

Vorlage

**an den
Rat der Stadt Helmstedt**

**über den Ausschuss für Wirtschaft, Tourismus und Kultur,
den Ausschuss für öffentliche Sicherheit und Ordnung
und
den Verwaltungsausschuss**

**Zukunft des Helmstedter Wochenmarktes;
Konzessionsvergabe nach Durchführung des Vergabeverfahrens**

In der Ursprungsvorlage wurde darüber informiert, dass im Rahmen der durchgeführten formellen Ausschreibung lediglich ein Angebot (s. Anlage 1) eingegangen ist und dass mit diesem Bieter, der Deutschen Marktgilde eG, zeitnah ein Bietergespräch stattfinden soll. Dieses Bietergespräch, das am 28.02.2023 als Videokonferenz stattgefunden hat, war erforderlich geworden, weil das Angebot in Bezug auf das erwartete Marktkonzept noch einer Konkretisierung bedurfte und weil insbesondere die von uns geforderte Mindestkonzessionsabgabe i. H. v. 5.000 € pro Jahr von der Bieterin nicht nur nicht erfüllt, sondern vielmehr ein (unbezifferter) städt. Zuschuss erwartet wird.

Die am 28.02.2023 besprochenen Punkte wurden mit Schreiben vom 28.02.2023, hier eingegangen per Mail am 02.03.2023, nunmehr genauer fixiert (s. Anlage 2). Zusammenfassend beinhaltet das vorgelegte Angebot folgende Kernpunkte:

1. Die Deutsche Marktgilde eG übernimmt sämtliche organisatorische und finanzielle Verpflichtungen, die mit der Durchführung eines mind. 2 x pro Woche stattfindenden Wochenmarktes verbunden sind (im Detail s. ursprüngliches Angebot in V 36/2021).
2. Die Deutsche Marktgilde eG erwartet für die Dauer der zu erteilenden Marktkonzession (zunächst 5 Jahre) einen zeitlich abgestuften städt. Zuschuss in folgender Höhe:
 1. Jahr: **13.200 €** (6.000 € für die Übernahme des Marktmanagements zzgl 7.200 € Unterstützungsaufwand für Organisation, Bewerbung u. Verwaltung)
 2. Jahr: **12.200 €** (5.000 € zzgl. 7.200 € wie vor)
 3. Jahr: **7.600 €** (4.000 € zzgl. 3.600 € wie vor)
 4. Jahr: **6.600 €** (3.000 € zzgl. 3.600 € wie vor)
 5. Jahr: **5.600 €** (2.000 € zzgl. 3.600 € wie vor)
3. In der Anfangsphase (realistischer Start der Übernahme könnte der 01.06.2023 sein) wird an den bisherigen Markttagen Mittwoch und Samstag festgehalten. Evtl. sollten die Zeiten am Mittwoch etwas verändert werden, um die Mittagszeit mit zusätzlichen Imbissangeboten einzubeziehen. Perspektivisch sind andere Tage oder Zeiten in Abstimmung mit den Markthändlern und der Stadt denkbar.

4. Als alleinige Wochenmarktplatz favorisiert die Marktgilde den Marktplatz. Um den vollständigen Wechsel vom Holzberg für Kunden und (bisherige) Anbieter „seichter“ zu gestalten, soll der Wochenmarkt samstags zunächst auf dem Holzberg verbleiben. Mittwochs soll er gleich mit Übernahme nur noch auf dem Markt stattfinden.
5. Die Standgelder werden nicht wie bisher nach Frontmetern, sondern nach Quadratmetern erhoben. Maßgebliche Erhöhungen für die aktuellen Markthändler sollen damit zumindest in der Anfangsphase nicht verbunden sein.

Einzelheiten können den beigefügten Anlagen entnommen werden.

Obwohl das Angebot der Deutschen Marktgilde eG nicht den ursprünglichen Erwartungen entspricht und die Ausschreibung aufgrund der Tatsache, dass kein Angebot hinsichtlich der Höhe der Konzessionsabgabe die Mindestvoraussetzungen erfüllt, aufgehoben werden könnte, spricht sich die Verwaltung für eine grds. Annahme aus. Detailfragen wären jedoch noch zu klären, wofür bisher aufgrund des erst am 02.03.2023 eingegangenen Ergänzungsangebotes keine Zeit war, die A-Vorlage aber für die politische Beratung unverzüglich zu erstellen war. Z. B. wäre zu klären, wie sich die Marktgilde (langfristig) die vollständige Verlegung des von Anzahl und Angebot her aufgewerteten Marktes auf den räumlich limitierten Marktplatz genau vorstellt. Im Vergabegespräch hat die Bieterin bereits zum Ausdruck gebracht, dass sie grds. eine Entwicklung beabsichtigt und keine plötzliche Umstellung. Die Marktbesicker und die Kundschaft sollen „mitgenommen“ und erfolgreiche Lösungen gemeinsam gefunden werden.

In finanzieller Hinsicht relativiert sich das (nur) scheinbar überzogene Angebot der Marktgilde, wenn man diesem die Kosten gegenüberstellt, mit denen der Wochenmarkt aktuell den städtischen Haushalt belastet. Ausweislich der in der B069/2022 zur Ermittlung des Kostendeckungsgrades dargelegten Gegenüberstellung von Erlösen und Kosten ergibt sich für das Jahr 2021 ein Defizit von **17.741,68 €**. Dieses Defizit war in den Vorjahren teilweise noch deutlich höher, weil versucht wurde, den Markt durch höheren Personaleinsatz aufzuwerten, was aber selbst dadurch nicht gelungen ist. Seit Ausscheiden der damaligen „Marktmeisterin“ im Jahre 2019 wird der Wochenmarkt nur noch „verwaltet“. Das hat zwar zu geringeren Personalkosten und damit geringerem Defizit geführt, die Attraktivität ist dadurch aber weiter zurückgegangen. Für das Jahr 2022 liegen noch keine Zahlen vor. Es ist jedoch anzunehmen, dass sich das Defizit wegen einer weiter rückläufigen Zahl an Marktbesickern und dadurch geringeren Erlösen erhöht hat. Um einen echten Vergleich zu dem Angebot der Marktgilde herzustellen, müssen von dem o. a. Defizit von 17.741,68 € aber noch 2.200 € abgezogen werden, da dieser Betrag jährlich mit dem Fachbereich 54 für ausfallende Parkgebühren verrechnet werden, auf die dann zukünftig verzichtet werden müsste. Trotzdem würde das Angebot der Marktgilde bereits im ersten Jahr den städt. Haushalt maßgeblich entlasten. Und das selbst dann, wenn wir weiterhin nur „verwalten“ würden.

Die Alternative für die Annahme des Angebotes wäre eine Aufhebung und erneute Veröffentlichung der Ausschreibung und einstweilige Fortführung des Wochenmarktes durch die Verwaltung. Ersteres hätte aus Sicht der Verwaltung ohne maßgebliche Veränderung des bisherigen Anforderungsprofils keine Erfolgsaussichten. Eine Weiterführung des Wochenmarktes durch die Verwaltung wäre zwar grds. denkbar. Um den Markt aber inhaltlich aufzuwerten und wirklich zu entwickeln, was aus Sicht der Verwaltung dringend erforderlich ist

und vorrangig sein sollte, wäre jedoch die erneute Installation einer Marktmeisterin/eines Marktmeisters und somit eine maßgebliche personelle Aufstockung (mind. 0,5 Stelle) erforderlich. Mit dem derzeitigen Personal- und Sachaufwand wäre diese Entwicklung nicht zu leisten.

Beschlussvorschlag:

Das im Rahmen der Ausschreibung vorgelegte Angebot der Deutschen Marktgilde EG (eingegangen am 17.02.2023) in Form des Ergänzungsangebotes vom 28.02.2023 (eingegangen am 02.03.2023) wird für die ausgeschriebene Dauer von drei Jahren (mit einseitiger, städtischer Verlängerungsoption um zwei Jahre) angenommen.

Die Verwaltung wird ermächtigt, Detailfragen zur Umsetzung abschließend mit der Marktgilde zu klären und in den abzuschließenden Konzessionsvertrag einzuarbeiten.

In Vertretung

Gez. Henning Konrad Otto

(Henning Konrad Otto)

Anlagen: 2

REGIONAL LEBENDIG NACHHALTIG



Marktkonzept zur Betreuung des Wochenmarktes auf den Marktflächen „Markt“ und „Holzberg“ in 38350 Helmstedt

01.04.2023 – 31.03.2026



Inhalt

| | |
|--|----|
| I. Wochenmarktkonzept..... | 2 |
| 1. Einleitung / Allgemeine Anforderungen..... | 3 |
| 2. (Aus-)Gestaltung des Marktbildes..... | 4 |
| 2.1 Erscheinungsbild und angestrebtes Image des Marktes | 4 |
| 2.2 Versorgungslogistik (Strom- und Wasserversorgung)..... | 5 |
| 2.3 Abfallbeseitigung, Reinigung und Nachhaltigkeit..... | 6 |
| 2.4 Standgelder, Standgeldberechnung und Gebührengestaltung..... | 7 |
| 3. Branchenmix | 9 |
| 4. Attraktivitätssteigerung / Unser Marketing..... | 10 |
| 4.1 Marketingkonzept | 10 |
| 4.2 Belebung des Marktes durch Aktionen | 11 |
| 4.3 Bewerbung des Wochenmarktes in der lokalen Presse | 12 |
| 4.4 Digitaler Auftritt für den Wochenmarkt Helmstedt..... | 12 |
| 4.5 Präsentation des Wochenmarktes in der RegioApp..... | 13 |
| 5. Personelle Ausstattung – Die Marktleitung | 14 |
| 6. Referenzen, Nachweisdokumente und Bonität | 16 |
| 7. Einbindung bisheriger Wochenmarkthändler / Marketingpartnerschaft | 17 |
| 8. Regionale Angebote | 18 |
| 9. Zusatzangebot Spezialmärkte | 18 |
| II. Konzessionsabgabe..... | 20 |
| III. Anlagen..... | 21 |

Anlage 1: Versicherungsnachweis (Haftpflichtversicherung bei der Nürnberger Versicherung)

Anlage 2: Gewerbeanmeldung

Anlage 3: Auszug aus dem Genossenschaftsregister

Anlage 4: Führungszeugnisse der Vorstände in Kopie

Anlage 5: Auszug aus dem Gewerbezentralregister für das Unternehmen und die Vorstände

Anlage 6: Zertifikat des Hessischen Präqualifikationsregisters

Anlage 7: Auskunft Schufa

Anlage 8: Unbedenklichkeitsbescheinigung des Finanzamtes Gießen

Anlage 9: Umweltschutz- und Nachhaltigkeitskonzept

Anlage 10: Konzept zur Unfallverhütung

Anlage 11: Konzept zum Brandschutz

Anlage 12: Konzept zur Hygiene auf den Märkten

Anlage 13: Corona-Hygienekonzept

Anlage 14: Marktordnung

Anlage 15: Entgeltordnung

I. WOCHENMARKTKONZEPT

1. Einleitung / Allgemeine Anforderungen

Hiermit bewirbt sich die Deutsche Marktgilde eG um die Konzession zur Organisation und Durchführung des Wochenmarktes in Helmstedt vom 01.04.2023 bis zum 31.03.2026 auf den Marktflächen „Markt“ und „Holzberg“.

Folgende vorgegebene Rahmenbedingungen werden wir erfüllen:

- Durchführung/Ausrichtung an jedem Mittwoch und jedem Sonnabend; an gesetzlichen Feiertagen fällt der Markt aus. Bei Inanspruchnahme des Marktgeländes für eine städtische Großveranstaltung findet der Wochenmarkt – nach Abstimmung mit der Stadt -auf einem alternativen Standort statt.
- Marktzeiten im Sommerhalbjahr (01.04. – 30.09.) von 7:00 Uhr bis mindestens 13:00 Uhr
Marktzeiten im Winterhalbjahr (01.10. – 31.03.) von 8:00 Uhr bis mindestens 13:00 Uhr
- Die für den Wochenmarkt zugelassenen Waren ergeben sich aus § 67 der Gewerbeordnung in Verbindung mit der Verordnung für die Erweiterung des Wochenmarktsortiments der Stadt Helmstedt
- Die bisherigen Wochenmarktbeschicker:innen werden in die Durchführung der Märkte eingebunden
- Die Reinigung des Platzes nach Marktende und den Winterdienst zu den Marktzeiten werden wir sicherstellen
- Der geforderte Antrag auf Festsetzung als Wochenmarkt gemäß § 67 Gewerbeordnung liegt dieser Bewerbung bei
- Mit unserem umfangreichen Versicherungsschutz, der weit über das normale Maß einer Veranstalterhaftpflicht hinausgeht, übernehmen wir alle Risiken aus der Veranstaltung unserer Märkte. Er beinhaltet auch die Haftung aus Mietsachschäden im Zusammenhang mit der Veranstaltung des Wochenmarktes, eine nach unserer Kenntnis einzigartige Zusatzleistung, mit der wir der Stadt Helmstedt zusätzliche Sicherheiten bieten.
- Das wirtschaftliche Risiko der Durchführung des Wochenmarktes tragen wir allein.
- An allen Markttagen wird eine Marktaufsicht sichergestellt (keine Beschicker:innen).
- Sofern erforderlich, werden wir die erforderliche Aufstellung mobiler Beschilderungen veranlassen
- Ein jährlicher allgemeiner Austausch zwischen den Marktbeschicker:innen, der Stadt Helmstedt und der Deutschen Marktgilde („Runder Tisch“) wird initiiert.

Das folgende Marktkonzept, das wir hiermit vorlegen, beschreibt im Einzelnen, wie der Bestand und die Attraktivität des Helmstedter Wochenmarktes durch nachhaltige, qualitativ hochwertige und bürgerfreundliche Angebote über die gesamte Laufzeit der Konzession gewährleistet werden sollen.

2. Ausgestaltung des Marktbildes

2.1 Erscheinungsbild und angestrebtes Image des Marktes

Das „Marktbild“ wird aus unserer Sicht wesentlich durch „externe“ und „interne“ Komponenten bestimmt. Zu den „externen“ zählen wir insbesondere das unmittelbare Umfeld des Marktes, auf das wir als Veranstalterin i.d.R. keinen bzw. maximal indirekten Einfluss und damit nur begrenzte Gestaltungsmöglichkeiten haben. Häufig spielen Aspekte der Instandhaltung und Sauberkeit der gesamten Infrastruktur dabei eine Rolle.

Im Vordergrund der „internen“ Gestaltung steht nach unserer festen Überzeugung der Wochenmarkt selbst, mit seinen einzigartigen Merkmalen und seiner für die Bevölkerung so wichtigen **sozialen Funktion als Treffpunkt**. Im Angebot von vor allem frischer, grüner Ware „unter freiem Himmel“ sehen wir nach wie vor die Stärke und das Alleinstellungsmerkmal des Wochenmarktes. Neben der reinen Handelsfunktion (Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln) erfüllt der Wochenmarkt dabei zunehmend soziale Aufgaben wie Informationsaustausch und Kommunikation im Quartier, Suche nach persönlichen Kontakten sowie Authentizität, Abwechslung und Vielfalt, Integration/Sozialisation u.a.m.

Grundsätzlich vertreten wir die Ansicht, dass das besondere Flair eines Wochenmarktes vor allem dann entsteht, wenn ein Markt nicht zu 100% uniform ist. Die Tatsache, dass die Marktstände eben gerade nicht einheitlich sind und sich nicht wie „ein Ei dem anderen gleichen“, unterscheidet den Wochenmarkt auch heute noch von den oft bis ins letzte Detail durchgestylten Supermärkten und ist ein Alleinstellungsmerkmal des Wochenmarktes. **Diese besondere Marktatmosphäre möchten wir erhalten.**

Wochenmärkte optisch völlig einheitlich gestalten zu wollen, stellt vor allem für die Beschicker:innen der Märkte eine große zusätzliche Belastung dar. Diese würden verpflichtet, sich an jedem Markttag auf einem anderen Platz in einer anderen Kommune anders „einzukleiden“. Eine kaum leistbare finanzielle und organisatorische Aufgabe. Bei den Marktbesucher:innen entsteht schlimmstenfalls der Eindruck, dass „alles eins“ ist, die Beschicker:innen und ihre Angebote würden nicht mehr individuell wahrgenommen.

In der Vergangenheit haben wir entgegen dieser Erkenntnisse auf besonderen Wunsch hin diverse Versuche unternommen und beispielsweise einheitliche Umhängeschürzen für Verkäufer:innen oder Schürzen/Banner für Marktstände herausgegeben. **Zusammenfassend müssen wir aber sagen: Alle Versuche, einen Markt einheitlich zu gestalten, sind gescheitert.** Einige Beschicker:innen haben sich beharrlich geweigert, ihre Stände und ihr Personal entsprechend einzukleiden, z.B. auch mit dem nachvollziehbaren Grund, dass sie eine eigene Dienstkleidung im Zusammenhang mit der unternehmensspezifischen Corporate Identity haben. Andere „vergessen“ an den Markttagen, das von uns ursprünglich zur Verfügung gestellte Equipment mit- bzw. anzubringen. Zahlreiche Schürzen sind zudem schon nach kurzer Zeit „verschwunden“.

An dieser Stelle möchten wir betonen, dass Wochenmärkte nicht mit Spezialmärkten (z.B. Mittelalterveranstaltungen, Weihnachtsmärkten, ...) vergleichbar sind und Beschicker:innen, die tagtäglich auf anderen Märkten stehen, sich keinem solchen „Gestaltungsdiktat“ längerfristig unterwerfen werden. Diese Erfahrung machen nicht nur wir, sondern auch andere Marktveranstalter, die Ähnliches in der Vergangenheit versucht haben.

Im Übrigen konnten wir – selbst als sich zu Beginn entsprechender Aktionen noch alle oder wenigstens die meisten Beschicker:innen nach Vorgabe „eingekleidet“ haben - einen positiven Effekt der einheitlichen Darstellung am Markt zu keinem Zeitpunkt ausmachen!

Deshalb plädieren wir auch weiterhin dafür, den Wochenmarkt grundsätzlich so zu belassen, wie er typischerweise ist: bunt und vielfältig.

Diese Vorstellung eines grundsätzlichen „Marktbildes“ kann natürlich im Detail vielfältig ausgestaltet werden, wenn folgende Aspekte beachtet werden:

- Die Laufwege auf dem Markt (in Abhängigkeit von der Lage des Marktplatzes, insbesondere von den Zugängen und der Laufkundschaft im Umfeld)
- Größe und Beschaffenheit (z.B. Bodenbelag, Untergliederung, feste Einrichtungen wie Lampen, Bänke, Brunnen usw., Gefälle) des Platzes
- Infrastruktur (insbesondere Stromversorgung, evtl. auch Wasserversorgung)
- Parkmöglichkeiten für Fahrzeuge von Marktkund:innen und Beschicker:innen
- Ausgewogene „Geschäftslage“ der einzelnen Standplätze auf dem Platz („Jeder Beschicker denkt zunächst an sich selbst!“)
- Besondere Bedingungen einzelner Warenangebote (z.B. bezüglich Sonneneinstrahlung)
- Ordnungsrechtliche sowie logistische Voraussetzungen für den „Zusatznutzen“ des Wochenmarktes in Richtung „**Aufenthaltsqualität**“ und „**sozialer Treffpunkt Wochenmarkt**“ (z.B. Lagerung und Handling von Equipment wie Tischen und Bänken).

2.2 Versorgungslogistik (Strom- und Wasserversorgung)

In der Regel sind die Beschicker:innen heutzutage autark und benötigen keine Wasserversorgung vor Ort. Frisch- sowie Brauchwasser wird üblicherweise in Kanistern vorgehalten, beziehungsweise entsorgt. Die Bereitstellung eines Wasseranschlusses vor Ort bzw. die Vorhaltung einer Anschlussmöglichkeit durch die Deutsche Marktgilde eG ist daher zunächst nicht vorgesehen. Abweichende Notwendigkeiten werden beraten und umgehend geregelt.

Zur Nutzung des Marktplatzes müsste die anliegende WC-Anlage noch seitens der Stadt um eine Warmwasserversorgung ergänzt werden. Zudem wäre es wünschenswert, dass die WC-Anlage den Marktbesuchern vor 9.00 Uhr zur Verfügung steht. Am Marktplatz sind Stromversorgungsanlagen vorhanden, die gegen Erstattung der Verbrauchskosten mitbenutzt werden. Die zu verlegenden Stromkabel müssten aufgrund der Gegebenheiten ggf. über den Fußweg verlegt und damit gesondert gesichert werden.

Im Verhältnis zu den Beschicker:innen gelten in dem Zusammenhang die folgenden Bestimmungen aus unserer Wochenmarktordnung:

§ 11 Versorgung mit elektrischer Energie

- (1) Wird die Versorgung der Beschicker mit elektrischer Energie (Strom) nicht bereits durch den Eigentümer des Marktplatzes gewährleistet, stellt die Deutsche Marktgilde eG – wenn sie über eine Versorgungsanlage verfügt – eine Stromversorgung bereit. Das Versorgungsangebot besteht nur so lange, wie ein Energieversorgungsunternehmen elektrischen Strom liefert und aus der Steckdose der Versorgungsanlage Strom ordnungsgemäß entnommen werden kann. Die Vorhaltung einer Versorgungsanlage und die Entnahme von Strom ist nach Maßgabe der EntgeltO entgeltpflichtig.
- (2) An die Steckdose der Versorgungsanlage kann der Beschicker seine Speiseleitung anschließen, die zum Standplatz des Beschickers führt und dort in seine elektrische Anlage mündet. Speiseleitung und elektrische Anlage stehen im Eigentum und in der Verantwortung des Beschickers. Sie müssen den einschlägigen Vorschriften des Verbandes Deutscher Elektrotechniker (VDE) und den technischen Anschlussbestimmungen des örtlichen Energieversorgungsunternehmens entsprechen und sind sachgerecht zu benutzen. Die Deutsche Marktgilde eG kann jederzeit Nachweise darüber verlangen, dass die Anlagen entsprechend der geltenden Vorschriften fachgerecht überprüft wurden.

Weist die Speiseleitung oder eine elektrische Anlage des Beschickers Mängel auf und entspricht nicht den elektrotechnischen Regeln und Vorschriften, ist ihre Verwendung unmittelbar einzustellen. Die Marktleitung hat die Pflicht, bei offensichtlichen Fehlern oder Mängeln die Stromzufuhr zu unterbinden, um die Marktteilnehmer vor Gefahren für Leib und Leben zu schützen.

Bodenverlegte Speiseleitungen sind vom Beschicker auf eigene Kosten mit stolpersicheren Abdeckungen (Kabelbrücken, Strommatten) zu versehen oder anderweitig gegen Sturzgefahr abzusichern. Beim Verlegen sind Schlaufenbildungen zu vermeiden.

Als Endpunkt des im Verantwortungsbereich der Deutschen Marktgilde eG stehenden Teils der Stromversorgungsanlage gilt die Steckdose der Versorgungsanlage. Von der Steckdose an, also für die gesamte Speiseleitung und für die elektrische Anlage auf dem Standplatz, insbesondere für den Zustand, die Verlegung und die Benutzung, haftet der Beschicker.

Schäden, die durch die Verbindung von beschickereigenen Einrichtungen über die Speiseleitung an der Versorgungsanlage entstehen (z.B. infolge der Verwendung defekter oder unzulässiger

2.3 Abfallbeseitigung, Reinigung und Nachhaltigkeit

Wir möchten erreichen, dass die Marktkundschaft einen sauberen, hygienisch akzeptablen Marktplatz vorfindet. Das ist auch im Interesse der Stadt, jede Nachlässigkeit wirft ein schlechtes Licht auf den Wochenmarkt und die Stadt. Wir gehen deshalb als Veranstalter davon aus, dass wir den Marktplatz zum Marktbeginn grundsätzlich in einem ordnungsgemäßen, d.h. in sauberem, Zustand vorfinden. Sollte das in einzelnen Fällen nicht der Fall sein, sind unsere Marktleitungen angehalten, Missstände (z.B. überquellende Müllbehälter, Abfälle wie Flaschen, Scherben oder verwehtes Papier auf dem Platz und im unmittelbaren Marktumfeld) per Fotobeweis zu dokumentieren, um eine Grundlage für evtl. Diskussionen darüber bereitzustellen, was dem Marktgeschehen zuzurechnen ist und was nicht, wer für Verunreinigungen und deren Beseitigung zuständig ist und wie Abhilfe geschaffen werden kann. Die Marktleitungen haben auch darauf zu achten, dass die Beschicker:innen während der Marktzeit keinen Müll achtlos herumliegen lassen.

Reinigung und Abfallentsorgung sind in unserer Marktordnung eindeutig geregelt.

Wir tragen dem Verursacherprinzip konsequent Rechnung. Die Beschicker:innen haben sämtlichen anfallenden Müll nach der Verpackungsverordnung zu behandeln und zu entsorgen. Sie haben ihre Standplätze gemäß „besenrein“ zu verlassen. Das funktioniert i.d.R. reibungslos. Die Marktleitung kontrolliert das während der Abbauphase des Marktes. Sollte sich dabei zeigen, dass Beschicker:innen ihre Standplätze nicht sauber verlassen und Abfälle im Marktgelände hinterlassen, sorgen wir für die nachträgliche Reinigung. „Müllentsorgung“ und „Platzreinigung“ werden also vollständig in Verantwortung der Deutschen Marktgilde eG durchgeführt.

Besonders liegt uns am Herzen, unsere Wochenmärkte umweltfreundlicher und nachhaltiger zu gestalten. Im Januar 2022 wurde unsere **Marktordnung** entsprechend mit deutlicher Schwerpunktsetzung überarbeitet.

Neben der Steigerung des Anteils an regionalen Anbieter:innen, deren Produktions- und Anfahrtswege besonders kurz sind, wollen wir zukünftig auf unseren Märkten vor allem dazu beitragen, den anfallenden **Plastikmüll zu reduzieren**. Auf einigen unserer Wochenmärkte sind Plastiktütchen und Plastik-Einwegverpackungen bereits seit Frühjahr 2021 verboten.

Unser Konzept sieht u.a. Aktionstage vor, an denen wir in Zusammenarbeit mit Partnern an Informationsständen die Kund:innen und Beschicker:innen beraten und kostenlos umweltfreundliche Mehrwegverpackungen (bspw. Obst- und Gemüsebeutel aus Baumwolle) verteilen. (siehe hierzu auch unser Umweltschutz- und Nachhaltigkeitskonzept, Anlage 9).

2.4 Standgelder und Standgeldberechnung, Gebührengestaltung

Die Grundsatzfrage hierbei ist: Berechnung der (Stand-)Gebühren der Marktbeschicker:innen **nach Frontmetern** oder **nach Quadratmetern**? Für die (ungenauere) Frontmetermethode wird u.a. argumentiert, dass sie einfacher umzusetzen ist und evtl. eine Aufwertung des Marktbildes (z.B. durch eine großflächige Präsentation des Warenangebotes) herbeiführen kann. Diese Vorteile werden allerdings mit abnehmender „Standgeldgerechtigkeit“ erkaufte. Neid und Störung des Marktfriedens unter den Beschicker:innen sind nach unseren Erfahrungen oft die Folge. Optisch reichhaltige, attraktive (und damit oft auch großflächige) Warenpräsentation kann man auch fördern, wenn man bei der Berechnung auf m²-Basis die Preise differenziert, also „große“ Flächen im Vergleich zu „kleinen“ unterschiedlich bepreist. Damit bilden wir übrigens genau die Praxis nach, die im Einzelhandel völlig normal und damit Standard ist: Die m²-Preise eines großen Ladenlokals sind (in vergleichbarer Lage) immer niedriger als die m²Preise für ein kleines Ladenlokal. Die sogenannten „**Maxirabatte**“ in unserer Standgeldberechnung zielen genau auf diesen Effekt ab.

Unter ihrer Berücksichtigung lag der Durchschnitt aller im Jahr 2022 auf den von uns veranstalteten Märkten abgerechneten Standgelder bei **unter 1,00 Euro** für den Quadratmeter Standfläche!

Die Deutsche Marktgilde eG setzt deutschlandweit eine einheitliche Markt- sowie eine zugehörige Entgeltordnung als rechtliche Grundlagen für die Gebührenerhebung (siehe Anlagen 14 und 15) ein. Die dort niedergelegten Regelungen haben sich in vielen Jahren und unter unterschiedlichsten Rahmenbedingungen bewährt und werden regelmäßig an aktuelle Entwicklungen angepasst. Die Dokumente sind öffentlich und jederzeit in der aktuellen Fassung auch über unsere Webseite (www.marktgilde.de/marktordnung) abrufbar.

Das Standgeld, das berechnet wird, muss den Beschicker:innen die Möglichkeit geben, den Markt wirtschaftlich zu beschicken. Auch wenn andere Kostenarten (insbesondere Wareneinsatz und Personalkosten) ein deutlich höheres Gewicht in deren GuV-Rechnung haben, werden gerade die Standgelder (= „Mietkosten“) oft hoch emotional diskutiert. **Alle Kosten** beschreiben aber natürlich nur die eine Seite der Medaille: Nur, wenn die Bevölkerung Frechens den Markt gut annimmt und die Beschicker:innen die für sie notwendigen, existenzsichernden **Einnahmen** erzielen, werden sie dem Markt dauerhaft treu bleiben. Die absolute Höhe von Standgeld ist also immer unter Berücksichtigung der Gesamtsituation eines Marktes zu sehen.

Im Vordergrund der Kalkulation und Festlegung der Standgelder steht bei uns der Aspekt der „**Standgeldgerechtigkeit**“. Wir berechnen die Standgelder deshalb auf allen unseren Wochenmärkten auf Basis der tatsächlich durch eine Verkaufseinheit in Anspruch genommenen Fläche. Denn die Stände bzw. Verkaufsfahrzeuge der Beschicker:innen haben z.T. sehr unterschiedliche „Tiefen“ (oder „Breiten“), die allein durch die Betrachtung der sog. „laufenden Meter“ der Verkaufsfront nicht abgebildet bzw. abgerechnet werden. Das würde automatisch zu einer Ungleichbehandlung in der Abrechnung einzelner Beschicker:innen führen. Den erhöhten Aufwand unserer Berechnungsmethode durch genaueres Messen und Berechnen nehmen wir vor diesem Hintergrund in Kauf. Diese Abrechnungsmethode hat sich bewährt, ist in der Branche (auch von den Beschickern) allgemein akzeptiert und wird inzwischen auch von den meisten Kommunen sowie anderen Veranstalter:innen so praktiziert.

Bei der Erhebung der Standgelder unterscheiden wir grundsätzlich zwischen Beschicker:innen mit Tageszulassung und solchen, die sich für eine dauerhafte Teilnahme entscheiden (d.h. Beschicker:innen mit Dauerzulassung).

Unser Ziel ist, dass sich möglichst viele Beschicker:innen für eine **dauerhafte Zusammenarbeit** mit uns entscheiden und die Märkte ganzjährig stabil beschicken. Letztlich sollen die Marktkund:innen ein dauerhaft vielfältiges und attraktives Angebot vorfinden, unabhängig von evtl. Urlaubszeiten der Beschicker:innen oder Witterungseinflüssen (Stichwort „Schönwetterhändler“).

Um den Anreiz für eine regelmäßige Teilnahme am Markt weiter zu erhöhen, können die Beschicker:innen mit Dauerzulassung je nach Standgröße, Sortiment und Teilnahmehäufigkeit darüber hinaus **von attraktiven Boni profitieren**:

Rabatt und Boni

- Auf diesem Markt wird bei Abschluss eines Marktvertrages in der Form einer unbefristeten Dauerzulassung auf das Standgeld ein **Maxirabatt** ab dem 26. qm gebuchter Fläche als Sofort-Nachlass gewährt, wenn durch den Vertragsabschluss (Buchung) folgende Werte überschritten werden:
 - a) bei einer Buchungsquote von mindestens 50% aller angebotenen Markttag: 20% Maxirabatt
 - b) bei einer Buchungsquote von mindestens 75% aller angebotenen Markttag: 30% Maxirabatt
 - c) bei einer Buchungsquote von 100 % aller angebotenen Markttag: 40% Maxirabatt

Selbsterzeuger:innen erhalten von uns noch einen zusätzlichen, gesonderten Bonus, um insbesondere die regionale Urproduktion noch stärker zu fördern!

Diese Zahlen zeigen, dass die einzelnen Komponenten unseres Entgeltsystems „funktionieren“ – und zwar sowohl was die Interessen der Beschicker:innen angeht (gesicherter Standplatz auf einem „guten“ Wochenmarkt zu angemessenen Kosten) als auch, was die Interessen von Marktkund:innen, Veranstalter und Stadt angeht („guter“ Wochenmarkt mit zuverlässigem, attraktivem Angebot).

Beschicker:innen mit Tageszulassung, die meist nur hin und wieder am Markt teilnehmen, verursachen deutlich mehr Aufwand in der Verwaltung und Abrechnung, so dass die Entgelte für Tageszulassungen

stets ca. 10% höher sind als die für Dauerzulassungen. Zudem wird ein pauschaler Zuschlag in Höhe von 1,43 EUR für Tageszulassungen erhoben.

In einem detaillierten Entgeltverzeichnis für jeden Markt werden alle Bestandteile bzgl. Standgeldern und Nebenkosten transparent gemacht. Aufgrund der derzeit extremen Ausnahmesituation mit generellen und wesentlichen Kostenänderungen, die auf von uns nicht beeinflussbaren äußeren Umständen beruhen (Auswirkungen des Ukrainekrieges z.B. auf Stromkosten, Inflation, Vorgaben der Politik, beim Mindestlohn, usw.) können diese Zahlen allerdings nicht für die gesamt fünfjährige Laufzeit garantiert werden. Im hierüber abzuschließenden Vertrag sollte deshalb eine „Preisanpassungsklausel“ verankert werden, die z.B. auf der Inflationsrate oder dem Lebenshaltungskostenindex aufbaut.

Im vorliegenden Fall schlagen wir zunächst konkret folgende Standgelder vor:

Beschicker:innen je Tageszulassung: Donnerstag: 0,94 EUR/qm und Freitag: 0,94 EUR EUR/qm

Beschicker:innen mit Dauerzulassung: Donnerstag: 0,84 EUR/qm und Freitag: 0,84 EUR/qm

Alle unsere Entgelte werden immer zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer erhoben. Diese stellt jedoch für die i.d.R. vorsteuerabzugsberechtigten Beschicker:innen lediglich einen durchlaufenden Posten dar.

Die abschließenden Regelungen auf der dargestellten Basis sollten im Konzessionsvertrag vereinbart und dann im Entgeltverzeichnis für jeden Markt veröffentlicht werden.

3. Branchenmix

Ein „guter“ Wochenmarkt besteht vor allem darin, qualitativ hochwertige und nach Möglichkeit regionale Frischeprodukte von Selbsterzeuger:innen anzubieten. Entsprechend setzen wir alles daran, auf den Wochenmärkten vor allem das „Grundsortiment“ an Lebensmitteln bereitzustellen. Dazu zählen wir Obst und Gemüse, Fleisch- und Wurstwaren, Fisch, Käse, Milchprodukte und Eier, Brot und Backwaren, wenn möglich auch Geflügel und regionale Spezialitäten, Honig und Gewürze.

Im Gegensatz zu vielen Supermärkten und Discountern, die sich inzwischen „Regionalität“ zwar auf die Fahne schreiben, diese aber bei näherer Betrachtung sehr weit ausgedehnt interpretieren (z.B. im Umkreis eines ganzen Bundeslandes oder sogar ganz Deutschlands), wird der Wochenmarkt auch heute noch oft von Erzeuger:innen und Beschicker:innen aus der Region, d.h. in einem Umkreis von weniger als 50 km, beschickt.

Wo immer möglich, versuchen wir, die Beschicker:innen über Dauerverträge an den Markt zu binden und damit über den ganzen Jahreslauf ein stabiles Angebot zu sichern. **Aber: Alle Beschicker:innen, die an den Wochenmärkten der Deutschen Marktgilde eG teilnehmen, sind selbstständige und damit unabhängige Unternehmer:innen.** Die Deutsche Marktgilde eG treibt selbst keinen Handel und unterhält außer der Veranstalterfunktion keinerlei wirtschaftliche oder sonstige Beziehungen zu Marktbeschicker:innen. Darin liegt unser großes „Plus“: Wir sind ein absolut neutraler Veranstalter.

In den Jahrzehnten unserer Tätigkeit im Wochenmarktgeschehen haben wir ein sehr gutes Beschickernetzwerk aufgebaut und verfügen über eine inzwischen auf rund 12.000 Kontakte angewachsene Datenbank. Davon sind derzeit über 3.000 aktive Marktbeschicker:innen auf unseren Wochenmärkten. Wir sind zuversichtlich, dass wir darüber den ein oder anderen neuen Beschicker:innen für den Wochenmarkt in Helmstedt gewinnen können, insbesondere wenn es darum geht, entstehende Lücken wieder zu füllen.

4. Attraktivitätssteigerung / Unser Marketing

Nach unseren Erfahrungen hat sich vielfach bewiesen, dass eine größere Vielfalt im Angebot eine größere Anziehungskraft des Wochenmarktes als Ganzes mit sich bringt. An dieser Bereicherung des Angebotes werden wir also als Erstes arbeiten. Dabei allein soll es aber natürlich nicht bleiben:

4.1. Marketingkonzept

Gerade in der heutigen Zeit, in der Wochenmärkte im harten Wettbewerb des Lebensmitteleinzelhandels oft keine Selbstläufer mehr sind, gewinnt die gezielte Präsentation und Kommunikation eines Marktes zunehmend an Bedeutung. Marketing für Wochenmärkte ist dabei genauso zeit- und kostenintensiv wie bei anderen Einzelhandelsformen und kann nur schwerlich „nebenbei“ laufen – man muss sich aktiv darum kümmern.



Die Marktgilde hat aus diesem Grund ihre Tochtergesellschaft „EMMA - Marketing für Wochenmärkte GmbH“ gegründet und im letzten Jahr personell deutlich verstärkt, um hier noch besser für die Zukunft (auch und insbesondere hinsichtlich der Nutzung moderner Kommunikationsmedien) gewappnet zu sein. Im Zuge der dort begonnenen Zukunftsprojekte wird der Wochenmarkt als solcher im Hinblick auf die unterschiedlichen Zielgruppen neu beleuchtet und sowohl Content als auch Design der genutzten Medien gezielt darauf abgestimmt. Davon wird auch der Wochenmarkt in Helmstedt profitieren.

So werden wir beispielsweise die Endkundenmarke „**Treffpunkt-Wochenmarkt**“ stark in den Fokus rücken und für alle Bürger:innen greifbar gestalten. Mit dem Storytelling rund um die Marke werden wir die Kund:innen direkt ansprechen, abholen und ihnen eine Möglichkeit bieten, sich mit dem Wochenmarkt zu identifizieren.

Mit einem moderneren Erscheinungsbild werden zukünftig vor allem auch jüngere Generationen angesprochen und somit auch zur Wettbewerbsfähigkeit der Wochenmärkte beigetragen. Dank des frischen Erscheinungsbildes erkennt der/die Kund:in alle eingesetzten Kommunikationskanäle sofort. Wir gewährleisten somit einen hohen Wiedererkennungswert des Wochenmarktes in Helmstedt, an den sich die Kund:innen gerne erinnern. So werden Werbebotschaften bspw. in der Tagespresse intensiver wahrgenommen und weitergetragen.

Um die Kommunikationspolitik des Wochenmarktes Helmstedt zu fördern, werden wir wie gewohnt auf unterschiedliche Medien zurückgreifen, um die Kund:innen anzusprechen. Dazu gehören unter anderem Bezirksbroschüren, Gemeindeblätter, die Tagespresse sowie Hinweisschilder und Aushänge im Stadtbezirk. Neben den analogen Medien werden wir eine Vielzahl an digitalen Informationsquellen anbieten, die eine wesentlich höhere Reichweite erzielen (siehe hierzu im Detail den Punkt **Digitaler Auftritt für den Wochenmarkt in Helmstedt** weiter unten).

Grundsätzlich gilt über alle Medien hinweg, den Kund:innen den Nutzen eines Einkaufs auf dem Wochenmarkt, die damit verbundenen Vorteile sowie die besondere Einkaufsatmosphäre zu vermitteln. Dabei sind auch immer regionale Besonderheiten, Präferenzen und Gewohnheiten in der Bevölkerung sowie das allgemeine Ansehen des Wochenmarktes zu berücksichtigen.

Unsere Marketingspezialist:innen arbeiten regelmäßig an einer Optimierung der von uns zur Bewerbung der Märkte produzierten Werbemittel wie Flyer, Plakate, kleine Giveaways und Anzeigenwerbung.

4.2. Belebung des Marktes durch Aktionen

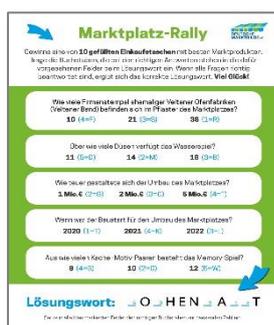
Wie eingangs bereits beschrieben, sehen wir den Wochenmarkt nicht nur als Einkaufsstätte, sondern auch als Treffpunkt für Jung und Alt. Entsprechend werden wir zur Stärkung und Belebung des Wochenmarktes in Helmstedt auch weiterhin ansprechende Aktionen veranstalten.

Nachfolgend finden Sie beispielhaft einige Vorschläge für solche Aktionen, die wir ab Vergabe der Veranstaltungserlaubnis in den dann folgenden Monaten durchführen wollen:

Mögliche Aktion: Marktrally

Wir möchten wir den Kund:innen des Wochenmarktes eine Marktrally anbieten, die es ermöglicht, den Platz und die umliegenden Geschäfte und Sehenswürdigkeiten zu erkunden. Jede:r Marktbesucher:in erhält ein Los mit Fragen, die es zu beantworten gilt. Wer die Fragen rund um den Platz richtig beantwortet, darf an einer Verlosung teilnehmen und hat die Chance prall gefüllte Markttaschen zu gewinnen. Begleitet wird die Aktion durch Pressemitteilungen, die Ankündigung auf unserem Facebookkanal und im Neuigkeitenbereich der Website helmstedt.treffpunkt-wochenmarkt.de.

Ziel der Aktion ist es, den Besucher:innen spielerisch den Marktplatz näher zu bringen und so die Gesamteindrücke als auch die angrenzenden Geschäfte, Institutionen und Sehenswürdigkeiten fest im Kopf der Besucher:innen zu verankern.



Bsp.: Aktionsflyer



Bsp. einer gefüllten Markttasche

Mögliche Aktion: Halloweenmarkt

Aus unseren bundesweit gesammelten Erfahrungen möchten wir neue Ideen auf dem Markt in Helmstadt implementieren. Die Durchführung eines Halloweenmarktes verknüpft mit einer Aktion für Kinder hat sich schon oft bewährt. Zusätzlich zu den spannenden Kostümierungen der Besucher:innen und dekorativen Verkleidung der Marktstände, können die Kinder an einer „Schnitzeljagd“ teilnehmen. Sie erhalten kleine Sammelkarten und gehen auf die Jagd nach festgelegten Gegenständen an den Marktständen. Finden Sie die zu suchenden Gegenstände, erhalten Sie an dem Marktstand einen Punkt. Wer alle Punkte gesammelt hat, darf ein individuelles Wochenmarktmalbuch entgegennehmen.

Um den Markttag noch individueller und bunter zu gestalten, animieren wir zudem die Erwachsenen den Marktbesuch in einer kreativen Kostümierung zu besuchen und belohnen das schönste Kostüm mit einer gefüllten Markttasche.

Ein Aktionstag für Jung und Alt, der Familien einen unterhaltsamen Wochenmarktbesuch garantiert und zudem Besucher:innen und Besucher:innen verbindet.



Bsp.: Malbuch



Halloweenmarkt



4.3. Bewerbung des Wochenmarktes in der lokalen Presse

Die Bewerbung des Wochenmarktes in der lokalen Presse ist für uns ein wichtiges Element, um Aktionen und den Markt an sich weiter in das Bewusstsein der Bürger:innen Helmstedts und der Umgebung zu rücken. Dies möchten wir forcieren und vielfältige Angebote (wie im Punkt 4.1 beschrieben) für die Veröffentlichung in den lokalen Printmedien nutzen.

4.4. Digitaler Auftritt für den Wochenmarkt Helmstedt

Die letzten Jahre sind stark von der Digitalisierung aller Lebensbereiche geprägt worden. Diese Entwicklung haben wir stetig verfolgt und entsprechende Projekte angestoßen. Im Bereich der Kommunikation haben wir gezielt in den Aufbau eines digitalen Marketings investiert, um eine individuelle Präsentation unserer Wochenmärkte im Internet zu ermöglichen. Viele Standorte sind inzwischen online (siehe www.treffpunkt-wochenmarkt.de).

Jeder „Treffpunkt - Wochenmarkt“ wird auf diesem Weg der breiten Öffentlichkeit bekannt und digital zugänglich gemacht, um insbesondere auch neue, potenzielle Kund:innen auf den Markt hinzuweisen und sie für den Einkauf dort zu gewinnen.

Die Vorteile unseres Konzeptes liegen dabei auf der Hand und grenzen sich deutlich von dem ab, was bisher üblicherweise im Internet zu Wochenmärkten präsentiert wird:

- Der Wochenmarkt wird über die Webseite lokal beworben, die Kund:innen können ganz gezielt den Markt und das dort vorhandene aktuelle Angebot „googeln“.
- Den Beschicker:innen wird über ein an die Webseite angebundenes ‚Beschickerportal‘ (normalerweise gegen ein geringes Entgelt) die Möglichkeit geboten, selbst Inhalte wie z. B. eine umfangreiche Werbepäsentation einzustellen, ihre An- und Abwesenheiten anzukündigen oder besondere Angebote zu pflegen. **Auf diesen „Eigenanteil“ der Beschicker:innen werden wir in Helmstedt aufgrund der deutlich reduzierten Konzessionsabgabe verzichten, diese Zusatzleistung also kostenlos zur Verfügung stellen.**
- Das Beschickerportal bietet - bei entsprechender Datenpflege - einen erheblichen Zusatznutzen und Mehrwert für die Kund:innen, da sie bei Angabe der individuellen Kontaktdaten direkten Kontakt mit den Beschicker:innen aufnehmen können, auch außerhalb der Marktzeiten. So ist beispielsweise die Möglichkeit gegeben, Vorbestellungen aufzugeben und bei umfangreicheren Bestellungen Liefermöglichkeiten mit den Beschicker:innen zu eruieren und ihren Einkauf noch besser planen zu können.
- Selbst Beschicker:innen mit einem minimalen Angebot können von dieser neuen Plattform profitieren. Sie erhalten einfach und kostengünstig die Möglichkeit zur umfassenden Darstellung ihres persönlichen Angebotes im Internet. Der Aufbau einer eigenen Website ist im Vergleich mit viel höheren Kosten und technischem Know-how verbunden.
- Die Kosten dieser aus unserer Sicht absolut unverzichtbaren – weil für die langfristige Existenzsicherung des Marktes überlebensnotwendige – Infrastrukturmaßnahme werden i.d.R. je Marktteilnahme auf alle Beschicker:innen umgelegt. „Trittbrettfahrer“ kann es dadurch nicht geben. Auch diese Umlage **werden wir in Helmstedt nicht erheben**, sondern diesen Service durch die Einsparung bei der Konzessionsabgabe kostenlos zur Verfügung stellen können.

Im Zusammenhang mit der Webseite bauen wir schließlich kontinuierlich auch den Bereich „**Social Media**“ auf und aus, um über diese Kanäle insbesondere auch jüngere Zielgruppen für den Wochenmarkt anzusprechen. Hier sehen wir eine Schnittmenge mit bestehenden lokalen Gruppen und deren Facebookauftritten. Künftig möchten wir diese Synergien nach Möglichkeit verstärkt nutzen und Beiträge gezielt dort streuen. Eine Erweiterung der Social-Media-Aktivitäten auf den Kanal Instagram ist derzeit in Planung.

Mit Google MyBusiness, einem weiteren Baustein in der digitalen Welt, wird eine starke Online Präsenz unterstützt und gewährleistet eine hohe Auffindbarkeit innerhalb der Suchmaschine. Ein individuelles Profil ermöglicht bei der Recherche im Netz eine unmittelbare Information des Users über den genauen Standort sowie die Öffnungszeiten des Marktes und verweisen zusätzlich direkt auf die Treffpunktseite des Wochenmarktes.

4.5. Präsentation des Wochenmarktes in der RegioApp

Wir präsentieren jeden von uns veranstalteten Wochenmärkte aktiv in der RegioApp, die mit Förderung des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft vom Bundesverband der Regionalbewegung eV. publiziert wird. Unsere Wochenmärkte werden den User:innen hier als regionale Einkaufsstellen präsentiert.

Bitte sehen Sie nachfolgend die Visualisierung der Appoberfläche und des individuellen Profils des Wochenmarktes in Helmstedt. Die RegioApp erreicht eine große Zielgruppe, der das Thema Regionalität und Nachhaltigkeit am Herzen liegt. Weitere Informationen zur App und zur Regionalbewegung erhalten Sie unter nachfolgendem Link:



www.regioapp.org



Einstieg in die RegioApp



Ansicht eines individuellen Marktprofils

5. Personelle Ausstattung – die Marktleitung

Im „Tagesgeschäft“, auf dem Wochenmarkt vor Ort, setzen wir erfahrene, ortsnahe **Marktleitungen** ein. Sie stehen als qualifizierte Ansprechpartner:innen vor Ort zur Verfügung. Diese Positionen werden nicht mit Marktbesucher:innen (auch nicht mit Personen, die einem Direktionsrecht von Marktbesucher:innen unterliegen) besetzt, um die erforderliche Neutralität jederzeit zu wahren und allein im Interesse des Marktes als Ganzem zu handeln.

Alle unsere Marktleitungen sind mit den erforderlichen Unterlagen ausgestattet, werden angeleitet und geschult und verfügen über die notwendigen Kenntnisse der einschlägigen Bestimmungen und Vorgaben sowohl nach allgemeinem (Gewerbe) Recht als auch spezifisch für die Märkte in Frechen.

Die Marktleitungen werden digital durch eine **Marktverwaltungs-App** unterstützt, die von uns entwickelt wurde und bundesweit seit mehreren Jahren im Einsatz ist, seit kurzem auch in Frechen. Sie bietet Zugriff auf alle erforderlichen Stammdaten zum Markt und bildet alle Prozesse eines Markttages ab – vom Kontrollieren und Aufschließen der Stromkästen bis hin zur Meldung der Anwesenheitslisten und der Abrechnungsdaten an die zuständige Niederlassung. Darüber hinaus erlaubt sie z.B. einen unmittelbaren Vor-Ort-Service für Besucher:innen, wenn etwa Fragen zu Vertragsalternativen oder zur Entgeltordnung bestehen.

U.a. ist innerhalb dieser App die Möglichkeit einer Fotodokumentation implementiert. Sie kann besondere Bedeutung als Beweisfunktion erlangen, wenn z.B. ein Unfall passiert ist oder wenn Beschicker:innen eklatant gegen Bestimmungen der Marktordnung, insbesondere z.B. Sicherheitsbestimmungen, verstoßen. Darüber hinaus versendet die Marktleitung die notwendigen Zahlungsbestätigungen an die Beschicker auf elektronischem Weg, ein Beitrag zum Umweltschutz durch Papiervermeidung.

Die Aufgaben der Marktleitungen bestehen im Wesentlichen aus:

- **Koordinierung und Überwachung des Auf- und Abbaus** (einschließlich Einflussnahme auf äußeres Erscheinungsbild des Marktes, Auf- und Abschließen der Stromkästen, Abstellen der Beschicker:innenfahrzeuge, Einhaltung der erforderlichen Durchgangsbreiten/Rettungswege usw.);
- Zulassung von Tagesbeschicker:innen unter Berücksichtigung des zulässigen Warenkataloges
- Zuweisung der Standplätze
- Überwachung der **Preisauszeichnung, Namensschilder** (allerdings keine ordnungsrechtlichen Funktionen);
- Überwachung lebensmittelrechtlicher und gewerberechtlicher Vorschriften, bei Verdacht auf einen Verstoß Meldung an die zuständigen Behörden;
- Kontrolle und Aufrechterhaltung der Ordnung während der Marktzeit;
- Standgeldkassierung und Versand der elektronischen Zahlungsbestätigungen;
- Kontrolle der **Sauberkeit** des Marktplatzes, Sauberkeit hinter und neben den Verkaufsständen sowie in den Durchgängen, ggf. Abnahme beauftragter Reinigungsleistungen;
- **Kontaktperson** für Verwaltung, Einzelhandel und Beschicker:innen;
- **Beschwerdemanagement**

Die Marktleitung ist somit erster Ansprechpartner auf dem Wochenmarkt sowohl für die Stadt und die Behörden als auch für die Beschicker:innen und die Marktkund:innen.

Während der Marktzeit ist die Marktleitung persönlich vor Ort anwesend oder telefonisch erreichbar, um in wenigen Minuten präsent zu sein.

Die Überwachung und Einhaltung gewerberechtlicher Vorgaben (etwa hinsichtlich Warenangebot, Öffnungszeiten, Verkaufspräsentation, usw.) ist für uns selbstverständlich.

Die Marktleitung überwacht neben den Versicherungsnachweisen und ggf. Gewerbekarten bspw. auch Preisauszeichnungen und überprüft die Einhaltung von weiteren Vorgaben wie z.B. den Aushang von Beschickerinformationen am Marktstand im Rahmen der EU-Dienstleistungsrichtlinie. Augenscheinliche Mängel, auch im Bereich Hygiene (schimmeliges Obst, unsachgemäßer Umgang mit Lebensmitteln usw.) rügt die Marktleitung dabei direkt.

Allerdings kann und darf die Marktleitung **keine ordnungsrechtliche hoheitliche Funktion** wahrnehmen. Im Zweifelsfall ist sie daher angewiesen, im Rahmen der Amtshilfe auf die jeweils zuständige örtliche Behörde (Ordnungsamt, Polizei, Veterinär, Lebensmittelkontrolle) zurückzugreifen.

Als weitere Bausteine unseres **Qualitäts- und Beschwerdemanagements** verweisen wir auch auf unsere **kostenlose Hotline für Kund:innen** und unsere einheitlich vorgegebenen **Beschickerschilder**. So können die Erfüllung der Dienstleistungs-Informationspflichtenverordnung seitens der Beschicker:innen abgedeckt oder Kundenbeschwerden in Sachen Hygiene und/oder Qualitätsmängel bei den Produkten protokolliert und abgestellt werden. Eingehende Kundenbeschwerden werden von uns im Einzelnen geprüft und nachverfolgt.

Einzigartig ist schließlich unser Angebot eines „**Beschickerportals**“: Alle Beschicker:innen können über diese spezielle Internet-Plattform Marktinformationen abrufen (z.B. Wochenmarktordnung, Entgeltverzeichnis, Vertragsinformationen oder Belege), sogar ihre individuellen, unternehmens- und marktbezogenen Informationen jederzeit prüfen und selbst aktualisieren. Kommunikation zwischen Marktkund:innen und Beschicker:innen kann so erleichtert werden (z.B. für Vorbestellungen oder Sonderangebote).

6. Referenzen, Nachweisdokumente und Bonität

Die Veranstaltung von Wochenmärkten ist seit nunmehr über 35 Jahren unsere Kernkompetenz. In unserem „Portfolio“ gibt es große und kleine Märkte, ein oder mehrere Standorte pro Kommune, gewerberechtlich festgesetzte und „Privat“-Märkte. Wir sind mit allen „Formaten“ bestens vertraut.

In Niedersachsen veranstalten wir wöchentlich **20** Märkte in insgesamt **14** Kommunen, sodass wir auch mit den spezifischen landesrechtlichen Vorgaben des Bundeslandes sehr gut vertraut sind.

Insgesamt veranstalten wir derzeit über 240 Markttage pro Woche über 120 Kommunen.

Konkret benennen wir für die im vorliegenden Fall geforderten „mindestens drei Referenzen über die Ausrichtung von Wochenmärkten in vergleichbarer Größenordnung“:

- Wochenmarkt in **27793 Wildeshausen**, den wir seit 2002 veranstalten und mit großem Erfolg aus kleinsten Anfängen auf- und ausgebaut haben. Inzwischen ist der Markt zu einem beliebten Einkaufstreffpunkt in Wildeshausen geworden.
Kontakt: Michael Müller, Leiter Stadtmarketing, Tel. 04431 – 88 880
- Wochenmarkt in **30890 Barsinghausen**, den wir schon seit über 30 Jahren betreuen.
Kontakt: Julia Mangold, Leiterin des Ordnungsamtes, Telefon 05105-7742292
- Wochenmarkt in **31515 Wunstorf**, mit über 70 Beschicker:innen in Spitzenzeiten unser größter Markt in der Region Hannover
wunstorf.treffpunkt-wochenmarkt.de
Kontakt: Markus Saars, Leiter Ordnungs- und Bürgerservice, Telefon 05031-101277
Kontakt: Mijo Vareskic, Marktbeauftragter Ordnungsamt, Telefon 05031-101273,

Unsere Bonität und wirtschaftliche Leistungsfähigkeit belegen wir mit folgenden Papieren (siehe im Einzelnen die entsprechend bezeichneten Anlagen):

- Anlage 1:** Versicherungsnachweis (Haftpflichtversicherung bei der Nürnberger Versicherung)
- Anlage 2:** Gewerbeanmeldung
- Anlage 3:** Auszug aus dem Genossenschaftsregister
- Anlage 4:** Führungszeugnisse der Vorstände in Kopie
- Anlage 5:** Auszug aus dem Gewerbezentralregister für das Unternehmen und die Vorstände
- Anlage 6:** Zertifikat des Hessischen Präqualifikationsregisters
- Anlage 7:** Auskunft Schufa
- Anlage 8:** Unbedenklichkeitsbescheinigung des Finanzamtes Gießen
- Anlage 9:** Umweltschutz- und Nachhaltigkeitskonzept
- Anlage 10:** Konzept zur Unfallverhütung
- Anlage 11:** Konzept zum Brandschutz

Anlage 12: Konzept zur Hygiene auf den Märkten
Anlage 13: Corona-Hygienekonzept

7. Einbindung bisheriger Wochenmarktbesucher:innen / Marketingpartnerschaft

Der Status Quo zeigt, dass die beiden Markttage am Mittwoch und am Samstag überwiegend sehr zuverlässig von Stammbesucher:innen bedient werden. Diese haben ihre jeweilige Stammkundschaft und bilden damit insgesamt das „Rückgrat“ eines jeden Wochenmarktes. Selbstverständlich werden wir deshalb allen diesen etablierten Besuchern:innen – egal ob als Dauerbesucher:in mit schriftlichem Vertrag oder als Tagesbesucher:in aufgrund mündlicher Vereinbarung – auch für die Zukunft eine Beteiligung am Wochenmarkt Helmstedt anbieten, wenn auch auf deren Seite die Bereitschaft und der Wille zur weiteren Zusammenarbeit gegeben ist.

Hinsichtlich des (seltenen) Falles, auf Ausweichflächen umziehen zu müssen, wird es dabei allerdings ggf. zu Auswahlentscheidungen kommen müssen.

Die Deutsche Marktgilde eG wird die bewährten Besucher des Wochenmarktes in Helmstedt bei der Standplatzvergabe natürlich vorrangig berücksichtigen, sofern sie den Mindestanforderungen im Hinblick auf Sortiment, Standpräsentation, Hygiene und Willen zur Zusammenarbeit entsprechen.

Wie in unserer Wochenmarktordnung (§§ 18 und 19) schon vorgesehen, werden wir in Helmstedt eine **Marketingpartnerschaft** nach dem Motto „**Nur gemeinsam sind wir stark**“ begründen. Die Marketingpartnerschaft bildet das Fundament des „Marketingbeirates“, in dem neben Besuchern weitere Mitglieder, z.B. lokale Interessenvertreter:innen vertreten sind. In diesem Kontext werden wir einmal jährlich einen „**Runden Tisch Wochenmarkt**“ veranstalten. Dazu laden wir alle am Wochenmarktgeschehen Beteiligten ein. Ziel ist es, allen Gelegenheit zu bieten, sich über positive wie negative Belange des Marktes auszutauschen. Wichtige Themen können so direkt mit den Betroffenen besprochen werden.

Konzeptionelle Ziele der Kooperation sind:

- eine koordinierte Festigung des Wochenmarktes in der Einzelhandelslandschaft der Kommune (z.B. im Hinblick auf – gemeinsame – Veranstaltungen),
- eine Erhöhung des Bekanntheitsgrades des Marktes und seiner Besucher:innen in der Öffentlichkeit und
- letztlich die Bestandssicherung des ganzen Marktes sowie seiner einzelnen Akteure

Die Umsetzung erfolgt durch die Firma EMMA-Marketing für Wochenmärkte GmbH, die dazu von der Marketingpartnerschaft mit konkreten Aufträgen versehen wird.

Die Besucher:innen können über diesen Weg unmittelbar alle Maßnahmen, die der Förderung des Wochenmarktes dienen sollen (incl. des Budgets, das für die empfohlenen Maßnahmen erforderlich ist und von den Mitgliedern zur Verfügung gestellt wird), beeinflussen.

Die Wochenmarktordnung enthält konkrete Regelungen zu dieser Einrichtung und ihrer Arbeit: (Auszug)

§ 19 Innere Ordnung der Marketingpartnerschaft und Außenvertretung

- (1) Zweck der Marketingpartnerschaft ist die Realisierung des Marketingkonzeptes.
- (2) Die Mitgliedschaft in einer Marketingpartnerschaft wird mit der Teilnahme des Beschickers an einem Wochenmarkt (Tageszulassung) oder der Buchung eines Standplatzes für einen Wochenmarkt (Dauerzulassung) der Deutschen Marktgilde eG begründet. Sie wird wirksam mit Beginn des Markttag (Öffnung für Kunden) und dauert an bis zum Beginn des nächsten Markttag. Sie setzt sich sodann nahtlos fort, wenn der Beschicker an folgenden Markttag in dieser Kommune teilnimmt. Das Ausscheiden eines Beschickers aus der Marketingpartnerschaft führt nicht zur Auflösung derselben, sie wird mit den verbleibenden Mitgliedern fortgeführt. Die Deutsche Marktgilde eG ist ständiges Mitglied der lokalen Marketingpartnerschaft.
- (3) Der Sitz der lokalen Marketingpartnerschaft ist identisch mit dem Sitz der für die Kommune zuständigen Niederlassung der Deutschen Marktgilde eG. Die administrative Führung der lokalen Marketingpartnerschaft hat die zuständige Niederlassungsleitung der Deutschen Marktgilde eG inne, sie vertritt die Marketingpartnerschaft im Außenverhältnis.
- (4) Ein Marketingbeirat - der aus bis zu drei Beschickern aus den Reihen der Mitglieder und einem von der örtlichen Gewerbevereinigung des stationären Handels oder des Stadtmarketings entsandten Vertreters gebildet wird - berät und unterstützt die administrative Führung. Der Marketingbeirat schlägt konkrete Marketingmaßnahmen für die lokalen Märkte vor.

8. Regionale Angebote

Hauptaufgabe des Wochenmarktes in Helmstedt wird es aber sein, ein attraktives, ausgewogenes Angebot (**vor allem im Frischebereich**) aus regionaler Herstellung bereitzuhalten.

Beschickern mit Waren aus dem „grünen“ Bereich (z.B. Obst u. Gemüse, Fleisch- und Wurstwaren, Geflügel, Hähnchengrill, Käse / Milchprodukte / Eier, Brot- und Backwaren, Feinkost, Süßwaren / Honig, Imbiss, Blumen und Pflanzen, Gewürze) sowie Direktvermarktern und Kleinerzeugern aus der Region wird im Rahmen der rechtlichen Möglichkeiten an allen Standorten Vorrang eingeräumt.

9. Zusatzangebot Spezialmärkte

Vor der Installation von Zusatzangeboten oder neuen Marktformaten sollte das Für und Wider sorgfältig abgewogen werden: Die „Sättigung“ der Nachfrage bei weitgehend identischen Angeboten ist möglicherweise schon erreicht. Ein weiterer Markttag, auch auf einem anderen Platz, findet deshalb u.U. keine entsprechende Nachfrage. Das Interesse bei Beschicker: innen, ihre etablierten Märkte/Standplätze mit sicheren Umsätzen in anderen Kommunen zugunsten eines neuen – und damit unsicheren – neuen Marktes aufzugeben, ist á priori eher als gering anzusehen.

Wir haben in der Vergangenheit an anderer Stelle in den Sommermonaten bereits erfolgreich zusätzliches Markttreiben etabliert.

- Heimatmarkt
- Nachmittagsmarkt

- Blumenmarkt
- Schlemmermarkt
- u.v.m.

Aufgrund dieser Erfahrungen kommen wir dem Wunsch nach einem Zusatzangebot „mit Verweilcharakter“ gern nach und planen dafür aber die Etablierung des neuen Formates **Helmstedter Schlemmermarktes**. Bummeln, schlemmen und genießen – dies soll künftig das Geschehen auf der Helmstedter Marktfläche bestimmen. Diese wird zunächst einmal monatlich die zentrale Anlaufstelle für alle Hungrigen und Genießer der Streetfoodkultur. Bei erfolgreicher Annahme des Marktes durch die Bürger:innen ist eine Erweiterung auf einen 14-tätigen oder gar wöchentlichen Rhythmus möglich. Ausnahmen bilden hier, je nach Stadtplanung, anderweitige Aktionsmärkte wie beispielsweise das Weinfest.

Was wir den Bürger:innen bieten möchten: Einen attraktiven Schlemmermarkt mit einem vielfältigen Angebot an Food-Trucks, Streetfoodanbietern, erlesenen Weinen, lokalen Brauereiprodukten und mehr. Ziel ist es, zunächst sechs bis zehn Beschicker:innen für die ersten Markttag zu gewinnen und das Angebot stetig auszubauen. In der Zeit von ca. 12:00 bis 19:30 Uhr bieten die Beschicker:innen schmackhafte Mittagssnacks, herzhafte Sattmacher und süße Köstlichkeiten. Einladende Verweilmöglichkeiten, angepasst an die Witterungsbedingungen, sollten mit Unterstützung der Beschicker:innen in der ersten Phase der Marktetablierung geschaffen werden. Mit den angestrebten Marktzeiten und Verweilmöglichkeiten ist der Schlemmermarkt nicht nur eine ideale Anlaufstelle und willkommene Abwechslung für die Mittagspause oder zur Stärkung während des Einkaufs, sondern ebenso prädestiniert für den After Work Treff aller Arbeitnehmer der umliegenden Behörden, Büros etc. Der Treffpunkt bietet Raum für ein entspanntes Miteinander zum Ausklingen des stressigen Arbeitstages.

Im Zuge der Beschicker:innenakquise werden wir vorab die genauen Marktzeiten und –tage mit den potentiellen Anbietern abstimmen, um eine größtmögliche Vielfalt und Attraktivität des Angebotes zu erzielen. Präferiert wird aufgrund der zu erwartenden Angebotsseite unsererseits der Donnerstag, auf jeden Fall jedoch eine zeitlich abweichende Veranstaltung vom etablierten Wochenmarkt.

Örtlichen Vereinen und Institutionen möchten wir eine Präsentationsfläche einräumen und somit das Marktgeschehen mit lokalen Vereinen und Institutionen bereichern. Das Angebot eines kostenfreien Standplatzes zur Selbstpräsentation wird fester Bestandteil, und potentielle Interessenten werden aktiv angesprochen. Marktbesucher:innen erhalten idealerweise regelmäßig zu ihrem kulinarischen Genuss noch wertvolle Informationen zu den Angeboten aus der Region und so die Möglichkeit, sich noch weiter in das lebhafte Stadtgeschehen zu integrieren.

Eine Abstimmung mit den stationären Einzelhändler:innen vor Ort ist uns ebenso wichtig wie die Zusammenarbeit mit dem Stadtmarketing. Dies bietet neben einer harmonischen Gestaltung des Schlemmermarktes zusätzliche Werbemöglichkeiten, sowohl für die lokalen Einzelhändler:innen als auch für den Markt an sich. Eine breite Ansprache der unterschiedlichen Zielgruppen wird durch die Nutzung des Medienmix erreicht. Hier spielt die Bewerbung über die lokalen Zeitungen und die Verteilung von Flyern (z.B. als Auslage bei lokalen Einzelhändler:innen) eine ebenso große Rolle wie die Nutzung der digitalen Medien. Allen voran die Ansprache auch des neuen Schlemmermarktes im Zusammenhang mit der geplanten, individuellen Website des Wochenmarktes in Helmstedt. Unterstützend wird die Community der Social-Media-Kanäle über die Marktzeiten, Markttag und Angebote informiert. Plattform hierfür können z.B. die Facebookseite der Deutschen Marktgilde als auch die verbundenen Kanäle

wie Gruppen, Seiten der Stadt etc. sein. Auch Google MyBusiness kann und sollte für die Bekanntmachung anstehender Veranstaltungen zum Einsatz kommen.

II. Konzessionsabgabe

Die Deutsche Marktgilde eG finanziert ihre Arbeit ausschließlich über die Vereinnahmung von Standgeldern, die die Beschicker:innen für die Nutzung der Marktflächen bezahlen müssen. Hiervon müssen wir unsere Personalkosten, unsere Versicherungen, unsere Veranstaltungsarbeit usw. bezahlen. Gleichzeitig müssen, wie zuvor bereits ausgeführt, die angesetzten Standgelder attraktiv genug sein, um die Beschicker:innen zur Teilnahme an dem neuen Markt zu bewegen.

Nach den Erfahrungen in der Vergangenheit und der Einschätzung unseres Fachpersonals vor Ort vertreten wir die Auffassung, dass der Wochenmarkt in Helmstedt zudem gänzlich neu aufgebaut und in erheblichem Umfang beworben werden müsste, um die gewünschte Zielsetzung gemäß der Leistungsbeschreibung erreichen zu können. Dies geht zwangsläufig mit erheblichen Aufwendungen einher, die für sich schon ein deutliches betriebswirtschaftliches Risiko darstellen. Unter Berücksichtigung des geforderten – uns unserer Sicht hohen und nicht zusätzlich zu erwirtschaftenden – Betrages können wir dieses Risiko als Genossenschaft nicht eingehen.

Aus dieser Gesamtanalyse heraus sehen wir uns zur Erbringung einer Konzessionsabgabe außer Stande. Vielmehr erlauben wir uns an dieser Stelle die Bezugnahme auf unsere Analyse im Hinblick auf bisherige Standgelder, Kosten und notwendige Bezuschussungen. Diese Thematik wurde in unserem Angebot an die Stadt Helmstedt im September 2020 ausführlich dargelegt. Über die Details der darin enthaltenen Vorschläge (Höhe und Dauer) können wir gern noch einmal sprechen und würden der Stadt gern so weit wie möglich entgegenkommen.

Wir sind uns darüber im Klaren, an dieser Stelle die geforderten Ausschreibungskriterien nicht voll zu erfüllen, was eventuell zu einer Nichtbeachtung der Bewerbung führt. Dennoch möchten wir Ihnen unsere Dienstleistung näherbringen und deutlich machen, dass wir bei entsprechenden Rahmenbedingungen gerne als Partner der Stadt Helmstedt zur Verfügung stehen würden und uns dann zutrauen, den Wochenmarkt Helmstedt positiv zu entwickeln.

III. Anlagen

Anlage 1: Versicherungsnachweis (Haftpflichtversicherung bei der Nürnberger Versicherung)

Anlage 2: Gewerbeanmeldung

Anlage 3: Auszug aus dem Genossenschaftsregister

Anlage 4: Führungszeugnisse der Vorstände in Kopie

Anlage 5: Auszug aus dem Gewerbezentralregister für das Unternehmen und die Vorstände

Anlage 6: Zertifikat des Hessischen Präqualifikationsregisters

Anlage 7: Auskunft Schufa

Anlage 8: Unbedenklichkeitsbescheinigung des Finanzamtes Gießen

Anlage 9: Umweltschutz- und Nachhaltigkeitskonzept

Anlage 10: Konzept zur Unfallverhütung

Anlage 11: Konzept zum Brandschutz

Anlage 12: Konzept zur Hygiene auf den Märkten

Anlage 13: Corona-Hygienekonzept

Anlage 14: Marktordnung

Anlage 15: Entgeltordnung



Deutsche MarktGilde eG · Simmersbacher Str. 12 · 35713 Eschenburg

Stadt Helmstedt
Markt 1

38350 Helmstedt

Ihr persönlicher Ansprechpartner in der Zentrale in Eschenburg: Ingo Johnson
E-Mail: i.johnson@marktgilde.de, Tel.: 02774 9143-100,
in der Niederlassung Hannover: Carlos Aragues Bremer,
E-Mail: c.aragues-bremer@marktgilde.de, Tel.: 02774 9143-301

28.02.2023

Wochenmarkt in Helmstedt Konkretisierung unserer Bewerbung

Sehr geehrte Damen und Herren,
sehr geehrter Herr Otto,

wir bedanken uns für die Einladung zum virtuellen Bewerbungsgespräch vom 28.02.2023
und die Möglichkeit, unsere Bewerbung gemäß Ihren Anforderungen zu konkretisieren.

1. Standorte/Marktplätze, Markttage und Öffnungszeiten

Der Wochenmarkt findet derzeit jede Woche am Mittwoch und Samstag von 07.00 Uhr
– 12.30 Uhr auf dem Parkplatz „Holzberg“ statt. In der Vergangenheit hatten wir einen
vollständigen Wechsel des Marktes auf den aus unserer Sicht attraktiveren Marktplatz
thematisiert.

Wir sind immer noch überzeugt davon, dass der Marktplatz perspektivisch besser geeignet ist, haben jedoch Verständnis dafür, dass ein abrupter Wechsel eine zu große Unsicherheit mit sich bringt. Wir haben die Bedenken der Beschicker vernommen, die einen Platzwechsel zunächst fürchten. Daher möchten wir anbieten, dass der Wochenmarkt zunächst nur mittwochs auf den Marktplatz wechselt und samstags zunächst wie bisher auf dem Holzberg bleibt. So haben Kunden und Beschicker Zeit und Gelegenheit, den Marktplatz als Alternative kennenzulernen. Eine bestehende und intakte Infrastruktur am Holzberg setzen wir voraus.

Am Marktplatz sind Stromversorgungsanlagen vorhanden, die zu verlegenden Stromkabel müssten aufgrund der Gegebenheiten ggf. über den Fußweg verlegt und damit gesondert gesichert werden. Zudem wäre es wünschenswert, dass die WC-Anlagen den Marktbesckickern ab Aufbau zur Verfügung stehen.

Die bisherigen Markttag würden wir zu Beginn unseres Engagements – da entsprechend bei Beschickern und Kunden etabliert – zunächst beibehalten.

Anzudenken ist daneben aber, die Marktzeit am Mittwoch zu verändern, bzw. zu verlängern (z.B. von 09:00 Uhr bis 15.00/16.00 Uhr), um ihn auch über Mittag geöffnet zu lassen (idealerweise dann incl. Imbissangeboten) und damit grundsätzlich auch für einen größeren Kundenkreis zugänglich zu machen.

Bereits vor Übernahme des Marktes würden wir eine umfassende Analyse der vorhandenen Markttag in der Umgebung von Helmstedt initiieren und die dortigen Frequentierungen durch die Beschicker bewerten. Parallel könnten wir auch eine Umfrage in der Bevölkerung und unter den Beschickern starten. Damit könnte man die Bedürfnisse – sowohl hinsichtlich des Angebotes, aber auch hinsichtlich der Markttag und -zeiten – nochmals genauer herausarbeiten und bei Bedarf gezielt Anpassungen vornehmen. Hierzu sind wir gerne nach Rücksprache mit der Stadt Helmstedt bereit.

2. Zeitliche Planung

Die von uns üblicherweise benötigte Vorbereitungszeit zur Übernahme des Marktes beträgt auch vor dem Hintergrund der Marketingmaßnahmen und Kontaktaufnahme mit den Beschickern durchschnittlich 2 Monate. Wir schlagen daher vor, die Übernahme der Marktveranstaltung auf den 01.06.2023 zu terminieren.

3. Standgelder und Nebenkosten auf dem Markt, Fördermittel

Das Standgeld, das den Beschickern berechnet wird, hat einen hohen Einfluss auf die Beschickerstruktur und damit auf den Erfolg eines Wochenmarktes. Es muss im regionalen Vergleich standhalten können und den Beschickern die Möglichkeit geben, den Markt wirtschaftlich zu beschicken, also auch im Verhältnis zu den am Markt realisierbaren Umsätzen stehen.

Üblicherweise richten wir unsere Standgeldüberlegungen danach aus und berechnen das Standgeld zudem nach der durch die Verkaufseinheit in Anspruch genommenen Fläche je Quadratmeter. Als Unternehmen finanziert sich die Deutsche Marktgilde eG ausschließlich über Standgeldeinnahmen. Von diesen Einnahmen finanzieren wir unsere Marktleitung vor Ort, Versicherungen, Verwaltung usw.

Nebenkosten, wie Strom werden von uns über eine Pauschale auf die Beschicker umgelegt, sofern die Beschicker den Strom über uns beziehen.

Die derzeit in Helmstedt zu entrichtenden Standgebühren sind aus unserer Sicht sehr niedrig angesetzt; sie werden derzeit nach laufendem Meter (Verkaufsfront) berechnet. Das gegenwärtige Gebührenaufkommen ermöglicht uns aus unternehmerischer Sicht keine wirtschaftliche Betreuung des Marktes. Die Einnahmen decken weder die erforderlichen Fixkosten für eine sorgfältige Organisation noch ein aktives Marktmanagement.

Um den Markt also wirtschaftlich betreiben zu können, bestehende Beschicker nicht abzuschrecken und den Standort in der Aufbauphase für neue Beschicker attraktiv zu erhalten, würden wir das bisher erhobene Standgeld in Helmstedt in den ersten Jahren der Zusammenarbeit nur sukzessive und in überschaubarem Rahmen anpassen, die Standgelder würden ab Übernahme des Marktes durch uns vereinnahmt. Einzig würden wir die Abrechnung auf Quadratmeter gem. unserem System umstellen. Der Umrechnungsfaktor beträgt dabei ca. 1:3 zu laufende Meter. Eine geringfügige Erhöhung bereits zu Beginn der Übernahme auf 0,40 € pro Quadratmeter sehen wir als notwendig an.

Aber: Die Übernahme des Marktes, die dringend erforderliche Belegung des Marktplatzes Holzberg auf der einen Seite und die Verlegung auf den Marktplatz auf der anderen Seite sowie die lediglich moderate Anpassung der bisherigen Standgelder im laufenden Betrieb ist für uns nur machbar, wenn uns die Stadt Helmstedt mit einem jährlichen Werbezuschuss sowie mit einem monatlichen Organisationskostenzuschuss unterstützt.

Der Werbekosten-Zuschuss dient der Belegung des Marktplatzes Holzberg, die Verlegung des Marktes auf den Marktplatz und für die Durchführung entsprechender Werbeaktionen, sowie für die Erstellung und Anbringung von Hinweisschildern an den Haupteinfahrtsstraßen der Stadt. Da wir die Standgebühren nur sehr vorsichtig und

über die Jahre langsam steigend - entsprechend dem Erfolg des Marktes – anpassen können, ist die Marktbetreiberung beziehungsweise ein strukturierter (Wieder)Aufbau des Marktes derzeit wirtschaftlich für uns ohne einen monatlichen Zuschuss für die Organisation und Verwaltung nicht möglich.

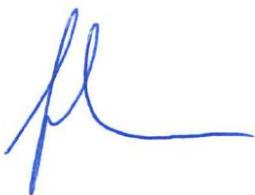
Konkret beziffern wir die finanziellen Zuschüsse wie folgt:

| Laufzeit | Werbekostenzuschuss | Organisationskostenzuschuss |
|-----------------|----------------------------|------------------------------------|
| Jahr 1 | 6.000,00 EUR, einmalig | 600,00 EUR pro Monat |
| Jahr 2 | 5.000,00 EUR, einmalig | 600,00 EUR pro Monat |
| Jahr 3 | 4.000,00 EUR, einmalig | 300,00 EUR pro Monat |
| Jahr 4 | 3.000,00 EUR, einmalig | 300,00 EUR pro Monat |
| Jahr 5 | 2.000,00 EUR, einmalig | 300,00 EUR pro Monat |
| Jahr 6 | 1.000,00 EUR, einmalig | 300,00 EUR pro Monat |

Wir hoffen, mit unserem Marktkonzept und unserem Angebot Ihren Vorstellungen zu entsprechen und freuen uns, wenn wir mit Ihnen zusammenarbeiten dürfen.

Für weitere Auskünfte stehen wir natürlich gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen
Deutsche Marktgilde eG



Ingo Johnson
Vorstand