

Drucksache:  
**0073/2018/IV**

Datum:  
17.04.2018

Federführung:  
Dezernat IV, Bürger- und Ordnungsamt

Beteiligung:

Betreff:

**Sachstand Situation der Heidelberger Wochenmärkte**

## Informationsvorlage

### Beschlusslauf

Die Beratungsergebnisse der einzelnen Gremien beginnen ab der Seite 2.2 ff.  
Letzte Aktualisierung: 23. Mai 2018

Beratungsfolge:

Gremium:	Sitzungstermin:	Behandlung:	Kenntnis genommen:	Handzeichen:
Haupt- und Finanzausschuss	02.05.2018	Ö	( ) ja ( ) nein ( ) ohne	
Gemeinderat	17.05.2018	Ö	( ) ja ( ) nein ( ) ohne	

**Zusammenfassung der Information:**

*Der Haupt- und Finanzausschuss sowie der Gemeinderat nehmen die Informationen über die Wochenmärkte in Heidelberg im Allgemeinen und die Informationen über den Umsetzungsstand des Marketingkonzeptes sowie die Zusammenarbeit mit der Interessensgemeinschaft Heidelberger Markthändler im Speziellen zur Kenntnis.*

**Finanzielle Auswirkungen:**

Bezeichnung:	Betrag:
<b>Ausgaben / Gesamtkosten:</b>	
Keine	
<b>Einnahmen:</b>	
Keine	
<b>Finanzierung:</b>	
Keine	

**Zusammenfassung der Begründung:**

Die Heidelberger Wochenmärkte sind als Teil des Nahversorgungskonzeptes der Stadt Heidelberg für die einzelnen Stadtteile von großer Bedeutung.

Aufgrund der wachsenden Herausforderungen müssen seitens aller Beteiligten große Anstrengungen zum Erhalt und zur Fortführung der Heidelberger Wochenmärkte unternommen werden.

## **Sitzung des Haupt- und Finanzausschusses vom 02.05.2018**

**Ergebnis:** Kenntnis genommen

## **Sitzung des Gemeinderates vom 17.05.2018**

**Ergebnis:** Kenntnis genommen

## **Begründung:**

### **1. Entwicklung der Heidelberger Wochenmärkte**

Die Auslastung der Heidelberger Wochenmärkte konnte in den vergangenen Jahren weiterhin nahezu konstant gehalten werden.

Im Jahr 2016 kamen 165 Verträge zwischen der Stadt Heidelberg und den Marktbesuchern zu Stande, 2017 waren es 153 Verträge. Im laufenden Jahr konnten bereits 170 Verträge geschlossen werden.

Der leichte Rückgang der Vertragszahlen im Jahr 2017 ist unter anderem mit der Verlegung des Wochenmarktes in der Bahnstadt sowie mit dem Wegfall des Dienstagsmarktes auf dem Friedrich-Ebert-Platz zu begründen.

### **2. Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung der Wochenmärkte**

Im Jahr 2015 wurde gemeinsam mit dem Amt für Öffentlichkeitsarbeit ein Imagefilm über die Heidelberger Wochenmärkte gedreht. Der Film wurde am 26.05.2015 auf der Homepage der Stadt Heidelberg veröffentlicht und dient vorrangig der Vermarktung der Wochenmärkte. Der Interessensgemeinschaft Heidelberger Wochenmärkte wurde der Film ebenfalls zur Verfügung gestellt, auch über die Homepage der Interessensgemeinschaft gelangt man zum Imagefilm.

Zudem wurde 2015 aufgrund des fünfjährigen Bestehens des Nachmittagsmarktes auf dem Friedrich-Ebert-Platz ein Jubiläumsfest veranstaltet. Für Familien mit Kindern galt das Karussell mit kostenfreier Fahrt als besonderes Highlight. Das Unterhaltungsprogramm wurde von den Händlern durch die Ausgabe von kulinarischen Kostproben ergänzt.

Im Jahr 2015 wurde auch ein neuer Wochenmarkt im Stadtteil Bahnstadt, zunächst als Interimslösung auf der Schwetzingen Terrasse, eröffnet. Leider fand der Wochenmarkt aufgrund seiner etwas abseitigen Lage wenig Zulauf. Es folgte der Weggang einiger Marktbesucher. So ist die Anzahl der Wochenmarktverträge 2017 im Vergleich zum Vorjahr von 18 auf 12 Verträge gesunken. Seitdem der Umzug des Wochenmarktes als Gemeinschaftsprojekt mit dem Stadtteilverein Bahnstadt auf den zentralen Gadamerplatz realisiert werden konnte, ist wieder eine positive Entwicklung, mit bereits 17 Wochenmarktverträgen im Jahr 2018, zu verzeichnen.

Anlässlich des Umzuges auf den Gadamerplatz wurde am 06.10.2017 eine Eröffnungsfeier veranstaltet. Neben dem angebotenen familienfreundlichen Unterhaltungsprogramm wurden potentielle Kundinnen und Kunden von den Händlern durch die Ausgabe von Kostproben zum Kauf animiert. Die Eröffnungsfeier bot auch den Gewerbeansässigen im Stadtteil die Möglichkeit, sich während des Marktes in einem zugewiesenen Bereich zu präsentieren. Auf den Umzug des Wochenmarktes und die Eröffnungsfeier wurde im Vorfeld mit Flyern und Plakaten hingewiesen.

Über das ganze Jahr hinweg finden marktübergreifend, vorwiegend aber auf dem Wochenmarkt in Neuenheim, wiederkehrende Sonderaktionen zur Attraktivitätssteigerung und Kundengewinnung statt. Im Rahmen einer Herbstaktion wird beispielweise jährlich auf dem Neuenheimer Wochenmarkt ein Rätsel zur Schätzung eines Kürbisgewichtes veranstaltet.

Darüber hinaus wurden die Wochenmärkte in den letzten Jahren durch vereinzelte Werbeaktionen, wie zum Beispiel der Präsentation einer Bio-Limonade mit der Ausgabe von Kostproben, ergänzt.

### **3. Zusammenarbeit mit der Interessensgemeinschaft Heidelberger Markthändler, Konzept zur Vermarktung der Heidelberger Wochenmärkte**

Der Austausch mit der Interessensgemeinschaft Heidelberger Markthändler (IGHM e.V.) findet stets über die auf den Marktplätzen anwesenden Marktmeister, aber auch anlassbezogen zu speziellen Themen mit der Verwaltung statt.

Mit einer Anzahl von 32 Mitgliedern gehören rund 38 Prozent der insgesamt 85 Marktbesucher der Interessensgemeinschaft an. Die übrigen Händler, die keiner Vereinigung angehören, sind bei Absprachen gesondert zu kontaktieren. Die Beteiligung des IGHM e.V. begrenzt sich im Übrigen auf Wochenmärkte, auf denen eigene Mitglieder präsent sind. Beim Umzug des Wochenmarktes in der Bahnstadt erfolgte beispielsweise kein Einsatz des IGHM e.V., auch findet der Wochenmarkt in der Bahnstadt auf der Homepage des IGHM e.V. keine Erwähnung.

Das Vermarktungskonzept der IGHM e.V. beinhaltet unter anderem den Einsatz gezielter Flyer- und Plakatwerbung. Aufgrund der finanziellen Möglichkeiten werden aktuell keine entsprechenden Werbeaktionen unternommen. Bei Sonderaktionen sind in erster Linie die Händler gefragt, sich eigeninitiativ einzubringen.

Zudem sah das Konzept den Aufbau einer eigenen Webseite vor. Diese Webseite ist bereits in Betrieb und wird von der Interessensgemeinschaft selbst verwaltet und aktualisiert. Aufgrund des Internetauftritts nimmt der IGHM e.V. immer wieder auch die Beratung von Marktinteressenten entgegen.

## **4. Ausblick**

### **4.1. Regionalvermarktung auf dem Wochenmarkt**

Gemeinsam mit Amt 31 wird aktuell erarbeitet, inwiefern die Heidelberger Wochenmärkte bei der Etablierung einer Regionalmarke in und um Heidelberg eingebunden werden können. Die Aktion soll die Attraktivität regionaler Produkte weiter steigern. Bei der Umsetzung sollen sowohl die Interessensgemeinschaft Heidelberger Markthändler sowie die freien Markthändler einbezogen werden.

#### **4.2. Beauftragung eines Gutachters**

Im laufenden Jahr soll zur Analysierung der Attraktivität der Heidelberger Wochenmärkte ein externer Gutachter beauftragt werden. Hierbei sollen unter anderem folgende Aspekte beurteilt werden:

- Lage und Erreichbarkeit der Wochenmärkte
- Warenangebot und -nachfrage
- Marktzeiten und Auslastung
- Konkurrenzsituation mit benachbartem Einzelhandel

Im Vorfeld der Beauftragung einer externen Firma sollen im zweiten Quartal 2018 weitere betroffene Ämter für die Konkretisierung des Gutachtauftrages einbezogen werden. Zudem soll eine Abfrage der Erfahrungswerte vergleichbarer Städte erfolgen.

#### **4.3. Überarbeitung der Wochenmarktordnung**

Auf der Grundlage des Gutachtens soll unter Einbeziehung der Interessensgemeinschaft Heidelberger Markthändler und den freien Markthändlern die Überarbeitung der Wochenmarktordnung der Stadt Heidelberg aus dem Jahr 1981 angegangen werden.

#### **4.4. Jubiläum des Wochenmarktes auf dem Friedrich-Ebert-Platz**

Im Jahr 2020 soll anlässlich des zehnjährigen Bestehens des Nachmittagsmarktes auf dem Friedrich-Ebert-Platz eine Jubiläumsfeier mit Sonderaktionen veranstaltet werden. Die Umsetzung soll in Anlehnung an das fünfjährige Jubiläum im Jahr 2015 und in Absprache mit der Interessensgemeinschaft und freien Markthändlern erfolgen.

### **5. Fazit**

Der Erhalt und die Fortführung der Heidelberger Wochenmärkte erfordert weiterhin große Anstrengungen, da sich die Beteiligten immer neuen und vielfältigen Herausforderungen stellen müssen. Sowohl das Einkaufsverhalten der Kundinnen und Kunden als auch das wachsende Angebot im Einzelhandel beeinflussen die Nachfrage auf den Heidelberger Wochenmärkten und dürfen nicht unbeachtet bleiben.

Gleichwohl es rückblickend gelungen ist, durch gemeinschaftliche Bemühungen aller Akteure, die Anzahl der Marktbesucher auf den Heidelberger Wochenmärkten nahezu konstant zu halten, möchten wir als Verwaltung die wachsenden Herausforderungen nicht außer Acht lassen und gerade auch für ein zukünftig stabiles Attraktivitätsniveau der Heidelberger Wochenmärkte mit gezielten Maßnahmen agieren.

## Prüfung der Nachhaltigkeit der Maßnahme in Bezug auf die Ziele des Stadtentwicklungsplanes / der Lokalen Agenda Heidelberg

### 1. Betroffene Ziele des Stadtentwicklungsplanes

Nummer/n: (Codierung)	+ / - berührt:	Ziel/e:
SL 3	+	Stadtteilzentren als Versorgungs- und Identifikationsräume stärken <b>Begründung:</b> Attraktive Wochenmärkte mit einem vielfältigen und ausgewogenen Warenangebot dienen der Nahversorgung in den einzelnen Stadtteilen und tragen zur stärkeren Identifikation der Bürgerinnen und Bürger mit dem eigenen Stadtteil bei.
KU 1	+	Kommunikation und Begegnung fördern <b>Begründung:</b> Die Wochenmärkte dienen als Ort der Begegnung und unterstützen die Kommunikation zwischen benachbarten Bürgerinnen und Bürgern.

### 2. Kritische Abwägung / Erläuterungen zu Zielkonflikten:

Keine.

gezeichnet  
Wolfgang Erichson