

Konzept zur qualitativen Weiterentwicklung des Wochenmarktes am Hauptmarkt

1. Gliederung des Marktes und Aufstellung der Stände

1.1 Gliederung des Marktes

Die Marktfläche ist in drei Bereiche eingeteilt. Der östliche und der nördliche Bereich bleibt den Marktkaufleuten vorbehalten, die täglich am Wochenmarkt teilnehmen und die ihre Verkaufseinrichtungen außer an Sonn- und Feiertagen über Nacht stehenlassen (fester Bereich). Im südwestlichen Bereich werden die Marktteilnehmer platziert, die nicht an allen Markttagen teilnehmen und/oder ihre Verkaufseinrichtungen täglich auf- und abbauen (variabler Bereich). Hinzu kommt der Aufenthaltsbereich (der keine Freischankfläche ist und in dem es keinen Konsumzwang gibt) mit Sitzgelegenheiten für alle Besucherinnen und Besucher des Hauptmarktes im Zentrum des Wochenmarktes. Die Sichtbeziehungen sollen dabei beachtet werden, soweit technische Belange des Marktes dies zulassen. Die Fläche zwischen Schönem Brunnen und Prantl-Stein wird von Wochenmarktständen freigehalten und als dem Wochenmarkt dienende Aktionsfläche genutzt.

1.2 Aufstellungsanordnung und Gestaltung der Marktstände

Alle Verkaufseinrichtungen sind in Doppelreihen angeordnet, die in Ost-West-Richtung verlaufen, wobei eine Verkaufsfront nach Norden und die andere nach Süden hin geöffnet ist. Verkaufseinrichtungen mit kulinarischem Angebot werden ausschließlich im südlichen Teil des Hauptmarktes platziert. Dreiseitig geschlossene Verkaufswägen und Verkaufsmobile werden nur in der südlichsten Doppelreihe platziert (Verkaufsmobile dabei nur im westlichen Teil, d.h. im variablen Bereich, der südlichsten Doppelreihe).

Die Gestaltung der Verkaufseinrichtungen richtet sich nach den Vorgaben des Marktamtes in Abstimmung mit der BOB (Denkmalschutz) und Stpl (Stadtgestaltung) sowie den Marktkaufleuten, der Wochenmarktsatzung sowie soweit anwendbar nach dem Gestaltungshandbuch für den öffentlichen Raum. Neuanschaffungen von Einrichtungsgegenständen der Verkaufseinrichtungen sind den Vorgaben der Ausführungsbestimmungen unterworfen.

2. Stärkung des Wochenmarktes Hauptmarkt

2.1 Vielfältigeres Warenangebot

Durch den Verzicht auf den personalintensiven täglichen Auf- und Abbau wird mit einem steigenden Interesse an einer dauerhaften Marktteilnahme gerechnet. Die Satzungsänderung zur Zulassung von Verkaufsmobilen eröffnet zudem die Möglichkeit, mehr Frischwaren am Wochenmarkt Hauptmarkt anbieten zu können. Bleiben entsprechende Angebote aus, betreibt das Marktamt aktiv Akquise. Das kulinarische Angebot wird möglichst vielfältig und ausgewogen gestaltet und unter Maßgabe der operativen Möglichkeiten im südlichen Bereich des Marktes situiert. Ziel ist dabei die Aufrechterhaltung eines Marktes frischer Produkte, auch vorrangig kulinarische Stände sollen sich optisch anpassen (gelungenes Beispiel: aktueller Sushi Stand).

2.2 Neues Image für die Marke „Wochenmarkt Hauptmarkt“

Die Alleinstellungsmerkmale des Wochenmarktes Hauptmarkt werden herausgearbeitet und für ein breites Publikum sichtbar gemacht. Das „Wir-Gefühl“ der Marktkaufleute am Hauptmarkt wird gestärkt. Die Nürnbergerinnen und Nürnberger sollen den Wochenmarkt Hauptmarkt als ihren Markt („unser Markt“) begreifen. Hierzu werden temporäre Aktionen zur Erhöhung der Aufmerksamkeit veranstaltet. Das Werbekonzept wird unter Einbeziehung der Marktkaufleute aktualisiert und ergänzt.