

STADT AHRENSBURG - STV-Beschlussvorlage -		Vorlagen-Nummer 2008/067/1
öffentlich		
Datum 25.06.2008	Aktenzeichen II.1	Federführend: Herr Dorow

Betreff

Konzeption zur Erhöhung der Attraktivität des Ahrensburger Wochenmarktes

Beratungsfolge Gremium Hauptausschuss Stadtverordnetenversammlung	Datum 07.07.2008	Berichterstatter
--	----------------------------	-------------------------

Beschlussvorschlag:

1. Die anliegende Konzeption zur Erhöhung der Attraktivität des Ahrensburger Wochenmarktes (Anlage 1) wird einschließlich der Anlagen 4 und 5 beschlossen. Sie ist an die Empfehlungen des Marktbeirates anzugleichen.
2. Der Marktbeirat wird gebeten, anhand des Zielkataloges (Anlage 5), insbesondere hinsichtlich der Zielsetzung III.6 „Der Wochenmarkt ist lebendig und bunt“, unter Beteiligung eines Vertreters des Landesverbandes für den ambulanten Handel Hamburg, eine Strategie zur Vermeidung von Lücken auf dem Wochenmarkt dem Hauptausschuss zur endgültigen Beschlussfassung bis zum 17. November 2008 zu empfehlen.
3. Einer kurzfristigen Kunden- und Händlerbefragung auch hinsichtlich der Warenvielfalt wird zugestimmt. Der Marktbeirat soll diese in eigener Zuständigkeit durchführen.

Sachverhalt:

Der Ahrensburger Wochenmarkt hat eine wichtige Bedeutung für die Nahversorgung, die wirtschaftliche Entwicklung einschließlich der Direktvermarktung landwirtschaftlicher Produkte sowie für die Vitalisierung der Ahrensburger Innenstadt mithin auch für das Image der Stadt insgesamt.

Insbesondere die sichtbaren Leerstände beschädigten die attraktive Außenwirkung des Wochenmarktes erheblich.

Deshalb hat sich der Hauptausschuss mit der Attraktivierung des Ahrensburger Wochenmarktes beschäftigt und im Ergebnis auf Empfehlung der Arbeitsgruppe „Wochenmarkt“ am 15.11.2004 ein 10-Punkte-Plan beschlossen, der kurzfristige Veränderungen auf dem Wochenmarkt ermöglichen sollte. Auf die Sitzungsvorlage 2004/129 wird Bezug genommen (Anlage 2).

Im Anschluss war das Berichtsjahr 2005 aus Sicht des Wochenmarktes ganz überwiegend durch die Privatisierungsabsichten und den Austausch der Funktion des Marktmeisters ab September 2005 geprägt. Mit Wirkung zum 01.01.2006 wurde ein Wochenmarktbeirat eingerichtet, der die weitere Entwicklung des Ahrensburger Wochenmarktes im Sinne des Hauptausschusses koordinieren sollte. Vertreter der Fraktionen, der Marktsprecher und der Verwaltung hatten so die Gelegenheit, gemeinsam die Entwicklung des Wochenmarktes zu gestalten. Auf die Sitzungsvorlagen 2005/124.1, 2006/077 und 2006/090 (Anlage 3 in Auszügen) wird Bezug genommen.

Der Wochenmarktbeirat hat 2006 neben den satzungsgemäßen Aufgaben insbesondere die Abschaffung der problematischen Wertstoffentsorgung im Umlageverfahren, die Umstellung der Restmüllentsorgung über den Abfallwirtschaftsverband Stormarn und die individuelle Neugestaltung der Wochenmarktgebühren anschieben können. Ferner wurden Neuregelungen im Hinblick auf die Übertragbarkeit von Dauererlaubnissen aus Alters- und Krankheitsgründen in die Marktsatzung eingefügt. Gleiches gilt für die um 2 Personen erweiterte Mitgliedschaft der Fraktionen im Wochenmarktbeirat und die Einführung der Tatbestandsmäßigkeit einer Ordnungswidrigkeit bei unerlaubter Abwesenheit von Marktbeschickern. Auf die Sitzungsvorlagen 2006/140 nebst Synopse und 2006/141 wird Bezug genommen.

Das Jahr 2007 war aus Sicht des Wochenmarktbeirates neben der Erstellung eines Vermarktungskonzeptes mit dem Ziel, den Wochenmarkt attraktiver zu machen (§ 11 der Marktsatzung) geprägt von den Diskussionen über einen zusätzlichen Treppenaufgang in Höhe der Haspa mittig auf der Wochenmarktfläche und der Problematik der fehlenden Traglast der Tiefgarage unterhalb der Wochenmarktfläche und der entsprechend lang andauernden Sperrung von rd. 500 m² Marktfläche. Auf die Sitzungsvorlage 2008/010 wird Bezug genommen.

Der Hauptausschuss hat in seiner Sitzung am 21.01.2008 nicht zuletzt durch die bauliche Situation/Leerstände die Meinung vertreten, dass die ursprünglich gesteckten Ziele nicht erreicht worden seien, sondern vielmehr die Zukunft des Wochenmarktes auf dem Spiel stehe. Es müsse kurzfristig zu einer Verbesserung der Rahmenbedingungen kommen insbesondere auch durch Überarbeitung des Konzeptes. Insoweit wurde die gesperrte Fläche auf dem Rathausplatz wieder freigegeben und ein überarbeitetes Konzept zur Attraktivierung des Wochenmarktes eingefordert.

Auf den vorgelegten Entwurf des Vermarktungskonzeptes mit der Zielsetzung, den Wochenmarkt attraktiver zu machen, ging der Hauptausschuss zu diesem Zeitpunkt nicht weiter ein.

Sodann wurde dem Hauptausschuss in seiner Sitzung am 18.02.2008 mitgeteilt, welche Aktivitäten im Einvernehmen mit den Marktsprechern kurzfristig zu einer Verbesserung der empfundenen Situation auf dem Wochenmarkt führen sollen. Eingegangen wurde insbesondere auf die erweiterte Akquise neuer Wochenmarkthändler, die unterschiedliche Anordnung der Stände (saisonal/wochentags), verstärkte Öffentlichkeitsarbeit, Veranstaltungen und das Entwicklungspotential für den Rathauspavillon. Die anstehenden Bauarbeiten wirken sich jedoch negativ auf eine mögliche Standplatzvergabe aus, da neue Händler nicht bereit sind, sich im Hinblick auf die vorhandene Planungsunsicherheit zugunsten des Ahrensburger Wochenmarktes zu entscheiden. Auf die Sitzungsvorlage 2008/025 wird Bezug genommen.

3

Die dort dargestellten Maßnahmen wurden vom Hauptausschuss zur Kenntnis genommen. Der Hauptausschuss stellt in diesem Zusammenhang fest, dass das Gesamtkonzept noch nicht, wie gefordert, überarbeitet worden sei. Die Detailplanung sei unter anderem auch Aufgabe des Marktbeirates.

Die für den 07.04.2008 geplante Sitzung des Wochenmarktbeirates, zu dem frühzeitig eingeladen wurde und bei der der Auftrag des Hauptausschusses in Sachen Entwicklungskonzept beraten werden soll, fällt aus, da Vertreter der großen Fraktionen wegen Verhinderung ihre Teilnahme abgesagt haben.

Da der Hauptausschuss jedoch ursprünglich beabsichtigt, in seiner Sitzung am 21.04.2008 über das aktualisierte Gesamtkonzept zu beraten, wurde, nachdem er auf das ursprüngliche am 21.01.2008 vorgelegte Vermarktungskonzept nicht weiter eingegangen ist, ein verwaltungsseitiger Entwurf einer 2. Konzeption zur Attraktivierung des Wochenmarktes vorgelegt, bei dem der Hauptausschuss erneut die Gelegenheit erhielt, Kriterien, Ziele und Strategien/Maßnahmen für den Ahrensburger Wochenmarkt zu ergänzen bzw. zu korrigieren.

In der vorgelegten Konzeption zur Attraktivierung des Ahrensburger Wochenmarktes finden sich die ursprünglich beschlossenen Attraktivierungsmaßnahmen des Hauptausschusses vom 15.11.2004 (Vorlagen-Nr. 2004/129), aktualisiert um den Sachstandsbericht vom 21.08.2006 (Vorlagen-Nr. 2006/090), wie folgt wieder:

Stichwort	Konzeption	Maßnahmenkatalog
Qualität/Warenvielfalt	III.1, III.2	Punkt 1
Trägerschaft	Marktbeirat, III.9	Punkt 2
Öffentlichkeitsarbeit / Sonderveranstaltungen	III.2, III.4 und III.7	Punkt 3
Standort	III.8	Punkt 4
Parkplätze	III.8	Punkt 5
Warenvielfalt	III.2, III.4 und III.5	Punkt 6
Öffnungszeiten	Vorlagen-Nr. 2006/077 Mi. und Sa. 13:00 Uhr	Punkt 7
Teilnahmepflicht	III.6, mit Ordnungswidrigkeit	Punkt 8
Aufstellung der Verkaufsstände	III.6	Punkt 9
Technik und Toilette	erledigt	Punkt 10

Die ursprünglichen Vorgaben wurden demnach in die neue Konzeption integriert.

Diese Konzeption sollte im Anschluss dem Wochenmarktbeirat als Arbeitsauftrag und als Grundlage für die weitere Arbeit am Thema „Wochenmarkt“ dienen.

Der Hauptausschuss kam in seiner Sitzung am 21.04.2008 überein, den Entwurf der Wochenmarktkonzeption mit den Marktbesckickern bzw. im Marktbeirat zu diskutieren. Der Marktbeirat hatte am 15.05.2008 die Gelegenheit gehabt, über die Konzeption zu beraten. Festzuhalten bleibt, dass der Beirat die Konzeption im Wesentlichen unterstützt. Nach geringfügigen Änderungen und Ergänzungen wurde die Konzeption einvernehmlich verabschiedet. Insoweit wird auf die Tischvorlage für den Hauptausschuss am 19.05.2008 verwiesen (Anlage 4), auf die im Rahmen der Sitzung nicht weiter eingegangen wurde.

Die Beratungen über die Weiterentwicklung des Wochenmarktes wurden durch die Kommunalwahl unterbrochen und sollten nach verwaltungsseitiger Auffassung noch vor der Sommerpause weiter geführt bzw. zum Abschluss gebracht werden.

Dabei soll einerseits die Einhaltung einzelner Maßnahmen anhand festgelegter Zeitfenster nachprüfbar gemacht werden. Andererseits soll die Entwicklung einzelner Ziele anhand von Kennzahlen messbar gemacht werden (Anlage 5).

Oberste Priorität erhält nach alledem aus städtischer Sicht die Wahrung der Marktatmosphäre (Ziel III.6, „Der Markt ist bunt und lebendig“), indem freie Flächen und Lücken zwingend geschlossen werden müssen.

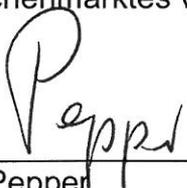
Die bisherigen Vorschläge zur Wahrung der Marktatmosphäre bei saisonaler oder urlaubsbedingter Abwesenheit wurden von der Marktgemeinschaft überwiegend abgelehnt.

Der Erfolg der Arbeit des Marktbeirates für einen Wochenmarkt in städtischer Trägerschaft wird sich insbesondere an der Marktatmosphäre messen lassen müssen.

Gelingt es dem Marktbeirat bis zu zum 17. November 2008 nicht, im Einvernehmen mit der Marktgemeinschaft zum Beispiel durch ständige Präsenz der Stände, Urlaubsabsprachen oder durch eine an Wochentage bzw. Jahreszeiten angepasste Aufstellung der Stände das optische Erscheinungsbild des Wochenmarktes zielorientiert zu entwickeln, kann festgestellt werden, dass die weitere Attraktivierung des Wochenmarktes auf der Grundlage der bisherigen Zusammenarbeit am Widerstand der Marktgemeinschaft gescheitert ist.

Vor diesem Hintergrund würde die Verwaltung am 1. Dezember 2008 dem Hauptausschuss eine Empfehlung für die Anordnung der Marktstände ab Januar 2009 vorlegen, die geeignet ist, das äußere Erscheinungsbild des Wochenmarktes durch eine saisonal gegebenenfalls auch wochentags angepasste Anordnung der Stände zu erhalten bzw. zu verbessern und diese – nach entsprechender Beschlussfassung im Hauptausschuss gegen den Willen der Marktgemeinschaft durchsetzen.

Alternativ käme eine veränderte Trägerschaft in Betracht, sofern ganzjährig geschlossene Lücken gewährleistet werden können und der Branchenmix nicht zum Nachteil des Wochenmarktes verändert wird.



Pepper
Bürgermeisterin

Anlagen:

- Anlage 1: Konzeption zur Erhöhung der Attraktivität des Ahrensburger Wochenmarktes
- Anlage 2: Vorlagen-Nr. 2004/129
- Anlage 3: Vorlagen-Nr. 2006/090
- Anlage 4: Tischvorlage vom 19.05.2008
- Anlage 5: Übersicht Zeitfenster/Indikatoren

5

ANLAGE 1

II.1

Konzeption zur Erhöhung der Attraktivität des Ahrensburger Wochenmarktes

I. Einleitung:

I.1 Allgemeines:

Die Verwaltung hat vom Hauptausschuss den Auftrag erhalten, das bisherige Gesamtkonzept für den Wochenmarkt zu überarbeiten und eine aktualisierte Konzeption zur Attraktivierung des Wochenmarktes zu erstellen, die der Bedeutung des Wochenmarktes für die Kunden und nicht zuletzt auch der Stadt Ahrensburg insgesamt gerecht wird.

I.2 Begrifflichkeiten:

Attraktivität soll dabei als etwas verstanden werden, das durch seine Außerordentlichkeit und sein Hervorstechen große Anziehungskraft ausübt und staunendes und gespanntes Interesse erregt (Quelle: Duden); und zwar für Kunden und nicht zuletzt auch Händler.

Eine Konzeption ist eine umfassende Zusammenstellung der Ziele und daraus abgeleiteten Strategien und Maßnahmen zur Umsetzung eines größeren Vorhabens.

Ziele sind definierte und angestrebte Endpunkte eines Prozesses.

Strategien sind langfristig geplante Verhaltensweisen die der Zielerreichung dienen.

Maßnahmen sind zweckgerichtete Verhaltensweisen innerhalb der Strategien.

II. Anforderungen an einen attraktiven Wochenmarkt:

II.1. Allgemeine Anforderungen an einen attraktiven Wochenmarkt sind aus Sicht des Kunden neben:

- Qualität und Frische; insbesondere
- Warentvielfalt,
- ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis,
- Verbundenheit mit seinen Wochenmarkthändlern,
- die Kommunikation mit anderen Marktbesuchern,
- ein ansprechendes Erscheinungsbild des Wochenmarktes,
- ein überregionaler Ruf und
- Standortqualität sowie
- motivierte Händler.

So kann das "Wochenmarkteinkaufgefühl" von den Marktbesuchern gespürt werden. Der Wochenmarkt stellt für den Kunden eine mehrdimensionale Erfahrung dar. Sehen, Hören, Reden, Riechen, Schmecken und Fühlen wird auf dem Wochenmarkt zu einem ganzheitlichen Erlebnis.

II.2. Voraussetzungen für einen motivierten Markthändler sind neben

- Auskömmlichen Kundenpotenzial, insbesondere
- angemessene Standgebühren,
- transparente Willensbildung,
- eine legitimierte Interessenvertretung und
- Mitwirkungsmöglichkeiten beim Wochenmarktbetrieb.

Das Selbstverständnis der Marktbesucher ist für den Erfolg und die Attraktivität des Wochenmarktes von erheblicher Bedeutung. Ein attraktives Umfeld, eine gute Anbindung an den ÖPNV und eine entgegenkommende Kommunalverwaltung bewirken nichts, wenn die menschliche Komponente des Markthandelns fehlt.

III. Ziele/ Strategien/ Maßnahmen

Aus den unter II. dargestellten Anforderungen der Kunden an einen attraktiven Wochenmarkt und den Voraussetzungen für motivierte Händler lassen sich einzelne Ziele formulieren, die anhand unterschiedlicher Strategien und Maßnahmen, die Attraktivität des Wochenmarktes individuell steigern.

III.1. Qualität und Frische der Waren sind offensichtlich.

Der Wochenmarkt genießt ein traditionelles und urtümliches Image, das den Glauben an frische, bessere und gesündere Ware aus der Region transportiert. Allerdings bleibt anzumerken, dass ein Großteil des Warensortiments eines Wochenmarktes von Großhändlern oder Großmärkten bezogen wird. In diesem Fall kann ein Qualitätsvorteil gegenüber der Ware im Einzelhandel nicht pauschal erkannt werden.

Für die Frische gilt, dass der Weg, den das Produkt vom Produzenten bis zum Verbraucher zurücklegt so kurz wie möglich sein soll. Bei Selbsterzeugern sind die Wege zwischen Produzent und Verbraucher am kürzesten.

Im übrigen berichtet die Presse regelmäßig über Lebensmittelskandale. Daher sind insbesondere Bioland- und Demeterprodukte beim Kunden auf dem Vormarsch.

Das Angebot an frischer, qualitativ hochwertiger Ware und die Regionalität der Produkte sind somit entscheidende Faktoren für die Attraktivität eines Wochenmarktes.

Aus dem oben genannten Ziel III.1 „Qualität und Frische der Waren sind offensichtlich.“ lassen sich folgende Strategien/ Maßnahmen herleiten:

- Selbsterzeuger regionaler Produkte verstärkt akquirieren und aufnehmen
- Ausgewiesene Bioland und Demetererzeugnisse bevorzugt aufnehmen
- Herkunft der Produkte besonders hervorheben
- Qualitätsmanagement steigern, indem durch Kontrollen insbesondere Etiketten-Schwindel verhindert wird
- Liste über (EU)- zertifizierte Händler vorhalten/ veröffentlichen

III.2. Die Vielfalt der Waren/ Produkte ist umfassend.

Der Charakter des Wochenmarktes wird grundlegend durch § 67 der Gewerbeordnung definiert. Die Artikel erweitern sich um die Kreisverordnung über Waren des täglichen Bedarfs auf Wochenmärkten. Durch die Verwendung des Ausdruckes "Waren des täglichen Bedarfs" werden jedoch einerseits Güter des mittel- oder langfristigen Bedarfs ausgeschlossen, aber auch gewerbliche Dienstleistungen können nicht zugelassen werden.

Die Vielzahl der rechtlichen Vorschriften stellen eine hohe Zugangsbarriere für die Teilnahme am Markthandel dar. Diese Barriere ist eine der Hauptschwierigkeiten bei der Akquirierung von Händlern für zu belebende Wochenmärkte. Insbesondere bei Selbsterzeugern, die sich nicht hauptberuflich dem Markthandel widmen, führen die rechtlichen Rahmenbedingungen zu Schwierigkeiten.

Gerade aber die Produktvielfalt und so genannte Nischenprodukte, die im Einzelhandel nicht erhältlich sind, machen den Wochenmarkt attraktiv. Gleiches gilt teilweise für gewerbliche Dienstleistungen.

Auf dem Wochenmarkt ist ein „Caterer“ aufgenommen worden, der neben seinem eigentlichen Angebot im Auftrag der Marktgemeinschaft themenbezogene Veranstaltungen federführend durchführt und dadurch die Warenvielfalt wesentlich bereichert.

Dabei werden unter Berücksichtigung saisonaler Bedürfnisse der Kunden unter Verwendung markteigener Produkte zentral Veranstaltungen unter einem bestimmten Motto durchgeführt (Grünkohl, Stinte, Lammstreifen usw.).

Nach Abzug der Selbstkosten wird der Erlös dieser Veranstaltungen für eine soziale Sache gespendet.

Die Erfahrung hat gezeigt, dass unter Einbeziehung von ortsansässigen Schulklassen (z.B. Osterbasteleien und Kuchen) in unmittelbarer Nachbarschaft der Erfolg derartiger Veranstaltungen gestärkt wird. Zudem wird dadurch der regionale Bezug der Beteiligten weiter gefestigt.

Aus dem oben genannten Ziel III.2 „Die Vielfalt der Waren/ Produkte ist umfassend“ lassen sich folgende Strategien/ Maßnahmen herleiten:

- Auf Erweiterung der Kreisverordnung hinwirken
- Rechtliche Alternativen für mehr Vielfalt auf dem Wochenmarkt entwickeln
- Organisierten „Kleintiermarkt“ auf dem Wochenmarkt integrieren
- Besonders interessante/ exklusive Stände entsprechend fördern
- Themenbezogene Veranstaltungen intensivieren.
- Präsenz von u.a. Schulklassen mit eigenem Stand ausweiten.
- Qualität der Warteliste steigern.
- Akquise neuer Händler durch Mund zu Mund Propaganda verstärken.
- Börse für Marktplätze in der Region einführen.
- Kunden-/ Händler- und Sortimentsbefragung durchführen

III.3 Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist optimal.

Der günstige Preis der Produkte auf dem Wochenmarkt ist Teil der Attraktivität des Wochenmarktes. Dabei muss aber das Angebot hinsichtlich seiner preislichen Kategorien differenziert betrachtet werden.

Regionale und saisonale Massenerzeugnisse wie Kartoffeln, Äpfel ähnliches können gegenüber dem Einzelhandel teilweise günstiger angeboten werden, während zahlreiche Branchen wie Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren, Käse und Molkereierzeugnisse dem gleichen Preisniveau wie im Einzelhandel zuzuordnen sind.

Ergänzend sollten sich Stände gehobener Preisklassen auf dem Wochenmarkt wieder finden lassen, die höhere Einkommensschichten bedienen.

Obwohl der Wochenmarkt im Vergleich zum stationären Einzelhandel ein mittleres Preisniveau einnimmt, ergibt sich aus der Frische und Qualität der Ware tatsächlich ein attraktives Preis-Leistungsverhältnis, das der Wochenmarkt bietet.

Dieses Leistungsverhältnis wird abgerundet, indem der Kunde in der Größe der Warenmenge die eingekauft wird entscheidungsfrei ist.

Selbsterzeuger können in der Regel ihre Ware günstiger anbieten, weil die Gewinnspanne des Zwischenhändlers wegfällt.

Aus dem oben genannten Ziel III.3 „Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist optimal“ lassen sich folgende Strategien/ Maßnahmen herleiten:

- Verstärkt Selbsterzeuger/ Direktvermarkter akquirieren, aufnehmen und fördern.
- Ein- bzw. Verkaufsgemeinschaften saisonbezogen bilden (Rabatte)
- Kundenbefragung durchführen



III.4 Die Kundenbindung ist Mehrwert.

Der persönliche Kontakt zum Händler oder aber Erzeuger ist für die Kunden neben der Beratung ein wichtiger Grund, auf dem Markt einzukaufen.

Aus dem persönlichen Gespräch heraus haben die meisten Kunden ein Vertrauensverhältnis zu "ihrem" Markthändler aufgebaut.

Dieses Vertrauen erstreckt sich nicht nur auf die Informationen, über die der Händler bezüglich seiner Produkte verfügt, sondern auch auf die von ihm angebotene Ware.

Der Kunde vertraut darauf, dass ihm qualitativ hochwertige und gesunde Produkte angeboten werden.

Dabei sollte neben der bloßen Ansprache im Zusammenhang mit dem tatsächlichen Besuch des Wochenmarktes gegenüber der neuen Generation der Wochenmarktbesucher das öffnungszeitenunabhängige Medium des Internets verstärkt eingesetzt werden.

Das Vertrauen führt auf der emotionalen Ebene auch zu einem Gefühl des Vertrautseins und zur Verbundenheit mit dem Markt selbst.

Aus dem oben genannten Ziel III.4 „Kundenbindung ist Mehrwert“ lassen sich folgende Strategien/ Maßnahmen herleiten:

- Internetpräsenz Wochenmarkt/ Lage der Händler mit Selbstdarstellung herstellen.
- Vorbestellungen über Internet ermöglichen.
- Individuelle Berichterstattung über Produkte/ Händler in der Presse weiter verstärken.
- „Schlemmerecken“ mit Händler und Produkten/ unentgeltlicher Verköstigung regelmäßig abhalten.
- Regelmäßig über Herkunftsnachweise und Zertifikate informieren.
- Nachweise über regelmäßige Fortbildungen der Händler abfordern.
- Die Kunden können an der Entwicklung des Wochenmarktes mitwirken.

III.5 Der Markt hat als Treffpunkt eine überörtliche Alleinstellung.

Der Wochenmarkt ist sozialer Treffpunkt und leistet dadurch eine hohe Anziehungskraft in Ahrensburg.

Er dient als Kommunikationsplattform, hier begegnet man Bekannten und Freunden und kann sich austauschen.

Andere innerstädtische Bereiche - z.B. Rondell – erzeugen durch räumliche Konzentration von kommunalen Dienstleistungs- und Handelsfunktionen ähnliche Effekte.

Da der Wochenmarkt nur Mittwochs und Samstags statt findet, kann im Falle des Wochenmarktes von einer räumlichen und auch von einer zeitlichen Konzentration ausgegangen werden.

Im Moment stehen den Besuchern lediglich zwei Imbisse, diverse Ruhezone auf den Nebenflächen und die angrenzende Gastronomie zur Verfügung.

Die Imbisse verfügen allerdings über gleichartige Angebote und die Nebenflächen sind überwiegend mit Lieferfahrzeugen zugeparkt.

Vor diesem Hintergrund erscheint es sinnvoll, zusätzliche Verweilstellen zu schaffen, die es den Kunden ermöglichen, sich zurückzuziehen und bei einem ausgewählten zusätzlichen Angebot an Gastronomie sich auszutauschen oder einfach nur in Ruhe, abseits vom unmittelbaren Markttreiben, die Geschehnisse zu beobachten.

Aus dem oben genannten Ziel III.5 „Der Markt hat als Treffpunkt eine überörtliche Alleinstellung“ lassen sich folgende Strategien/ Maßnahmen herleiten:

- Sitzbänke als Ruhezone zwischen den Rabatten fahrzeugfrei halten.
- Zusätzliche „Wochenmarkttore“/ Gastronomie/ Schilder bei den Übergängen Nessler/ Haspa und Ollefanten einrichten.
- Verweilzone auf der Wochenmarkfläche integrieren.
- Entwicklung des Pavillons bzw. der Pavillonfläche vorrangig für die Entwicklung des Wochenmarktes einbeziehen.

III.6 Der Wochenmarkt ist bunt und lebendig.

Als wesentliche Merkmale für die Attraktivität eines Marktes im baulichen Sinne werden vor allem die Kompaktheit und Geschlossenheit des Marktes genannt.

Eine erweiterte wichtige Rolle für die bauliche Attraktivität spielen auch die Eingangs- und Torsituationen des Wochenmarktes (s.o. III.5)). Gleiches gilt für seine Kulisse und die Stände an sich.

Das so erzeugte Gefühl der Enge wirkt sich positiv auf die Attraktivität des Marktes aus, während **freie Flächen und Lücken** innerhalb des Marktes diesen Eindruck beschädigen/ zerstören.

Die Marktatmosphäre verliert an Attraktivität, wenn ungenutzte Freiflächen zwischen den Ständen entstehen und die Kompaktheit des Marktes verloren geht.

Die Lücken beim Aufbau der Stände entstehen, wenn die Anzahl der Besucher zu stark variiert, keine Tagesbewerber vorhanden sind (Winter), die Standflächen nicht durch großzügigeres Ausbauen der anderen Besucher kaschiert werden können und eine flexible Standvergabe nicht möglich ist, da

M

- entweder die Rahmenbedingungen aufgrund anstehender Baumaßnahmen eine dauerhafte Belegung der Flächen nicht zulassen,
- das Interesse wegen anstehender Baumaßnahmen bei neuen Händlern nicht vorhanden ist,
- die Lücken saisonal bedingt sind, kein alternatives Angebot des verantwortlichen Beschickers von der Marktgemeinschaft akzeptiert wird und bei Abwesenheit keine Tagesbewerber die Lücken auffüllen können oder
- insbesondere die Markthändler auf ihren Stammplatz bestehen, um von ihren Stammkunden gefunden zu werden.

Durch Baumaßnahmen bedingte Leerstände können nur eingeschränkt beeinflusst werden und erledigen sich mit Abschluss der Bauarbeiten. Insoweit gilt es die saisonalen Lücken, insbesondere bei urlaubsbranchenbedingter Abwesenheit zu füllen.

Hier ist in der Vergangenheit eine Lösung in Kooperation mit der Marktgemeinschaft angestrebt worden, die auf den jahreszeitlichen und saisonabhängigen Schwankungen beruht.

Durch die geänderte Aufstellung der Marktstände könnte z.B. zusätzlich eine Kurzzeitparkzone eingerichtet werden, die den Wochenmarkt zusätzlich attraktivieren könnte. Gleiches gilt grundsätzlich für mittwochs, da von den Händlern eher der Samstag als Markttag abgefordert wird.

Die Marktvollversammlung hat sich demgegenüber in ihrer Sitzung am 3. März 2008 erneut einstimmig gegen eine Neuordnung der Standplätze -zum Zwecke der Attraktivierung- wegen zu erwartender Umsatzeinbußen ausgesprochen.

Nach § 6 Abs. 2 der Wochenmarktsatzung besteht jedoch kein Anspruch des Markthändlers auf die Beibehaltung eines bestimmten Platzes oder einer bestimmten Platzgröße, so dass erforderliche Entscheidungen hinsichtlich der Standaufstellungen schlussendlich von Marktbehörde auch gegen den Willen der Marktgemeinschaft getroffen werden könnten.

Aus dem oben genannten Ziel III.6 „Der Wochenmarkt ist bunt und lebendig.“ lassen sich für die regelmäßig kritisierten Lücken folgende Strategien/ Maßnahmen herleiten:

- Zeitnahe Rechts- und Planungssicherheit über das Zeitfenster der anstehenden Baumaßnahmen auf dem Rathausplatz erzielen.
- Individuelle Pflicht zur Betriebsfortführung/ Ersatzgestaltung bei urlaubsbedingter Abwesenheit einführen (bisher gegen den Willen der Markthändler).
- Individuelle Pflicht zur Sortimentsumstellung bei branchenbedingter Abwesenheit einführen (bisher gegen den Willen vergleichbarer Branchen).

- Qualität der Warteliste für kurzfristige Ersatzgestellung steigern (bisher stehen Interessenten aufgrund fehlender Verkaufseinrichtungen nicht zur Verfügung).
- Themenbezogene Sondermarktveranstaltungen initiieren (unattraktiv da ständiger Auf- und Abbau).
- Extraflächen für die Unterbringung saison- branchenabhängiger Händler ausweisen, die bei Abwesenheit der Händler den Gesamteindruck des eigentlichen Wochenmarktes nicht schädigt (bisher gegen den Willen der Betroffenen).
- Neuordnung der Marktstände mit Rücksicht auf Abwesenheitszeiten und Schaffung einer Kurzparkzone (bisher gegen den Willen der Marktbesucher s.o.).

III.7 Das Kundenpotenzial ist überregional und erfasst alle Altersgruppen.

Folgt man statistischen Auswertungen ist auffällig, dass der Anteil der Marktkunden bei den über 50jährigen überdurchschnittlich hoch ist.

Vor diesem Hintergrund und im Hinblick auf die demografische Entwicklung, kann davon ausgegangen werden, dass sich das Kundenpotenzial jedenfalls nicht verringern wird.

Aus diesem Grund haben insbesondere die Service-Dienste der AWO in Sachen Markt-Bus und die Ausweitung auch auf die Zielgruppe der in ihrer Mobilität beeinträchtigter Personen eine besondere Bedeutung.

Die Ausrichtung der inhaltlichen Schwerpunkte sollte neben der o.a. Zielgruppe auf junge Familien abstellen, die mit ihrem Bedürfnis nach gesunder hochwertiger Ernährung dem traditionellen Image des Wochenmarktes stark entgegen kommt.

Der Einkauf auf dem Wochenmarkt geht über die reine Deckung des alltäglichen Bedarfs hinaus und verfügt zusätzlich über die Komponente des Einkaufserlebnisses.

Die kommunikativen Abläufe auf dem Wochenmarkt steigern seine Attraktivität zusätzlich.

Der Wochenmarkt ist durch die Kombination von Einkaufen auf der einen Seite und Freizeit und Erholung auf der anderen Seite für Kunden attraktiv.

Diese Komponenten gilt es zu kombinieren und zu stärken, damit das Kundenpotenzial sich erweitert.

Aus dem oben genannten Ziel III.7 „Das Kundenpotenzial ist überregional und erfasst alle Altersgruppen.“ lassen sich folgende Strategien/ Maßnahmen herleiten:

- (Musikalische) Veranstaltungen auf dem Rathausvorplatz organisieren.
- In Kooperation mit der Stadtbücherei familiäres Rahmenprogramm entwickeln.
- „Kleintiermarkt“ auf dem Rathausvorplatz organisieren.
- Präsenzmöglichkeit von insb. (Sport-) Vereinen auf dem Rathausvorplatz zur Verfügung stellen.
- Forum für soziale Einrichtungen/ Engagement im Foyer auf dem Vorplatz schaffen.
- Glücksradaktionen verstärken.
- Transportmöglichkeiten unterstützen.
- Einkaufshilfen stellen.

III.8 Der Rathausplatz ragt durch Standortqualität hervor.

Der Rathausplatz ist als Standort für den Wochenmarkt grundsätzlich optimal. Unmittelbar angrenzend an die Innenstadt, mit ÖPNV sehr gut erschlossen.

PKW Abstellplätze gibt es im Moment nicht im erforderlichen Umfang. Es fehlen Abstellmöglichkeiten für Einkaufstüten, damit im Anschluss an den Wochenmarkbesuch die weitere Innenstadt besucht werden kann.

Fraglich ist derzeit, inwieweit die zukünftigen Stellplätze im EKZ den Parkdruck entzerren können.

Alternativ könnte die Große Straße als Standort für den Wochenmarkt diskutiert werden.

Dies hätte den Vorteil, dass der Rathausplatz als Parkplatz zur Verfügung stehen würde. Bei dieser Variante würde allerdings die Gastronomie und der Einzelhandel am Rathausplatz erheblich leiden.

Vor dem Hintergrund der anstehenden Baumaßnahmen auf dem Rathausplatz, eines angenehmen Umfeldes, neuer Infrastruktur und zusätzlicher Parkplätze im Innenstadtbereich hatte sich die Marktvollversammlung am 3. März 2008 mit deutlicher Mehrheit für die Große Straße als Standort für den Wochenmarkt ausgesprochen.

Ohne Wochenmarkt würde der Rathausplatz jedoch als Parkplatz verweisen.

14

Aus dem oben genannten Ziel III.8 „Der Rathausplatz ragt durch Standortqualität hervor.“ lassen sich folgende Strategien/ Maßnahmen herleiten:

- Lagerservice für Kunden des Wochenmarktes einrichten.
- Zukunft des Pavillons in die weitere Entwicklung des Wochenmarktes mit einbeziehen.
- Kurzzeitparkzonen ausschließlich für Wochenmarktkunden im Bereich der Tiefgaragenzufahrt zum Rathaus schaffen
- Fassaden der anliegenden Bebauung begrünen.
- Pflasterung des Rathausplatzes erneuern/ Regenabflüsse sanieren.
- Anliegende Gastronomie und den Einzelhandel in die Entwicklung mit einbinden.
- Kunden über vorhandene Parkmöglichkeiten umfassend informieren.
- Transportservice einrichten.

III.9 Die Markthändler sind besonders motiviert

III.9.1 Die Standgebühren sind angemessen/ niedrig.

Der Markthandel ist im Vergleich zum stationären Einzelhandel personalintensiver. Es entstehen zwar keine Kosten für die Unterhaltung eines Ladengeschäfts, durch die personalintensivere Betriebsführung entstehen jedoch höhere Lohnkosten, die den Gewinn des Beschickers schmälern. Vor diesem Hintergrund ist die individuelle Gebührenerhebung von besonderer Bedeutung, damit der Markthändler seinen Bedürfnissen entsprechend einzelne Leistungen der Marktverwaltung "hinzukaufen" kann. Zudem sind die Umsätze bundesweit zurückgegangen. Es geht um jeden Euro.

- Standgebühren, sofern praktikabel, spitz berechnen.

III.9.2 Die Willensbildung ist transparent.

Die Akteure des Wochenmarkthandels setzen sich zusammen aus den Marktbeschickern, der Verwaltung und der Kunden. Das Vertrauen, das der Kunde in seinen Wochenmarkthändler setzt, muss in der Beziehung zwischen Marktbeschicker und Verwaltung ebenso vorhanden sein. Der Marktbeirat bietet den Beteiligten grundsätzlich eine geeignete Plattform.

Es besteht der Eindruck, dass In der Vergangenheit der Informationsfluss gegenüber der der Marktgemeinschaft nicht den vollen Wirkungsgrad entfaltet hat.

Dadurch besteht die Gefahr, dass die inhaltliche Arbeit des Hauptausschusses und der Mitglieder des Wochenmarktbeirates nicht vollständig an die Marktgemeinschaft weitergegeben wird und dadurch ungewollte Entwicklungen auf dem Wochenmarkt nicht zeitnah korrigiert werden können.

15

- Regelmäßige Flyer für die Marktgemeinschaft über die aktuellen Inhalte der Arbeit des Wochenmarktbeirates erstellen und verteilen.

III.9.3 Interessenvertretung der Marktgemeinschaft ist instrumentalisiert.

Die Marktgemeinschaft ist von besonderer Bedeutung. Ohne motivierte Markthändler nutzen die besten Rahmenbedingungen nichts.

Einerseits kann so Kompetenz entwickelt, gebündelt und gezielt genutzt werden, andererseits werden Abstimmungs- und Entscheidungsprozesse innerhalb und außerhalb des Marktes so überhaupt erst möglich.

Die Marktvollversammlung tagt nur einmal im Jahr. Die Spielregeln richten sich nach Vereinsrecht analog. Alle darüber hinausgehenden Willensbildungsprozesse erfolgen grundsätzlich ohne die wünschenswerte Mitwirkung der Basis, anlassbezogen, mit einem bestimmbar Teil der Markthändler.

- Die Marktvollversammlung gibt sich eine verbindliche Geschäftsordnung und regelt so z.B. den Informationsfluss, die Willensbildung und die verbindliche Vertretung nach Außen.

III.9.4 Die Marktgemeinschaft übernimmt verstärkt Verantwortung.

Die Marktgemeinschaft ist grundsätzlich bereit, Verantwortung für ihren Markt zu übernehmen. Sie sollte sich ihrer Verantwortung im sozialen und wirtschaftlichen Gefüge der Stadt Ahrensburg bewusst sein.

Dies gilt insbesondere für die Außenwirkung des Wochenmarktes hinsichtlich des Erscheinungsbildes/ der Lücken.

Durch die Bildung des Marktbeirates ist es gelungen, auch schwierige Themen des Wochenmarktes auf einer Augenhöhe erfolgreich zu bewältigen. Im Hinblick auf die saisonalen- und branchenspezifischen Lücken ist dies bisher noch nicht gelungen.

Der Markt ist jedoch nur so gut, wie die Marktgemeinschaft es zulässt. Im Hinblick auf die ganzheitliche Entwicklung des Wochenmarktes, haben Einzelinteressen der Beschicker oder Branchen nach sorgfältiger Prüfung hinter dem Gemeinschaftsinteresse, d.h. dem Interesse der Gesamtheit der Marktakteure (Kunden, Beschicker und Verwaltung) zurückzustehen.

- Das Bewusstsein hinsichtlich der Gesamtverantwortung für das Gesamtwohl des Wochenmarktes stärken.

16

IV. Zielkatalog:

1. Qualität und Frische der Waren sind offensichtlich.

- Selbsterzeuger regionaler Produkte verstärkt akquirieren und aufnehmen
- Ausgewiesene Bioland und Demetererzeugnisse bevorzugt aufnehmen
- Herkunft, insbesondere regionaler Produkte besonders hervorheben
- Qualitätsmanagement steigern, indem insbesondere Etikettenschwindel verhindert wird
- Liste über (EU)- zertifizierte Händler vorhalten/ veröffentlichen

2. Die Vielfalt der Waren/ Produkte ist umfassend.

- Auf Erweiterung der Kreisverordnung hinwirken
- Rechtliche Alternativen für mehr Vielfalt auf dem Wochenmarkt entwickeln, z.B. „Kunstmarkt“
- Organisierten „Kleintiermarkt“ auf dem Wochenmarkt integrieren
- Besonders interessante/ exklusive Stände entsprechend fördern
- Themenbezogene Veranstaltungen intensivieren.
- Präsenz von u.a. Schulklassen mit eigenem Stand ausweiten.
- Qualität der Warteliste steigern.
- Akquise neuer Händler durch Mund zu Mund Propaganda verstärken.
- Börse für Marktplätze in der Region einführen.
- Kunden-/ Händler- und Sortimentsbefragung durchführen

3 Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist optimal.

- Verstärkt Selbsterzeuger/ Direktvermarkter akquirieren, aufnehmen und fördern.
- Ein- bzw. Verkaufsgemeinschaften saisonbezogen bilden (Rabatte)
- Kundenbefragung durchführen

4 Die Kundenbindung ist Mehrwert.

- Internetpräsenz Wochenmarkt/ Lage der Händler mit Selbstdarstellung herstellen.
- Vorbestellungen über Internet ermöglichen.
- Individuelle Berichterstattung über Produkte/ Händler in der Presse weiter verstärken.
- „Schlemmerecken“ mit Händler und Produkten/ unentgeltlicher Verköstigung regelmäßig abhalten, dazu Ernährungs- und Rezeptvorschläge.
- Regelmäßig über Herkunftsnachweise und Zertifikate informieren.
- Nachweise über regelmäßige Fortbildungen der Händler abfordern.
- Die Kunden können an der Entwicklung des Wochenmarktes mitwirken.

17

5 Der Markt hat als Treffpunkt eine überörtliche Alleinstellung.

- Sitzbänke als Ruhezone zwischen den Rabatten fahrzeugfrei halten.
- Zusätzliche „Wochenmarkttore“/ Gastronomie/ Schilder bei den Übergängen Nessler/ Haspa und Olefanten einrichten.
- Verweilzone auf der Wochenmarkfläche integrieren.
- Entwicklung des Pavillons bzw. der Pavillonfläche vorrangig für die Entwicklung des Wochenmarktes einbeziehen.

6 Der Wochenmarkt ist bunt und lebendig.

- Zeitnahe Rechts- und Planungssicherheit über das Zeitfenster der anstehenden Baumaßnahmen auf dem Rathausplatz erzielen.
- Individuelle Pflicht zur Betriebsfortführung/ Ersatzgestaltung bei urlaubsbedingter Abwesenheit einführen (bisher gegen den Willen der Markthändler).
- Individuelle Pflicht zur Sortimentsumstellung bei branchenbedingter Abwesenheit einführen (bisher gegen den Willen vergleichbarer Branchen).
- Qualität der Warteliste für kurzfristige Ersatzgestaltung steigern (bisher stehen Interessenten aufgrund fehlender Verkaufseinrichtungen nicht zur Verfügung).
- Themenbezogene Sondermarktveranstaltungen initiieren (unattraktiv da ständiger Auf- und Abbau).
- Extraflächen für die Unterbringung saison- branchenabhängiger Händler ausweisen, die bei Abwesenheit den Gesamteindruck des Wochenmarktes nicht schädigt (bisher gegen den Willen der Betroffenen).
- Neuordnung der Marktstände mit Rücksicht auf Abwesenheitszeiten und Schaffung einer Kurzparkzone (bisher gegen den Willen der Marktbesucher s.o.).

7 Das Kundenpotenzial ist überregional und erfasst alle Altersgruppen.

- (Musikalische) Veranstaltungen auf dem Rathausvorplatz organisieren.
- In Kooperation mit der Stadtbücherei familiäres Rahmenprogramm entwickeln.
- „Kleintiermarkt“ auf dem Rathausvorplatz organisieren.
- Präsenzmöglichkeit von insb. (Sport-) Vereinen auf dem Rathausvorplatz zur Verfügung stellen.
- Forum für soziale Einrichtungen/ Engagement im Foyer auf dem Vorplatz schaffen.
- Glücksradaktionen verstärken.
- Transportmöglichkeiten unterstützen.
- Einkaufshilfen stellen.

18

8 Der Rathausplatz ragt durch Standortqualität hervor.

- Lagerservice für Kunden des Wochenmarktes einrichten.
- Zukunft des Pavillons in die weitere Entwicklung des Wochenmarktes mit einbeziehen.
- Kurzzeitparkzonen ausschließlich für Wochenmarktkunden im Bereich der Tiefgaragenzufahrt zum Rathaus schaffen
- Fassaden der anliegenden Bebauung begrünen.
- Pflasterung des Rathausplatzes erneuern/ Regenabflüsse sanieren.
- Anliegende Gastronomie und den Einzelhandel in die Entwicklung mit einbinden.
- Kunden über vorhandene Parkmöglichkeiten umfassend informieren.
- Transportservice einrichten.

9 Die Markthändler sind besonders motiviert

- Standgebühren, sofern praktikabel, spitz berechnen.
- Regelmäßige Flyer für die Marktgemeinschaft über die aktuellen Inhalte der Arbeit des Wochenmarktbeirates erstellen und verteilen.
- Die Marktvollversammlung gibt sich eine verbindliche Geschäftsordnung und regelt so z.B. den Informationsfluss, die Willensbildung und die Vertretung nach Außen.
- Das Bewusstsein hinsichtlich der Gesamtverantwortung für das Gesamtwohl des Wochenmarktes stärken.

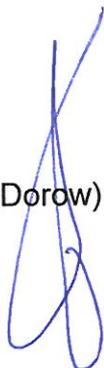
V. Abschlussbemerkungen

Damit eine Rückkopplung erfolgt, ob die herrschende Meinung über die Erwartungshaltung der Akteure an einen attraktiven Wochenmarkt auch auf die Ahrensburger Verhältnisse zu übertragen ist oder ob auf örtlicher Ebene Besonderheiten zu beachten sind, sollte mit Beteiligung der regionalen Presse eine Kunden- und Händlerumfrage hinsichtlich des Wochenmarktes durchgeführt werden.

Den Kunden soll grundsätzlich die Möglichkeit gegeben werden sich in den Entwicklungsprozess mit einzubringen, da auf diesem Weg die Identifizierung der Kunden mit dem Wochenmarkt am nachhaltigsten geschehen kann.

Im Anschluss daran werden die festgelegten Ziele anhand einer Matrix bewertet und auf Zielkonflikte untersucht. Die am höchsten bewerteten Ziele haben auch die höhere Priorität. Innerhalb der Ziele haben die Strategien/ Maßnahmen Vorrang, deren Zielerreichungsgrad am höchsten ist.

(Dorow)



STADT AHRENSBURG - Sitzungsvorlage -			Vorlagen-Nummer 2004/129
öffentlich	X	nicht öffentlich	Anlagen X
Datum 02.11.2004	Aktenzeichen II.1 Do/rr		Federführend: Herr Dorow

Betreff

Weiterentwicklung des Ahrensburger Wochenmarktes

Beratungsfolge: Gremium	Sitzungsdatum	TOP
Hauptausschuss	15.11.2004	
Finanzielle Auswirkungen :	JA	NEIN
Mittel stehen zur Verfügung :	JA	NEIN
Haushaltsstelle :		
Gesamtausgaben :	€	
Folgekosten :	€	
Bemerkung:		

Beschlussvorschlag

Den Empfehlungen der Arbeitsgruppe Wochenmarkt vom 27. Oktober 2004 (Anlage 1) zur Weiterentwicklung des Ahrensburger Wochenmarktes wird zugestimmt.

Sachverhalt und Begründung

Der Hauptausschuss hat in seiner Sitzung vom 16. August 2004 eine Arbeitsgruppe zur Weiterentwicklung des Ahrensburger Wochenmarktes ins Leben gerufen.

Die Arbeitsgruppe hatte den Auftrag, einen Maßnahmenkatalog zu entwickeln, der den Ahrensburger Wochenmarkt über das bisherige Maß hinaus entfaltet und attraktiver macht.

Die Arbeitsgruppe setzt sich zusammen aus jeweils einem Vertreter der in der Ratsversammlung vertretenen Fraktion, den drei Marktsprechern, einer sachkundigen Bürgerin, der Gleichstellungsbeauftragten und der damals noch Vorsitzenden des Seniorenbeirates sowie dem Marktmeister und dem Ordnungsamtsleiter.

Die Arbeitsgruppe tagte an drei Terminen (Protokolle siehe Anlage 2, 3 und 4).

Im Ergebnis bleibt festzuhalten, dass die Arbeitsgruppe Wochenmarkt für den Hauptausschuss einen einvernehmlichen Maßnahmenkatalog zur Weiterentwicklung des Wochenmarktes ausgearbeitet hat.

Die Anträge der CDU-Fraktion zur Neugestaltung des Ahrensburger Wochenmarktes – eingegangen am 20. Oktober 2004 – sind weitestgehend in der Empfehlung der Arbeitsgruppe berücksichtigt.

(Pepper)
Bürgermeisterin

Empfehlung der AG Wochenmarkt zur Weiterentwicklung des Marktes

Die vom Hauptausschuss am 16.08.2004 eingesetzte Arbeitsgruppe hat den Auftrag in drei Sitzungen bearbeitet und unterbreitet einvernehmlich folgenden Vorschlag:

1. Qualität

Der Markt wird insgesamt als gut aber verbesserungsfähig bewertet. Seine Attraktivität, insbesondere seine Ausstrahlung über die Grenzen der Stadt hinaus, hat für Ahrensburg einen hohen Stellenwert. Daher wird der Markt qualitativ und quantitativ weiterentwickelt.

2. Träger

Die Stadt bleibt vorerst Trägerin des Marktes. Die Trägerschaft wird nach etwa 1½ Jahren im Lichte der bis dahin erreichten Weiterentwicklung überprüft. Bis dahin werden weitere Alternativen erkundet.

3. Binnenstruktur

Die Markthändler entwickeln unter Leitung ihrer Sprecher zeitnah ein Konzept für eine verbesserte Öffentlichkeitsarbeit einschließlich werbewirksamer Sonderveranstaltungen. Dieses Konzept wird inhaltlich und wirtschaftlich von den Markthändlern getragen und umgesetzt. Die Stadt beteiligt sich im Rahmen des jeweiligen Haushaltsansatzes.

4. Standort

Der Rathausplatz bleibt, vorbehaltlich späterer städtebaulicher Entwicklungen, Standort des Wochenmarktes. Durch Verdichtung auf dieser Fläche wird eine Erweiterung des Angebots erreicht.

Erweiterungen in die Rathausstraße und auf die Fläche vor dem Rathaus werden im Rahmen des geltenden Rechts geprüft. Sie sollen ggf. für zeitlich begrenzte Sonderbedarfe genutzt werden.

5. Parkplätze

Für Händlerfahrzeuge, die nicht zwingend (z.B. für die Kühlung verderblicher Ware) für den unmittelbaren Verkauf benötigt werden, wird ein gesonderter Abstellplatz ausgewiesen. In Anbetracht der geplanten Baumaßnahmen in der Innenstadt mit zeitweiligem Wegfall von Parkplätzen wird eine vorläufige Realisierung auf dem mittleren Areal des Stormarnplatzes geprüft.

Flächen, die für die Händlerfahrzeuge nicht benötigt werden, werden als zusätzliche Parkplätze für Marktbesucher ausgewiesen. Im Rahmen der Weiterentwicklung der Parkraumbewirtschaftung werden Möglichkeiten einer Gebührenfreistellung entweder nur durch die Markthändler oder auch durch

andere Einzelhändler sowie nur zu den Marktzeiten oder weitergehend geprüft.

6. Sortiment

Das vorhandene Angebot wird insgesamt als gut beurteilt. Durch die angestrebte Erweiterung werden, im gesetzlichen Rahmen, vor allem zusätzliche Warenbereiche einschließlich passender Verköstigung aufgenommen. Das Angebot angrenzender Geschäfte wird berücksichtigt. Das Angebot an Textilien bleibt eng begrenzt.

7. Öffnungszeiten

In der Adventszeit 2004 werden die Öffnungszeiten bis 14.00 Uhr verlängert. Der Erfolg wird im Hinblick auf die künftige Gestaltung der Öffnungszeiten ausgewertet.

8. Teilnahmepflicht

Lücken in den Händlerreihen beeinträchtigen die Attraktivität des Marktes und müssen möglichst vermieden werden. Inhaber von Dauererlaubnissen sind zur Teilnahme verpflichtet, wenn nicht gewichtige Gründe die Teilnahme verhindern.

9. Raumordnung auf der Marktfläche

Die Verkaufsfläche wird nennenswert erweitert. Dafür werden die Aufstellflächen verdichtet, indem nicht benötigte Kraftfahrzeuge außerhalb des Marktes abgestellt werden. Gesetzliche Vorschriften sind zu beachten.

10. Sonstige Einrichtungen

Die Stromversorgung und die anderen technischen Einrichtungen des Marktes werden überprüft, ggf. auf den heutigen technischen Stand gebracht und der Bedarfsentwicklung angepasst.

Die Toilettensituation an Markttagen ist nicht voll befriedigend. Eine Lösung wird im Rahmen der weiteren Entwicklung öffentlicher Toiletten in der Innenstadt angestrebt. Vorerst werden am Markt Hinweisschilder auf nutzbare Toiletten aufgestellt.

Anmerkung: Das von der CDU-Fraktion benannte Mitglied der Arbeitsgruppe hat an den Beratungen nicht teilgenommen. Die schriftlich eingegebenen Anregungen sind in die Beratungen sowie, im Ergebnis der Beratungen, in die vorstehende Empfehlung eingeflossen.


(Harald Düwel)
Vorsitzender

27. 10. 2004

7 Weiterentwicklung des Ahrensburger Wochenmarktes

Es liegt folgender Beschlussvorschlag vor:

Den Empfehlungen der Arbeitsgruppe Wochenmarkt vom 27. Oktober 2004 (Anlage 1) zur Weiterentwicklung des Ahrensburger Wochenmarktes wird zugestimmt.

Zu folgenden Ziffern werden Änderungen der CDU-Fraktion in die Empfehlungen der AG Wochenmarkt eingearbeitet:

Zu 2

Die Stadt bleibt vorerst Trägerin des Marktes. Die Trägerschaft wird **nach einem Jahr (01.01. bis 31.12.2005)** im Lichte der bis dahin erreichten Weiterentwicklung überprüft. Bis dahin werden weitere Alternativen erkundet.

Zu 5

Für Händlerfahrzeuge, die nicht zwingend (z. B. für die Kühlung verderblicher Ware) für den unmittelbaren Verkauf benötigt werden, wird ein gesonderter Abstellplatz **außerhalb der Marktfläche** ausgewiesen.

In Anbetracht der geplanten Baumaßnahmen in der Innenstadt mit zeitweiligem Wegfall von Parkplätzen wird eine vorläufige Realisierung auf dem mittleren Areal des Stormarnplatzes geprüft. Flächen, die für die Händlerfahrzeuge nicht benötigt werden, werden ggf. als zusätzliche Parkplätze für Marktbesucher ausgewiesen. Im Rahmen der Weiterentwicklung der Parkraumbewirtschaftung werden Möglichkeiten einer Gebührenfreistellung entweder nur durch die Markthändler oder auch durch andere Einzelhändler sowie nur zu den Marktzeiten oder weitergehend geprüft.

Zu 7

Ab der Adventszeit (mittwochs und samstags) und im Jahr 2005 nur an Samstagen werden die Öffnungszeiten bis 14.00 Uhr verlängert. Der Erfolg wird im Hinblick auf die künftige Gestaltung der Öffnungszeiten ausgewertet.

Zu 9

Die Verkaufsfläche wird nennenswert erweitert. Dafür werden die Aufstellflächen verdichtet, indem nicht benötigte Kraftfahrzeuge außerhalb des Marktes abgestellt werden. Gesetzliche Vorschriften sind zu beachten. **Die Verwaltung prüft die Aufstellung der Verkaufsstände am Rand der Marktfläche mit der Verkaufsseite nach außen.**

Zu 10

Die Stromversorgung und die anderen technischen Einrichtungen des Marktes werden überprüft, ggf. auf den heutigen technischen Stand gebracht und der Bedarfsentwicklung angepasst.

24
Die Toilettensituation an Markttagen ist nicht befriedigend. Eine Lösung wird im Rahmen der weiteren Entwicklung öffentlicher Toiletten in der Innenstadt angestrebt. Vorerst werden am Markt Hinweisschilder auf nutzbare Toiletten aufgestellt. **Dazu wird die Verwaltung beauftragt, eine kostengünstig Lösung für eine öffentliche Toilette zu erarbeiten.**

Mit diesen Änderungen wird der Beschlussvorschlag einstimmig beschlossen.

STADT AHRENSBURG - Beschlussvorlage -		Vorlagen-Nummer 2006/090
öffentlich		
Datum 28.07.2006	Aktenzeichen II.1	Federführend: Herr Dorow

Betreff

Weiterentwicklung des Ahrensburger Wochenmarktes
- Sachstandsbericht und weiteres Verfahren -

Beratungsfolge Gremium Hauptausschuss	Datum 21.08.2006	Berichterstatter
--	----------------------------	-------------------------

Beschlussvorschlag:

1. Der Hauptausschuss nimmt den Sachstandsbericht zur Weiterentwicklung des Ahrensburger Wochenmarktes (Anlage 1) zur Kenntnis.
2. Die derzeitige Beiratslösung in der Trägerschaft der Stadt ist für den Wochenmarkt beizubehalten.

Sachverhalt:

Zu 1. Sachstandsbericht zur Weiterentwicklung des Ahrensburger Wochenmarktes

Am 15. November 2004 hat der Hauptausschuss (Vorlagen-Nr. 2004/129) auf der Basis der Empfehlung der Arbeitsgruppe „Wochenmarkt“ vom 27. Oktober 2004 und des CDU-Ergänzungsantrages vom 19. September 2004 bzw. 15. November 2004 einen 10-Punkte-Maßnahmenkatalog zur Attraktivierung des Ahrensburger Wochenmarktes beschlossen. Die einzelnen Maßnahmen und die dazugehörigen Sachstandsmitteilungen sind in der Anlage 1 numerisch aufsteigend dargestellt.

Darüber hinaus ist aus Sicht der Verwaltung auf folgende Themenbereiche besonders einzugehen:

1.1 Privatisierung / Marktbeirat / Verdichtung

Das Berichtsjahr 2005 war ganz überwiegend durch Privatisierungsabsichten und den Austausch der Funktion des Marktmeisters ab September 2005 geprägt.

Damit das Verhalten der Marktbehörde zukünftig transparent wird und die Marktgemeinschaft Mitwirkungsmöglichkeiten bei allen wichtigen Themen des Wochenmarktes erhält, wurde das Beiratsmodell gemeinsam erarbeitet

Die Vollversammlung der Marktgemeinschaft hatte das Beiratsmodell am 7. November 2005 einstimmig verabschiedet.

Der Marktbeirat wurde sodann mit Beschlussfassung der Stadtverordnetenversammlung am 12. Dezember 2005 mit Wirkung zum 1. Januar 2006 satzungsgemäß verankert und hatte am 6. März 2006 seine konstituierende Sitzung

Für die Marktsprecher war es in den ersten Sitzungen ein besonderes Anliegen, interne und organisatorische Punkte anzusprechen. Beispielhaft:

- „Mülldisziplin“,
- Gebührenbedarfskalkulation nach dem Verursacherprinzip,
- Öffnungszeiten sowie
- anstehende Ständerweiterungen, befristete Dauererlaubnisse und Rückbau

Unabhängig davon wird der Wochenmarktbeirat sich auf seiner nächsten Sitzung mit einer verbesserten Anordnung der Stände bzw. Aufstellung am Rande und Lösung der Arkadenproblematik befassen.

Störend wirken dort insbesondere die Händlerfahrzeuge zwischen den Rabatten und teilweise auch Verpackungsmüll.

Abstellflächen für jeweils ca. 10 Händlerfahrzeuge könnten auf dem Parkplatz Alte Reitbahn und der Fläche an der Inlineskater-Anlage zulasten von Kundenparkplätzen ausgewiesen werden.

1.2 **Teilnahmepflicht der Wochenmarkthändler**

Garant für einen attraktiven Wochenmarkt ist insbesondere die „lückenlose“ Präsenz der Marktbesicker.

Die bisherigen Maßnahmen (z. B. durchgängige Jahresgebühr und gezielte Ansprache und Aufzeichnung der Gründe bei unangekündigter Abwesenheit) haben noch nicht den gewünschten Erfolg erzielt.

Insoweit soll die Konsequenz der Marktbehörde auf unentschuldigte Abwesenheit vorhersehbar werden, das heißt Abmahnung, Platzverweis oder dauerhafter Ausschluss von der Nutzung.

Ebenso sollen die Kriterien für eine „entschuldigte“ Abwesenheit der Marktbesicker festgelegt werden, wobei nach Möglichkeit branchen- und standortbezogene Abwesenheiten abzustimmen sind.

Darüber hinaus muss ein Konzept zur Überbrückung der saisonalen Lücken im Winter durch Einrichtung zum Beispiel

- einer themenbezogenen Sondermarktveranstaltung oder
- Einbeziehung weiterer Flächen, die ohne Auswirkung auf die bisherige Marktfläche saisonal verzichtbar sind, erarbeitet werden. Das bedingt eine intensive Überzeugungsarbeit gegenüber den Marktbesckickern, die sich vornehmlich als individuelle selbstständige Händler begreifen.

1.3 Teilbebauung Rathausplatz

Im Jahre 2001 wurde eine Teilbebauung des Rathausplatzes in den politischen Gremien diskutiert, aber noch nicht abschließend behandelt. Überlegungen, den Rathausplatz teilweise von einem privaten Investor überbauen zu lassen bestehen nach wie vor, was eine nennenswerte Verkleinerung der Marktfläche zur Folge hätte.

Unbefristete Dauererlaubnisse werden gegenüber den Marktbesckickern aus diesem Grunde nicht mehr ausgesprochen.

Um den Marktbesckickern Rechts- und Planungssicherheit zu geben, sollte in absehbarer Zeit im Zusammenhang mit dem Umbau der Großen Straße entschieden werden, ob der Wochenmarkt dauerhaft auf dem Rathausplatz bleiben soll – auch bei einer gegebenenfalls kleineren Fläche – oder auf die Große Straße verlegt werden könnte.

Zu 2. Trägerschaft Wochenmarkt

Im Lichte des bisher Erreichten und im Hinblick auf die gute Zusammenarbeit zwischen Marktgemeinschaft, Wochenmarktbeirat, Selbstverwaltung und Verwaltung wird die bisherige Betriebsführung beibehalten.

Mögliche Alternativen wurden in der Vergangenheit hinreichend diskutiert.

Beispielhaft sei verwiesen auf die Marktgilde, Vorstellungstermin in der Arbeitsgruppe Wochenmarkt am 22. September 2004, Privatisierungskonzept der AWM GbR gemäß Antrag CDU vom 8. Juni 2005, Vereinslösungen und sonstige Dritte/Vergaberecht am 22. August 2005 im Hauptausschuss.



 Pepper
 Bürgermeisterin


 J. 27.08

Anlagen:

- Anl. 1 – Weiterentwicklung des Ahrensburger Wochenmarktes
 Anl. 2 – div. Zeitungsartikel

Weiterentwicklung des Ahrensburger Wochenmarktes, Sachstandsbericht zur SV 2004/ 129

<p>1. Qualität ist gut aber verbesserungsfähig. Der Markt wird qualitativ und quantitativ weiterentwickelt</p>	<p>Die derzeitige Besetzung wird im Hinblick auf Neubeschaffung/ Erweiterung von Verkaufsanhängern/ -ständen unterstützt/ gefördert, in dem gemeinsam mit dem Marktsprechern ganzheitliche Lösungen gefunden werden (Käse Christiansen +2 Meter, Holzofenbrot Fricke 2xgleiche Stellfläche, Nudeln zusätzlich samstags vertreten....).</p> <p>Kriterium für Neubesetzungen ist neben dem allgemeinen Angebot/ Qualität die Ganzjahreswettertauglichkeit des Standes/ Angebots. Ansprechende Stände auf anderen Märkten sollen initiativ angesprochen und für Ahrensburg akquiriert werden.</p> <p>Erstmals wurden 2006 zusätzliche Stellflächen für Tageserläubnisse in Richtung Nessler/ zwischen den Rabatten beim Reformhaus/ Löw zur Verfügung gestellt. Das Warenangebot konnte überwiegend erweitert/ ergänzt werden. Die „Nachwuchsgewinnung“ ist nunmehr instrumentalisiert und erfolgt ebenfalls über diese Fläche.</p> <p>Neues Leitbild: "Platz ist in der kleinsten Hütte" soll sicherstellen, dass alle Tagesbewerber aufgenommen werden und deswegen auch wieder kommen (neue Ausweichflächen in Richtung Nessler und zwischen den Rabatten s.o.) Nur über neue und wiederkehrende Tageserläubnisse können witterungs- und urlaubsbedingte Freiflächen aufgefüllt und Leerflächen vermieden werden.</p>
<p>2. Die Trägerschaft wird nach einem Jahr (01.01.-31.12.2005) im Lichte der bis dahin erreichten Weiterentwicklung überprüft Bis dahin weitere Alternativen erkunden.</p>	<p>CDU-Antrag bezüglich Privatisierung in Richtung AWM GbR bereits am 8.6.2005, Beschluss STV am 20.6.2005</p> <p>11.7.2005 erstes Gespräch mit Marktsprechern in Sachen Privatisierung AWM GbR, Problem Ausschreibung nach VOL gem. Vermerk II.1 und mündlicher Sachstandsbericht über Aufträge im HA vom 22.8.2005,</p> <p>23.8.2005 zweites Gespräch mit Marktsprechern in Sachen Privatisierung/ erstmals Hinweise auf Entscheidungspraxis in der Vergangenheit sodann Aufhebungsvertrag mit Marktmeister.</p> <p>Das Konzept der Beiratslösung mit dem Leitgedanken der Transparenz und Mitwirkung auf gleicher Augenhöhe wird am 6. September 2005 von den Marktsprechern mit II/ II.1 erarbeitet,</p> <p>Zwischenbericht FBL II, HA 19.9.2005.</p> <p>Beratung über den Beirat im Hauptausschuss (17.10.2005, SV 124/ 2005)</p> <p>Votum für Beiratslösung ab 1.1.2006 durch Voll- und Stadtverordnetenversammlung (7.11. bzw. 12.12.2005, SV 124.1STV)</p> <p>Im März 2006 konstituierende Beiratslösung</p> <p>Im Zusammenhang mit dem Beschluss über die Beiratsvariante für Ahrensburg wird die Entwicklung auf Märkten in alternativer Trägerschaft (Einzelpersonen/ Vereine/ sonstige Betriebsformen) beobachtet und ausgewertet.</p>

3	<p>Konzept für verbesserte Öffentlichkeitsarbeit einschließlich werbewirksamer Sonderveranstaltungen entwickeln</p> <p>(Resonanz auf Sonderveranstaltungen gemäß beiliegender Presseartikel z.B.)</p>	<p>Monatliche Präsenz im Markt am Wochenende mit Thema des Monat und Parallelberichterstattung über den Wochenmarkt, themenbezogene Feste./ Sonderaktionen (Ostern, Sommerfest, Herbst-/ Erntedankfest, Nikolaus usw.).</p> <p>Teilnahme am verkaufsoffenen Sonntag in der Hagener Alle und Stormarner Kindertag 2006.</p> <p>zukünftige Verwendung eigener Einkaufsstützen mit typischen Logo (SV 0771 2006),</p> <p>Funktion „Pressewart“ besetzt,</p> <p>Vorhaltung einer Haushaltspostion Veranstaltungen im Rahmen der allgemeinen Gebührenkalkulation.</p>
4	<p>Der Rathausplatz bleibt Standort für den Wochenmarkt. Durch Verdichtung wird eine Erweiterung des Angebots erreicht. Erweiterung in die Rathausstraße und Rathausvorplatz</p>	<p>Im Hinblick auf die seit 2001 im Raum stehende Überbauung des Rathausplatzes werden keine neuen unbefristeten Dauererlaubnisse erteilt. Im Zusammenhang mit dem Bau der Tiefgarage in der Klaus-Groth-Straße ist ein neuer Treppenaufgang geplant, der vorhandene Marktstände in ihrer Anordnung Frage stellt. Rechts- und Planungssicherheit kann nur durch politische Beschlüsse erfolgen.</p> <p>In der Rathausstraße lassen sich keine nennenswerten Flächen für Wochenmarkthändler dauerhaft erschließen (Fahrradständer, fließender Verkehr, Anlieferung Nessler, Drehleiter für Nessler),</p> <p>Anordnung von Marktständen, die saisonalbedingt im Winter nicht beschicken auf dem Rathausvorplatz und Nachbesetzung von Ganzjahresständen auf dem Wochenmarkt könnte Leerstände im Winter beseitigen.</p> <p>Die Trennung der Marktfläche durch die Manfred – Samusch-Straße reduziert allerdings die Verkehrssicherheit der Besucher/ Verkehrsteilnehmer. Der Querverkehr wäre lediglich abgesichert durch eine Sprunginsel. Partiieller Verkehrsstau wegen anhaltender Busse verschärft die Situation. Fußgängerbedarfsampel könnte u.U. entschärfen.</p>
5	<p>Parkplätze für Händlerfahrzeuge abseits des Wochenmarktes ausweisen. Alternativparkplätze während der Baumaßnahmen in der Innenstadt für Kunden auf dem mittleren Stormarnplatz prüfen. Gebührenfreistellung?</p>	<p>Eine langfristige Lösung ist anzustreben, zukünftige Nutzung Stormarnplatz ist derzeit unklar (Stadtpark/ Sportplätze, Rathausanbau?), Festsetzungen gem. B-Plan sieht Sport- und Freizeitanlage vor – nicht aber dauerhafte Parkplätze, (vergleiche Protokoll AG Wochenmarkt, 22.9.2004, TOP 3b).</p> <p>Neuschaffung einer Ladezone für Wochenmarktkunden in der Rathausstraße z.B.?,</p> <p>Kooperation mit Wochenmarktbus der AWO am Mittwoch für ältere MitbürgerInnen?</p> <p>Sonderflächen auf dem Parkplätzen Alte Reitbahn und in der Verbindung Recycling-Iglu/ Inline-Skater-Anlage für jeweils ca. 10 Händlerfahrzeuge zu Lasten entsprechender Kundenparkplätze ausweisen (IV).</p>

6.	<p>Sortimentgestaltung, zusätzliche Warenbereiche, passende Verköstigung, Angebot angrenzender Geschäfte berücksichtigten und Textilien eng begrenzen.</p>	<p>Das Wochenmarkt-Café und der Stand mit Crepes haben sich nicht rentiert. Das vorhandene Angebot scheint auskömmlich zu sein oder ist im Hinblick auf das rechtlich zulässige ausgeschöpft.</p> <p>Ferner waren u.a. Weinproben in 2005 auf den Nebenflächen als Sondernutzung einmalig.</p> <p>Sonstige Verköstigung/ Gastronomie ist unmittelbar angrenzend im stehenden Gewerbe ausreichend vorhanden und etabliert (Rathausplatz/ Rondeel).</p> <p>Textilien-/ Kurzwarenstände laufen aus und werden entweder durch Erweiterung aus den eigenen Reihen oder durch Nachbesetzung anderer Branchen ersetzt.</p>
7.	<p>In der Adventszeit (mittwochs und samstags) und im Jahr 2005 nur am Samstag werden die Öffnungszeiten bis 14:00 Uhr verlängert. Der Erfolg wird im Hinblick auf die künftige Gestaltung der Öffnungszeiten ausgewertet.</p>	<p>März 2006 Umfrage unter den Marktbesckern hinsichtlich Öffnungszeit am Samstag</p> <p>13:00 Uhr = 60%, 13:30 Uhr = 21% und 14:00 Uhr = 19%. Im übrigen SV 077/ 2006</p>
8	<p>Teilnahmepflicht der Händler, sofern nicht gewichtige Gründe die Teilnahme der Händler verhindern</p>	<p>Die Wochenmarktbesckler sind entweder urlaubs-, krankheits- oder witterungsbedingt abwesend. Fraglich ist, ob das gewichtige Gründe sind. AG Wochenmarkt, Protokoll vom 27. Oktober 2004, TOP 5.</p> <p>Einigkeit bestand in der AG Wochenmarkt darüber, dass saisonal bedingte Abwesenheitszeiten von der Anwesenheitspflicht nicht erfasst sein soll (AG WM vom 6.9.2004). Krankheit ist gewichtig und nicht planbar, adhoc Lösung am Markttag mit Tageserlaubnis, Urlaub ist gewichtig und planbar, Vertretung bestimmen?</p> <p>Problemlösungen scheiterten bisher an den fehlenden neuen Tageserlaubnissen/ tatsächlich verfügbaren Bewerbern</p> <p>Das Verfahren, wie zukünftig mit Abwesenheit der Marktbesckler umgegangen werden soll, wird der Beirat entwickeln.</p> <p>Der Markt hatte in der Vergangenheit aufgrund der Entscheidungspraxis des ehemaligen Marktmeisters einen schlechten Ruf, mittlerweile werden vermehrt neue Bewerber integriert, die die veränderten/ guten Bedingungen in Ahrensburg weitertragen- ganz überwiegend auf Konkurrenzmärkte aus dem Umfeld.</p> <p>Intensive Werbung der eigenen Marktbesckler führt zu einem verbesserten Image und zu vermehrten Anfragen.</p> <p>Problemlösung in der Kälteperiode könnte ein an Markttagen integrierter und themenbezogener Sonder-/ Kunsthandwerkermarkt sein (Herbst/ Winter/ Weihnachten/ Jahreswechsel), die Fläche könnte günstig überlassen werden, da sie sowieso bezahlt ist und Freiflächen mit attraktiven Ergänzungsangeboten vermieden werden sollen.</p>

<p>9. Aufstellung der Verkaufsstände am Rand der Markfläche mit der Verkaufsseite nach außen.</p>	<p>„Die Platzierung der Wochenmarktstände an den Arkaden mit der Verkaufsfläche zu den vorhandenen Geschäften hin ist in der Praxis nicht realisierbar da der durch den Gehweg reduzierte Höhenunterschied zwischen Untergrund und geöffneter Verkaufsklappe, die Köpfe der Kunden an die Verkaufsklappen stoßen lässt“ (Stellungnahme der AG Wochenmarkt vom 27. Oktober 2004, TOP 3.).</p> <p>Die Absenkung der entsprechenden Bordsteinkanten kann grundsätzlich Abhilfe schaffen.</p> <p>Zur Manfred-Samusch-Straße hin, überschneidet die Verkaufsfläche jedoch unmittelbar die öffentlichen Geh- und Radwegfläche. Abhilfe könnte in diesem Fall die Sperrung von Fuß- und Radweg an Markttagen schaffen, was im Ergebnis jedoch kontraproduktiv ist.</p> <p>Die Flächen zwischen den Rabatten in Richtung Spar einerseits und gegenüberliegend Reinigung/ Löw andererseits könnten durch Markstände/ Tageserläubnisse mit Verkaufsoffnung zu den Arkaden befüllt werden.</p> <p>In Richtung Reinigung/ Löw wird dieses Verfahren bereits praktiziert, sofern nicht alle Standbewerber einen Platz auf dem Wochenmarkt erhalten können.</p> <p>Der betroffene Einzelhandel beklagt in diesem Zusammenhang teilweise die schlechte Sicht auf Schaufenster und Firmenschilder und fordert Unterlassung. Aus Sicht der Verwaltung ist diese partielle Einschränkung vertretbar.</p> <p>Es besteht ferner die Gefahr, dass an bestimmten Tagen die erforderliche Stellfläche für die Drehleiter als Zweiter Rettungsweg für die angrenzende Wohnbebauung nicht ungehindert zur Verfügung steht.</p> <p>Ein einheitliches Bild des Wochenmarktes, jedenfalls an den einzelnen Seiten, wird angestrebt.</p>
<p>10. Stromversorgung und andere technische Einrichtungen auf den Stand der Technik bringen. Auftrag, eine kostengünstige Lösung für eine öffentliche Toilette zu erarbeiten.</p>	<p>Die technische Einrichtung ist entweder auf Stand oder wird laufend modernisiert, insbesondere bei der Stromversorgung der F I-Schalter nach DIN/ Sicherheitsbestimmungen die Stromversorgung beendet.</p> <p>Für die Verdichtung der Verkaufsflächen auf dem Rathausplatz müssen die technischen Voraussetzungen der Stromversorgung angepasst werden.</p> <p>Ferner muss die Oberfläche des Wochenmarktes dringend saniert werden (Uhebenheiten, Pfützen, defekte Abflüsse für Oberflächenwasser, lose Pflastersteine), hierfür werden erforderliche Haushaltsmittel für 2007 beantragt.</p> <p>Auf dem Rathausvorplatz sollten Stände ohne aufwendige Infrastruktur (insb. Strom) untergebracht werden.</p> <p>Die öffentliche Toilette ist realisiert.</p>

Für die Richtigkeit
 (Rabian Dorow) am 20. Juli 2006

Tischvorlage zum Hauptausschuss am 19. Mai 2008

Konzeption zur Attraktivierung des Ahrensburger Wochenmarktes

Sitzungsvorlage 2008/ 67

Der Hauptausschuss ist in seiner Sitzung am 21. April 2008 übereingekommen, die Beratung und Beschlussfassung über die Konzeption zur Attraktivierung des Ahrensburger Wochenmarktes auf den 19. Mai 2008 zu vertagen, damit die Verwaltung den Entwurf der Maßnahmen mit den Marktbeschickern bzw. im Marktbeirat diskutieren kann.

Im Anschluss soll ein weiter entwickeltes Konzept vorgelegt werden. Es geht insbesondere darum, wer welche Aufgaben erledigen soll.

Der Marktbeirat hat am 15. Mai 2008 die Gelegenheit gehabt, insbesondere über die Konzeption zur Attraktivierung des Ahrensburger Wochenmarktes beraten. Grundlage hierfür war allein Punkt IV der Sitzungsvorlage 2008/ 67, „Zielkatalog“.

Im Zusammenhang mit den Beratungen wurde deutlich, dass die Gesamtkonzeption, von den Beteiligten einvernehmlich, bereinigt um einzelne Maßnahmen, unterstützt wird.

Insbesondere die angestrebte Qualitätssicherung, die beabsichtigte Kundenbeteiligung an der Weiterentwicklung des Wochenmarktes anhand eines Kundenforums z.B. und die Ausweitung der Warenvielfalt wurde von den Beiratsmitgliedern unterstützt.

Der Marktbeirat hat darüber hinaus einvernehmlich weitere Empfehlungen ausgesprochen, die auf die Ergänzung der Ursprungskonzeption hinwirken.

Die daraus resultierende Gesamtübersicht der Ziele/ Maßnahmen ist anhand einer Synopse (Anlage 1) dargestellt.

Festzuhalten bleibt an diesem Punkt, dass sich der Marktbeirat im Rahmen seines Budgets einvernehmlich dafür ausgesprochen hat, kurzfristig Mitglied im „Landesverband Hamburg für den ambulanten Handel“ zu werden.

Einerseits soll so das vorhandene Netzwerk für den ambulanten Handel in der Metropole Hamburg erschlossen werden. Andererseits soll dadurch ein Qualitätssiegel geschaffen werden, dass im Vergleich zu konkurrierenden Wochenmärkten, entweder eine Alleinstellung verschafft (SH) oder auf eine Ebene mit Hamburger Wochenmärkten herstellt (HH).

Ergänzend zum vorgelegten Konzept, hat der Marktbeirat für den Wochenmarkt ebenso einvernehmlich deutlich gemacht, dass:

- die Fahrradfreundlichkeit des Wochenmarktes anhand zusätzlicher Abstellflächen für Fahrräder ausgebaut werden sollte,
- die Erreichbarkeit des Wochenmarktes anhand eines Kundenhinweises auf vorhandene Parkmöglichkeiten neben KFZ auch Fahrradstellplätze und den ÖPNV berücksichtigen sollte,
- die demographische Entwicklung des Kundenpotenzials für den Wochenmarkt bei der Gesamtkonzeption; insbesondere für Einkaufs-/ Lagerungs- und Transporthilfen, besonderes Augenmerk bedarf und
- hinsichtlich der Diskussion über die Vermeidung etwaiger saisonaler/branchenbezogener Leerstände auf dem Wochenmarkt im nächsten Marktbeirat, ein Fachberater vom Landesverband Hamburg hinzugezogen werden soll, der aufgrund seiner bisherigen Erfahrungen und Kontakte geeignete Maßnahmen zur Platzhaltung aufzeigen soll.

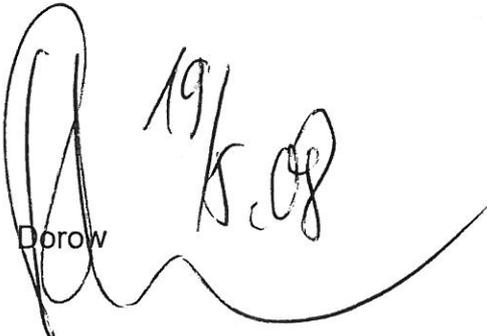
Darüber hinaus erscheint es dem Beirat sinnvoll, anhand einer Projektbeschreibung „Marktbörse“ im Rahmen der verfügbaren Haushaltsmittel und zur Wahrung der eigenen Identität ein Projekt für die Aktivregion „Alsterland“ zu initiieren.

Ziel ist es, in Zusammenarbeit mit anderen Aktivregionen insbesondere den unterschiedlichen regionalen Beschickern, saisonal und zyklisch aufeinander abgestimmt, den Zugang zu Wochenmärkten innerhalb der Region „Alsterland“ ganzjährig zu eröffnen bzw. zu erleichtern.

Der Zielkatalog wurde auftragsgemäß und einvernehmlich um die jeweiligen Zuständigkeiten erweitert.

Der Marktbeirat hat dem Hauptausschuss empfohlen, die angeglichene Ursprungskonzeption zur Attraktivierung des Ahrensburger Wochenmarktes – wie vorgelegt - mit der o.a. Ausrichtung und den in der Synopse (Anlage 1) dargestellten Änderungen zu beschließen.

Für die Richtigkeit:


Dorow
19/15.08


Synopse Zielkatalog Attraktivierung des Wochenmarktes

Ursprungskonzeption	Empfehlung Marktbeirat	Wer ist zuständig?
<p>1. Qualität und Frische der Waren sind offensichtlich.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selbsterzeuger regionaler Produkte verstärken und aufnehmen • Ausgewiesene Bioland und Demetererzeugnisse bevorzugt aufnehmen • Herkunft, insbesondere regionaler Produkte besonders hervorheben • Qualitätsmanagement steigern, indem insbesondere Etiketten-Schwindel verhindert wird • Liste über (EU)- zertifizierte Händler vorhalten/veröffentlichen 	<p>1. Qualität und Frische der Waren sind offensichtlich.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selbsterzeuger regionaler Produkte verstärken und aufnehmen • Ausgewiesene Bioland und Demetererzeugnisse bevorzugt aufnehmen • Herkunft, insbesondere regionaler Produkte besonders hervorheben • Qualitätsmanagement steigern, indem insbesondere Etiketten-Schwindel verhindert wird 	<p>Beirat, Händler, Behörde</p> <p>Behörde</p> <p>Händler, Behörde</p> <p>Behörde, Lebensmittelaufsicht</p>
<p>2. Die Vielfalt der Waren/ Produkte ist umfassend.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auf Erweiterung der Kreisverordnung hinwirken • Rechtliche Alternativen für mehr Vielfalt auf dem Wochenmarkt entwickeln, z.B. „Kunstmarkt“ • Organisierten „Kleintiermarkt“ auf dem Wochenmarkt integrieren • Besonders interessante/ exklusive Stände entsprechend fördern • Themenbezogene Veranstaltungen intensivieren. • Präsenz von u.a. Schulklassen mit eigenem Stand ausweiten. • Qualität der Warteliste steigern. • Akquise neuer Händler durch Mund zu Mund Propaganda verstärken. • Börse für Marktplätze in der Region einführen. • Kunden-/ Händler- und Sortimentsbefragung durchführen 	<p>2. Die Vielfalt der Waren/ Produkte ist umfassend.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auf Erweiterung der Kreisverordnung hinwirken • <u>Rechtliche Alternativen für mehr Vielfalt auf dem Wochenmarkt entwickeln, z.B. „Kunst- oder Kleintiermärkte“ als zusätzliches Angebot.</u> • Besonders interessante/ exklusive Stände entsprechend fördern • Themenbezogene Veranstaltungen intensivieren. • Präsenz von <u>Kindergarten/ Schulklassen</u> mit eigenem Stand ausweiten. • Qualität der Warteliste steigern. • Akquise neuer Händler durch Mund zu Mund Propaganda verstärken. • Börse für Marktplätze in der Region einführen. • Kunden-/ Händler- und Sortimentsbefragung durchführen 	<p>Behörde</p> <p>Behörde</p> <p>Beirat</p> <p>Händler</p> <p>Schulen/ KITA en</p> <p>Behörde</p> <p>Händler</p> <p>Behörde</p> <p>Beirat, Händler, Behörde</p> <p>Ggf. Landesverband</p>

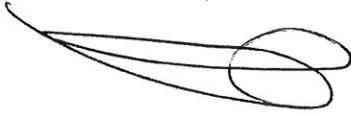
35

<p>3. Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist optimal.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verstärkt Selbsterzeuger/ Direktvermarkter akquirieren, aufnehmen und fördern. • Ein- bzw. Verkaufsgemeinschaften saisonbezogen bilden (Rabatte) • Kundenbefragung durchführen 	<p>3. Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist optimal.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verstärkt Selbsterzeuger/ Direktvermarkter akquirieren, aufnehmen und fördern. • Kundenbefragung durchführen 	<p>Beirat, Händler, Behörde Beirat</p>
<p>4 Die Kundenbindung ist Mehrwert.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Internetpräsenz Wochenmarkt/ Lage der Händler mit Selbstdarstellung herstellen, <u>Bio-/ Demeter/iste Vorbestellungen über Internet ermöglichen.</u> • Individuelle Berichterstattung über Produkte/ Händler in der Presse weiter verstärken. • „Schlemmerecken“ mit Händler und Produkten/ unentgeltlicher Verköstigung regelmäßig abhalten, dazu Ernährungs- und Rezeptvorschläge. • Regelmäßig über Herkunftsnachweise und Zertifikate informieren. • Nachweise über regelmäßige Fortbildungen der Händler abfordern. • Die Kunden können an der Entwicklung des Wochenmarktes mitwirken. 	<p>4 Die Kundenbindung ist Mehrwert.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Internetpräsenz Wochenmarkt/ Lage der Händler mit Selbstdarstellung herstellen, <u>Bio-/ Demeter/iste Vorbestellungen über Internet ermöglichen.</u> • Individuelle Berichterstattung über Produkte/ Händler in der Presse weiter verstärken. • unentgeltliches Verköstigung erwünscht. • Die Kunden können/ sollen an der Entwicklung des Wochenmarktes mitwirken (<u>Kundenforum</u>). • <u>Verlässlichkeit der Händlerpräsenz.</u> 	<p>Beirat, Händler, Behörde Händler Händler Beirat, Händler, Behörde Händler</p>
<p>5 Der Markt hat als Treffpunkt eine überörtliche Alleinstellung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sitzbänke als Ruhezone zwischen den Rabatten fahrzeugfrei halten. • Zusätzliche „Wochenmarkttore“/ Gastronomie/ Schilder bei den Übergängen Nessler/ Haspa und Oblefanten einrichten. • Verweilzone auf der Wochenmarktläche integrieren. • Entwicklung des Pavillons bzw. der Pavillonfläche vorrangig für die Entwicklung des Wochenmarktes einbeziehen. 	<p>5 Der Markt hat als Treffpunkt eine überörtliche Alleinstellung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sitzbänke als Ruhezone zwischen den Rabatten fahrzeugfrei halten. • <u>Erkennbare</u> „Wochenmarkttore“/ Gastronomie/ Schilder bei den Übergängen Nessler/ Haspa und Oblefanten einrichten. • Entwicklung des Pavillons bzw. der Pavillonfläche vorrangig für die Entwicklung des Wochenmarktes einbeziehen, <u>z.B. für Einkaufs-Aufbewahrungshilfen.</u> 	<p>Behörde Stadt Stadt, Beirat</p>

<p>6 Der Wochenmarkt ist bunt und lebendig.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zeitnahe Rechts- und Planungssicherheit über das Zeitfenster der anstehenden Baumaßnahmen auf dem Rathausplatz erzielen. • Individuelle Pflicht zur Betriebsfortführung/ Ersatzgestellung bei urlaubsbedingter Abwesenheit einführen (bisher gegen den Willen der Markthändler). • Individuelle Pflicht zur Sortimentsumstellung bei branchenbedingter Abwesenheit einführen (bisher gegen den Willen vergleichbarer Branchen). • Qualität der Warteliste für kurzfristige Ersatzgestellung steigern (bisher stehen Interessenten aufgrund fehlender Verkaufseinrichtungen nicht zur Verfügung). • Themenbezogene Sondermarktveranstaltungen initiieren (unattraktiv da ständiger Auf- und Abbau). • Extrarflächen für die Unterbringung saison-branchenabhängiger Händler ausweisen, die bei Abwesenheit den Gesamteindruck des Wochenmarktes nicht schädigt (bisher gegen den Willen der Betroffenen). • Neuordnung der Marktstände mit Rücksicht auf Abwesenheitszeiten und Schaffung einer Kurzparkzone (bisher gegen den Willen der Marktbesucher s.o.). 	<p>6 Der Wochenmarkt ist bunt und lebendig.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zeitnahe Rechts- und Planungssicherheit über das Zeitfenster der anstehenden Baumaßnahmen auf dem Rathausplatz erzielen. • Individuelle Pflicht zur Betriebsfortführung/ Ersatzgestellung bei urlaubsbedingter Abwesenheit einführen (bisher gegen den Willen der Markthändler). • Individuelle Pflicht zur Sortimentsumstellung bei branchenbedingter Abwesenheit einführen (bisher gegen den Willen vergleichbarer Branchen). • Qualität der Warteliste für kurzfristige Ersatzgestellung steigern (bisher stehen Interessenten aufgrund fehlender Verkaufseinrichtungen nicht zur Verfügung). • Themenbezogene Sondermarktveranstaltungen initiieren (unattraktiv da ständiger Auf- und Abbau). • Extrarflächen für die Unterbringung saison-branchenabhängiger Händler ausweisen, die bei Abwesenheit den Gesamteindruck des Wochenmarktes nicht schädigt (bisher gegen den Willen der Betroffenen). • Neuordnung der Marktstände mit Rücksicht auf Abwesenheitszeiten und Schaffung einer Kurzparkzone (bisher gegen den Willen der Marktbesucher s.o.). 	<p>Stadt</p> <p>Der Marktbeirat wird sich gemeinsam mit Fachleuten des Landesverbandes Hamburg, für den ambulanten Handel, mit der Problematik beschäftigen und eine abschließende Empfehlung für den Hauptausschuss erarbeiten.</p>
---	---	--

<p>7 Das Kundenpotenzial ist überregional und erfasst alle Altersgruppen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • (Musikalische) Veranstaltungen auf dem Rathausvorplatz organisieren. • In Kooperation mit der Stadtbücherei familiäres Rahmenprogramm entwickeln. • „Kleintiermarkt“ auf dem Rathausvorplatz organisieren. • Präsenzmöglichkeit von insb. (Sport-) Vereinen auf dem Rathausvorplatz zur Verfügung stellen. • Forum für soziale Einrichtungen/ Engagement im Foyer auf dem Vorplatz schaffen. • Glücksradaktionen verstärken. • Transportmöglichkeiten unterstützen. • Einkaufshilfen stellen. 	<p>7 Das Kundenpotenzial ist überregional und erfasst alle Altersgruppen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Musikalische Begleitung des Wochenmarktes dulden.</u> • Präsenzmöglichkeit von insb. (Sport-) Vereinen auf dem Rathausvorplatz zur Verfügung stellen. • Glücksradaktionen beibehalten. • Transportmöglichkeiten unterstützen. • Einkaufshilfen stellen. 	<p>Händler, Behörde Behörde Händler Beirat, Händler, Behörde Beirat, Händler, Behörde</p>
<p>8 Der Rathausplatz ragt durch Standortqualität hervor.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lagerservice für Kunden des Wochenmarktes einrichten. • Zukunft des Pavillons in die weitere Entwicklung des Wochenmarktes mit einbeziehen. • Kurzeitparkzonen ausschließlich für Wochenmarktkunden im Bereich der Tiefgaragenzufahrt zum Rathaus schaffen • Fassaden der anliegenden Bebauung begrünen. • Pflasterung des Rathausplatzes erneuern/ Regenabflüsse sanieren. • Anliegende Gastronomie und den Einzelhandel in die Entwicklung mit einbinden. • Kunden über vorhandene Parkmöglichkeiten umfassend informieren. • Transportservice einrichten. 	<p>8 Der Rathausplatz ragt durch Standortqualität hervor.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Anzahl der Fahrradständer erhöhen.</u> • <u>Kunden über vorhandene Parkmöglichkeiten und ÖPNV, AWO-Marktmobil umfassend informieren.</u> • <u>Kurzeitparkzonen ausschließlich für Wochenmarktkunden im Bereich der Tiefgaragenzufahrt zum Rathaus schaffen (nicht Händler!)</u> • Fassaden der anliegenden Bebauung begrünen. • <u>Unebenheiten des Rathausplatzes beseitigen (Plätzen/Stolperfallen)/ Regenabflüsse sanieren.</u> • Anliegende Gastronomie und den Einzelhandel in die Entwicklung mit einbinden. 	<p>Stadt Behörde Stadt Stadt, Anlieger Stadt Beirat, Händler, Behörde</p>

<p>9 Die Markthändler sind besonders motiviert</p> <ul style="list-style-type: none"> • Standgebühren, sofern praktikabel, spitz berechnen. • Regelmäßige Flyer für die Marktgemeinschaft über die aktuellen Inhalte der Arbeit des Wochenmarktbeirates erstellen und verteilen. • Die Marktvollversammlung gibt sich eine verbindliche Geschäftsordnung und regelt so z.B. den Informationsfluss, die Willensbildung und die Vertretung nach Außen. • Das Bewusstsein hinsichtlich der Gesamtverantwortung für das Gesamtwohl des Wochenmarktes stärken. 	<p>9 Die Markthändler sind besonders motiviert</p> <ul style="list-style-type: none"> • Standgebühren, sofern praktikabel, spitz berechnen. • Regelmäßige Informationen für die Marktgemeinschaft über die aktuellen Inhalte der Arbeit des Wochenmarktbeirates erstellen und in den Schaukasten hängen. • Die Marktvollversammlung gibt sich eine verbindliche Geschäftsordnung und regelt so z.B. den Informationsfluss, die Willensbildung und die Vertretung nach Außen. • Das Bewusstsein hinsichtlich der Gesamtverantwortung für das Gesamtwohl des Wochenmarktes stärken. 	<p>Satzung, Beirat, Behörde Beirat, Händler, Behörde Händler Beirat, Händler, Behörde</p>
--	--	---

19/5.08



40

Zielkatalog und Indikatoren/ Zeitfenster bei der Erhöhung der Attraktivität des Wochenmarktes

Empfehlung Marktbeirat	Indikatoren/ Zeitfenster	Wer ist zuständig?
<p>1. Qualität und Frische der Waren sind offensichtlich.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selbsterzeuger regionaler Produkte verstärkt akquirieren und aufnehmen • Ausgewiesene Bioland und Demetererzeugnisse bevorzugt aufnehmen • Herkunft, insbesondere regionaler Produkte besonders hervorheben • Qualitätsmanagement steigern, indem insbesondere Etiketten-Schwindel verhindert wird 	<p>Anzahl: Ist: 16, Soll: 18, T./ 01/ 2009</p> <p>Anzahl: Ist: 5, Soll: 7, T./ 01/ 2009</p> <p>Händler mit Herkunftsnachweisen: Ist: 5, Soll: 7, T./ 01/2009</p> <p>Anzahl Kontrollen: Ist: 1, Soll:4, T./ 01/ 2009</p> <p>Anzahl festgestellter Verstöße: Ist: 2, Soll: 0, T./ 01/ 2009</p>	<p>Beirat, Händler, Behörde</p> <p>Behörde</p> <p>Händler, Behörde</p> <p>Behörde, Lebensmittelaufsicht</p>
<p>2. Die Vielfalt der Waren/ Produkte ist umfassend.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auf Erweiterung der Kreisverordnung hinwirken • <u>Rechtliche Alternativen für mehr Vielfalt auf dem Wochenmarkt entwickeln, z.B. „Kunst- oder Kleintiermärkte“ als zusätzliches Angebot.</u> • Besonders interessante/ exklusive Stände entsprechend fördern • Themenbezogene Veranstaltungen intensivieren. • Präsenz von <u>Kindergarten/ Gruppen/</u> Schulklassen mit eigenem Stand ausweiten. • Qualität der Warteliste steigern. • Akquise neuer Händler durch Mund zu Mund Propaganda verstärken. • Börse für Marktplätze in der Region einführen. • Händler- und Sortimentsbefragung durchführen 	<p>NN</p> <p>Anzahl ergänzender Angebote: Ist: 0, Soll: 1, T./ 1. HJ 2009</p> <p>Anzahl der Fördermöglichkeiten Ist: 0, Soll: 1, T./ 01/ 2009</p> <p>Anzahl der Veranstaltungen: Ist: 5, Soll: 10, T./ 01/ 2009</p> <p>Anzahl der „Sonderstände“: Ist: 1, Soll: 4, T./ 01/ 2009</p> <p>Anzahl Händler, die verfügbar sind: Ist:16, Soll: 16, T./ 01/2009</p> <p>Anzahl Händler, die gewollt sind: Ist: 0, Soll: 5, T./ 01/ 2009</p> <p>Anzahl geworbener Händler: Ist: 2, Soll: 4, T./ 01/2009</p> <p>NN</p> <p>Anzahl: Ist: 0, Soll: 1, T./ 01/ 2009</p>	<p>Behörde</p> <p>Behörde</p> <p>Beirat</p> <p>Händler Schulen/ KiTa`en</p> <p>Behörde Händler</p> <p>Behörde Beirat, Händler, Behörde Ggf. Landesverband</p>

41

ANLAGE 5

<p>3. Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist optimal.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kundenbefragung durchführen 	<p>Anzahl: Ist: 0, Soll: 1, T./01/2009</p>	<p>Beirat, Händler, Behörde Beirat</p>
<p>4 Die Kundenbindung ist Mehrwert.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Internepräsentz Wochenmarkt/ Lage der Händler mit Selbstdarstellung herstellen, <u>Bio-/ Demeterliste, Vorbestellungen über Internet ermöglichen.</u> • Individuelle Berichterstattung über Produkte/ Händler in der Presse weiter verstärken. • unentgeltliches Verköstigung erwünscht. • Die Kunden können/ sollen an der Entwicklung des Wochenmarktes mitwirken (<u>Kundenforum</u>). • <u>Verlässlichkeit der Händlerpräsenz.</u> 	<p>Quote: Ist 0%, Soll: 50%, 1. HJ. 2009</p> <p>Anzahl der Berichte: Ist: 5, Soll: 12, T./01/2009</p> <p>Anzahl Probiermöglichkeiten: Ist: 5, Soll 10, T./01/2009</p> <p>Anzahl Foren: Ist: 0, Soll 5, T./01/2009</p> <p>(Siehe unten 6.)</p>	<p>Beirat, Händler, Behörde Händler Händler Beirat, Händler, Behörde Händler</p>
<p>5 Der Markt hat als Treffpunkt eine überörtliche Alleinstellung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sitzbänke als Ruhezone zwischen den Rabatten fahrzeuffrei halten. • <u>Erkennbare</u> „Wochenmarkttore“/ Gastronomie/ Schilder bei den Übergängen Nessler/ Haspa und Olfanten einrichten. • Entwicklung des Pavillons bzw. der Pavillonfläche vorrangig für die Entwicklung des Wochenmarktes einbeziehen, <u>z.B. für Einkaufs- Aufbewahrungshilfen.</u> 	<p>Anzahl Fahrzeuge: Ist: 6, Soll 0, T./01/2009</p> <p>Anzahl Hinweise: Ist: 0, Soll: 2, T./01/2009</p> <p>NN</p>	<p>Behörde Stadt Stadt, Beirat</p>

<p>6 Der Wochenmarkt ist bunt und lebendig.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zeitnahe Rechts- und Planungssicherheit über das Zeitfenster der anstehenden Baumaßnahmen auf dem Rathausplatz erzielen. • Individuelle Pflicht zur Betriebsfortführung/ Ersatzgestaltung bei urlaubsbedingter Abwesenheit einführen (bisher gegen den Willen der Markthändler). • Individuelle Pflicht zur Sortimentsumstellung bei branchenbedingter Abwesenheit einführen (bisher gegen den Willen vergleichbarer Branchen). • Qualität der Warteliste für kurzfristige Ersatzgestaltung steigern (bisher stehen Interessenten aufgrund fehlender Verkaufseinrichtungen nicht zur Verfügung). • Themenbezogene Sondermarktveranstaltungen initiieren (unattraktiv da ständiger Auf- und Abbau). • Extraflächen für die Unterbringung saison-branchenabhängiger Händler ausweisen, die bei Abwesenheit den Gesamteindruck des Wochenmarktes nicht schädigt (bisher gegen den Willen der Betroffenen). • Neuordnung der Marktstände mit Rücksicht auf Abwesenheitszeiten und Schaffung einer Kurzparkzone (bisher gegen den Willen der Marktbesucher s.o.). 	<p>Ist: 0, Soll: 1, T./ Sofort</p> <p>Laufende Meter Leerstand pro Markttag</p> <p>Mittwoch: Ist: 30, Soll: 30 Samstag: Ist: 30, Soll: 30</p> <p>Anzahl fehlende Händler pro Markttag</p> <p>Mittwoch: Ist: 3, Soll: 3 Samstag: Ist: 3, Soll: 3</p> <p>T. 01/ 2009</p>	<p>Stadt</p> <p>Der Marktbeirat wird sich gemeinsam mit Fachleuten des Landesverbandes Hamburg, für den ambulanten Handel, mit der Problematik beschäftigen und eine abschließende Empfehlung für den Hauptausschuss erarbeiten.</p>
---	--	--

<p>7 Das Kundenpotenzial ist überregional und erfasst alle Altersgruppen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Musikalische Begleitung des Wochenmarktes dulden.</u> • Präsenzmöglichkeit von insb. (Sport-) Vereinen auf dem Rathausvorplatz zur Verfügung stellen. • Glücksraktionen <u>beibehalten.</u> • Transportmöglichkeiten unterstützen. • Einkaufshilfen stellen. 	<p>Anzahl Aktionen: Ist: 1, Soll 4, T./ 01/ 2009</p> <p>Anzahl Aktionen : Ist 1, Soll 1, T./ 01/ 2009</p> <p>NN korrespondiert mit Rathauspavillon</p> <p>NN korrespondiert mit Rathauspavillon</p>	<p>Händler, Behörde</p> <p>Behörde</p> <p>Händler</p> <p>Beirat, Händler, Behörde</p> <p>Beirat, Händler, Behörde</p>
<p>8 Der Rathausplatz ragt durch Standortqualität hervor.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Anzahl der Fahrradabstellplätze erhöhen.</u> • <u>Kunden über vorhandene Parkmöglichkeiten und ÖPNV, AWO-Marktmobil umfassend informieren.</u> • <u>Kurzzeitparkzonen ausschließlich für Wochenmarktkunden im Bereich der Tiefgaragenzufahrt zum Rathaus schaffen (nicht Händler!)</u> • Fassaden der anliegenden Bebauung begrünen. • <u>Unebenheiten des Rathausplatzes beseitigen (Plützen/Stolperfallen)/ Regenabflüsse sanieren.</u> • Anliegende Gastronomie und den Einzelhandel in die Entwicklung mit einbinden. 	<p>Anzahl: Ist: 250, Soll ?, T./ ?</p> <p>Anzahl: Rathausstr.: Ist: 28 Soll: 30 T./</p> <p>Anzahl: Ist: 0, Soll: 1, T./ 11/ 2008</p> <p>Anzahl Parkplätze: Ist: 0, Soll 8, T./ 12/ 2008</p> <p>NN/ Rabatten wie vor dem Rathaus bepflanzen?</p> <p>NN</p> <p>Anzahl gemeinsamer Aktionen: Ist: 0, Soll: 1, T./ 12/ 2008</p>	<p>Stadt</p> <p>Behörde</p> <p>Stadt</p> <p>Stadt, Anlieger</p> <p>Stadt</p> <p>Beirat, Händler, Behörde</p>

<p>9 Die Markthändler sind besonders motiviert</p> <ul style="list-style-type: none"> • Standgebühren, sofern praktikabel, spitz berechnen. • Regelmäßige Informationen für die Marktgemeinschaft über die aktuellen Inhalte der Arbeit des Wochenmarktrates erstellen und in den Schaukasten hängen. • Die Marktversammlung gibt sich eine verbindliche Geschäftsordnung und regelt so z.B. den Informationsfluss, die Willensbildung und die Vertretung nach Außen. • Das Bewusstsein hinsichtlich der Gesamtverantwortung für das Gesamtwohl des Wochenmarktes stärken. 	<p>Jahresrechnung UA 7300 T./jährlich zum 1. Juli</p> <p>Anzahl der „Flyer“ im Schaukasten: Ist: 1, Soll: 4, T./12/2008</p> <p>Anzahl GO: Ist: 0, Soll: 1, T./1. HJ 2009</p> <p>Anzahl gemeinsamer Veranstaltungen: Ist: 5, Soll: 10, T./01/2009</p> <p>Vollzähligkeit bei „Mitgliederversammlung“: NN% T./02/2009</p> <p>Anzahl Owi wg. unerlaubter Abwesenheit: Ist: NN, Soll: NN, T./12/2008</p>	<p>Satzung, Beirat, Behörde</p> <p>Beirat, Händler, Behörde</p> <p>Händler</p> <p>Beirat, Händler, Behörde</p>
---	---	--

8