

Anlage 1

Neukonzeption

Die neue Konzeption gliedert sich in folgende Punkte

- Anzahl der Veranstaltungen
- Veranstaltungsdauer
- Standort des Marktes
- Öffnungszeiten
- Erhöhung der Attraktivität des Marktes
- Werbung

Anzahl der Veranstaltungen

Ist –Zustand

Die Pöttemärkte finden im Mai, September und November statt. Hierbei ist der Novembermarkt für die Händler der umsatzstärkste Markt. Der Mai- und der Septembermarkt sind im Vergleich als gleichwertig anzusehen.

Neukonzeption

Ziel soll es sein, die Veranstaltungen als Frühlings- und Herbstmarkt zu etablieren. In die Veranstaltung im Mai soll ein in die Jahreszeit passender Blumenmarkt integriert werden und im Herbst soll sich der Markt herbstlich (Deko mit Strohmännchen, Kürbissen etc.) darstellen sowie herbstliches Kunsthandwerk angeboten werden.

Die Anzahl der Märkte soll von 3 Märkten pro Kalenderjahr auf 2 Märkte reduziert und unter das Motto der Jahreszeiten gestellt werden. Terminierung:

- Frühjahr, jeweils 2. Freitag im Monat Mai (wie bisheriger Pöttemarkt im Mai)
- Herbst, jeweils 3. Freitag im Monat Oktober (für den Pöttemarkt im November)

Um eine Entzerrung der Märkte herbeizuführen, soll der Septembermarkt zukünftig entfallen. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass sich das Konsumverhalten in allen Bereichen verändert hat und gerade im Veranstaltungsbereich davon ausgegangen werden muss, dass ein „gleicher bzw. ähnlicher“ Markt, welcher innerhalb von 6 Wochen zweimal durchgeführt wird, auch unter finanziellen Gesichtspunkten von den Besuchern nicht angenommen wird.

Veranstaltungsdauer

Ist-Zustand

Die Pöttemärkte finden jeweils von Donnerstag bis Sonntag statt. Die Wochenendtage sind sowohl vom Umsatz als auch vom Besucheraufkommen die attraktivsten Veranstaltungstage. Der Freitag ist gegenüber dem Donnerstag deutlich attraktiver, bedingt durch den „normalen Berufsalltag“ wird der Donnerstag als Veranstaltungstag kaum angenommen.

Neukonzeption

Die Märkte sollen zukünftig lediglich von Freitag bis Sonntag stattfinden. In diesem Zusammenhang könnte der Markt für neue Händler, welche in der Vergangenheit aufgrund des unattraktiven Donnerstag ihr Desinteresse an der Veranstaltung bekundeten, wieder attraktiv werden.

Standort des Marktes

Ist-Zustand

Die Pöttemärkte finden auf dem Klagesmarkt statt. Der Klagesmarkt wird von den Besuchern nicht mehr angenommen und ist durch seine Lage abseits der Innenstadt und des Innenstadtlaufes wenig attraktiv. Der Besucherzuspruch ist trotz Ausschöpfung der vorhandenen Werbemittel massiv zurückgegangen. Für die Händler besteht unabhängig hiervon zur Zeit der Vorteil, dass Lieferwagen und Wohnwagen hinter den Ständen platziert werden können.

Neukonzeption

Die Märkte sollen zukünftig auf der Fläche Am Markte durchgeführt werden. Hier erreicht man eine engere Anbindung an die Innenstadt und kann vom Kundenzufluss der Innenstadtgeschäfte profitieren. Durch die Örtlichkeit wird zusätzlich ein attraktives Ambiente für den Markt gewährleistet. Dies ist nach Aussagen der Händler unabdingbar, um mit Blick auf die Zukunft eine Fortführung des Marktes zu gewährleisten. Viele der verbliebenen Händler teilten während des Novembermarktes bereits mit, dass eine Fortführung auf dem Klagesmarkt nicht mehr mitgetragen wird. Unabhängig davon, ist eine Veränderung der Händlerlandschaft bei einer Verlegung zwingend erforderlich. Ansprechende Stände, wie auch die Präsentation der Ware, müssen genauso verbessert werden wie die Vielfältigkeit des Angebots (siehe auch „Erhöhung der Attraktivität des Marktes“).

Den Händlern muss im Zusammenhang mit einer Verlegung des Marktes eine Fläche für Liefer- und Wohnwagen z.B. auf dem Schützenplatz zur Verfügung gestellt werden (Bewirtschaftung des Schützenplatzes erfolgt durch OE 23.2). Eine nächtliche Bewachung der Veranstaltungsfläche ist notwendig, hierfür fallen Kosten in Höhe von voraussichtlich ca. 1.000,00 € an, die vom Fachbereich Wirtschaft getragen werden.

Öffnungszeiten

Ist-Zustand

Die Pöttemärkte sind jeweils von 10.00 Uhr bis 20.00 Uhr geöffnet.

Neukonzeption

Bei einer Verlagerung der Märkte auf die Fläche Am Markte wird vorgeschlagen, die Öffnungszeit am Abend auf 21.00 Uhr zu verlängern. Hierdurch ist den Besuchern der Innenstadt und den dort im Einzelhandel Beschäftigten nach Ende der Ladenöffnungszeit um 20.00 Uhr die Möglichkeit gegeben, zum Abschluss einen Besuch des Marktes durchzuführen (vorbehaltlich der Änderung des Ladenschlussgesetzes). Dies hat sich auch im Zusammenhang mit dem Weihnachtsmarkt bewährt.

Erhöhung der Attraktivität des Marktes

Ist-Zustand

Die Pöttmärkte auf dem Klagesmarkt sind für die Besucher sowie für die Händler nicht mehr attraktiv. Aufgrund der vorliegenden Bewerbungen ist zur Zeit ein Auswahlverfahren mit Blick auf Attraktivität und Qualität nicht mehr möglich, da ansonsten die Zahl der Zuweisungen ein Ausrichten der Märkte nicht mehr zulassen würde. Aufgrund des Images des Pöttmarktes und der Örtlichkeit Klagesmarkt ist es kaum möglich, neue Händler mit attraktiven Verkaufsständen zu gewinnen. Dies hat wiederum Einfluss auf den Zuspruch von Besucherinnen und Besuchern.

Neukonzeption

Die vorstehend genannten Vorschläge zu den Punkten Anzahl der Veranstaltungen, Veranstaltungsdauer, Standort des Marktes und Öffnungszeiten würden bereits zu einer Erhöhung der Attraktivität führen. Mit Abstand wichtigster Bestandteil für ein attraktives Erscheinungsbild der Märkte ist jedoch die Gewinnung von neuen Händlern mit attraktiven Angeboten. Hierbei ist insbesondere an Händler aus dem Bereich Handwerk und gerade mit Blick auf den „alten Pöttmarkt“ aus dem Bereich Haushaltswaren gedacht. Da sich ein Markt vornehmlich über das Angebot und die gehandelten Waren definiert, ist es zwingend erforderlich qualitativ hochwertige Stände zu präsentieren. Um den Markt wieder für Familien interessant zu machen, sollen gerade Kinderaktionen den Markt beleben. Mit Blick auf die Veranstaltungsfläche ist es das Ziel, folgende prozentuale Aufteilungen für den jeweiligen Markt zu erreichen:

- Frühjahr

25 % Haushalt
20 % Kunsthandwerk
20 % Sonstiges (Blumen, Gewürze, Süßwaren etc.)
15 % Geschenkartikel
15 % Gastronomie
5 % Aktionsfläche (Kinderaktionen, Musikdarbietungen etc.)
+ ein Fahrgeschäft

- Herbst

30 % Kunsthandwerk (Herbstartikel)
25 % Haushalt
15 % Geschenkartikel
15 % Gastronomie
10 % Sonstiges (Gewürze, Süßwaren etc.)
5 % Aktionsfläche (Kinderaktionen, Musikdarbietungen etc.)
+ ein Fahrgeschäft

Um entsprechende Händler zu gewinnen, sind folgende Maßnahmen angedacht:

- Erstellung und Versendung eines Flyers bzw. Schreibens mit den Grundzügen einer Neukonzeption als Werbung für den „neuen Pöttmarkt“ an uns bekannte Händler (Synergieeffekt: Mundpropaganda unter den Händlern wird erreicht)
- Besuch von ähnlichen Veranstaltungen in anderen Städten und direkte Werbung bei den dortigen Händlern
- Schaltung von Anzeigen in den Fachzeitschriften der Markthändler

Unabhängig hiervon fördern die nachstehend genannten Maßnahmen ein attraktiveres Erscheinungsbild:

- **Mitmachaktionen**
Um gerade Kinder anzusprechen, sollen diese an den handwerklichen Ständen die Möglichkeit haben aktiv am Markt teilzunehmen (z.B. Kerzen ziehen, Töpfern etc.).
- **Kinderschminken**
Das auf allen großen und attraktiven Veranstaltungen praktizierte Kinderschminken soll ein fester Bestandteil des Marktes werden.
- **Hüpfburg oder Bungee**
Diese Geräte sind eine Attraktion auf vielen Veranstaltungen und bei Kindern äußerst beliebt und sollen somit auch als Anziehungspunkt den Markt attraktiver machen.
- **Laternenumzug**
Der bereits in der Vergangenheit etablierte Laternenumzug am Freitagabend des Pöttemarktes im November soll weiterhin fester Bestandteil des Marktes im Herbst bleiben. Hier werden die Kinder mit musikalischer Begleitung über das Veranstaltungsgelände geführt. Laternen werden kostenlos zur Verfügung gestellt und dürfen mit nach Hause genommen werden.
- **Happy Hour der Gastrostände**
In Zusammenarbeit mit den Betreibern der Gastrostände soll die Installierung einer Happy Hour geprüft werden. Es ist z.B. überlegenswert am jeweiligen Freitag des Marktes in der Mittagszeit eine Happy Hour zu veranstalten, um mehr Besucher auf den Markt zu locken, gerade auch die umliegenden Berufstätigen in deren Mittagspause.
- **Dekoration der Veranstaltungsfläche**
Um auch optisch einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen und die Besucher zu weiteren Besuchen zu animieren soll die Veranstaltungsfläche entsprechend der Jahreszeit dekoriert werden. Die beiden Märkte sollen eindeutig voneinander abgegrenzt und unter das Motto der Jahreszeiten gestellt werden. Im Frühjahr kann hier ein Blumenmarkt integriert und eine Dekorationen mit Blumen vorgenommen werden, im Herbst ist eine Dekoration mit Strohbällen, Strohmännchen, Kürbissen etc. denkbar. Anlässlich beider Märkte kann z.B. auch der Verkauf von Obst direkt von einem Trecker vorgesehen werden.
- **Programm am Wochenende**
Jeweils am Wochenende sollen die Besucher unterhalten werden. Hier ist z.B. an folgendes gedacht:
 - Musikdarbietungen
 - Vorführungen/Tanzdarbietungen etc.

Werbung

Ist-Zustand

Die Pöttemärkte werden als „Pöttemarkt“ über Plakatierungen und Werbung in den U-Bahn-Stationen und U-Bahnen beworben. Darüber hinaus wird ein entsprechender Presstext über OE 15.3 weitergegeben. Die vorhandenen Mittel für die Werbung werden komplett ausgeschöpft.

Neukonzeption

Unabhängig der nachstehend genannten Punkte sind bereits im Vorfeld Gespräche mit der HMG geführt worden, die zu einer Zusammenarbeit mit Blick auf die Werbung und Etablierung eines „neuen“ Marktes führen sollen.

1. Plakat

Der Veranstaltungsmarkt ist gerade in Hannover und Umgebung sehr groß und vielseitig, daher sollen die Plakate sich von den anderen plakatierten Veranstaltungen abheben und einen Wiedererkennungscharakter besitzen.

2. Name

Der Name der Veranstaltung soll sich an der Zielgruppe orientieren, zeitgemäß sein und in das neue Konzept passen. Es wird geprüft, ob die alte Bezeichnung „Pöttemarkt“ zu gewöhnlich und langweilig (negativ behaftet) erscheint und ein neuer Name, welcher das Neue mit der Tradition verbindet, ein moderneres Image hervorheben würde.

3. Walking-Acts

Walking-Acts sollen in der Innenstadt Handzettel/Flyer verteilen und so die Aufmerksamkeit und die Neugier der möglichen Besucher wecken.

4. Internetwerbung

Der Internetauftritt auf der Seite der LHH soll beibehalten werden und durch ein Foto oder Plakat erweitert werden. Darüber hinaus soll eine weitere Verbreiterung im Internet (z.B. unter www.reiseland-niedersachsen.de) erreicht werden.

5. Flyerverteilung an Händler

Die Händler der Veranstaltung sollen als Multiplikatoren des Marktes dienen. Hier besteht die Möglichkeit die Händler mit Flyern zu versorgen, damit diese auf den Markt aufmerksam machen können.

6. Radio

Durch Kooperation (ggf. Sponsoring) mit einem Radiosender könnte ein größeres Umfeld erreicht und der lokale Bezug verstärkt werden. Eine Zusammenarbeit mit den Sendern Radio FFN oder Radio Antenne soll angestrebt werden.