderungen und Kosten sind stark gestiegen) DIE WELT

3. Stadtfeste gehören nicht in die alleinige Verantwortung von Werbegemeinschaften

Es ist wichtig klarzustellen:
In Bayern und deutschlandweit gilt es schon lange als üblich, dass größere Stadtfeste, Volksfeste und kulturpolitisch relevante Veranstaltungen in **kommunaler Verantwortung oder durch professionelle Veranstalter organisiert werden.** Ehrenamtliche Werbegemeinschaften übernehmen hier zunehmend nur noch **kleinere, ergänzende Aktionen**, weil allein schon die Haftungs- und Sicherheitsanforderungen ein nationales wie internationales Thema sind.

Historische und große regionale Feste – vom Schützenfest über Brauchtums-Traditionen bis zu regionalen Kulturveranstaltungen – werden heute oft von Verbänden, Vereinen oder Kommunen organisiert, nicht ausschließlich von kleinen Interessengemeinschaften. Viele dieser Veranstaltungen existieren seit Jahrzehnten oder Jahrhunderten gerade **weil sie institutionell getragen werden**, nicht nur ehrenamtlich.

Es ist daher **nicht außergewöhnlich**, dass die Organisation von Stadtfesten zunehmend in professionelle oder kommunale Hände fällt – nur ist es **außergewöhnlich, dass wir als Werbegemeinschaft Lohr a.Main es so lange geschafft haben, dies im Ehrenamt zu stemmen.**

4. Rückblick und Perspektive

Bereits auf der Hauptversammlung vor einem Jahr haben wir als Vorstand offen angesprochen, dass wir vor einem Wendepunkt stehen.
Die jüngsten Herausforderungen rund um das neue Gutscheinsystem und die gesamte Organisationslast haben uns gezeigt: **Wir brauchen eine neue Balance zwischen Verantwortung, Belastung und Ressourcen.**

Im Gespräch mit Bürgermeister Paul, Wirtschaftsförderung A.Güll und Tourismusleitung J.Goldbach wurde uns auf der einen Seite die weitere Unterstützung signalisiert, auf der anderen Seite können Sie nicht auffangen, was wir bisher geleistet haben. **Wir arbeiten weiterhin auf Augenhöhe an einer Lösung für eine lebendige Innenstadt.**

5. Ein Dank und ein Ausblick

Unser Dank gilt Allen, die uns in den letzten Jahren unterstützt, mitgedacht, angepackt und getragen haben – von Gutscheinabwicklung bis Aufbauhelfern, von Veranstaltungsteams bis zu aktiven Mitgliedern. Wir halten fest am **Tag der Mode Frühling, BlackDays und Tag der Mode Herbst**. Daneben setzten wir auf Engagement aus den eignen Reihen für Mitglieder-fokussierte Aktionen.

Wir hoffen, dass dieser Schritt zu mehr Verständnis führt und möglicherweise zu **neuem, breit getragenem Engagement**, das die Werbegemeinschaft Lohr a.Main gemeinsam weiterbringt.

Der Vorstand der Werbegemeinschaft Lohr am Main
Angelika Winkler, Carolin Lang, Yvonne Fischer