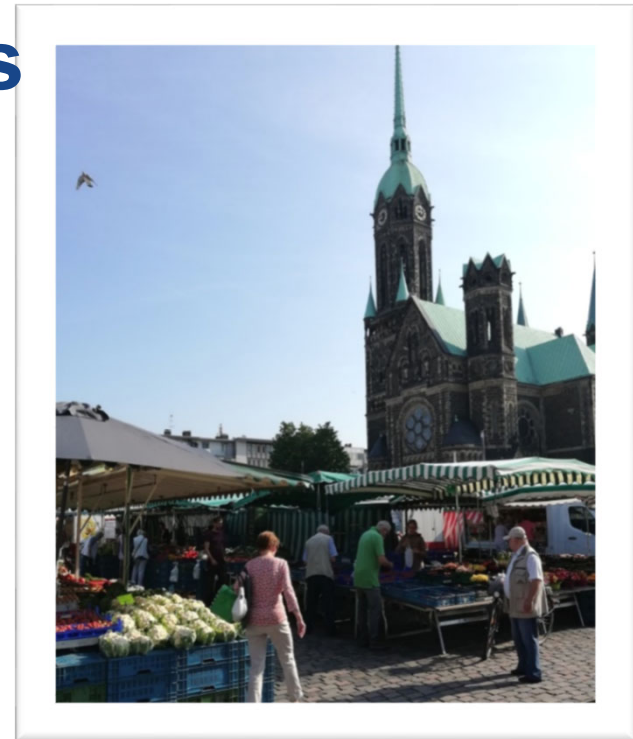


Mönchengladbach Rheydt Überlegungen zur Neukonzeptionierung des Rheydter Wochenmarkts

Rathaus Rheydt

Donnerstag 19.11.2020 | 16:00 Uhr



Quelle: Anna Bogedain

HINTERGRUND UND RAHMENBEDINGUNGEN

Hintergrund

- **Wochenmärkte und der damit verbundene Marktplatz waren seit der Antike Dreh- und Angelpunkt für das ökonomische und soziale Leben**
 - **Bedeutung und Strukturen haben sich im Laufe der Zeit zum Teil erheblich gewandelt**
 - **nach wie vor aber ein beliebter Einkaufsstandort und Treffpunkt**
 - **Generell gilt das auch für Mönchengladbach-Rheydt**
 - **Probleme:**
 - **Zahl der Marktbesucher nimmt ab**
 - **Verschlechterung des Angebotes**
 - **derzeitige Struktur noch zeitgemäß? Wird es den Wünschen der Verbraucher gerecht?**
- Rat der Stadt Mönchengladbach hat die Stadtverwaltung im Dezember 2018 beauftragt, mit Unterstützung der Hochschule Niederrhein und lokalen Akteuren, ein zukunftsfähiges Konzept für den Rheydter Wochenmarkt zu entwickeln**

Was haben wir gemacht?

METHODIK

Was haben wir gemacht?

- **Befragung aller Marktbesucher (32)**
 - Mitte Juni 2019 in Form von offenen Fragebögen
 - fast flächendeckend
 - offenere Gespräche zu möglichen Verbesserungs- und/oder Veränderungsvorschlägen
- **Befragung von Marktbesuchern (179)**
 - Mitte Juni 2019 sowohl mittwochs, als auch samstags
 - Einschätzung der aktuelle Situation
- **Befragung von Passanten (942 Passanten, 32% auf der Straße befragt, 68% online)**
 - in der Rheydter Innenstadt, in anderen Teilen Mönchengladbachs und online
 - mehrere Tage in der zweiten Junihälfte 2019 zu unterschiedlichen Uhrzeiten
- **Workshop mit relevanten lokalen Akteuren**
 - Juni 2019: „Rheydter Gespräche“
 - September 2019: Ergebnissvorstellung und Diskussion
 - September 2019: Expertengespräch mit relevanten lokalen Akteuren (City-Management, Quartiersmanagement, Vertreter der lokalen Politik, Einzelhändler, „kompetente“ Bürger)

Wochenmärkte im Allgemeinen

BESTANDSAUFNAHME

Allgemein

- **Wochenmärkte nicht mehr als primärer Versorger, heute andere Funktionen:**
 - **Stärkung der Zentrumsfunktion**
 - **Prägung des Images der Stadt: Wochenmärkte finden in der Woche auf den bekanntesten Marktplätzen der Städte statt, womit sie einen entscheidenden Einfluss auf den Eindruck der Besucher der jeweiligen Stadt haben und die Attraktivität des Stadtbilds mitgestalten**
 - **temporäre Erweiterung des Angebots der lokale Einzelhändler**
 - **Das Stattfinden von Wochenmärkten erhöht die Frequenz und die Umsatzeinnahmen für die anliegenden Geschäfte**
 - **Soziale Funktionen: Treffpunkt für Menschen unterschiedlichen Alters, aus unterschiedlichen Gesellschaftsschichten und mit unterschiedlicher Herkunft**
 - **ein Ort der offenen Kommunikation, Belebung des Stadtteils, Identifikation der Bevölkerung mit der jeweiligen Stadt**
 - **Handelsform, räumliche Offenheit, einfacher Zugang und Zwanglosigkeit des Markthandels → Können die Integration fördern. Eine so stattfindende Kommunikation kann dazu beitragen, dass Vorurteile abgeschwächt und abgebaut werden**

Good Practise Beispiel

- **Neuruppin (Neukonzeptionierung 2013)**
- **München (Existiert seit 1807, seit 1870 feste Stände)**
- **Mainz (gehört zu den ältesten in Deutschland)**
- **Nienburg/Weser („grüner Markt“, 2008 Preis als innovativster und lebendigster Wochenmarkt Europas)**
- **Trier (ältester in Deutschland)**

Good Practise Beispiel

Aus den Beispielen lassen sich folgende Schlüsse ziehen:

- Jede Stadt hat andere Voraussetzungen, die sich für einen erfolgreichen Wochenmarkt identifizieren, integrieren und vermarkten lassen
- Sonderveranstaltungen erweitern das klassische Marktangebot und erhöhen den kulturellen Mehrwert eines Marktbesuchs
- Ein zentraler Standort in der Stadt ist von Vorteil für die Erreichbarkeit und für die gegenseitige Ergänzung mit dem stationären Angebot.
- Ein gastronomisches Angebot steigert die Aufenthaltsdauer und -qualität.
- Die Öffnungszeiten sollten den Bedürfnissen der Zielgruppen angepasst sein.
- Ein geschlossenes und einheitliches Auftreten der Händler vermittelt Wertigkeit und Einheitlichkeit.

Rheydter Wochenmarkt

BESTANDSAUFNAHME

Wochenmarkt Rheydt

- Sitzgelegenheiten über die komplette Längen: Aufenthalt und Rasten kein Problem
- Gutes angrenzendes Gastronomieangebot
- Im Rahmen der Expertenrunde wurde bestätigt, dass das umliegende gastronomische Angebot genutzt wird
- Wenig Vor-Ort-Verzehr; diese Schwäche wird ein Stück durch das gastronomische Angebot in direkt angrenzender Lage kompensiert
- Der stationäre Einzelhandel in direkter Marktlage bietet ein breites (ergänzendes) Angebot
- einer von 14 Wochenmärkten in Mönchengladbach
- mittwochs und samstags jeweils von 08:00 Uhr bis 14:00 Uhr
- Die Zahl der Besucher wurde noch nicht erfasst, schwankt aber je nach Uhrzeit und Tag zum Teil erheblich (subjektives Empfinden der Autorin, der Befragter und der Marktbesucher)



Auswertung

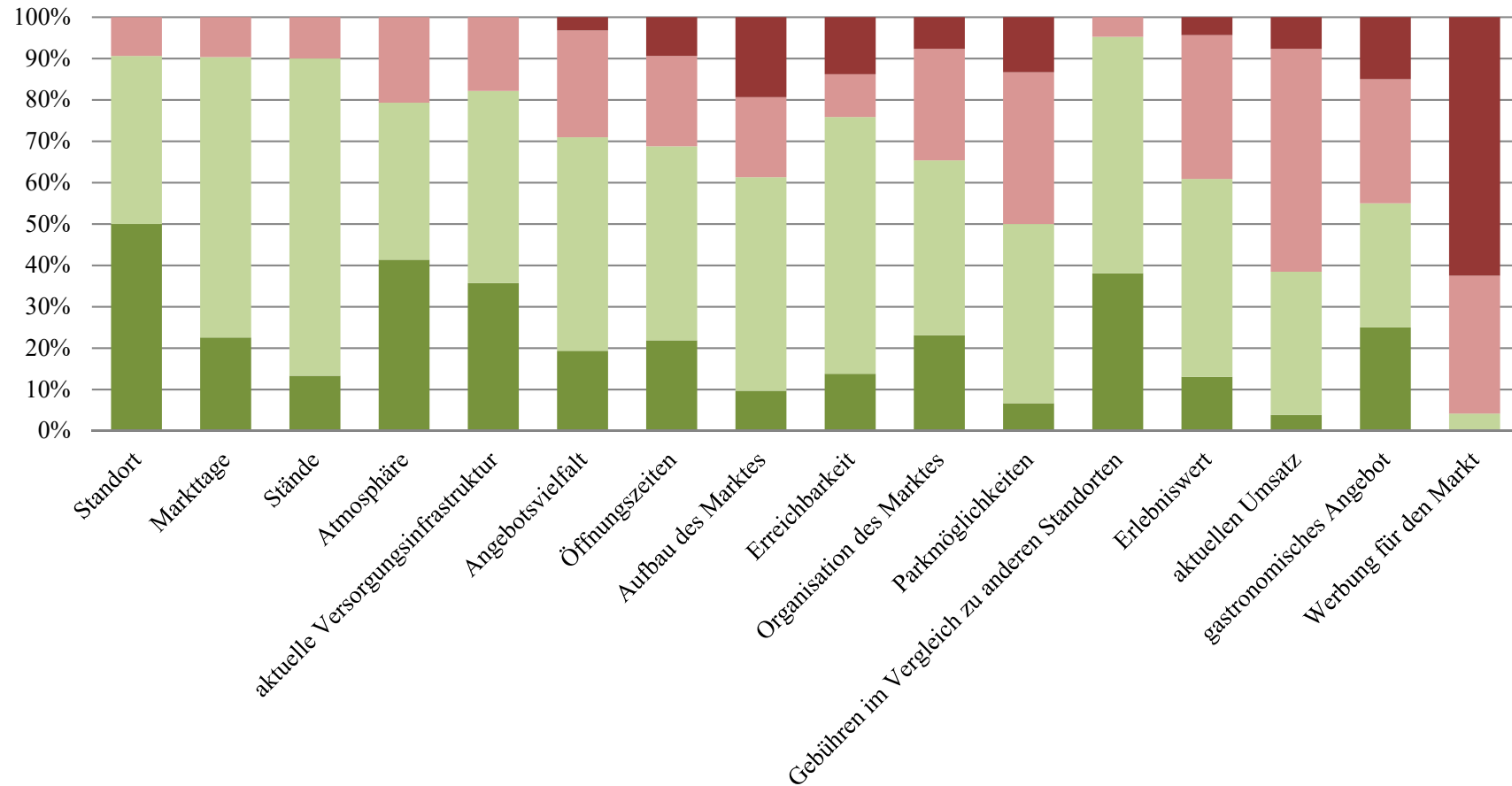
MARKTBESCHICKER

Auswertung - Marktbeschicker

- Über 90% der Beschicker sind seit deutlich mehr als 5 Jahren auf dem Markt vertreten
- Fast 70% auch auf anderen Märkten in MG
- Nachfolger fehlen
- nach einer Einschätzung sind über 90% über 45 Jahre
- Einige davon wahrscheinlich bereits über 65 Jahre
- Vermutung: in den nächsten 5 bis 10 Jahren vermutlich ein weiterer Wegfall von Marktbeschickern
- Wichtig: ein interessantes Konzept für die Besucher, aber auch für die Beschicker

Auswertung - Marktbesucher

Beurteilung des Marktes durch die Marktbesucher



Quelle: Eigene Darstellung.

■ Sehr gut

■ Eher gut

■ Eher schlecht

■ Sehr schlecht

N=31

Auswertung – Marktbeschicker

Zusammenfassung

- Hauptsächlich Stammbeschicker mit Stammkunden
- Große Zufriedenheit mit
 - Standort
 - Ständen
 - Markttage
- Große Unzufriedenheit mit
 - Werbung
 - Umsatz (je nach Tag)
 - Gastronomisches Angebot
- Es fehlen/der Markt wäre besser mit Angeboten für die ganze Familie, Toiletten, Parkplatzangeboten, Abwechslung

Auswertung

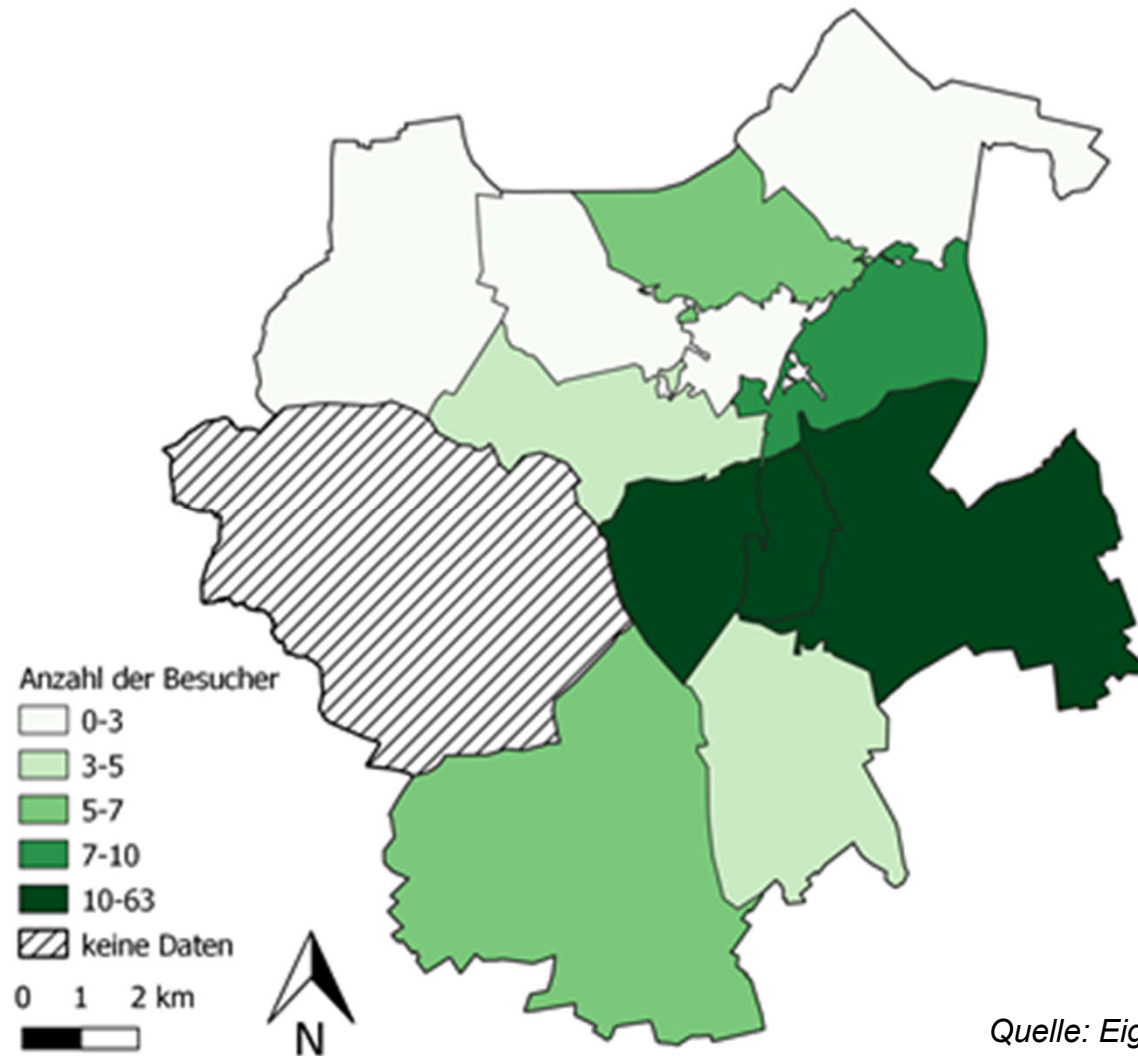
MARKTBESUCHER

Auswertung - Marktbesucher

- 179 Rückläufer
- Knapp 65% weiblich
- 41% über 65 Jahre, 37,5% 45-65 Jahre, nur 8,5% unter 30 Jahre
- Über 90% haben keinen Migrationshintergrund
- 34% sind berufstätig, 6% in Ausbildung, 57% nicht (mehr) berufstätig

Auswertung - Marktbesucher

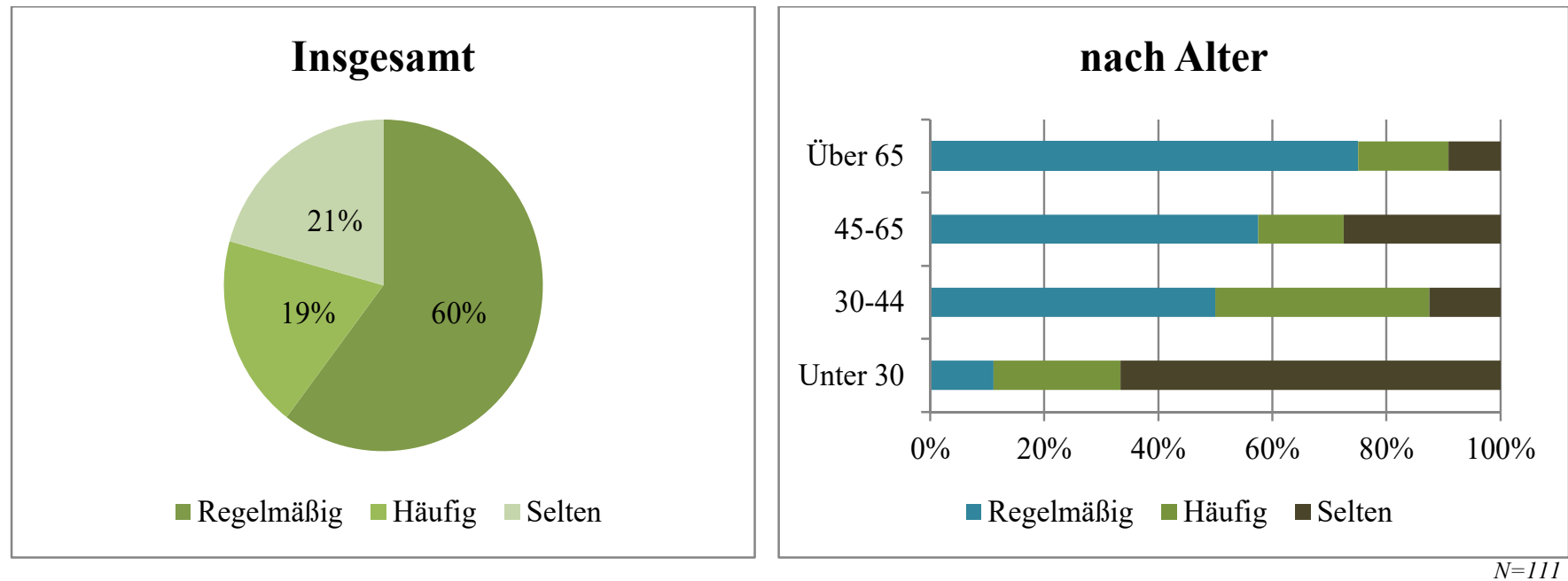
Herkunft der Mönchengladbacher Besuchern nach Postleitzahl



Quelle: Eigene Darstellung

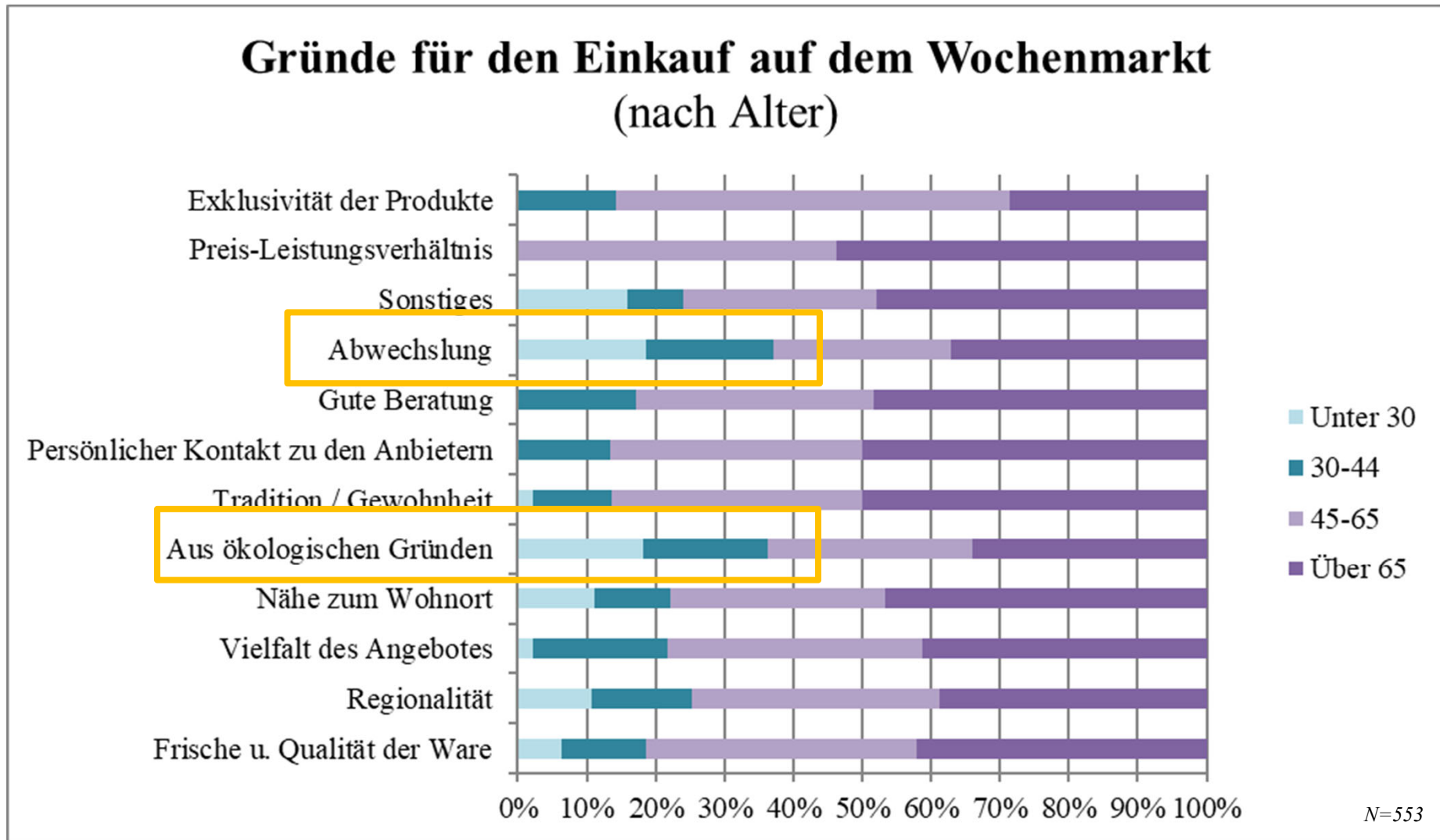
Auswertung - Marktbesucher

Häufigkeit des Wochenmarktbesuchs



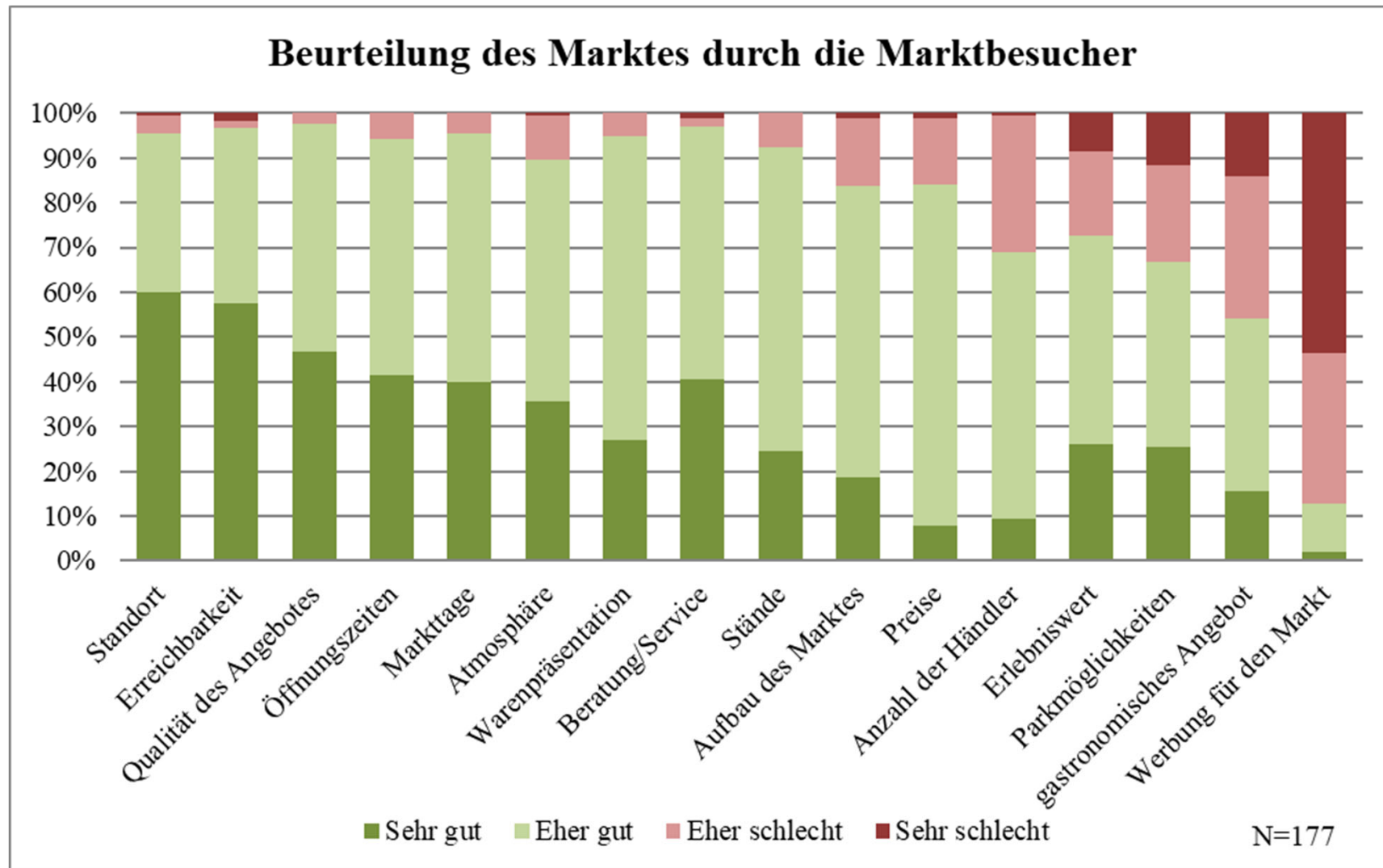
Quelle: Eigene Darstellung.

Auswertung - Marktbesucher



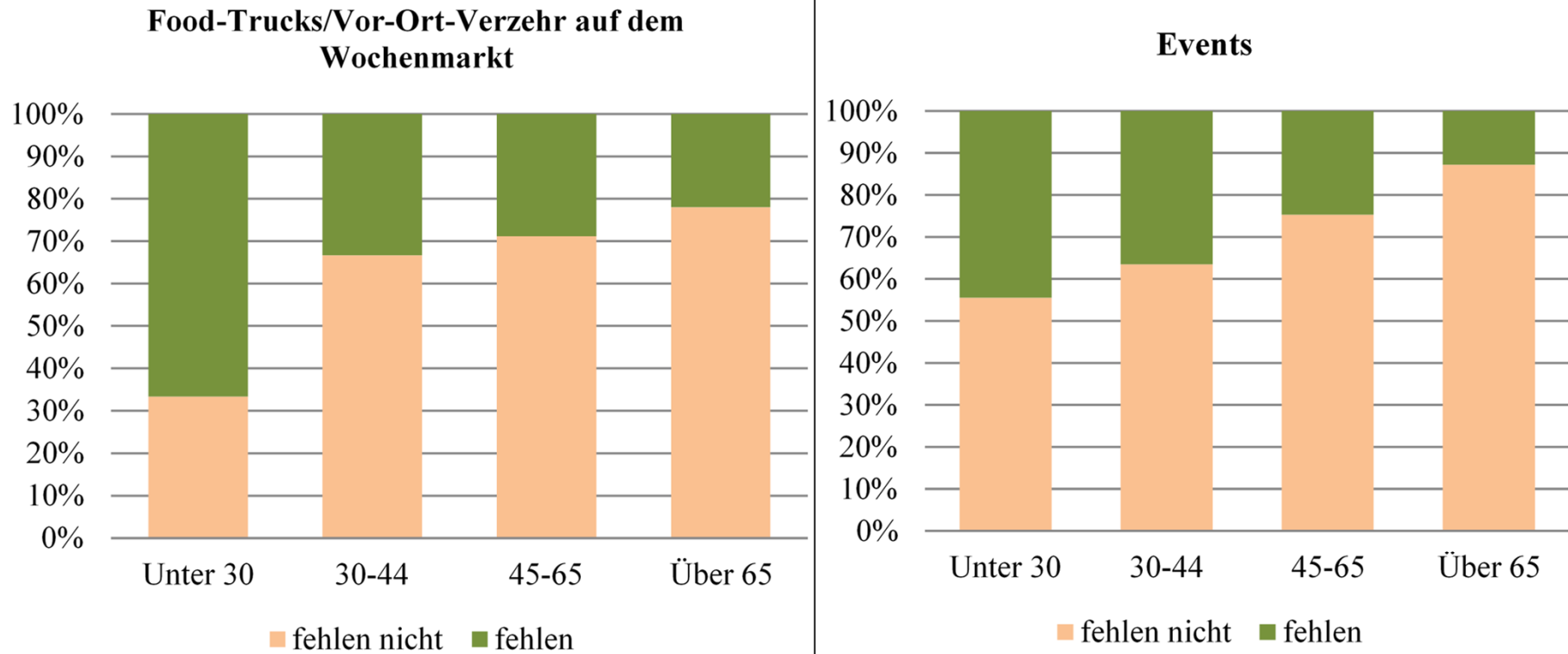
Quelle: Eigene Darstellung.

Auswertung - Marktbesucher



Quelle: Eigene Darstellung.

Auswertung - Marktbesucher



Quelle: Eigene Darstellung.

Auswertung – Marktbesucher

Zusammenfassung

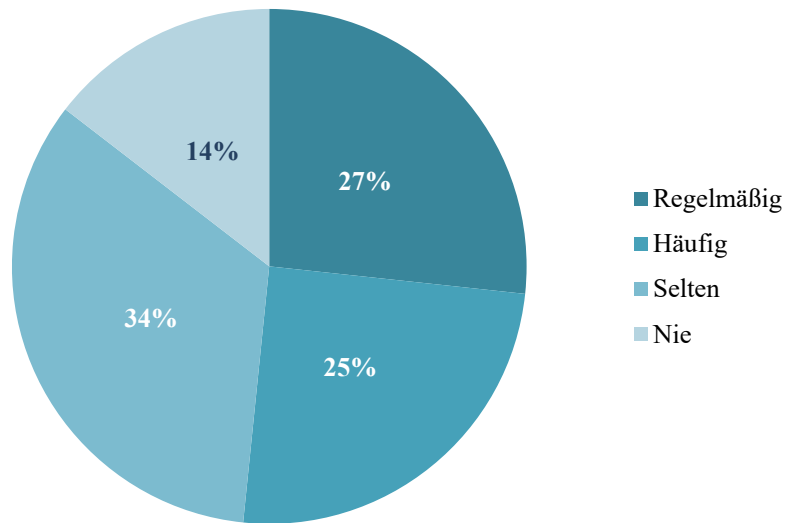
- Über die Hälfte der befragten Personen besuchen ausschließlich den Wochenmarkt oder sind hauptsächlich wegen dem Markt in Rheydt
- Weitere Erledigungen sind weitere Einkäufe und der Besuch von Geschäften in der Innenstadt
- Knapp 80% besuchen den Markt regelmäßig oder häufig. Je älter, desto regelmäßiger
- Regionalität und Frische sind Hauptgründe für den Einkauf auf dem Markt
- Obst/Gemüse wird hauptsächlich gekauft
- Qualität des Angebotes, Standort und Erreichbarkeit wird am besten bewertet
- Gastronomisches Angebot und Werbung am schlechtesten
- Es fehlen/der Markt wird besser durch Toiletten, regelmäßig wiederkehrende Events und Angebote für die ganze Familie

Auswertung

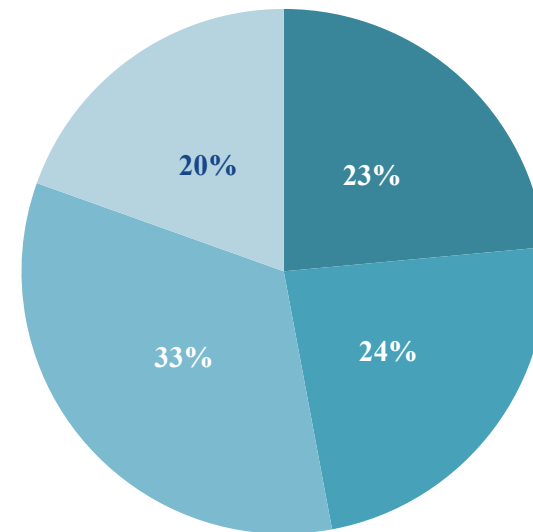
PASSANTEN

Auswertung - Passanten

Besuchen Sie Wochenmärkte



Besuchen Sie den Rheydter Wochenmarkt



Kennen Sie den Rheydter Wochenmarkt?

	Häufigkeit	Prozent
Ja	862	90,2
Nein	93	9,7

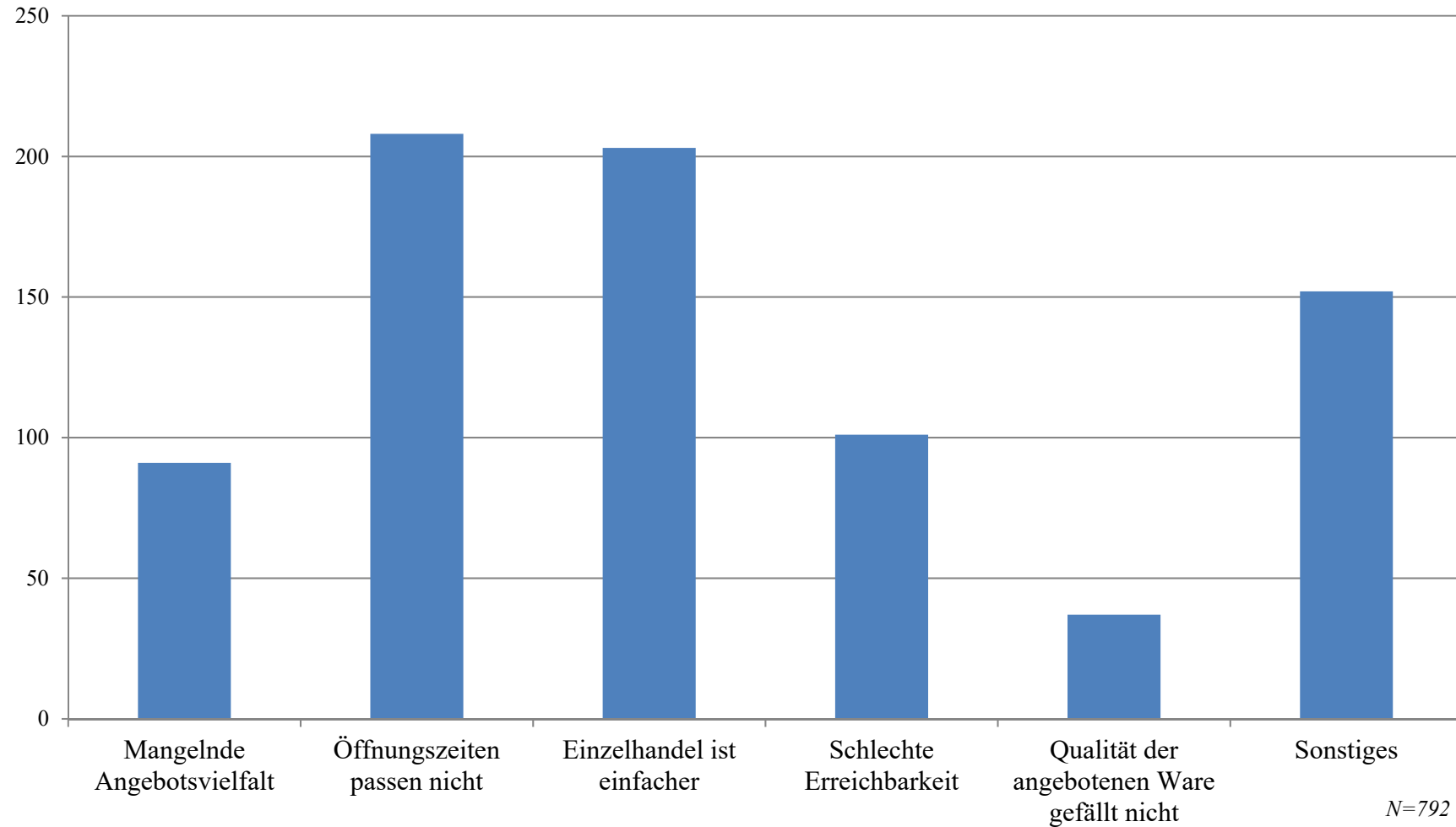
Quelle: Eigene Darstellung

Kennen Sie den Rheydter Wochenmarkt?
(Mönchengladbacher Bevölkerung)

	Häufigkeit	Prozent
Ja	730	92,8
Nein	57	7,2

Auswertung – Passanten (seltener oder kein Besuch)

Warum selten oder kein Besuch auf dem Rheydter Wochenmarkt

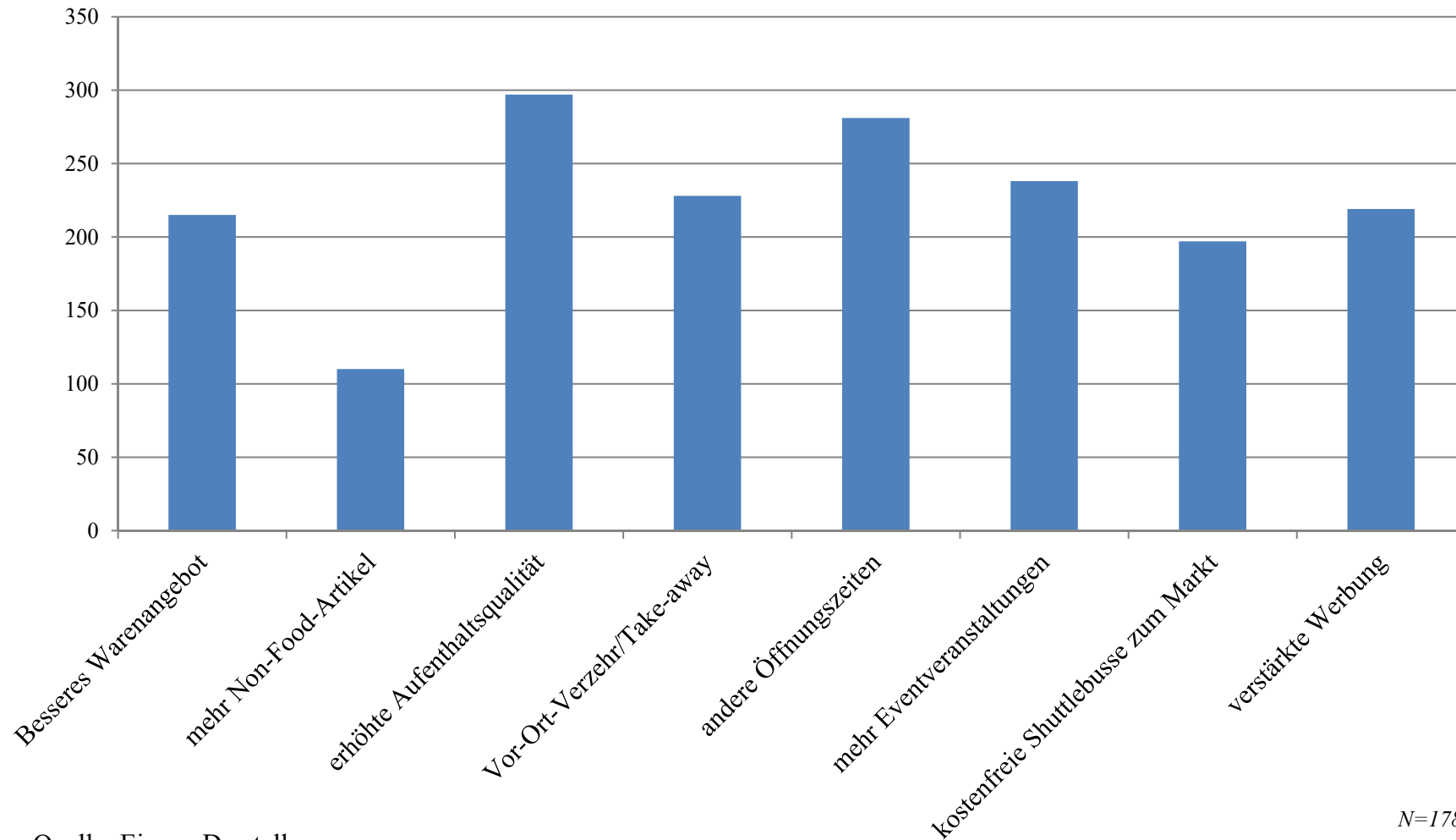


Quelle: Eigene Darstellung

| 19.11.2020 | Neukonzeptionierung Rheydter Wochenmarkt | Bogedain, A/Hamm, R. |

Auswertung – Passanten (seltener oder kein Besuch)

Was müsste sich ändern, damit Sie häufiger gehen?



Quelle: Eigene Darstellung

| 19.11.2020 | Neukonzeptionierung Rheydter Wochenmarkt | Bogedain, A/Hamm, R. |

N=1785

Auswertung – Passanten

Zusammenfassung

- Etwas mehr als 50% besuchen regelmäßig oder häufig Wochenmärkte, knapp 50% besuchen regelmäßig oder häufig den Rheydter Wochenmarkt
- Öffnungszeiten und die Einfachheit im EZH sind Gründe für einen seltenen oder keinen Besuch
- Die Erhöhung der Aufenthaltsqualität, andere Öffnungszeiten und wiederkehrende Events würden den Markt verbessern/werden als Verbesserungen vorgeschlagen
- Werbung und gastronomisches Angebot wird recht schlecht bewertet
- Der Standort und die Erreichbarkeit wird sehr gut bewertet
- Es fehlt Gastronomie und Toiletten
- einige Produkte fehlen (Bio, Käse, Vor-Ort-Verzehr), ist aber kein ausschlaggebendes Kriterium

Auswertung

EXPERTENWORKSHOPS

Auswertung – Expertenrunde

- Ende September 2019
- langjährige Beschicker, Kunden, Vertreter der Stadt, der städtischen Marketinggesellschaft, des Quartiersmanagements und der Hochschule Niederrhein
- Eingangsfrage zur aktuellen Beurteilung des Marktes
- Einigkeit: unterschiedliche Bedürfnisse müssen an den beiden Markttagen befriedigt werden

Auswertung – Expertenrunde

	Samstag	Mittwoch
Einschätzung	<ul style="list-style-type: none"> - Attraktiv - tolles Angebot - soll im Großen und Ganzen so bleiben. - „Aushängeschild“ - „wunderschön“ 	<ul style="list-style-type: none"> - „trostlos“ - für Besucher und Beschicker wenig attraktiv - Umsätze aber konstant, wenn auch deutlich unter dem Samstagsniveau
Ideen	<ul style="list-style-type: none"> - das Vorhandene in Richtung Erlebniswert und Freizeitevent weiterentwickeln - Anpassung der Öffnungszeiten: später starten und länger geöffnet haben 	<ul style="list-style-type: none"> - Attraktivität für einen Besuch in der Mittagspause steigern - Frühstücksangebote - Kein Eventcharakter, eher praktisch und für schnelle Erledigungen gestalten (Take-Away/Vor-Ort-Verzehr, Kurzzeitparken, eng zusammengestellte Stände)

Quelle: Eigene Darstellung

| 19.11.2020 | Neukonzeptionierung Rheydter Wochenmarkt | Bogedain, A/Hamm, R. |

Auswertung – Expertenrunde

- Weitere Hinweise, Kritikpunkte und Anregungen
 - Es fehlt Abwechslung
 - Verweildauer erhöhen (Verweilzonen mit Wein/Kaffee, kleinere „Events“)
 - Marktbesucher seien schwer zu motivieren
 - Feierabend-/Abendmärkte seien keine generelle Alternative, evtl. ergänzende Möglichkeit
 - Tradition modern vermarkten: Highlights schaffen und Traditionelles bewahren
 - Treffpunkt der Generationen. Die „alten“ nicht verschrecken, aber junge anlocken
 - Trends bedienen: Bio/Tierwohl/plastikfrei/Regionalität
 - Wochenmärkte stehen für Qualität, nicht für billige Ware

Auswertung – Expertenrunde

- Umliegende Gastronomie in Rheydt wird an Markttagen gut angenommen
- Hofläden/Bauernläden keine Konkurrenz, eher gut ausgebaute Supermärkte mit regionalen Gemüseabteilungen
- Schulen und die Hochschule einbeziehen: Bekanntheit erhöhen und für das Thema zu sensibilisieren
- Bevölkerungsstruktur beachten und berücksichtigen: Lebendiges Miteinander und Vielfalt abbilden
- Stärkere Werbeaktivitäten
- Punkte, die zum Teil kurzfristig umsetzbar wären
- An anderen muss dauerhaft und längerfristig gearbeitet werden
- Sinnvoll eine Person damit zu betrauen, sich kontinuierlich mit dem Thema „Wochenmärkte“ befasst

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Handlungsfelder

1. Gestaltung

2. Werbung und Vermarktung

3. Organisatorische Strukturen

Handlungsfelder - Gestaltung

1. Zielgruppen: Erhalt der älteren, Erschließung der jüngeren
2. Öffnungszeiten: Verschiebung, da zu früh für jüngere (Sa), Mittagspause (Mi)
3. Ausrichtung: Samstags bummeln und „Freizeitgestaltung“, Mittwochs rascher Einkauf mit Mittagsangeboten und Kurzzeitparken
4. Events und Angebote für die ganze Familie: „Veranstaltungsfläche“ mit Sondernutzungsmöglichkeit, die aber in den Markt integriert ist, Einbindung auch migrantischer Bevölkerung (Food und Non-Food), Persönlichkeiten/Neuigkeiten aus der Stadt vorstellen
5. Warenangebot: exklusiv, international, gastronomisch. „Wochenmarkt-Specials“
6. Sonstiges: Shuttleservice, Toiletten

Handlungsfelder – Werbung und Vermarktung

- Der Rheydter Wochenmarkt wird nicht hinreichend beworben
- Gleiche Instrumente wie im stationären Einzelhandel
- Schlagworte: Preispolitik, Produktpolitik, Sortimentsgestaltung, Kommunikationspolitik, Standortpolitik und Verkaufsraumgestaltung
- Einzelner Händler, aber auch ein gesamtheitliches Vermarktungskonzept
- Einbeziehung in das städtische Marketing
- Kurze Wege der Lebensmittel: Regionalität und Frische werden als Hauptgründe für den Wochenmarktbesuch genannt; die Qualität wird mit am besten bewertet → Regionalität, Frische, Qualität und Umweltfreundlichkeit als Werbebotschaft
- Ein Markt als Ort, der Vielfalt bietet → Vielfalt und Treffpunkt als Werbebotschaft
- Werbung und Marketing müssen junge Menschen erreichen: muss an die unterschiedlichen Zielgruppen angepasst werden (digital und nicht digital)
- Fest installierte Beschilderung (Schauzeit)
- Verkehrsinformationstafeln, NEW-Busse: über Generationen hinweg Brücken schlagen
- Ideen zur Finanzierung:
 - Einrichtung eines Werbefonds
 - (leichte) Erhöhung der Standgebühren
 - → Aufgabe der Stadt, die Möglichkeiten abzuwägen und gegebenenfalls umzusetzen.

Handlungsfelder – Organisatorische Strukturen

- **Es wird Personal benötigt**
- **Kontinuierliche Auseinandersetzung mit dem Thema „Wochenmarkt“**
- **Ehrenamtliches Engagement kann hier unterstützen, kann aber kein Ersatz dafür sein**
- **Die Stadt Mönchengladbach sollte deshalb darüber nachdenken, eine Person mit dieser Aufgabe zu betrauen**
- **Keine regelmäßige Kontrolle der Einhaltung einer Marktordnung → Ordnungsamt**
- **Umsetzung eines neuen Konzepts**
 - **Einzelbausteine**
 - **regelmäßige Evaluation des Konzepts vor dem Hintergrund sich rasch wandelnder Umfeldbedingungen**
 - **kontinuierliche Begleitung und innovative Weiterentwicklung von Marktkonzepten**
- **Das klingt eher nach einer Aufgabe des Stadtmarketings oder der Stadtplanung und -entwicklung**

DER VERÄNDERUNGSPROZESS HAT BEREITS BEGONNEN!

Beginn der Umsetzung

- **kurzfristig umsetzbare Maßnahmen: Erhöhung der Bekanntheit des Marktes und des Angebotes → Steigerung der Attraktivität**
- **Werbung über die bestehenden Kanäle schalten: Wetterprognosen, Öffnungszeiten, Busfahrpläne und (Fahrrad-)Parkplätze, Hinweise auf Barrierefreiheit und Standübersichten**
- **kostenlose Jutebeutel mit Werbung für den Wochenmarkt sind vorgesehen**
- **Vermarktungskonzept**
 - Regionalität – kurze Wege und damit einhergehende Frische
 - Fleisch aus artgerechter Haltung
 - Visualisierung auf dem Markt/an den Ständen, wenn Produkte aus eigenem Anbau stammen
 - Umweltverträgliche Verpackungen
 - ein Depot-/Aufbewahrungsservice
 - Kinderaktionen in wechselnder Kooperationen mit der mags, der Sparkasse, der NEW und unterschiedlichen Vereinen
- **Besonders hervorzuheben ist, dass diese Ideen durch motivierte (städtische) Akteure angestoßen und von keiner Stelle (nicht von diesem Bericht, von Seiten städtischer Verantwortlicher oder der Politik) diktiert wurden**

Impressum

Niederrhein Institut für Regional- und Strukturforschung
Prof. Dr. Rüdiger Hamm
Richard-Wagner-Straße 140
41065 Mönchengladbach

02161-186/6411
ruediger.hamm@hs-niederrhein.de

Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences



NIERS
Institut für Regional-
und Strukturforschung
Institute for Regional-
and Structural Research