

# Mitteilung

## öffentlicher Teil

Gremium	Datum
Wirtschaftsausschuss	03.04.2014

### Statusbericht zur Entwicklung der Kölner Wochenmärkte

#### Top 7: Marktwesen

In der Sitzung des Wirtschaftsausschusses vom 12.12.2013 wurde die Verwaltung gebeten einen Sachstands- bzw. Statusbericht zur Situation der Kölner Wochenmärkte zu erstellen. Es wurde des Weiteren angeregt, über die Aufgabe des Standortes in Köln Kalk nachzudenken.

#### 1. Allgemeine Situation auf den Wochenmärkten

Der Wochenmarkt ist in der deutschen Kulturlandschaft eine Institution. Seit den Anfängen der Stadtbildung waren Märkte die Zentren des städtischen Lebens. Die Geschichte der Marktplätze in Deutschland geht bis in das 10. Jahrhundert zurück.

Durch die Nahversorgung durch Supermärkte, Einkaufszentren und andere Vertriebskonzepte haben die Marktplätze ihre Funktion als unverzichtbare Versorgungseinrichtungen zu einem großen Teil verloren. Dennoch gelingt es vielen Städten den Wochenmarktbetrieb aufrecht zu erhalten und auszubauen, weil das positive Einkaufserlebnis, das der Besuch des Marktes mit sich führt, von vielen Bürgern außerordentlich geschätzt wird. Der Aspekt von Frische und Regionalität kann von keiner sonstigen Verkaufsorganisation so gut garantiert werden, wie der Wochenmarkt es vermag.

Für das gesellschaftliche Leben sind die Grundstrukturen des Marktes von erheblicher Bedeutung: die Plätze dienen als Treffpunkt in Stadtteil und "Veedel", lokale Erlebnisse werden greifbar. Ein Stück Heimatgefühl entsteht. Der Wochenmarkt ist somit auch ein ganz wesentlicher Standortfaktor.

#### 2. Kölner Wochenmärkte

Als einer der größten Wochenmarktbetreiber in Deutschland betreibt die Kölner Marktverwaltung 38 Wochenmarktstandorte, die teilweise an zwei Tagen in der Woche stattfinden. Die Nachfrage nach Wochenmärkten und damit auch der Kundenbesuch konzentrieren sich jedoch schwerpunktmäßig auf den Freitag und Samstag. An diesen beiden Tagen finden in Köln aktuell 29 Wochenmarktveranstaltungen (von insgesamt 65 Veranstaltungen pro Woche) statt.

Zu den wichtigsten Artikeln auf den Wochenmärkten gehören nach wie vor:

1. Obst und Gemüse
2. Blumen
3. Eier
4. Wurst und Fleisch
5. Käse und andere Molkereiprodukte

6. Fisch
7. non food Artikel.

Die Anlässe für einen Einkauf bzw. den Besuch auf den Wochenmärkten sind in erster Linie die Frische der Produkte, die Qualität und das Einkaufserlebnis. Hierzu tragen u. a. auch die seit einigen Jahren auf einigen Wochenmärkten vorhandenen und gut etablierten Kaffeestände bzw. Kaffeeröster, sowie Reibekuchenstände und Grillhähnchenverkaufswagen bei, die teilweise auch Sitzgelegenheiten zum Essen am Stand anbieten. Damit wird die Verweildauer der Kunden vor Ort erhöht.

Allerdings ist schon seit Jahren eine allgemein rückläufige Tendenz auf den Wochenmärkten erkennbar. Versuche an zwei neuen Standorten (Dünnwald und Widdersdorf) einen neuen Wochenmarkt zu betreiben, sind trotz umfangreicher Vorbereitung nicht angenommen worden. Maßgeblich hierfür war vor allem, dass es nicht gelungen ist, den Standort mit einem Vollsortiment zu bestücken, so dass die Kunden teilweise nur ergänzende Einkäufe erledigen konnten und fehlende Artikel an anderer Stelle (Discounter, Einzelhandelsgeschäft) erwerben mussten.

Hinzu kommt, dass bei einem Neustart die Händler ein gewisses Steh- und Durchhaltevermögen mitbringen müssen, damit ein neuer Markt die Chance bekommt sich zu entwickeln. Fehlt dieses finanzielle bzw. wirtschaftliche Stehvermögen, dann wird die Händlerin bzw. der Händler schon nach kurzer Zeit aufgeben, da das wirtschaftliche Risiko zu groß und letztendlich die Existenz des Geschäftes damit gefährdet ist. Grundsätzlich braucht ein neuer Markt rund zwei Jahre, um sich fest zu etablieren.

Die weiteren Ursachen für die rückläufige Tendenz sind sehr vielfältig und von Standort zu Standort unterschiedlich. Allerdings gibt es einige Hauptursachen, mit denen alle Wochenmarktstandorte zu kämpfen haben:

- Nachfolgeproblematik: Es fehlen geeignete Personen, die bereit und in der Lage sind, einen Wochenmarktstand zu betreiben
- Das Durchschnittsalter der Wochenmarktkunden bewegt sich inzwischen ab 50 Jahre aufwärts. Das jüngere Publikum fehlt.

### **3. Wirtschaftlichkeit der Kölner Wochenmärkte**

Durch die zuvor aufgeführten Punkte ist die Vergabe von Standmetern auf den Wochenmärkten schon seit einigen Jahren rückläufig.

Konnten in 2008 noch rd. 830.000 laufende Meter vergeben werden, waren es in 2013 nur noch rd. 700.000 lfd. Meter (2009: 814.000 lfd. Meter, 2010: 811.370 lfd. Meter, 2011: 794.000 lfd. Meter, 2012: 757.770 lfd. Meter und 2013: 720.309 lfd. Meter).

Diese Entwicklung ist jedoch nicht Köln spezifisch sondern deutschlandweit erkennbar. Auch in allen anderen Großstädten sind die Zahlen rückläufig.

Trotz dieser Rückläufe liegt der Kostendeckungsgrad im Bereich der Kölner Wochenmärkte aber insgesamt immer noch bei 101,88 % in 2012. Für 2013 liegen aktuell noch nicht alle Zahlen vor, so dass für das abgelaufene Jahr noch kein Kostendeckungsgrad ermittelt werden konnte.

Obwohl die einzelfallbezogene Betrachtung bei einigen Wochenmärkten einen negativen Kostendeckungsgrad aufweist, hat die Marktverwaltung bislang nur den Wochenmarkt in Köln-Lindenthal (Lindenthalgürtel) aufgegeben (und da auch nur den Dienstagsmarkt, da nur noch ein bis zwei Händler den Markt bestückt haben. Der freitags stattfindende Markt in Lindenthal wird weiter betrieben).

Gründe für diese Vorgehensweise sind:

- die vor Ort agierenden Händler erzielen immer noch genügend Umsatz und können somit ihr Geschäft betreiben und ihren Beruf ausüben
- Nahversorgung kann aufrecht erhalten werden

- der erforderliche Personalaufwand seitens der Marktverwaltung ist vertretbar
- der Marktplatz bleibt belebt

Sollte der Gesamtdeckungsgrad aller Wochenmärkte jedoch unter 100 % fallen oder sich die Situation einzelner Wochenmärkte weiter verschlechtern, können auch weitere Schließungen nicht ausgeschlossen werden.

#### **4. Prognosen/ Trends und Initiativen**

Gemeinsam mit anderen Wochenmarktbetreibern in Deutschland diskutiert die Marktverwaltung derzeit die unterschiedlichsten Strategien und Maßnahmen, um das Wochenmarktgeschäft für die Kundinnen und Kunden sowie die Wochenmarkthändlerinnen und -händler zu attraktiveren.

Hierbei sind aktuelle Trends wie die "Lifestyle – Welle" für Frisches und Regionales mit einzubeziehen.

Aber auch das Thema "Event – Markt" und das veränderte Einkaufsverhalten der Bevölkerung (Stichwort: andere Öffnungszeiten) werden auf breiter Ebene diskutiert und in naher Zukunft eine große Rolle spielen bzw. zu einer Veränderung auf den Wochenmärkten führen.

Die Wochenmarkthändler in Köln haben sich für 2014 gemeinsam mit der Marktverwaltung und dem in Köln agierenden Ökomarktbetreiber (Agrarkonzept GmbH) dazu entschieden, eine Imagekampagne zu starten, deren Ziel es ist, positive Assoziationen zu wecken, damit mehr Menschen zu den Märkten kommen.

Diese Imagekampagne soll mit verschiedenen Maßnahmen und Bausteinen ausgefüllt werden, um alle Zielgruppen anzusprechen und die Wochenmärkte tiefer ins Bewusstsein zu rücken.

Die bisher bestehende Dachmarke "Mein Wochenmarkt" soll mit einem modernen Look, insbesondere

- verschiedene Zielgruppen ansprechen
- den Frischeaspekt (knackiger Apfel), Lebensgefühl, gesellschaftliche Bedeutung von Wochenmärkten herausstellen
- herkömmliche Marktbesucher halten und junge Leute/neue Zielgruppen zum Markt führen

Einer dieser Bausteine ist das in der Anlage beigefügte Pixiebüchlein, welches Spannung und Neugierde bei potenziellen Kunden wecken soll, die Kölner Wochenmärkte zu besuchen.

Ergänzend dazu startet Mitte März 2014 die neue Plakataktion im Kölner Stadtgebiet, die den Einkauf und das Erlebnis Wochenmarkt auch den jüngeren Kundinnen und Kunden näher bringen soll und somit eine zusätzliche Zielgruppe anspricht.

Weitere Bausteine (u. a. Zusammenarbeit mit der Kölner Mediengruppe) sind in Vorbereitung.

#### **5. Wochenmarkt Kalk**

Seit der Eröffnung in 2010 hat sich der Markt sehr positiv entwickelt und mittlerweile einen Kostendeckungsgrad von über 100 % erreicht. Auch die Anzahl der Wochenmarkthändler ist von anfangs drei Händlern auf nunmehr fünf feste Händler gestiegen.

Der Wochenmarkt hat sich somit zu einer festen Größe entwickelt und trägt zu einem positiven Gesamtdeckungsgrad aller WM bei.