

Beantwortung einer Anfrage nach § 4 der Geschäftsordnung

öffentlicher Teil

Gremium	Datum
Wirtschaftsausschuss	02.05.2019

Anfrage der CDU-Fraktion im Rat der Stadt Köln, Fraktion Bündnis 90/Die Grünen im Kölner Rat gemäß § 4 der Geschäftsordnung des Rates im Wirtschaftsausschuss zu den weiteren Perspektiven der Kölner Wochenmärkte

In Köln existieren derzeit 66 Wochenmärkte an 39 Standorten. Für die Versorgung der Bevölkerung in den jeweiligen Stadtteilen – insbesondere mit frischen Lebensmittelprodukten wie Obst, Gemüse, Fleisch und Fisch - kommt ihnen seit Jahren eine große Bedeutung zu. Sie haben einen relevanten Stellenwert bei der Vermarktung regionaler Lebensmittel. Allerdings stehen viele Wochenmärkte infolge der Veränderungen im Einkaufsverhalten vor neuen Herausforderungen.

Mit dem Ziel einer zukunftssträchtigen Förderung dieser Marktangebote bitten wir die Verwaltung um Beantwortung folgender Fragen – auch in Hinsicht auf die perspektivische Ausrichtung der Märkte.

Frage 1:

Wie haben sich in den letzten fünf Jahren die Anzahl der Wochenmärkte einschließlich der Ökomärkte entwickelt? – Darstellung der Umsatzentwicklung an den Standorten, Zusammensetzung der angebotenen Produkte (Food, Bio-Produkte, Non-Food, Veränderungen bei den Marktbesuchern, Veränderungen der Leistungsentgelte.

Antwort der Verwaltung:

Die Zahl der Ökomärkte hat sich in den letzten fünf Jahren nicht verändert. Es gibt insgesamt sechs Ökomärkte an vier Standorten. Hier werden nur Produkte des ökologischen Landbaus – vorzugsweise aus der Region Köln angeboten. Die Umsätze auf den einzelnen Ökomärkten sind nach Mitteilung der vertraglich mit der Durchführung beauftragten Agrarkonzept GmbH insgesamt als gut zu bezeichnen.

Die Zahl der Wochenmärkte ist im Wesentlichen in den letzten fünf Jahren gleich geblieben. Einzelne Wochenmärkte, z. B. in Vogelsang bzw. in Ehrenfeld am Dienstag wurden mangels anbietender Handelnder eingestellt. Andererseits wurden neue Wochenmärkte anhand der Bedürfnisse der Kunden hinsichtlich erweiterter Öffnungszeiten konzipiert. Insbesondere der Wochenmarkt am Chlodwigplatz (donnerstags von 11 - 18 Uhr) und der Abendmarkt Neptunplatz (bis 31.12.2018 mittwochs 16 - 21 Uhr, Wiedereröffnung ist beabsichtigt) sind hier hervorzuheben. Diese Märkte werden von den Kunden sehr gut angenommen.

Die Umsätze der Handelnden sind nach Angaben der Marktsprecherinnen und Marktsprechern in den letzten Jahren gerade an den üblichen Markttagen in der Woche zurückgegangen.

Konkrete Umsatzzahlen liegen der Verwaltung nicht vor.

Die Leistungsentgelte sind von ursprünglich 1,80 € brutto auf 2,12 € brutto für Dauerhändlerinnen und Dauerhändler und von ursprünglich 2,40 € brutto auf 3,15 € brutto für Tagesplatzhändlerinnen und

Tagesplatzhändler gestiegen.

Das Angebot an qualitativ hochwertigen Frischwaren (Obst, Gemüse und Lebensmittel) geht auf den einzelnen Märkten, gerade in der Woche, zurück. Darüber hinaus ist es schwierig, Märkte mit einem ausgewogenen Frischwarensortiment (Backwaren, Fleisch, Fisch, Geflügel, Käse) zu finden. Stattdessen beantragen zunehmend Handelnde für Textilien einen Standplatz. Bio-Produkte werden auf den Wochenmärkten nur teilweise angeboten. Dadurch werden die Märkte insgesamt nicht mehr so gut angenommen. Eine Ausnahme bilden die Wochenmärkte, die samstags stattfinden.

Ein stetig zunehmendes Problem ist die Geschäftsnachfolge. Der Altersdurchschnitt der Handelnden ist recht hoch und es gibt oftmals Schwierigkeiten bei der Übernahme und Weiterführung der Geschäfte.

Frage 2:

Welche neuen Märkte wurden in den letzten fünf Jahren mit welchen Vergabekonditionen (Betreiber, Produkte, Öffnungszeiten, Leistungsentgelte, Vertragslaufzeit) an private Marktbetreiber vergeben?

Antwort der Verwaltung:

Seit dem 20.08.2015 wird der „Feierabend- bzw. meet & eat“ Markt am Rudolfplatz von der Agrarkonzept GmbH bewirtschaftet. Grundlage hierfür bildet die partnerschaftliche Vereinbarung zwischen der Agrarkonzept GmbH und der Stadt Köln, Amt für Liegenschaften, Vermessung und Kataster - Marktverwaltung - über die Bewirtschaftung des „meet & eat“ Marktes Rudolfplatz vom 15.06.2015.

Der Markt findet donnerstags in der Zeit von 16 - 21 Uhr statt. Es werden Waren des täglichen Bedarfs angeboten (Obst, Gemüse, Brot und Backwaren, Milch- und Molkereiprodukte, Fleisch- und Wurstwaren etc.). Darüber hinaus werden auch Nicht-Lebensmittel angeboten, die einen engen Bezug zu Lebensmitteln und Kochen mit sich bringen. (Kochutensilien, Blumen etc.). Weiterhin können Speisen und Getränke angeboten werden. Alkoholische Getränke dürfen ausschließlich in Verbindung mit Speisen angeboten werden.

Die Kosten für 15 qm Standfläche betragen 85,00 € täglich. Die Bereitstellung der überdachten Fläche, der Tische und Bänke, Werbeanhänger, Heizung, Stehtafeln etc. sind Leistungen der Veranstalter. Zusätzlich wird die Fläche für Stehtische direkt vor den Ständen unentgeltlich angeboten.

Die Vereinbarung wurde auf unbestimmte Zeit abgeschlossen und tritt außer Kraft, sobald der meet & eat Markt nicht mehr stattfindet und auch in absehbarer Zeit nicht mehr stattfinden wird.

Frage 3:

Welche Veränderungen und Trends, z. B. Spezialisierungen, Streetfood, Naschmärkte etc. sind beim Angebot und den Konsument/innen erkennbar und welche Erkenntnisse und Handlungsnotwendigkeiten leitet die Verwaltung daraus ab?

Antwort der Verwaltung:

Der meet & eat Markt am Rudolfplatz im Zentrum von Köln wird lt. Veranstalter sehr gut angenommen. Als Trend ist ein stark zunehmender „Außer-Haus“ Verzehr zu beobachten. Zusätzlich sind bei jungen Familien beide Partner berufstätig, so dass sich eine Verlagerung der Einkaufs- und Ausgehzeiten zum Abend immer weiter verstärkt. Auf diesem Markt gibt es ein großes Angebot an Streetfood. Auch Naschangebote sind zu finden. Das gleiche gilt für den Abendmarkt am Neptunplatz (Öffnungszeiten: Mittwochs 16 bis 21 Uhr, Wiedereröffnung ist geplant) und den Markt am Chlodwigplatz (Öffnungszeiten: Donnerstags 11 bis 18 Uhr).

Naschangebote (Kaffee, Pralinen, Pasta) werden weiterhin auf bestimmten Märkten, z. B. in Brauns-

feld gut angenommen.

Eine seitens der Marktverwaltung durchgeführte Befragung auf einigen ausgewählten Wochenmärkten im Jahre 2015 ergab unterschiedliche Bedürfnisse der Konsumentinnen und Konsumenten in den einzelnen Stadtteilen. Insbesondere fällt diesen negativ auf, dass auf einzelnen Märkten beispielsweise kein Käse- bzw. Geflügel mehr angeboten wird. Weiterhin besteht ein großes Interesse an Bioprodukten.

Einige befragte Personen wünschen sich geänderte Öffnungszeiten, zumindest an einem der Markt-tage, damit auch Berufstätige das Angebot nutzen können. Geänderte Öffnungszeiten sind jedoch nicht auf allen Märkten sinnvoll, zumal die Händler zum Teil kein Interesse haben ihre Waren bis in den Abend hin anzubieten.

2016 hat die Media Vermarktung Rheinland 301 Teilnehmer des Online Leserpanels des Kölner Stadtanzeigers u. a. zur Verbesserung der Attraktivität des Wochenmarktes befragt. Insgesamt wurden folgende Punkte von den Befragten als attraktivitätssteigernd angesehen:

- Erweiterung der Öffnungszeiten
- mehr Verkaufsstände/Auswahl
- mehr Verkostungsmöglichkeiten
- bessere Parkmöglichkeiten
- Einführung von Themenwochen
- größeres Angebot an internationalen Produkten

Diese Anregungen werden, soweit möglich, bei der Planung der Wochenmärkte berücksichtigt.

Darüber hinaus hat die Verwaltung die Ergebnisse der Befragung seinerzeit im Rahmen einer Informationsveranstaltung an interessierte Markthändlerinnen und Markthändler weitergegeben, die z. B. bereits teilweise Verkostungsmöglichkeiten anbieten.

Nur durch intensive Marktbeobachtung können die Handlungsnotwendigkeiten auf den einzelnen Märkten herausgefiltert werden. Die Verwaltung tauscht sich dazu u. a. mit den Marktsprecherinnen und Marktsprechern der einzelnen Märkte aus. In Zukunft sollen verstärkt Befragungen der Konsumentinnen und Konsumenten auf allen Märkten durchgeführt werden.

Grundsätzliche Aussagen und Empfehlungen zu möglichen Weiterentwicklungsperspektiven der Kölner Wochenmärkte werden darüber hinaus im Rahmen der aktuellen Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts durch den von der Stadt beauftragten Gutachter erarbeitet und finden Eingang in die Beschlussvorlage zum Einzelhandelskonzept. In diesem Rahmen wird eine Analyse der zurzeit bestehenden Marktangebote auf Stadtbezirksebene erfolgen. Hierzu werden alle Angebote in sogenannten „Marktpässen“ erfasst, übersichtlich dargestellt und mit Bewertungen und Aussagen zur jeweiligen Entwicklungsperspektive versehen. Die Verwaltung hat zu diesem Zweck auch im Rahmen der letzten „Leben in Köln“-Umfrage Einwohner zum Thema Wochenmarktnutzung befragt. Die Auswertung der Fragen nach u. a. Häufigkeit und Ort eines Wochenmarktbesuchs sowie ggf. Gründe für die Nichtnutzung des Wochenmarktangebots fließen in die Analyse im Rahmen des Einzelhandelskonzepts ein.

Frage 4:

Welche Maßnahmen sind aus Sicht der Verwaltung sinnvoll, um einerseits den Bestand zu gewährleisten und andererseits die Ausweitung der Märkte (Produktpalette, Öffnungszeiten, neue Standorte) zu fördern und ihre Funktionen für die lokale Versorgung der Bevölkerung zu stärken?

Antwort der Verwaltung:

Regelmäßige Befragungen der Konsumentinnen und Konsumenten zum Einkaufsverhalten auf den

Wochenmärkten und den Bedürfnissen für die Zukunft sollen die konzeptionelle Weiterentwicklung unterstützen.

Weiterhin erfolgt bereits eine reichweitenstarke und verzahnte Kommunikation über die folgenden verschiedenen Medienkanäle, um die Vielfalt, Regionalität, Qualität und mitunter Einzigartigkeit der Produkte der Kölner Wochenmärkte einem breiten Publikum darzustellen. Dies dient der Erhaltung des Stammpublikums und der Gewinnung neuer Käuferschichten.

- Kölner Stadt-Anzeiger/Kölnische Rundschau Print: hohe Reichweite + kaufkräftiges Publikum
- Kölner Stadt-Anzeiger/Kölnische Rundschau + EXPRESS Köln Digital (Desktop + Mobile) www.ksta.de, www.rundschau-online.de, www.express.de : hohe Reichweite, jüngere und kaufkräftige Leser + nachhaltiges Werbeformat in redaktionsnaher Anmutung, vereint auf „Themenwelt Kölner Wochenmärkte“ 365 Tage für den User erreichbar auf Desktop + Mobil
- SocialMedia Facebook + Instagram Post mit begleitender AdKampagne mit zielgruppengenauen Ausspielung (Targeting) an jüngere und zusätzliche Zielgruppe, ergänzt um Videoformat, welches in eigenem Youtube-Kanal eingebunden ist und über Facebook und den digitalen Ausspielungen auf den Newsseiten verbreitet wird

Frage 5:

Auf welche Art und Weise organisiert die Marktverwaltung die Kommunikation mit den Marktbesckern und welche Rolle kommt dem Marketingbeirat zu?

Antwort der Verwaltung:

Jeder Markt hat eine Marktsprecherin oder einen Marktsprecher, die die Interessen der jeweiligen Marktbeschickerinnen und Marktbeschickern vertreten.

Die Verwaltung organisiert derzeit halbjährliche Sitzungen mit den Marktsprecherinnen und Marktsprechern, um die aktuellen Probleme auf den einzelnen Märkten herauszufiltern. Die letzte Sitzung fand am 18.03.2019 statt. Die Zukunft der Kölner Wochenmärkte wurde von allen Teilnehmenden als zentrales Problem erkannt. Die Verwaltung beabsichtigt daher, einen Arbeitskreis mit ausgewählten Marktsprecherinnen und Marktsprechern zu diesem Thema zu gründen.

Der Marketingbeirat hat die Aufgabe, Entscheidungen hinsichtlich der Planung und Umsetzung von Marketingmaßnahmen zur Stärkung der einzelnen Wochenmärkte herbeizuführen.

Gez. Greitemann i.V. für Blome