

Liebe Kollegin, liebe Kollegen hier im Bezirk II,

das Thema Wochenmärkte ist ein Besonderes. Es macht einen Teil unseres täglichen Lebens aus. Ganz besonders gilt das für Opladen. Der Donnerstagsmarkt ist das Großereignis schlechthin in Opladen. Das Einzelhandelsleben ist hier seit langem leider keine Erfolgsgeschichte mehr. Allerdings einmal in der Woche ist das noch so wie früher: Der Markt sorgt für eine volle Innenstadt, man trifft sich und man kauft ein.

Dennoch müssen wir feststellen, auch unser Markt erodiert. Noch nicht dramatisch, aber bei genauem Hinsehen, an den Rändern ist er dünner geworden.

Unser Wunsch war es immer, die Stadt möge sich aufmerksamer um ihn kümmern. Die Verwaltung lehnt das jedoch mit dem Hinweis ab, sie habe kein Personal und auch keine Fachkompetenz. Dabei hat die Stadt, bezieht man die Vorläuferstädte mit ein, das Marktwesen über viele Jahrzehnte fest in der Hand gehabt.

So verfolgen wir von Opladen plus die Privatisierungsbestrebungen mit besonderer Aufmerksamkeit und Sorge.

Unsere Märkte brauchen gerade jetzt in schwierigen Wochenmarkt-Zeiten Hingabe. Jeder Markt braucht für sich ein individuelles Vorgehen und Konzept.

Vor diesem Hintergrund betrachtet ist das Ergebnis der Ausschreibung extrem mager:

1. nur ein Betreiberangebot
2. ein ganz blasses Konzept
3. ein Spottpreis

Zu 1.

- Es ist kein Wunder, dass sich nur ein Bewerber gemeldet hat. Die Ausschreibung geschah versteckt über die elektronische Vergabepattform „Vergabemarktplatz Rheinland“.
- Die kennt keiner, jedenfalls niemand aus der Veranstalterszene.
- Die Vergabe soll im Packet geschehen, das ist für kaum jemanden zu stemmen, die Werbegemeinschaften müssten passen und haben dies ja auch getan.
- Bundesweite Referenzen waren erwünscht, hat kaum jemand, sind auch nicht nötig.

Zu 2.

Das Angebot ist sehr blass. Eine Bestandsaufnahme der Leverkusener Märkte wurde zwar gemacht aber nur sehr dürftige Schlussfolgerungen entwickelt:

Für den großen Opladener Markt fällt der Marktgilde nur ein, dass ein weiterer Fischstand gut wäre und 1-2 zusätzliche Blumenstände. Das war es, mehr nicht! Damit will die Marktgilde den Markt in Schwung bringen?!

Zu 3.

Lediglich € 5400,- als Festpreis will die Marktgilde für alle Märkte zusammen zahlen. Die Werbe und Fördergemeinschaft Schlebusch zahlt alleine für den von ihr vor noch gar nicht so langer Zeit erst erfolgreich auf die Beine gestellten Bauernmarkt jährlich mehr als das Doppelte an die Stadt. Dieser Vergleich sollte ausreichen: das Angebot der Marktgilde ist allein schon aus finanziellen Gründen unakzeptabel.

Es anzunehmen wäre auch eine Ohrfeige für alle Werbegemeinschaften die es schaffen, trotz deutlich höherer Konditionen noch neue Markt- und Veranstaltungsthemen auf die Beine zu stellen.

Da ist preislich mehr drin und zudem, wie zuvor beschrieben, konzeptionell viel mehr nötig.

Die Verhältnisse ändern sich. Viele können aus beruflichen Gründen vormittags nicht auf den Markt gehen. Auch wollen viele den Markt in Ruhe genießen. So wäre es doch vorstellbar, wenn man den Opladener Markt teilweise auch am Nachmittag fortführt. Die Stände die dazu bereit sind, könnte man bereits morgens so positionieren, dass sie am Ende des bisherigen Marktgeschehens noch eine Einheit bilden, z. B. am oberen Ende des Platzes in Richtung Fußgängerzone.

Mittlerweile gibt es eine Vielzahl von mobilen, hochattraktiven Imbissangeboten um die der Markt in den Nachmittagsstunden noch erweitert werden könnte. Vielleicht bleiben die auch noch am Abend und leisten den Wurstmaxen Gesellschaft. So entwickelt sich der Markt dann im Laufe des Tages zu Genussmeile.

Der Opladener Markt braucht Ereignisse die wieder Aufmerksamkeit auf ihn lenken. Der Markt ist noch stark genug, dass eingebrachtes Engagement sich lohnt.

Da bietet die Marktgilde bisher nur Dürftiges. Keine zündenden Ideen. Eine Aufbruchstimmung verbreitet die Bewerbung wirklich nicht. So fasst die Marktgilde die einleitenden Worte ihrer Bewerbung mit dem Satz zusammen: „auch wir können keine Wunder vollbringen!“

Ebenso macht der Satz „Unser kurzfristiges Ziel ist es, die derzeitige Marktgröße an allen Standorten mindestens zu halten“ wenig Hoffnung auf ein beherztes Engagement der Marktgilde auf den Leverkusener Marktplätzen. Stolz ist man auf ein Kindermalbuch mit einem halben dutzend kleiner Bundstifte und man würde „hin und wieder eine übliche saisonale Sonderaktion fahren. Hin und wieder, also selten und dann auch nur das Übliche - na prima!

So bleibt als Hauptargument nur die große Betreiberkartei der Marktgilde übrig. Leider hat die Gilde hier in unserer Region aber kaum Märkte, Monheim und dann Bonn sind die nächsten. Von Bonn kommt aber kaum ein Beschicker nach Leverkusen, hier hilft die Datei wenig.

Bleibt lediglich, dass die Marktgilde ein geordnetes Verwaltungsunternehmen ist.

Dazu ist das Marktthema aber zu wichtig als, dass man es einfach nur so weiter verwalten kann.

Unser Vorschlag ist daher eine neue Ausschreibung, an Einzelbewerber. Zuvor muss versucht werden, die ganz kleinen Märkte mit teilweise nur zwei Ständen in Eigenregie auf Sondernutzungsgenehmigungsbasis zu übergeben. Die vier großen Märkte Alkenrath, Opladen Schlebusch und Rheindorf und vielleicht auch der in Lützenkirchen sind für einen Betreiber finanziell interessant. Hier lässt sich durch Einzelvergabe in der Summe deutlich mehr als die derzeit im Raume stehenden €5400 erzielen und nebenbei würde eine Vielzahl von Betreibern eine individuelle Betreuung jeden einzelnen Marktes bewirken.

Das funktioniert, die Werbegemeinschaften beweisen es wöchentlich, mit dem Schlebuscher Bauernmarkt, Frischemarkt in Opladen und dem Citymarkt in Wiesdorf.

So stellen wir von Opladen plus den folgenden Ergänzungsantrag:

Die Verwaltung schreibt die Märkte in Leverkusen erneut aus. Die Vergabe erfolgt einzeln. Die Minimärkte werden zuvor in Eigenregie der dort noch vorhandenen Marktbeschicker gegeben.