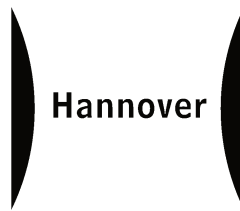


Landeshauptstadt



Beschluss-  
drucksache

b

In den Ausschuss für Arbeitsmarkt-, Wirtschafts- und  
Liegenschaftsangelegenheiten  
In den Verwaltungsausschuss  
In die Ratsversammlung

Nr. 0599/2018

Anzahl der Anlagen 0

Zu TOP

---

### **Arbeitsprogramm Hannover 2030**

### **Konzepterweiterung für die Wochenmärkte der LHH - Maßnahmen zur Steigerung der Attraktivität der Wochenmärkte**

#### **Antrag,**

die Umsetzung des unten aufgeführten 10-Punkte-Plans zu beschließen und

die erforderlichen Sach- und Personalkosten ab 2019 bereitzustellen.

#### **Berücksichtigung von Gender-Aspekten**

Aussagen zu den Geschlechterdifferenzierungen gemäß Beschluss des Rates vom 03.07.2003 (DS 1278/2003) sind im Falle dieser Drucksache nicht relevant und werden daher nicht ausgeführt.

## Kostentabelle

Darstellung der zu erwartenden finanziellen Auswirkungen in Euro:

### Teilfinanzhaushalt 23 - Investitionstätigkeit Investitionsmaßnahme

Einzahlungen		Auszahlungen	
Zuwendungen für Investitionstätigkeit	0,00	Erwerb von Grundstücken und Gebäuden	0,00
Beiträge u.ä. Entgelte für Investitionstätigkeit	0,00	Baumaßnahmen	0,00
Veräußerung von Sachvermögen	0,00	Erwerb von bewegl. Sachvermögen	0,00
Veräußerung von Finanzvermögensanlagen	0,00	Erwerb von Finanzvermögensanlagen	0,00
Sonstige Investitionstätigkeit	0,00	Zuwendungen für Investitionstätigkeit	0,00
		Sonstige Investitionstätigkeit	0,00
		<b>Saldo Investitionstätigkeit</b>	<b>0,00</b>
		<b>Saldo Sonderfelder</b>	<b>0,00</b>

### Teilergebnishaushalt 23

Angaben pro Jahr

#### Produkt 57303    Marktwesen

Ordentliche Erträge		Ordentliche Aufwendungen	
Zuwendungen und allg. Umlagen	0,00	Personalaufwendungen	0,00
Sonstige Transfererträge	0,00	Sach- und Dienstleistungen	100.000,00
Öffentlichrechtl. Entgelte	0,00	Abschreibungen	0,00
Privatrechtl. Entgelte	0,00	Zinsen o.ä. (TH 99)	0,00
Kostenerstattungen	0,00	Transferaufwendungen	0,00
Auflösung Sonderposten (anteilige Zuwendungen)	0,00	Sonstige ordentliche Aufwendungen	0,00
Sonstige ordentl. Erträge	0,00		
		<b>Saldo ordentliches Ergebnis</b>	<b>-100.000,00</b>
<b>Außerordentliche Erträge</b>	<b>0,00</b>	<b>Außerordentliche Aufwendungen</b>	<b>0,00</b>
		<b>Saldo außerordentliches Ergebnis</b>	<b>0,00</b>
<b>Erträge aus internen Leistungsbeziehungen</b>	<b>0,00</b>	<b>Aufwendungen aus internen Leistungsbeziehungen</b>	<b>0,00</b>
		<b>Saldo aus internen Leistungsbeziehungen</b>	<b>0,00</b>
		<b>Saldo gesamt</b>	<b>-100.000,00</b>

Anmerkung zur Kostentabelle: Personalaufwendungen sind nicht angesetzt, weil die notwendige Stelle kurzfristig aus der internen Personalvermittlung besetzt werden konnte.

## **Begründung des Antrages**

Mit dem Programm Hannover 2030 wird das Ziel verfolgt, die Entwicklung der Stadt so zu steuern, dass der Lebensraum für die Bewohnerinnen und Bewohner attraktiv bleibt. Dabei finden sich die Wochenmärkte in den verschiedensten Programmteilen wieder. So ist die Quartiersentwicklung mit ihren Versorgungs- und Einkaufsmöglichkeiten ein Beitrag zur Lebensqualität in Hannover, der auch die vielfältigen Wochenmärkte einbezieht. Kaum eine andere vergleichbare Stadt in der Bundesrepublik Deutschland besitzt eine so große Vielzahl und Vielfalt. 26 Wochenmärkte über das Stadtgebiet verteilt mit Marktgrößen bis zu 90 Verkaufsständen bieten ein Einkaufserlebnis der besonderen Art, das es zu schützen, zu erhalten und fortzuentwickeln gilt. Neben dem Thema Wirtschaftsstandort ist der Wochenmarkt auch immer ein Stück Kultur einer Stadt.

Wochenmärkte sind ein fester Bestandteil der Stadtteilkultur. Sie dienen in erster Linie dem Einkauf von frischen Waren. Sie erfüllen jedoch zunehmend auch weitere Funktionen, wie zum Beispiel der Kommunikation und der eines Stadteiltreffpunkts und tragen somit zu einer funktionierenden Stadtgesellschaft bei.

In Zeiten von großen Einkaufszentren und aggressiv werbenden Discontern, erscheint der Erhalt von Wochenmärkten eine schwierige Aufgabe für eine Stadtverwaltung. Mit der DS 1347/2016 wurde die Verwaltung aufgefordert, sich intensiv um den Erhalt und die Attraktivitätssteigerung der Wochenmärkte zu bemühen. Bereits in den letzten zwölf Jahren gab es dazu von Seiten der Verwaltung eine Vielzahl von Einzelmaßnahmen, die jeweils auf die Anforderungen eines jeden Wochenmarktes „zugeschnitten“ waren. Viele dieser Aktionen (zum Beispiel: Anwerbung neuer Verkaufsstände/ Umstellungen auf dem Markt/ Einrichtung von Parkplätzen für die LKWs der Händler/ Werbeaktionen/ ...) wurden ohne öffentliche Ankündigung durchgeführt und vor allem von den Marktbesucher/innen bzw. den Marktbesucher/innen wahrgenommen.

Es gab aber in der Vergangenheit auch immer wieder Märkte mit negativen Schlagzeilen, wie zum Beispiel die Schließung des Marktes in Vinnhorst. Resultat dieser Schlagzeilen ist oftmals eine Vielzahl von Anregungen, Ideen und auch Wünschen einzelner Beteiligter oder Kundinnen und Kunden, diese Situation wieder zu verändern.

Um alle Kräfte zu bündeln und eine gemeinsame Strategie zum Erhalt aller Märkte zu entwickeln, haben Markthändler/innen, Ratsmitglieder und Verwaltung gemeinsam in mehreren Runden die Situation und die Handlungsmöglichkeiten beraten. Das Ergebnis dieser Beratungen wird hiermit zur Beschlussfassung vorgelegt.

Das im Jahr 2009 in der DS 0407/2009 vorgestellte Konzept für die Wochenmärkte bedurfte einer Überarbeitung und Anpassung an neue Herausforderungen. Einige Märkte haben von den Veränderungen profitiert und gehören zu den gut funktionierenden Wochenmärkten. Einige Märkte konnten dieser positiven Entwicklung leider nicht folgen und sind Bestandteil diverser Einzelmaßnahmen, die in den einzelnen Punkten näher erläutert werden.

In den ersten zwei von drei Diskussionsrunden haben alle Beteiligten verschiedenste Möglichkeiten aufgezeigt, wie aus ihrer Sicht eine Verbesserung der Marktsituation für Kunden und Händler herbeigeführt werden kann. Jeder einzelne Vorschlag wurde mit seinem "Für und Wider" diskutiert. In der dritten Zusammenkunft wurde einvernehmlich ein

10-Punkte Plan erarbeitet. Verwaltung und Markthändler/innen haben dabei verschiedene Aufgaben übernommen, um die Wochenmärkte auch in Zukunft attraktiv zu halten.

Die Maßnahmen einzeln:

1. Für ausgewählte Märkte sollen gezielt **höherwertige Non-Food-Stände** angeworben werden (keine Handy- oder Billigtextilien, sondern Handwerkliches, Qualitatives oder Dienstleistungen wie Scherenschleifer).
2. Auf ausdrückliche Bitten der Markthändler/innen wird die Marktverwaltung gebeten, länger (d.h. mehr als 2 Monate) andauernde **Platzlücken** zwischen den Ständen zu vermeiden, indem Stände wieder zueinander gerückt angeordnet werden. Die Händler/innen verpflichten sich im Gegenzug, dieses Verfahren unter den Händler/innen zu kommunizieren, um die Kritik an der Marktverwaltung zu vermeiden.
3. Bei den Märkten Klopstockstraße, Jahnplatz, Misburg und Sahlkamp soll es **Probierstage für zubereitete Ware** (z.B. kleine Salate, Suppen oder Happen) geben. Mit der Klopstockstraße soll begonnen werden. Zur Entlastung der Händler/innen wird die Marktverwaltung die rechtlichen Voraussetzungen (Hygienevorschriften auch bei Sonderverköstigungen) klären.
4. Die Händler/innen entwickeln **Gutschein-Aktionen** für Alt- aber auch Neukunden (z.B. Bingo-Lose oder Einkaufsgutscheine). Die Marktverwaltung unterstützt dies durch PR-Maßnahmen.
5. **Imbissmöglichkeiten** zur Erhöhung der Verweildauer und –qualität werden vor allem bei den Märkten Klopstockstraße, Bussestraße, Stöcken, Sahlkamp und Butjerbrunnenplatz benötigt. Die Marktverwaltung wird hierzu ihre bereits laufenden Aktivitäten zur Gewinnung von Imbiss-Anbietern intensivieren.
6. Eine postalische **Befragung** im Arbeits- und Wohnumfeld soll es zu den Märkten Schaperplatz, Klopstockstraße, Ahlem und unter Umständen auch Davenstedt geben. Dies soll jedoch erst nach einer Abwägung der Kosten geschehen. Nach einer Auswertung sollen diese Ergebnisse in ein konkretes Handlungskonzept einfließen und umgesetzt werden.
7. **Spezialmärkte** soll es 3 x pro Jahr im Zentrum Hannovers geben, um für die Wochenmärkte zu werben. Denkbar sind entweder Motto-Märkte zu saisonalen Produkten (z.B. Kürbis oder Grünpflanzen) oder Märkte mit dem gesamten Warenangebot. Dazu böte sich aus Händler/innen-Sicht der (verkaufsoffene) Sonntag an.
8. Vier **Samstagsmärkte** sollen für eine Probezeit von 6 Monaten **eine Stunde länger**, also bis 14 Uhr geöffnet sein. Ziel ist die Verjüngung des Publikums, denn gerade jüngeres Publikum kommt oft ganz am Ende oder zu spät. Ausnahme soll der Wochenmarkt in Misburg sein. Der Wochenmarkt in Misburg ist ein kleinerer, kompakter Markt und liegt etwas außerhalb des Zentrums. Er wird überwiegend von Stammkunden besucht. Nach Aussagen der Händler/innen wird dieser Markt bereits ab 12.00 Uhr nur noch spärlich besucht. Die Wahrnehmung der Verwaltung deckt sich mit der Aussage der Händler/innen. Aus diesem Grunde sind Händler/innen und Verwaltung der Ansicht, dass eine verlängerte Öffnungszeit hier nicht zur Umsatzsteigerung beitragen würde. Die Marktverwaltung wird die längeren Öffnungszeiten ermöglichen unter dem Vorbehalt, dass folgende Punkte geklärt werden müssen: Verkehrsführung, zusätzliche Reinigungsfirmen- und Personal-Kosten.
9. Zum **Klagesmarkt (Dienstag)** verpflichten sich die dort anwesenden Händler/innen

eine **Handzettel-Werbung** in den umliegenden Haushalten zu machen.

10. Als **übergreifende Werbemaßnahme** verpflichten sich die Händler/innen das von ihnen selbst entwickelte und bereits existierende Regional-Logo in verbesserter Form zu verbreiten. Die Verwaltung wird eine weiterentwickelte Image-Kampagne starten (in der u.a. die hier beschriebenen Verbesserungen beworben werden).

Die Vielfalt der Märkte zeigt sich auch in den unterschiedlichen Maßnahmen. Dabei sind Angebote, die nur von den Händler/innen selbst durchgeführt werden (zum Beispiel Nummer 4 und 9) von denen zu unterscheiden, die von der Verwaltung übernommen werden (zum Beispiel Nummer 5 und 6), bzw. gemeinsamen Aktionen (zum Beispiel Nummer 3 und 8).

Exemplarisch sollen hier zwei der zehn Maßnahmen kurz dargelegt werden, um die Ansätze der Gruppe näher zu erläutern.

- **Probiertage (Nr. 3):**

Mit dem auf dem Markt vorhandenen Angebot sollen Speisen zubereitet, die in kleinen Mengen an die Kund/innen abgegeben werden. In einem kurzen Gespräch mit den Kund/innen soll dann vermittelt werden, dass alle Zutaten auf dem Markt erhältlich sind und diese zum Beispiel regional erzeugt wurden. Dabei sollen auch immer Besonderheiten des Warenangebots zu bestimmten Jahreszeiten herausgestellt werden, um den Käufer/innen neue Anregungen zu geben.

- **Spezialmarkt (Nr. 7):**

Es soll ein Konzept für eine Veranstaltung eines ganz speziellen Wochenmarktes auf einem zentralen Platz in der City erarbeitet werden. Der Schwerpunkt der Veranstaltung liegt dabei auf den saisonalen Angeboten und dem Werbeeffect für alle Wochenmärkte. Der Verwaltung geht es dabei in erster Linie um die Darstellung des vielfältigen Angebots der 26 Wochenmärkte. Die Besucher/innen sollen neugierig werden auf ihren Markt in ihrer Nähe oder in ihrem Stadtteil. Idealerweise soll dieser Markt im Zusammenhang mit einem anderen Publikumsmagneten (zum Beispiel dem verkaufsoffenen Sonntag) stattfinden.

Der Bereich Marktwesen im Fachbereich Wirtschaft der Landeshauptstadt Hannover ist bisher als reine „Verwaltung“ aufgestellt und ausgerichtet. Dies bedeutet, dass es eine Sachbearbeitung für die Markterlaubnisse und die Marktmeister/innen für das operative Geschäft gibt. Mitarbeiter/innen, die sich um konzeptionelle Veränderungen oder deren Umsetzung kümmern, sind nicht vorhanden. Diese Aufgaben liegen bisher in den Händen der Sachgebietsleitung und zu einem geringen Anteil bei der Bereichsleitung.

In der Diskussion mit den Ratsmitgliedern und den Marktbesucher/innen wurde deutlich, dass diese Art der Aufgabenwahrnehmung nicht mehr ausreichend ist, sondern eine aktive konzeptionelle wie auch operative Betreuung der Wochenmärkte notwendig ist, um die Veränderungsprozesse zur nachhaltigen Sicherung der Wochenmärkte anzustoßen und durchzuführen.

Dabei wird das 10-Punkte-Programm nur ein Anfang für die kontinuierliche Erneuerung und Verbesserung der Märkte sein. Der zu entwickelnde Maßnahmenkatalog bedarf einer ständigen Fortschreibung und Erneuerung. An diesen Punkten kann aber beispielhaft gezeigt werden, warum hier ein erheblicher zusätzlicher personeller Bedarf besteht.

Für die Ausarbeitung eines Konzepts (z.B.: Nummer 7), sowie der Ausgestaltung und der Umsetzung oder auch der postalischen Befragung (Nummer 6) sind umfassende Arbeiten zur Vorbereitung notwendig. Auch die Hilfestellung für die Probiertage (Nummer 3) ist für jede/n Händler/in einzeln mit dem Fachbereich Öffentliche Ordnung abzusprechen.

Die Einrichtung einer Stelle zur Sachbearbeitung ist zwingend erforderlich für die Umsetzung und Weiterentwicklung des 10-Punkte-Plans.

Aus Sicht der Verwaltung kann die Umsetzung und vor allem die Weiterentwicklung des oben beschriebenen 10-Punkte-Plans zunächst nur durch gebührenunabhängige Personalkosten und Sachmittel erfolgen. Durch die Beteiligung der Händler/innen in der Umsetzung tragen auch diese in schwierigen Zeiten für die Märkte zu deren Stärkung bei. Für die Stadt Hannover wäre dies ein klares Bekenntnis zur Erhaltung aller 26 Wochenmärkte und zur Stärkung der Marktkultur. Eine Anrechnung innerhalb der Marktgebühren würde zu einer einseitigen Belastung auf Seiten der Händler/innen führen. Nach erfolgter Attraktivitätssteigerung der Wochenmärkte ist eine moderate Anhebung der Marktgebühren vorgesehen, um die von der Stadt eingesetzten Sachaufwendungen anteilig zu finanzieren.

Aufgrund der hohen Erwartungshaltung und des hohen Erwartungsdrucks aller Beteiligten schlägt die Verwaltung die sofortige Umsetzung der Maßnahmen und die damit einhergehende Einstellung der Stelle und der Sachmittel vor. Über die interne Personalvermittlung und somit personalkostenneutral konnte eine Kollegin kurzfristig für dieses Aufgabenfeld gewonnen werden. Der außerplanmäßige Einsatz erfolgt zunächst zeitlich befristet für die Jahre 2019 - 2020, mit einer Evaluation der Aufgaben im Jahr 2020. Die daraus resultierende Entscheidung der Verwaltung wird in die Aufstellung des Stellenplans 2021 einfließen.

Zur Umsetzung des 10-Punkte-Plans ist ein Sachkosten-Budget von jährlich ca. 100.000,-€ erforderlich. Diese Kostenschätzung ist aus den Erfahrungen früherer Aktionen abgeleitet.

Beispiel:

Die Durchführung einer postalischen Abfrage beinhaltet neben den personellen Voraussetzungen, einer Vorbereitung und Auswertung der Fragen, der Einarbeitung in die Fortschreibung des Konzepts sowie deren praktische Umsetzung. Daneben werden Kosten für die Werbung, dem Aufbau und Ablauf der Veranstaltung unter Nummer 7 entstehen. Nicht zuletzt die Veränderungen unter Nummer 8 führen zu erheblichen Folgekosten, da neben der auszuwechselnden Beschilderung auch die Reinigungsverträge angepasst werden müssen.

Für das Jahr 2018 wird der Bedarf aus Haushaltsresten des Jahres 2017 gedeckt. Zum Haushalt 2019/ 2020 wird ein Sockelbetrag neu in den Haushalt eingestellt. Der Differenzbetrag wird durch Haushaltsreste im Teilhaushalt 23 aus den jeweiligen Vorjahren abgedeckt.

Über die Ausgestaltung und Umsetzung der einzelnen Maßnahmen wird die Verwaltung zeitnah im Ausschuss für Arbeitsmarkt-, Wirtschaft- und Liegenschaftsangelegenheiten (A W L) berichten.

23.4  
Hannover / 01.03.2018