

# Tafel goes Weihnachtsmarkt

## Zwischenbilanz und Nachgedanken zu einem Experiment in Sachen Sichtbarkeit der Tafelarbeit

Bereits seit längerem diskutieren wir, wie es uns gelingen kann, die Arbeit und die Anliegen der Tafel in unserem Landkreis sichtbarer zu machen. Zum einen, weil es uns darum geht, Menschen für das anhaltende und sich teilweise verschärfende und verstetigende soziale Gefälle in unserer Gesellschaft zu sensibilisieren und auf die zahlreichen Formen von Nicht-Teilhabe hinzuweisen, die materieller Mangel nach sich zieht; zum anderen aber auch, um Menschen in einem zweiten Schritt dafür zu gewinnen, direkt oder indirekt bei der Tafel mitzuwirken und sich in ihre Arbeit, aber auch

die Diskussion um ihre Ziele einzubringen. Zu diesem Zweck wurde in den letzten Jahren viel getan: So haben wir im Frühjahr 2018 Tafel und Trägerverein endlich online gebracht. Unter [www.mach-mit-vs.de](http://www.mach-mit-vs.de) können sich Menschen heute ortsunabhängig auf einer umfangreichen Homepage über unsere Projekte, Kooperationen und Tätigkeitsfelder informieren und mit uns in Kontakt treten. Parallel hierzu haben wir in den sozialen Medien den Betrieb von Seiten begonnen ([www.facebook.com/machmitvs](http://www.facebook.com/machmitvs)) und machen unsere Veranstaltungen und Projekte teilweise auch dort bekannt.

Aber auch im analogen Bereich legen wir seit etwa



Stand von Tafel und „Mach mit“ auf dem Villingen Weihnachtsmarkt 2019

zwei Jahren verstärkt den Fokus darauf, Informationen über unsere Anliegen in alle wichtigen Veranstaltungen des Jahres einzubinden. Ob Hallenflohmarkt, Hoffest oder Aktionstag, neu und professionell gestaltetes Informationsmaterial gehört heute ebenso zur Grundausstattung wie unsere Plakatausstellung zu Geschichte und Arbeitsfeldern der Tafel, die wir überall hin mitnehmen. So versuchen wir, Anlass und Information konsequent und kohärent zu verbinden.

Dies alles hat – dies merken wir an Frequenz und Art der Kontaktaufnahme der Menschen mit uns – bereits deutlich Wirkung gezeigt und nicht zuletzt

auch dazu geführt, dass Menschen, die mitarbeiten oder spenden wollen, leichter und häufiger mit uns in Kontakt treten.

Im Zuge dieser neuen Kommunikationsstrategie wurde auch darüber nachgedacht, wie die Tafel und ihr Trägerverein aktiv einen Schritt auf die doppelstädtische Öffentlichkeit zugehen könnten. Schnell wurde klar, dass wir – anders als viele andere Vereine – derzeit jenseits eigener Veranstaltungen kaum im Stadtleben vertreten sind und somit auch meist nur von denjenigen wahrgenommen werden, die uns gezielt suchen oder sich ohnehin schon für unsere Arbeit interessieren. Daher entschied der Vorstand 2018, dass der „Mach mit“ Förderverein e.V. und die Tafel Villingen-Schwenningen sich an jährlich stattfindenden, das Kulturleben der gesamten Stadt betreffenden Veranstaltungen beteiligen sollen. Neben der „Langen Kulturnacht“, an der wir bisher noch nicht teilgenommen haben, war es vor allem der Weihnachtsmarkt, der als geeignetes Forum zur Umsetzung dieses Anliegens erschien.



Stand und erstes Verkaufsteam am Weihnachtsmarktstand 2018 in Villingen

Die Planungs- und Vorbereitungsgruppe für den ersten Weihnachtsmarktauftritt von Tafel und Verein 2018 bestand aus Helgina Zimmermann, Silke Rothbauer, Johannes Zimmermann, Eva Maria Zimmermann, Jens Trapp und Matthias Faul. Alle Beteiligten waren sich schnell einig, dass wir Tafel und Verein in diesem Rahmen anders präsentieren wollten, als es sonst normalerweise üblich ist. Zwar wollten wir mit unseren Anliegen präsent sein, doch nicht primär Spenden sammeln. Wir wollten unsere Arbeitsfelder darstellen, aber uns nicht in die sonst oft übliche plakative Ikonographie vorweihnachtlicher Selbstrepräsentation sozialer Vereine und Träger

einreihen. Und schließlich wollten wir die Stände auf dem Weihnachtsmarkt in einer Art bestücken und betreiben, dass Menschen ein bleibendes, positives Erlebnis mit ihrem Besuch bei uns verbinden und die Arbeit der Tafel so gut im Gedächtnis behalten.

Heraus kam eine Kombination von Informations- und Verkaufsstand, an dem Besucherinnen und Besucher des Weihnachtsmarktes selbstgemachte Senfe, Essige, Gelees und Sirups aus selbst gesammelten Blüten und Wildkräutern so-



Stand auf dem Weihnachtsmarkt in Schwenningen 2018

wie Weihnachtsdekorationen erwerben, sich auf Plakaten und Schaubildern über die Tafelarbeit informieren und mit den Ehrenamtlichen der Tafel ins Gespräch kommen können.

Auf den ersten Blick mag diese Sortimentsauswahl überraschen. Doch sie schlägt aus unserer Sicht den Bogen zu einigen der Grundanliegen der Tafelarbeit. Denn was sind die Inhalte dieser Gläser und Flaschen anderes als Vorräte, wie sie zu „Großmutterns Zeiten“ in vielen Haushalten für die Wintermonate oder für Notzeiten angelegt wurden? Was verwies besser auf den nachhaltigen Umgang mit Ressourcen und Lebensmitteln als das Hausgemachte, das sich in diesen Jahren auch wieder steigender Beliebtheit erfreut? Und auch die Ausgangsmaterialien, die von uns selbst gesammelt wurden, verweisen durch ihr Selbst-Gesammelt-Werden auf Formen der Selbstversorgung, wie sie heute in gut situierten und von jeder ökonomischen Sorge befreiten Haushalten kaum mehr vorkommen. Und auch die am Stand verkauften Weihnachtsdekorationen weisen in diese Richtung: hergestellt aus einfachen Materialien wie normalem Schreib- und Einpackpapier illustrieren sie, dass Einfaches und vermeintlich Nutzloses in Dinge von großer Schönheit transformiert werden kann. Dies ist zumindest diejenige Lesart, die wir im Sinne hatten, als wir das Sortiment für den Weihnachtsmarkt planten.

Dabei wollten wir uns – ganz im Sinne der ab 2017 sukzessive neu entwickelten und umgesetzten *Corporate Identity* von Tafel und Verein – auch optisch von anderen Anbietern unterscheiden und eigene Akzente setzen. Matthias Faul, der als ausgebildeter Mediengestalter für viele der neuen Informationsmaterialien und die Gestaltung der Homepage verantwortlich zeichnet – gestaltete für die Produkte des Weihnachtsmarktstandes eine eigene Etikettenserie. Dabei wurde jedes Produkt mit einem extra dafür geschriebenen, satirischen Gedicht versehen (siehe Abbildung).

Monika Spiegelhalter und Rosi Burkard steuerten die mit viel Aufwand und Akkuratessse selbst hergestellten Weihnachtsdekorationen aus Papier und anderen Materialien zum Sortiment des Standes bei. Die großen und kleinen Papierfaltsterne in den Vereinsfarben rot und weiß schmückten nicht nur den Stand (siehe Abbildung), sondern fanden, ebenso wie die liebevoll gestalteten Kerzengestekte, auch ihren Weg in so manches doppelstädtische

Adventswohnzimmer.

Was das „Genusssortiment“ des Standes angeht, so begann die Produktion der Essige, Sirups, Senfe, Marmeladen und Gelees in Mannheim und Schwenningen bereits im März und hielt bis in den Herbst an; eine Aufgabe, die sich aufgrund der Größe der zu produzierenden Mengen als logistisches und zeitliches Mammutprojekt herausstellte, wie einige Bilder in diesem Artikel hinreichend illustrieren dürften. Dennoch sei es erlaubt, durch die Nennung einiger Zahlen einen Eindruck vom schieren Umfang der Produktion 2018 zu vermitteln: Es mussten insgesamt 460 Schraubgläser und 320 Schraubflaschen bestellt, gereinigt und sterilisiert werden. Insgesamt mussten 10kg Bärlauch, 850 Holunderblütendolden und 8kg Hagebutten gesammelt werden. 40 Liter Weißweinessig, 30 Liter weißer Balsamicoessig, 12 Liter Apfelsaft, 12 Liter Weißwein, 3kg Honig, 25 kg Gelierzucker, 20kg Haushaltszucker und 6kg Senfmehl wurden verarbeitet. Daraus stellten die Ehrenamtlichen des Vereins folgende Produkte her: Bärlauchessig, Holunderblüteneessig, Holunderblütensirup, Holunderblütengelee, Bärlauchgelee zum Käse, Bärlauchsenf, Holunderblütensenf, Ha-



Produktion der ersten Charge Bärlauchgelee 2018

gebuttertensenf und Erdbeermarmelade mit Limette.

Die hübschen Gläser und Flaschen, auf deren Etiketten auf die Homepage von Tafel und „Mach mit“ verwiesen wird, verkauften sich gut und waren vor allem eines: ein Anlass, mit den Besucherinnen und Besuchern des Standes zwanglos über die Produkte, ihre Herstellung und Verwendung ins Gespräch zu kommen und *en passant* und ohne plakative Aufdringlichkeit unsere Anliegen zu vermitteln, von unserer Arbeit zu berichten, über Spenden- und Partizipationsmöglichkeiten bei Verein und Tafel zu informieren und uns positiv im Gedächtnis derjenigen zu verankern, die den Weg an unseren Stand gefunden haben.

Und dies war ja unser Hauptanliegen. Die Weihnachtsmarktstände des Vereins dürfen nicht danach bewertet werden, ob sie für uns große Gewinne im Sinne des *fundraising* abwerfen. Im besten Fall – und dies ist uns 2018 und auch bereits 2019 schon gelungen – arbeiten sie kostendeckend. Vielmehr sind sie eine wichtige Investition in die Zukunft unserer Arbeit, denn, wenn wir ernsthaft daran interessiert sind, dass diese kontinuierlich und mit derselben Intensität wie heute fortgeführt wird, müssen wir als Tafel stärker in die Öffentlichkeit treten und auf die Menschen zugehen. Nur so können wir potenzielle Spenderinnen und Spender, Kooperationspartnerinnen und -partner und neue Ehrenamtliche gewinnen, die unsere Teams verstärken und sich mit

ihren Ideen, ihrer Tatkraft und ihrem Engagement auch bei uns einbringen.

Dass wir nach unserem ersten Auftritt 2018 für den Weihnachtsmarkt 2019 nun bereits Sachspenden von Dritten (Wintermützen) erhielten und dass aus unserer Präsenz 2018 im Laufe des Jahres 2019 so manche Sach- und Lebensmittelspende an die Tafel VS hervorgegangen ist, bestärkt uns in unserer positiven Bewertung unseres Engagements in Sachen Sichtbarkeit.

Unser Auftritt auf den Weihnachtsmärkten in Villingen und Schwenningen in den letzten beiden Jahren war ein wichtiges Experiment für uns und ein Schritt auf dem Weg hin zu einer professionelleren Außenwirkungs- und Werbungsstrategie für unseren Verein, die Tafel, ihre Aktivitäten und ihre Anliegen. Auf Grundlage der in diesen beiden Jahren in Hinblick auf Konzept, Organisationsaufwand, Logistik und Arbeitsaufwand gesammelten Erfahrungen soll das Weihnachtsmarkt-konzept in den kommenden Jahren weiterentwickelt werden, um es niederschwelliger umsetzbar zu machen. Gleichzeitig sollen uns die Erfahrungen dabei helfen, Auftrittsfomate für Tafel und Verein zu entwickeln, die auch für andere städtische Veranstaltungen wie etwa die „Lange Schwenninger Kulturnacht“ umsetzbar sind, denn auch dort wollen wir die Tafel und den „Mach mit“ Förderverein e.V. als ihren Träger in den kommenden Jahren sichtbarer und präsenter machen.

### ERDBEERMARMELADE MIT LIMETTE



**180ml**

**Zutaten:**  
Erdbeeren (100g auf 50 g Zucker), Zucker, Gelliermittel: Pektine, Konservierungsmittel: Sorbinsäure, Prosecco, Limettensaft und Limettenschale

WWW.MACH-MIT-VS.DE

LIESCHEN KOCHT HEUT BUNTE BEEREN • VERSUCHT DIE SPRITZER ABZUWEHREN • AM ENDE BLIEB IHR NICHTS ALS WEINEN • DENN BUNT BESPRENKELT WAR DAS LEINEN • DOCH LIESCHEN, DIE IST OPTIMIST • ZEIGT DAS KLEID DEM GALERIST • UND DIESER RUFT MIT LAUTEM SCHALL: „DAS KAUF ICH DAS IST VON CHAGALL“

### HOLUNDERBLÜTEN SIRUP



**330ml**

**Zutaten:**  
Zucker, wässriger Extrakt aus frischen Holunderblüten (200g Blüten/Liter), Zitronensäure, Zitronensaft

WWW.MACH-MIT-VS.DE

IM BRIDGE-CLUB VON LADY MCLURE • TRANK MAN LIKÖR AUS MINZE NUR • DENN NUR DIES SEI „OLD TRADITION“ • DAS MUSST ALS LADY MAN SCHON WISSEN • SO MUSSTEN ALL DIE LADYLIPPEN • STETS AN DEM GLEICHEN DRINK NUR NIPPEN • DAS DAUERTE HERRN WALDEMAR • DER IM BRIDGE-CLUB BUTLER WAR • ZU LADY-LEBER-SCHONUNGSZWECKEN • BIETET NUN IN DUNKLEN ECKEN • STATT MINZLIKÖR, DER GUTE MANN • HEIMLICH HOLLER-SCHORLE AN

### BÄRLAUCHSENF



**180ml**

**Zutaten:**  
Senfsaat gelb, Wasser, Brantweinessig, Weißer Balsamico, Bärlauch, Senfsaat braun, Honig, Zucker, Gewürze

WWW.MACH-MIT-VS.DE

AM FOODTRUCKTRESSEN VOLLER SEHNEN • SIEHT MAN HIPSTER LUDGER LEHNEN • POMADENBART AUF BIO-COTTON • SO GEHT VEGANE WURST ER SCHOPPEN • DENN ER FINDET SIE GENIAL • DIE SOJAWURST – TOTAL LOKAL • DOCH WAS EIN SCHOCK, IM STEINGÜTTIEGEL • GIBT'S SENF GANZ OHNE BIO-SIEGEL • DER FOOD-TRUCK WAR DOCH SO GEHYPED • AUF FACEBOOK TAUSENDFACH GELIKED • DOCH SELBST DER MANN, RAST AUF DER STELLE • ZU SICH NACH HAUS, RUFT AUF DER SCHWELLE • „ALEXA, SCHNELL, BESTELL AUS GENF • MIR EINEN POTT VOLL BÄRLAUCHSENF!“

### HAGEBUTTENSENF



**180ml**

**Zutaten:**  
Senfsaat gelb, Wasser, Brantweinessig, Weißer Balsamico, Hagebuttenmark, Zucker, Senfsaat braun, Honig, Salz, Gewürze

WWW.MACH-MIT-VS.DE

MARIE-LOUISE DING IST BLOGGEN • VON AMARANTH BIS BIO-ROGGEN • AM MORGEN PREPT SIE SCHNELL IHR MEAL • MIT CHIA „SOUPEN“ – GANZ IHR STIL • UND ABENDS FILMT SIE NOCH GANZ SCHNELL • EIN BUDDHA-BOWL-TUTORIAL • UND OBENDRAUF, MANN IST DAS WHOPPING • GIBTS EIN „ROSEHIP-MUSTARD-TOPPING“ • DOCH KAUM GEPOSTET, WIRD ES SCHMUTZIG • DER ERSTE KOMMENTAR – NICHT PUTZIG • DENN HIPSTER LUDGER TWITTERT SCHÖN • VOLL IM KRASSEN HATE-SPEECH-TON • „WIESO STETS ENGLISCH, FOOD-TREND-JUNKIE? • AUCH „HAGEBUTTENSENF“ KLINGT FUNKY“

Beispiele für die Etiketten der angebotenen Produkte