

Federführung:

30 - Bürgerservice und Ordnung

Produkt:

30.02 Gewerbeangelegenheiten, Märkte und Kirmessen

Datum:

02.09.2014

Beratungsfolge:	Sitzungsdatum:	
Haupt- und Finanzausschuss	11.09.2014	Entscheidung
Rat der Stadt Coesfeld	25.09.2014	Entscheidung

Anregung des Stadtmarketingvereins bzgl. der Aufwertung des Krammarkt-Angebotes

Beschlussvorschlag des Stadtmarketing Vereins:

Es wird beschlossen, die Verwaltung zu beauftragen, die bestehenden Satzungen unter Berücksichtigung der nachfolgenden Vorgaben zu überarbeiten und zur Entscheidung vorzulegen:

1. Reduzierung der Anzahl der Krammärkte in Coesfeld von sieben auf vier Märkte pro Jahr (einschl. Ursula-Markt).
2. Prüfung der angebotenen Standplätze und ggf. Reduzierung von Randlagen, um attraktivere Händler mit größeren Verkaufswagen zu gewinnen und die Ausfüllung von Lücken mit weniger attraktivem Warenangebot einzuschränken.
3. Prüfung der Standgebühren für den Krammarkt.

Beschlussvorschlag der Verwaltung:

Die Zielsetzung, die Krammärkte in Coesfeld attraktiver zu gestalten, wird unterstützt. Die Verwaltung wird beauftragt, ein Konzept zur Attraktivierung der Krammärkte zu erarbeiten, insbesondere unter Einbeziehung der Interessenslagen der Kunden, der Krammarktbesucher und des innerstädtischen Einzelhandels.

Sachverhalt:

Mit Schreiben vom 27. Juni 2014 regt der Stadtmarketing Verein Coesfeld an, die Anzahl der Krammärkte zu reduzieren, die angebotenen Standplätze zu überprüfen und ggf. die im Bereich der Randlagen zu verringern. Des Weiteren soll die Gebührengestaltung mit Hinblick auf eine Aufwertung kritisch hinterfragt werden.

Zuvor war eine Verlängerung der Öffnungszeiten der Märkte angedacht worden. Nach Bekanntwerden dieses Vorhabens in der Tageszeitung hatten sich dann Wochenmarktbesucher mit Schreiben vom 20.03.2014 sich gegen eine Verlängerung der Öffnungszeiten ausgesprochen. Auf eine diesbezügliche Anregung hat der Stadtmarketing Verein Coesfeld dann verzichtet.

Das Schreiben des Stadtmarketing Vereins Coesfeld vom 27. Juni 2014 und das Schreiben der Wochenmarkthändler vom 20. März 2014 sind beigelegt.

Jeder hat das Recht, sich einzeln oder in Gemeinschaft mit Anregungen oder Beschwerden schriftlich an den Rat der Gemeinde zu wenden. Die Erledigung von Anregungen und Beschwerden kann der Rat einem Ausschuss übertragen (§ 24 GO NRW).

Gemäß § 6 Abs. 4 der Hauptsatzung der Stadt Coesfeld hat der Rat hierfür den Haupt- und Finanzausschuss bestimmt. Dieser überprüft die Anregungen und Beschwerden inhaltlich und überweist sie an die zur Entscheidung zuständige Stelle.

Märkte können in unterschiedlichen Rechtsformen betrieben werden. In welcher Rechtsform ein Markt betrieben wird, steht im Ermessen der Stadt. In Coesfeld werden die Wochen- und Krammärkte sowie die Volksfeste (Kirmessen) als öffentliche Einrichtungen betrieben. (s. § 1 der Satzung über die Wochen- und Krammärkte sowie Volksfeste (Kirmessen) der Stadt Coesfeld vom 14.12.2001).

Auch die Erhebung von Gebühren für die Wochen- und Krammärkte sowie Volksfeste (Kirmessen) wurde durch Satzung geregelt. (Satzung über die Erhebung von Gebühren für die Wochen- und Krammärkte sowie Volksfeste (Kirmessen) der Stadt Coesfeld vom 14.12.2001).

Die Errichtung, Übernahme, Erweiterung, Einschränkung und Auflösung von öffentlichen Einrichtungen gehört zur nicht übertragbaren Entscheidungskompetenz des Rates. (s. § 41 Abs. 1 Buchst. I GO NRW). Dies gilt auch für den Erlass von Satzungen und die Festsetzung allgemein geltender öffentlicher Abgaben und privatrechtlicher Entgelte. (s. § 41 Abs. 1 Buchst. f) und i) GO NRW).

Die Vorberatung dieser Entscheidungen erfolgt im Haupt- und Finanzausschuss. Deshalb ist es zweckmäßig, die Anregung nicht nur an die entscheidungskompetente Stelle zu überweisen, sondern sie auch inhaltlich im Haupt- und Finanzausschuss zu beraten.

Bevor auf die Anregungen im Einzelnen eingegangen wird, ist es angebracht, grundsätzlich etwas zu den rechtlichen Vorgaben für Märkte zu sagen:

Werden Märkte als öffentliche Einrichtung betrieben, handelt es sich um eine wirtschaftliche Betätigung der Gemeinden. Die Berechtigung zur wirtschaftlichen Betätigung bei Bestehen des öffentlichen Interesses ergibt sich aus der Selbstverwaltungsgarantie des Art. 28 Abs. 2 Grundgesetz. Die Kommune kann sich wirtschaftlich betätigen, wenn ein öffentliches Interesse besteht. Dies ist der Fall, wenn die wirtschaftliche Betätigung das Wohl der Einwohnerschaft fördert (VerfGH RP, Urteil vom 28.03.2000, Az. N 12/98). Wie die Stadt das allgemeine Wohl fördert, wird durch Zweckmäßigkeitsüberlegungen bestimmt. Anerkannt ist, dass durch Messen, Märkte und Volksfeste auch das wirtschaftliche Wohl der Stadt und ihrer Bevölkerung gefördert wird. Dabei sind auch soziale Gesichtspunkte zu bedenken: Märkte dienen der gesellschaftlichen Kommunikation sowie Freizeitgestaltung und fördern den Fremdenverkehr.

Märkte, die nicht als öffentliche Einrichtungen betrieben werden, werden von der örtlichen Ordnungsbehörde nach § 69 Abs. 1 der Gewerbeordnung (GewO) nach Gegenstand, Zeit (Öffnungszeit) und Platz festgesetzt.

In Coesfeld gibt es somit drei unterschiedliche Anbieter von Märkten:



Der Veranstalter ist verpflichtet, einen festgesetzten Markt durchzuführen und die übrigen Festsetzungen (z. B. Öffnungszeiten) zu beachten.

Von besonderer Bedeutung ist neben den Vorgaben der EU-Dienstleistungsrichtlinie auch der Grundsatz der Marktfreiheit aus § 70 GewO. Jedermann, der zum Teilnehmerkreis der festgesetzten Veranstaltung gehört, ist teilnahmeberechtigt. Die Zugehörigkeit zum Teilnehmerkreis ergibt sich aus der Festsetzung und der Art und dem Zweck der jeweiligen Veranstaltung.

Jeder kann die Festsetzung eines Marktes beantragen. Liegen die gesetzlichen Voraussetzungen nach der Gewerbeordnung vor, ist der Markt festzusetzen.

Märkte als öffentliche Einrichtung haben in Coesfeld eine uralte Tradition. Bereits 1411 (!) wird erwähnt, dass seit undenklichen Zeiten der wöchentliche Markt montags und donnerstags stattfindet. Bischof Ferdinand von Münster hat am 15. April 1679 während seiner Anwesenheit in Coesfeld zwei Wochenmärkte am Dienstag und am jeweiligen Samstag eingerichtet. 1876 wurden durch Bürgermeister Meyer in einer Marktordnung die Tage Dienstag und Freitag als Markttage festgelegt usw.

Zu den Anregungen des Stadtmarketingvereins Coesfeld und Partner e. V. im Einzelnen:

■ Reduzierung der Anzahl der Krammärkte

Der Stadtmarketingverein schlägt vor, die Anzahl der Krammärkte pro Jahr von sieben auf vier größere Märkte (einschl. des traditionellen Ursulamarktes) festzusetzen. Insbesondere die Märkte im März und im November werden als entbehrlich bezeichnet. Der weitere Vorschlag, im Gegenzug die Öffnungszeiten je Markttag bis 17 Uhr auszudehnen, wurde nach Eingang des Schreibens der Wochenmarktbesucher nicht aufrecht erhalten.

Im diesem Jahr fanden bzw. finden die Krammärkte – gemeinsam mit dem Wochenmarkt – an folgenden Tagen statt:

Wochentag	Datum	Bemerkungen	Öffnungszeit
Freitag	07.03.2014		08:00 bis 13:00 Uhr
Freitag	02.05.2014		08:00 bis 13:00 Uhr
Freitag	06.06.2014		08:00 bis 13:00 Uhr
Freitag	01.08.2014		08:00 bis 13:00 Uhr
Freitag	05.09.2014		08:00 bis 13:00 Uhr
Freitag	24.10.2014	Ursula-Markt	08:00 bis 17:00 Uhr
Freitag	07.11.2014		08:00 bis 13:00 Uhr

Der Stadtmarketingverein Coesfeld & Partner hat die Wochemarktbesucher am 30.06.2014 zu einem Austausch- und Abstimmungsgespräch eingeladen. Dabei wurde natürlich deutlich, dass die Wochenmarktbesucher nur ihre Interessen vertreten und nicht für die Krammarktbesucher sprechen können.

Einen Ansprechpartner der Krammarktbesucher gibt es nicht. Durch die regelmäßigen Kontakte mit den Krammarktbesuchern sind deren Vorstellungen aber bekannt. Die Krammärkte in Coesfeld sind in der Regel gut besucht. Durchschnittlich sind etwa 80 Händler vertreten. Etwa 50 davon sind sog. Stammbesucher, die sich einen festen Kundenstamm aufgebaut haben. Die Krammarktbesucher regen eine Erhöhung der Krammarkttermine an. Gewünscht wird ein weiterer Krammarkt im Frühjahr, damit die Stammkunden die Möglichkeit erhalten, die Waren vor Ort zu erwerben. Die Erfahrung zeigt, dass während langer Marktpausen, die Produkte auf dem Postweg zugeschickt werden müssen. Zu den (Stamm-)kunden gehören auch viele Auswärtige, die für eine Belebung der Innenstadt sorgen.

An dieser Stelle erfolgt auch der Hinweis, dass die Kreisstadt Borken beispielsweise an jedem 2. Dienstag im Monat von 7:30 bis 13:00 Uhr in der Innenstadt einen großen Krammarkt mit ca. 130 bis 150 Ständen anbietet. Dort finden also Krammärkte auch in den Wintermonaten statt.

Hinsichtlich der Qualität der Märkte ist eine Reduzierung der Termine voraussichtlich kontraproduktiv. Jeder Markt lebt von Stammbesuchern; das gilt für Wochenmärkte wie für Krammärkte etc. In Veröffentlichungen wird darauf hingewiesen, dass der Umsatzanteil durch diese Kundengruppe rund 70 Prozent ausmacht. Die Stadt Münster hat vor einiger Zeit ermittelt, dass 71,7 % der Besucher ihre Stamm-Stände besuchen. Attraktive Besucher werden sich bei einer Reduzierung der Markttage Kommunen aussuchen, in denen sie ihre Stammkunden regelmäßig bedienen können. In dem o. a. Austausch- und Abstimmungsgespräch berichteten Wochenmarktbesucher, dass allein die Verlegung des Standes zu einer Umsatzeinbuße von rd. 30 Prozent führt, da Stammbesucher gezielt den gewünschten Stand aufsuchen.

Auf dem Wochenmarkt werden entsprechend § 67 und 68 a GewO folgende Waren angeboten:

1. Lebensmittel im Sinne des § 2 Abs. 2 des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuches mit Ausnahme alkoholischer Getränke; zugelassen sind alkoholische Getränke, soweit sie aus selbstgewonnenen Erzeugnissen des Weinbaus, der Landwirtschaft oder des Obst- und Gartenbaues hergestellt wurden; der Zukauf von Alkohol zur Herstellung von Likören und Geisten aus Obst, Pflanzen und anderen landwirtschaftlichen Ausgangserzeugnissen, bei denen die Ausgangsstoffe nicht selbst vergoren werden, durch den Urproduzenten ist zulässig.
2. Produkte des Obst- und Gartenbaues, der Land- und Forstwirtschaft und der Fischerei
3. rohe Naturerzeugnisse mit Ausnahme des größeren Viehs.

Zusätzlich zu diesen Waren dürfen auf Krammärkten angeboten werden:

1. Garn- und Kurzwaren
2. Textil- und Strickwaren mit Ausnahme solcher Waren, die in Kabinen o. ä. anprobiert werden müssen,
3. Porzellan, Keramik-, Töpfer, Messing- und Zinnwaren
4. Gegenstände des täglichen Bedarfs einschl. Metallwaren, ausgenommen sind elektro-mechanisch betriebene Geräte
5. Putz-, Wasch- und Reinigungsmittel einschl. Rasierutensilien, Toilettenartikel
6. Kunststoff- und Schaumstoffwaren

7. Wachs- und Paraffinwaren
8. Blumen und Kranzgebilde
9. Holz-, Korb-, Bürsten und Seilerwaren
10. Neuheiten des täglichen Bedarfs
11. Lederwaren
12. Unechter Schmuck (Modeschmuck, Uhren)

Eine direkte Konkurrenz zur hiesigen Geschäftswelt dürfte bei dieser Angebotspalette kaum bestehen. Im Gegenteil, die IHK in Duisburg hat in einer Studie festgestellt, dass besonders der Einzelhandel vom Marktgeschehen profitiert. Die vielfältigen Funktionen des Handelns auf öffentlichen Flächen dürfen nicht unterschätzt werden: Er ergänzt das Angebot des stationären Einzelhandels und bringt neue Kunden in die Orte. Er stärkt die Nahversorgung, vergrößert das touristische Angebot und reagiert flexibel auf die Bedürfnisse der Kunden.

■ **Prüfung der angebotenen Standplätze und ggf. Reduzierung von Randlagen, um attraktive Händler mit größeren Verkaufswagen zu gewinnen und die Ausfüllung von Lücken mit weniger attraktivem Warenangebot einzuschränken**

Die Stadt kann das Warenangebot der Krammärkte regeln. Auch den Platz bzw. Ort des Marktes und damit die Größe des Marktes kann die Stadt festlegen. Wenn also Anbieter bestimmter Waren als unattraktiv eingestuft werden, kann diese Ware aus der Palette des Warenangebotes per Ratsbeschluss gestrichen werden. Die gewerbe- bzw. marktrechtlichen Vorgaben lassen es jedoch nicht zu, ein allgemeines Auswahlkriterium wie „attraktiv“ festzulegen. Auch im sog. stehenden Gewerbe ist das nicht möglich.

Durch die Festlegung des Platzes/Ortes für den Markt kann die Stadt also die Größe Marktes beeinflussen. Bisher wird der Krammarkt von rund 80 Beschickern frequentiert. Man könnte die Fläche so reduzieren, dass nur noch Platz für rund 60 Beschicker (oder X Beschicker) ist.

■ **Prüfung der Standgebühren für den Krammarkt**

Die Gebührensätze wurden mit Satzung vom 14.12.2001 für Wochenmärkte auf 0,50 €/m² (Mindestgebühr 2,50 €) und für Krammärkte auf 1,50 €/ m² (Mindestgebühr) festgelegt. Das Gebührenaufkommen für die Krammärkte betrug

Jahr:	Ertrag:
2012	10.050,50 €
2013	9.849,50 €

Die Gebühren wurden seit 2001 für Wochenmärkte und für Krammärkte nicht erhöht. Auf der anderen Seite hat sich auch der Aufwand für die Organisation und Durchführung der Krammärkte nicht erhöht. Auch die Infrastruktur für die Märkte (problemloser Zugang zu Stromkästen u. ä.) wurde bisher nicht verbessert. Hier sind Änderungen im Zusammenhang mit der Erneuerung der Beleuchtung in der Innenstadt vorgesehen.

Die Deutsche Marktgilde beschreibt, dass Kommunen inzwischen die positiven Auswirkungen der Märkte sehen und auf „überzogene Forderungen“ verzichten. Inwieweit höhere Standgebühren eine Qualitätssteigerung zur Folge haben könnten, wäre zu prüfen. Erstklassige Händler suchen sich natürlich die Orte aus, in denen die Verdienstmöglichkeiten am besten sind.

Die Gebührenkalkulation muss auch in Abhängigkeit zur Anzahl der Krammärkte gesehen werden. Vor einer Festlegung sollte deshalb die Anzahl der Märkte bestimmt werden.

Insgesamt zeigt sich aus Sicht der Verwaltung, dass die Überlegungen zur Attraktivierung der Krammärkte von verschiedenen Perspektiven beleuchtet und Auswirkungen einzelner Maßnahmen im Rahmen einer Gesamtkonzeption – ggfs. unter Einbeziehung marktspezifischen Know-Hows – beurteilt werden sollten. In diesem Rahmen sind auch Befragungen (z. B. durch ein Berufskolleg im Rahmen einer Projektarbeit) von Kunden, Marktbesuchern und Einzelhändlern denkbar. Von Bedeutung sind dabei nicht nur die rein gewerberechtlichen Aspekte, sondern alle Auswirkungen auf das Gemeinwesen, insbesondere auch soziale Gesichtspunkte wie die gesellschaftliche Kommunikation. Erforderlich wird es auch sein, die Infrastruktur zu verbessern (z. B. leicht zugängliche Stromversorgung, Beleuchtung). Insofern soll es Ziel sein, Märkte mit einem Wohlfühlambiente für alle Beteiligten zu schaffen.

Anlagen:

- Schreiben des Stadtmarketing Vereins Coesfeld vom 27. Juni 2014.
- Schreiben der Markthändler vom 20. März 2014.