



Wochenmärkte in der IHK Hannover-Region - Ergebnisse einer Umfrage -

Hans-Hermann Buhr, IHK Hannover

Impressum:

Industrie- und Handelskammer Hannover
Abteilung Handel und Dienstleistungen
Schiffgraben 49
30175 Hannover

Ansprechpartner:

Dipl.-Geograph Hans-Hermann Buhr
Tel.: (05 11) 31 07-3 77
Fax: (05 11) 31 07-4 35
E-Mail: buhr@hannover.ihk.de

Oktober 2016

Copyright 2016:

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung der IHK Hannover unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Inhaltsverzeichnis (Aktives Dokument: Klicken um Link zu folgen)

1. Zentrale Ergebnisse	5
2. Wochenmärkte beleben die Zentren	7
3. Ergebnisse der Umfrage	11
3.1 Kommunen mit Wochenmarkt:	11
3.1.1 Wochenmarktstandort	11
3.1.2 Wochenmarkttradition	12
3.1.3 Wochenmarkttage.....	13
3.1.4 Wochenmarktdauer	14
3.1.5 Wochenmarktbetreiber	15
3.1.6 Wochenmarktgröße.....	16
3.1.7 Wochenmarktsortiment	17
3.1.8 Wochenmarkt: Funktionen und Aufgaben	19
3.1.9 Wochenmarkt - Merkmale	21
3.1.10 Vernetzung des Wochenmarktes vor Ort	22
3.1.11 Kundenzufriedenheit.....	23
3.1.12 Bewertung des Wochenmarktes.....	24
3.1.13 Stärken und Schwächen des Wochenmarktes.....	25
3.1.14 Qualität im Fokus.....	27
3.1.15 Wochenmarkt und Kundenfrequenz	28
3.1.16 Wochenmarkt im Wandel	29
3.1.17 Wochenmarkt im Wettbewerb	31
3.2. Kommunen ohne Wochenmarkt	31
3.2.1 Planungen.....	31
3.2.2 Gründe für das Fehlen eines Marktes.....	32
3.2.3 Gründe für Einrichtung eines Wochenmarktes.....	33
3.2.4 Gründe gegen die Einrichtung eines Wochenmarktes	34
4. Wochenmarktprofile	36
4.1 Wochenmarkt Göttingen	36
4.2 Wochenmarkt Wunstorf.....	40
4.3 Wochenmarkt Hannover-Stephansplatz.....	44
4.4 Wochenmarkt Harsum	48
4.5 Wochenmarkt Einbeck	52
5. EXKURS: Wochenmarkt im Gewerberecht	56
Anhang.....	57

Abbildungsverzeichnis (Aktives Dokument: Klicken um Link zu folgen)

Abb. 1: Wochenmärkte in den Medien	8
Abb. 2: Karte der Wochenmärkte in der IHK Hannover-Region	10
Abb. 3: Wochenmarktstandort	11
Abb. 4: Wochenmarkttradition	12
Abb. 5: Wochenmarkttage	13
Abb. 6: Wochenmarktdauer	14
Abb. 7: Wochenmarktbetreiber	15
Abb. 8: Wochenmarktgröße	16
Abb. 9: Wochenmarktsortimente I - Die TOP 10	17
Abb. 10: Wochenmarkt-Sortimente II - Die Spezialangebote	18
Abb. 11: Wochenmarkt: Funktionen und Aufgaben I.....	19
Abb. 12: Wochenmarkt: Funktionen und Aufgaben II.....	20
Abb. 13: Wochenmarkt - Merkmale	21
Abb. 14: Vernetzung des Wochenmarktes vor Ort.....	22
Abb. 15: Zufriedenheit der Kunden.....	23
Abb. 16: Wochenmarkt nach Schulnoten	24
Abb. 17: Stärken des Wochenmarktes	26
Abb. 18: Schwächen des Wochenmarktes	26
Abb. 19: Qualität im Fokus	27
Abb. 20: Wochenmarkt und Kundenfrequenz.....	28
Abb. 21: Wochenmarkt im Wandel - Vergangenheit	29
Abb. 22: Wochenmarktkonzept im Wandel - Zukunft.....	30
Abb. 23: Planungen.....	31
Abb. 24: Gründe für das Fehlen eines Wochenmarktes	32
Abb. 25: Argumente für die Einrichtung eines Wochenmarktes	33
Abb. 26: Argumente gegen die Einrichtung eines Wochenmarktes.....	34

1. Zentrale Ergebnisse

Die IHK Hannover hat im April 2016 bei allen 121 Städten, Samtgemeinden und Gemeinden ihrer Region, also im Wirtschaftsraum zwischen Bremen und Kassel, eine Befragung durchgeführt, um aktuelle Informationen zur Situation der Wochenmärkte zu erheben. An der Befragung haben 80 Kommunen (50 Kommunen mit und 30 Kommunen ohne Wochenmarkt) teilgenommen. Die Rücklaufquote beträgt 66 Prozent.

Zehn zentrale Ergebnisse:

- Die Wochenmärkte werden weit überwiegend durch die Kommunen betrieben.
- Viele Märkte weisen bereits eine lange Tradition auf - aber auch aktuell werden neue Märkte gestartet.
- Die bevorzugten Wochenmarktstage sind - Donnerstag, Freitag und Samstag.
- Obst und Gemüse sowie Fleisch-/Wurstwaren sind die TOP-Sortimente.
- Die Wochenmärkte haben aus Sicht der Kommunen drei Aufgaben: Handel – Soziale Funktion – Stärkung des Standorts.
- Die Abstimmung vor Ort sollte intensiviert werden.
- Nach Einschätzung der Kommunen sind die Kunden weit überwiegend mit ihrem Wochenmarkt zufrieden - sehr zufrieden aber eher selten.
- Bei der Sortimentsstruktur, der Anzahl der Anbieter sowie bei Marketing und Rahmenprogramm wird am ehesten Veränderungsbedarf gesehen.
- In den Kommunen ohne Wochenmarkt hat es in 63 Prozent der Fälle noch nie einen Markt gegeben.
- In 9 der 30 Orte ohne Wochenmarkt gibt es Pläne, einen Markt (wieder) zu etablieren.

Gegenwärtig sinken an vielen Standorten die Kundenfrequenzen. Den Wochenmärkten kann damit – vielleicht sogar noch stärker als bisher – eine wichtige Funktion für die Belebung und Stärkung der Ortszentren und Stadtteilzentren zukommen. Hier müssen bei den Märkten die richtigen Stellschrauben bedient werden, damit ihre Stärken richtig zur Geltung kommen können. Als ein wichtiger Baustein des wirtschaftlichen und sozialen Gefüges dürfen die Wochenmärkte nicht nur verwaltet werden, sondern müssen kontinuierlich weiterentwickelt werden.

2. Wochenmärkte beleben die Zentren

Mehr als 3.300 Wochenmärkte beleben bundesweit die Einkaufsstraßen und Marktplätze von Städten und Gemeinden. Sie machen die Standorte bunt und lebendig, sie stärken ihre Attraktivität und Magnetwirkung und sind ein wichtiger sozialer Treffpunkt für die Bevölkerung – oft der einzige. Und nicht zu vergessen: Wochenmärkte verkörpern Frische, Qualität und Regionalität der Lebensmittel. Soweit die „Theorie“! In der Praxis müssen viele Stellschrauben bedient werden, damit die Kunden ein ungetrübtes Einkaufserlebnis auf einem wettbewerbsfähigen Wochenmarkt genießen können.

Die Wochenmärkte stehen vor großen Herausforderungen: Das Kundenverhalten verändert sich – und dies wirkt sich auch auf die Wochenmärkte aus! Eine hohe Angebots- und Service-Qualität ist unabdingbar, um den Kunden zufrieden zu stellen und ihn auf den Wochenmarkt zu locken, während gleichzeitig Lebensmittel-Discounter ihr Frischeangebot verstärken und Bio-Supermärkte aus dem Boden sprießen. Fragen der Wirtschaftlichkeit sind von den Markthändlern zu beantworten und die Nachfolgeproblematik macht auch ihnen zu schaffen.

Ein Blick in die Tageszeitungen und Wochenblättchen zeigt, dass das Thema Wochenmarkt immer wieder aufgegriffen wird. Veränderungen oder Probleme beim heimischen Wochenmarkt werden häufig emotionsgeladen diskutiert. Einige beispielhaft ausgewählte Überschriften von Presseartikeln der letzten Monate aus unserem IHK-Bezirk zeigen, dass sich die kritischen und warnenden Stimmen mehren, wenn es um die aktuelle Entwicklung und die Perspektive der Wochenmärkte geht.



Abb. 1: Wochenmärkte in den Medien

Um einen Überblick über die Situation bei den Wochenmärkten in der IHK-Region zu gewinnen, wurden ein Fragebogen mit 18 Fragen für Kommunen mit Wochenmarkt (**s. Anlage**) sowie ein Fragebogen mit fünf Fragen für Kommunen ohne Wochenmarkt (**s. Anlage**) an die Bürgermeister der Städte und Gemeinden in der Region der IHK Hannover gerichtet. Adressat waren somit die Kommunen, die vielfach selbst Betreiber eines Wochenmarktes sind und nicht die Händler oder Kunden. Bei der Befragung der Kommunen mit Wochenmarkt ging es um die Struktur des Wochenmarktes, seine Stärken und Schwächen, die Einbindung vor Ort wie auch um wichtige Handlungsfelder zu seiner Stärkung. Bei der Befragung der Kommunen ohne Wochenmarkt standen die Gründe für das Fehlen aber auch mögliche Planungen zur erstmaligen oder erneuten Einrichtung eines Wochenmarktes und ihre Begründung im Vordergrund. Den Befragten wurde eine vertrauliche Behandlung ihrer Antworten zugesichert. Daher werden im Folgenden aggregierte Auswertungsergebnisse präsentiert, ohne die Antworten einzelnen Kommunen

zuzuordnen. Vor der Aussendung wurden Entwürfe der Fragebögen von Fachleuten im Rahmen eines Pretests auf Inhalt und praktische Beantwortbarkeit hin überprüft.

Insgesamt 80 Kommunen haben sich an der Umfrage beteiligt. Die Rücklaufquote beträgt damit 66 Prozent. Davon gibt es in 50 Kommunen mindestens einen Wochenmarkt, während die weiteren teilnehmenden 30 Kommunen über keinen Wochenmarkt (mehr) verfügen.

Die folgende Karte zeigt, welche Kommunen sich an der Umfrage beteiligt haben, in welchem Ort(steil) sich der Standort des Wochenmarktes befindet, wie viele Wochenmarktstage es gibt und ob die Kommune selbst Betreiber des Wochenmarktes ist oder ob sie diese Aufgabe einem externen Betreiber übergeben hat.

Es beteiligten sich alle drei Oberzentren an der Umfrage. Eine besondere Situation liegt in der Landeshauptstadt Hannover vor. Hier werden zurzeit 26 Wochenmärkte betrieben. Hierzu sind von der Stadt zusammenfassende Bewertungen übermittelt worden. Hinsichtlich der Zentrale-Orte-Funktion entfallen damit von den teilnehmenden 80 Orten drei auf Oberzentren, 19 auf Mittelzentren und 58 auf Grundzentren. Alle 30 Kommunen ohne Wochenmarkt sind Grundzentren.

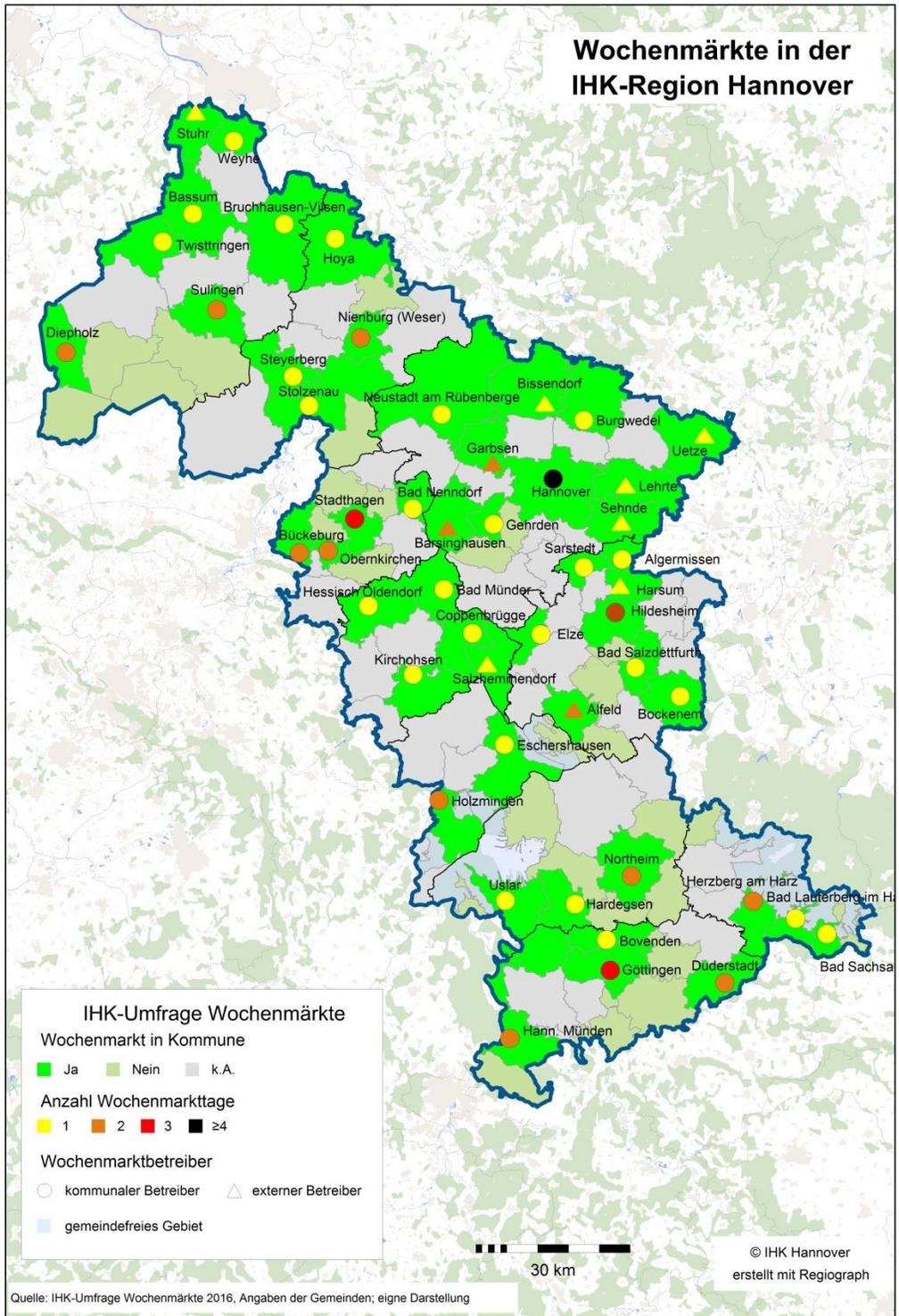


Abb. 2: Karte der Wochenmärkte in der IHK Hannover-Region

3. Ergebnisse der Umfrage

3.1 Kommunen mit Wochenmarkt:

3.1.1 Wochenmarktstandort

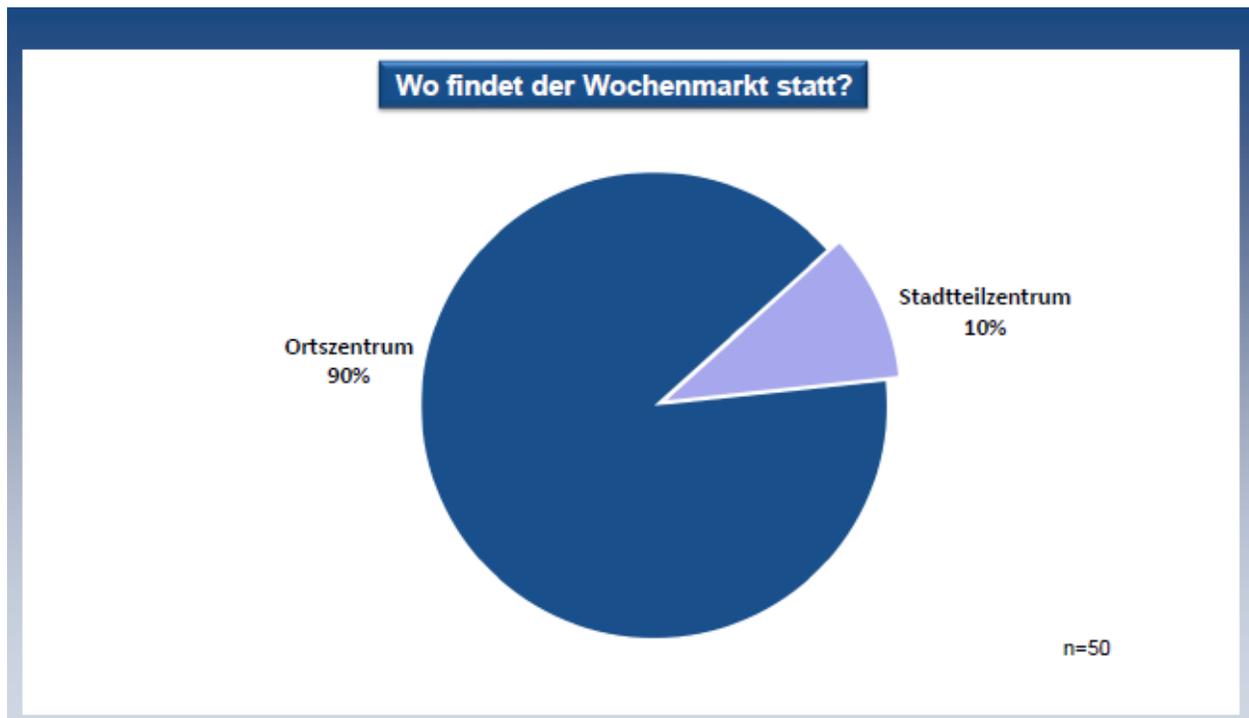


Abb. 3: Wochenmarktstandort

Die Wochenmärkte haben ihren Standort in der Regel im Ortszentrum – auf dem Marktplatz, Kirchplatz, in der Fußgängerzone, auf dem Rathausplatz. Jeder zehnte Wochenmarkt liegt in einem Stadtteilzentrum – wie z.B. an der Lister Meile in Hannover. Streulagen und Ortsrandlagen spielen als Standorte für Wochenmärkte dagegen keine Rolle.

3.1.2 Wochenmarkttradition

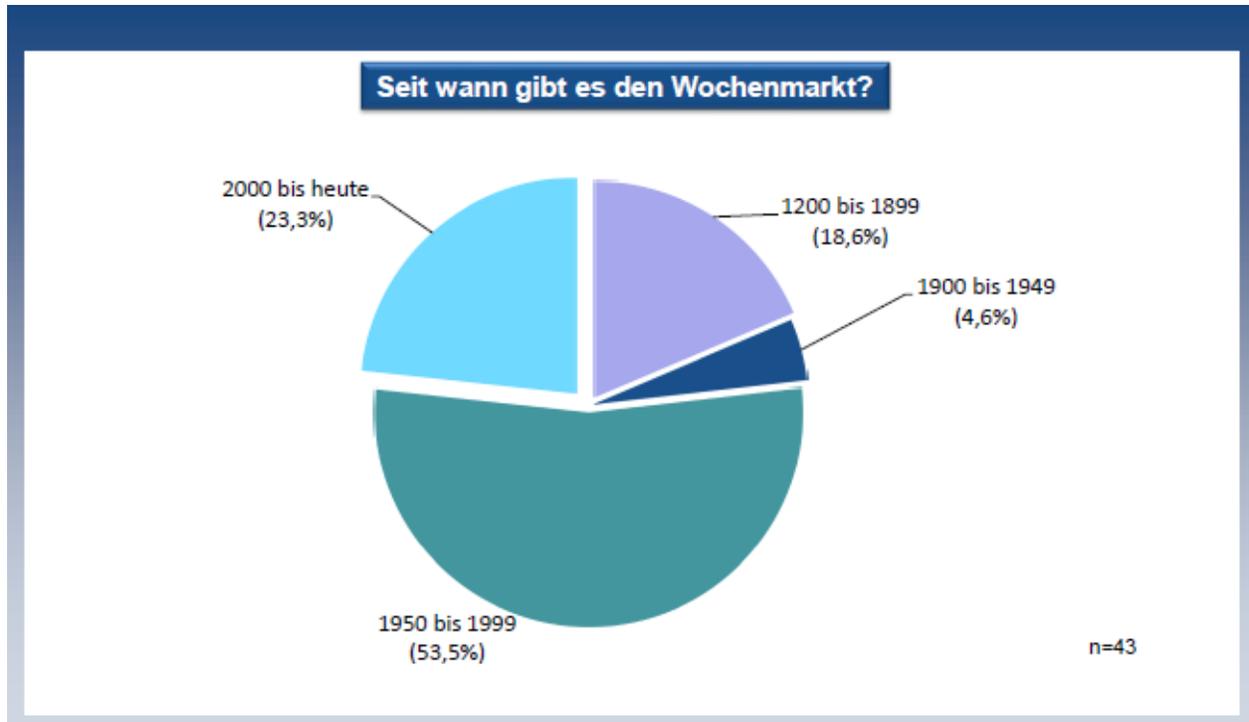


Abb. 4: Wochenmarkttradition

Zum Teil weisen die Wochenmärkte eine lange Historie auf. Mitunter reichen die Marktrechte bereits viele Jahrhunderte zurück. So wurden beispielsweise die Jahreszahlen 1226 (Hildesheim), 1371 (Neustadt am Rbge.) und 1609 (Bückeburg) genannt. Bei knapp jedem fünften Wochenmarkt liegen die Wurzeln vor 1900. Aber man kann sicherlich auch bei den 13 Märkten, deren Gründungsdatum zwischen Ende der 40er Jahre und den 80er Jahren liegt, bereits von Traditions-Märkten sprechen. Mehr als die Hälfte der Märkte wurden in der zweiten Hälfte des vorigen Jahrhunderts gegründet, etwa ein Viertel seit dem Jahr 2000. Aber auch heute kommen immer wieder neue Märkte hinzu. Der jüngste der angeführten Märkte ist im Jahr 2012 ins Leben gerufen worden. Einzelne Märkte haben mit unterschiedlichen Konzepten an verschiedenen Standorten bereits eine wechselvolle

Geschichte erlebt. So ist einem Markt erst im vorigen Jahr mit neuem Konzept an einem neuen Standort wieder neues Leben eingehaucht worden.

3.1.3 Wochenmarkttage

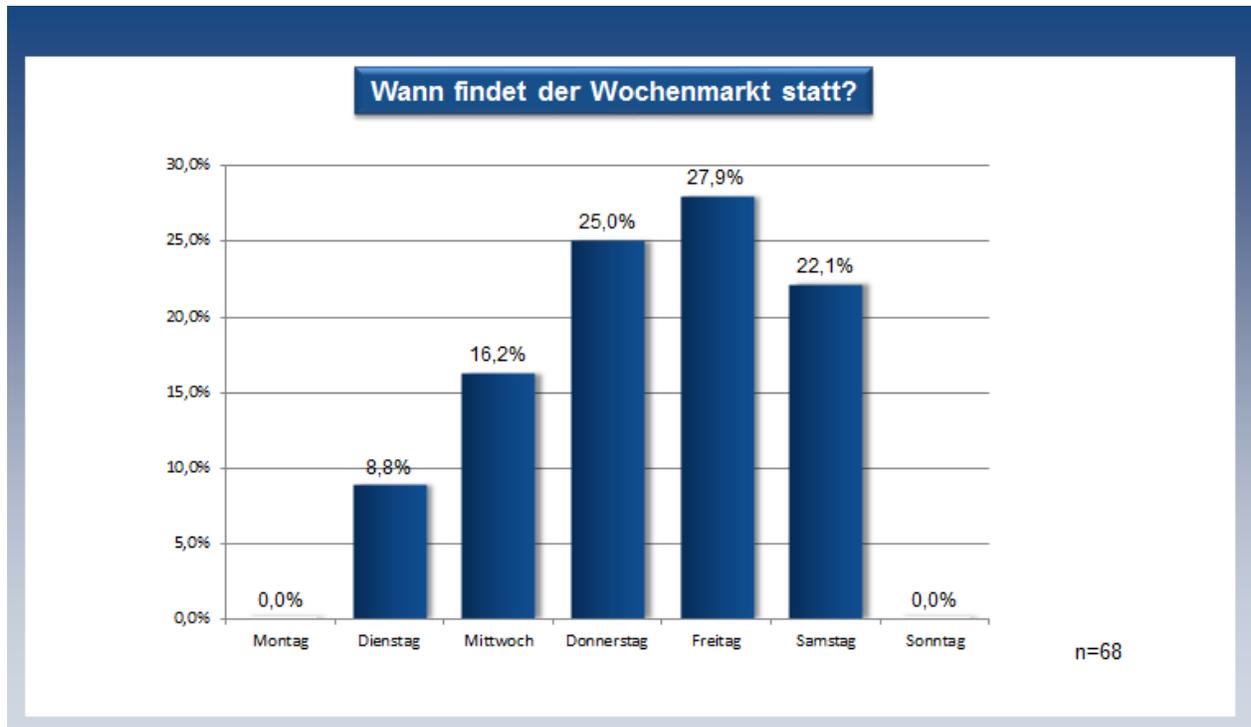


Abb. 5: Wochenmarkttage

Die Analyse der insgesamt gemeldeten 51 Wochenmärkte mit insgesamt 68 Wochenmarkttagen zeigt, dass die bevorzugten Wochenmarkttage bei recht geringen Unterschieden der Freitag (27,9 %), Donnerstag (25,0 %) und Samstag (22,1 %) sind. Der Montag ist bislang kein Wochenmarkttag.

In den Mittelzentren, also den mittelgroßen Städten, findet der Wochenmarkt in der Regel zweimal pro Woche statt. In den Grundzentren bzw. kleineren Orten wird er dagegen tendenziell einmal pro Woche veranstaltet - überwiegend mit deutlich geringeren Beschicker- und Besucherzahlen. Am Dienstag und Mittwoch werden nur

dann Wochenmärkte veranstaltet, wenn es mindestens einen zweiten Tag am Freitag oder Samstag gibt. In den Fällen, in denen der Markt an zwei Tagen veranstaltet wird, ist die Verbindung von Mittwoch und Samstag (9 von 13 Beispielen) die mit Abstand häufigste Kombination. In den zwei Fällen, in denen es drei Markttage gibt, werden Dienstag, Donnerstag und Samstag kombiniert.

Während der Markt dienstags, mittwochs und samstags - bis auf eine Ausnahme - ausschließlich vormittags bis mittags durchgeführt wird, findet am Donnerstag (Start frühestens: 12:30; Ende: spätestens 18:00 Uhr) und am Freitag (Start frühestens: 11:00; Ende: spätestens 18:30 Uhr) rund ein Drittel der Wochenmärkte am Nachmittag statt.

3.1.4 Wochenmarktdauer

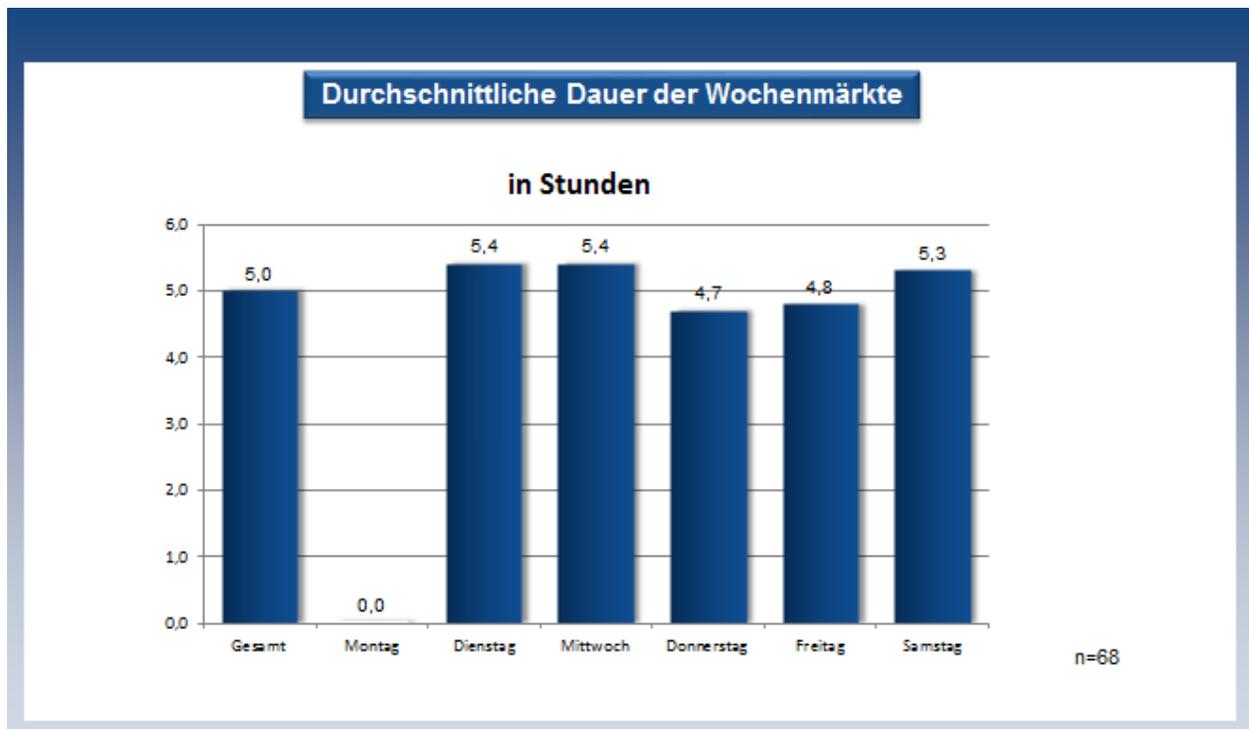


Abb. 6: Wochenmarktdauer

Die rechnerische durchschnittliche Dauer eines Wochenmarktes beträgt bei den 68 gemeldeten Wochenmarkttagen genau 5 Stunden. Sie variiert zwischen 5,4 Stunden am Dienstag und Mittwoch und 4,7 Stunden am Donnerstag.

3.1.5 Wochenmarktbetreiber

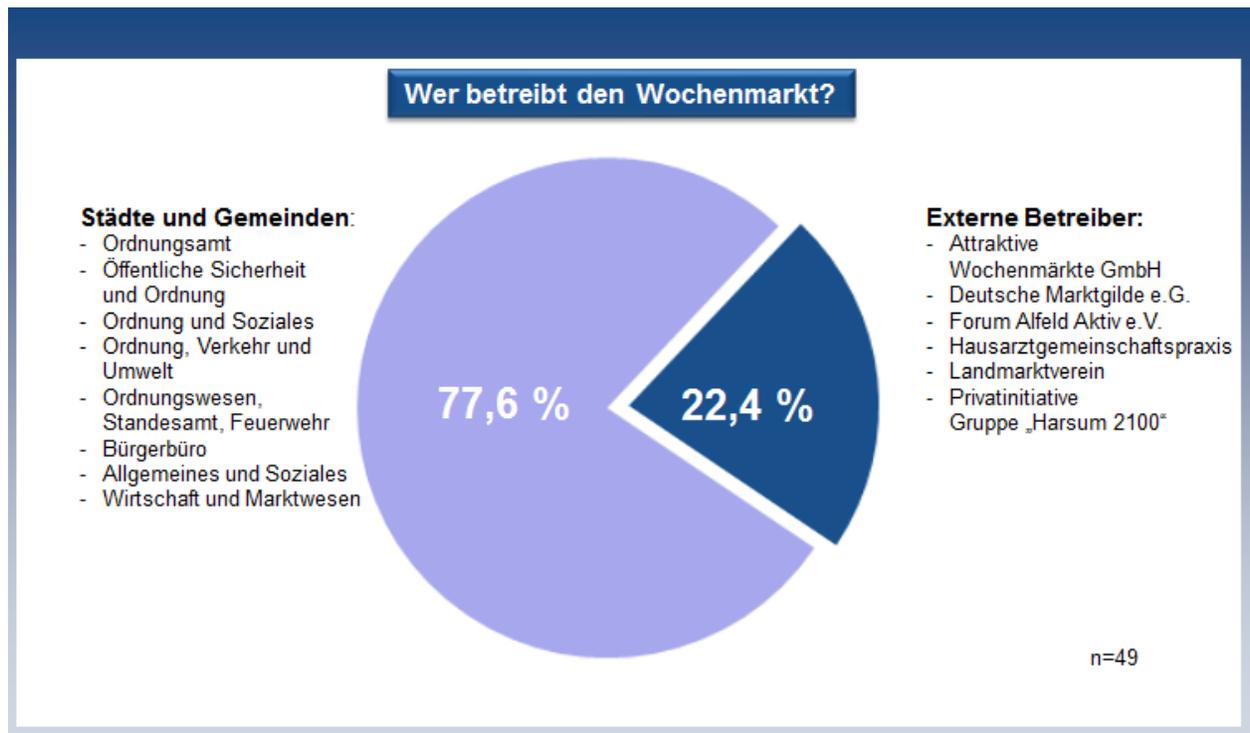


Abb. 7: Wochenmarktbetreiber

Etwa vier von fünf Märkten werden von der jeweiligen Kommune betrieben. Zumeist liegt die Verantwortung beim Ordnungsamt, dem jeweiligen Fachbereich für öffentliche Sicherheit und Ordnung oder in Fachbereichen, in denen der Ordnungsgedanke eine wichtige Rolle spielt oder dem Bürgerbüro.

Bei den externen Betreibern tauchen neben der Deutschen Marktgilde eG und der Tochtergesellschaft des hannoverschen Großmarkts „Attraktive Wochenmärkte GmbH“ vereinzelt auch Vereine und Privatinitiativen auf.

Bei den Betreibern herrscht in den vergangenen fünf Jahren weitgehend Stabilität vor. Lediglich in vier Fällen hat es einen Betreiberwechsel gegeben: In zwei Fällen ist die Betreiberfunktion von der Kommune an einen externen privatwirtschaftlichen Betreiber ausgelagert worden, in einem Fall ist sie in die kommunale Verantwortung zurückgeholt worden, und in einem weiteren Fall hat es einen Übergang zwischen zwei externen Betreibern gegeben.

3.1.6 Wochenmarktgröße

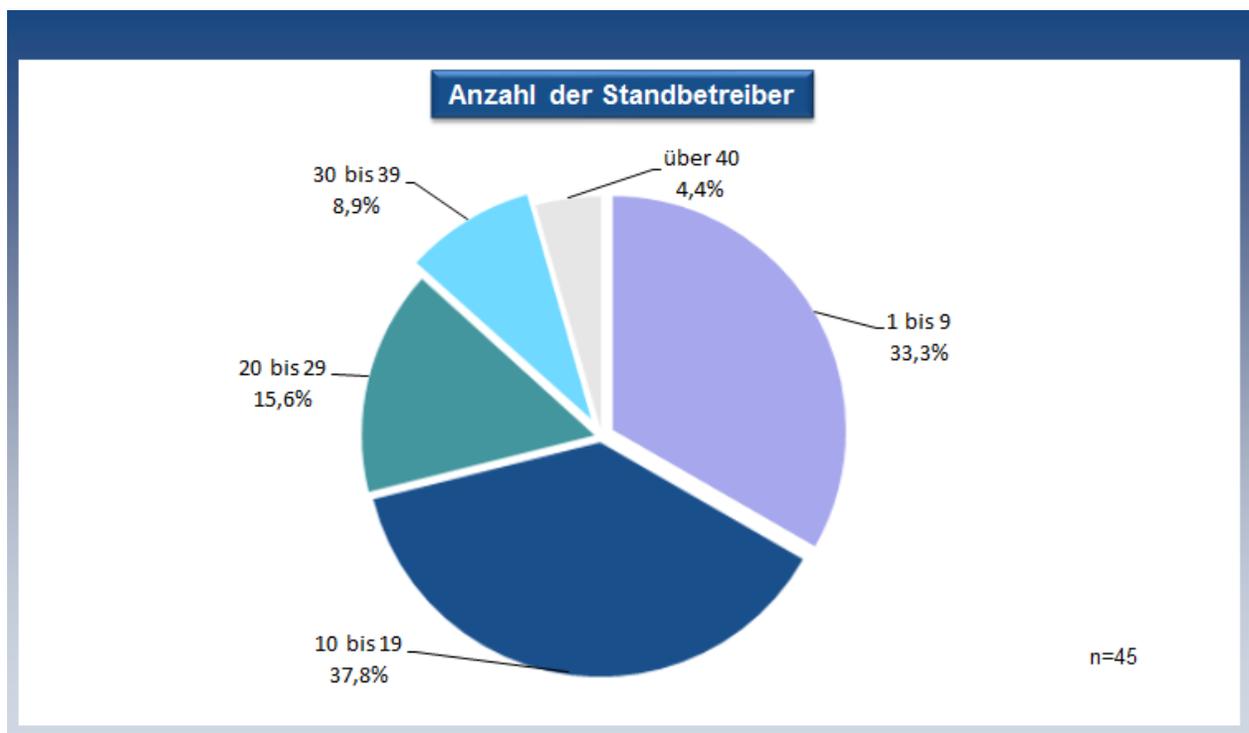


Abb. 8: Wochenmarktgröße

Ein Drittel der Wochenmärkte hat maximal 9 Händler, davon wiederum die Hälfte sogar nur höchstens 5. Und gut 70 Prozent haben maximal 20 Händler. Etwa 13 Prozent der Wochenmärkte kommen andererseits auf mehr als 30 Händler.

An den Standorten mit zwei oder gar drei Wochenmarkttagen ist die Anzahl der Händler an den einzelnen Tagen deutlich unterschiedlich. Die reine Anzahl der Beschicker allein gibt noch keine Auskunft über die konkrete Bandbreite der angebotenen Sortimente, da viele Händler nicht auf ein Sortiment beschränkt sind.

3.1.7 Wochenmarktsortiment

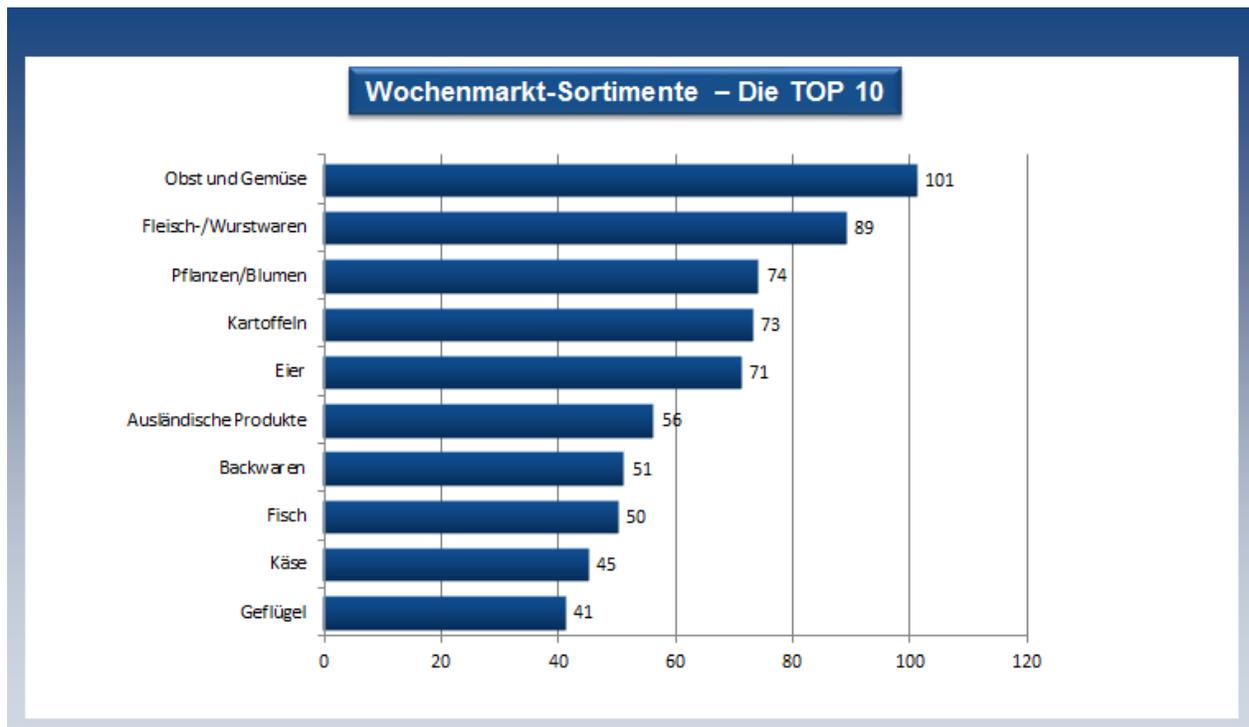


Abb. 9: Wochenmarktsortimente I - Die TOP 10

Zum Kernsortiment der meisten Wochenmärkte zählen Obst und Gemüse sowie Fleisch- und Wurstwaren; gefolgt von Pflanzen und Blumen, Kartoffeln sowie Eiern.

Die TOP 10 der Sortimente weisen jeweils mindestens 41 Nennungen auf. Darüber hinaus runden Molkereiprodukte, Imkereiprodukte, Textilien oder Haushaltswaren das Angebot an vielen Standorten ab.



Abb. 10: Wochenmarkt-Sortimente II - Die Spezialangebote

Auf den Wochenmärkten gibt es aber auch absolute Spezialangebote. Hier sind diejenigen Sortimente mit maximal drei bis vier Nennungen aufgeführt. Dabei handelt es sich weit überwiegend um Nichtlebensmittel.

3.1.8 Wochenmarkt: Funktionen und Aufgaben



Abb. 11: Wochenmarkt: Funktionen und Aufgaben I

Bei der Benennung von maximal drei Funktionen bzw. Aufgaben des Wochenmarktes nach der Reihenfolge ihrer Bedeutung fällt auf, dass die Handelsfunktion eines Wochenmarktes, also die Nah- bzw. Grundversorgung der Bevölkerung, die Versorgung mit regionalen Produkten, mit frischen Lebensmitteln, mit Produkten aus der (heimischen) Landwirtschaft von den antwortenden Kommunen deutlich höher bewertet wird als die soziale Funktion des Marktes (also der Treffpunkt, das Klönen, die Begegnung, die Kommunikation und Information, die persönliche Beratung oder die soziale Integrationsfunktion im Quartier). Die Bedeutung des Wochenmarktes für den Standort (Stärkung der Innenstadt, Erhöhung der Attraktivität und Frequenzsteigerung, Angebotsergänzung und Belebung der Innenstadt bzw. des Ortes, Imageträger, Werbung für den Standort) fällt bei der Bewertung durch Vertreter der Kommunen demgegenüber bereits deutlich ab.

Insgesamt lässt sich konstatieren, dass der Wochenmarkt ein breites Spektrum an – stets positiv belegten – Funktionen und Aufgaben aufweist.

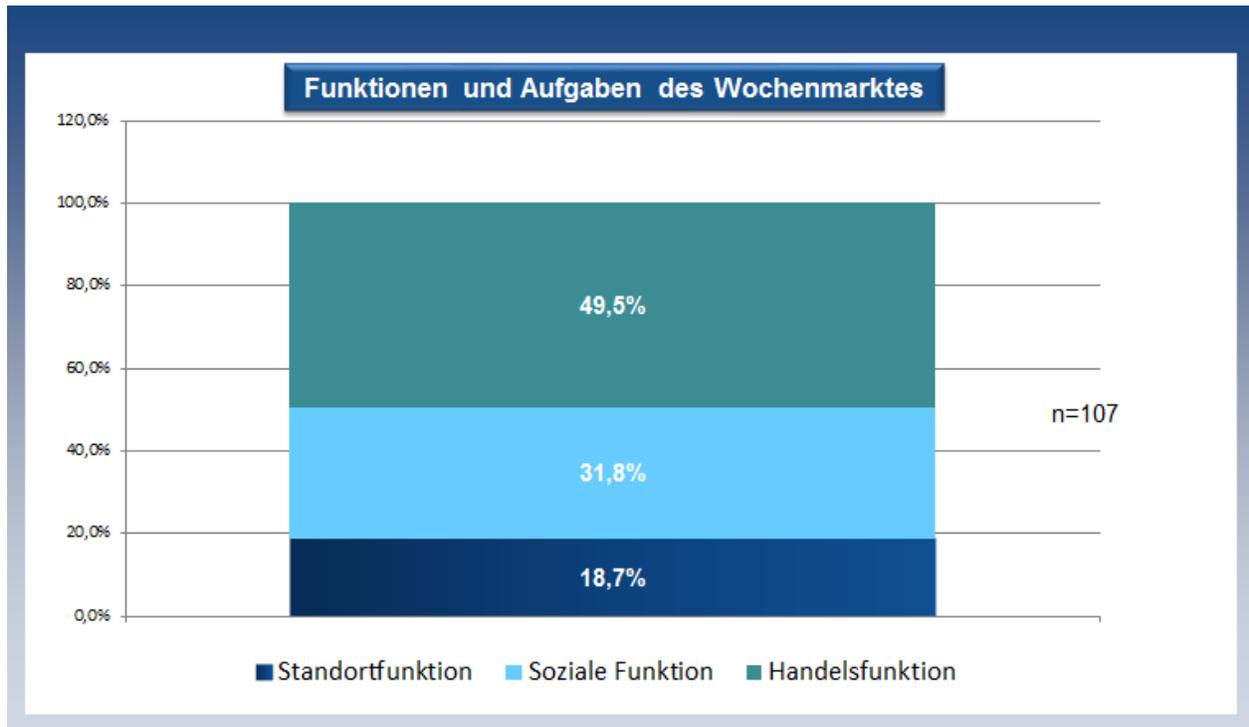


Abb. 12: Wochenmarkt: Funktionen und Aufgaben II

3.1.9 Wochenmarkt - Merkmale

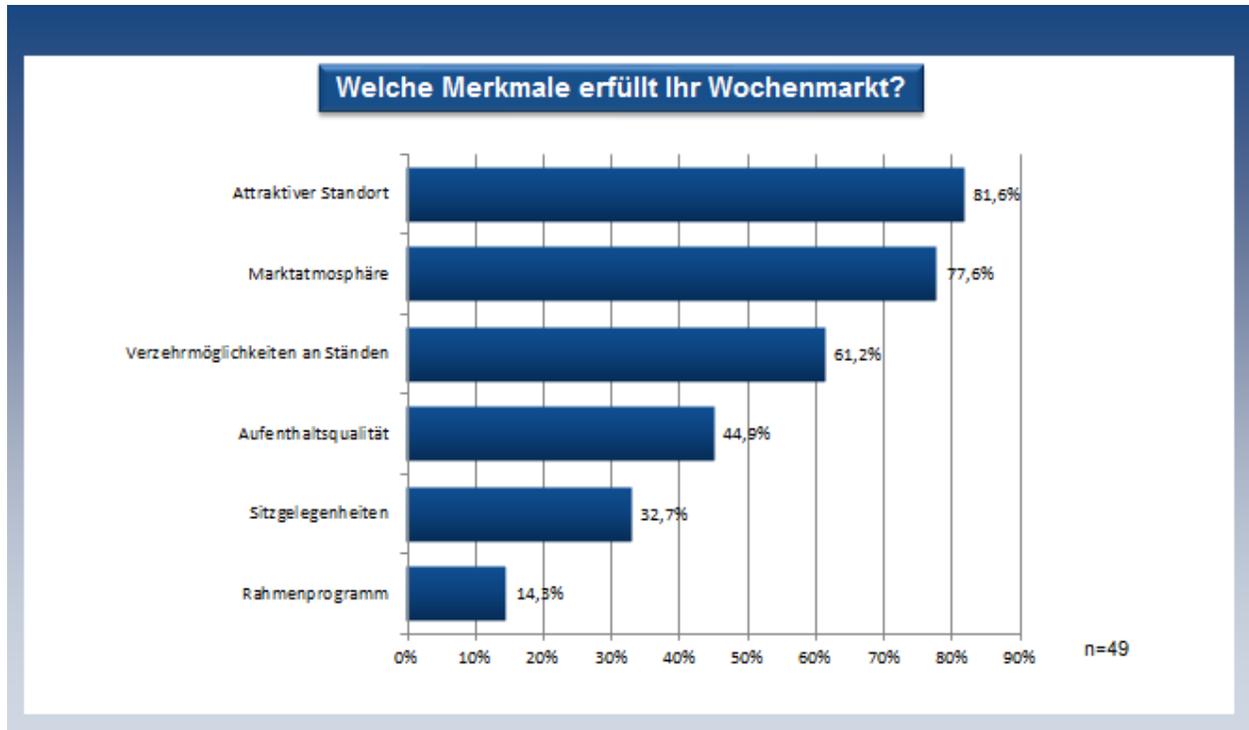


Abb. 13: Wochenmarkt - Merkmale

Die Wochenmärkte haben nach Einschätzung der Kommunen überwiegend einen attraktiven Standort, weisen Marktatmosphäre auf und verfügen über Verzehrsmöglichkeiten an Ständen. Bei der Frage nach der Aufenthaltsqualität, vorhandenen Sitzgelegenheiten und insbesondere einem Rahmenprogramm fallen die Antworten allerdings schon weniger überzeugend aus.

3.1.10 Vernetzung des Wochenmarktes vor Ort

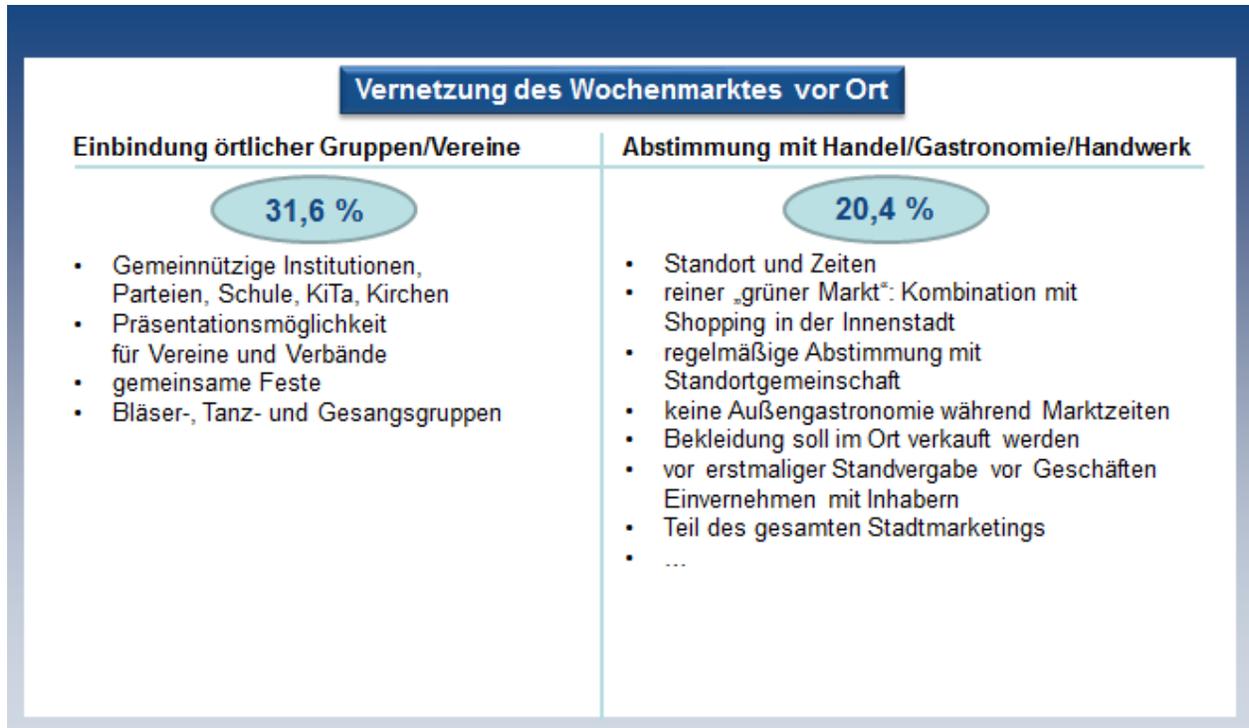


Abb. 14: Vernetzung des Wochenmarktes vor Ort

Führt der Wochenmarkt ein Eigenleben oder ist er vor Ort integriert? Das Ergebnis: Nur etwa jeder dritte Wochenmarkt (31,6 %) bindet örtliche Gruppen und Vereine und nur jeder fünfte (20,4 %) stimmt sich zu bestimmten Fragen mit örtlichem Handel, Gastronomie und Handwerk ab. Themen sind hier vor allem der Standort des Marktes und der Stände, Öffnungszeiten, Außengastronomie und Wochenmarktsortiment.

3.1.11 Kundenzufriedenheit

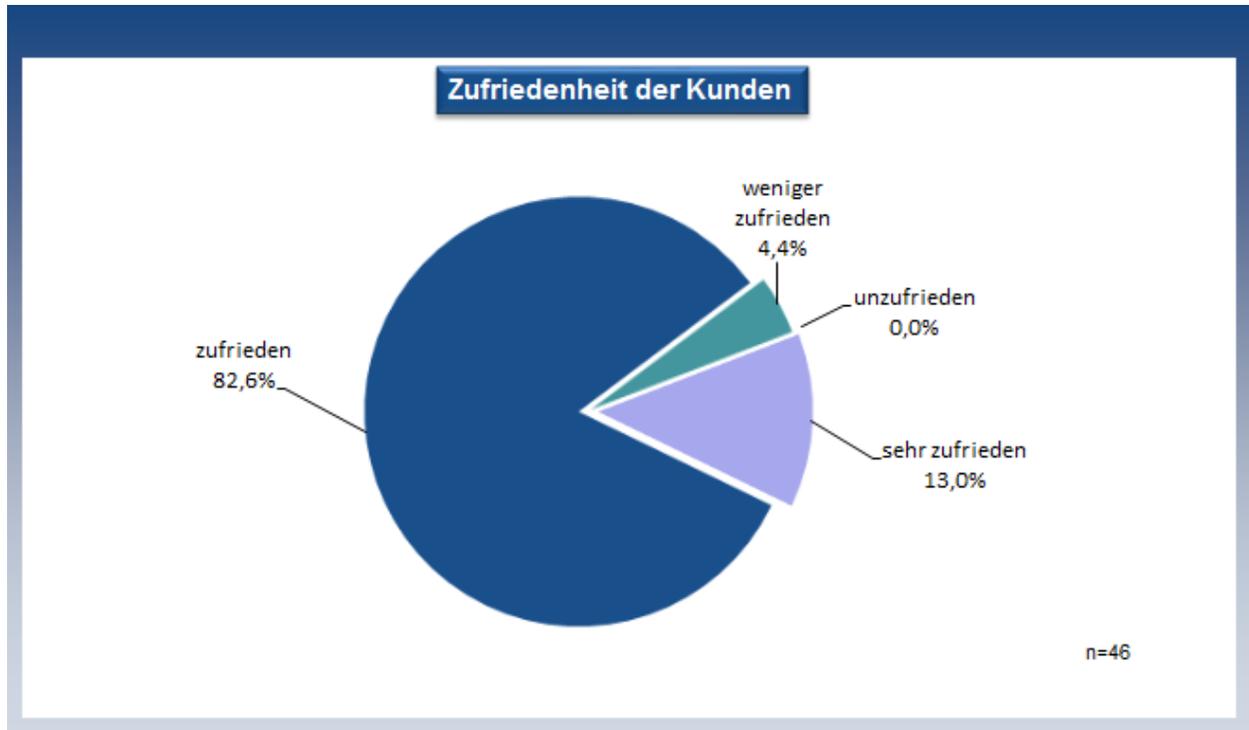


Abb. 15: Zufriedenheit der Kunden

Nach Einschätzung der Kommunen sind die Kunden weit überwiegend mit dem Wochenmarkt zufrieden (82,6 %). Als „sehr zufrieden“ schätzen allerdings nur 13 Prozent der Antwortenden die Kunden ihres Wochenmarktes ein, als weniger zufrieden 4,4 Prozent. Dass die Kunden mit dem örtlichen Wochenmarkt unzufrieden sein könnten, kann sich keiner der Teilnehmer an der Umfrage vorstellen.

Empfehlung: Eine Kundenumfrage auf den Wochenmärkten bzw. eine Haushaltsbefragung, die auch die nicht mehr den Wochenmarkt aufsuchenden Bewohner erreichte, könnte hier fundiert Aufschluss über die Frage geben, ob diese positive Selbsteinschätzung von Kunden bzw. potenziellen Kunden bestätigt wird.

3.1.12 Bewertung des Wochenmarktes

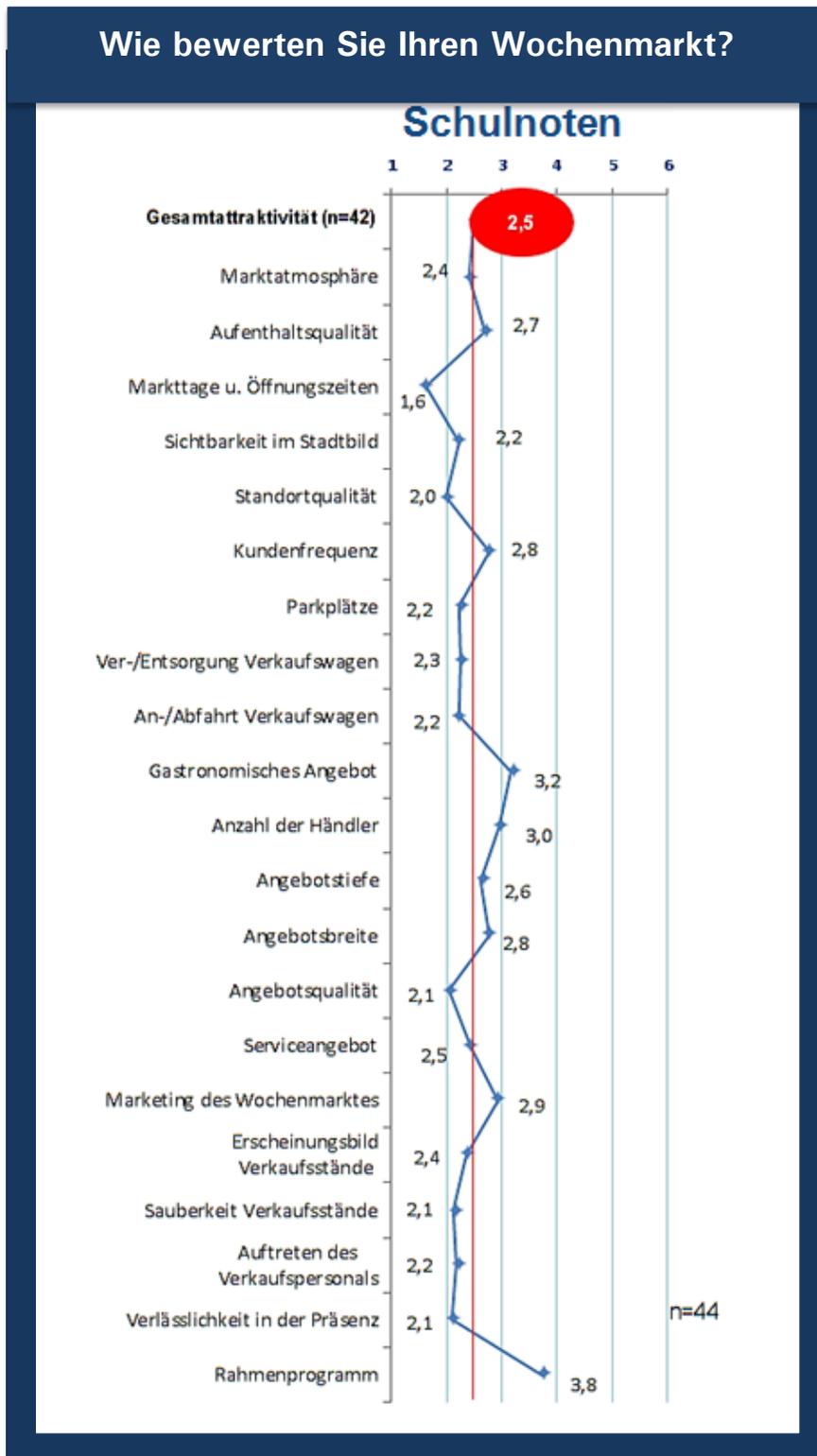


Abb. 16: Wochenmarkt nach Schulnoten

Die Gesamtattraktivität der Wochenmärkte wird von den Kommunen mit der Durchschnittsnote 2,49 beurteilt. Zieht man diesen Wert als Messlatte heran, so streuen die Schulnoten der einzelnen Faktoren in einer erheblichen Bandbreite zwischen 1,63 (Markttage und Öffnungszeiten) und 3,75 (Rahmenprogramm).

Eher mit guten Noten wurden die Standortcharakteristika und Rahmenbedingungen bedacht (Standortqualität 2,00; Sichtbarkeit im Stadtbild sowie An-/Abfahrt Verkaufswagen jeweils 2,22; Parkplätze 2,24; Ver- und Entsorgung Verkaufswagen 2,25). Aber auch die Märkte selbst wurden bei wesentlichen Faktoren gut bewertet: Angebotsqualität 2,05; Verlässlichkeit in der Präsenz 2,11; Sauberkeit Verkaufsstände: 2,14; Auftreten Verkaufspersonal 2,18). Neben dem Rahmenprogramm lassen die Bewertungen auch das gastronomische Angebot (3,17), die Anzahl der Händler mit 2,96 und das Marketing des Wochenmarktes (2,94) eher als ausbaufähig erscheinen.

3.1.13 Stärken und Schwächen des Wochenmarktes

Die Kommunen wurden im Rahmen der Befragung (ungestützt) gebeten, bis zu drei Stärken und Schwächen ihres Wochenmarktes zu benennen.

Besondere Stärken sehen die Kommunen im Angebot (Breite und Vielfalt), in der Zuverlässigkeit, Treue und Flexibilität der Markthändler, in der zentralen Standortlage des Wochenmarktes, in seiner sozialen Funktion als Treffpunkt zur Kommunikation und noch einmal im Handelsbereich durch das Angebot an lokalen und regionalen Produkten.

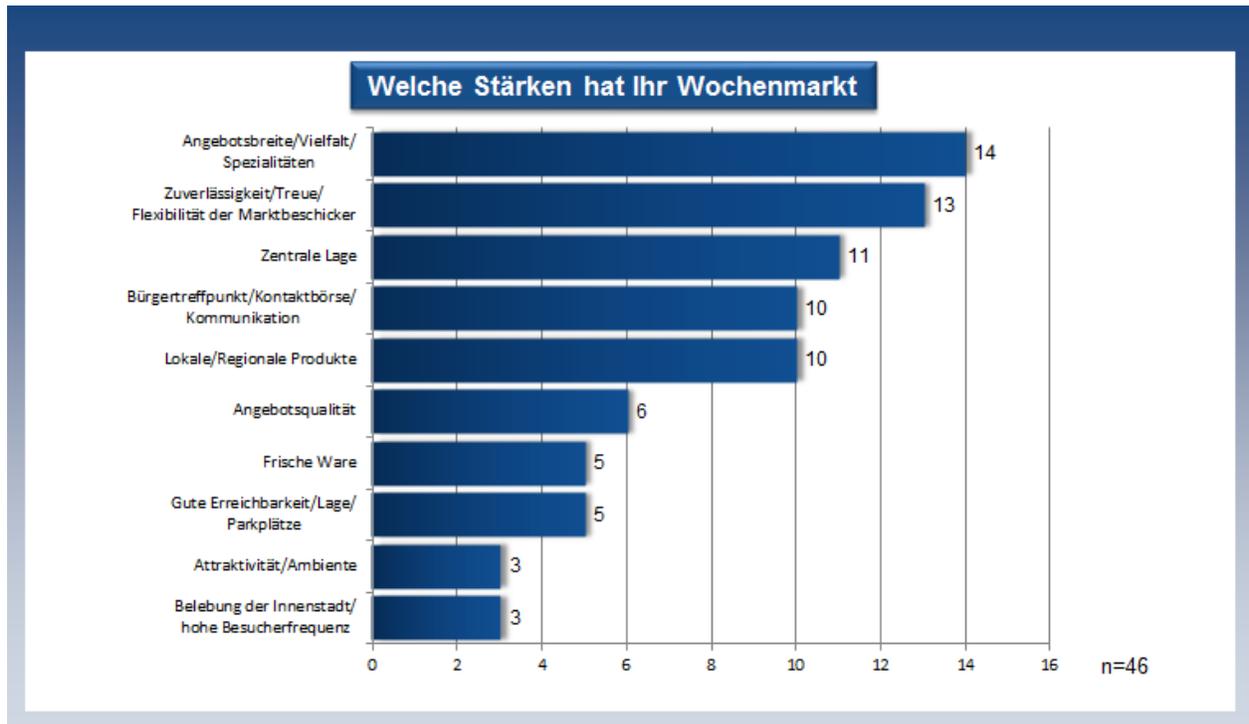


Abb. 17: Stärken des Wochenmarktes

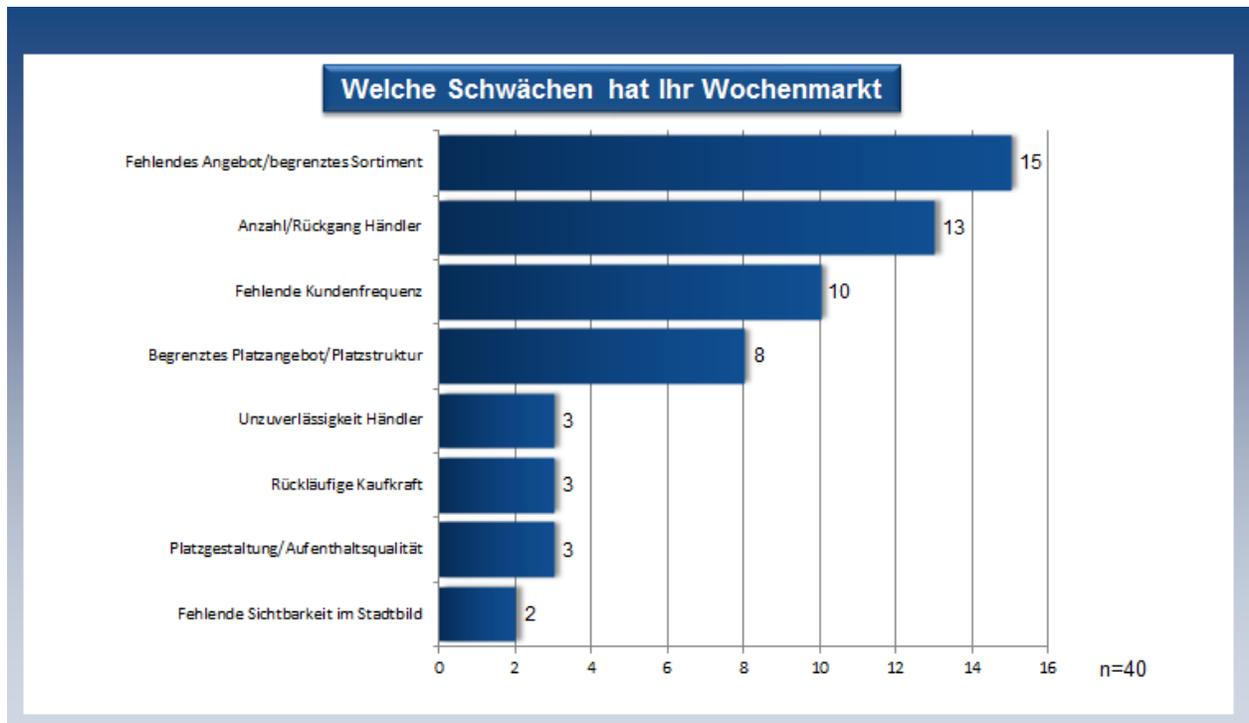


Abb. 18: Schwächen des Wochenmarktes

Besondere Schwächen liegen dagegen im fehlenden Angebot bzw. im begrenzten Sortiment, in der geringen Anzahl bzw. dem Rückgang der Händleranzahl, der fehlenden Kundenfrequenz und im begrenzten Platzangebot bzw. einer schwierigen Platzstruktur begründet.

3.1.14 Qualität im Fokus

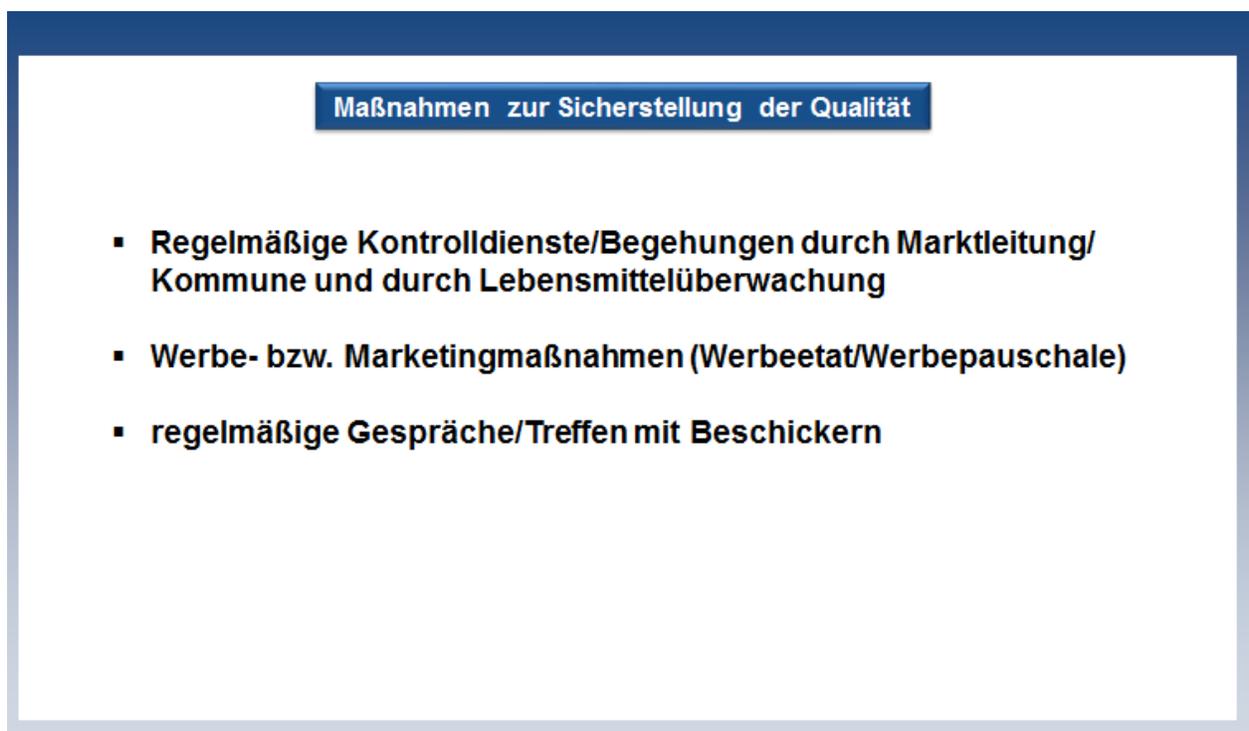


Abb. 19: Qualität im Fokus

Von den Umfrageteilnehmern wurden sehr unterschiedliche Maßnahmen aufgeführt, um die Qualität des Wochenmarktes sicherzustellen bzw. zu stärken. Der Schwerpunkt liegt bei Kontrollen durch Marktleitung, Kommune und Lebensmittelüberwachung – Gesprächen mit den Markthändlern – Werbung und Marketing, während die übrigen Maßnahmen lediglich Einzelnennungen erhielten.

3.1.15 Wochenmarkt und Kundenfrequenz

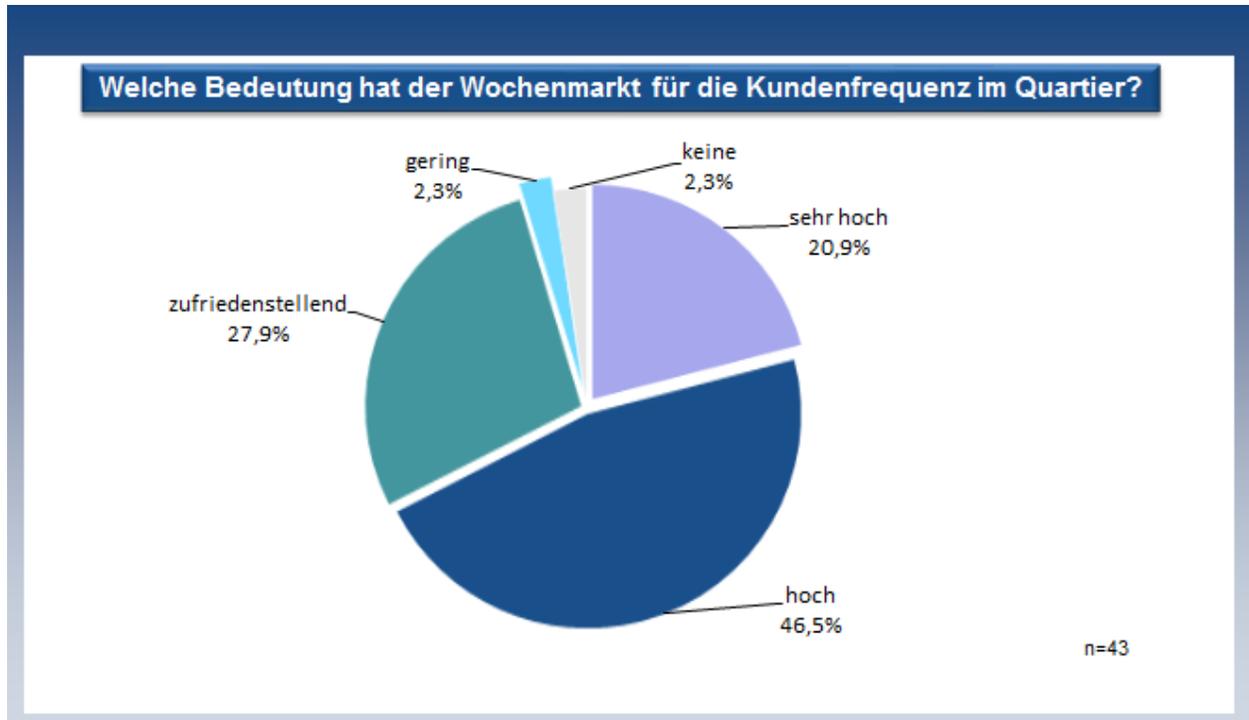


Abb. 20: Wochenmarkt und Kundenfrequenz

Die Wochenmärkte haben nach Eigeneinschätzung der Kommunen eine starke Bedeutung für die Kundenfrequenz im Quartier. Zweidrittel der Antwortenden sprechen den Wochenmärkten diesbezüglich eine sehr hohe bzw. hohe Bedeutung zu. Nur im Einzelfall wird ihnen in dieser Hinsicht keine bzw. eine nur geringe Bedeutung beigemessen.

In der Bewertung der Faktoren der Wochenmärkte erhielt das Thema Kundenfrequenz lediglich die Note 2,77. Fehlende Kundenfrequenz wurde mit immerhin 10 Nennungen und damit von einem Viertel der antwortenden Kommunen als Schwäche ihres Marktes aufgeführt.

3.1.16 Wochenmarkt im Wandel

Wochenmärkte unterliegen einem permanenten Wandel. So haben sich bei immerhin sieben von zehn Wochenmärkten in den vergangenen fünf Jahren mehr oder weniger spürbare Veränderungen ergeben: Während 36 Prozent der Teilnehmer positive Veränderungen benannten, verwiesen mit 34 Prozent nur knapp weniger auf negative Veränderungen. Lediglich 30 Prozent der Antwortenden stellen keine Veränderungen am Wochenmarktkonzept der jüngeren Vergangenheit fest.

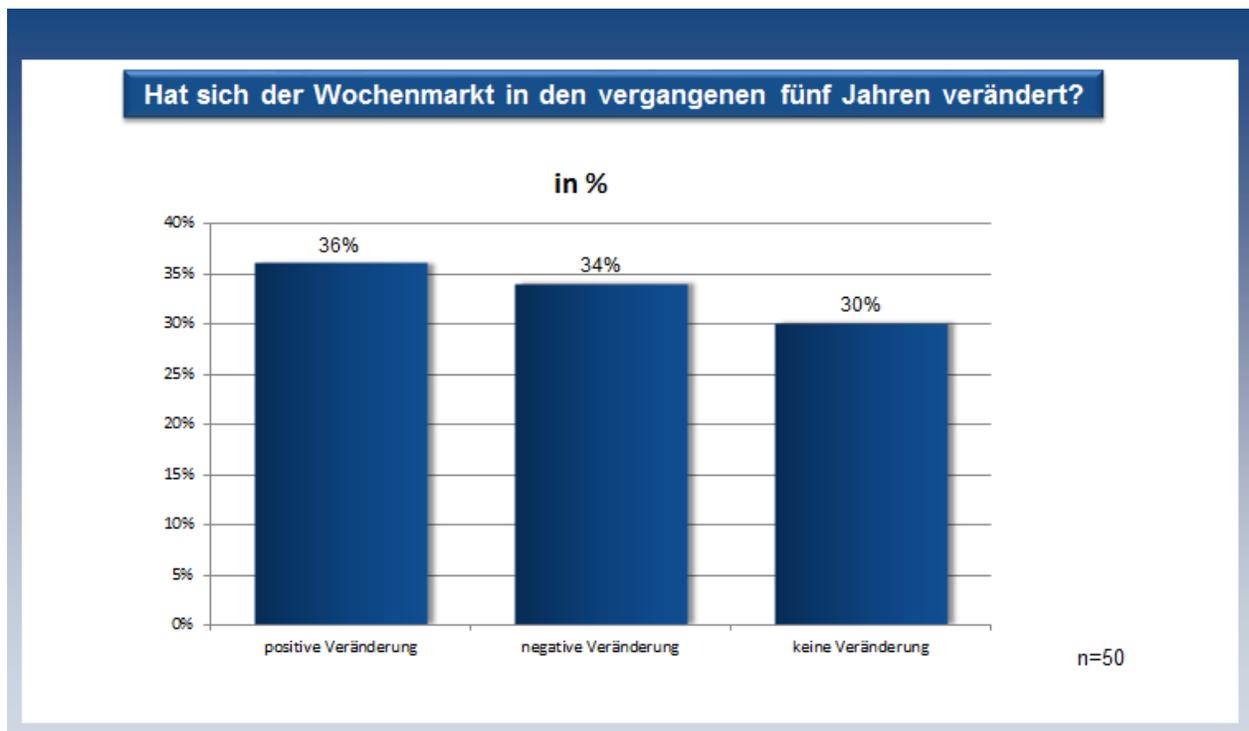


Abb. 21: Wochenmarkt im Wandel - Vergangenheit

Sowohl bei positiven als auch bei den negativen Veränderungen wird von den Kommunen explizit die Entwicklung der Händlerzahl genannt. Auf der Habenseite werden daneben die Sortimentserweiterung sowie der Wechsel des Standorts ins Zentrum angeführt. Weitere Einzelnennungen entfallen auf fördernde

Veranstaltungen, die Verlängerung der Markttag in die Winterzeit, steigende Nutzerzahlen oder optische Verschönerungen am Standort.

Auf der Sollsseite schlägt als zweiter Punkt die rückläufige Kundschaft zu Buche. Vereinzelt wurden beispielsweise noch fehlende Tageshändler oder fehlende bzw. verloren gegangene Sortimente genannt.

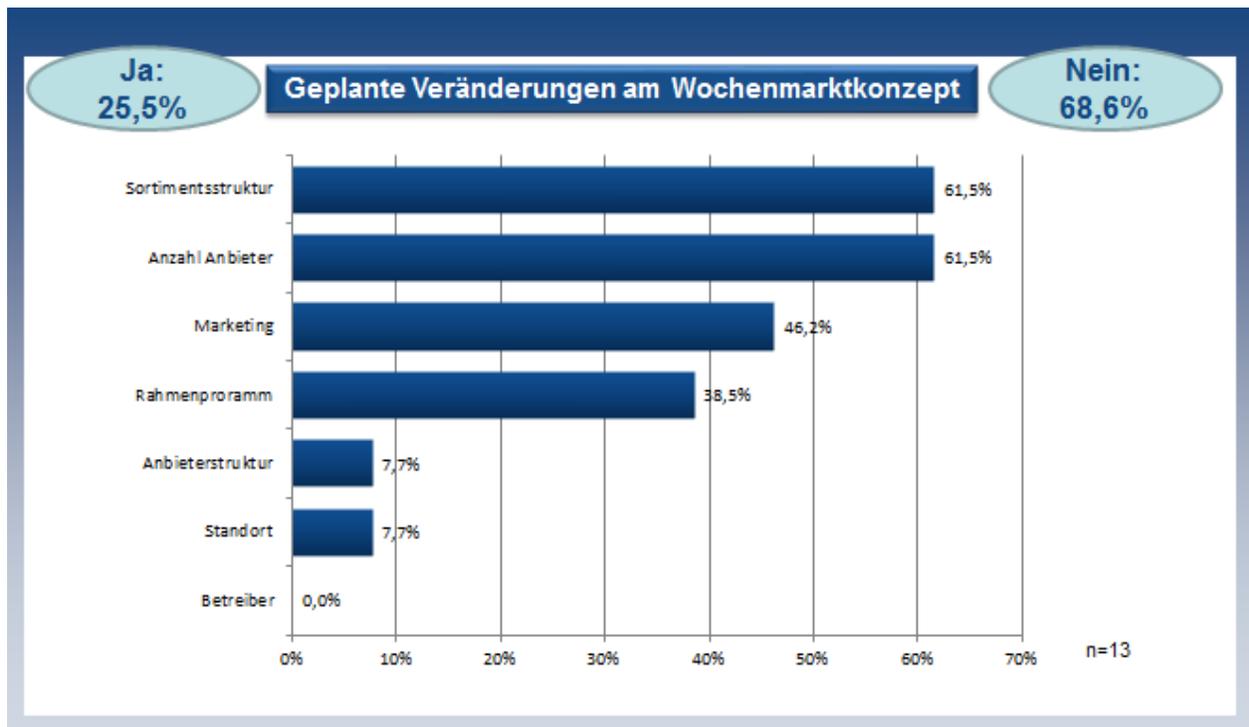


Abb. 22: Wochenmarktkonzept im Wandel - Zukunft

Auf die Frage nach geplanten Veränderungen am Wochenmarktkonzept gab lediglich ein Viertel an, Veränderungen vornehmen zu wollen. Dabei werden dann vor allem die Sortimentsstruktur und die Anzahl der Anbieter genannt – gefolgt vom Marketing und dem Rahmenprogramm. Händler mit Waren, die noch nicht im Sortiment sind, werden gesucht, aber auch konkret attraktive Angebote wie z. B. Gewürze, Käse oder Bioprodukte. Die mittelfristige städtebauliche Umgestaltung des Marktplatzes für eine bessere Standanordnung wurde ebenso genannt wie eine Werbekampagne. Ein Betreiberwechsel steht in keinem der Orte zur Diskussion.

3.1.17 Wochenmarkt im Wettbewerb

Knapp drei Viertel der Antwortenden führen an, dass es in ihrer Kommune kein Angebot gibt, dass mit dem Wochenmarkt vergleichbar ist. Hingegen steht etwa ein Viertel der Wochenmärkte im Wettbewerb mit Bauernmärkten, Themenmärkten (Lieselmarkt/Italienischer Markt, Gartenmarkt, Wurstmarkt, Apfel- und Birnenmarkt) sowie mit Marktkonzepten im Einzelhandel, darüber hinaus Hofläden, Gemüseboxen, privat organisierten Wochenmärkten bzw. Wochenmärkten an einem anderen Standort, einem kleinen Ortsteilmarkt, Stadt- und Regionalmarkt.

3.2. Kommunen ohne Wochenmarkt

3.2.1 Planungen

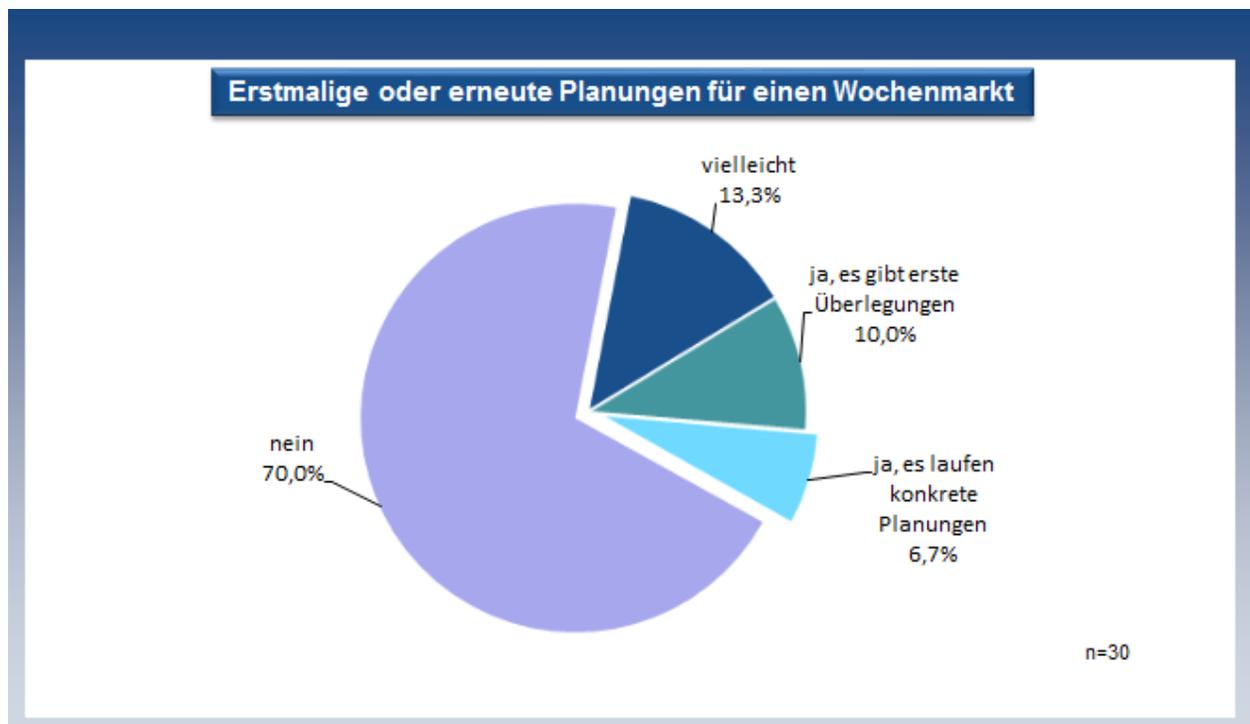


Abb. 23: Planungen

An der Befragung haben 30 Kommunen – allesamt Grundzentren – teilgenommen, die derzeit keinen Wochenmarkt haben. In 19 dieser 30 Kommunen hat es noch nie einen Markt gegeben. In den übrigen 11 Gemeinden sind diese Märkte sämtlich im Verlauf der vergangenen 15 Jahre aufgegeben worden.

21 dieser 30 Gemeinden ohne Wochenmarkt haben sich von dem Gedanken verabschiedet, in nächster Zukunft erstmals oder wieder einen Wochenmarkt zu etablieren. In den übrigen Gemeinden wird dagegen mehr oder weniger konkret über einen neuen oder erstmaligen Anlauf nachgedacht. Eine dieser Planungen ist bereits realisiert worden.

3.2.2 Gründe für das Fehlen eines Marktes

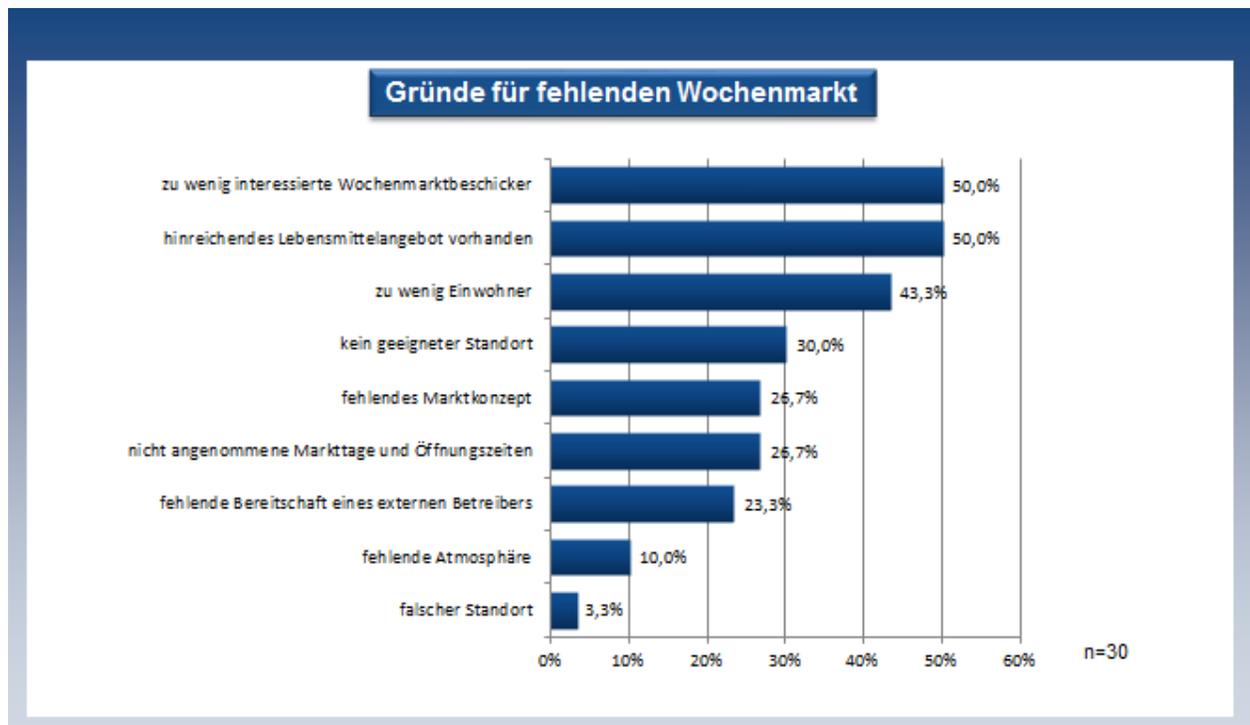


Abb. 24: Gründe für das Fehlen eines Wochenmarktes

Für das Fehlen eines Wochenmarktes werden bei möglichen Mehrfachnennungen unterschiedliche Gründe ins Feld geführt. Etwas heraus stechen: zu wenig interessierte Beschicker sowie bereits vorhandenes hinreichendes Lebensmittel-Angebot vor Ort (jeweils 50 %) und zu geringe Einwohnerzahl (43,3 %).

Zwischen einem Viertel und knapp einem Drittel der Nennungen erhalten auch die Argumente: fehlender geeigneter Standort, fehlendes Marktkonzept, nicht angenommene Markttag und Öffnungszeiten und fehlende Bereitschaft eines externen Betreibers. Unter „Sonstiges“ wurden beispielsweise ergänzend aus Kommunen im ländlichen Raum Hinweise auf vorhandene Selbstversorgung der Bevölkerung oder auf das Fehlen eines größeren Hauptortes in einer Flächenkommune mit einer großen Anzahl Ortschaften gegeben.

3.2.3 Gründe für Einrichtung eines Wochenmarktes

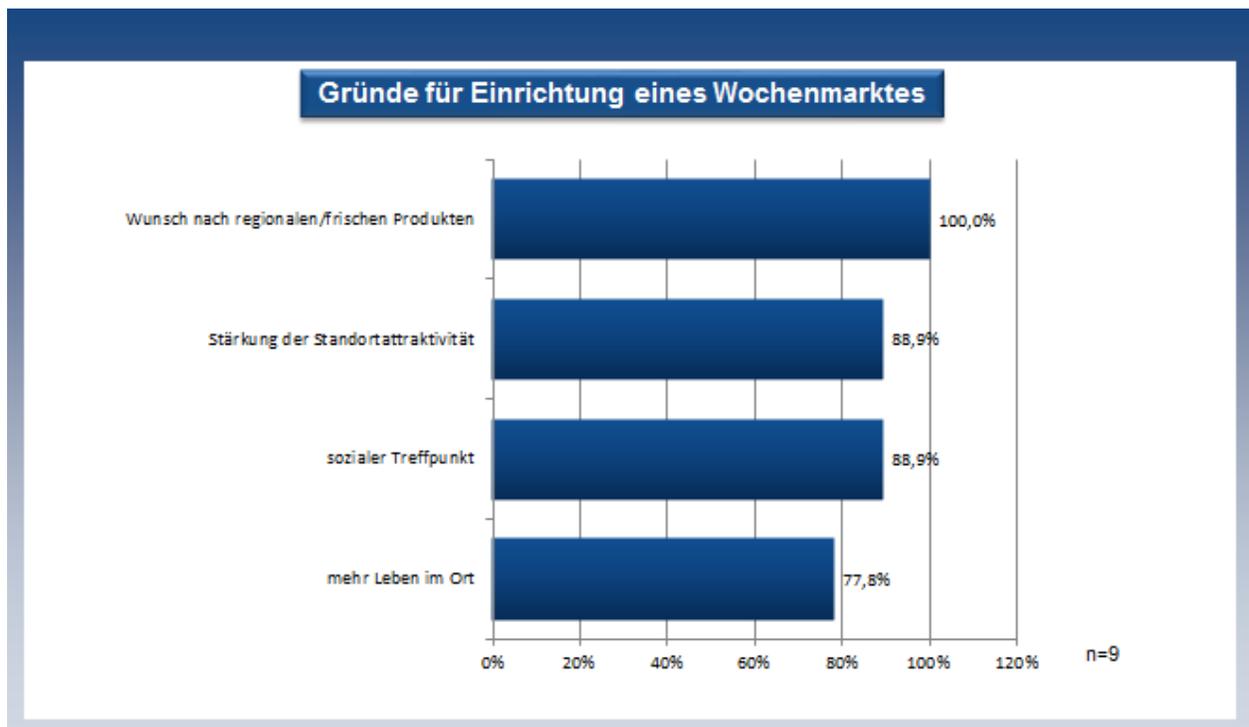


Abb. 25: Argumente für die Einrichtung eines Wochenmarktes

Für die Kommunen, die sich gedanklich mit der Einrichtung eines Wochenmarktes befassen, spielen als Gründe für dessen Einrichtung folgende Punkte eine herausgehobene Rolle: der Wunsch nach regionalen/frischen Produkten, die Stärkung der Standortattraktivität und die Schaffung eines sozialen Treffpunktes. Keine Rolle spielen dabei Argumente wie fehlendes Lebensmittelangebot oder Stabilisierung/Verbesserung der Kundenfrequenz.

3.2.4 Gründe gegen die Einrichtung eines Wochenmarktes

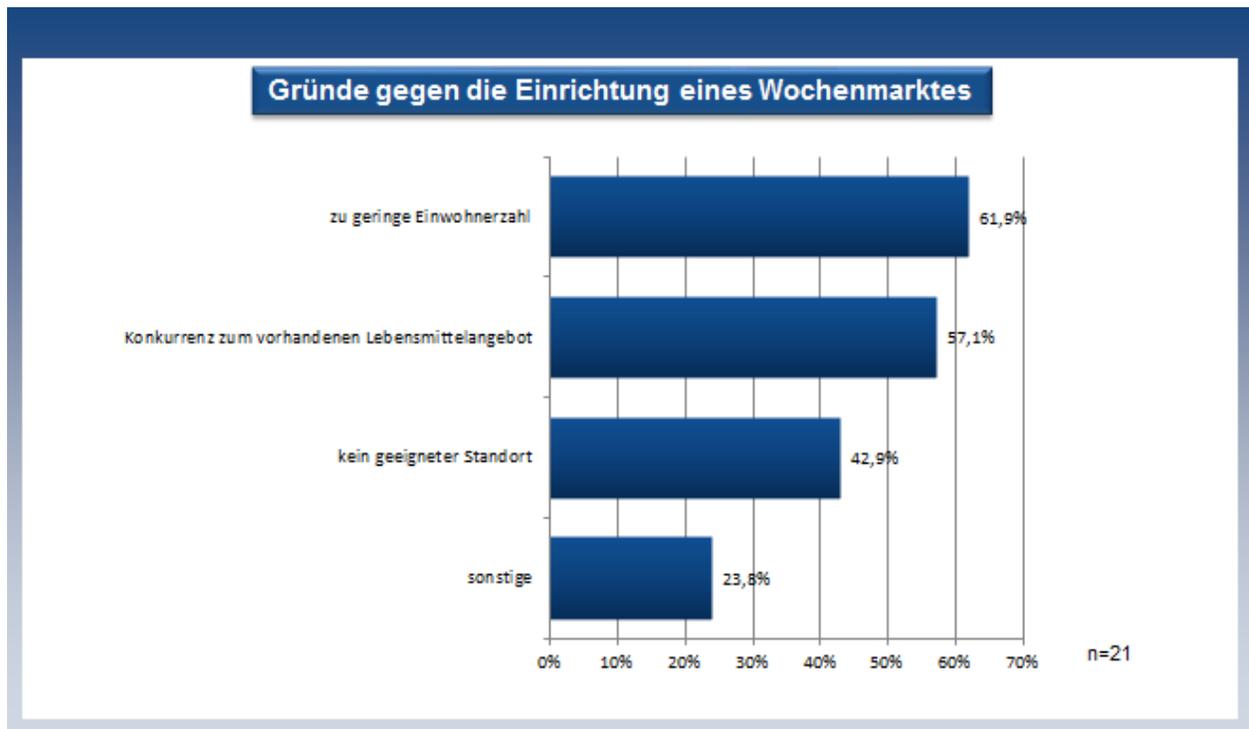


Abb. 26: Argumente gegen die Einrichtung eines Wochenmarktes

Die Kommunen, die das Thema Wochenmarkt „ad acta“ gelegt haben und sich gegen dessen (Neu-)Einrichtung aussprechen, begründen dies mit folgenden herausgehobenen Punkten: eine zu geringe Einwohnerzahl und die Konkurrenz zum

vorhandenen Lebensmittelangebot. Bereits mit Abstand folgt das Argument des fehlenden geeigneten Standortes.

Unter „Sonstiges“ wurden beispielsweise ergänzend aus Kommunen im ländlichen Raum Hinweise auf vorhandene Selbstversorgung der Bevölkerung, auf das Fehlen eines größeren Hauptortes in einer Flächenkommune mit einer großen Anzahl Ortschaften gegeben oder auf die Planung, regionale Produkte in den Lebensmittelmärkten zu platzieren, gegeben.

4. Wochenmarktprofile

4.1 Wochenmarkt Göttingen

Der Wochenmarkt im Bild:



Fotos: Hans-Hermann Buhr (IHK Hannover)

Makrostandort:

Oberzentrum Stadt Göttingen (www.goettingen.de)

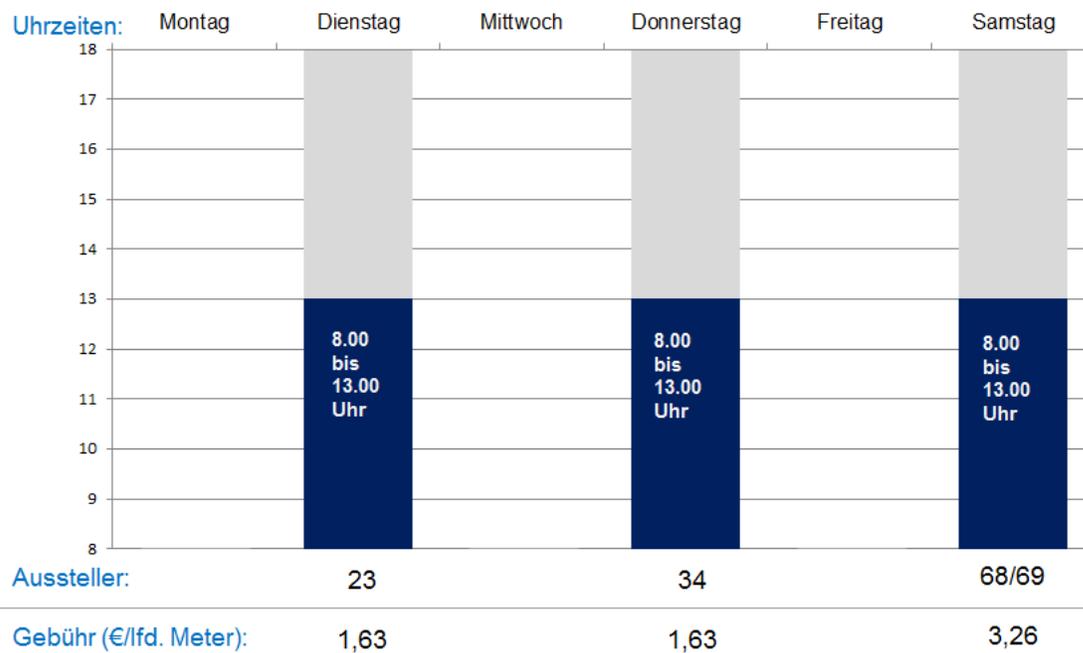
Mikrostandort:

Gelände zwischen der Hospitalstraße und dem Verbindungsweg zur Kurzen Straße.



Kartendaten © 2016 GeoBasis-DE/BKG (©2009),Google

Markttage / Zeiten¹⁾ / Aussteller / Gebühren²⁾:



¹⁾Sommerhalbjahr ab 07.00 Uhr

²⁾Sa. oder Di. + Do. 3,26
komplette Woche 4,89
jew. zzgl. 0,6 €/lfd. Meter Werbepauschale

Betreiber:

Stadt Göttingen

Marktmeister:

Herr Norbert Niedzwiecki (Stadt Göttingen, Ordnungsamt, Fachbereich Ordnung)
Neues Rathaus, Hiroshimaplatz 1-4, 37083 Göttingen
Tel.: (0551) 400-2217
E-Mail: n.niedzwiecki@goettingen.de

Interessenvertretung der Markthändler:

IG Göttinger Wochenmarkt e.V.
Herr Harald Böhme (1. Vorsitzender)
Am Wochenmarkt 1, 37073 Göttingen
Tel. (0551) 400-2217
E-Mail: info@wochenmarkt-goettingen.de

Händlerzahl:

- Samstags in der Spitze 68/69, donnerstags ca. die Hälfte, dienstags ca. ein Drittel
- Anbieter und ihre Standorte s. www.wochenmarkt-goettingen.de
- Vertragshändler/Tageshändler: 95 % : 5 %

Sortiment:

- Grüner Wochenmarkt mit einem gastronomischen Angebot samstags und maximal fünf Nonfood-Ständen
- Anbieterstruktur und Warengruppen s. www.wochenmarkt-goettingen.de

Marketing:

- Eigene Website: www.wochenmarkt-goettingen.de (mit aktuellen Informationen, Anbieter nach Warengruppen, Lageplan der Marktstände, Hinweis auf Präsenz der Händler an Markttagen, Wissenswertes, Rezepte, Kontakt)

- Social Media: Facebook, Google +
- Gemeinschaftsanzeigen in der Presse
- öffentliches WLAN finanziert durch Wochenmarktverein
- Werbepauschale (0,6 Euro/m) geht an Wochenmarktverein
- Rahmenprogramm/Veranstaltungen: bislang nicht, aber geplant

Besonderheiten:

- Deutlich abgestufte Händlerzahl und Frequenz an den drei Wochenmarkttagen
- spezialisierter grüner Markt mit wenig Gastronomie und eingeschränktem Fachhändler-/Nonfood-Angebot
- sehr stabiles Händlerangebot
- Auf dem historischen Marktplatz vor dem Alten Rathaus findet im Zeitraum April bis Oktober donnerstags in der Zeit von 10 bis 19 Uhr der Gänselieselmarkt statt, der aber deutlich mehr Nonfood-Angebote enthält. Jeweils von Dienstag bis Samstag, in der Zeit von 9 bis 14 Uhr, wird an diesem Standort der Blumenmarkt veranstaltet. Einen weiteren Wochenmarkt im Göttinger Stadtgebiet betreibt die Stadt Göttingen Mittwoch nachmittags (14 bis 18 Uhr) im Stadtteil Weende (Parkplatz Am Weendespring).

Historie:

Der Wochenmarkt existiert seit der Zeit, bevor Göttingen Anfang des 13. Jahrhunderts das Stadt- und Marktrecht erhielt. Informationen zur Historie des Göttinger Wochenmarktes siehe www.wochenmarkt-goettingen.de/historie.html.

4.2 Wochenmarkt Wunstorf

Der Wochenmarkt im Bild:



Fotos: Hans-Hermann Buhr (IHK Hannover)

Makrostandort:

Mittelzentrum Stadt Wunstorf in der Region Hannover (www.wunstorf.de)

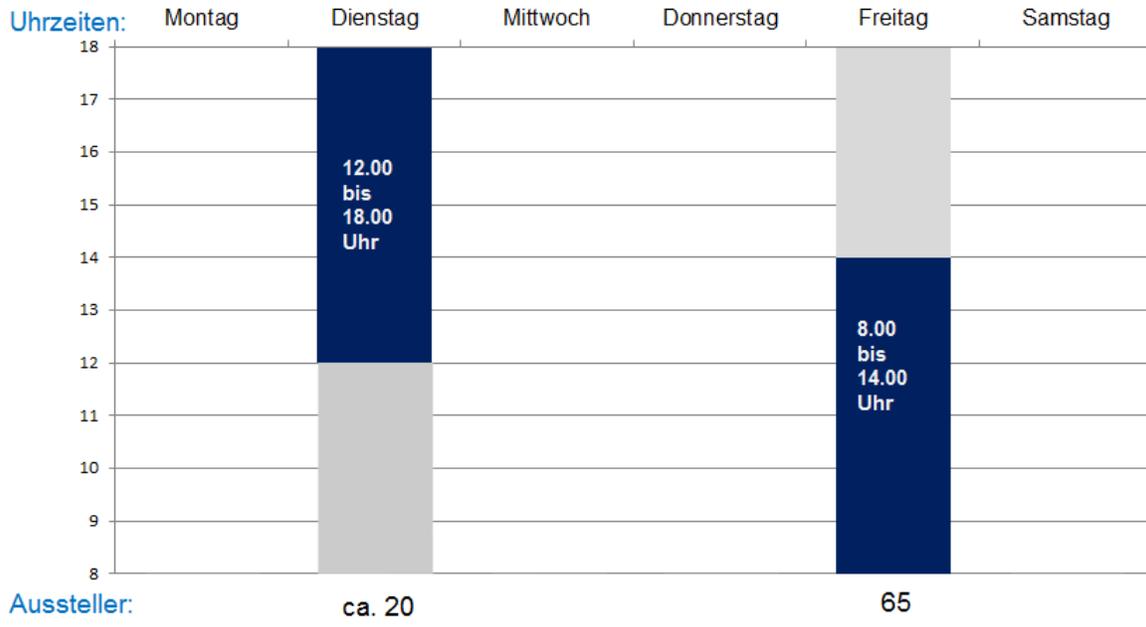
Mikrostandort:

Lange Straße mit Seitenstraßen (Fußgängerzone nahe Rathaus)



Kartendaten © 2016 GeoBasis-DE/BKG (©2009),Google

Markttage / Zeiten / Aussteller / Gebühren:



- Gebühr (€/m²):
- Vertragshändler: grober Durchschnitt 0,9 €
 - Tageshändler: 1 € pro m
 - zzgl. Strom und Reinigungskosten

Betreiber:

Deutsche Marktgilde eG (DMG), Eschenburg

Marktmeister:

Günter Weiß
 Mobil: (0160) 90203760
 E-Mail: g.weiss@marktgilde.de

Interessenvertretung der Markthändler:

Nein.

Händlerzahl:

- Freitags in der Spitze 65, dienstags ca. 20
- Vertragshändler + feste Händler/Tageshändler: 80 % : 20 %

Sortiment:

- Vollsortiment mit gastronomischen Angeboten

Marketing:

- Website der Stadt Wunstorf (www.wunstorf.de): keine inhaltlichen Informationen zum Wochenmarkt, nur Hinweise auf Markttage und Standort.
- Eigene Website: nein
- Social Media: nein
- Website der DMG (<https://www.marktgilde.de/>)
- Gemeinschaftsanzeigen in der Presse
- kleinere Aktionen (z. B. Verlosung Präsentkörbe)

Besonderheiten:

- Abgestufte Händlerzahl und Frequenz zwischen Freitag und Dienstag
- hohe Frequenz, profitiert vor allem im Sommer von Tagestouristen des Steinhuder Meeres
- schöne Innenstadt als Magnet für das Umland
- hohe Verlässlichkeit der Händler in der Präsenz
- große Vielfalt des Sortiments; auch Spezialitäten und Bioprodukte; größerer Fachhändler-/Nonfood-Anteil
- gute Zusammenarbeit mit der örtlichen Werbegemeinschaft
- städtischer Bauhof übernimmt die Reinigung. Aufteilung Reinigungskosten zwischen Stadt und Händlern
- Im Ortsteil Steinhude findet im Ortszentrum samstags (8 bis 16 Uhr) ein weiterer von der Deutschen Marktgilde eG betriebener Wochenmarkt statt.

Historie:

Der Wochenmarkt existiert seit mehr als 35 Jahren. Der Betrieb für den Freitag ist im Jahr 2005, der für den Dienstag 2009 von der Stadt Wunstorf auf die DMG übergegangen.

4.3 Wochenmarkt Hannover-Stephansplatz

Der Wochenmarkt im Bild:



Fotos: Hans-Hermann Buhr (IHK Hannover)

Makrostandort:

Oberzentrum Landeshauptstadt Hannover (www.hannover.de)

Mikrostandort:

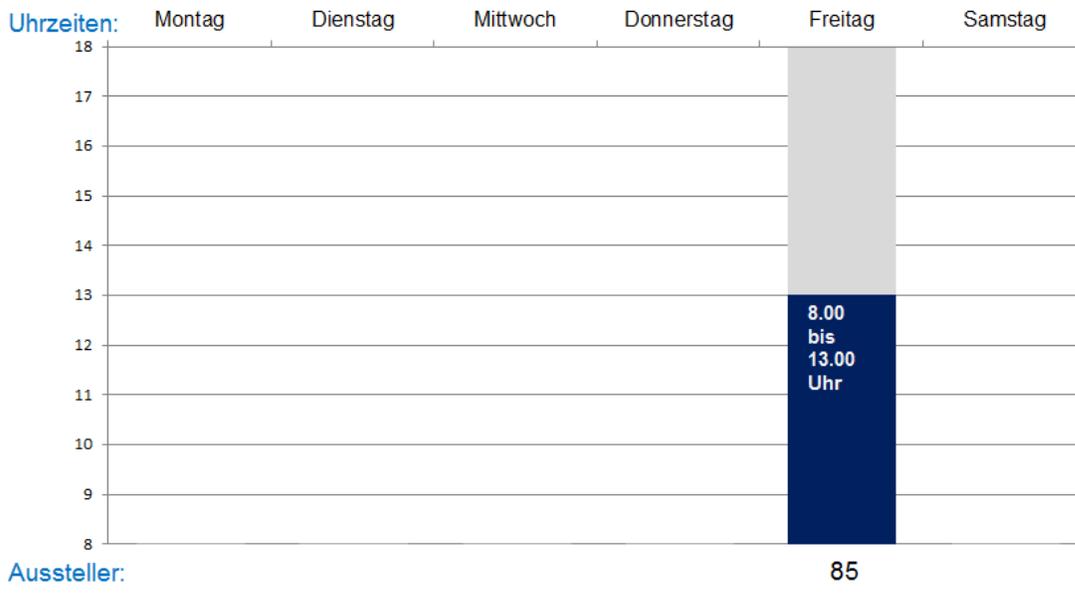
Stephansplatz (30171 Hannover-Südstadt)

Wochenmarktfläche: ca. 5.700 m²



Kartendaten © 2016 GeoBasis-DE/BKG (©2009), Google

Markttage / Zeiten / Aussteller / Gebühren:



Gebühr (€/begonnener Frontmeter):

- 3,91 € + USt. (Standorttiefe des Standes 2,50 m)
- Jahresvertrag: 116,06 € + USt. (Händler verpflichten sich auf Präsenz von mind. 10 Monaten). Monatliche oder jährliche Zahlungsweise.

Betreiber:

Landeshauptstadt Hannover

Ober-Marktmeister:

Frank Schulz

Tel.: (0511) 168 44974

Mobil: (0175) 2952624

E-Mail: Frank.Schulz@Hannover-Stadt.de

Interessenvertretung der Markthändler:

Gewählte Obleute des Landesverbandes Niedersachsen der Markt- und Schausteller

Händlerzahl:

- In der Spitze 85 Händler
- Vertragshändler/Tageshändler: 80 %:20 %

Sortiment:

- Vollsortiment inkl. Biowaren und Spezialitäten (z. B. Käsekuchen, Öle, Seifen, Senfe, Marmeladen, sizilianische Spezialitäten) und mit gastronomischen Angeboten (z. B. Kaffeemobile, Imbisse)

Marketing:

- Unterseite der Website der Landeshauptstadt Hannover (märkte-hannover.de): inhaltliche Informationen zum Wochenmarkt, Hinweise auf Standort, Flächengröße des Marktes, Markttag und Marktzeit.
- Social Media: nein (aber perspektivisch ein Thema)
- Marktkalender in alle Haushalte
- Banner an Wochenmarktstandorten

- Imageanzeige
- Jutebeutel (45.000 Auflage)
- Sattelschoner
- Beachflags
- Anzeigenkampagne mit HAZ/NP
- Lesersprechstunde der HAZ auf Wochenmarkt
- Imagefilm fürs Internet
- Werbekampagne (Ganzsäulenplakate) für 2017 erneut geplant

Besonderheiten:

- Der Wochenmarkt auf dem Stephansplatz ist einer von 26 Wochenmärkten und 6 Bauernmärkten in der Landeshauptstadt.
- Hohe Händlerzahl und hohe Kundenfrequenz: ein starker Wochenmarktstandort in einem mittelständisch geprägten Stadtteil.
- Der Markt verfügt über eine große Sortimentsvielfalt mit Spezialitäten und Bioprodukten; vorhanden sind einige Fachhändler (Non-Food).
- hohe Verlässlichkeit der Händler in der Präsenz (s. Präsenzverpflichtung bei Jahresvertrag).
- Stadt übernimmt die Reinigung und den Winterdienst.
- Es wurden seitens der Stadt in den Jahren 2009 und 2011 Kundenbefragungen und in den Jahren 2010 und 2014 Händlerbefragungen durchgeführt.
- Die Stadt als Betreiber führt in regelmäßigen Abständen Gespräche mit den gewählten Obleuten des Verbandes z. B. über Neuerungen, Sorgen, Sauberkeit, Toiletten.

Historie:

Seit 1919 ist der Stephansplatz der Standort für den Wochenmarkt in der Südstadt.

4.4 Wochenmarkt Harsum

Der Wochenmarkt im Bild:



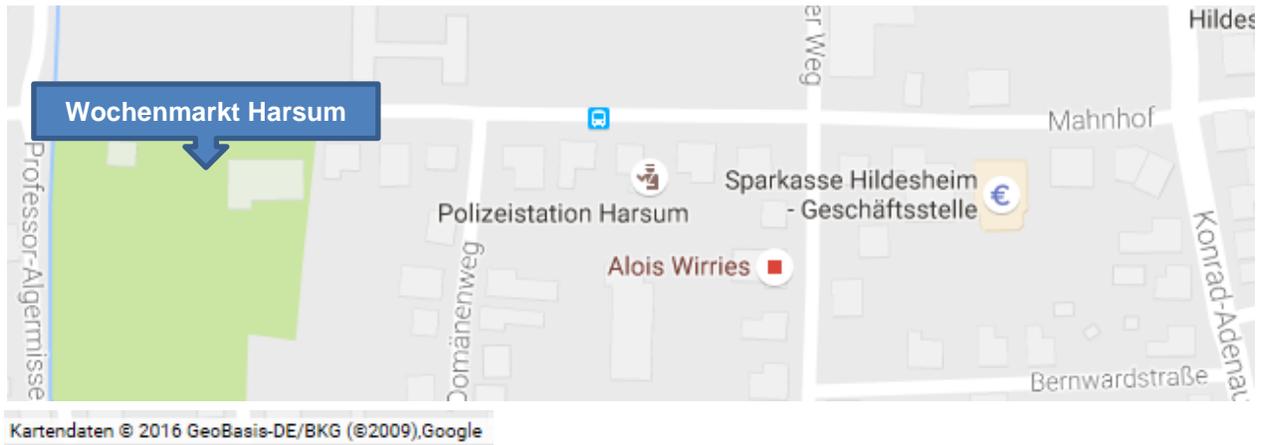
Fotos: Hans-Hermann Buhr (IHK Hannover)

Makrostandort:

Grundzentrum Gemeinde Harsum im Landkreis Hildesheim (www.harsum.de)

Mikrostandort:

Festplatz am Mahnhof neben der Feuerwehr im Ortsteil Harsum (Mehrfachfunktion: Marktplatz + Festplatz + benachbarter Spielplatz + Feuerwehrgerätehaus (mit öffentlich zugänglichen sanitären Anlagen für Kunden) + neu eingerichtete Bücherbox + Baumateriallager zur Zeit der Straßensanierungsmaßnahmen).



Markttage / Zeiten / Aussteller / Gebühren:



Betreiber:

Gruppe Harsum 2100 (Privatinitiative)

Marktmeisterin:

Elisabeth van der Zande (rein ehrenamtlich)
Gruppe Harsum 2100
Tel. (05127) 931271
E-Mail: E-zande@t-online.de

Interessenvertretung der Markthändler:

Nein.

Händlerzahl:

Aktuell 5 Händler. In den fünf Jahren des Bestehens sind aus unterschiedlichen Gründen 3 Marktbesicker verloren gegangen.

Sortiment:

- Fischfeinkost, Backwaren, mediterrane Spezialitäten, Fleisch- und Wurstwaren, Gemeinschaftsstand Harsum 2100 mit Produkten örtlicher Erzeuger (Eier, Honigprodukte, Kartoffeln, Dosenwurst, Marmelade, Senf, Rapsöl) sowie fair gehandelte Produkte aus Nordstemmen.
- Über die am Gemeinschaftsstand präsentierten Produkte und Unternehmen soll das Thema „Nachhaltigkeit“ kommuniziert werden.

Marketing:

- Website:
<http://www.harsum.de/index.phtml?La=1&mNavID=1735.1&object=tx%7C1735.442.1&kat=&kuo=1&sub=0>
- Social Media: keine Nutzung
- Gemeinde finanziert Flyer und Gemeinschaftswerbung in der „HALOKAZ“ (Auflage: 5.200 Exemplare, Gebiet der Gemeinde Harsum)
- Aktivitäten aus Anlass des Ein-, Zwei- und Fünfjahres-Bestehens
- Wahlkreis-Kandidatenbefragungen bei Wahlen auf dem Wochenmarkt

- Einrichtung eines Offenen Bücherschranks

Besonderheiten:

- Geringe und leicht rückläufige Händlerzahl bei ausbaufähiger Kundenfrequenz.
- Neben dem Harsumer Gemeinschaftsstand gibt es einen Pavillon aus Holz mit Sitzplätzen für Begegnung/Kommunikation.
- Mischfinanzierung mit wenig Bürokratie.
- Gebühren gehen an die Gemeinde und werden quartalsweise bezahlt.
- Ausnahme: Die Einnahmen des rein ehrenamtlich betriebenen Harsumer Standes verbleiben dort und werden mit den örtlichen/regionalen Lieferanten verrechnet. Überschüsse werden wieder in den Markt investiert.
- Es gibt keine Verträge. Die Präsenz wird notiert.
- Aufgaben der Gemeinde für den Wochenmarkt: Der Bauhof nimmt die Reinigung des Marktplatzes vor und unterstützt bei Auf- und Abbau. Die Gemeinde bezahlt die Reinigungskraft für die sanitären Anlagen im benachbart gelegenen Feuerwehrgerätehaus. Das Ordnungsamt erledigt den schriftlichen Bereich für den Wochenmarkt (Abrechnungen, Standgeld).
- Zweimal im Jahr führt die Gemeinde Gespräche mit den Händlern.

Historie:

Der Wochenmarkt ist am 1.9.2011 von der rein ehrenamtlich tätigen Privatinitiative Gruppe Harsum 2100 am aktuellen Standort ins Leben gerufen worden. Der Eigenbetrieb war für die Gemeinde keine Option.

4.5 Wochenmarkt Einbeck

Der Wochenmarkt im Bild:



Fotos: Hans-Hermann Buhr (IHK Hannover)

Makrostandort:

Mittelzentrum Stadt Einbeck im Landkreis Northeim (www.einbeck.de)

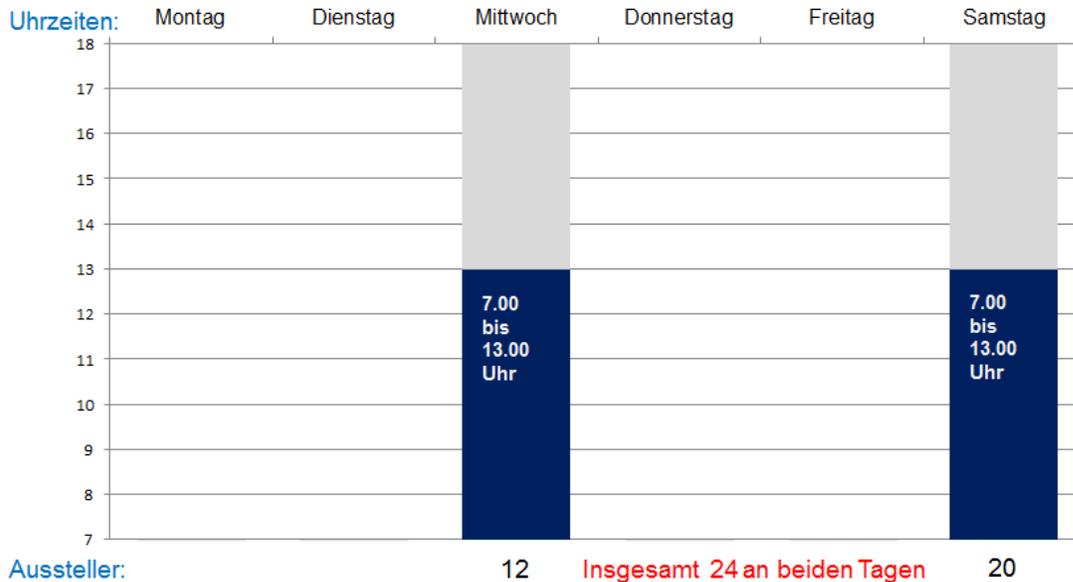
Mikrostandort:

Marktplatz



Kartendaten © 2016 GeoBasis-DE/BKG (©2009), Google

Markttage / Zeiten / Aussteller / Gebühren:



- Gebühr (€/m²):**
- Jahres-bzw. Halbjahresbeträge: 55 € für beide Tage für 1 Jahr
 - 30 € für 1 Tag für 1 Jahr
 - 35 € für beide Tage für ein halbes Jahr
 - 20 € für 1 Tag für ein halbes Jahr
 - Hinzu kommen 1,5 € pro Tag für Strom
 - Die Standgebühr der Mitglieder liegt 20 % unter der der Nichtmitglieder

Betreiber:

Einbecker Altstadt Wochenmarkt e. V.

Marktmeister:

Jürgen Otte (Ordnungsamt Stadt Einbeck)
Tel.: (05561) 916424

Interessenvertretung der Markthändler:

Einbecker Altstadt Wochenmarkt e. V.
Manfred Breitzke (Vorsitzender)
Tel.: (05561) 933314
Mobil: (0173) 2861111

Händlerzahl:

- Insgesamt 24 an beiden Tagen: 20 am Samstag, 12 am Mittwoch
- Vertragshändler/Tageshändler: 95 %:5 % (einzelne saisonale Händler)

Sortiment:

- Grüner Wochenmarkt mit einzelnen gastronomischen Angeboten
- Angebot s. www.einbecker-altstadt-wochenmarkt.de

Marketing:

- Eigene Website: www.einbecker-altstadt-wochenmarkt.de (Händler mit Sortiment, Anfahrt, Termine, Events/Angebote, Hinweis auf Präsenz der Händler an Markttagen, Kontakt)
- Social Media: Facebook
- Kombination von Wochenmarkt und anderen Veranstaltungen (wie z. B. dem Weihnachtsmarkt) und Gastronomie auf dem Marktplatz für kurze Wege und zur Nutzung von Synergieeffekten. Das Zusammenspiel von Wochenmarkt und Gastronomie wird als besonders wichtig angesehen.
- Wochenmarktfest mit Verlosaktionen und Ausschank von Freibier.
- Aktionen zu Weihnachten.
- Presseberichte und Gemeinschaftswerbung (10 Announcen pro Jahr; jeder Aussteller muss 3-5 mal pro Jahr announcieren).

Besonderheiten:

- Zusammenarbeit zwischen Stadt Einbeck und dem Altstadt Wochenmarkt e. V. über die Gestellung des Marktmeisters durch die Stadt in Form des Ordnungsamtsmitarbeiters Jürgen Otte, der vom Betreiber des Wochenmarktes auf Stundenbasis bezahlt wird.
- Die Stadt übernimmt die Reinigung des Marktplatzes in bestimmtem Turnus ohne gesonderte Berechnung. Die Markthändler müssen ihren Platz sauber hinterlassen.
- Die Stadt erhält 20 Prozent der jährlichen Standgebühren.

- Die Stadt überlässt dem Altstadt Wochenmarkt e. V. während der Wochenmarktzeiten den Parkplatz Judenstraße (25 Parkplätze) für eine reduzierte Kostenerstattung. Dadurch wird auf diesem Parkplatz für 2 Stunden mit Parkscheibe kostenfreies Parken ermöglicht.

Historie:

Der Altstadt Wochenmarkt Einbeck existiert bereits seit dem Mittelalter. Nach dem 2. Weltkrieg wurde er direkt wieder von der Stadt an wechselnden Standorten in der Altstadt betrieben. Seit 2008 betreibt der extra für diesen Zweck gegründete Verein Altstadt Wochenmarkt den Markt. Zur Gründung des Vereins kam es, weil die Stadt, die mit dem Wochenmarkt Überschüsse erzielt, diesen an einen externen Betreiber abgeben wollte und es erste Interessenten für die Übernahme gab. Es wurde die Entscheidung getroffen, den Markt durch den Wochenmarkthändler-Verein betreiben zu lassen. Hierüber ist zwischen Stadt und Verein ein Vertrag geschlossen worden. Der Verein hat ca. 20 freiwillige Mitglieder. Diese bezahlen pro Monat 5 Euro Beitrag. Dafür liegt ihre Standgebühr um 20 Prozent unter der der Nichtmitglieder.

5. EXKURS: Wochenmarkt im Gewerberecht

Die Festsetzung von Messen, Ausstellungen und Märkten (Wochenmarkt, Jahrmarkt, Spezialmarkt) erfolgt auf Antrag des Veranstalters bei der zuständigen Behörde. Die Voraussetzungen für diese Veranstaltungen und deren Festsetzung sind in der Gewerbeordnung (GewO) geregelt. Stehen keine Gründe des öffentlichen Interesses entgegen, können Wochenmärkte, Jahrmärkte und Spezialmärkte für einen längeren Zeitraum oder auf Dauer festgesetzt werden. Ist eine Veranstaltung festgesetzt, muss sie durchgeführt werden. Bei Wochenmärkten und Jahrmärkten darf der Veranstalter von den Besuchern keine Eintrittsgelder verlangen. Von den Ausstellern bzw. Anbietern darf er eine Vergütung für Raumüberlassung, Versorgungseinrichtungen und –leitungen, Abfallbeseitigung und die Kosten der Werbung verlangen.

Der Wochenmarkt ist als festgesetzte Veranstaltung im § 67 der Gewerbeordnung geregelt. Danach ist ein Wochenmarkt eine zeitlich begrenzte Veranstaltung, die regelmäßig (z. B. an bestimmten Wochentagen oder an einem bestimmten Wochentag im Monat) stattfindet; es ist eine "Vielzahl" von Anbietern erforderlich (je nach Einzugsbereich, jahreszeitlich begrenztem Angebot und Umfang der Warenarten kann die Anbieterzahl unterschiedlich sein). Die Waren, die Gegenstand des Wochenmarktes sein können, sind in § 67 Abs. 1 Nr. 1 bis 3 GewO geregelt (Frischemarkt); weitere Waren des täglichen Bedarfs dürfen durch Rechtsverordnung zugelassen werden.

Weitere wichtige Informationen zur „Festsetzung von Märkten, Messen, Ausstellungen“ enthält ein IHK-Merkblatt, das von den Internetseiten der IHK (www.hannover.ihk.de) unter der Dokumenten-Nr. 100810738 heruntergeladen werden kann.

Anhang

Fragebogen

 **IHK** Industrie- und Handelskammer
Hannover

Rücksendung bitte bis 6. Mai 2016
an Fax-Nr.: (0511) 3107-435

Industrie- und Handelskammer
Hannover
Handel und Dienstleistungen
Schiffgraben 49
30175 Hannover

UMFRAGE ZU WOCHENMÄRKTEN
Fragebogen für Kommunen mit Wochenmarkt

Bitte füllen Sie für jeden Wochenmarktstandort einen separaten Fragebogen aus!

Nachfolgende Angaben beziehen sich auf einen Wochenmarkt in der ...

Samtgemeinde Name:

Gemeinde Name:

Stadt Name:

1. Wo genau findet Ihr Wochenmarkt statt?

Ortszentrum

Stadtteilzentrum

Streulage innerhalb des Ortes

Ortsrandlage

ggf. ergänzende Informationen:

.....

2. Seit wann gibt es in Ihrer Kommune einen Wochenmarkt?
seit dem Jahr:

ggf. ergänzende Informationen:

.....

3. Wann findet Ihr Wochenmarkt statt?

Montag vonUhr bisUhr

Dienstag vonUhr bisUhr

Mittwoch vonUhr bisUhr

Donnerstag vonUhr bisUhr

Freitag vonUhr bisUhr

Samstag vonUhr bisUhr

Besonderheiten (z. B. alle 14 Tage, nur im Sommer, Probephase):

.....

.....

1/5



4. Wer betreibt den Wochenmarkt?

- Gemeinde-/Stadtverwaltung, Bereich/Amt:
- externer Betreiber:
- sonstige:

5. Hat in den vergangenen fünf Jahren ein Betreiberwechsel stattgefunden?

- ja nein

Falls „ja“:

In welcher Form hat der Wechsel stattgefunden?

- von Kommune auf externen Betreiber?
- von externem Betreiber auf Kommune?
- Übergang zwischen zwei externen Anbietern?
- verwaltungsinterner Wechsel?
- andere Form:

Welche Gründe waren ausschlaggebend für den Wechsel?

.....

6. Wie viele Standbetreiber hat Ihr Wochenmarkt durchschnittlich? (Anzahl)

Wie hoch ist der Anteil der Händler?%

7. Welche Sortimente werden regelmäßig angeboten? (Zahl der Anbieter)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Obst und Gemüse | <input type="checkbox"/> Käse |
| <input type="checkbox"/> Backwaren | <input type="checkbox"/> Molkereiprodukte |
| <input type="checkbox"/> Geflügel | <input type="checkbox"/> Eier |
| <input type="checkbox"/> Fleisch-/Wurstwaren | <input type="checkbox"/> Imkereiprodukte |
| <input type="checkbox"/> Fisch | <input type="checkbox"/> Gastronomie mit |
| <input type="checkbox"/> Kartoffeln | eigenem Stand |
| <input type="checkbox"/> ausländische Produkte | o Pizza: |
| o griechisch: | o Hähnchen: |
| o türkisch: | o Kaffee etc.: |
| o polnisch: | o sonstige: |
| o mediterran: | <input type="checkbox"/> weitere Angebote |
| o sonstige: | bitte benennen: |
| <input type="checkbox"/> Pflanzen/Blumen | o |
| <input type="checkbox"/> Textilien | o |
| <input type="checkbox"/> Haushaltswaren | o |



8. Welche Funktionen/Aufgaben hat Ihr Wochenmarkt?

(Bitte in der Reihenfolge der Bedeutung max. drei Funktionen benennen!)

- A.
B.
C.

9. Welche Aspekte erfüllt Ihr Wochenmarkt? (Mehrfachnennungen möglich!):

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Rahmenprogramm | <input type="checkbox"/> attraktiver Standort |
| <input type="checkbox"/> Sitzgelegenheiten | <input type="checkbox"/> Aufenthaltsqualität |
| <input type="checkbox"/> Verzehrmöglichkeiten an Ständen | <input type="checkbox"/> Marktatmosphäre |
| <input type="checkbox"/> Einbindung örtlicher Gruppen/Vereine | (bitte benennen): |
| | |
| <input type="checkbox"/> Abstimmung mit Handel, Gastronomie und Handwerk vor Ort: | |
| Bitte benennen Sie konkrete Aspekte der Abstimmung (z. B. zu Standortwahl, Rahmenprogramm, Öffnungszeiten, Sortiment): | |
| | |
| | |

10. Wie schätzen Sie die Zufriedenheit der Kunden mit dem Wochenmarkt ein?

- sehr zufrieden zufrieden weniger zufrieden unzufrieden

11. Wie bewerten Sie Ihren Wochenmarkt (Schulnoten von 1-6; Topnote: 1)?

- | | |
|---------------------------------------|--------------------------------------|
| Gesamtattraktivität | |
| Marktatmosphäre | Aufenthaltsqualität |
| Markttag(e) und Öffnungszeiten | Sichtbarkeit im Stadtbild |
| Standortqualität | Kundenfrequenz |
| Parkplätze | Ver-/Entsorgung Verkaufswagen |
| An-/Abfahrt Verkaufswagen | Gastronomisches Angebot |
| Anzahl Händler | Angebotstiefe |
| Angebotsbreite | Angebotsqualität |
| Serviceangebot | Marketing des Wochenmarktes |
| Erscheinungsbild Verkaufsstände | Sauberkeit Verkaufsstände |
| Auftreten des Verkaufspersonals | Verlässlichkeit in der Präsenz |
| Rahmenprogramm | |

12. Welche Stärken hat Ihr Wochenmarkt?

(Bitte in der Reihenfolge der Bedeutung max. drei Stärken benennen!)

- A.
B.
C.



13. Welche Schwächen hat Ihr Wochenmarkt?

(Bitte in der Reihenfolge der Bedeutung max. drei Schwächen benennen!)

- A.
B.
C.

14. Gibt es Maßnahmen zur Sicherstellung der Qualität Ihres Wochenmarktes?

- ja nein

Falls „ja“, welche:

15. Welche Bedeutung hat der Wochenmarktes für die Kundenfrequenz im Quartier (insbesondere im Ortszentrum)?

- sehr hoch hoch zufriedenstellend gering keine

16. Hat sich der Wochenmarkt in den vergangenen fünf Jahren verändert?

- ja, positiv:
 ja, negativ:
 nein:

17. Planen Sie aktuell Veränderungen an Ihrem Wochenmarktkonzept?

- ja nein

Falls „ja“, welche Änderungen sind geplant? (Mehrfachnennungen möglich!):

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Betreiber | <input type="checkbox"/> Standort |
| <input type="checkbox"/> Anzahl Anbieter | <input type="checkbox"/> Anbieterstruktur |
| <input type="checkbox"/> Sortimentsstruktur | <input type="checkbox"/> Rahmenprogramm |
| <input type="checkbox"/> Marketing | |

ergänzende Informationen:

18. Gibt es neben dem Wochenmarkt ein oder mehrere vergleichbare Angebote in Ihrer (Samt-)Gemeinde/Stadt?

- ja nein

Falls „ja“, bitte benennen (Mehrfachnennungen möglich!):

- Bauernmarkt
 Themenmarkt (.....)
 Marktkonzepte im Einzelhandel (.....)
 sonstige (.....)



Haben Sie herzlichen Dank für Ihre Mitwirkung!

Vor- und Nachname: _____
Funktion: _____
Institution: _____
Straße, Nr.: _____
PLZ, Ort: _____
Tel.: _____
E-Mail: _____

Mit der Auswertung und anonymisierten Veröffentlichung meiner Angaben erkläre ich mich einverstanden.

(Datum, Unterschrift)



Rücksendung bitte bis 6. Mai 2016
an Fax-Nr.: (0511) 3107-435

Industrie- und Handelskammer
Hannover
Handel und Dienstleistungen
Schiffgraben 49
30175 Hannover

UMFRAGE ZU WOCHENMÄRKTEN
Fragebogen für Kommunen ohne Wochenmarkt

1. Hat es in Ihrer Kommune in der Vergangenheit einen Wochenmarkt gegeben?

- ja, bis zum Jahr
- nein

2. Welche Gründe sind ausschlaggebend dafür, dass es in Ihrer Kommune keinen Wochenmarkt (mehr) gibt? (Mehrfachnennungen möglich!)

- zu wenig Einwohner
- fehlende Bereitschaft eines externen Betreibers
- zu wenig interessierte Wochenmarktbesucher
- hinreichendes Lebensmittelangebot vorhanden
- kein geeigneter Standort
- fehlendes Marktkonzept
- schlechte Qualität bei Verkaufsständen und Personal
- falscher Standort
- fehlende Atmosphäre
- nicht angenommene Markttag und Öffnungszeiten
- sonstige:
-

3. Planen Sie in nächster Zukunft einen Wochenmarkt zu etablieren?

- ja, es laufen konkrete Planungen
- ja, es gibt erste Überlegungen
- vielleicht
- nein

Falls „ja“ oder „vielleicht“, bitte weiter mit Frage 4!

Falls „nein“, bitte weiter mit Frage 5!

1/2



4. Welche Gründe sprechen für die Einrichtung eines Wochenmarktes?

(Mehrfachnennungen möglich!)

- Wunsch nach regionalen/frischen Produkten
- ausgedünntes/fehlendes Lebensmittelangebot
- Stärkung der Standortattraktivität
- Stabilisierung bzw. Verbesserung der Kundenfrequenz
- sozialer Treffpunkt
- mehr Leben im Ort
- sonstige:

5. Welche Gründe sprechen gegen die Einrichtung eines Wochenmarktes?

(Mehrfachnennungen möglich!)

- zu geringe Einwohnerzahl
- Konkurrenz zum vorhandenen Lebensmittelangebot
- kein geeigneter Standort (Größe, Erreichbarkeit etc.)
- sonstige:

Haben Sie herzlichen Dank für Ihre Mitwirkung!

Vor- und Nachname: _____
Funktion: _____
Institution: _____
Straße, Nr.: _____
PLZ, Ort: _____
Tel.: _____
E-Mail: _____

Mit der Auswertung und anonymisierten Veröffentlichung meiner Angaben erkläre ich mich einverstanden.

(Datum, Unterschrift)