

## **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-fachlichen und stadtgestalterischen 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 Senkelekranten 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, Lieferdienst 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
- Ggfls. 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 Beispiele als Wochenmarkt, eher Einzelhändler, wechselnde Programme / Events nötig, um Attraktivität zu erhalten.
- Zusätzl. zum Wochenmarkt (evtl. alle 2 bis 4 Wochen).
- Ggfls. 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, Eisenbrunnen...).
- Ab 2021 neues Konzept erforderlich.
- Vergaberecht beachten.

Aachen, 15.06.2020

Isabel Strehle  
Dieter Begaß  
Christoph Kemperdick