

Beratungsfolge Vorlage ist für alle hier angegebenen Sitzungen bestimmt	Sitzungstermin
Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Liegenschaften, Stadtmarketing und Tourismus	18.05.2017

Optimierung Wochenmarkt

Beschlussvorschlag:

Die Informationsvorlage wird zur Kenntnis genommen.

Sachverhalt:

In der Vorlage zur Festsetzung der Wochenmarktgebühren (32-2/051/2017) hatte die Verwaltung erläutert, dass ungefähr die Hälfte des in den Vorjahren erzielten Überschusses zur Optimierung des Wochenmarktes verwendet werden soll. Hierbei handelt es sich um einen Betrag von 15.000 € für ein extern geführtes Projekt, welches nicht im Rahmen des integrierten Handlungskonzeptes förderungsfähig ist.

Ein gut konzipierter Wochenmarkt ist ein starker Attraktivitätsfaktor und Frequenzbringer für die Innenstadt. Seine Funktion geht über das reine Verkaufen von Produkten weit hinaus. In erster Linie ist ein Wochenmarkt sozialer Treffpunkt für alle Bevölkerungsgruppen, prägend für die innerstädtische Atmosphäre sowie für das Stadtbild und somit imageprägend für die gesamte Stadt. Darüber hinaus beeinflussen sich Wochenmarkt und Einzelhandel/Gastronomie positiv, wenn das Konzept entsprechend ausgerichtet ist.

Ziel muss sein, den Haaner Wochenmarkt als vorhandenen Frequenzbringer für die Innenstadt weiter zu stärken und für die Zukunft auszurichten. Insbesondere der Markt am Mittwoch weist noch Verbesserungspotential auf. Zudem werden die in der Marktsatzung festgelegten Zeiten nicht eingehalten, was dazu führt, dass an einigen Ständen noch verkauft wird, während andere bereits abbauen.

Nach wie vor liegen Anregungen von Einzelhändlern vor, die Gruppierung der Marktstände zu optimieren, um deutlichere Synergien zwischen Markt und stationärem Einzelhandel zu erzielen. Hierbei ist nicht zu verkennen, dass der

Einzelhandel Wert auf das Vorhandensein des Wochenmarktes legt, andererseits aber an manchen Stellen bessere Kontaktmöglichkeiten zu den Wochenmarktbesuchern wünscht.

Ferner hat der stationäre Einzelhandel, aber auch der Wochenmarkthandel ein erhebliches Interesse, neue Kunden zu gewinnen, die den stationären wie ambulanten Händlern weitere neue Erlösperspektiven bieten. Insoweit steigt auch beim lokalen Einzelhandel die Motivation, sich neben dem Wochenmarktbetrieb an der Neupositionierung zu beteiligen.

Zur Verbesserung des Angebots und zur Gewinnung neuer attraktiver Händler ist es unerlässlich, im Rahmen der Bestandsaufnahme der Marktsituationen eine Kundenstruktur- und eine Kundenzufriedenheitsanalyse durchzuführen. Der Prozess insgesamt soll in enger Abstimmung / Einbindung der Marktbesucher und des örtlichen Einzelhandels gestaltet werden.

Durch eine externe Standortentwicklung soll u.a. folgendes betrachtet werden:

1.) Bestandsaufnahme Wochenmarktkonzept, Kundengruppen

- Standort, infrastrukturelle Bedingungen, Einfluss auf Stadtbild
- Marktatmosphäre, Aufenthaltsqualität
- Markttage, Öffnungszeiten
- Waren-, Gastronomie- und Serviceangebote
- Standanordnung, Marktarchitektur
- Verkaufsstände, Verkaufspersonal
- Außenauftritt, Vermarktung des Wochenmarktes
- Organisation, Kommunikation
- Zusammenspiel Wochenmarkt und Einzelhandel/Gastronomie

Daraus resultierend:

- Entwicklung eines Stärken-ISchwächenprofils
- Herausarbeiten von Optimierungsbedarf und Handlungsfeldern

2.) Entwicklung eines Optimierungskonzepts für den Wochenmarkt Haan

Ziel: Stärkung des Marktes als Frequenzbringer / Attraktivitätsfaktor

- Gewinnung neuer Kundengruppen
- Synergien zwischen Markt, Einzelhandel und Gastronomie
- Marktatmosphäre zum Aufhalten und Verweilen
- Hohe Qualität von Ständen und Personal
- Optimierung der Kommunikation und Zusammenarbeit zwischen den Akteuren
- Entwicklung der Ausrichtung des Wochenmarkts auf bestehende und neue Kundengruppen mit Vorschlägen für
 - Markttage und Öffnungszeiten
 - Aufenthalts- und Verweilfaktoren
 - Waren-, Gastronomie- und Serviceangebot
- Entwicklung einer Gesamt-Marktarchitektur unter Zugrundelegung des Kerns der bisherigen Händler und sinnvoller neuer Angebote
- Optimierung der Standanordnung/Integration in die Einzelhandelslandschaft
- Außenauftritt und Vermarktung
 - Entwicklung eines Maßnahmenplans für

- Markenentwicklung „Wochenmarkt Haan“
- Marketing für den Wochenmarkt
- Sonderaktionen und Veranstaltungen / neue Formate wie u.a. Feierabendmärkte
- Gewinnung neuer Markthändler

Über die Ergebnisse des Projekts wird die Verwaltung zu gegebener Zeit berichten.

Finanz. Auswirkung:

Kosten von ca. 15.000 € für externe Beratung