



Stadt Leverkusen

Vorlage Nr. 2021/1127

Der Oberbürgermeister

II/36-361-64-sch/neu
Dezernat/Fachbereich/AZ

07.12.2021
Datum

Beratungsfolge	Datum	Zuständigkeit	Behandlung
Rat der Stadt Leverkusen	13.12.2021	Entscheidung	öffentlich

Betreff:

Kündigung des Vertrages mit der Deutschen Marktgilde eG zum 30.06.2022
- Stellungnahme der Deutschen Marktgilde e.G., Eschenburg, vom 06.12.2021
(siehe Anlage)

Ihre persönlichen Ansprechpartner im Hauptsitz: Ingo Johnson (Mitglied des Vorstandes, E-Mail: i.johnson@marktgilde.de, Tel.: 02774/9143-100 und in der Niederlassung Köln: Martin Rosmiarek (Niederlassungsleiter), E-Mail: m.rosmiarek@marktgilde.de, Tel.: 02774 9143-701

06.12.2021

Wochenmärkte in Leverkusen als TOP in der Ratssitzung am 13.12.2021

Presseberichte in dem Zusammenhang

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir veranstalten die Wochenmärkte in den Stadtteilen Alkenrath, Küppersteg, Lützenkirchen, Opladen, Rheindorf, Schlebusch und Wiesdorf für die Stadt Leverkusen seit Mitte 2017. Ende Oktober wurde uns von der Verwaltung mitgeteilt, dass der Mietvertrag zur Benutzung der Wochenmarktplätze nach der vertraglich vorgesehenen Erstlaufzeit von fünf Jahren gekündigt und somit nicht verlängert werden soll.

Für uns völlig überraschend war in dem Zusammenhang ein begleitender Pressebericht im Kölner Stadt-Anzeiger vom 18.11.2021 mit der Schlagzeile „Marktgilde soll aufhören“, weil „die Erwartungen nicht erfüllt worden seien“ und man „im Rathaus einen Abwärtstrend erkennt“.

Diese zusammengefassten Gründe für die avisierte Kündigung relativiert der Autor, Herr Thomas Käding, zwar schon sehr deutlich in seinem Kommentar „Romantik hilft nicht weiter“, indem er stichwortartig die Probleme aufzeigt, denen wir uns als Veranstalter auf den einzelnen Marktplätzen in den vergangenen viereinhalb Jahren gegenübergesehen haben. Die in der Wahrnehmung dominierenden – und in den Köpfen der Leser hängengebliebenen – Schlagzeilen bedürfen aus unserer Sicht aber **dringend einer ergänzenden Kommentierung, Erklärung und Richtigstellung**, bevor – dem Vernehmen nach in der o.g. Ratssitzung – über die Kündigung und evtl. folgende Neu-

ausschreibung beraten und endgültig entschieden wird. Leider kennen wir die „vertrauliche“ Sitzungsvorlage, die in dem Presseartikel zitiert wird, nicht – und können deshalb konkrete Kritikpunkte an unserer Arbeit und konkrete Erwartungen nicht gezielt aufgreifen, sondern lediglich zu allgemeinen Dingen Stellung beziehen.

Beginnen möchten wir mit dem behaupteten „Abwärtstrend“ der Wochenmärkte in Leverkusen. Dieser wird aus unserer Sicht nur pauschal und zu einseitig aus „der Summe der Marktbesucher“ abgeleitet, ohne die diversen Sondersituationen der einzelnen Plätze und der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der letzten zwei Jahre insgesamt angemessen zu berücksichtigen. Dass auch der mobile Handel insbesondere von der **Corona-Pandemie ganz wesentlich betroffen war und ist**, wird – im Gegensatz zu Berichten über den stationären Handel und das Innenstadtsterben – leider „vergessen“.

Die Bestimmungen der verschiedenen Coronaschutzverordnungen enthielten – auch mit Blick auf die Veranstaltung von Wochenmärkten – häufig große Unsicherheiten und wurden zudem nicht nur sehr oft, sondern auch sehr kurzfristig verändert.

- Z.B. wurden wir als Veranstalter der Wochenmärkte vom Ordnungsamt angewiesen, die Stände weiter auseinanderzuziehen und damit „Lücken“ zu schaffen, um so der Abstandspflicht Rechnung zu tragen. Einzelne Markthändler fanden deshalb keinen Platz mehr.
- Für viele Markthändler gab es sogar über Monate hinweg ein Teilnahme- und damit faktisch ein Arbeitsverbot, weil deren Sortimente nicht angeboten werden durften.
- Angst vor Ansteckungsgefahr und Maskenpflicht war für viele – insbesondere die Vielzahl der traditionell älteren – Marktkund*innen Grund, den Wochenmärkten fern zu bleiben.
- Die – teils als rigoros empfundenen und deshalb abschreckenden – Kontrollen der Einhaltung der Maskenpflicht (bei Kunden und Marktbesuchern) oblagen aufgrund der alleinigen hoheitlichen Befugnisse in erster Linie den Ordnungsbehörden der Stadt. Wir haben diese nach besten Kräften unterstützt.
- Die potentiellen Marktkund*innen wurden sogar regelmäßig von Medien und Politikern in Form von teilweise sehr emotionalen Appellen aufgefordert, zu Hause zu bleiben, Kontakte zu meiden und auf Einkäufe möglichst zu verzichten. Dabei wurde insbesondere in der Anfangszeit der Pandemie nicht danach unterschieden, ob das Einkaufen unter freiem Himmel nicht doch vielleicht einen Unterschied zum Einkaufen in geschlossenen Räumen ausmacht.
- Auch die „Enttäuschung über zu wenige Werbeaktionen“ muss vor dem Hintergrund der Pandemie relativiert werden und ist bei genauem Hinsehen leicht zu erklären. In den vergangenen zwei Jahren sollte – in enger Abstimmung mit der Verwaltung – auf alle Werbeaktionen verzichtet werden, um möglichst wenig zusätzliche „Massen“ zu den Märkten zu locken und somit größere Ansammlungen und Ansteckungen zu verhindern. Soziale Kontakte und eine hohe Aufenthaltsqualität (die dann wiederum zu einer längeren Aufenthaltszeit geführt hätte) waren sowohl seitens der Bundes- und Landesregierungen sowie der Stadt Leverkusen zum Schutz der Gesundheit, aber zum Leidwesen der Wochenmarktbesucher und Markthändler, unerwünscht.

- Auch zahlreiche ältere („vulnerable“) Marktbesucher hatten aus gesundheitlichen Gründen Angst, am Wochenmarkt teilzunehmen. Verstärkt wurde diese Tendenz dadurch, dass sie zusätzlich das Problem hatten, sich den ganzen Tag mit Gesichtsmaske hinter den Stand zu stellen und Marktkund*innen dadurch nur schlecht ansprechen zu können.

All dies hatte zur Folge, dass viele Händler, die die Leverkusener Märkte „vor Corona“ zuverlässig beschickt haben, keine ausreichenden Umsätze mehr realisieren konnten; sie haben deshalb nicht mehr am Markt teilgenommen, teilweise ihr Geschäft sogar ganz aufgegeben. Dieser Zustand hält bis heute (deutschlandweit) an, taugt also nicht als Beleg für eine „schlechte“ Veranstalterarbeit an einem einzelnen Standort! Viele Markthändler haben wegen der schwierigen Situation Jobs und das für sie zum Überleben notwendige Einkommen in anderen Branchen gesucht – wie in anderen Bereichen, z.B. der Gastronomie, auch.

Hieraus den pauschalen Schluss zu ziehen, dem Wochenmarkt „droht möglicherweise langfristig das Aus“ ist aus unserer Sicht nicht nachvollziehbar. Denn diese Händler haben wir in Leverkusen aufgrund unserer zahlreichen Kontakte und großflächigen Vernetzung trotz aller Schwierigkeiten zum allergrößten Teil durch neue Besucher ersetzen können (z.B. Obst- und Gemüsehändler in Küppersteg, Alkenrath, Schlebusch).

Neben diesen „Corona-Problemen“, die gleichermaßen für alle Marktplätze gelten und ihre Spuren hinterlassen haben, möchten wir auf die Entwicklungen einzelner Wochenmärkte / Standorte noch etwas detaillierter eingehen:

Wochenmarkt Opladen

Die Aussage, dass in Opladen die Zahl der lokalen Anbieter abnimmt und Lücken „mit Handelnden aus dem Niedrigpreissegment“ geschlossen wurden, trifft nicht zu! Das Gegenteil ist der Fall: Lokale Händler aus dem Frischebereich, die regionale Ware anbieten, werden immer bevorzugt. Händler aus dem erweiterten Bereich (z.B. Textilien) wurden von uns daher regelmäßig abgelehnt. Das liegt daran, dass alle Plätze auf dem Opladener Wochenmarkt besetzt sind und dass freie Plätze mit Frischehändlern, und hier bevorzugt aus der Region und mit regionaler Ware, neu besetzt wurden. Außerdem haben wir die Gänge des Wochenmarktes, die bei Marktübernahme vor viereinhalb Jahren viel zu eng waren, vergrößert, um nicht nur die Aufenthaltsqualität der Kunden zu steigern, sondern auch, um die Sicherheit zu erhöhen.

Dass die Bewertungen der Marktsituation in Opladen in der öffentlichen Wahrnehmung offensichtlich deutlich auseinandergehen, zeigt u.a. die Sitzung der Bezirksvertretung II am 18.09.2018. Hier wurde uns nämlich vorgehalten, dass wir in Opladen zwischenzeitlich **zu viele Lebensmittelhändler akquiriert hätten** und damit das „orientalische Flair“ des Marktes zerstören würden.

Wochenmarkt Schlebusch

Auch auf dem Wochenmarkt Schlebusch konnten wir mehrfach Händler, die aus finanziellen oder gesundheitlichen Gründen aufgehört haben, ersetzen. So haben wir für diesen Standort zwei neue Obst- und Gemüsehändler sowie einen neuen Blumenhändler akquiriert.

Dem Wochenmarkt Schlebusch haben schon vor der Corona-Pandemie die monatelangen Bauarbeiten zu schaffen gemacht. Sie haben den Marktplatz nahezu vollständig abgeschottet, zumindest nur sehr schwer erreichbar gemacht.

Hinzu kommt an diesem Standort die Konkurrenz durch den nahegelegenen Bauernmarkt, der samstags Am Klösterchen stattfindet. Die Nachfrage der Marktkunden verteilt sich dadurch auf die beiden Plätze, was sich natürlich in den Umsätzen der Beschicker bemerkbar macht.

Markt in der Hindenburgstraße

Der Wochenmarkt in der Hindenburgstraße war schon bei der Marktübernahme durch die Marktgilde vor viereinhalb Jahren ein lang diskutiertes Thema. Der Stadtverwaltung war schon damals sehr bewusst, dass der Markt voraussichtlich mittel- bis langfristig mangels Nachfrage einschlafen würde. Als Übergangslösung wurde seitens der Stadtverwaltung im Rahmen der „Paketlösung“ der Privatisierung aller städtischen Leverkusener Märkte vorgeschlagen, dass die Deutsche Marktgilde den Wochenmarkt ungeachtet dieser Aussichten immerhin so lange wie möglich „am Leben hält“.

Bei der Übernahme 2017 standen nur drei Händler auf der Hindenburgstraße. Somit handelte es sich nach allgemeiner Auffassung aus formaler Sicht zu diesem Zeitpunkt gar nicht mehr um einen Wochenmarkt (gewöhnlich spricht man erst ab ca. 10-12 Händlern von einem Wochenmarkt). Mittwochs war der Umsatz der Marktbesucher schon zu diesem Zeitpunkt äußerst gering. Nachdem der Metzger in Rente ging, ist das Konstrukt an diesem Markttag in sich zusammengefallen. Auch trotz größter Anstrengungen konnte kein neuer Metzger für diesen Markt gewonnen werden. Alle, die es versucht haben, haben nach wenigen Tagen ohne Aussicht auf Erfolg aufgegeben. Aufgrund des Einkaufsverhaltens der Einwohner sehen wir - wie auch die Wochenmarkthändler - einen Wiederbelebungsversuch dieses Markttages sehr problematisch.

Im Gegensatz zum Mittwoch sind die verbleibenden Händler mit dem Markttag Samstag aktuell weiterhin zufrieden. Hier engagiert sich die Marktgilde nach wie vor mit dem Ziel, neue Händler zu finden. Die Suche für den „Micro-Markt“ blieb jedoch bis dato erfolglos, die Händler nehmen lieber an größeren Wochenmärkten mit einer höheren Kundenfrequenz teil.

Ein Problem in der Hindenburgstraße ist zurzeit auch die öffentliche Toilette. Diese wurde durch das Hochwasser zerstört, und die Tür lässt sich nicht mehr verschließen. Sie hat sich zu einem Treff für Drogenabhängige entwickelt und ist seitdem regelmäßig stark verunreinigt. Drogenkonsummaterialien liegen überall herum und schrecken das traditionelle Marktpublikum zunehmend ab.

Wochenmarkt Wiesdorf

Hier wird „unser“ Wochenmarkt häufig mit dem gleichzeitig stattfindenden Wochenmarkt in der Wiesdorfer Fußgängerzone verwechselt. Händler und Kunden sind ob der parallelen Angebote verwirrt.

Zum Warenangebot auf den Märkten:

Einen zu hohen Anteil von Anbietern des erweiterten Bereichs (Textilien etc.) auf einem Wochenmarkt sieht die Deutsche Marktgilde ebenfalls kritisch. Aus diesem Grund werden sogenannte „Frischehändler“ stets bevorzugt behandelt. Bei nur einem freien Standplatz vergeben wir diesen, wenn möglich und Interessenten vorhanden sind, stets an einen „Frischehändler“ (wie oben zum Standort Opladen schon konkret ausgeführt).

Grenzen dafür setzen allerdings auf festgesetzten Wochenmärkten, wie sie auch in Leverkusen veranstaltet werden, gesetzliche Regeln, die von uns einzuhalten sind. So hat nach der Gewerbeordnung grundsätzlich jeder Händler (mit entsprechendem Sortiment) ein Recht auf Teilnahme am Markt, wenn ein Platz frei ist. Diese Vorschrift hat mitunter ebenfalls Einfluss auf das Warenangebot und die Verteilung am Markt.

Hinsichtlich des „Niedrigpreissortiments“ sei noch angemerkt, dass der Wochenmarkt für alle Kunden aller Schichten ein Angebot bieten sollte. Dies zeigt z.B. die große Beliebtheit eines Obst- und Gemüsehändlers mit besonders günstiger Ware auf dem Opladener Wochenmarkt. Auf die Preispolitik der einzelnen Händler hat die Deutsche Marktgilde als Veranstalter keinen Einfluss.

Zu wenig Werbeaktionen?

Nachvollziehbar ist zum Teil die Kritik, dass wir unsere Marketingmaßnahmen während der Pandemie deutlich zurückgenommen haben. Das war allerdings, wie oben schon erläutert, durch zwei Überlegungen begründet: (1) Wir als Veranstalter waren und sind (siehe die vielstimmigen aktuellen Aufrufe, bis hin zum Bundespräsidenten, in der „4. Welle“ der Pandemie) – wie die gesamte Öffentlichkeit – aufgefordert, Kontakte möglichst zu vermeiden, also auch ein besonders hohes Kundenaufkommen zumindest an einzelnen Marktständen und einzelnen Markttagen. (2) Ist betroffenen Marktbesuchern, auf deren Mitwirkung wir letztlich bei erfolgreichen Marketingmaßnahmen angewiesen sind, schwer zu vermitteln, dass sie gerade in diesen Krisenzeiten zusätzlich, z.B. auch finanziell, gefordert werden sollen.

Das heißt aber nicht, dass wir untätig waren! Weil uns bei „sichtbaren“ Aktivitäten mit direktem Kundenkontakt am Point-of-Sale die Hände weitgehend gebunden waren, haben wir unsere finanziellen und personellen Mittel voll **auf die Digitalisierung konzentriert**. „Hinter den Kulissen“ haben wir in unser zentrales Zukunfts-Marketingprojekt „Treffpunkt-Wochenmärkte“ nicht nur 100.000,00 Euro investiert. Es wurde inzwischen – ebenfalls erschwert durch die Corona-Auswirkungen in den beteiligten Dienstleistungsunternehmen und dadurch leider verzögert – bis zur Einführungsreife vorangetrieben.

Die auch Leverkusen versprochene individuelle Marktwebseite kann nun bis Ende Januar 2022 live geschaltet werden. Über www.treffpunkt-wochenmarkt.de kann man sich bereits zahlreiche Beispiele ansehen, um einen Eindruck davon zu gewinnen, wie diese Webseite in ihrer ersten Ausbaustufe aussehen wird (etwa Dresden, Bonn, Lutherstadt Wittenberg, Nordhausen, Wunstorf). Oder geben Sie "<https://bonn.treffpunkt-wochenmarkt.de>" in Ihren Browser ein, um sofort ein konkretes Beispiel zu sehen. **Einzigartig: Die Marktgilde hilft damit jedem einzelnen Marktbesucher bei der Digitalisierung**, indem er/sie sich über ein in die Internetplattform integriertes Beschickerportal individuell präsentieren kann.

Bevor „sichtbare“ Werbung und Aktionen jeglicher Art durch Corona mehr oder weniger unmöglich gemacht wurden (s.o.), hat die Deutsche Marktgilde außerdem sehr wohl zahlreiche Aktionen auf den Leverkusener Wochenmärkten durchgeführt. So u.a.:

- 28.03.2018, WoMa Schlebusch, Schauspieler / Künstler, verteilt Schokoladenherzen zu Ostern
- 06.09.2018, WoMa Opladen, Aktion „Bürgerfrühstück“ mit Frischemoderator Harry Flint
- 20.12.2018, WoMa Opladen, Aktion „Tee-Time“
- Dez. 2018, auf allen Leverkusener Wochenmärkten wurden unsere nachhaltigen Wochenmarkttaschen mit „Wochenmarkt-Motiv“ verschenkt
- 21.03.2019, WoMa Opladen, Aktion zum Frühlingsbeginn, mit Samentütchen, Kinderchor etc.
- 17.04.2019, WoMa Schlebusch, Marktleiter verschenkt Ostereier an Kunden
- 04.05.2019, Teilnahme am 24. Schlebuscher Kindertag mit Pavillon, Gewinnaktion, Kostproben vom Wochenmarkt
- 23.10.2019, WoMa Schlebusch, Aktion „Oktoberfest“, Kunden erhalten eine frische Oktoberfestbrezel
- Nov. 2019, Aktion mit „Almette“ inkl. Glücksrad und Kostproben
- Dez. 2019, Aktion „Schokoladen-Weihnachtsmänner“ auf den Wochenmärkten Opladen, Schlebusch, Rheindorf

Zudem haben wir zum Ende des vergangenen Jahres auf dem Wochenmarkt Schlebusch Corona-Schutzmasken mit Wochenmarktmotiv an die Wochenmarktkunden verschenkt.

Außenwirkung / Sauberkeit der Marktplätze

Dass die Plätze nach dem Marktende nicht sauber verlassen werden, entspricht – vielleicht bis auf wenige Einzelfälle – nicht den Tatsachen. Wir haben für die großen Plätze eine Reinigungsfirma beauftragt. Die kleineren Plätze werden von den Händlern und den Marktleitern sauber gehalten. Eher ist es hin und wieder so, dass die Marktplätze vor Marktbeginn von unserem Personal verunreinigt vorgefunden werden und dass die öffentlichen Mülleimer oft deutlich überfüllt sind.

In der Vergangenheit kam es lediglich in sehr wenigen Einzelfällen vor, dass Marktbesucher ihren Abfall widerrechtlich nach Markttende entsorgt haben. Die Deutsche Marktgilde ist in diesen Fällen unverzüglich tätig geworden und hat den Abfall beseitigt, die betroffenen Händler abgemahnt und schließlich einmal sogar ein Marktverbot ausgesprochen.

Organisation

Sowohl die Vergabe von Stellplätzen als auch das Gebührenmodell ist bei der Marktgilde transparent und nachvollziehbar gestaltet und mit der Stadt Leverkusen abgeprochen. So gibt es eine Marktordnung, in der die Platzvergabe geregelt ist, und eine Entgeltordnung, die allen Marktbesuchern bekannt ist. Bei Fragen stehen die Mitarbeiter der Marktgilde immer zur Verfügung. So beraten wir die Händler auch, welche Vertragsform für sie die günstigste ist.

Die Marktleiter sind während der Auf- und Abbauzeit immer anwesend und während der Marktöffnungszeiten in ständiger Rufbereitschaft. Allen Händlern liegen die Mobiltelefonnummern der örtlichen Marktleitungen und der zuständigen Niederlassung Köln vor. In Opladen ist, aufgrund der Größe des Wochenmarktes, nicht nur ein Marktleiter im Einsatz, sondern zwei. Somit ist die persönliche Präsenz in Opladen ganztägig gewährleistet. Die von den Marktleitern zu erfüllenden Aufgaben sind genau definiert und werden stets umgesetzt. **Auch die Konfrontation mit Händlern, die anfänglich das Tragen von Masken verweigerten, wurde nicht gescheut.**

Probleme mit Wahlständen und anderen Ausstellern aus dem Sozial- und Kulturbereich sind uns nicht bekannt. Grundsätzlich sind die Wochenmärkte den Marktbesuchern vorbehalten. Wenn die Stadt Leverkusen ausdrücklich darum gebeten hat, Wahlkampfstände oder Organisationen aus dem Sozial und Kulturbereich zuzulassen, dann sind wir dem in der Vergangenheit immer nachgekommen.

Forderung „Feierabendmarkt“

Aus unserer Sicht ist dieses Format, das sich mit seinem „Eventcharakter“ zugegebenermaßen in den letzten Jahren vielerorts (und oft jahreszeitlich stark begrenzt) eine gewisse Verbreitung gefunden hat, kein Ersatz, sondern eine Ergänzung für den Wochenmarkt. So gibt es auf den üblichen Feierabendmärkten vor allem Streetfood, Imbiss-, Bier-, und Weinstände, anstatt Blumen-, Obst- und Frischehändler. Ein Vergleich der in Leverkusen zur Verfügung stehenden Plätze mit einem „Vorzeige-Feierabendmarkt“ wie am Rudolfplatz in der Millionenstadt Köln muss schon allein aufgrund der Passantenfrequenz scheitern und kann als Ziel nur Illusion bleiben.

Auch wenn vielleicht immer mehr Menschen gerne am Nachmittag oder Abend auf einem Wochenmarkt als Alternative zu Supermarkt oder Discounter einkaufen möchten, so hat sich der („traditionelle“) Vormittagsmarkt bis heute vielerorts bewährt, weil die Ware morgens besonders frisch ist. Sie kommt dann frisch vom Hof oder vom Großhandel ohne Umwege oder lange Zwischenlagerung.

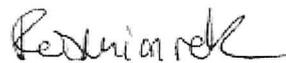
Denkbar ist natürlich, einzelne Markttage länger, bis in den späten Nachmittag, geöffnet zu halten. Diese Gedanken würden wir gerne mit der Stadtverwaltung erörtern und im Weiteren ggf. zum Anlass nehmen, die Leverkusener Bürger*innen nach ihren konkreten Wünschen in der Richtung zu befragen.

Gerne hätten wir Ihnen persönlich im Rahmen der Ratssitzung Rede und Antwort gestanden, was aber offenbar aus organisatorischen und rechtlichen Gründen nicht möglich ist. Für weitere Fragen sowie ein persönliches Gespräch stehen wir aber gerne jederzeit zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen
Deutsche Marktgilde eG



Ingo Johnson
(Vorstand)



Martin Rosmiarek
(Leiter Niederlassung Köln)