

VERTRAULICH
bis zur Feststellung des
schriftlichen Ergebnisses der
letzten nicht öffentlichen
Ausschusssitzung durch
die/den Vorsitzende/n!

Stadt Heidelberg
Dezernat I, Bürgeramt

**Bericht über die Entwicklung der
Wochenmärkte in der Heidelberger
Altstadt und Konzept zur Verbesse-rung
der Situation der Wochenmärkte**

Informationsvorlage

Beratungsfolge	Sitzungstermin	Behandlung	Kenntnis genommen	Handzeichen
Bezirksbeirat Altstadt	27.09.2007	N	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein	
Haupt- und Finanzausschuss	24.10.2007	N	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein	
Gemeinderat	15.11.2007	Ö	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein	

Inhalt der Information:

Der Bezirksbeirat Altstadt, der Haupt- und Finanzausschuss und der Gemeinderat nehmen vom Bericht des Bürgeramts über die Entwicklung der Wochenmärkte in der Heidelberger Altstadt und dem Konzept zur Verbesserung der Situation der Wochenmärkte Kenntnis.

I. 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:	Ziele:
SL 3	+	Stadtteilzentren als Versorgungs- und Identifikationsräume stärken Begründung: Durch die Einrichtung eines Wochenmarktes hat die Bevölkerung die Möglichkeit, sich mit frischen Lebensmitteln zu versorgen. Dadurch wird das Stadtteilzentrum als Versorgungs- und Identifikationszentrum gestärkt.

2. Kritische Abwägung / Erläuterungen zu Zielkonflikten:

keine



II. Begründung:

Marktplätze am Rathaus und auf dem Friedrich-Ebert-Platz

Mit Schreiben vom 08.05.2007 hat die CDU-Gemeinderats-Fraktion beantragt, für die nächste Sitzung des Gemeinderats folgenden Tagesordnungspunkt aufzunehmen:

Bericht über die Entwicklung der Wochenmärkte in der Heidelberger Altstadt und Konzept zur Verbesserung der Situation der Wochenmärkte

Ausgangslage:

In den letzten Jahren hat sich die allgemeine Situation auf den Wochenmärkten in den Großstädten zunehmend verschlechtert. Es musste festgestellt werden, dass das Interesse der Kundinnen und Kunden, auf den Wochenmärkten einzukaufen, immer geringer wurde und derzeit wohl auf einem Tiefpunkt angekommen ist. Hiervon sind nicht alle Märkte gleichermaßen betroffen, in besonderem Maße aber in Heidelberg der Montagmarkt auf dem Wilhelmsplatz, der Dienstagmarkt auf dem Friedrich-Ebert-Platz und der Mittwochmarkt auf dem Marktplatz am Rathaus. Die am meisten genannten Gründe hierfür sind im Vergleich zu den Discountern zu hohe Preise, für Berufstätige ungünstige Öffnungszeiten, mangelnde Parkplätze und speziell am Rathaus die geänderte allgemeine Wohnsituation und die Sperrung der Alten Brücke.

Ein wesentlicher Grund ist nach Einschätzung der Verwaltung auch, dass es in der Altstadt im Verhältnis zur Einwohnerzahl für die heute bestehende Nachfrage deutlich zu viele Wochenmärkte gibt. Die Altstadtmärkte haben keine stadtteilübergreifende Bedeutung, weil fast alle Heidelberger Stadtteile ihren eigenen Wochenmarkt haben. Neu hinzugekommen sind in den letzten Jahren zufriedenstellende Märkte im Pfaffengrund und in Ziegelhausen.

Wohnbevölkerung nach Stadtteilen (Stand 31.12.2006) und Anzahl der Wochenmärkte in den Stadtteilen

Stadtteil	Wohnbevölkerung	Anzahl der Wochenmärkte
Schlierbach	3.201	--
Altstadt	9.959	4
Bergheim	6.420	½
Weststadt	12.187	2
Südstadt	3.901	--
Rohrbach	14.243	1
Kirchheim	15.683	1
Pfaffengrund	7.421	1
Wieblingen	9.769	--
Handschuhsheim	16.571	1
Neuenheim	12.313	2
Boxberg	4.243	--
Emmertgrund	6.876	--
Ziegelhausen	8.922	1
Gesamtstadt	131.709	

Quelle: Amt für Stadtentwicklung und Statistik und eigene Daten

Um die Attraktivität der Wochenmärkte zu steigern und auch die Existenz der Wochenmarkthändler zu sichern, ist das Bürgeramt ständig bemüht, die Märkte mit den unterschiedlichsten Aktionen zu stärken. So wurde versucht, z. B. durch Aushänge in den Großmärkten Mannheim und Dossenheim neue Händler zu gewinnen. Auch Such-Inserate in der Presse wurden -leider ergebnislos- geschaltet. Durch diese Maßnahmen und durch dauernde Akquise wird ab und zu ein neuer Marktbesucher gefunden. Zu beobachten war aber, dass auf dem Mittwochmarkt am Rathaus neue Händler nicht lange gehalten werden konnten. Die Hauptursache war, dass die neuen Besucher zu wenige Kunden und daher zu wenig Umsatz hatten. Das Ausbleiben neuer Händler hat naturgemäß eine schmalere Angebotspalette zur Folge, was sich wiederum auf die Attraktivität des Marktes auswirkt.

Zuletzt Ende 2006 wurden von der Verwaltung Flugblätter mit Hinweisen auf die Wochenmärkte entworfen und im Stadtgebiet verteilt. Ferner wurde erreicht, dass die Märkte im täglichen Veranstaltungskalender der Rhein-Neckar-Zeitung aufgeführt werden. Auch im Heidelberger Stadtblatt gibt es ab und zu entsprechende Veröffentlichungen.

Darüber hinaus hat die Verwaltung Werbeaktionen zu Weihnachten, Ostern und in der Spargelzeit durchgeführt, es wurde der Frühling begrüßt mit einer Verlosung und Musik auf dem Friedrich-Ebert-Platz oder mit einem Drehorgelspieler und Gauklern auf dem Rathausplatz.

Aber all diese Aktivitäten sind bisher auf wenig Resonanz gestoßen. In einem gemeinsamen Gespräch des Bürgeramtes mit den Markthändlern am 7.8.2007 wurde nochmals die gesamte Problematik erörtert.

Nach Ansicht der Markthändler, die sich mit den Feststellungen des Bürgeramtes deckt, liegt inzwischen ein strukturelles Problem vor. Kunden und die Familien sind in das Umland gezogen, dadurch habe sich natürlich die Kaufkraft verringert. Die Touristen in der Heidelberger Altstadt sind überwiegend keine Kunden des Wochenmarktes, weil das Mitführen von Waren bei der Stadtbesichtigung lästig ist. Nur vereinzelt werden von ihnen Produkte des Marktes gekauft. Von den Touristen wird jedoch der Imbiss gut angenommen, der insofern zu der gewünschten Belegung des Marktes beiträgt.

Auch bei den Markthändlern hat sich ein Wandel vollzogen. Es gibt nicht mehr so viele Markthändler wie in früheren Jahren. Außerdem sind in der Umgebung von Heidelberg weitere Wochenmärkte entstanden. Die Händler können sich daher die gutgehenden Märkte aussuchen.

Von den Markthändlern wurde vorgeschlagen, die Alte Brücke an Markttagen für den Autoverkehr bis 12.00 Uhr zu öffnen, damit ihre auf der anderen Neckarseite wohnenden Kunden mit dem PKW den Marktplatz erreichen können. Die Händler wünschen sich eine Kurzparkzone für die Marktbesucher.

In der Altstadt sollten Hinweisschilder an der Hauptstraße, am Neckar und am Schlossabgang aufgestellt werden, die auf den entsprechenden Markt hinweisen.

Die Markthändler schlugen vor, die Gebührensituation für die Altstadtmärkte zu überprüfen. Nach ihrer Ansicht sollte je nach Frequentierung der Märkte eine deutlichere Gebührenstaffelung als bisher erfolgen.

Auf dem Friedrich-Ebert-Platz ist der dortige Bauzaun vor den Kolonnaden störend. Die Bevölkerung kann diesen Markt von der Plöck aus nicht einsehen.

Das äußere Erscheinungsbild ist auch bei den Markthändlern wichtig. Die vollzogene Umstellung der Marktstände auf dem Marktplatz wurde von den anwesenden Marktbesuchern begrüßt. Das äußere Erscheinungsbild habe sich dadurch verbessert. Eine weitere Verbesserung wird aber nur dann gelingen, wenn die Anzahl der Händler wieder gesteigert werden kann. Dann ist auch die von den Händlern gewünschte flexiblere Aufstellungsweise der Stände vorstellbar.

Den Vorschlag der Verwaltung, mit Sonderangeboten oder Sonderaktionstagen Kunden zu werben, wurde abgelehnt, da dies zum einen nicht marktüblich ist und zum anderen „nichts bringen würde“. Ebenso wurde die Anregung, die Märkte zeitversetzt und damit teilweise auch in den Nachmittagsstunden abzuhalten, abgelehnt. Auch ein Vorschlag, einen neuen Markt mittwochs auf dem Uni-Platz zu eröffnen und dafür den Dienstagmarkt auf dem Friedrich-Ebert-Platz und Mittwochmarkt auf dem Marktplatz aufzugeben, fand keine Zustimmung. Auch sehen sich die Markthändler außerstande, einen finanziellen Beitrag für entsprechende Aktionen oder Werbemaßnahmen zu leisten.

Geplante Maßnahmen:

Änderung des bisherigen Konzeptes

Das Konzept der Wochenmärkte, insbesondere in der Altstadt, die Nahversorgung mit frischem Obst, Gemüse, Blumen etc. sicherzustellen, ist aus den vorgenannten strukturellen Problemen allein nicht mehr ausreichend und geeignet, Kunden anzuziehen. Diese Situation würde voraussichtlich auch der ein oder andere zusätzliche Händler, der Lebensmittel anbietet, nicht ändern. Insbesondere für die Altstadtmärkte ist es erforderlich, neue Kundschaft auch aus der Region anzuziehen. Dies kann nur gelingen, wenn die Wochenmärkte zu einem attraktiven Erlebnis für die Kundschaft werden, zu einem Ort, an dem sie gerne bummeln, verweilen, kommunizieren, kaufen, essen und trinken. Das Erscheinungsbild und die Warenpalette der Märkte müssen deshalb grundlegend neu bewertet werden. Zwar setzt die Gewerbeordnung für Wochenmärkte enge Grenzen, welche Waren feilgeboten werden dürfen, dennoch wird die Verwaltung unter Ausschöpfung des rechtlich Zulässigen auf den Wochenmärkten einen interessanten Warenmix zuzulassen, der neben Lebensmitteln (Obst, Gemüse, Fisch, Fleisch-, Käse- und Wurstwaren, Bioprodukte, Blumen) z.B. auch Töpfer- und Eisenwaren beinhaltet.

Um das vorgenannte Ziel, einen attraktiven Markt mit Erlebnischarakter für die Kundschaft erreichen zu können, der auch ein sozialer Treffpunkt und Kommunikationsplattform ist, wird es erforderlich sein, verschiedene Imbiss- sowie Wein- und Sektstände zuzulassen und entsprechende Anbieter zu finden.

Umfassende und regelmäßige Werbung

Die Ausweitung der Produktpalette muss mit einer umfassenden, auch in die Region ausstrahlenden Öffentlichkeitsarbeit begleitet werden (Zeitungswerbung, Radiospots, Sonderseiten).

Umsetzung

Für die Ausweitung der Produktpalette ist eine verstärkte Akquise von Händlern erforderlich. Jeder Markt ist einzeln zu untersuchen und es ist zu prüfen, wie viele und welche zusätzlichen Händler dort benötigt und vertragen werden. Es ist abzusehen, dass durch die Stadt deutlich mehr personeller und vor allem finanzieller Aufwand betrieben werden muss, um das angestrebte Ziel zu erreichen. Das vorhandene Personal im Bürgeramt ist mit der organisatorischen Abwicklung und Abrechnung der Märkte voll ausgelastet, so dass für zusätzlich notwendige Marketing-Maßnahmen gegenwärtig kein Spielraum vorhanden ist. Deshalb wird zur Zeit geprüft, ob es zur Erreichung des Zieles vorteilhafter sein kann, an einen gewerblichen Betreiber mit viel Erfahrung auf diesem Gebiet die Organisation und Durchführung der Märkte zu vergeben. Ein wichtiges Entscheidungskriterium wird dabei auch sein, ob bei einer Vergabe die Marktgebühren niedrig gehalten werden können, um insbesondere den einheimischen Marktbesckern, die oft Familienunternehmer sind, eine gute wirtschaftliche Basis zu erhalten. Das Bürgeramt würde bei einer Vergabe der Märkte an einen gewerblichen Betreiber nach wie vor seine Aufgaben als Marktfestsetzungsbehörde wahrnehmen und über die Marktfestsetzung, die Wochenmarktordnung und die vertraglichen Regelungen mit dem Betreiber die marktrechtlichen Grundlagen schaffen sowie durch die Festlegung der Rahmenbedingungen sicherstellen, dass die Ziele der Stadt umgesetzt werden.

Auch mit der Heidelberger Marketing GmbH wurde gesprochen, ob sie eventuell die Aufgabe übernehmen könnte. Sie sieht sich aber zur Zeit wegen vielfältiger anderer Aufgaben sowie wegen der engen personellen Situation außer Stande, diese Arbeiten zu bewältigen.

Sofortmaßnahmen:

Bis zur Klärung der Grundsatzfrage (Vergabe der Durchführung der Wochenmärkte oder verstärkter personeller Einsatz der Verwaltung) wurden bzw. werden vom Bürgeramt folgende Sofortmaßnahmen eingeleitet:

Es wird verstärkt nach Bio-Händlern gesucht. Auch werden gezielt Selbsterzeuger angesprochen.

Das Bürgeramt versucht sicherzustellen, dass Händler nicht nur an den attraktiven Samstagsterminen sondern gleichzeitig auch unter der Woche auf dem Markt präsent sein müssen.

Im Stadtblatt sollen z.B. über Sonderseiten die Märkte und ihre Händler vorgestellt werden.

Künftig werden auch die Möglichkeiten des Internets verstärkt genutzt und dort die Wochenmärkte mit ihrem Warenangebot präsentiert.

Das Bürgeramt hat zwischenzeitlich erneut eine Suchanzeige im Stadtblatt für die Heidelberger Wochenmärkte veröffentlicht, die auch in den regionalen Medien erscheinen wird.

Das Bürgeramt wird den Vorschlag, Hinweisschilder anzubringen aufgreifen und auch die Gebühren für die Markthändler überprüfen und ggf. eine Änderung vorschlagen.

Um die unter der Woche stattfindenden Märkte auch für Berufstätige attraktiv zu machen, wird geprüft, ob diese Märkte nachmittags stattfinden können.

Ausblick:

Über die Entwicklung der Wochenmärkte, die eingeleiteten Maßnahmen zur Verbesserung des Erscheinungsbildes sowie über das Ergebnis der Prüfung einer privaten Vergabe wird das Bürgeramt in einer separaten Vorlage berichten.

gez.

Wolfgang Erichson

Anlagen zur Drucksache:	
Lfd. Nr.	Bezeichnung
A 1	Händlerübersicht