

„Marktkonzept Innenstadt 2020“ - als Teil des Marktkonzeptes für Aachen

1. Vorbemerkungen

Das vorliegende Teilkonzept „Marktkonzept Innenstadt 2020“ befasst sich mit Maßnahmen zur Sicherung und Steigerung der allgemeinen Akzeptanz und Nachfrage der Wochenmarktangebote auf dem Aachener Markt. Dort finden derzeit dienstags und donnerstags die regelmäßigen Wochenmärkte statt.

Weitere Märkte – weder die Wochenmärkte in den Stadtbezirken, noch die Märkte mit anderen Themen (z.B. Trödelmärkte, Quartiersmärkte) werden in diesem Teilkonzept nicht behandelt. Auch der samstags auf dem Münsterplatz stattfindende Biomarkt ist nicht Bestandteil dieses Konzeptes. Er befindet sich aktuell in einer thematischen Überarbeitung durch FB 23. Dennoch sind sie wichtige Bestandteile des Aachener Marktwesens, die in einem „Gesamtkonzept Aachener Marktwesen“ Berücksichtigung finden sollten.

2. Bestehende Wochenmärkte und deren Akzeptanz

In der Aachener Innenstadt finden dienstags und donnerstags auf dem Aachener Markt Wochenmärkte mit Frischeprodukten wie z.B. Obst-, Fleisch-, Käse-, Brot-, Fisch- und Delikatessenwaren statt. Außerdem werden Blumen sowie Produkte eines Baristawagens angeboten. Am Samstag findet darüber hinaus auf dem Münsterplatz ein Biomarkt statt.

Während der Markt am Donnerstag sehr gut frequentiert ist und ausreichend Marktanbieter vorhanden sind, ist nach Analyse festzustellen, dass der Markt am Dienstag durch entsprechende Maßnahmen zur Steigerung von Akzeptanz und Nachfrage unterstützt werden sollte.

Des Weiteren haben viele Städte und auch Aachener Stadtbezirke, wie z.B. Burtscheid, gute Erfahrungen mit der Einführung eines „Feierabend-Marktes“ gemacht. Der Burtscheider Feierabend-Markt findet in regelmäßigen Abständen donnerstags in der Zeit von 17:00 bis 21:00 Uhr statt. Der Donnerstag eignet sich zur Durchführung eines Feierabend-Marktes in besonderem Maße, da die Menschen bereits in Wochenendstimmung sind und in gelöster Atmosphäre dem Wunsch nach Kommunikation und attraktiver Freizeitgestaltung nachgehen können.

3. Maßnahmen zur Stärkung und Schärfung des Profils der Wochenmärkte

Zur Sicherung und Steigerung der Attraktivität der Wochenmärkte in der Aachener Innenstadt sollten beide Märkte – sowohl am Dienstag, als auch am Donnerstag – der allgemeinen Veränderung der Nachfrage und des Freizeitverhaltens durch die Konsumenten angepasst werden. Ursächlich für die Veränderung der Nachfrage und des Freizeitverhaltens sind insbesondere flexiblere Arbeitszeiten sowie die fortschreitende Digitalisierung. Hierauf ist in entsprechender Weise durch Veränderung bzw. Anpassung des Angebotes zu reagieren. Folgende konkrete Maßnahmen werden daher durch den „Arbeitskreis Marktwesen“ vorgeschlagen:

3.1. Veränderung des Wochenmarktes am *Dienstag*

Der Wochenmarkt am Dienstag ist zunehmend von einem Rückgang der Besucherfrequenz betroffen. Zwar gibt es eine Stammklientel, die regelmäßig ihren Bedarf an Frischeprodukten hier abdeckt, so ist dennoch ein schleichender Rückgang zu beobachten. Dies betrifft auch die Belegung des Marktes durch Marktbesucher bzw. Anbieter.

Aus diesem Grund bietet eine Ergänzung des Marktes durch sog. „Streetfood-Angebote“ die Möglichkeit, den Dienstagsmarkt attraktiver zu gestalten. Die Stände, die Streetfood anbieten, könnten direkt vor dem Rathaus stehen, die Stände, mit den regulären Marktangeboten; direkt gegenüber in Richtung Karlsbrunnen aufgestellt werden. So bietet sich der bestehenden Zielgruppe eine attraktive Marktstraße mit einem durch hochwertige Imbiss-Stände ergänzten Angebot.

Durch eine Anpassung der Betriebszeiten des Marktes von 11:00 bis 17:00 Uhr können neue Zielgruppen gewonnen werden, da viele Menschen das zusätzliche Angebot als Mittagsimbiss nutzen und wiederum andere Menschen ggf. nach Feierabend noch Einkäufe auf dem Markt tätigen können.

3.2. Einführung eines regelmäßigen Feierabend-Marktes zusätzlich am *Donnerstag*

Der Wochenmarkt am Donnerstag erfreut sich einer guten Nachfrage. Am bestehenden Konzept sollte vorerst nichts verändert werden.

Dennoch gehen die Überlegungen dahin, zusätzlich zum bestehenden Angebot des Donnerstagsmarktes in den Sommermonaten einmal monatlich einen „Feierabend-Markt“ anzubieten, der mit saisonal wechselndem Schwerpunktthema (und Namen) sein Image und seine Attraktivität in einer überschaubaren Zeit aufbauen kann. Die Betriebszeiten des Feierabend-Marktes könnten zunächst von 17:00 bis 21:00 Uhr festgelegt werden. So wird einerseits den Berufstätigen die Möglichkeit gegeben, den Markt als Treffpunkt nach Feierabend zu nutzen, andererseits wird ein Ausufer in den späten Abend verhindert.

Die Einbindung der umliegenden Gastronomiebetriebe durch je nach Motto bedingte ergänzende Angebote sowie die Beteiligung des Handels, ggf. durch verlängerte Öffnungszeiten, ist angedacht.

Wünschenswert wäre zusätzlich eine Ergänzung des Marktes um kleinere Event-Elemente und/oder Musik (je nach Thema des Marktes). Ein Grundangebot an Speisen und Getränken sollte gewährleistet sein, zusätzlich entsprechende Angebote der jeweiligen speziellen Themen.

Als saisonale Themen kommen folgende Vorschläge in Frage:

- A.) Frühlingserwachen (Anfang Mai)
 - Spargelangebote, passende Weine, „alles aus Beeren“ etc., passendes Rahmenprogramm
- B.) Sommermarkt (im Laufe des Juni)
 - Barbecue in Zusammenarbeit mit den Aachener Metzgereien, passende Angebote, passendes Rahmenprogramm
- C.) Dreiländermarkt (im Laufe des Juli)
 - Europa entdecken, Spezialitäten aus B und NL, belgische Biersorten, kleine Stände aus den Nachbarländern, z.B. Kloster Val Dieu etc.
- D.) Weinlese (im Laufe des August)
 - Schwerpunkt ausgesuchte Wein- und Käseangebote etc., passendes Rahmenprogramm
- E.) Erntedankmarkt (Ende September, Anfang Oktober)
 - Alles mit Kürbis..., Mais, Craftbiere, etc.

4. Notwendige Rahmenbedingungen

Die Sicherung der Wochenmärkte auf dem Aachener Markt ist zur Erhaltung der Angebotsvielfalt in Aachen unerlässlich. Hierzu ist jedoch vor allem die Erreichbarkeit der Märkte auf dem Aachener Marktplatz zu gewährleisten. Insbesondere die Menschen aus den Außenbezirken müssen die Veranstaltungen in guten Taktfrequenzen besuchen und auch wieder verlassen können. Aber auch diejenigen, die über kein eigenes Fahrzeug verfügen, wie z.B. Seniorinnen und Senioren, dürfen nicht außer Acht gelassen werden. Das Angebot des ÖPNV muss durch das bereits angedachte Konzept des MARKTLINERS ergänzt werden. Nur so können optimale Rahmenbedingungen für alle Veranstaltungen auf dem Markt geschaffen werden. Hier sind die entsprechenden politischen Beschlüsse zeitnah vorzubereiten.

Um die beschriebenen Maßnahmen einer erfolgreichen Realisierung zuführen zu können, ist ein/e „Projektverantwortliche/r“ bzw. Koordinator/in unabdingbar. Diese Person könnte z.B. beim FB 23 der Stadt Aachen angesiedelt sein. Dort ist man traditionell seit langer Zeit mit dem Marktwesen betraut und verfügt über die entsprechende Expertise. Zu den Aufgaben der beschriebenen Stelle würde u.a. die Absprache der Termine mit den anderen Stadtbezirken gehören, aber auch die Akquise nötiger Partner, Marktbesucher, Sponsoren oder die verwaltungsinterne Einholung nötiger Genehmigungen etc.

5. Vermarktung

Die Vermarktung der Feierabendmärkte sowie die Veränderungen des Dienstags-Wochenmarktes könnten über die bekannten und bereits bestehenden Kanäle folgender Partner abgewickelt werden:

- MAC
- Einkaufen in Aachen
- Stadt Aachen (FB 13)
- aachen tourist Service
- Social Media Kanäle sowie Newsletter der Partner

6. Schlussbemerkungen

Der „Arbeitskreis Marktwesen“ des MAC ist davon überzeugt, dass vor dem Hintergrund der Nachfrageveränderungen die beschriebenen Maßnahmen die Existenz der Wochenmärkte auf dem Aachener Markt sichern wird und zum Erfolg in den kommenden Jahren einen Beitrag leisten kann. Ein Schulterschluss aller Beteiligten sowie ein konzertiertes Vorgehen der Akteure sind jedoch unabdingbar. Entsprechende Gespräche mit Politik und Verwaltung sowie die Überarbeitung der Aachener Marktsatzung werden zur Einleitung des Veränderungsprozesses erforderlich sein.

Aachen, 05. März 2020

MAC – Märkte- und Aktionskreis City e.V.

Thesenpapier Marktwesen der Fachbereiche 02, 23 und 61

Ausgangslage

- Beschwerden / Diskussionsbedarf der Marktbesucher wegen rückläufiger Besuchszahlen v.a. des Dienstags-Innenstadtwochenmarktes
- Diskussionsrunde auf Einladung des OB Ende 2019
- Forderung der Besucher: Verlagerung auf den Friedrich-Wilhelm-Platz
- Diskussion im WLA: Politik spricht sich gegen Verlagerung aus
- Vereinbarung einer gemeinsamen Stellungnahme der Marktbesucher / Einzelhandel / Gastronomie / Verwaltung
- Mai 2020 Vorlage eines Thesenpapiers durch den MAC
- Die dort enthaltenen Thesen decken sich größtenteils mit der Einschätzung der Verwaltung

Derzeit 4 Marktformate in Aachen :

Wochenmärkte

(Di. + Do. Innenstadt, dazu Märkte in den Bezirken Di. bis Sa.), i.d.R. mit Frischeprodukten, Blumen, Baristawagen

Ausgangslage:

- Einigkeit besteht darin, dass der Donnerstagsmarkt gute Frequenz bringt, der Dienstagsmarkt ist weniger gut besucht und verliert an Attraktivität, die Besucher fordern Verlagerung zum Elisenbrunnen
- Eine Standortverlagerung kann nur in einer Gesamtzusammenschau beurteilt werden. Hier sind neben marktlogistischen Aspekten und Sicherheitsaspekten insbesondere auch die städtebaulich-fachliche und stadtgestalterische Kriterien zu beachten. Eine Standortverlagerung zum Elisengarten wird vor diesem Hintergrund kritisch gesehen.
- Es besteht Einvernehmen, das Format Wochenmarkt neu auszurichten
- Ziel: Sicherung und Steigerung von Akzeptanz und Nachfrage

Mögliche Ursachen:

- geändertes Freizeit- und Konsumverhalten, geänderte Nachfrage
- nicht mehr ausreichendes Angebot, Frage der Qualität
- fehlende inhaltliche Profilierung (= Marke) der Märkte bzw. Fehlen eines ganzheitlichen Ansatzes der Vermarktung
- Mangel an gestalterischer Attraktivität der Märkte (Corporate Design der Buden, etc.)
- zu wenig Anbieter

- Ergänzung „Streetfood“ sinnvoll
- Mehr Aufenthaltsqualität schaffen
- Längere / Spätere Standzeiten (11 bis 17 Uhr)
- Erreichbarkeit Markt (Marktliner)
- Frage des Standortes, Markt politisch (bisher) gewollt, 2018 wurden Senkelektranten eingebaut,
- Katschhof als neuer Marktplatz (bietet Größe für neues Format, bessere Erreichbarkeit für ÖV Nutzer)

Nächste Schritte:

- Analyse der tatsächlichen Ursachen, Besucherströme analysieren, Befragung Marktbesucher, -beschicker, Gastronomen und Einzelhändler
- Überprüfung und vergleichende Gegenüberstellung der möglichen (bestehenden, ggf. auch neuen) Marktstandorte > finaler Vorschlag
- Überprüfung und vergleichende Gegenüberstellung der Markttermine und deren Häufigkeit > finaler Vorschlag
- Markenbildung (Eu-)Regional-/Frischemarkt prüfen; gelegentliche Ergänzung um Bauernmarkt?
- Neue Kundengruppen erschliessen und binden (z.B. Familien > Angebote für Kinder schaffen, letzte Stunde „StudiHour“ mit vergünstigten Preisen, Kennenlerngutscheine, Treue-/Rabattkarte)
- dazu und generell Ausbau der Kooperationen mit Einzelhandel und Gastro
- als gelegentliche Sonderaktion Probier-/Genusstag einführen
- Einbezug des Wochenmarktes in stadtweite, öffentlichkeitswirksame Aktionen (Archimedischer Sandkasten, CHIO, Domspringen, September Special etc.) versus Verdrängung zum Friedrich-Wilhelm-Platz
- Entwicklung eines gestalterischen, auch stadtgestalterischen Gesamtkonzepts der "Markt-Architektur" (Corporate Identity, Corporate Design)
- Marketing verbessern / ausbauen (Homepage, social media, Flyer, Pressekampagne, App mit Angeboten und Marktstories für junge Kunden.....)
- Servicequalität ausbauen: bargeldloser Zahlungsverkehr, Lieferservice z.B. mit Citylogistik als Angebot für Senioren, Beratung zu Herkunft und (regionalen) Erzeugern, Frischetipps etc.
- Austausch mit anderen Kommunen zur Marktsituation (hat ansatzweise bereits stattgefunden) vertiefen, best practice Beispiele....
- Kostensituation der Marktbeschicker berücksichtigen > realistische Anforderungen für Neugestaltung der Wochenmärkte formulieren
- Ggf. Externe Beratung einholen
- Synopse zur Betreiberfunktion (weiter Stadt = unmittelbarer Einfluss, Neutralität... <> externer Betreiber = Delegation des organisatorischen Aufwands, dennoch Einnahmenbeteiligung, kreative Impulse von außen...)
- Ziel: Diskussion neues Konzept im Herbst

Feierabendmarkt

(bisher nicht richtig etabliert)

Ausgangslage:

- Bisher kein etabliertes Format, F- Markt am Schlachthof hat nicht funktioniert, dagegen gute Akzeptanz in Burtscheid (ab und an Do. ab 17:00 Uhr)
- Politisch teils gewollt, Gastronomie / Einzelhandel / und Wochenmarktbeschicker sehen hier gut Ergänzung zum Wochenmarkt und keine Konkurrenz

- Wochentag wichtig wg. „Stimmung“, Eingang ins Wochenende
- Frage des Standortes
- Andere Bespieler als Wochenmarkt, eher Einzelhändler, wechselnde Programme / Events nötig, um Attraktivität zu erhalten
- Zusätzl. zum Wochenmarkt (evtl. alle 2 bis 4 Wochen)
- Ggf. Externe Veranstalter nötig

Nächste Schritte:

- Externe Expertise nötig
- die o.g. Ansätze zu Wochenmärkten gelten analog
- Recherche nach geeigneten Warenanbietern: (wirtschaftlich) erfolgreiche Feierabendmärkte bieten besondere und qualitätsvolle Waren und Spezialitäten an (z.B. frisches Gemüse, knackiges Obst, hausgemachte Marmeladen, Kaffeespezialitäten, Fleischprodukte für Grill und Pfanne, selbstgemachte Pralinen, edle Liköre, erlesene Weine, in Handarbeit hergestelltes Bier und Delikatessen zum Verzehr vor Ort)
- i.d.R. wird damit ein zahlungskräftiges Publikum angesprochen, das einen besonderen Anspruch an das (historische) Ambiente stellt > entsprechend passende Auswahl des Standortes erforderlich
- der Standort sollte zudem enge Kooperationen mit dem Einzelhandel und der möglichst ansässigen Gastronomie ermöglichen, um verschiedene Mehrwerte zu bieten und Synergieeffekte zu nutzen
- Im Rahmen des Standortkonzepts werden auch Potentiale und Synergien zu quartiersbezogenen städtebaulichen Entwicklungsmaßnahmen und Stadterneuerungsmaßnahmen überprüft und ausgeschöpft.

Bio-Markt (Sa. Innenstadt)

- Gut etabliertes Format
- Sollte im möglichen Rahmen vergrößert werden
- Umbau zum Bio- und Regional- bzw. Euregionalmarkt
- Trennen nach (LANUV) zertifizierten Bio- und nicht zertifizierten Regionalprodukten

Weihnachtsmarkt

- In 2020 Sonderlösung wg. Corona > Ausdehnung der bespielten Flächen auf Hartmannstraße, Jakobstr., Fischmarkt, Großkölnstraße Marktrundgang als Konzeptidee
- Konzentration auf Altstadt, kompaktes Beieinander mit Abstand
- Fußläufige Durchgängigkeit, keine Unterbrechungen der Umläufe
- Frage klären, von wo Besucher kommen (Bendplatz, Bahnhof, Elisenbrunnen.....)
- Ab 2021 neues Konzept erforderlich

Aachen, 15.06.2020

Isabel Strehle
Dieter Begaß
Christoph Kemperdick