

Andrea Steinbrecher

## DER BAD KREUZNACHER JAHRMARKT

In Deutschland und den übrigen westlichen Industrienationen sind heute dank der wirtschaftlichen Entwicklung die materiellen Grundbedürfnisse der Menschen umfangreich gesichert. Der Wohlstand beschert uns reichlich Freizeit und stellt uns vor neue Fragen nach der Sinnhaftigkeit unserer Existenz bzw. vor das Problem der Langeweile. Die Kompensation dieser inneren Leere gerät mitunter zum Lebensziel, was viele geschäftstüchtige Erlebnisanbieter erkannt haben. Jahrmärkte, Freizeit- und Erlebnisparks preisen auf engstem Raum eine Vielzahl von Glücksgefühlen an, werben mit einmaligen und noch nie da gewesenen Attraktionen. Um mit solchen Versprechungen auch noch im nächsten Jahr aufwarten zu können, unterliegt das schaustellerische Vergnügungsangebot einem enormen Aktualisierungszwang. Zeitgemäße Trends sind zu berücksichtigen, die stets neu definiert und modifiziert werden müssen. Dabei ist es bedeutungslos, welcher Art die neuen Versprechungen sind. Wichtig ist nur, dass sie möglichst alle Sinnesorgane ansprechen. Optische Reize, die Aufmerksamkeit erregen, Musik, die zum Mittanzen einlädt, Gerüche, die Lust auf mehr verheißen – alles muss nach neuesten Gesichtspunkten gestaltet sein, um optimale Umsätze zu garantieren. Das Karussell der Trends dreht sich von Jahr zu Jahr schneller und die Innovationen, die auf den Markt drängen, müssen ständig neu unter Beweis gestellt werden. Andernfalls droht ihnen das Aus durch eine neue „Erlebnisverheißung“<sup>1</sup>. So gesehen erscheinen die Erlebnisangebote auf einem Jahrmarkt als ergiebiger Untersuchungsgegenstand für eine kulturwissenschaftliche Studie. Sie indizieren gesellschaftliche Trends, verraten etwas über Normen und Normüberschreitungen, die schon im nächsten Jahr als alltäglich betrachtet werden können.

Im Rahmen meiner Magisterarbeit habe ich mich exemplarisch mit dem Bad Kreuznacher Jahrmarkt beschäftigt. Systematisch untersuchte ich dabei drei Festfaktoren, nämlich den Sektor der Fahr-, Schau- und Belustigungsgeschäfte, die Essangebote sowie den Faktor Geselligkeit, und setzte diese in Beziehung mit den gesellschaftlichen, kulturellen und politischen Veränderungen in Deutschland seit den 1950er Jahren. Am Ende konnte ich für meinen Untersuchungszeitraum die Entwicklung des Bad Kreuznacher Jahrmarkttreibens genauer erfassen und es damit in seine fast 200jährige Geschichte einordnen.

Für diesen Beitrag möchte ich mich auf eine Darstellung der fünfziger und sechziger Jahre konzentrieren. Wie hat man sich den Kreuznacher Jahr-

---

<sup>1</sup> Starzinger, Annelie: Kommunikationsraum Szenekneipe. Annäherung an ein Produkt der Erlebnisgesellschaft, Wiesbaden 2000, S. 4.

markt in der Nachkriegszeit überhaupt vorzustellen? Informationen über diese Zeit habe ich vor allem aus Zeitungsartikeln, Interviews mit Zeitzeugen, Jahrmarktsakten und statistischem Material gewonnen.

Mitte der fünfziger Jahre hielt das Wirtschaftswunder auch auf dem Kreuznacher Jahrmarkt Einzug. Besonders beliebt war bei den Festplatzbesuchern der Autoskooter. Die einsetzende Autobebgeisterung, die sich am Auto als „Statussymbol, Fetisch des Fortschritts, helfende und schützende



*Autoskootermodelle der 1950er Jahre in Bad Kreuznach (Quelle: Privataufnahme vom Autoskooterbetrieb Roskopf-Klinkerfuß).*

Zauberkraft für wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Aufstieg“<sup>2</sup> orientierte, übertrug sich in der Jahrmarktszene auf die „Selbstfahrgeschäfte“. Hier bot sich den Festbesuchern auch ohne eigenen Wagen oder Führerschein die Möglichkeit, einmal hinter dem Steuer zu sitzen.

„In den fünfziger Jahren war ja der Autoskooter die Attraktion. Das war ja ganz was

anderes. Heute sind's die großen Karussells und da wird auf dem Jahrmarkt der Autoskooter nicht mehr so beachtet. Der läuft schon mit, aber die Leute auf den kleinen Kirmesveranstaltungen fahren ihn mehr. Auf dem Jahrmarkt geht das Geschäft im Schatten der Karussells heute schon so ein bisschen unter. Früher, da haben wir aufgemacht, um halb zwei, zwei und haben dann immer vollbesetzt gefahren. Der Skooter hat immer vollgestanden. Und heute – da stehen mal ein paar.“<sup>3</sup>

Besonders im Autoselbstfahrbetrieb achteten die Fahrgäste auf zeitgemäße, moderne Ausstattung. So warb Joseph Barth in der Zeitung für seine „moderne Auto-Skooter-Bahn“ 1965 mit den „neuesten Fahrzeugen, Modell 65“.<sup>4</sup>

**Der vollständige Artikel ist in Heft 21/2007, Seite 82 bis 88, abgedruckt. Das Heft kann per Mail oder im Buchhandel (ISSN: 0938-2964) bestellt werden.**

<sup>2</sup> Glaser, Hermann: Kulturgeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Zwischen Kapitulation und Währungsreform 1945–1948, München, Wien 1986.

<sup>3</sup> Interview mit den Autoskooterbesitzern G. und D. Roskopf-Klinkerfuß am 06.08.2005.

<sup>4</sup> Öffentlicher Anzeiger Bad Kreuznach vom 21.08.1965.