

Stadt Heidelberg

Federführung:
Dezernat IV, Bürgeramt

Beteiligung:

Betreff:

Wochenmärkte in Heidelberg

Informationsvorlage

Beschlusslauf

Die Beratungsergebnisse der einzelnen Gremien
beginnen ab der Seite 2.2 ff.
Letzte Aktualisierung: 09. Februar 2010

Beratungsfolge:

Gremium:	Sitzungstermin:	Behandlung:	Kenntnis genommen:	Handzeichen:
Haupt- und Finanzausschuss	20.01.2010	Ö	() ja () nein	
Gemeinderat	04.02.2010	Ö	() ja () nein	

Inhalt der Information:

Der Haupt und Finanzausschuss und der Gemeinderat nehmen die Informationen über die Wochenmärkte in Heidelberg zur Kenntnis.

Sitzung des Haupt- und Finanzausschusses vom 20.01.2010

Ergebnis: Kenntnis genommen

Sitzung des Gemeinderates vom 04.02.2010

Ergebnis: Kenntnis genommen

A. 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 Begründung: Attraktive Wochenmärkte mit einem ausgewogenen Warensortiment sind von besonderer Bedeutung für die Nahversorgung in den einzelnen Stadtteilen. Sie haben eine wichtige Funktion als Kommunikationsort.

2. Kritische Abwägung / Erläuterungen zu Zielkonflikten:

keine

B. Begründung:

Mit der Interessengemeinschaft Heidelberger Wochenmarkthändler, die sich im vergangenen Jahr gegründet hat, gibt es erstmals einen Ansprechpartner auf Seiten der Wochenmarkthändler für die Belange des Wochenmarktes. Die Interessengemeinschaft hat, Stand Oktober 2009, 43 Mitglieder. Die Interessengemeinschaft wird durch einen vierköpfigen Vorstand vertreten. Für die einzelnen Wochenmärkte wurden Marktsprecher eingesetzt.

Richtlinien

Die in der Interessengemeinschaft vertretenen Händler haben sich Richtlinien, die Grundlage für eine erfolgreiche Zusammenarbeit bieten sollen, gegeben. Damit wollen sie das eigene Qualitätsbewusstsein für ihr Warenangebot stärken, die Freundlichkeit gegenüber ihren Kunden verbessern, ihre Zuverlässigkeit an der Marktteilnahme erhöhen sowie die Kollegialität untereinander fördern.

Ziele

Unser Ziel ist die Attraktivität der Wochenmärkte zu steigern. Das gleiche Ziel verfolgt auch die Interessengemeinschaft Heidelberger Wochenmarkthändler. Dazu haben sie folgende Ziele formuliert:

- Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Wochenmärkte und Verbesserung des Images der Wochenmärkte
- Erschließung neuer Kunden und Festigung bestehender Kundenbeziehungen
- Gewinnung neuer Händler und Festigung der bestehenden Händler.

Was wurde bereits erreicht

Zu Weihnachten 2008 fand die erste Aktion der Wochenmarkthändler, zusammen mit dem Orchesterverein Handschuhsheim statt. Mit Flyern und DIN A 3-Plakaten wurde für den am 24.12. stattfindenden Handschuhsheimer Wochenmarkt auf dem Tiefburgvorplatz sowie an das unmittelbar daran anschließende Weihnachtskonzert des Orchestervereins geworben.

Zu Ostern 2009 gab es die erste übergreifende Werbeaktion der Heidelberger Wochenmärkte. Es fand eine große Probieraktion auf den am Donnerstag und am Samstag in Heidelberg stattfindenden Märkten statt. Hierfür wurde ebenfalls mit Flyern und DIN A 3-Plakaten geworben. An der Aktion haben insgesamt 40 Händler teilgenommen.

Die offizielle Gründungsveranstaltung der Interessengemeinschaft Heidelberger Wochenmarkthändler war am 21.06.2009. An der Veranstaltung nahmen auch der Oberbürgermeister und Gemeinderäte aus den verschiedenen Fraktionen teil.

In Gesprächen mit dem Vorstand der Interessengemeinschaft Heidelberger Wochenmarkthändler konnte erreicht werden, dass der Wochenmarkt auf dem Friedrich-Ebert-Platz, der im nächsten Jahr wieder stattfinden wird, erstmals auch an einem Nachmittag stattfinden soll. Die neuen Marktzeiten sind, je nach Jahreszeit, dienstags von 7.00/8.00 Uhr bis 13.00 Uhr, donnerstags von 15.00 – 20.00 Uhr und freitags von 7.00/8.00 – 13.00 Uhr.

Eine Veränderung gab es 2009 bei dem Wochenmarkt in der Altstadt während des Weihnachtsmarktes. Die Wochenmarktzeit des Wochenmarktes, der in dieser Zeit in die Hauptstraße verlegt ist, wurde an den Samstagen bis 18.00 Uhr verlängert. Dadurch war der Wochenmarkt stärker in das Einkaufsgeschehen eingebunden.

Während des Wochenmarktes in Neuenheim hat die Interessengemeinschaft vor dem 3. Adventssonntag Punsch verkauft. Der Erlös wurde der Heidelberger Tafel gespendet.

Maßnahmen in 2010

Die Attraktivität der Wochenmärkte soll durch verschiedene Aktivitäten gesteigert werden. So sollen über das Jahr verteilt verschiedene Themen aufgegriffen werden. Angedacht ist die Ausrichtung eines Frühlingfestes, eines Ostermarktes, eines Sommerfestes sowie eines Weinfestes. Überlegt werden die Durchführung von Verkostungsaktionen und die Präsentation von Herstellungsprozessen einzelner Waren. Denkbar sind auch Kochwettbewerbe, Kooperationen mit Vereinen oder Thementage.

Aber auch die Überprüfung der Marktzeiten sowie die Ausdifferenzierung der Produktpalette, das heißt keine unnötigen Überschneidungen des Warenangebotes, beziehungsweise das Füllen von Lücken im Warenangebot können dazu beitragen, dass die Attraktivität der Wochenmärkte gesteigert wird.

Um neue Kunden zu gewinnen und bestehende Kundenbeziehungen zu stärken, wird überlegt, Gutscheinkaktionen durchzuführen. Als besonders wichtiger Punkt wird auch eine verstärkte Verbraucherinformation auf den Wochenmärkten gesehen. Dabei ist an Qualitäts- und Herkunftsnachweise der jeweiligen Produkte gedacht.

Nach Beendigung der Baumaßnahme Friedrich-Ebert-Platz, voraussichtlich gegen Ende des 1. Quartals 2010, wird dort wieder ein Wochenmarkt stattfinden. Erstmals wird ein Wochenmarkt in Heidelberg dann auch am Nachmittag zwischen 15.00 und 20.00 Uhr geöffnet haben und damit an diesem Tag vergleichbare Öffnungszeiten wie der Einzelhandel anbieten.

Für den kommenden Heidelberger Herbst ist geplant, dem Wochenmarkt dauerhaft einen neuen Standort entlang der Rathausfront an der Hauptstraße zu geben und ihn somit in das Heidelberger Herbst Geschehen einzubinden. Damit werden die seit Jahren bestehenden Schwierigkeiten in den Abläufen für die Wochenmarkthändler und auch für den Heidelberger Herbst-Veranstalter endgültig ausgeräumt.

Für 2010 ist weiterhin geplant, dass sich die Wochenmärkte auch an verkaufsoffenen Sonntagen oder langen Verkaufsnächten beteiligen.

Marketing

Sämtliche Maßnahmen sollen durch Pressearbeit unterstützt werden. Auf Veranstaltungen wird mit Flyern und Plakaten hingewiesen. Eine wichtige Rolle in der Marketingstrategie spielt auch die Einrichtung einer eigenen Webseite für die Heidelberger Wochenmärkte, auf der sich Kunden über die Märkte, deren Marktzeiten, die Händler und deren Produkte und natürlich über Veranstaltungen und Aktionen informieren können. Auf Neuigkeiten und Aktuelles soll durch einen E-Mail Newsletter hingewiesen werden.

Zu der Marketingstrategie gehört auch, Informationsschilder auf sämtlichen Wochenmärkten aufzustellen. Damit soll gewährleistet werden, dass jedermann sich schnell und zuverlässig vor Ort informieren kann, wann der Wochenmarkt stattfindet. Gleichzeitig stellen Informationsschilder eine dauerhafte Werbung für den Wochenmarkt dar. Es ist auch daran gedacht, auf die Wochenmärkte an den wichtigen Zufahrtsstraßen in Heidelberg hinzuweisen. Das Konzept wird mit den zuständigen Ämtern abgestimmt werden.

Zusammen mit den Heidelberger Gartenbaubetrieben ist eine gemeinsame Werbung für Produkte aus der Region vorgesehen.

Besondere Bedeutung kommt einer kontinuierlichen Pressearbeit zu. In Zusammenarbeit mit dem Amt für Öffentlichkeitsarbeit ist vom Bürgeramt geplant, regelmäßig über die Wochenmärkte im Stadtblatt zu berichten. Dabei sollen die Händler mit ihren Angeboten vorgestellt und auf besondere Angebote auf den Märkten aufmerksam gemacht werden. Selbstverständlich gehören auch Informationen über Veranstaltungen, Verkostungsaktionen und ähnliches dazu.

Fazit

Durch den Zusammenschluss der Heidelberger Wochenmarkthändler ist Bewegung in das eher starre Wochenmarkteschehen gekommen. Mittlerweile haben auch die Markthändler erkannt, dass allein ein gutes Warenangebot für einen attraktiven Wochenmarkt nicht ausreichend ist. Sämtliche Aktivitäten werden eng zwischen der Interessengemeinschaft Heidelberger Wochenmarkthändler und dem Bürgeramt untereinander abgestimmt und im Einvernehmen umgesetzt.

gezeichnet

Wolfgang Erichson