

**STADT EBERSWALDE**  
**Der Bürgermeister**



DB/Vorlage Nr. **BV/0504/2021**

Datum: 16.08.2021

zur Behandlung in Sitzung:  
**- öffentlich -**

Einreicher/zuständige Dienststelle:  
87 - Amt für Stadtmarketing und  
Tourismus

**Betrifft: Zukunft der Eberswalder Wochenmärkte**

---

**Beratungsfolge:**

Ausschuss für Wirtschaft und Finanzen	14.09.2021	Vorberatung
Hauptausschuss	16.09.2021	Vorberatung
Stadtverordnetenversammlung	21.09.2021	Entscheidung

**Beschlussvorschlag:**

Die Verwaltung wird beauftragt, die Zusammenarbeit mit der Deutschen Marktgilde eG als Betreiber der Eberswalder Wochenmärkte auf Basis der bestehenden Verträge fortzusetzen und in 5 Jahren erneut eine Evaluierung durchzuführen (Option 1).

Boginski  
Bürgermeister

Finanzielle Auswirkungen:					<input checked="" type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
<b>a) Ergebnishaushalt:</b>						
Haushalts-jahr	Ertrag/Aufwand	Produkt-gruppe	Sachkonto	Planansatz gesamt	aktueller Ertrag bzw. Aufwand	
2021	Ertrag	57.30	441100	16.675,00 €	11.600,00 €	
2022	Ertrag	57.30	441100	16.675,00 €	0,00 €	
2023	Ertrag	57.30	441100	16.675,00 €	0,00 €	
				€	€	
<b>b) Finanzhaushalt:</b> (für Investitionen Maßnahmennummer: .....)						
Haushalts-jahr	Einzahlung/Auszahlung	Produkt-gruppe	Sachkonto	Planansatz gesamt	aktuelle Ein- bzw. Auszahlung	
2021	Einzahlung	57.30	641100	16.675,00 €	11.600,00 €	
2022	Einzahlung	57.30	641100	16.675,00 €	0,00 €	
2023	Einzahlung	57.30	641100	16.675,00 €	0,00 €	
Wirtschaftlichkeitsberechnung liegt als Anlage bei:					<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nicht erforderlich
Erläuterung: Die finanziellen Auswirkungen beziehen sich auf Option 1.						
Abstimmung mit dem Klimaschutzmanagement erfolgt:					<input type="checkbox"/> ja	<input checked="" type="checkbox"/> nicht erforderlich
Einschätzung der Auswirkung auf das Klima:					<input type="checkbox"/> positiv	<input type="checkbox"/> neutral <input type="checkbox"/> negativ
Abstimmung mit Behindertenbeauftragter erfolgt:					<input type="checkbox"/> ja	<input checked="" type="checkbox"/> nicht erforderlich
Mitzeichnung Amtsleiter/in:		Mitzeichnung Kämmerer/in:		Mitzeichnung Dezernent/in:		

## **Sachverhaltsdarstellung:**

Aufgrund des Beschlusses der Stadtverordnetenversammlung vom 28.06.2012 wurde am 30.07.2012 ein Nutzungsvertrag über die Anmietung des Marktplatzes und des Potsdamer Platzes (Brandenburgisches Viertel) in Eberswalde mit der Deutschen Marktgilde eG zur Veranstaltung von Wochenmärkten mit Vertragsbeginn zum 01.10.2012 und einer Laufzeit von 3 Jahren geschlossen. Dieser Vertrag hat sich aufgrund der vertraglichen Regelungen automatisch jährlich verlängert und besteht bis zum heutigen Tage fort. Die jährliche Pacht an die Stadt Eberswalde beträgt 16.675,00 €.

In diesem Nutzungsvertrag ist unter anderem das Kündigungsverfahren geregelt, mit welchem dem derzeitigen Mieter des Marktplatzes und des Potsdamer Platzes (Brandenburgisches Viertel) vertragsgemäß gekündigt werden kann. Demnach ist dem derzeitigen Mieter (Deutsche Marktgilde eG) bis zum 31.03. eines jeden Jahres zu kündigen. Die Kündigung wird jeweils zum 30.09. wirksam.

In der STVV am 23.3.2021 wurde das Amt für Stadtmarketing und Tourismus beauftragt, die aktuelle Wochenmarktsituation zu analysieren. Basierend auf den gesammelten und aufbereiteten Informationen wurde das Amt gebeten, den Stadtverordneten eine Handlungsempfehlung als Basis für eine Beschlussfassung zu geben.

In diesem Prozess sollten die folgenden drei grundsätzlichen Handlungsoptionen mit Argumenten und Hintergrundinformationen unterlegt werden:

1. Fortsetzung der Kooperation mit der Deutschen Marktgilde eG
2. Rekommunalisierung der Wochenmärkte
3. Neuausschreibung mit dem Ziel einen anderen externen Träger zu gewinnen

Parallel zu der Analyse hat das Amt für Stadtmarketing und Tourismus als zuständiges Fachamt folgende Aktivitäten umgesetzt, um die Eberswalder Wochenmärkte zu stabilisieren:

- Werbung und Marketing in den sozialen Netzwerken (z.B. Vorstellung neuer Händler, Bewerbung von Sonderaktionen)
- Organisation kultureller Interventionen (z.B. „Helle Stunde“ auf dem Wochenmarkt im Brandenburgischen Viertel)
- Flankierung des Wochenmarktgeschehens durch zusätzliche Veranstaltungen („Sommer auf dem Markt“ 5 x freitags im Sommer 2021) zusammen mit den Gastronomen am Marktplatz
- 10.000 Tüten und 3.000 Beutel mit neuem Marktlogo
- Entwicklung einer Internetseite für die Eberswalder Wochenmärkte zusammen mit der Deutschen Marktgilde eG sowie Erstellen von Fotos und Texten der Händler für die Webseite

- Aufbau und Halten einer guten Kommunikation mit Händler:innen und Marktmeistern sowie der Deutschen Marktgilde eG (u.a. durch die Organisation regelmäßiger Treffen und Workshops im Büro E oder auf dem Markt)

#### Durchführung der Analyse der Wochenmärkte:

Die Analyse wurde im Zeitraum April bis Juni 2021 durchgeführt. Folgende Werkzeuge / Methoden wurden eingesetzt:

- Online-Umfrage
- Workshop auf dem Wochenmarkt
- Leitfadengestützte Interviews

Die Umfrage wurde durch das Amt für Stadtmarketing und Tourismus auf verschiedenen Kommunikationskanälen (Social Media, MOZ, Amtsblatt) beworben.

Wer wurde beteiligt?

- 351 Kundinnen und Kunden und am Wochenmarkt Interessierte
- Ca. 15 Händlerinnen und Händler des Wochenmarktes (online und im Rahmen eines Workshops auf dem Wochenmarkt)
- 23 Einzelhändlerinnen und Einzelhändler in der Eberswalder Innenstadt
- 4 Wohnungsunternehmen (Brandenburgisches Viertel)

#### Zusammenfassung der Ergebnisse:

Grundsätzlich gibt es eine große Zufriedenheit mit dem Angebot des Wochenmarktes.

Allgemeine Änderungswünsche (Mehrfachnennung) betreffen folgende Bereiche:

- Längere Öffnungszeiten
- Mehr Regionalität / regionale Produkte
- Mehr „Bio-Angebote“
- Mehr Kunsthandwerk / Keramik
- Größeres Angebot von Molkereiprodukten
- Mehr vegetarische Speisen
- Verzicht auf Kunststoffverpackung
- Mehr Toiletten & Sitzplätze
- Mehr Schattenplätze
- Vielfalt im Angebot
- Weniger „Pfennigartikel“
- Mehr Aufmerksamkeit für den Markt im Brandenburgischen Viertel
- Bessere Parkmöglichkeiten für PKW in der Nähe des Wochenmarktes in der Stadt Eberswalde (Marktplatz)

#### Rückmeldungen der Händlerinnen und Händler der Wochenmärkte

Zahlreiche Händlerinnen und Händler des Wochenmarktes kritisieren das aktuelle Abrechnungssystem der Deutschen Marktgilde eG als zu kompliziert und wünschen sich

eine Vereinfachung. Ebenfalls wurde der Wunsch nach mehr Marketing für die Wochenmärkte deutlich.

#### Rückmeldungen der Einzelhändler und Einzelhändlerinnen:

17 von 23 Händler:innen testierten positive Effekte des Wochenmarktes auf das jeweilige Unternehmen. Für 6 Händler:innen gab es keine bzw. negative Auswirkungen.

Die überwiegende Sicht bestätigte, dass der Wochenmarkt mehr Bewegung bzw. Frequenz in die Stadt bringt. Dienstags und freitags gibt es mehr Kunden im Geschäft und mehr Umsatz. Es gibt dann Kundenzulauf u.a. auch aus Finow, Britz und Lichterfelde. Aus Sicht der Mehrzahl der Händler:innen ziehen die regionalen Produkte die Kunden auf den Wochenmarkt. Von einigen wurde negativ betrachtet, dass es an Markttagen weniger freie Parkplätze für die Kunden gibt. Ebenso wurde teilweise weniger Umsatz an sonnigen Markttagen beobachtet. Bei schlechtem Wetter ist es umgekehrt.

Hinsichtlich der Frage nach Synergien zwischen Einzelhandel und Wochenmarkt wurden sehr unterschiedliche Positionen zum Ausdruck gebracht: Vereinzelt gibt es direkte Kooperationen. Das heißt die Einzelhändler kaufen direkt bei den Markthändler:innen. Die Strahlkraft des Marktes wurde von einzelnen Händler:innen in der Friedrich-Ebert-Straße als zu gering bewertet. Allerdings sei mehr „Bewegung“ in der Stadt. Überhaupt: Die Strahlkraft ist sehr abhängig von den Anbietern. Besondere Attraktivität wurde von einzelnen speziell der „Kochkommode“ attestiert. Von einigen wurde zum Ausdruck gebracht, dass es keine spürbaren Effekte von „Guten Morgen Eberswalde“ in der Verkaufsbilanz gibt. Weiterhin wurde das Erscheinungsbild und die zu kurzen Öffnungszeiten des Marktes kritisiert. Klar ist aber auch, dass wenn das Angebot des Marktes nicht ausreichend ist, die Kund:innen in die Einzelhandelsgeschäfte gehen.

Anregungen bezogen sich auf die Ausrichtung von mehr Themenmärkten, um mehr Kund:innen aus der Region anzuziehen. Auch wechselseitige Werbung wurde als Idee geäußert. Ähnlich wie die Kund:innen drückten auch die Einzelhändler:innen den Wunsch nach mehr und besseren öffentlichen Toiletten aus. Angeregt wurde, die geschlossene Front der Verkaufswagen am oberen Ende des Marktes aufzulösen. Viele andere Positionen decken sich mit denen aus der Online-Befragung (siehe Präsentation).

Zusammenfassende Gegenüberstellung der Betreiberalternativen

Betreibermodell	Pro	Contra
<p><b>Option 1</b>  <b>Fortsetzung der Kooperation mit der Deutschen Marktgilde eG</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 16.675,00 € / Jahr kommunale Einnahmen aus der Pacht</li> <li>• Keine eigenen Personalkosten</li> <li>• Keine eigene Marktordnung notwendig</li> <li>• Keine eigene Versicherung notwendig</li> <li>• Keine eigene Abrechnungssoftware notwendig</li> <li>• Keine Pflege von Internetseiten notwendig</li> <li>• Weniger Marketingmaßnahmen notwendig, da ein Teil über die Deutsche Marktgilde eG abgedeckt wird (u.a. Herausgabe einer Marktzeitung und Betrieb der Internetseite)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beschränkte Gestaltungsmöglichkeiten bei der Marktordnung inkl. der Berechnung der Standgebühren etc.</li> </ul>
<p><b>Option 2</b>  <b>Betrieb des Wochenmarktes in Eigenregie</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Große Gestaltungskompetenz</li> <li>• Einnahmen durch die Gebühren entsprechend einer zu erstellenden Marktordnung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eigene Kosten in Höhe von ca. 120.000 pro Jahr für Personal- und Betriebskosten</li> <li>• Geeignetes Personal für die Marktmeisterei und regionales Netzwerken ist mutmaßlich schwer zu finden</li> <li>• Pool an Marktbeschickern muss aufgebaut werden (Akquise im Umland)</li> <li>• Gebührenordnung/Satzung muss erarbeitet werden</li> <li>• Thema Umsatzsteuer muss geklärt werden</li> <li>• Unklare Höhe der Einnahmen</li> </ul>
<p><b>Option 3</b>  <b>Neuausschreibung der Betreiberschaft</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unklarer Ausgang des Verfahrens. Im Zweifel ist der aktuelle Betreiber auch der zukünftige Betreiber.</li> </ul>	

### Fazit:

Insgesamt gibt es bei den Kundinnen und Kunden des Wochenmarktes, aber auch bei vielen Händlerinnen und Händlern, Zufriedenheit mit der aktuellen Situation. Viele der gewünschten Veränderungen bzw. Ergänzungen des Wochenmarktes sind nachvollziehbar. Bei näherer Betrachtung wird jedoch deutlich, dass diese oft nicht mit der Frage des Betreibers verbunden sind. Die wichtigsten Herausforderungen sind:

- zu kurze Öffnungszeiten / früher Abbau
- zu geringes Angebot an regionalen / „Bio“-Produkten
- kompliziertes Abrechnungssystem der Standgebühren (betrifft bei der Mehrheit der Markthändler:innen nicht die Höhe der Beträge)

Die ersten beiden Punkte sind im Speziellen unabhängig vom Betreiber. Die als zu kurz empfundenen Öffnungszeiten sind im Arbeitsrecht begründet: Viele Händlerinnen und Händler haben Angestellte. Diese Personen müssen Ruhe- bzw. Pausenzeiten einhalten. Eine Verlängerung der Öffnungszeiten würde bedeuten, dass man mit einem Zweischichtsystem arbeitet, welches dann höhere Personalkosten zur Folge hat. Auch längere Öffnungszeiten an ausgewählten Terminen (ggf. bei späterem Start) wurden von den Händlern kritisch gesehen. Das betrifft auch ausgewählte Samstagsmärkte oder auch die generelle Umstellung von Freitag auf Samstag. Hintergrund ist, dass die meisten Händler am Samstag bereits feste Verpflichtungen auf anderen Märkten in der Region haben und somit nicht verfügbar sind.

Das als zu gering eingeschätzte Angebot an regionalen Produkten ist vor allem der eingeschränkten Verfügbarkeit von entsprechenden Händlern geschuldet. Erschwerend kommt die konkurrierende Nähe von Berlin mit der kaufkräftigen Klientel dazu. Eberswalde ist mit seinen Märkten schlicht nicht attraktiv genug im Vergleich mit v.a. den Märkten in Berlin.

Die Frage des Abrechnungssystems wurde auf Basis der Rückmeldungen mit der Deutschen Marktgilde eG thematisiert. 3 Einzelaspekte wurden dabei besprochen:

- das papierlose Abrechnungsverfahren
- die pauschale Abrechnung des verbrauchten Stromes
- die komplizierte Abrechnung pro qm und nicht per Länge des Verkaufsstandes

Folgende Aspekte wurden dabei deutlich:

Alle Markthändler:innen erhalten bei der Abrechnung auf dem Markt eine sofortige Zahlungsbestätigung auf das Mobiltelefon des Händlers. Zu Beginn des Folgemonats erhalten dann die Beschicker per Postversand eine Sammelquittung auf Papier. Die Deutsche Marktgilde eG arbeitet mit dieser Verfahrensweise auf allen ihren Märkten (120 in Summe) und diese wird überall akzeptiert. Mit dieser Umstellung leistet die Deutsche Marktgilde eG einen Beitrag zum Schutz der Umwelt, da unnötiger Papierverbrauch vermieden wird. Des Weiteren waren die vorher verwendeten Quittungen selbstdurchschreibend und somit chemisch belastet. Gemäß Auskunft der Deutschen

Marktgilde eG wurde das neue Verfahren steuerrechtlich geprüft, bestätigt und findet bundesweite Anwendung.

Hinsichtlich der pauschalen Abrechnung des Stromes ist es aufgrund der Gegebenheiten nur in der aktuellen Form möglich, da nicht alle Händler:innen einen eigenen Stromzähler bekommen können. Es gibt 4 Elektrosäulen auf dem Wochenmarkt und sämtliche Händler:innen bekommen von diesen Säulen ihren Strom. Insofern arbeitet die Deutsche Marktgilde eG mit den besagten Pauschalgebühren. Die Höhe ist vergleichbar mit der in Bernau oder Neuruppin.

Hinsichtlich des Abrechnungssystems machte die Deutsche Marktgilde eG in Gesprächen deutlich, dass das aktuelle Abrechnungssystem kürzlich überprüft wurde und die aktualisierte Fassung der Markt- und Entgeltordnung ab dem 1. Oktober 2021 gültig sind.

Alle Preise sind einsehbar und für alle gleich. Grundlage der Berechnung ist die am jeweiligen Markttag tatsächlich von Händler:innen in Anspruch genommene Fläche. Ein Verzicht auf die Berechnung etwa von Klappen würde Händler:innen mit Standaufbauten benachteiligen, der fehlenden Betrag müsste außerdem auf alle umgelegt werden. Das Abrechnungssystem kommt in mehr als 120 Standorten zum Einsatz; die weit überwiegende Mehrheit der Händler:innen empfindet dies als gerechter als etwa eine Berechnung rein über Frontmeter.

In der Gesamtschau aller Erfahrungen und Argumente erscheint ein Wechsel des bestehenden Systems aus Sicht des Fachamtes nicht ratsam. Die möglichen Pro-Argumente für den Beibehalt des Status-Quo überwiegen die Contra-Argumente (Wechsel oder Neuausschreibung).

**Abschließende Handlungsempfehlung:**

**Das Amt für Stadtmarketing und Tourismus empfiehlt, die bestehende Kooperation mit der Deutschen Marktgilde eG fortzusetzen und in 5 Jahren erneut eine Evaluierung durchzuführen.**

Darstellung der Berücksichtigung von Klimaschutzbelangen:

Die Beschlussvorlage hat keine Auswirkungen im Sinne der Klimaschutzbelange.