



► Nr. VO/2021/10105
öffentlich

Lübeck, 11.05.2021

**Vorlage
-öffentlich-**

Verantwortliche Bereiche:
2.280 - Wirtschaft und Liegenschaften

Bearbeitung: Piroska Csösz (E-Mail: piroska.csoesz@luebeck.de Telefon: 122-2300)

AUSTAUSCHVORLAGE zu VO/2020/08956: Konzept zur Modernisierung des Wochenmarktwesens in der Hansestadt Lübeck

Beratungsfolge:

Datum	Gremium	Status	Zuständigkeit
18.10.2021	Senat	Nichtöffentlich	zur Senatsberatung
08.11.2021	Wirtschaftsausschuss und Ausschuss für den "Kurbetrieb Travemünde (KBT)"	Öffentlich	zur Vorberatung
23.11.2021	Hauptausschuss	Öffentlich	zur Vorberatung
25.11.2021	Bürgerschaft der Hansestadt Lübeck	Öffentlich	zur Entscheidung

Beschlussvorschlag:

Das beiliegende Konzept wird als Grundlage für die Modernisierung und künftige Entwicklung des Wochenmarktwesens in städtischer Hand beschlossen.

Verfahren:

Bereiche/Projektgruppen	Ergebnis
Bereich Recht	Keine rechtlichen Bedenken
Bereich Haushalt und Steuerung	Zustimmung
Bereich Stadtgrün und Verkehr	Zustimmung
Bereich Melde- und Gewerbeangelegenheiten	Zustimmung

Beteiligung von Kindern und Jugendlichen gem. § 47 f GO ist erfolgt:

<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Ja

Nein- Begründung:

Eine Betroffenheit von Kindern und Jugendlichen ist nicht gegeben.

Die Maßnahme ist:

<input checked="" type="checkbox"/>	neu
<input checked="" type="checkbox"/>	freiwillig
<input type="checkbox"/>	vorgeschrieben durch:
<div style="border: 1px solid black; height: 40px;"></div>	

Finanzielle Auswirkungen:

<input type="checkbox"/>	Ja (Anlage 1)
<input checked="" type="checkbox"/>	Nein

Auswirkung auf den Klimaschutz:

<input type="checkbox"/>	Nein
<input checked="" type="checkbox"/>	Ja – Begründung:
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">Die Versorgung mit regional produzierten Lebensmitteln kann aufgrund des kürzeren Weges zum Kunden zu CO2-Einsparungen führen.</div>	

Begründung der Nichtöffentlichkeit
gem. § 35 GO:

Begründung:

In den vergangenen Jahren konnte in der Hansestadt Lübeck ein Rückgang des Marktgeschehens beobachtet werden. Der allgemeine Trend des sich verändernden Kaufverhaltens hat im Ergebnis auch vor dem Lübecker Wochenmarkt und seinen unterschiedlichen Standorten nicht Halt gemacht. Immer weniger Menschen kaufen regelmäßig auf dem Wochenmarkt ein. Zudem hat die flächendeckende Entwicklung von Vollsortimentern und Discount-Märkten mit Frischeangebot im gesamten Stadtgebiet, auch die zuletzt entstandenen vier größeren Lebensmittelversorger im Altstadtkern, zu einem weiteren Abfluss von Kaufkraft an einzelnen Standorten des Wochenmarktes geführt. Verbunden mit dauerhaft hohen Verwaltungskosten und einer seit Jahren stagnierenden Marktgebühr führte dies in der Folge beim BgA Märkte zu erheblichen Defiziten, die sich in den vergangenen drei Jahren auf rd. 520.000 Euro summieren. Der Bereich Wirtschaft und Liegenschaften hält daher eine Neubetrachtung des Lübecker Wochenmarktwesens für zwingend geboten.

Folgende Ziele sollen erreicht werden:

- Steigerung der Attraktivität und eine Modernisierung des Lübecker Wochenmarktwesens und seiner Standorte mit Verbleib in städtischer Hand
- Sicherung der Zukunftsfähigkeit des Lübecker Wochenmarktes durch u.a. angepasste Angebote
- Sicherstellung eines dauerhaft ausgeglichenen Haushalts

Ein finanziell auskömmlicher, zukunftsfähiger Betrieb des Marktwesens in städtischer Hand mit einem attraktiven Angebot an Waren ist unter bestimmten Voraussetzungen möglich. Im beiliegenden Konzept, welches hier in überarbeiteter Fassung vorgelegt wird, soll im Einzelnen dargestellt werden, welche Maßnahmen zu treffen sind, um dieses Ziel zu erreichen. Die daraus folgenden notwendigen Änderungen der Marktfestsetzung, der Wochenmarktsatzung sowie der Marktgebührensatzung stellen dafür eine zwingende Voraussetzung dar und werden durch die Verwaltung über separate Beschlussvorlagen der Bürgerschaft vorgelegt.

Anlagen:

Konzeptpapier „Modernisierung des Wochenmarktwesens in der Hansestadt Lübeck“

Senator Sven Schindler

Wirtschaft und Soziales
2.280 – Wirtschaft und Liegenschaften
Bereichsleitung

Lübeck, 19.04.2021
Auskunft: Piroska Csösz
Telefon: 122-2300
e-mail: piroska.csoesz@luebeck.de

Konzept zur Modernisierung des Wochenmarktwesens in der Hansestadt Lübeck

Inhaltsverzeichnis

I. Einleitung

II. Ausgangslage

- 1. Marktstandorte**
- 2. Personelle Ausstattung und Personalkosten**
- 3. Finanzielle Rahmenbedingungen**

III. Neuorganisation des Wochenmarktwesens mit Verbleib in städtischer Hand

IV. Ergebnis /Zusammenfassung

Anhänge

I. Einleitung

Das Lübecker Wochenmarktgeschehen ist zuletzt vermehrt ins öffentliche Bewusstsein gekommen. Zum einen wurde Kritik laut, die sich im Wesentlichen auf Rahmenbedingungen an einzelnen Standorten bezog, zum anderen wurde mit Fortschreiten der Covid-Pandemie eine deutlich erhöhte Kundenfrequenz auf einzelnen Marktstandorten sichtbar, die sich – nach nunmehr über einem Jahr Dauer der Pandemie, zu verfestigen scheint.

Gleichwohl ist in Bezug auf das Lübecker Wochenmarktwesen insgesamt in den letzten Jahren ein allgemeiner Niedergang sichtbar geworden, der sich sowohl an den Kundenzahlen als auch in Anzahl und Vielfalt der Markthändler ablesen lässt. Darüber hinaus stehen an einigen Standorten die örtlichen Rahmenbedingungen, Parkplatzmangel, Fehlen öffentlicher Toiletten etc. in der Kritik. Sichtbares Zeichen für diese Entwicklung sind der Meesenplatz, aber auch der Broilingplatz. Sie waren bis in die 1990er Jahre gut besetzte, stark frequentierte und beliebte Wochenmarktplätze.

Bereits in der Vergangenheit wurde vereinzelt versucht, das Wochenmarktwesen der Hansestadt wieder zu stärken. Den Forderungen nach einer Verbesserung der baulichen Situation wurde in den letzten Jahren z.B. am Broilingplatz durch eine neue Platzgestaltung nachgekommen, bei der rund 800.000 Euro in Tiefbaumaßnahmen und das WC-Gebäude investiert wurden. Zu einer signifikanten Zunahme an Marktbesuchern hat dies dort jedoch zunächst nicht geführt, statt dessen ist die Zahl der Händler:innen weiter zurückgegangen. Die flächendeckende Entwicklung von Vollsortimentern und Discount-Märkten mit Frischeangebot im gesamten Stadtgebiet, auch die zuletzt entstandenen vier größeren Lebensmittelversorger im Altstadtzentrum, hat zu einem weiteren Abfluss von Kaufkraft an einzelnen Standorten des Wochenmarktes geführt. Um frisch und preisgünstig einzukaufen ist heutzutage der Gang zum Wochenmarkt längst nicht mehr erforderlich.

Dem entgegen steht die Entwicklung z.B. auf dem Brink, der sich in den letzten Jahren steigender Besucherzahlen und einer deutlichen Zunahme neuer Händler erfreut, obwohl sich die örtlichen Rahmenbedingungen nicht verändert haben. Stabil zeigt sich die Situation in Travemünde oder Schlutup, wo sich auch bedingt durch den Tourismus in den Sommermonaten ein reges Markttreiben beobachten lässt.

Der aus den o.g. Gründen sichtbare Rückgang des Marktgeschehens in den letzten Jahren, verbunden mit dauerhaft hohen Verwaltungskosten und einer seit Jahren stagnierenden Marktgebühr führte in der Folge beim BgA Märkte (Betrieb gewerblicher Art) zu erheblichen Defiziten, die sich allein in den vergangenen drei Jahren auf über 522.000 Euro summierten.

Folgende Ziele sollen mit dem neuen Marktkonzept erreicht werden:

- Steigerung der Attraktivität und eine Modernisierung des Lübecker Wochenmarktwesens
- Sicherung der Zukunftsfähigkeit des Lübecker Wochenmarktes und seiner Standorte
- Sicherstellung eines dauerhaft ausgeglichenen Haushalts
- Erhebung einer differenzierten Marktgebühr auf m²-Basis (gem. gesonderter Vorlage)

Mit dem vorliegenden Papier sollen Vorschläge für Maßnahmen vorgestellt werden, die zur Erreichung der o.g. Ziele führen können. Die Änderung der aktuellen Wochenmarktsatzung sowie der Gebührensatzung für Wochenmärkte zum 4. Quartal 2021 sind hierfür notwendige Voraussetzung.

Das Papier gliedert sich in zwei Teile: Im ersten Teil wird die Ausgangslage durch einen Überblick über die Marktstandorte in den einzelnen Stadtteilen aufgezeigt sowie die aktuelle Ertragslage der einzelnen Standorte (s. Anhang 1) dargestellt. Ferner werden die personelle Ausstattung und die Personalkosten dargestellt und die finanziellen Rahmenbedingungen nebst einer Darstellung der aufgelaufenen Defizite erläutert. Im zweiten Teil werden schließlich inhaltlich-organisatorische Vorschläge unterbreitet, die einen Weiterbetrieb in

städtischer Hand ermöglichen und umzusetzende Maßnahmen für die einzelnen Wochenmarktstandorte beschrieben.

Im Herbst 2019 hat sich eine Arbeitsgruppe aus neun Lübecker Markthändler:innen („AG Markt“) gebildet, die sich in mehreren Treffen, zuletzt im März 2021, mit der Verwaltung über Ziele ausgetauscht und Ideen und Vorschläge zur Verbesserung des Lübecker Wochenmarktes entwickelt hat. Dabei wurden konkrete Themen und Lösungen diskutiert, und die Wünsche und Anregungen der AG für bestimmte Standorte aufgenommen. Maßnahmen und Vorschläge, die kurzfristig umsetzbar sind, wurden z.T. sofort realisiert. Eine Übersicht der Vorschläge mit Bewertung und aktuellem Sachstand ist beigefügt (s. Anhang 3, S. 27).

Das vorliegende Konzept enthält Ergebnisse und Überarbeitungsvorschläge aus den diversen Treffen der „AG Markt“ und liefert Antworten zu Fragen aus der ersten Gremienrunde. Die Entwicklung des Konzeptes im Zeitablauf:

- Ende 2018 erste Überlegungen zum neuen Marktconcept
- Einbindung der Marktbesucher:innen zur Ideenfindung: Treffen mit der „AG Markt“ in 2019, 2020, 2021
- Parallele Aufstellung des Konzeptes und Umsetzung erster Ideen (Entwurf neuer Schilder, Sanierung Gebäude Brink)
- Veröffentlichung Marktconcept Ende 2020
- Erste Gremienrunde Frühjahr 2021 mit Verbesserungswünschen aus der Politik
- März 2021 letztes Treffen der „AG Markt“ mit Abstimmung weiterer Hinweise

II. Ausgangslage

1. Die Marktstandorte

Der Lübecker Wochenmarkt findet wöchentlich Montag bis Samstag an elf Standorten statt. An einigen Standorten (u.a. Markt a. d. Markt, Travemünde, Broilingplatz) finden 2x wöchentlich und an einem Standort (Brink) 3x wöchentlich Markttag jeweils ganz- oder halbtags statt. Zudem gibt es Standorte (u.a. Hasenweg, Moisling, Schlutup) an denen nur einmal wöchentlich Markttag ist. Insgesamt gibt es wöchentlich in Lübecks Stadtgebiet 17 Gelegenheiten für einen Wochenmarktbesuch. Die Marktstandorte befinden sich zum Teil auf Grundstücken, die dem Verwaltungsvermögen des BgA Märkte zugehörig sind, aber auch auf öffentlichen Verkehrsflächen und auf privaten Grundstücksflächen. (siehe dazu Anhang 1. Tabelle der Marktstandorte S. 28)

2. Personelle Ausstattung und Personalkosten des Wochenmarktbetriebes

Die Wochenmärkte binden Personalkapazitäten von 2,75 VZÄ: eine Teilzeitkraft (Sachbearbeitung Debitorenmanagement im Innendienst (EG 08) sowie zwei Ganztagskräfte im Außendienst (EG 04), zuzüglich anteilig die Sachgebietsleitung Wirtschaft und Märkte (A12, mit 10 %).

Die Aufgaben im Innendienst bestehen im Wesentlichen in der Bearbeitung von Händler-Bewerbungen, dem Erstellen von Zulassungs- und Änderungsbescheiden und die dadurch ausgelösten Aufgaben der Buchhaltung, das Weiterleiten von Schadensmeldungen, die Einleitung/Beauftragung, Kontrolle, Abnahme und Abrechnung von Beschaffungen, Reinigungs- und Reparaturaufträgen. Ferner gehört die Bearbeitung von Widersprüchen und die Mitarbeit bei Klageverfahren sowie die Kalkulation der Wochenmarktgebühren zum Aufgabengebiet. Für das Debitorenmanagement werden neben der Überwachung und Verfolgung säumiger Zahler, sämtliche kassierte Barbeträge der Außendienstmitarbeiter kontrolliert, gebucht und für das Rechnungsprüfungsamt prüffähig aufbereitet. Außerdem liegen hier die Kontrolle der Strommünzen und die Entleerung der Münzautomaten an den

einzelnen Standorten. Generell ist die Tätigkeit durch eine ständige Präsenz und Ansprechbarkeit sowohl für den Außendienst, die Wochenmarkthändler:innen, andere städtische Bereiche, Behörden und nicht zuletzt die Bürger:innen geprägt. Die Aufgaben im Außendienst umfassen neben dem Öffnen und Schließen der Märkte die Bereitstellung von Strom, die Einweisung von Tageshändler:innen, das derzeit teils noch praktizierte Abkassieren vor Ort, die Ausgabe von Strommünzen, die Sicherstellung der Verkehrssicherheit und das Einhalten der Marktsatzung. Dienstbeginn auf vormittags stattfindenden Märkten ist 05:45 Uhr, bei dem ganztägigen Markt in der Innenstadt ist abends eine Anwesenheit bis ca. 19:30 Uhr notwendig.

3. Finanzielle Rahmenbedingungen

Wie bereits oben erwähnt, ist ein auskömmlicher Betrieb des Wochenmarktes seit Jahren nicht gegeben. Da jedoch (gem. §§75 ff. Gemeindeordnung in Verbindung mit § 6 Kommunalabgabengesetz) ein ausgeglichener Haushalt des Lübecker Marktwesens als Betrieb gewerblicher Art (BgA) anzustreben ist, ist eine Neubetrachtung zwingend geboten. Benutzungsgebühren sollen dabei so bemessen werden, dass sie die erforderlichen Kosten der laufenden Verwaltung und Unterhaltung der öffentlichen Einrichtung decken. Die Kosten sind nach betriebswirtschaftlichen Grundsätzen zu ermitteln.

Eine dauerhaft nicht kostendeckende Gebühr ist gleichzusetzen mit einer freiwilligen Leistung. Für freiwillige, das heißt nicht auf Gesetz oder Verordnung beruhende Aufwendungen und Auszahlungen ist unter Beachtung der Wirtschaftlichkeit grundsätzlich ein strenger Maßstab anzulegen. Durch die Übernahme oder die Ausweitung bestehender freiwilliger Aufgaben darf das Ziel, zum nächst möglichen Zeitpunkt wieder aus eigener Kraft dauerhaft einen strukturell ausgeglichenen Haushalt zu erreichen und die aufgelaufenen Jahresfehlbeträge zurückzuführen, nicht gefährdet werden. Entsprechende finanzielle Mehrbelastungen sind daher durch zusätzliche Konsolidierungsmaßnahmen in gleicher Höhe an anderer Stelle zu kompensieren. Die Hansestadt Lübeck hat sich auf Basis des Finanzausgleichsgesetzes (FAG) § 11 mittels öffentlich-rechtlichem Vertrag über Konsolidierungshilfen gegenüber dem Land Schleswig-Holstein vertraglich gebunden.

Grundlage der Standgebühr ist die gültige Marktgebührensatzung. Auf Grundlage der Jahresergebnisse und unter Berücksichtigung der zukünftigen Personal- und Sachkosten sind die Gebühren zu kalkulieren.

Die Gebühr wird nach laufenden Frontmetern (bei max. 3m Tiefe) berechnet und beträgt derzeit 2,26 EUR/Meter zuzüglich Umsatzsteuer. Seit 2010 wurden durch den BgA Märkte aktualisierte Gebührenkalkulationen vorgenommen, jedoch nicht umgesetzt. Eine Gebührenanpassung ist zuletzt zum 01.01.2011 erfolgt. Infolge stetig gestiegener Kosten, insbesondere der Personalkosten, Unterhalt und interne Leistungsabrechnungen ist jährlich ein steigendes Defizit aufgelaufen. Die Fehlbeträge der vergangenen drei Jahre belaufen sich (gerundet) p.a. auf:

2018 -157.410,00 Euro,

2019 -187.042,00 Euro,

2020 -177.906,00 Euro.

Bei gleichbleibender Gebühr ergibt sich für das Jahr **2021** ein weiterer Überschuss.

Mit einer kalkulierten Gebühr i.H.v. 4,46 Euro/laufendem Meter, bei gleichbleibender Kostenstruktur, wäre eine Kostendeckung von 100% in 2021 erreichbar gewesen. Da eine Gebührenanhebung in 2021 nicht mehr für das gesamte Jahr erfolgen dürfte, muss die Kalkulation für 2021 bzw. 2022 entsprechend angepasst werden.

Die Versorgungskosten (Strom) für die Marktteilnehmer werden einzeln nach Marktgebührensatzung erhoben und inkl. Umsatzsteuer abgerechnet. Die Kosten für Wasser

sind in den Standgebühren enthalten.

Die Sachkosten, welche direkt einzelnen Standorten zugerechnet werden können, sind Kosten für Bereitstellung von Toilettenanlagen bzw. Mobiltoiletten sowie die Wegestreckenentschädigung und Mautgebühren des Außendienstes.

Nachfolgend wird dargestellt, wie sich die Gebührenkalkulation des Wochenmarktes auf Basis der Kosten von 2020 (unter Berücksichtigung der Personalkosten von 2021) auswirkt. Da das Jahr 2021 noch nicht abgeschlossen ist, wird mit einer prognostizierten Einnahme i.H.v. rd. 187.000 Euro gerechnet. Die angegebenen Werte stellen eine formale beispielhafte Berechnungsgrundlage dar; hinsichtlich der tatsächlichen Gebühr können sich geringfügige Änderungen ergeben. Es wird auf die separate Vorlage zur Gebührensatzung verwiesen. Zum Vergleich die aktuellen Wochenmarktgebühren in der Region s. Anlage 2, Seite 25.

Die Kostenaufteilung im Einzelnen:

Kalkulation Gebühr 2021	Wochenmarkt	Stromverkauf	Kontrolle
Schlüssel Verteilung VW	95%	5%	100%
ILA und Infrastrukturkosten (VKSt.)	108.794,10 €	5.726,01 €	114.520,10 €
Leitung (VKSt.)	4.879,54 €	256,82 €	5.136,36 €
Interner Service (VKSt.)	11.852,98 €	623,84 €	12.476,82 €
SGL Wirtschaft und Märkte	10.133,74 €	533,35 €	10.667,10 €
Marktaufsicht	64.822,35 €	3.411,70 €	68.234,06 €
Marktaufsicht	64.822,35 €	3.411,70 €	68.234,06 €
Debitorenmanagement	51.552,08 €	2.713,27 €	54.265,35 €
Sach- und Bewirtschaftungskosten	35.418,41 €	1.864,13 €	37.282,54 €
Personal- und Sachkosten	352.275,56 €	18.540,82 €	370.816,38 €
Kalkulatorische Kosten	18.105,10 €	952,90 €	19.058,00 €
Summe der Einzelkosten	370.380,66 €	19.493,72 €	389.874,38 €
Gebührenfähige Kosten	370.380,66 €	19.493,72 €	389.874,38 €
Einkaufskosten Strom		0,25 € / kwh	
Gesamtkosten	370.380,66 €	59.971,97 €	
Gebührenleistung	83.000 lfd. Meter	161.913 kw/h	
gültiger Gebührensatz (netto)	2,26 € / lfd. Meter	0,25 € / kwh	Kosten kwh Netto
Solleinnahmen	187.580,00 €	0,12 €	Kosten Vertrieb
Jahresüber- / -unterschuss	-182.800,66 €		
neuer Gebührevorschlag (netto)	4,46 €	0,37 €	

* ILA und Infrastrukturkosten (wie z.B. Miete Flächen/Gebäude etc.)

Wie oben ausgeführt, ist ein weiterhin defizitärer Betrieb nicht zulässig. Folgerichtig sind Maßnahmen umzusetzen, die die Kosten des Betriebs nachhaltig senken können, ohne zu qualitativen Einbußen zu führen.

Um dauerhaft eine möglichst niedrige Gebühr zu erheben und gleichzeitig das vorhandene hohe Defizit zu vermeiden, sind neben organisatorischen auch umfangreiche technische Modernisierungen in die Infrastruktur und die Digitalisierung zur Umstellung der Verwaltungsprozesse erforderlich. Durch die Bewirtschaftung einiger Standorte außerhalb der Marktzeiten (Parkraumbewirtschaftung; Nutzung als Veranstaltungsfläche usw.) können weitere Einnahmen erzielt werden.

Zusätzliche Einsparpotenziale sind durch organisatorische Umgestaltungen (Aufbau- und Ablauforganisation) sowie einer verbesserten technischen Ausstattung zu erzielen.

Sponsoring des Marktgeschehens über Zuwendungen z.B. in Baumaßnahmen ist aus Sicht der Verwaltung als Lösung für das Defizit dauerhaft nicht geeignet.

III. Neuorganisation des Wochenmarktwesens mit Verbleib in städtischer Hand

Ein finanziell auskömmlicher, zukunftsfähiger Weiterbetrieb des Marktwesens in städtischer Hand mit einem attraktiven Angebot an Waren ist unter bestimmten Voraussetzungen möglich.

Nachfolgend soll im Einzelnen dargestellt werden, welche Maßnahmen zu treffen sind, um dieses Ziel zu erreichen. Die entsprechende Änderung der Wochenmarktsatzung sowie der Marktgebührenordnung ist dafür eine zwingende Voraussetzung und muss zeitnah erfolgen. Wie oben bereits ausgeführt, ist die Deckung des Defizits handlungsleitend. Um nicht weiterhin defizitär handeln zu müssen, sind umfangreiche organisatorische, personelle und strukturelle Veränderungen umzusetzen.

Aus den unter II. gemachten Ausführungen und der beschriebenen personellen Ausstattung wird deutlich, dass ein dauerhaft auskömmliches Wochenmarktwesen nicht durch personelle Einsparungen (selbst bei einer Reduzierung von Wochenmarkttagen) zu erreichen sein wird. Berücksichtigt man Urlaubs- und Krankheitstage wäre selbst bei einer Halbierung der Flächen bei gleichbleibender Zahl der Markttage (Montag-Samstag) ein Unterschreiten der Personalausstattung im Innendienst von einer halben Stelle und im Außendienst von zwei Stellen nicht durchführbar. Die große räumliche Distanz zwischen den einzelnen Standorten mit z.T. längeren Anfahrtswegen sowie die hohe zeitliche Belastung durch Ganztags- bzw. Nachmittagsmärkte erfordern den Einsatz von zwei Außendienstkräften.

Investitionsbedarf - technische Modernisierung /Digitalisierung

Neben der technischen Modernisierung der Marktstandorte (Stromzähler, Wasserzufuhr) sowie der baulichen und optischen Erneuerungen (Beschilderung, Fahrradstellplätze, Toiletten) zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität ist die umfängliche Digitalisierung sämtlicher Verwaltungsvorgänge vorgesehen. Dies betrifft insbesondere die Abrechnungs-, Reservierungs- und Zahlungsmodalitäten. Damit soll eine deutliche Verbesserung und Verschlanung der internen Verwaltungsanteile erreicht werden. Der Umgang mit Bargeld und handgeschriebenen Quittungen vor Ort am Markttag soll aufgegeben werden. Sämtliche Buchungsvorgänge von Dauer- und Tageshändler:innen, das Abrechnen der Stromverbräuche bis hin Aufstellen der Verkaufswagen an den jeweiligen Standorten werden digital umgesetzt und sollen möglichst automatisiert werden. Hierfür sind allerdings erhebliche Investitionen in die Strominfrastruktur der einzelnen Plätze notwendig. Hier werden insbesondere mit den bereits laufenden Digitalisierungsprojekten der Hansestadt mögliche Synergiepotenziale gesehen, u.a. soll der Einsatz von LAN und webbasierten Lösungen für die Marktverwaltung umgesetzt werden.

Für die technische Aufrüstung und Umrüstung der verwaltungsseitigen Aufgaben wird mit Investitionen i.H.v. rd 40.000 Euro kalkuliert. Für Investitionen in die Infrastruktur (hier insbesondere die grundhafte Oberflächensanierung am Brink) wird mit ca. 1.400.000 Euro gerechnet (Stand 2020).

Einsatz von Marketingmaßnahmen

In Zusammenarbeit mit der Lübeck Travemünde Marketing (LTM) wurden Ideen zur Konzeption von Marketingmaßnahmen entwickelt, die nachfolgend vorgestellt werden: Ziel ist es, die einzelnen Standorte und ihr Angebot bekannt zu machen und eine deutliche bessere Kundenansprache zu erreichen. Wochenmärkte nehmen in erster Linie eine Funktion als Nahversorger wahr und richten sich entsprechend an die Zielgruppe der Bewohner:innen des jeweiligen Stadtteils. Ausgewählte Standorte (Brink aufgrund des Angebots, Travemünde aufgrund der Lage) können darüber hinaus auch aus touristischem Blickwinkel heraus in den Fokus rücken. Sowohl bei Bürger:innen als auch Gästen lässt sich

als Zielgruppe der Wochenmärkte das liberal-Intellektuelle Milieu und insbesondere das sozial-ökologische Milieu benennen. Beide Gruppen sind sehr qualitätsbewusst. Ein optimales Produkt überzeugt diese Zielgruppen und lässt sie zu guten Kund:innen werden; auf das reine Marketing ist dabei weit weniger zu fokussieren als auf das Thema Qualitäts- und Produktentwicklung. Frische, Regionalität und umfängliche Sortierung des Warenangebotes wird von diesen Zielgruppen vorausgesetzt.

Das Einkaufen auf dem Wochenmarkt ist als Gesamterlebnis zu inszenieren, die Steigerung der Aufenthaltsqualität (Sitzmöglichkeiten, Verkostungsmöglichkeiten und kleine Gastronomiekonzepte) sind dabei entscheidend ebenso das Anliegen, mit dem Einkauf etwas Gutes zu tun und regionale Händler:innen und Produzierende zu unterstützen.

Werden oben genannte Maßnahmen der Qualitätssicherung und -steigerung konsequent verfolgt, „bewirbt“ der Markt sich „quasi selbst“. Die Kund:innen werden zu Botschaftern des Wochenmarktes. Ein vertrauensvolles Empfehlungsmarketing wird somit mittelfristig zu einer wahrnehmbaren Frequenzsteigerung führen.

Flankierend hierzu soll ein klassischer Marketingmix unterstützend wirken, bestehend aus Medienangeboten, die über die einzelnen Marktstandorte zu informieren:

Regelmäßige, dauerhafte Anzeigen/Advertorials in örtlichen Medien (Print und Digital), Auslage von Infoflyern und Aushang von Plakaten mit Terminen und Öffnungszeiten in Bürgerbüros, Büchereien, Stadtteiltreffs etc. sowie einer Infoseite auf der Homepage der Hansestadt.

Mittels eines gezielten Medienangebotes sollen Gäste/Touristen auf die Marktstandorte aufmerksam gemacht und regionale Spezialitäten beworben werden; insbesondere gilt dies mit Blick auf die Standorte Travemünde (für Sommergäste) und Brink (ganzjährig für Gäste der Hansestadt).

Im Einzelnen können dies durch persönliche Beratung Callcenter/Counter speziell für Gäste in Ferienwohnungen umgesetzt werden, die Auslage von Infoflyern in der TouristInformation Hansestadt Lübeck und Travemünde, auf einer Microsite auf www.luebeck-tourismus.de sowie Bewerbung über social media Kanäle des Lübeck Travemünde Marketings.

Eine Aufmerksamkeitssteigerung der Wochenmärkte kann ergänzend dazu durch punktuelle Aktionsinhalte erreicht werden, die, neben der Information zu Termin, Ort und Öffnungszeiten, intensiv über social media und Pressearbeit kommuniziert werden. Folgende Aktionen sind hierfür für die einzelnen Standorte zu entwickeln:

- „Motto-Tage“ zu saisonalen Produkten (Frühlingsblumen, Spargel, Erdbeeren, Hering, Rhabarber, Äpfel, Kartoffeln, Kürbis, Weihnachtsbäume etc.)
- (Kinder-)aktionen zu Festtagen (Ostern, Pfingsten, Advent/Weihnachten)
- Info-Aktionstage: Infos über social media und vor Ort. Infos zu Anbaubedingungen und Tierhaltung, Infos zu Blumen und Pflanzen bei Gärtnereien, Rezepte zu saisonalen Artikeln, Kinderführung über den Wochenmarkt mit Infos zu einzelnen Produkten.
- Vorstellung einzelner Händler:innen/ Produzierender und ihrer Geschichten

Als erste Maßnahmen können kostenarm im Rahmen der städtischen Dienstleistungen folgende Leistungen kurzfristig umgesetzt werden bzw. sind bereits in Umsetzung:

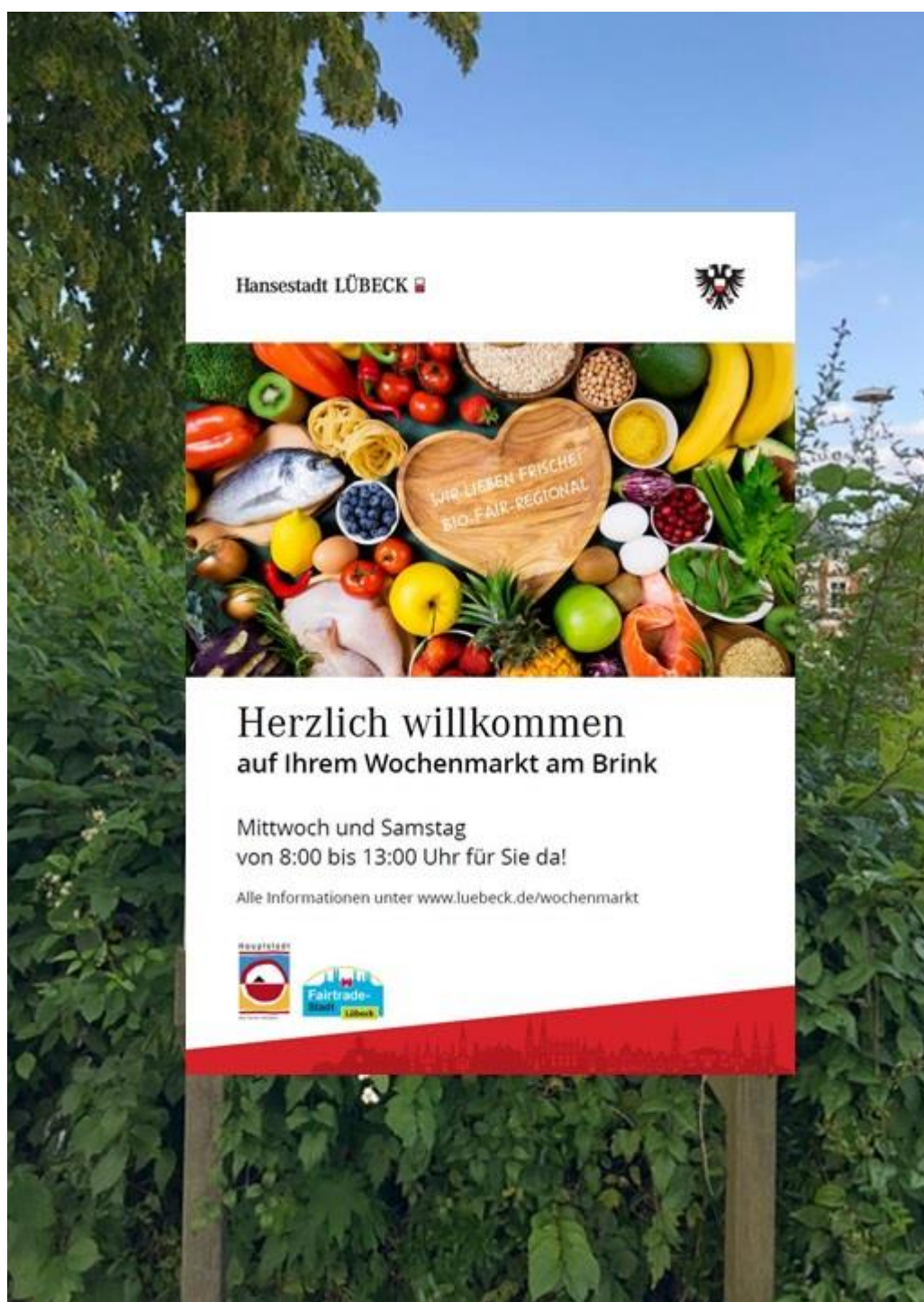
Homepage: www.luebeck.de/wochenmarkt


Neue attraktivere Ausschilderung der Wochenmarktstandorte

Schaltung von Hinweisen auf den digitalen Hinweistafeln der Bürgerservice-Büros.

Je nach Intensivität des Umsetzungswillens sind nach Schätzungen der LTM hierfür ca. 0,7 VZÄ Personalstellen einzuplanen. Die Aufgabe kann sowohl in der Kernverwaltung angesiedelt, an stadtnahe Gesellschaften oder auch an Drittanbieter/Dienstleister abgegeben werden. Für operative Marketingmittel wird eine Basisausstattung von 18.000 Euro per anno als valide Größe angenommen.

Da diese Kosten aus gebührenrechtlicher Sicht nicht zum Betrieb des Wochenmarktes zu zählen sind, sind sie nicht gebührenrelevant. In eine Gebührenkalkulation dürfen nur die zur Umsetzung der Maßnahme erforderlichen Ausgaben einbezogen werden (§6 Abs. 2 KAG). Ausgaben für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit sind nicht zwingend erforderlich zum Betrieb des Wochenmarktes, sie haben allenfalls fördernden Charakter. Die Öffentlichkeitsarbeit kommt vielmehr direkt den Markthändlern zugute, nicht der öffentlichen Einrichtung „Wochenmarkt“ als solcher. Dies bedeutet, dass die Marketingkosten durch die Markthändler:innen bzw. Dritte direkt aufgewendet werden müssten. Eine Einschätzung, in welcher Höhe die Umsetzung von Marketingmaßnahmen mit dem Ziel einer möglichst niedrigen finanziellen Belastung der Markthändler:innen in Einklang zu bringen sein wird, kann an dieser Stelle nicht abgegeben werden.





Hansestadt LÜBECK 

WIR LIEBEN FRISCHE!
BIO-FAIR-REGIONAL

Herzlich willkommen
auf Ihrem Wochenmarkt am Brink

Mittwoch und Samstag
von 8:00 bis 13:00 Uhr für Sie da!

Alle Informationen unter www.luebeck.de/wochenmarkt

Konzentration der Wochenmarktstandorte

Mit elf Wochenmarktstandorten ist die Hansestadt Lübeck, auch unter Berücksichtigung des vorhandenen sehr gut ausgebauten Angebots an Nahversorgern und Discount-Märkten, deutlich überversorgt. Ein Indiz dafür ist der Rückgang der Frequenzen auf Standorten, an denen sich in den letzten Jahrzehnten noch ein lebhaftes Marktgeschehen abgespielt hat. Gleichzeitig ist zu beobachten, dass sich Standorte dauerhafter Beliebtheit erfreuen, obwohl dort in den letzten Jahren keinerlei aktive Unterstützung oder Steuerung des Marktgeschehens durch die Hansestadt stattgefunden hat.

Ein wesentlicher Ansatz zur Verbesserung der Situation des Lübecker Wochenmarktwesens ist die Konzentration auf einzelne Standorte, die aufgrund ihrer Lage und Qualität überhaupt geeignet erscheinen, in positiver Weise von den o.g. Maßnahmen zu profitieren und die entsprechend Entwicklungspotenziale vorweisen. Festzustellen ist, dass ein Standort, wie z.B. der Markt auf dem Markt vergleichsweise geringe Entwicklungsperspektiven bietet, da bspw. eine Ausweitung des Sortimentes an der starken Konkurrenz des Innenstadt Einzelhandels (Lebensmittel-Nahversorger) scheitern dürfte. Zudem fehlt außerhalb der touristischen Saison die nötige Kundenfrequenz, um ausreichenden Umsatz sicherzustellen.

Angesichts der begrenzten finanziellen und personellen Ressourcen der Hansestadt Lübeck und des Ziels, die Marktgebühren in einem wirtschaftlich verträglichen Rahmen zu halten, wird der Unterhalt von finanziell nicht tragfähigen Wochenmarktstandorten nicht länger realisierbar sein.

Die Zulassung des Lübecker Wochenmarktes erfolgt über einen Festsetzungsbescheid des Ministeriums für Wirtschaft des Landes SH. Zur Abänderungen dieses Bescheids müssen die Voraussetzungen nach der Gewerbeordnung gegeben sein. So kann (nach § 69b, Abs. 3 S.2 GewO) auf Antrag des Veranstalters die zuständige Behörde die Festsetzung des Marktes aufheben, jedoch nur, wenn die Durchführung der Veranstaltung dem Veranstalter nicht zugemutet werden kann. Die strengen gesetzlichen Regelungen schützen im Kern die wirtschaftlichen Interessen der Marktbesucher:innen. Ob die Aufgabe einzelner Standorte wegen Unzumutbarkeit der Durchführung von der zuständigen Behörde anerkannt wird, kann derzeit nicht mit Sicherheit vorausgesetzt werden. Die Hansestadt Lübeck wird jedenfalls mit den hier genannten Argumenten dahingehend hinwirken.

Bei einer Reduzierung der Standorte wäre es jedoch möglich, mehr Besucher:innen auf einzelnen Standorten zu konzentrieren, um so zu einer Belebung beizutragen. Insgesamt soll der Fokus auf einer Verbesserung des Angebotes liegen, flankiert von Maßnahmen zur Modernisierung und Aufwertung einzelner Standorte, die teilweise bereits umgesetzt worden sind.

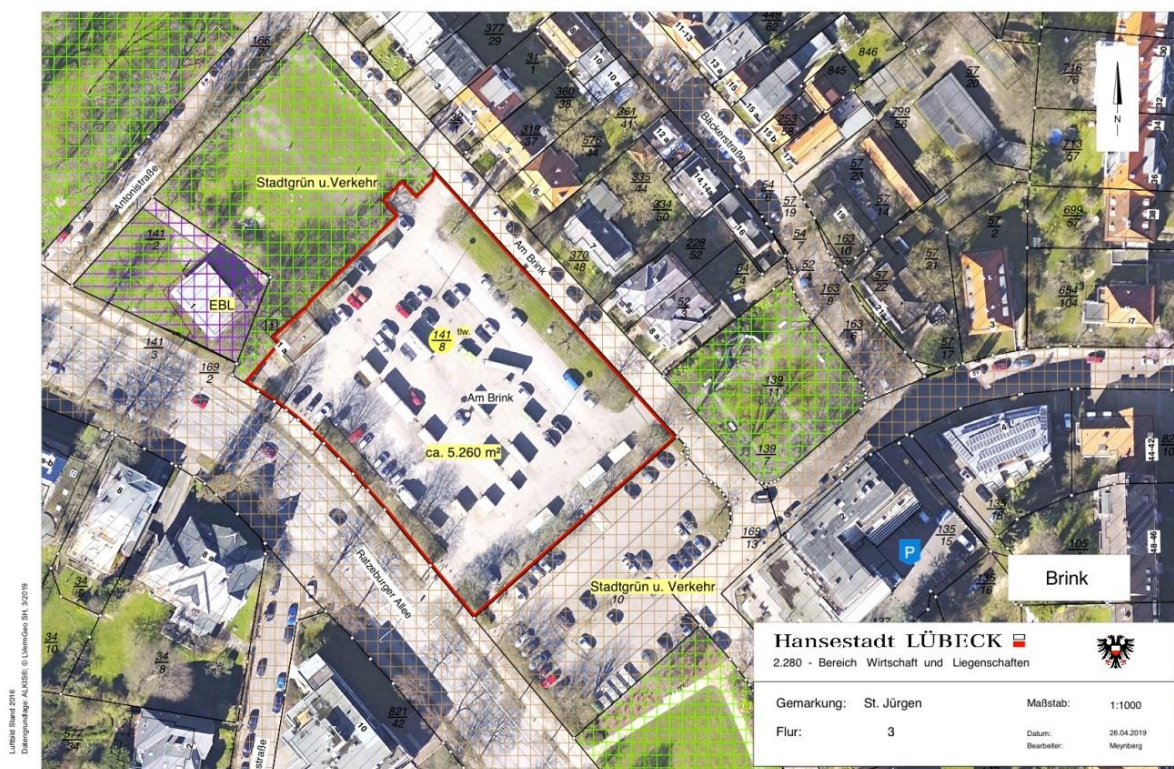
Umfangreichere bauliche Maßnahmen, wie z.B. die Erneuerung von Oberflächen auf Marktstandorten, müssen in die Gebührenkalkulation einbezogen werden. Damit wäre die Maßgabe einer möglichst gering zu haltende Gebühr infrage gestellt.

Nachfolgend werden für jeden der elf derzeit bestehenden Standorte Maßnahmen vorgestellt, die zu einer Verbesserung beitragen können. In diesem Zuge wird vorgeschlagen, einzelne Marktstandorte nicht weiter als (öffentlich-rechtlicher) Wochenmarkt zu betreiben, bzw. durch den Bereich Wirtschaft und Liegenschaften zu betreuen, oder an einzelnen Standorten Markttag zu streichen.

IV Übersicht der Maßnahmen für einzelne Wochenmarktstandorte:

Brink (Markttage Di + Do + Sa)

08:00 Uhr – 13:00 Uhr



Vorschlag:

- Weiterbetrieb des Wochenmarktstandortes
- Veränderung im Aufbau der Marktstände mit dem Ziel einer besseren Kundenführung (ist derzeit in Umsetzung)
- Optische Verbesserungen und Erneuerung der Beschilderung, Fahrradständer, Müllbehälter (z.T. in Umsetzung)
- Steigerung der Aufenthaltsqualität / Anordnung von Imbisswagen; Café-Angebot
- Sanierung des Markthäuschens, Öffnen der Toilette für Kund:innen (bereits erfolgt)
- Erhöhung der Auslastung, Sortimentserweiterung insbesondere am Samstag (derzeit Vollauslastung)
- Ggf. Ausweitung der Marktzeiten am Donnerstag
- Konzeption und Organisation von Sonderveranstaltungen
- Nutzung des Platzes außerhalb der Marktzeiten als bewirtschafteter Parkplatz für ca. 40 Stellplätze; zuzüglich kostenpflichtiger Stellplätze für ca. 15 Marktfahrzeuge

Begründung:

Die steigende Nachfrage nach Standplätzen sowie die anhaltend hohe Qualität des Angebotes führen bereits jetzt zu einer sehr hohen Kundenfrequenz insbesondere an Samstagen. Mit Fertigstellung des Baugebietes an der Wasserkunst ist weiterhin eine deutlich höhere Kundenfrequenz zu erwarten. Eine Erweiterung der Sortimente ist angesichts der Größe des Standortes und seines Besatzes auf hohem Niveau angesichts derzeitiger Vollausslastung nur noch begrenzt möglich. Maßnahmen zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität wurden bereits umgesetzt oder sind derzeit in Arbeit.





Brolingplatz (Markttage Mi + Sa)

08:00 Uhr – 13:00 Uhr



Vorschlag:

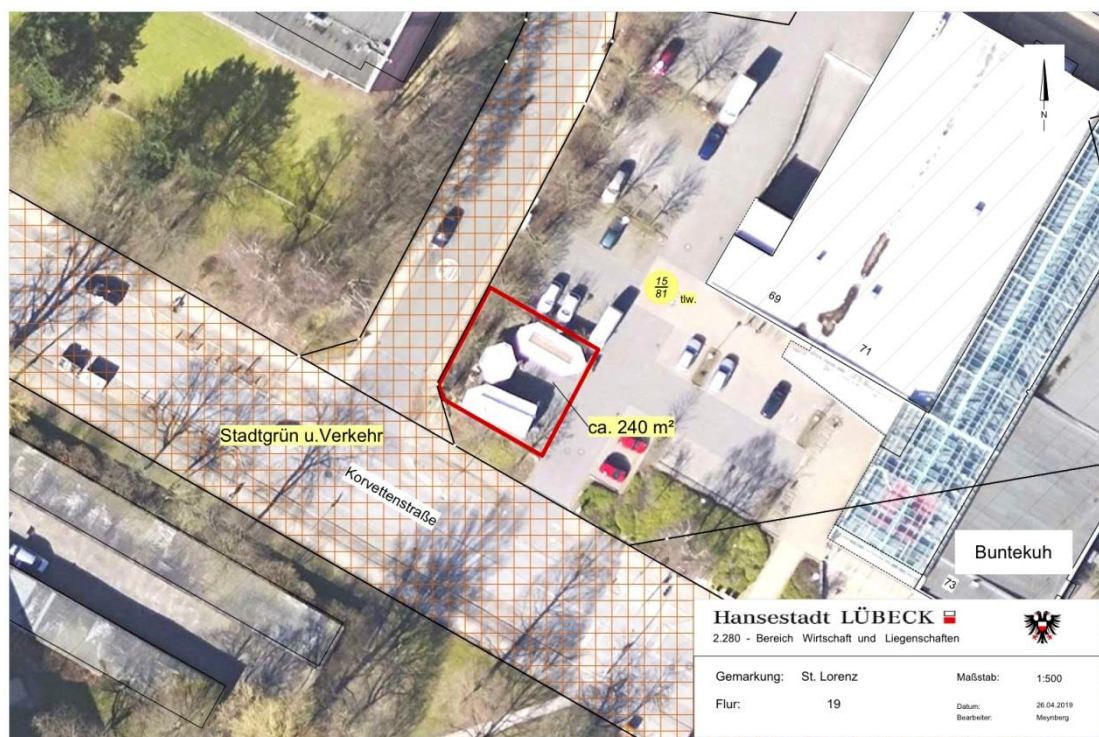
- Weiterbetrieb des Wochenmarktstandortes
- Erhöhen der Auslastung am Samstag durch Akquisition neuer Beschicker:innen
- Sortimentserweiterung
- Gezielte Akquisition von Imbissangeboten, insbesondere für Mittwoch

Begründung:

Der Brolingplatz wurde vor einigen Jahren grundhaft instandgesetzt, ein WC Gebäude mit öffentlich zugänglichen Toiletten wurde ergänzend neu errichtet (Kosten rd. 800.000 EUR). Der Platz verfügt über eine hohe Aufenthaltsqualität.



Buntekuh (Markttag Fr)
13:00 Uhr – 17:00 Uhr



Vorschlag:

- Erhalt des Standplatzes für Verkaufswagen auf Mietbasis
- Jedoch keine Betreuung durch Bereich Wirtschaft und Liegenschaften/Markt am Standort

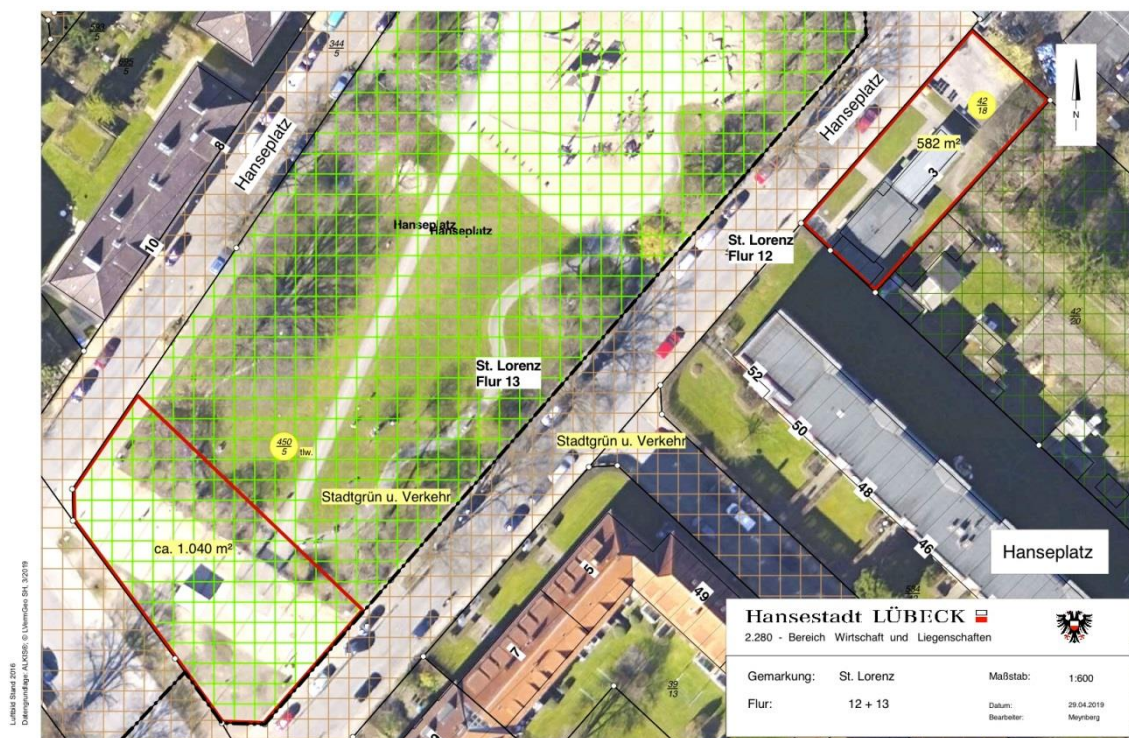
- Weiterführung über direkte Anmietung beim Eigentümer EKZ

Begründung:

Eine finanziell auskömmliche Betreuung ist angesichts des geringen Besatzes von derzeit drei Beschicker:innen nicht möglich. Mit Schließung des EKZ sind keine Toiletten für die Händler:innen vorhanden, diese müssten für jeden Markttag extra bereitgestellt werden. Die Fläche befindet sich auf dem Parkplatz des EKZ und ist nicht im Eigentum der HL. Sobald das EKZ umgebaut werden sollte, entfällt die Aufstellfläche. Der Eigentümer des EKZ hat sich bereit erklärt, die Standflächen zunächst weiterhin zur Verfügung zu stellen.

Hanseplatz (Markttag Fr)

08:00 Uhr – 13:00 Uhr



Vorschlag:

- Weiterbetrieb des Wochenmarktstandortes
- Steigerung der Aufenthaltsqualität, Erneuerung der Beschilderung (erfolgt)
- Akquirierung zusätzlicher Beschicker:innen / Sortimentsausweitung (umgesetzt)
- Akquirierung von Imbiss-Angeboten (erfolgt)

Begründung:

Der Standort erfreut sich im Quartier dauerhafter Beliebtheit, eine gezielte Sortimentserweiterung erscheint möglich. Da sich in der Nachbarschaft zunehmend kleine Büro-/ Dienstleistungsunternehmen angesiedelt haben, soll das Imbiss-Angebot ausgeweitet werden, um den Markt insbesondere in der Mittagszeit attraktiv zu machen.

Hasenweg (Markttag Mi)**08:00 Uhr – 13:00 Uhr**Vorschlag:

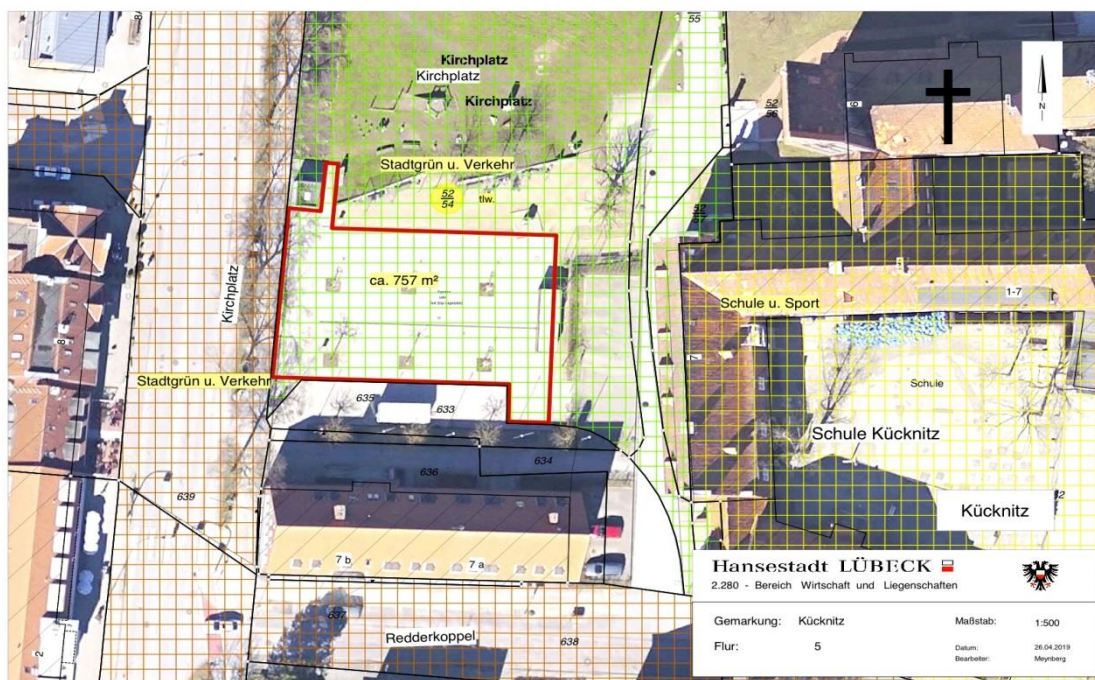
- Weiterbetrieb des Wochenmarktstandortes
- Sortimentsausweitung durch Akquirierung zusätzlicher Beschicker:innen ist erfolgt
- Ggf. Prüfung der Vermietung der freibleibenden Restfläche für Dauerparkierung

Begründung:

Eine finanziell auskömmliche Betreuung ist angesichts der erfolgreichen Akquisitionstätigkeit in den vergangenen Monaten und des deutlich angestiegenen Besatzes wieder möglich geworden. Derzeit läuft der Standort unter Vollauslastung. Daher soll der Standort nicht aufgegeben werden, insbesondere, da sich in unmittelbarer Nachbarschaft neues Wohnen entwickelt.

Kücknitz (Markttag Fr)

08:00 Uhr – 13:00 Uhr



Vorschlag:

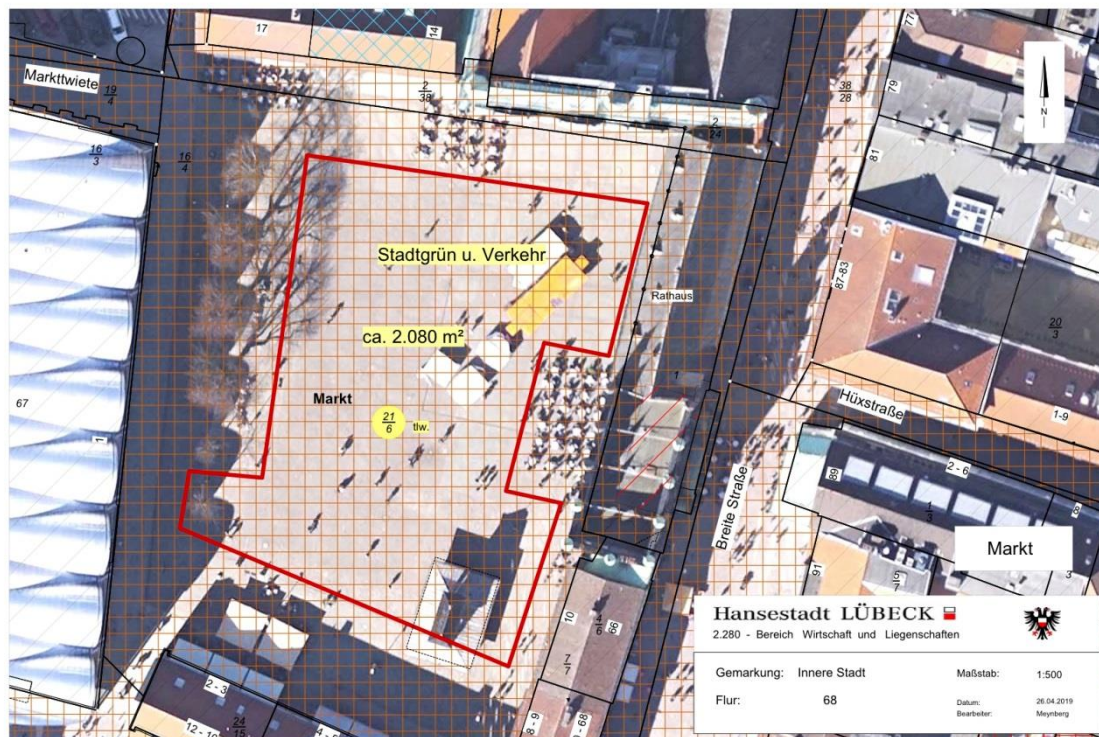
- Weiterbetrieb des Wochenmarktstandortes
- Ggf. Akquisition weiterer Händler
- Technische Umrüstung von Strom- und Wasseranschlusszählern

Begründung:

Eine finanziell auskömmliche Betreuung ist angesichts des geringen Besatzes sowie der dezentralen Stadtrandlage derzeit nicht gegeben. Da sich der Markt einer gewissen Beliebtheit erfreut, und zur Belebung des Stadtteils beiträgt, soll versucht werden, mittels gezielter Ansprache zusätzliche Beschicker:innen für den Standort anzuwerben.

Markt auf dem Markt (Markttage Mo + Do)

10:30 Uhr – 19:00 Uhr



Vorschlag:

- Neuorganisation der Platzgestaltung (ist erfolgt)
- Änderung der Marktzeiten 10 -18 Uhr
- Steigerung der optischen Qualität auf dem Platz (Vorgaben hinsichtlich Gestaltung, Farbgebung etc. der Verkaufsstände)
- Veränderung im Aufbau der Marktstände mit dem Ziel einer besseren Kundenführung (ist bereits erfolgt)
- Sortimentsbereinigung; nur Lebensmittel, begrenztes non-food-Angebot
- Verstärkte Nutzung für touristische Zwecke und Sonderveranstaltungen durch LTM

Begründung:

Der Platz ist aufgrund seiner Lage und baulichen Voraussetzungen (faktisch nicht barrierefrei) für einen Wochenmarkt im Grunde ungeeignet. Die derzeitige Gestaltung des Marktes mit den Marktständen und -wagen ist mit Blick auf die städtebauliche und touristische Bedeutung des Platzes zudem wenig attraktiv.

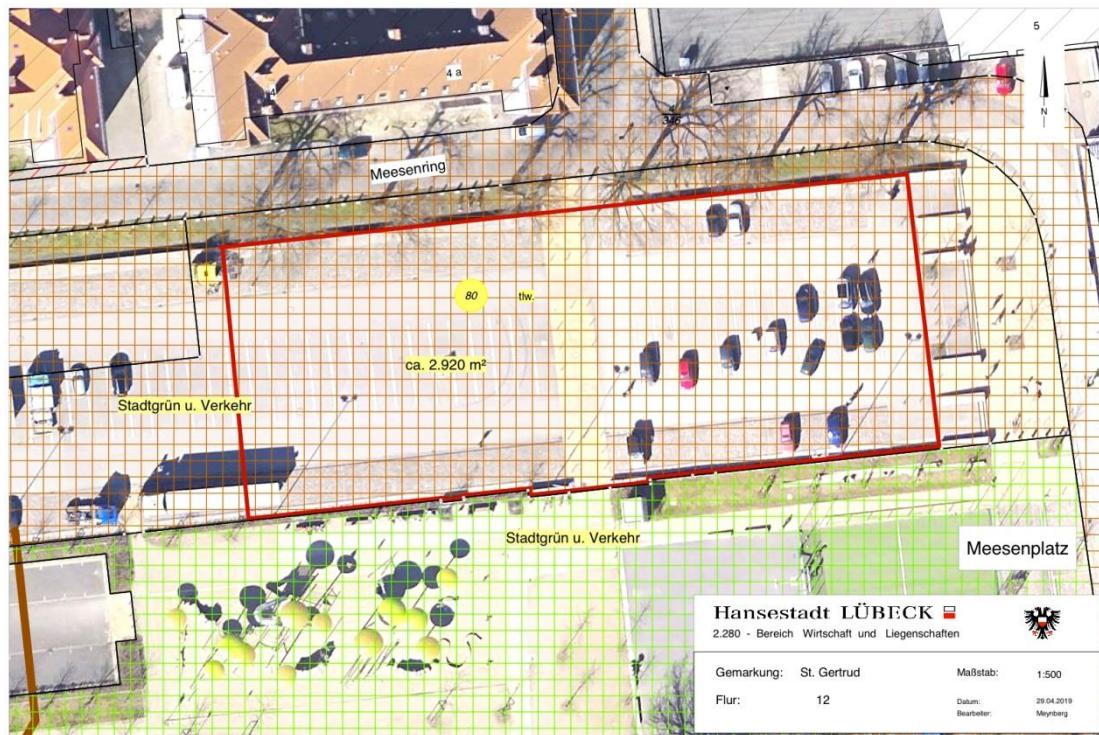
Zu- und Abfahrtszeiten der Marktfahrzeuge liegen aus Gründen der Verkehrssicherheit vor 9 Uhr und somit Stunden vor dem Beginn des Marktgeschehens und führen, da dieses sich erst ab ca. 10 Uhr mit Öffnung der Ladengeschäfte in der Innenstadt langsam entwickelt, zu langen Leerlaufzeiten insbesondere die Imbiss-Anbieter. Lange Markttage und der entsprechend späte Abbau des Marktes in den Abendstunden erfordern zusätzlichen Personaleinsatz der Marktverwaltung. Ein auskömmlich großer und attraktiver Besatz mit Wochenmarktsortimenten im Non-Food-Segment ist aufgrund der Konkurrenzsituation mit dem stationären Handel in der Innenstadt sehr schwierig; gleichwohl profitiert auch dieser Standort von dem zunehmenden Interesse auswärtiger Beschicker:innen, so dass eine deutliche Erhöhung des Besatzes ab dem Frühjahr 2021 möglich wurde.

Die Fläche sollte auf Vorschlag der LTM künftig verstärkt für touristische Zwecke genutzt werden. Der Marktplatz am Rathaus liegt im Herzen der Altstadtinsel und ist als „die gute Stube“ Kernmoment touristischer Attraktivität. Veranstaltungen, die auf dieser Fläche stattfinden, sind von großer Aufmerksamkeit und markenrelevant. Vor diesem Hintergrund sollte der Qualitätsanspruch besonders hoch sein.

Das Stattfinden des Wochenmarkts montags und donnerstags und die Einschränkungen durch die Lieferverkehrszeiten beeinträchtigen die Umsetzung von qualitativ hochwertigen Veranstaltungen enorm, da Auf- und Abbauzeiten massiv eingeschränkt sind und dauerhafte Konzepte nicht umgesetzt werden können. Die Anordnung der Marktstände soll daher möglichst platzsparend organisiert sein.

Meesenplatz (Markttage Mo + Do)

08:00 Uhr – 13:00 Uhr



Vorschlag:

- Einstellen des Wochenmarktbetriebs am Montag
- Weiterbetrieb des Wochenmarktes nur am Donnerstag

Begründung:

Eine finanziell auskömmliche Betreuung ist angesichts des geringen Besatzes nicht möglich. Aufgrund der starken Konkurrenzsituation mit dem vor Ort befindlichen Einzelhandel/ Discountern wird eine deutliche Ertüchtigung / Ausweitung der Sortimente des Marktes als wenig realisierbar gesehen.

Moisling (Markttag Fr)

08:00 Uhr – 13:00 Uhr



Vorschlag:

- Erhalt des Standplatzes für Verkaufswagen auf Mietbasis
- Jedoch keine weitere Betreuung des Standortes durch Bereich Wirtschaft und Liegenschaften/Markt
- Weiterbetrieb / Vermietung der Stellplatzfläche durch Eigentümer/ REWE
- Ersatz des Standortes durch Neufestsetzung einer Wochenmarkfläche in der „Neuen Mitte Moisling“

Begründung:

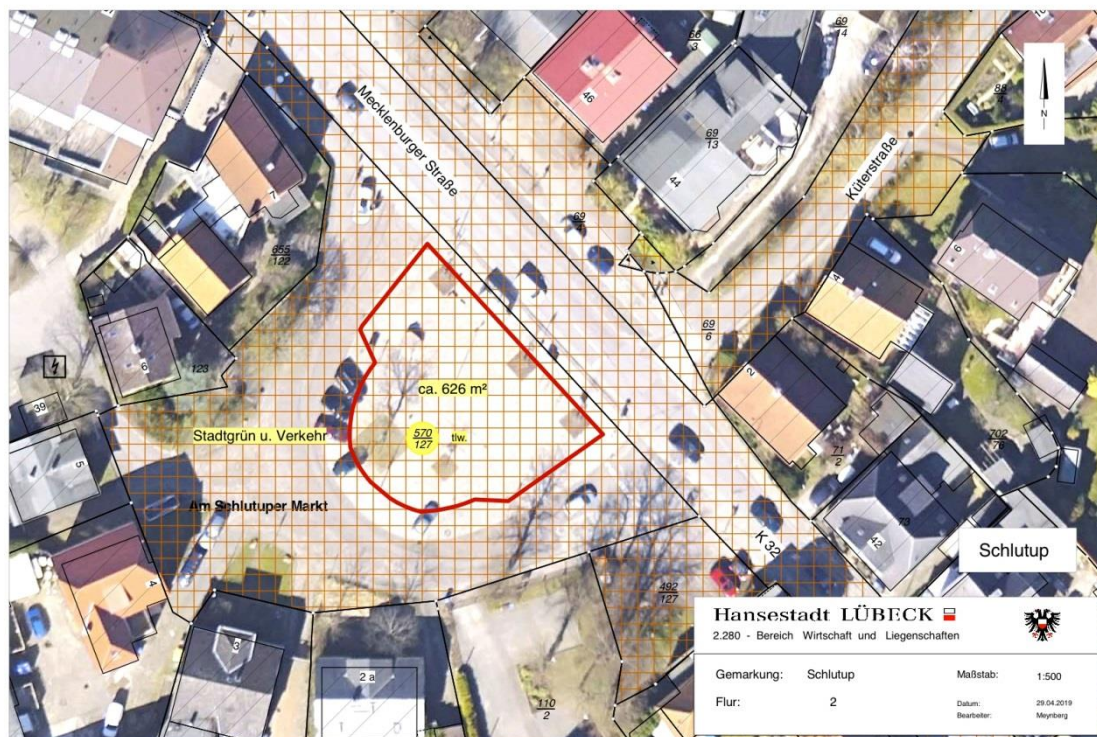
Die Fläche befindet sich nicht im Eigentum der HL.

Eine finanziell auskömmliche Betreuung ist angesichts des geringen Besatzes nicht gegeben.

Da sich absehbar nach der städtebaulichen Entwicklung und Neuordnung im Kernbereich von Moisling mit dem Bahnhofpunkt zusätzliche Besucherfrequenzen ergeben, ist die Festsetzung einer zukunftsfähigen Marktfläche im Bereich der „neuen Mitte Moisling“ in Planung.

Schlutup (Markttag Mi)

08:00 Uhr – 13:00 Uhr



Vorschlag:

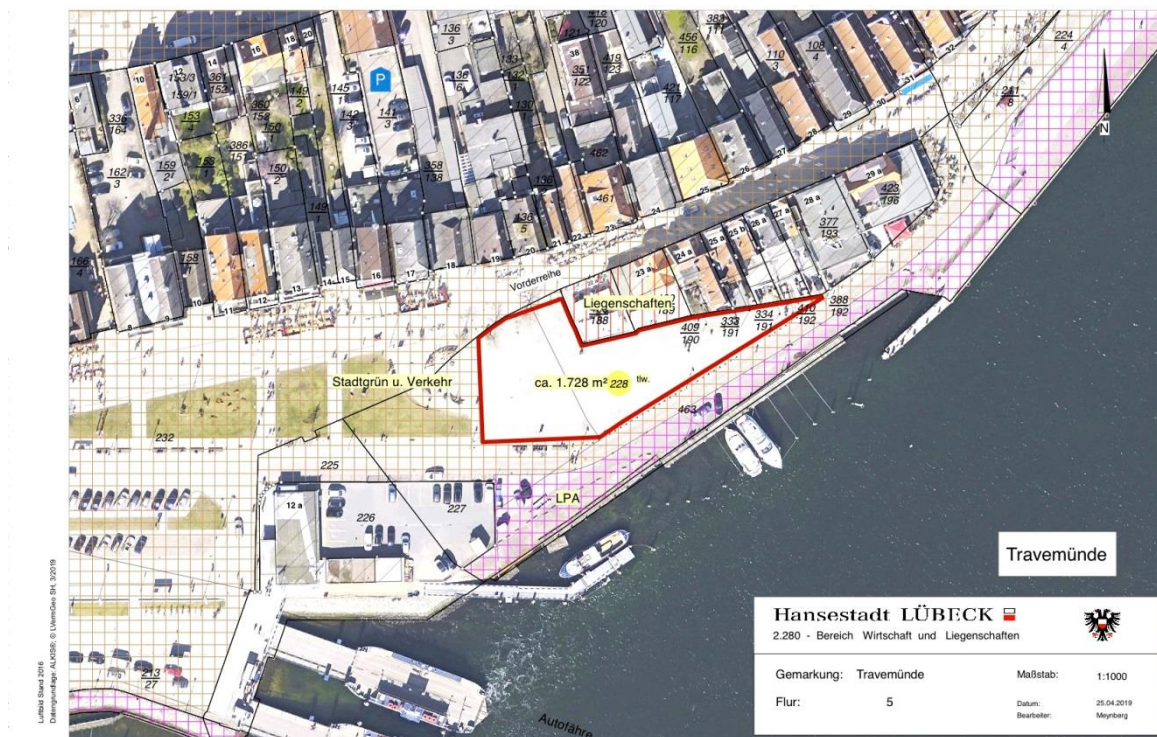
- Weiterbetrieb des Wochenmarktstandortes

Begründung:

Aufgrund der dezentralen Lage und des geringen Besatzes ist eine finanziell auskömmliche Betreuung des Standortes nicht gegeben. Gleichwohl erfreut sich der Standort stetiger Beliebtheit und soll daher erhalten bleiben.

Travemünde (Markttag Mo + Do)

08:00 Uhr – 14:00 Uhr



Vorschlag:

- Weiterbetrieb des Wochenmarktstandortes
- Gezielte Marketingmaßnahmen zur touristischen Ansprache
- Geringfügig Sortimentserweiterung, Akquisition weiterer Beschicker:innen

Begründung:

Aufgrund der dezentralen Lage ist eine finanziell auskömmliche Betreuung des Standortes, trotz des guten Besatzes, kaum möglich. Mangels ausreichender Fläche ist zudem eine Ausweitung des Marktes nicht realisierbar. Gleichwohl erfreut sich der Standort großer Beliebtheit und soll daher erhalten bleiben.

V. Ergebnis / Zusammenfassung

Folgende Maßnahmen werden zur Umsetzung der Ziele vorgeschlagen:

- Verbesserung der Aufenthaltsqualität auf einzelnen Standorten, Erneuerung und Vereinheitlichung der Beschilderung, Fahrradständer, Müllbehälter etc.
- Konzentration auf 9 Wochenmarktstandorte (unter Beibehaltung von zwei Standorten auf Mietbasis)
- Reduzierung der wöchentlichen Marktveranstaltungen von derzeit 17 auf 14 bzw. 15 nach Fertigstellung einer Wochenmarktfläche in der „Neuen Mitte Moisling“
- Digitalisierung und technische Modernisierung u.a. der Bezahlssysteme (Karten, Terminals) für Gebühren- und Stromabrechnung
- Digitalisierung und technische Modernisierung u.a. für Verwaltungsaufgaben Händleranmeldungen (z.B. online-Buchung für Tageshändler)
- Umstellung auf bargeldlose Zahlungsmittel auf den Marktplätzen mit Quittungsausgabe und Schnittstelle zu MACH
- Punktueller Einsatz vorhandener Kräfte des Verkehrs- und Ordnungsdienstes im Rahmen allgemeiner Streifengänge zur Vermeidung von Ausfällen (Urlaub und/oder Krankheit des Außendienstes), hier insbesondere Prüfung eines Einsatzes am Abend in der Innenstadt, ggf. Travemünde
- Erhebung einer differenzierten Marktgebühr auf m²-Basis gem. neuer Gebührensatzung für Wochenmärkte (mit gesonderter Vorlage)
- Anpassung der Wochenmarktsatzung und der Gebührensatzung für Wochenmärkte mit gesonderter Vorlage; Gültigkeit der überarbeiteten Satzung nach Beschlusslage
- Anhebung der Gebühr bis zur Kostendeckung

Anhang 1

Darstellung der einzelnen Standorte (exemplarisch, gemittelt Juni und November)
mit durchschnittlichem Ertrag pro Woche
(Stand Durchschnitt 2020)

Markt	Gesamtfläche/ Eigentum/Verwal- tung	Max. lfd. Meter	Auslastung Händler	Ausla- stung lfd. Meter	Gebühr zzgl. USt.
Brink	5.260 m ² BgA Märkte	385 m	- Dienstag = 23 (davon 12 TH*)	195 m	440,70 €
			- Donnerstag = 28 (davon 15 TH)	221 m	501,72 €
			- Samstag = 46 (davon 18 TH)	345 m	779,70 €
Brolingplatz	1.293 m ² Bereich Stadtgrün und Verkehr	125 m	- Mittwoch = 4 (davon 2 TH)	22 m	49,72 €
			- Samstag = 15 (davon 8 TH)	93 m	210,18 €
Buntekuh	240 m ² Fremdeigentum (EKZ Buntekuh)	27 m	- Freitag = 3 (keine TH)	24 m	54,24 €
Hanseplatz	1.040 m ² Bereich Stadtgrün und Verkehr	94 m	- Freitag = 12 (davon 5 TH)	81 m	183,06 €
Hasenweg	911 m ² BgA Märkte	82 m	- Mittwoch = 1 (kein TH)	12 m	27,12 €
Kücknitz	757 m ² Bereich Stadtgrün und Verkehr	109 m	- Freitag = 13 (davon 4 TH)	87 m	196,62 €
Rathausmarkt	2.080 m ² Bereich Stadtgrün und Verkehr	175 m	- Montag = 19 (davon 10 TH)	115 m	259,90 €
			- Donnerstag = 21 (davon 10 TH)	141 m	318,66 €
Meesenplatz	2.920 m ² Bereich Stadtgrün und Verkehr	260 m	- Montag = 5 (davon 3 TH)	44 m	99,44 €
			- Donnerstag = 12 (davon 6 TH)	90 m	203,40 €
Moisling	1.000 m ² Fremdeigentum (Fa. Rewe)	100 m	- Freitag = 2 (davon 1 TH)	13 m	29,38 €
Schlutup	626 m ² Bereich Stadtgrün und Verkehr	52 m	- Mittwoch = 7 (davon 4 TH)	42 m	94,92 €
Travemünde	1.728 m ² BgA Märkte	142 m	- Montag = 13 (davon 7 TH)	86 m	194,36 €
			- Donnerstag = 16 (davon 9 TH)	99 m	223,74 €
			*) TH = Tageshändler		3.862,34 € zzgl. USt.

Anhang 2

Vergleich der Wochenmarktgebühren in der Region (Stand 2020)

Ein echter Vergleich der Wochenmarktgebühren ist nicht seriös herzustellen. Die Rahmenbedingungen der einzelnen Märkte sind dafür zu unterschiedlich, zum Beispiel berechnen einige Kommunen die Gebühr auf Basis der laufenden Meter mit unterschiedlicher Tiefe oder pro m². So findet in Husum der Wochenmarkt auf nur einer Fläche statt, in Lübeck auf 11 Standorten. In Kiel besteht der größte Wochenmarktstandort mit ca.100 Marktständen, wohingegen der Markt in Rostock durch einen Dienstleister durchgeführt wird.

Stadt	Abrechnung lfd. Meter	Abrechnung m ²	letzte Anpassung
Kiel		0,53 EUR	2016
Flensburg		0,46 EUR	2006
Neumünster		0,50 EUR	2012
Husum		0,71 EUR	2019
Rostock		1,22 EUR	2019
Wismar	5,00 EUR		2018
Lübeck	2,26 EUR (aktuell)		2011

Anhang 3

Ideensammlung der AG Wochenmarkt

1. Standort

Vorschlag der AG	Anmerkung der Verwaltung
Beschaffenheit der Plätze	Einige Plätze sind frisch saniert (Meesenplatz, Broiling) andere Plätze werden geprüft (Brink)
Pflege der Grünanlagen	Die Pflege der Grünanlagen hat Priorität. Ein Gespräch mit dem Bereich Stadtgrün und Verkehr erfolgt, um diese Angelegenheit grundsätzlich zu besprechen
Schranken als Marktplatz	Der Schranken steht als Marktfläche nicht mehr zur Verfügung. Eine entsprechende Abfrage ist intern erfolgt und eine Sondernutzung nicht möglich
Keine Autos und geschlossene Verkaufswagen auf dem Platz	Beides wird seit einigen Monaten verfolgt und mit Bußgeldern beschieden. In die neuen Satzungen muss entweder ein Verbot oder eine Gebühr für diese Tatbestände aufgeführt werden.
Bänke und Spielgeräte am Rand	Auf einigen Plätzen schon gegeben, sollte aber am Brink geprüft werden.
Parkplatz Brink neu strukturieren (Linien nachzeichnen, andere Verkehrsführung, mehr Fahrradständer	Diese Idee sollte verfolgt und muss dem Bereich Verkehr umgesetzt werden. Keine Zuständigkeit bei 2.280
Parkplatzeinweiser und Reinigungskraft WC samstags am Brink	Zumindest die Reinigungskraft am Samstag ist sinnvoll. Dazu müsste eine Arbeitskraft auf 450-Euro-Basis eingestellt werden. 2.280 hatte über GMHL versucht, eine Reinigungskraft extern über deren Dienstleister zu engagieren; es sind derzeit in der HL keine freien Reinigungskräfte zu bekommen.
Beschilderung über den Eingängen am Brink	An den Zugängen vom Parkplatz und der Ratzeburger Allee denkbar, aber: neue Schilder sind angebracht
Neue Stromkästen und Mülleimer am Brink	Eine Erneuerung der Stromversorgung ist Teil des Marktkonzeptes. Es stehen im Haushalt 2021 Mittel bereit.
Markthalle	Eine Markthalle ist stationärer Handel, hat nichts mit dem Thema WoMa zu tun und muss an anderer Stelle geprüft werden.
Marktaufbau ohne Lücken	Ein Marktaufbau ohne Lücken ist der HL ebenfalls ein Anliegen. Die hohe Quote an Tageshändlern soll reduziert werden; nur noch echte saisonale Tageshändler sind zuzulassen. Die neuen Satzungen sollen dementsprechend Quartalshändler bevorzugen, um die Platzorganisation besser steuern zu können. Einen angestammten Platz auf einer Fläche kann es dann nicht geben, den viele Händler fordern.
Mehr Parkplätze für Kunden und Händler:innen	Die meisten Wochenmarktflächen liegen an oder in Wohngebieten, es ist kein zusätzlicher Platz vorhanden. Zeitlich befristete, räumlich eingeschränkte Parkverbote während der Marktzeiten lehnt der Bereich Verkehr ab.

Sanitäranlagen	Die Sanitäranlagen sind im Blick der Verwaltung und werden laufend saniert (Broilingplatz, Brink). Mobile Toiletten auf anderen Plätzen werden bereitgestellt.
----------------	--

2. Organisation

Vorschlag der AG	Anmerkung der Verwaltung
Anpassung der Marktsatzung	Eine Anpassung der Marktsatzung wurde auf den Weg gebracht.
Verzicht der Marktaufsicht	Ein Verzicht auf die Marktaufsicht ist nicht vorgesehen und nicht möglich. Das Hausrecht liegt bei 2.280 und kann nicht delegiert werden.
Keine Bußgeldbescheide bei Verstößen gegen die Satzung	Sowohl die Marktaufsicht, als auch das Ordnungsamt, versuchen immer zuerst den Weg der Kommunikation. Beim Scheitern der Kommunikation wird es auch in Zukunft Ordnungsgelder geben.
LTM soll Bindeglied zwischen Verwaltung und Händler:innen sein	Die Einbindung der LTM würde zusätzliche Kosten für die Händler:innen verursachen. Eine Anfrage zur Unterstützung in Sachen Marketing hat die LTM beantwortet und mit Kosten hinterlegt.
Öffnungszeiten ändern (später)	Eine Änderung der Öffnungszeiten kann sich die Verwaltung vorstellen. Hierüber muss aber für jeden Platz/Tag Konsens zwischen Verwaltung und Händler:innen bestehen. Bei den bisherigen AG-Treffen zeichnete sich keine Einigung der Händler:innen ab.
Minimierung der Standgebühren	Eine aktuelle Kalkulation liegt vor. Die Marktgebühr deckt die Kosten bei Weitem nicht. Eine Verringerung der Marktgebühr ist nicht möglich.

3. Marketing

Vorschlag der AG	Anmerkung der Verwaltung
Händler:innenakquise	Eine Händler:innenakquise findet seit einiger Zeit vor allem für die nicht ausgelasteten Plätze aktiv durch 2.280 statt.
Werbung	Die Wochenmärkte werden auf der Homepage der HL sowie in der Mein-Lübeck-App beworben. Werbung in den sozialen Medien ist bei der HL nicht gestattet. LTM nimmt sie in den Veranstaltungskalender auf.
Aktionen/Events	Der Wunsch nach Aktionen und Events deckt sich mit Vorstellungen der Verwaltung. Nach der Coronapandemie sollen erste Ideen samstags auf dem Brink umgesetzt werden.