



Stadt Nienburg/Weser
Der Bürgermeister

Beschlussvorlage

Nr.: 3/019/2019/1

öffentlich

Datum: 09.12.2019

Produkt: 3009 Märkte und Veranstaltungen

Sicherheit und Ordnung

Auskunft erteilt: Röhrig, Bianka

Beratungsfolge:

| | |
|--|--|
| <u>Datum:</u> 13.01.2020 28.01.2020 | <u>Gremium:</u> Verwaltungsausschuss Rat der Stadt Nienburg/Weser |
|--|--|

Sachbetreff:

Wochenmarktkonzept

Finanzielle Auswirkungen:

- Keine Mittelbedarf < 10.000 € u. planmäßig verfügbar
- Mittelbedarf > 10.000 € (s. Anlage Finanzierung)
- Teilauftrag für eine beschlossene Gesamtmaßnahme; der festgelegte Finanzrahmen wird nicht überschritten (daher ohne Anlage Finanzierung)
- _____

Beschlussvorschlag:

Am bestehenden Wochenmarktkonzept wird in seinen Grundzügen festgehalten.

Zu diesen zählen:

1. Der Wochenmarkt wird als sogenannter „Grünmarkt“ ausgerichtet, d. h. es werden vornehmlich Gemüse, Obst, Blumen, Käse, Wurst/Fleisch und sonstige Nahrungsmittel aus eigenem Anbau/eigener Herstellung zugelassen.
2. Der Wochenmarkt beginnt um 8:00 Uhr und endet um 13:00 Uhr; den Händlern wird gestattet, bis 14:00 Uhr zu verkaufen (insbesondere Angebote zum Mittagstisch).

3. Die Aufstellung der Marktstände entlang der Langen Straße erfolgt beidseitig mit Front zur Gosse.
4. Der Wochenmarkt ist ein Ort der Begegnung und wird auch durch Events und saisonale Aktionen belebt.
5. Es findet ein gezieltes Marketing durch den Fachbereich Sicherheit und Ordnung statt.

Sachdarstellung:

Der Nienburger Wochenmarkt hat sich etabliert und garantiert am Mittwoch und Samstag eine stabile Frequenz an Gästen und Kunden in der Innenstadt. Im Rahmen der sogenannten Diskussion „Brennpunkt Innenstadt“ wurde seitens Politik und Einzelhandel jedoch wiederholt Kritik am Wochenmarktkonzept geäußert.

Dies wurde zum Anlass genommen, die Grundzüge des Konzeptes zu überprüfen. In der Zeit vom 18.09. – 12.10.2019 wurde eine Umfrage bei Wochenmarktbesucher*innen durchgeführt (siehe Anlage). Diese Umfrage ist mit 86 befragten Passant*innen nicht repräsentativ, aber eine aussagekräftige Grundlage für die Evaluation des Konzeptes.

Wochenmarkt als reiner Grünmarkt

Die Ausrichtung des Angebotes auf regionale Produkte aus dem Nahrungsmittelsegment war ein ausschlaggebender Punkt für den Stiftungspreis „Europas schönster Wochenmarkt“, der vor 10 Jahren vergeben wurde. Das Bewusstsein der Bürger*innen für gesunde Ernährung wächst ebenso wie das Bedürfnis, gegen den Klimawandel Produkte essen zu wollen, die nicht um die halbe Welt gereist sind. Darüber hinaus werden Plastikverpackungen beim Verkauf am Marktstand (soweit möglich) vermieden und gezielt umweltfreundliche Markttaschen angeboten. Die Umfrage bestätigt, dass die Aspekte wie „regionales Angebot“, „Vielfalt aus dem ländlichen Raum“, „Bio-Ware“ und „weniger Plastik“ die Attraktivität des Marktes ausmachen.

Öffnungszeiten

Die Frische der Waren ist nur in einem bestimmten Zeitfenster zu gewährleisten. Dies ist mit den Marktbesuchern ausführlich erörtert worden. Gleichzeitig ist festzustellen, dass die Nachfrage an Angeboten zum Mittagstisch auch über 13:00 Uhr hinaus besteht. Der Verkauf bis 14:00 Uhr wird daher geduldet. Gleichzeitig besteht für die Gemüse- und Blumenhändler, die die Frische ihrer Ware gewährleisten müssen, kein Zwang bis 14:00 Uhr zu verkaufen. Diese Kompromisslösung hat sich in den vergangenen Monaten bewährt. 57 % der befragten Wochenmarktbesucher gaben zudem an, dass sie den Wochenmarkt nicht häufiger besuchen würden, wenn er bis 15:00 Uhr geöffnet wäre. Die Frische der Waren ist jedoch das ausschlaggebende Kriterium für die Attraktivität des Marktes (51 % der Befragten). Die jetzige Regelung sollte daher beibehalten und im Rahmen der Überarbeitung der Marktsatzung auch verstetigt werden.

Aufbau der Marktstände

Es wurde gefordert, dass die Marktstände Rücken an Rücken aufgestellt werden sollen. Diesbezüglich wird darauf verwiesen, dass dies bereits im Rahmen der zweiten Planungswerkstatt (25.08.2017) mit dem Einzelhandel und der Politik nicht zur Umsetzung empfohlen wurde.

Auch ist eine umgedrehte Aufstellung aus Platzgründen nicht möglich: Zwischen den Wagen müsste in der Fahrbahnmitte ein mindestens 1 m breiter Streifen für die Kabelführung, Transportkisten, etc. verbleiben. Bei den Verkaufsmobilen würden bei ausgelegter Klappe und einer Verkaufsfläche von ca. 1 m bis zu den Häuserfronten nur noch ca. 2,50 m verbleiben. Dies ist als Rettungsweg zu schmal und würde im Übrigen auch implizieren, dass alle Warenauslagen und Außenbestuhlung sämtlicher Gastronomen und Händler vor den Hausfronten entfernt werden. Nicht berücksichtigt ist hier die Auf-

stellung der Laternen. Das Argument, die Rettungswege seien auch bei der derzeitigen Aufstellung nicht ausreichend, ist durch drei Testfahrten mit Feuerwehrfahrzeugen widerlegt. Bei einer Aufstellung Rücken an Rücken müssten die Kund*innen zudem umständlich um die „Marktinself“ herumlaufen, um von einem Stand zum anderen zu gelangen. Außerdem würde mit der Fläche zwischen den Marktständen die Möglichkeit der Begegnung, der spontane „Marktschnack“, eingeschränkt. Auch Auf- und Abbau wären bei mittiger Aufstellung erschwert.

Hinsichtlich der Änderung der Standaufstellung wird angeführt, dass die Eingänge zu den Geschäften von den Kund*innen nicht gefunden würden. Die Mitarbeiter des Fachbereiches Sicherheit und Ordnung bemühen sich ständig, die Aufstellung zu optimieren. Dies würde an einigen Stellen erleichtert, wenn die Vitrinen und die Litfaß-Säulen entfallen. Sollten sich die örtlichen Verhältnisse im Rahmen der städtebaulichen Umgestaltung der Langen Straße ändern, könnte eine Ausweitung der Marktfläche nach Norden erwogen und die Marktstände weiter auseinandergezogen werden. Dies wäre aber nur insoweit möglich, als dass der Gesamteindruck des Marktes als „Ganzes“ und der „Flair“ als Begegnungsort (siehe Punkt 4) erhalten bleiben.

Die Umfrage hat auch belegt, dass es sich bei dem größten Anteil um regelmäßige Besucher*innen (85 %) aus Nienburg (75 %) handelt, denen die Lage und Eingänge zu den Geschäften also größtenteils bekannt sind. 76 % der Besucher*innen geben an, dass sie den Wochenmarktbesuch mit einem Einkauf in den Einzelhandelsgeschäften (Schaufensterbummel) und den gastronomischen Betrieben verbinden. Dies belegt die Annahme, dass der Markt am Mittwoch und Samstag die Kundschaft in die Stadt holt. Da sich die Öffnungszeit nicht (wie vereinzelt gefordert) 1:1 mit der Ladenöffnungszeit deckt, besteht für die Einzelhändler die Gelegenheit, die Kundschaft anschließend zum Einkauf in die Läden zu ziehen.

Die Konkurrenz um die Fläche zwischen Wochenmarkt und Einzelhandel lässt sich nicht zur Zufriedenheit aller lösen. In der jetzigen Form und unter den derzeitigen infrastrukturellen Gegebenheiten sind beide Bedürfnisse aber angemessen berücksichtigt. Dass sich Wochenmarkt und Einzelhandel gegenseitig befruchten, belegt die Umfrage – wie oben ausgeführt – eindeutig.

Wochenmarkt als Ort der Begegnung

Der Wochenmarkt als Kommunikationsraum und Ort der Begegnung, als identitätsstiftende Marke („Marktschnack“) war auch ein herausragendes Kriterium bei der Verleihung des Preises „Europas schönster Wochenmarkt“. Von den Marktbesuchern geben 30 % an, dass das Treffen mit Bekannten den Nienburger Wochenmarkt besonders attraktiv macht. Bei dem Kampf gegen Supermärkte/Discounter und den Online-Handel werden sowohl für die Wochenmarkthändler als auch für die Einzelhändler die Atmosphäre und die Events immer wichtiger. Diesem Trend folgt der Nienburger Wochenmarkt durch regelmäßige Musik-Events, Walking-Acts, etc. Für den älteren Wochenmarktbesucher, der den Hauptteil der Kundschaft ausmacht, sind musikalische Events verzichtbar (45 %). Um aber langfristig auch jüngere Kunden und Familien zu gewinnen, ist es unerlässlich, Events und sonstige Aktionen in das Marktgeschehen zu integrieren. In der jüngsten Vergangenheit wurde das Angebot bereits um „Streetfood“ ergänzt.

Marketing

Für den Wochenmarkt wird gezielt geworben. Zum 10jährigen Jubiläum für „Europas schönster Wochenmarkt“ wurde das Logo neu designt, neue Markttaschen beschafft und auch die Ortseingangstafeln erneuert. Mit der Bonuskarte wird der Einkauf auf dem Wochenmarkt und damit der klimafreundliche Einkauf unverpackter, regionaler Ware „belohnt“. Hiervon profitieren insbesondere auch die Gastronomen, die die Kosten für das Marktfrühstück aus dem städtischen Haushalt erstattet bekommen. Die Kosten werden aus dem Wochenmarktbudget, welchem die Standgebühren der Händler als Erlöse zugerechnet werden, gedeckt. Die Bonuskartenaktion soll zunächst weitergeführt werden.

Die o. g. Grundzüge des Wochenmarktkonzeptes sollten daher bestehen bleiben und bei der Vorbereitung der Auslobung des städtebaulichen Wettbewerbs zur Innenstadtgestaltung Berücksichtigung finden.

Die Angelegenheit ist im Ausschuss für Sicherheit und Ordnung in der Sitzung am 26.11.2019 erörtert worden.

Dabei ist vorgeschlagen worden, im Beschlussvorschlag unter Ziffer 1. das Wort „ausschließlich“ durch „vornehmlich“ zu ersetzen, da z. B. auch Südfrüchte auf dem Wochenmarkt angeboten werden.