

Nürnberger Märkte - zwischen Tradition und neuen Herausforderungen

1. Executive Summary

Die Nürnberger Märkte (ML) organisieren 11 Wochenmärkte sowie die Spezialmärkte Nürnberger Christkindlesmarkt, Ostermarkt, Herbstmarkt, Trempelmarkt, Christbaummarkt (mit 22 Verkaufsstellen) und Kunsthandwerkermarkt. Sie betreiben außerdem den Nürnberger Großmarkt und sind Genehmigungsbehörde nach dem Landpacht- und Grundstücksverkehrsgesetz sowie Betreuungsstelle für Feldgeschworene. Zudem ist den Nürnberger Märkten der Volksfestplatz vermögensmäßig zugeordnet.

Die Nürnberger Märkte (ML) verstehen sich als Unternehmen, das in erster Linie Märkte betreibt. Als sog. externer Kostendecker muss ML seine Kosten größtenteils über Gebühreneinnahmen erwirtschaften.

Das Team der Nürnberger Märkte erledigt seine Aufgaben mit Einsatzwillen und pragmatischer, lösungsorientierter Arbeitsweise. Dazu gehört es auch, vor Ort selbst mit anzupacken („hands on“), wenn es notwendig ist. Das Aufgabenspektrum reicht vom kleineren Stadtteilwochenmarkt bis hin zum Nürnberger Christkindlesmarkt mit seinem einzigartigen Ruf und bedeutender internationaler Ausstrahlung. Hinzu kommt der Betrieb des Großmarkts (der einzige seiner Art in Nordbayern), der die Metropolregion mit frischen Lebensmitteln versorgt und an 365 Tagen im Jahr 24 Stunden geöffnet ist.

Außenstehende sehen in der Regel lediglich das „Endprodukt“ eines Marktes, nicht aber den Einsatz, die Vorbereitung, den Planungs- und Abstimmungsaufwand, den eine Marktveranstaltung erfordert. Eine Marktveranstaltung funktioniert nicht lediglich durch die formale Ausweisung eines Marktes und die Bereitstellung der Fläche und Infrastruktur. Vielmehr müssen Marktkaufleute mit einem qualitativ hochwertigen Angebot gewonnen werden. Marktkaufleute besichtigen einen Markt nur, wenn sie attraktive Rahmenbedingungen vorfinden und die sichere Erwartung haben, auf dem Markt Geld verdienen zu können. Während dies bei Spezialmärkten wie dem Christkindlesmarkt, dem Herbst- oder Ostermarkt (noch) relativ unproblematisch ist, bedarf die Gewinnung von Händlerinnen und Händlern für Wochenmärkte eines erheblichen Personal- und Zeitaufwands. Hier müssen Marktkaufleute zunächst einmal ausfindig gemacht werden und dann intensive „Überzeugungsgespräche“ geführt werden. Allerdings sinkt die Zahl der Marktkaufleute. Denn viele alteingesessene Händlerinnen und Händler haben infolge Corona, Energiekrise und steigender Kosten ihr Geschäft aufgegeben. Andere finden keine geeignete Nachfolge.

Angesichts dieser Herausforderungen müssten die Nürnberger Märkte in Infrastruktur, Marketing, Personal und die Gewinnung neuer Händlerinnen und Händler investieren mit dem Ziel, das städtische Marktwesen zukunftsfähig weiterzuentwickeln. Gleichzeitig muss ein Beitrag zur Haushaltskonsolidierung in Höhe von EUR 500.000 bis zum Jahr 2026 erbracht werden. Dies kann nicht allein durch Gebührenerhöhungen erfolgen. Denn im Vergleich zu anderen Städten und Gemeinden in der Region liegen die Marktgebühren der Stadt Nürnberg im oberen Bereich. Marktkaufleute müssen in diesen angespannten Zeiten mit spitzem Stift ihre Betriebskosten kalkulieren. Städte oder Gemeinden, die für ihre Wochenmärkte geringere Marktgebühren verlangen werden von den Marktkaufleuten deshalb bevorzugt angefahren.

2. Organisation der Nürnberger Märkte

ML ist in die beiden Abteilungen „Allgemeines Marktwesen“ und „Großmarkt“ untergliedert. Die grundsätzlichen Aufgaben des Marktwesens sind die Vergabe von Marktflächen und Verkaufsständen nach den Grundsätzen des Gewerberechts und der städtischen Vorgaben, die Rekrutierung und Betreuung der Marktkaufleute, die Überwachung des Ablaufs der Märkte und die Erarbeitung von Konzepten zur Entwicklung der Märkte zusammen mit Marktkaufleuten, Schaustellerinnen und Schaustellern sowie anderen Partnern. Als Landwirtschaftsbehörde wirkt ML bei landwirtschaftlichen Erhebungen mit, ist Genehmigungsbehörde nach Landpacht- und Grundstücksverkehrsgesetz und betreut die Feldgeschworenen im Stadtgebiet Nürnberg.

Die Nürnberger Märkte haben sich in den letzten Jahren zu einem modernen Dienstleister für die Stadt und für ihre Stakeholder (Marktkaufleute, Schaustellerbetriebe, Bevölkerung etc.) entwickelt. Unternehmerisches Handeln wird von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern täglich gelebt und umgesetzt.

Die Nürnberger Märkte beschäftigen 25 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Stellenanteil 23,73 Vollzeit-Kräfte), davon 13 Personen in der Verwaltung, 2 Personen in der Marktaufsicht für die Spezialmärkte und die Wochen- und Stadtteilmärkte, am Großmarkt 4 Personen in der Marktaufsicht und 6 Personen im technischen Dienst.

3. Finanzierung

a) Allgemeines

Die Nürnberger Märkte müssen als (aus haushalterischer Sicht) sog. **externer Kostendecker** ihre Kosten insbesondere mittels Gebühreneinnahmen selbst erwirtschaften und daher wie ein Unternehmen agieren. Es besteht theoretisch das Ziel, eine Kostendeckung von 100 % zu erreichen. Grundlage der Berechnung ist jeweils die Kalkulation der Finanzen aus den Vorjahren. Gebührenanpassungen werden bei ML auf Basis der Vergangenheit geplant, damit die Erhöhungen in maßvollen Schritten erfolgen. Anpassungen finden in der Regel in einem Turnus von drei Jahren statt (vgl. KAG, Art. 8). Die jüngste Erhöhung der Marktgebühren erfolgte mit Wirkung zum 01.01.2022 (vgl. RWA vom 22.09.2021). Um die Attraktivität der Nürnberger Märkte für die Bevölkerung auch zukünftig zu erhalten, liegt das Hauptaugenmerk von ML vor allem auf hochwertigen Anbieterinnen und Anbietern, z.B. aus dem kunsthandwerklichen Bereich. Werden die Marktgebühren „ohne Maß“ angepasst, um damit einen höheren Kostendeckungsgrad zu erreichen, werden viele Händlerinnen und Händler aus finanziellen Gründen nicht mehr nach Nürnberg kommen und sich alternative Märkte suchen. Das Ziel sollten Gebühren sein, die von den Marktkaufleuten finanzierbar sind, damit auch in Zukunft ein vielfältiges, individuelles und hochwertiges Warenangebot auf den Spezialmärkten angeboten werden kann.

b) Marktnahe Toiletten

ML muss Kosten übernehmen, auf die es keinen Einfluss hat. Hierzu gehören insbesondere die sog. marktnahen Toilettenanlagen. So wurden im Finanzplan 2000/2003 bestimmte städtische öffentliche Toilettenanlagen in Nürnberg als „marktnah“ definiert und dem Kostendecker Nürnberger Märkte zugeordnet. Demgemäß hat ML für die Wochenmärkte am Hauptmarkt, am Aufseßplatz und am Schillerplatz einen Anteil an den Unterhaltskosten der vom Servicebetrieb Öffentlicher Raum betriebenen städtischen Toilettenanlagen zu tragen. Gleiches gilt für die Toilettenanlage am Volksfestplatz während der Zeit des Christkindlesmarkts. Die jährlichen Beträge, die ML für die marktnahen Toilettenanlagen zu zahlen hatte, beliefen sich im Jahr 2018 auf 148.500 €, im Jahr 2019 auf 160.700 € und im Jahr 2020 auf 155.800 € und im Jahr 2022 auf 134.166 € (zum Vergleich: 2004: 71.982 €, 2009: 85.064 €, 2014: 102.258 €, 2015: 135.198, 2016: 121.115 €, 2017: 128.055 €).

Der Wochenmarkt am Schillerplatz ist ein fragwürdiges Beispiel für die Kostenteilung von ML an den marktnahen Toiletten: Er liegt knapp 500m von der nächstgelegenen Toilettenanlage im Stadtpark entfernt. ML erzielte 2022 für diesen Markt Einnahmen i. H. v. 5.669 €, die Ausgaben zur Finanzierung der „marktnahen“ Toilette beliefen sich im selben Jahr auf 8.427 €. Betriebswirtschaftlich betrachtet erwirtschaftet dieser Wochenmarkt ein negatives Ergebnis. Aus rein betriebswirtschaftlicher Sicht müsste ML diesen Wochenmarkt somit einstellen.

c) Einsparungen

Im Rahmen der Haushaltsberatungen für das Jahr 2023 wurde beschlossen, dass ML bis zum Jahr 2026 einen Konsolidierungsbeitrag in Höhe von 500.000 € zu erbringen hat. Dies kann entweder über Einnahmesteigerungen, also Gebührenerhöhungen - oder durch Ausgabenreduzierung erfolgen. Beides ist nur bedingt möglich. Aufwendungen fallen vor allem für die Organisation und Durchführung der Spezialmärkte an (z.B. Bewachung, Strom etc.). ML ist daher auch von den allgemeinen Preissteigerungen in allen Bereichen betroffen, die größere Einsparungen erschweren. Des Weiteren sollte auf kurzfristige Gebührenerhöhungen verzichtet werden, um die Marktkaufleute weiterhin an die Nürnberger Märkte zu binden.

4. Nürnberger Großmarkt

a) Allgemeines

Der Nürnberger Großmarkt liegt im Nürnberger Westen und hat eine Gesamtfläche von 160.000 m². Es stehen den ca. 150 gewerblichen Großhändlerinnen und -händlern 88 Verkaufswagen (feste, überdachte Verkaufseinrichtungen) und 280 Verkaufsplätze (teils überdacht, teils unter freiem Himmel) für den Verkauf zur Verfügung. Etwa 2.000 gewerbliche Wiederverkäuferinnen und -verkäufer, gewerbliche Verbraucherinnen und Verbraucher und Großabnehmerinnen und -abnehmer sind für den Einkauf am Großmarkt zugelassen. Diese versorgen die gesamte Metropolregion - und teils darüber hinaus - mit ca. 3,5 Mio. Menschen.

Der Zutritt zum Großmarkt ist grundsätzlich nur Gewerbetreibenden möglich. Privatpersonen haben, von wenigen Ausnahmen (Fleischmarkt, griechische Feinkost) abgesehen, keinen Zutritt.

Das Warenangebot am Großmarkt umfasst Obst, Gemüse, Fleisch und Blumen, Fisch und internationale Feinkost. Auch eine Bananenreiferei ist beim Unternehmen Kupfer & Sohn angesiedelt. Der Großmarkt ist ganzjährig, 24 Stunden täglich für den Lieferverkehr geöffnet, Verkaufszeiten sind Montag bis Freitag von 05:00 – 11:00 Uhr.

b) Aufgaben von ML

ML nimmt als Betreiber des Großmarkts insbesondere folgende Aufgaben wahr:

- Zulassung zum Großmarkt und Zuweisung von Verkaufsplätzen;
- Einlasskontrollen und Verrechnung der Wareneinfuhr;
- Sicherstellung des Marktbetriebs;
- Sicherheit;
- Marktordnung inkl. Verkehrssicherheit;
- Abfallentsorgung und Sauberkeit;
- Gebäude- und Flächenmanagement;
- Bereitstellung und Instandhaltung der Infrastruktur;
- Akquise neuer Händlerinnen und Händler;
- Ansprechpartner für alle Beteiligten.

c) Herausforderungen

Der Großmarkt wurde im Jahr 1959 eröffnet. In den vergangenen Jahrzehnten wurden keine größeren Instandhaltungsmaßnahmen durchgeführt. Nach mehr als 60 Jahren ist die Infrastruktur mittlerweile veraltet bzw. marode. Für den Abbau des entstandenen Investitionsstaus sind in den kommenden Jahren investive und konsumtive Ausgaben im mittleren einstelligen Millionenbereich notwendig. Beispielsweise sind die Dächer der Verkaufsboxen undicht, sodass Regenwasser in die Hallen eintritt. Die Kosten für Notreparaturen belaufen sich auf ca. 15.000 € p.a., die Sanierung der Dächer ist mit 1.200.000 € veranschlagt.

Die nachfolgende Tabelle veranschaulicht die geschätzten Kosten für den Sanierungsbedarf am Großmarkt (investiv).

Maßnahme	Kostenschätzung	Bemerkungen
Fertigstellung Ladenzeile	470.000 €	Baupauschale von 2020/2021
Fertigstellung Stromtrasse	1.161.300 €	Nachtrags BRL wegen Erhöhung der Kosten
Umgestaltung Recyclinghof - neues Zelt für Abfallfraktionen	800.000 €	Wesentliche Zeitverzögerung: BIC-Verfahren im September 2023; Architekturbüro bereits beauftragt
Kanalsanierung	350.000 €	neue Befahrung und Erstellung eines Sanierungskonzeptes mit Kostenangaben - Gespräch im Februar 2023 mit Hochbauamt; Kosten 2010 ~250.000 €; Schätzung für 2024 ca. 350.000 - 400.000 €
Erschließung Fläche südlicher Großmarkt	1.500.000 €	Bedarf nach Lagerflächen und Anfragen nach Erbpacht von Seiten der Händler steigen. Kostenschätzung wird mit dem Hochbauamt in 2024 geprüft. geschätzte Kosten 100€/m ² , Gesamt ca. 15.000m ²
Summe (Schätzung)	4.281.300 €	

Tab 1. Sanierungsbedarf 2023-2025 am Großmarkt (investiv)

Werden benötigte Bauleistungen nicht umgesetzt bzw. verschoben, steigen mit jedem weiteren Jahr ohne Bautätigkeit die Kosten. In der letzten Anpassung der Gebührenordnung wurde die Miete für die Verkaufsboxen aufgrund der maroden Dächer nicht angepasst. Forderungen nach Mietminderungen sind bereits an ML herangetragen worden. Die Händlerinnen und Händler lagern in den Verkaufsboxen ihre Waren. Eintretendes Regenwasser kann im schlimmsten Fall dazu führen, dass die Lebensmittelbehörde eine weitere Lagerung untersagt. Dies hätte zur Folge, dass die Verkaufsboxen nicht mehr benutzt werden können. Des Weiteren mindert die schlechte Bausubstanz die Attraktivität des Nürnberger Großmarkts. Eine zeitnahe Sanierung der Infrastruktur ist daher umso wichtiger.

Personal- und Materialmangel erschweren zudem eine kurzfristige Instandsetzung der Infrastruktur, zum Beispiel die Reparatur von Schlaglöchern auf den Fahrbahnen am Großmarkt.

Tabelle 2 listet die konsumtiven Reparaturmaßnahmen bis zum Jahr 2025 auf.

Maßnahme	Kosten-schätzung	Bemerkungen
Sanierung Dächer (60 Verkaufsboxen)	1.200.000 €	Zunächst Sanierung bei einer „Probebox“; Erfahrungen daraus fließen ins Projekt-Freeze ein; wichtig: Planungsmittel für Probebox müssen zur Verfügung gestellt werden.
Notreparatur Dächer Verkaufsboxen	ca. 15.000 €/Jahr	
Gebäudeunterhalt - Reparatur/Wartung der Toranlagen der Verkaufsboxen	ca. 4.000 bis 5.000 € pro Toranlage = 25.000 € p.a. für 5 Toranlagen	15 Toranlagen
Straßenunterhalt Straßen, Wege, Plätze	Kosten ~ 15.000 - 40.000 €/Jahr	Ausbesserungsarbeiten Betonfläche – Straße zwischen den Verkaufsboxen, Ladezone - nicht überdachte Freiflächen, notwendige Markierungsarbeiten

Tab 2: Reparaturkosten an Gebäude- und Straßenunterhalt am Großmarkt 2023 bis 2025 (konsumtiv)

5. Spezialmärkte

a) Allgemeines

Die Spezialmärkte Ostermarkt, Herbstmarkt, Treppe Markt und Christkindlesmarkt existieren zum Teil seit dem Mittelalter in Nürnberg und gehören damit zur Stadtkultur. Sie sind geprägt von einem traditionellen Erscheinungsbild, das an die heutigen Gegebenheiten angepasst wurde.

Für alle Spezialmärkte ergeben sich die unter a) gelisteten Aufgaben. Darüber hinaus sind für die einzelnen Märkte noch weitere, spezifischere Aufgaben zu erledigen, die unter dem jeweiligen Spezialmarkt aufgelistet sind.

b) Aufgaben von ML

ML nimmt als Betreiber der Spezialmärkte insbesondere folgende Aufgaben wahr:

- Zulassungen und Zuweisungen (außer Treppe Markt);
- Finanzierung;
- Sicherstellung des Marktbetriebs;
- Bereitstellung der Infrastruktur;
- Sicherstellung des Marktbetriebs;
- Sicherheit;
- Marktordnung inkl. Verkehrssicherheit;
- Marktkontrollen;
- Abfallentsorgung und Sauberkeit;
- Werbung und Marketing;
- Akquisition neuer Händlerinnen und Händler;
- Ansprechpartner für alle Beteiligten.

c) Herausforderungen

Die Infrastruktur des Hauptmarkts als Veranstaltungsort für Spezialmärkte ist längst nicht mehr zeitgemäß. In vielen deutschen Städten ist es Standard, Wasser- und Abwasseranschlüsse für jeden Verkaufsstand bereitzustellen. Das Stromnetz ist alt. Das Kopfsteinpflaster und die

erheblichen Unebenheiten sind für die Marktkaufleute wie für die Kundinnen und Kunden sub-optimal. Der Zustand des Platzes erschwert die Gewinnung neuer Händlerinnen und Händler erheblich, da vor allem Stände für Frischeprodukte und Kulinarik Wasser- und Abwasseranschlüsse benötigen. Selbst am Christkindlesmarkt erfolgt die Wasserversorgung der Buden nur über Kanister. Hierfür wird das Wasser aus der öffentlichen Toilette im Rathaus beschafft. Eine Verbesserung der Infrastruktur ist dringend notwendig.

Die Nachwirkungen der Corona-Pandemie sind weiterhin spürbar. Die Marktkaufleute sowie Schaustellerinnen und Schausteller waren eine der Berufsgruppen, die durch die diversen Lockdowns, Marktabsagen, Beschränkungen und Auflagen die größten wirtschaftlichen Einbußen zu verkraften hatten. Die Branche befindet sich im Umbruch, viele der Betroffenen haben den Berufsstand aufgrund ihrer wirtschaftlichen Situation oder aus Altersgründen (bzw. einer Kombination aus beiden) verlassen. Für die Nürnberger Märkte hat diese Entwicklung einen quantitativen wie qualitativen Verlust zur Folge.

Viele Spezialmärkte mussten während der Pandemie abgesagt werden. Geplante Gebühreneinnahmen konnten dadurch nicht realisiert werden. Gleichzeitig ist ML der Branche soweit wie möglich entgegengekommen und verschaffte den Händlerinnen und Händlern neue Absatzmöglichkeiten. Ein Beispiel ist der Christkindlesmarkt 2021, der - wie alle Weihnachtsmärkte in Bayern - kurz vor Eröffnung durch die Bayerische Staatsregierung abgesagt wurde. ML übernahm daraufhin für die Händlerinnen und Händler die Kosten für die bereits bestellten Stromanschlüsse. Ebenso erstattete ML die bereits entrichteten Marktgebühren zurück. Als Ergebnis standen den Aufwendungen keine Erträge gegenüber.

5.1 Nürnberger Christkindlesmarkt

a) Allgemeines

Der Nürnberger Christkindlesmarkt ist der größte von der Stadt selbst organisierte Reiseanlass und touristisches Highlight im Jahresverlauf. Er ist einer der ältesten Weihnachtsmärkte in Deutschland (erster Nachweis stammt aus dem Jahr 1628), die bedeutendste Traditionsveranstaltung in Nürnberg und damit ein wichtiger Imagefaktor für die Stadt. Der Christkindlesmarkt findet jährlich vom Freitag vor dem ersten Advent bis zum Heiligen Abend mit ca. 200 Händlerinnen und Händlern statt. Der Schwerpunkt liegt auf traditionellen weihnachtlichen Produkten, vor allem ist es ein Warenmarkt (ca. 180 Verkaufsstände – davon 80 % Waren und 20 % Essen / Getränke, darunter 8 Glühweinstände). Der Markenkern wird ständig, aber behutsam weiterentwickelt. Ca. 2 Mio. Menschen aus nah und fern besuchen pro Jahr den Christkindlesmarkt. Der Umsatz- und Kaufkraftzufluss für Handel, Hotellerie, Gastronomie und Dienstleistungsgewerbe beträgt nach vorsichtigen Schätzungen mindestens 180 Mio. €.

b) Weitere Aufgaben von ML

Über die oben bei Ziff. 4.a) beschriebenen Aufgaben hinaus nimmt ML als Betreiber des Nürnberger Christkindlesmarkts u.a. folgende weiteren Aufgaben wahr:

- Zulassungsprozess;
- Planung des Budenaufbaus;
- Auf- und Abbau der Buden;
- Sicherheitskonzept;
- Koordination und Steuerung der stadtinternen Aufgaben, z.B. Eröffnungsveranstaltung mit BgA, Verkehrsregelung mit SÖR und Polizei, touristische Vermarktung und Öffentlichkeitsarbeit mit CTZ und KoM, Sondernutzungen mit LA, Sicherheitsaufgaben mit OA Polizei und FW, u.v.m.;
- Abstimmung mit IB bzgl. Markt der Partnerstädte;
- Installation der Weihnachtsbeleuchtung am Hauptmarkt;
- Lizenzverträge für offizielle Christkindlesmarkt-Produkte;
- Bearbeitung einer Vielzahl an Presse- und Bürgeranfragen.

Mit der Organisation des Nürnberger Christkindlesmarkts ist bei ML eine Vollzeitkraft das gesamte Jahr beschäftigt.

c) Ausgewählte Aufwendungen

Allgemeine Preissteigerungen bei Dienstleistungen, Personal und Material sind derzeit die größten Herausforderungen. Die fünf betragsmäßig höchsten Aufwendungen machten im Jahr 2022 einen Anteil von knapp 56 % aller Aufwendungen des Christkindlesmarkts aus.

Bewachung der Buden	95.430 €
Auf- und Abbau der Buden durch SÖR	88.478 €
Reinigung der Marktfläche durch SÖR	38.447 €
Weihnachtsbeleuchtung und Dekoration am Hauptmarkt	43.360 €
Werbemaßnahmen – CTZ	25.500 €
Kosten TOP 5 gesamt	295.782 €

Die Bewachungskosten sind abhängig von der Marktdauer. Vergleicht man die Jahre 2016 und 2022 (Marktdauer jeweils 30 Tage), stiegen die Bewachungskosten um 40 %, d.h. von 68.000 € (2016) auf 95.430 € (2022).

d) Herausforderungen

Die Bewerbungen für den Nürnberger Christkindlesmarkt übersteigen immer noch die Anzahl der zu vergebenen Standplätze bzw. Buden. Allerdings ist ein Rückgang an qualitätsvollen Bewerbungen zu verzeichnen. Gingen bei ML im Jahr 2019 noch 421 Anträge für den Christkindlesmarkt ein, sind es für das Jahr 2023 nur noch 343 Bewerbungen. Während die Bewerbungen im Kulinarik-Bereich stabil geblieben sind, ist die Anzahl bei den Bewerbungen in den Warengruppen non-food bzw. im kunsthandwerklichen Bereich rückläufig.

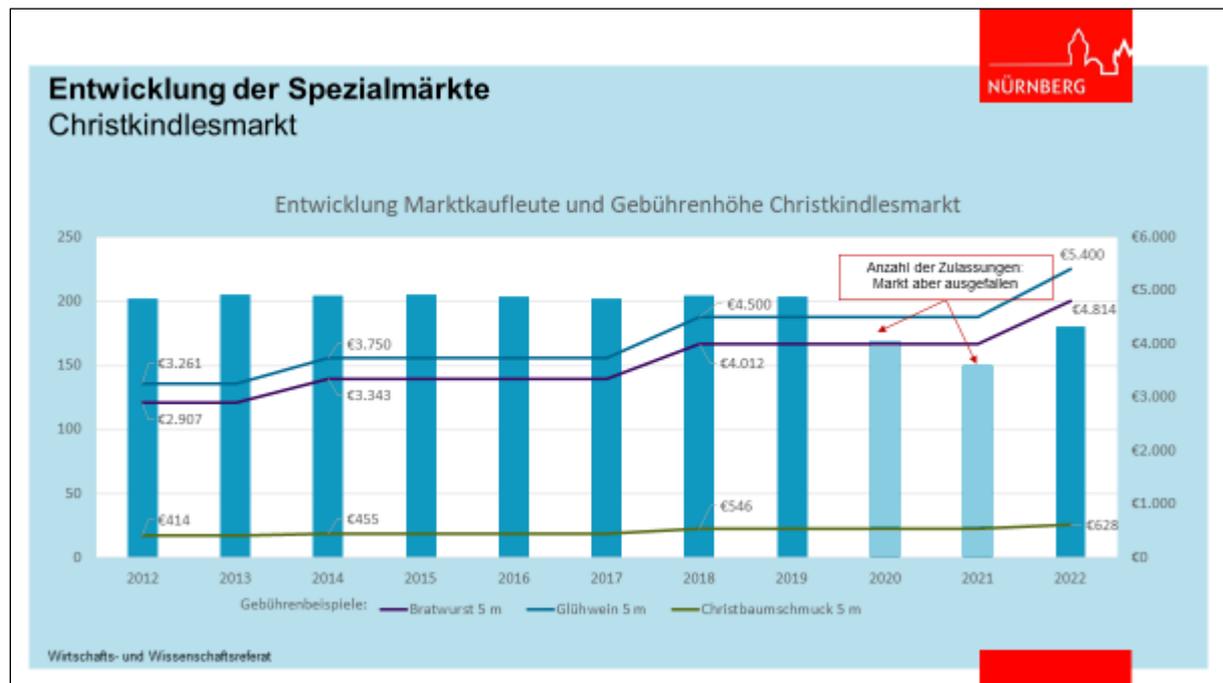


Abb. 1 Marktkaufleute und Marktgebühren am Christkindlesmarkt 2012 - 2022

5.2 Ostermarkt und Herbstmarkt

a) Allgemeines

Der Ostermarkt ist der Älteste der Nürnberger Märkte und existiert seit dem Jahr 1424. Oster- und Herbstmarkt finden auf dem Hauptmarkt statt. Beide sind typische Waren- und Krämermärkte vor allem mit Haushaltsgegenständen und werden deshalb beide auch als „Häferlesmarkt“ bezeichnet. Sie sind in ihrem Konzept und Angebot in Deutschland mittlerweile einzigartig. Vor Corona präsentierten bis zu 100 Marktkaufleute ein buntes Angebot an traditionellen Geschirr-, Korb- und Haushaltswaren, Dingen des täglichen Bedarfs als auch nachhaltige Waren aus Holz und Bekleidung aus eigener Herstellung.

b) Weitere Aufgaben

Über die oben bei Ziff. 4.a) beschriebenen Aufgaben hinaus nimmt ML als Betreiber des Oster- und Herbstmarkts u.a. folgende weiteren Aufgaben wahr:

- Markierung der Standplätze;
- Stromabrechnung für die Marktkaufleute (neu ab dem Jahr 2022)

c) Herausforderungen

Ostermarkt und Herbstmarkt sind vom Wegfall von Marktkaufleuten aus dem Bereich non-food und Kunsthandwerk besonders betroffen. Zum Ostermarkt 2023 nahmen nur noch 72 Händlerinnen und Händler teil (drei Marktkaufleute hatten ihre Teilnahme kurz vor der Eröffnung abgesagt). Die nachfolgende Abbildung veranschaulicht die Entwicklung der Teilnehmenden an den beiden Spezialmärkten.



Abb. 2 Anzahl der Marktkaufleute und Entwicklung der Gebühreneinheiten auf Oster- und Herbstmarkt

Der Anteil an Bewerbungen bzw. Teilnahmen aus dem Kulinarikbereich ist im Vergleich zum Jahr 2019 gleichgeblieben. Der Markenkern der beiden Spezialmärkte ist jedoch der Warenbereich. Um neue Händlerinnen und Händler und damit auch ein jüngeres Publikum anzusprechen, bedarf es Investitionen. So könnte z.B. ein Zelt für Künstlerinnen und Künstler aus dem

Kultur- und Kreativbereich für eine tageweise Anmietung von ML zur Verfügung gestellt werden. Zudem wird sowohl von den Marktkaufleuten als auch den Besucherinnen und Besuchern ein Rahmenprogramm gewünscht.

5.3 Trempelmarkt

a) Allgemeines

Der Trempelmarkt wurde im Dürer-Jahr 1971 als neue Attraktion eingeführt. Er umfasst in der Altstadt die öffentlichen Flächen am Hauptmarkt, der Kaiser-, der Karolinen- und der Königsstraße sowie die Flächen rund um die Lorenzkirche. Er findet jeweils im Mai und September eines Jahres statt. Marktzeiten sind am Freitag von 16 Uhr bis 24 Uhr und am Samstag von 7 Uhr bis 20 Uhr. Etwa 1.000 Tremplerinnen und Trempler auf ca. 600 Verkaufsplätzen locken im Durchschnitt 200.000 Besucherinnen und Besucher pro Trempelmarkt in die Innenstadt. Kinder und Jugendliche von 7 bis 15 Jahren kommen mit typischen Kinderartikeln kostenlos in den Kindertrempelzonen am Fünferplatz und im Schmuckhof unter.

b) Weitere Aufgaben

Über die oben bei Ziff. 4.a) beschriebenen Aufgaben hinaus nimmt ML als Betreiber des Trempelmarkts u.a. folgende weiteren Aufgaben wahr:

- Platzvergabe (über Online-Buchungssystem in Kooperation mit KuKuQ);
- Flächenmanagement (z.B. wegen Baustellen) inkl. Markierung der Standplätze;
- Ansprechpartner für alle Beteiligten (u.a. auch stationärer Einzelhandel);
- Beschwerdemanagement, ständiger Austausch mit der Polizei während des Markts;
- Entsorgung von Sperrmüll (bei ASN/SÖR keine Kapazitäten vorhanden).

c) Herausforderungen

Der Trempelmarkt hat die Corona-Krise relativ schadlos überstanden. Seit der Wiederaufnahme im Frühjahr 2022 sind die zur Verfügung stehenden Trempelplätze jedes Mal innerhalb weniger Tage ausverkauft.

Die Tremplerinnen und Trempler beschweren sich regelmäßig über die zu hohen Gebühren für den Trempelmarkt. Auch fehlende Anfahrts- und Parkmöglichkeiten werden kritisiert – allerdings kann ein Markt im historischen Herzen einer Großstadt nicht unbegrenzt Parkraum bieten.

5.4 Christbaummarkt

a) Allgemeines

Der Christbaummarkt umfasst 22 Verkaufsplätze im gesamten Stadtgebiet. Die Verkaufszeit richtet sich nach dem Christkindlesmarkt, in diesem Jahr vom 01.12. bis 24.12.2023. Der Verkauf findet werktags von 7 bis 19 Uhr, sonntags von 10:30 bis 19 Uhr und am 24.12. von 7 bis 14 Uhr statt. Zum Angebot auf den dafür gewidmeten Verkaufsplätzen gehören hochwertige Weihnachtsbäume und Schmuckreisig, Mistelzweige sowie Artikel des Blumenbindereigewerbes mit Beziehung zu Weihnachten.

b) Weitere Aufgaben

Über die oben bei Ziff. 4.a) beschriebenen Aufgaben hinaus nimmt ML als Betreiber des Christbaummarkts u.a. folgende weitere Aufgaben wahr:

- Vermessungen der Standgrößen und ggf. Anpassung der Gebühren;

- Koordination bei wegfallenden Flächen.

c) Herausforderungen

In den vergangenen zehn Jahren hat sich die Zahl der Christbaumverkaufsplätze in Nürnberg um die Hälfte auf nunmehr 22 reduziert. Gründe hierfür sind die gesteigerte Konkurrenzsituation durch den stationären Einzelhandel (v.a. Billig-Produkte der Baumärkte und Supermärkte), anderweitige Nutzung der Flächen (SÖR/Grün) und die Altersstruktur der Marktkaufleute. Der Erhalt der Christbaumverkaufsplätze unter Berücksichtigung der Kostendeckung ist daher eine besondere Herausforderung.

ML erreichen vermehrt Vorgaben von SÖR/Grün, dass Christbaum-Verkaufsplätze aufgrund neuer oder bestehender Anpflanzungen (Bäume, Rasen, etc.) nicht mehr zur Verfügung stehen. Die Verkaufsplätze bestehen teils seit mehreren Jahrzehnten, die Marktkaufleute haben sich an den Standorten ihre Stammkundschaft aufgebaut. Fehlen alternative Flächen in Sichtnähe, lehnen die Händlerinnen und Händler eine Versetzung an einen neuen Platz meist ab und entscheiden sich dafür, den Verkaufsplatz aufzugeben. Dadurch gehen ML zunehmend Einnahmen verloren.

5.5 Kunsthandwerkermarkt

Der Kunsthandwerkermarkt war früher Teil des Ostermarkts. Aufgrund der gestiegenen Zahl Marktkaufleute ist er seit dem Jahr 2017 eine eigenständige Veranstaltung. Er findet an einem Samstag im Monat von 10 bis 19 Uhr parallel zum Wochenmarkt Hauptmarkt statt. Um die 20 Kunsthandwerkerinnen und -handwerker nehmen daran teil, die an diesem Tag auch die Herstellung ihrer Produkte vorführen.

a) Weitere Aufgaben

Über die oben bei Ziff. 4.a) beschriebenen Aufgaben hinaus nimmt ML als Betreiber des Kunsthandwerkermarkts u.a. folgende weiteren Aufgaben wahr:

- Planung und Kontrolle der Vorführungen;
- Werbung und Marketing.

b) Herausforderungen

Der Kunsthandwerkermarkt ist bei Marktkaufleuten sehr beliebt. Künftige Aufgabe wird sein, das stimmige Gesamtbild zu erhalten und den Markt zukunftsfähig zu gestalten. Die Gebühren sollten nur moderat erhöht werden, um die Kunsthandwerkerinnen und -handwerker weiterhin an die Veranstaltung zu binden.

Die Nachfrage nach Verkaufsplätzen ist derzeit höher als die zur Verfügung stehenden Plätze. Das Konzept für diese eintägige Veranstaltung wird von ML derzeit überprüft und erforderlichenfalls angepasst. Eine Ausweitung der Marktfläche ist wegen des parallel auf dem Hauptmarkt stattfindenden Wochenmarkts nicht möglich. Eine Marktverlegung des Wochenmarkts aufgrund einer eintägigen Veranstaltung ist wiederum den Wochenmarkt-Kaufleuten nicht zumutbar.

6. Wochen- und Stadtteilmärkte

a) Allgemeines

Wochenmärkte sind Teil der kommunalen Daseinsvorsorge und eine wichtige Ergänzung der Nahversorgung, besonders auch angesichts von Schließungen stationärer Einzelhandelsgeschäfte. Sie sind zudem Orte der Begegnung für die Bürgerschaft und die Gäste.

Neben dem werktags (Montag bis Samstag) stattfindenden Wochenmarkt Hauptmarkt gibt es 10 Stadtteilmärkte, die jeweils an einem oder mehreren Wochentagen stattfinden (siehe Anlage). Die Kundinnen und Kunden finden vom regionalen Gemüse aus dem Knoblauchsland bis hin zu exotischen Produkten aus aller Welt sowie Feinkost, Brot, Fisch, Wurst und Käse die ganze Vielfalt an Lebensmitteln. Kräuter und Blumen runden das Angebot ebenso ab, wie frisch zubereitete Speisen und Getränke zum Verzehr vor Ort.

b) Aufgaben

Als Betreiber der Wochenmärkte nimmt ML u.a. folgende Aufgaben wahr:

- Zulassungen und Zuweisungen;
- Finanzierung;
- Sicherstellung des Marktbetriebs;
- Bereitstellung der Infrastruktur;
- Sicherheit und Marktordnung inkl. Verkehrssicherheit;
- Marktkontrollen;
- Abfallentsorgung und Sauberkeit;
- Akquise neuer Händlerinnen und Händler;
- Werbung und Marketing;
- Ansprechpartner für alle Beteiligten.

c) Herausforderungen

Die Akquise neuer Marktkaufleute wird zunehmend schwieriger. Viele Händlerinnen und Händler sind bereits ausgelastet oder haben andere, seit längerem etablierte Vertriebswege bzw. finden kein zusätzliches Verkaufspersonal.

Während der Corona-Pandemie erreichten ML viele Anfragen zur Einrichtung neuer Wochenmärkte im Stadtgebiet. Meist scheiterte dies an einer ausreichenden Anzahl an Marktkaufleuten, vor allem in den Bereichen Obst/Gemüse, Brot und Wurstwaren.

6.1 Wochenmarkt Hauptmarkt

a) Allgemeines

Der Wochenmarkt Hauptmarkt ist der größte der Nürnberger Wochen- und Stadtteilmärkte. Je nach Auslastung sind bis zu 40 Marktstände gleichzeitig am Markt, wobei die Teilnahme im Frühjahr / Sommer und am Wochenende am größten ist. Er findet an sechs Tagen pro Woche, d.h. von Montag bis Samstag, statt.

Dem Markt wurden in der Vergangenheit gute Qualität durch die Kundschaft und hohe Attraktivität durch die Marktkaufleute bescheinigt. Im Gegensatz dazu steht das Bild des Wochenmarkts Hauptmarkt in der öffentlichen Diskussion. Da die letzte Befragung der Passanten und der Marktkaufleute im Jahr 2016 erfolgte (zu den Ergebnissen vgl. RWA vom 05.04.2017), ist eine neue Befragung geplant. Es ist wichtig, vom Wochenmarkt Hauptmarkt ein Stimmungsbild „nach Corona“ zu erhalten, um auf dieser Grundlage weitere Schritte zur Weiterentwicklung zu entwickeln.

b) Weitere Aufgaben

Über die oben bei Ziff. 5.a) beschriebenen Aufgaben hinaus nimmt ML als Betreiber des Wochenmarkts Hauptmarkt folgende weiteren Aufgaben wahr:

- Organisation der Marktverlegungen in die Fußgängerzone;
- Finanzierung und Organisation des „mobilen Grüns“;
- tägliche Aktualisierung der Homepage nuernberger-wochenmarkt.de zur Anwesenheit der Marktkaufleute.

c) Herausforderungen

Infrastruktur

Die Infrastruktur des Hauptmarkts ist für einen Wochenmarkt längst nicht mehr zeitgemäß. In vielen deutschen Städten ist es Standard, Wasser- und Abwasseranschlüsse für jeden Verkaufsstand bereitzustellen. Das Stromnetz ist in die Jahre gekommen. Das Kopfsteinpflaster und die erheblichen Unebenheiten sind für die Marktkaufleute wie für die Kundinnen und Kunden suboptimal. Infrastruktur und Zustand des Platzes erschwert die Gewinnung neuer Händlerinnen und Händler erheblich, da vor allem Stände für Frischeprodukte und Kulinarik Wasser- und Abwasseranschlüsse benötigen. Im Übrigen wird auf die Ausführungen unter Ziffer 4.c) verwiesen.

Für den Wochenmarkt Hauptmarkt ist die seit Jahren aufgeschobene Hauptmarktsanierung dringend notwendig, um ihn für qualitativ hochwertige Kulinarik, aber auch die übrigen Wochenmarktangebote attraktiver zu machen. Im Zuge der Sanierung müssten ein neues Stromnetz sowie ein Wasser- und Abwassernetz mit Bodenhülsen an jedem Stand (wie es auf Marktplätzen anderer Städte üblich ist) verlegt werden. Wird diese grundlegende Infrastruktur, die für einen Marktplatz Standard sein sollte, geboten, könnte der Wochenmarkt sein Angebot erweitern.

Marktverlegungen

Der Hauptmarkt ist der angestammte Platz für den Wochenmarkt. Allerdings ist er auch Multifunktionsfläche für weitere Veranstaltungen wie die Spezialmärkte und Sondernutzungen (z.B. Red Bull District Ride, Blaue Nacht, Bardentreffen, etc.) und wird deshalb regelmäßig in die Fußgängerzone verlegt (zur Belegung des Hauptmarkts und den Marktverlegungen im Jahr 2023 und in den Vorjahren vgl. RWA vom 08.03.2023). Der Wochenmarkt Hauptmarkt ist also nicht ortsfest. Für fixe Verkaufseinrichtungen ist der Hauptmarkt damit nicht geeignet. Auch Verkaufsstände in Cadolto-Containern, wie z.B. auf dem Wochenmarkt in Fürth, kommen nicht in Betracht. Denn während in Fürth die Cadolto-Container nur einmal im Jahr mit einem Schwerlastkran für die Dauer der Fürther Kirchweih abtransportiert werden, müssten in Nürnberg mehrere Schwerlastkräne mehrmals pro Jahr anrücken (im Jahr 2023: 6 Marktverlegungen).

Durch die Verlegungen entstehen den Marktkaufleuten zusätzliche Personal- und Stromanschlusskosten. Zudem muss sich die Kundschaft regelmäßig auf andere Marktstandorte einstellen. Um die Suche nach den passenden Produkten und Händlerinnen und Händlern zu erleichtern, stellt ML im digitalen Plan unter <https://www.nuernberger-wochenmarkt.de> tagesaktuell ein, welche Marktkaufleute am Wochenmarkt am jeweiligen Tag auf dem Hauptmarkt bzw. bei Marktverlegung in der Fußgängerzone präsent sind und wo ihr Standplatz ist. Auch eine Suche nach Produkten, Marktkaufleuten und Stichworten ist möglich.

In der Zeit der Verlegungen kommt es immer wieder zu Beschwerden durch den stationären Einzelhandel, der sich durch die Marktstände beeinträchtigt sieht. Hier ist ML stets gefordert, die Konflikte zu moderieren und um Verständnis für die Belange des Wochenmarkts zu werben. Zudem stehen in der Verlegung weniger Marktflächen zur Verfügung, sodass neu hinzugekommenen Ständen oft kein Platz in der Fußgängerzone gewiss ist (vor allem zur Advents-

und Weihnachtszeit). Verschärft wird das Problem, wenn aufgrund Baustellen in der Altstadt Ausweichflächen wegfallen.

Während der Marktverlegung muss auch das mobile Grün in der Regel vom Hauptmarkt auf einen anderen Platz, möglichst in der Altstadt, versetzt werden. Die Versetzung muss jeweils im Einzelfall geprüft (verfügbare Ausweichflächen sind in der Altstadt rar) und koordiniert werden. Jede Verlegung des mobilen Grünes kostet bis zu 4.500 €.

Sonstiges

Neubewerbungen von Anbieterinnen und Anbietern von Obst, Gemüse, Backwaren und Metzgereiartikeln nach Plätzen auf dem Wochenmarkt Hauptmarkt gibt es derzeit keine, da viele Betriebe vor allem Personalprobleme haben, aber auch andere Vertriebswege wie z.B. den Großmarkt oder Hofläden bevorzugen. Hingegen gibt es stets Neubewerbungen für Kulinarikangebote (für zubereitete Speisen und Getränke).

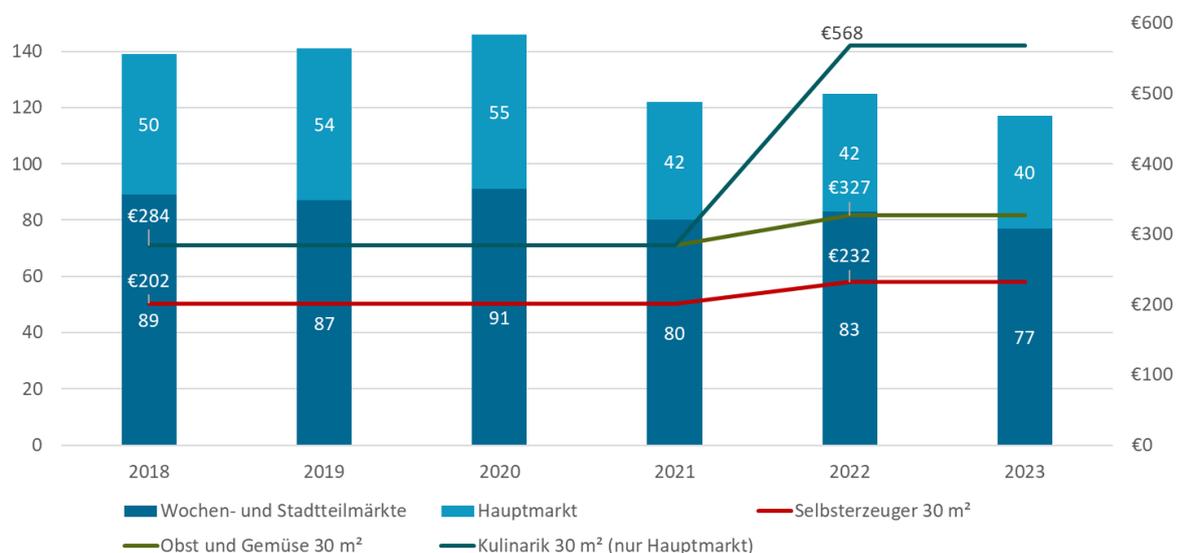


Abb. 3 Anzahl der Marktkaufleute und Gebührenentwicklung

Trotz aller Herausforderungen ist es in den letzten Jahren gelungen, diverse neue Angebote zu gewinnen. Jüngstes Beispiel ist der hochwertige Wein- und Kulinarikstand des Restaurants / Bar „Heinrichs“, der jedoch aus logistischen Gründen nicht an der Marktverlegung teilnimmt.

d) Monatlicher Bauernmarkt auf dem Hauptmarkt

ML hat in den letzten Jahren die Zahl der Selbsterzeuger/-innen auf den Nürnberger Wochenmärkten erhöht. Schon heute sind 7 Selbsterzeuger/-innen auf dem Wochenmarkt Hauptmarkt und 46 Selbsterzeuger/-innen auf 9 der 10 Stadtteilmärkte. Die Wochenmärkte am Heinrich Böll-Platz, Koberger Platz und Erlenstegen sind im wesentlichen Bauern- bzw. Selbsterzeugermärkte.

Ein Bauernmarkt als Ergänzung zum Wochenmarkt Hauptmarkt ist denkbar, jedoch Einschränkungen unterworfen. Ein monatlich stattfindender Bauernmarkt ist organisatorisch nicht möglich, da sich der Wochenmarkt an durchschnittlich circa 130 Tagen pro Jahr in der Verlegung in der Fußgängerzone befindet. Für weitere Stände ist auf den Marktverlegungsplätzen in der Innenstadt kein Platz. Die Akquise geeigneter Marktkaufleute wird dadurch erschwert. Im Übrigen richten sich viele der Direkterzeuger/-innen nach bestimmten Jahreskalendern und beschicken regelmäßig wiederkehrende Veranstaltungen nach einer klaren Regelmäßigkeit. Aus den laufenden Kontakten weiß ML zudem, dass viele der Direkterzeuger/-innen „ausgebucht“

sind und aufgrund Personalproblemen keine weiteren Märkte beschicken können. Erfahrungen aus der Vergangenheit lassen zudem erwarten, dass sich eher Händlerinnen und Händler bewerben, die Alltagswaren (z.B. Körbe, Seifen etc.) anbieten. Für einen klassischen Bauernmarkt ist aber ein Angebot an Wurst, Geflügel und Backwaren essentiell. Ins Bild passt, dass selbst die vom Bayerischen Bauernverband veranstaltete Bauernmarktmeile im Jahr 2023 mangels ausreichender Teilnahme abgesagt wurde.

Bei den im Antrag der Stadtratsfraktion von Bündnis 90 / Die Grünen beschriebenen Wochenmärkten in Freiburg, Münster und Erfurt handelt es sich um historisch gewachsene Selbsterzeuger-Märkte in Städten, die zudem erheblich kleiner sind als Nürnberg. Auch in Gemeinden um Nürnberg gibt es Bauernmärkte, z.B. in Feucht (wöchentlich). Gerade in kleineren Städten ist ein Bauernmarkt konkurrenzlos (im Gegensatz zu einer Großstadt mit einer Vielzahl von Märkten, Veranstaltungen und zahlreichen Einzelhandelsgeschäften) und kann leichter eine starke Stammkundschaft aufbauen. Dies zeigt in Nürnberg die starke Präsenz von Direktzeugern auf den Stadtteilwochenmärkten: Hier ist der Wochenmarkt ein sozialer Treffpunkt im Stadtteil, man kennt sich, es besteht oft ein langjähriger persönlicher Kontakt zwischen Marktkaufleuten und Kundschaft. Daher bevorzugen nach den Erfahrungen von ML Selbsterzeuger/-innen Märkte in kleineren Städten und die Stadtteilwochenmärkte in größeren Städten.

ML wird sich im Rahmen seiner Möglichkeiten um weitere Selbsterzeuger/-innen auf den Nürnberger Wochenmärkten bemühen, vor allem auf dem Wochenmarkt Hauptmarkt. Bei ML steht allerdings nur eine Person für den Wochenmarkt Hauptmarkt zur Verfügung, die parallel die Spezialmärkte Ostermarkt, Herbstmarkt und Trempelmarkt organisiert.

6.2 Stadtteilmärkte

a) Allgemeines

Die 10 Nürnberger Stadtteilmärkte verteilen sich im Stadtgebiet auf einzelne Wochentage. Nur der Wochenmarkt Schillerplatz ist an sechs Tagen pro Woche geöffnet. Die Stadtteilmärkte sind klassische Nahversorger, bei denen vor allem die jeweilige Wohnbevölkerung vor Ort fußläufig einkauft. Sie sind auch sozialer Treffpunkt. Die Betreuung der Stadtteilmärkte ist an die unterschiedlichen Anforderungen der jeweiligen Märkte angepasst. Die Konzepte und Öffnungszeiten unterscheiden sich daher zum Teil deutlich. Während beispielsweise der Wochenmarkt am Schillerplatz aus einem bis max. zwei Marktstände täglich besteht, sind auf dem samstags stattfindenden Bauernmarkt in Langwasser bis zu sechs Stände für vier Stunden vor Ort. Ein weiteres positives Beispiel ist der Wochenmarkt in Erlengenstegen. Dort treffen sich immer donnerstags bis zu 14 Marktkaufleute. Neben dem klassischen Warenangebot gibt es auch eine Aufenthaltsfläche zum Verweilen. Zudem organisiert der Bürgerverein jedes Jahr zwei Marktfeste.

b) Weitere Aufgaben

Über die oben bei Ziff. 5.a) beschriebenen Aufgaben hinaus nimmt ML als Betreiber des der Stadtteilwochenmärkte folgende weiteren Aufgaben wahr:

- Marktspezifische Anforderungen (z.B. Marktverlegung in Gostenhof wegen Baustelle);
- Zusammenarbeit mit den ansässigen Bürgervereinen
- Marktkontrollen im Stadtgebiet und am Wochenende

c) Herausforderungen

Für etablierte und erfolgreiche Stadtteilmärkte sind Anfragen neuer Händlerinnen und Händler bzw. nach Tagesplätzen größer als das bestehende Platzangebot. Geringer ist das Interesse der Marktkaufleute an den weniger bekannten bzw. weniger etablierten Wochenmärkten. Vor allem Marktkaufleuten, die Fleisch und Wurst, Käse, Backwaren, Fisch sowie Obst und Gemüse anbieten, sind hierfür schwer zu finden.

Bei den Stadtteilwochenmärkten gibt es des Öfteren Interessenskonflikte mit anderen städtischen Belangen, bzgl. Grünanlagen und Baumschutz, Fahrradständern oder Flächenentsiegelung. Diese hat ML mit den betroffenen städtischen Dienststellen und den Marktkaufleuten zu moderieren.

So richtig Flächenentsiegelung ist, so wird sie für die Stadtteilmärkte zunehmend zur Herausforderung. Eine Reduzierung der Verkaufsflächen (wie sie z.B. am Wochenmarkt Erlenstegen erfolgen soll) bedeutet nicht nur einen quantitativen wie qualitativen Verlust an Marktkaufleuten, mit der dadurch drohenden Abwärtsspirale der Marktattraktivität. Dies kann zu einem kompletten Ausdünnen des Wochenmarkts und dadurch dessen Ende führen. Es bedeutet zudem die Reduzierung der Einnahmen für ML, der die auferlegten Einsparziele entgegenstehen.

7. Volksfestplatz

a) Allgemeines

Der Volksfestplatz ist den Nürnberger Märkten vermögensrechtlich zugeordnet. Die Zuweisung des Volksfestplatzes ins Betriebsvermögen von ML erfolgte aufgrund einer finanziellen Überdeckung in den 1990iger Jahren und aus steuerrechtlichen Gründen, denn ML ist als Betrieb gewerblicher Art vorsteuerabzugsberechtigt. Von ML selbst wird der Platz aber nicht genutzt.

b) Aufgaben

ML hat beim Volksfestplatz u.a. folgende Aufgaben:

- Koordinierung von Infrastrukturmaßnahmen mit Hilfe von Fachdienststellen;
- Prüfung von Reparatur- oder Unterhaltsmaßnahmen unter Beachtung der vergaberechtlichen Vorschriften;
- finanzielle Abwicklung;
- Organisation und Veranlassung von größeren Reparaturleistungen;
- betriebspezifische Kosten- und Leistungsrechnung (inkl. Aufbereitung der Finanzen für Steuererklärung/Bilanzen) inkl. Haushaltsplanung, Jahresabschluss und Bewirtschaftung;
- Ad-hoc Lösungen bei kurzfristigen Problemen, z.B. bei Volks- und Frühlingsfest.

c) Herausforderungen

Obwohl ML den Volksfestplatz nicht selbst nutzt, ist ML aufgrund der vermögensmäßigen Zuordnung für den Platz, seine Infrastruktur und den Unterhalt verantwortlich. Mangels fachlicher Kompetenz bzw. Expertise in Bau- und Infrastrukturthemen und fachlicher personeller Ressourcen können die erforderlichen Leistungen größtenteils nicht selbst erbracht oder vergeben werden. ML ist in vielen Fällen, u.a. bei Elektroarbeiten, Bauleistungen, Kanalarbeiten etc. auf die Unterstützung anderer Fachdienststellen und externer Dienstleister angewiesen. Die dadurch entstehenden Abstimmungsprozesse nehmen viel Zeit in Anspruch, was ML bei schnell zu entscheidenden Aufgaben regelmäßig vor erhebliche Herausforderungen stellt.

Die Teilsanierung des Volksfestplatzes, die seit Anfang 2023 durchgeführt wird und bis Ende des Jahres 2023 abgeschlossen sein soll, verdichtet diese Herausforderungen – auch wenn

die unterstützenden Fachdienststellen, das beauftragte Generalunternehmen und das externe Projektmanagement beratend agieren. Entscheidungen mit finanziellen Auswirkungen und solche, die dem Bauherrn obliegen, muss letztendlich ML als Eigentümer des Volksfestplatzes treffen. ML entzieht sich dieser Herausforderung jedoch nicht und entscheidet, die aufgeworfenen Fragen und Problemstellungen stets im Sinne der städtischen Finanzen in Abwägung mit den zu erbringenden (Reparatur-)Leistungen.

8. Fazit

Die Herausforderungen, die ML zu meistern hat, werden zunehmen. Zum einen müssen immer mehr Aufgaben selbst erledigt werden, da städtisches und externes Personal fehlt. Auch Engpässe bei der Lieferung von Material führen immer häufiger zu Verzögerungen bei der Durchführung von Arbeiten. Dies zu kompensieren, erfordert zusätzlichen Kosten- und Personalaufwand bei ML.

Auf der anderen Seite haben die Folgen der Corona-Pandemie, die Energiekrise und der demografische Wandel dazu geführt, dass viele alteingesessene Händlerinnen und Händler ihr Geschäft aufgegeben haben oder keine geeignete Nachfolge finden. Somit besteht zusätzlicher Handlungsbedarf, um die Nürnberger Märkte in gewohntem Maße und gewohnter Qualität durchführen zu können. Reduziert sich die Anzahl der Marktkaufleute auf einem Markt, führt dies zu einem Attraktivitätsverlust für die übrigen Händlerinnen und Händler und damit für den gesamten Markt. Eine Abwärtsspirale mit immer geringeren Einnahmen droht dann einzusetzen. Dem entgegenzusteuern, erfordert einen erhöhten finanziellen Einsatz für Infrastruktur, Marketing, Personal und vor allem die Gewinnung neuer Händlerinnen und Händler- mit dem Ziel, das städtische Marktwesen zukunftsfähig weiterzuentwickeln.

Ferner sind auf dem Großmarkt Investitionen in die alte Infrastruktur dringend notwendig, um auch weiterhin die Attraktivität zu erhalten.

Die im Zuge der Haushaltskonsolidierung zu erbringende Einsparung in Höhe von 500.000 € bis zum Jahr 2026 ist eine zusätzliche Herausforderung, auch angesichts der allgemeinen Preissteigerungen, auf die ML keinen Einfluss hat. Es wäre nicht ratsam, den Sparbeitrag allein durch eine Erhöhung der Marktgebühren zu erbringen. Übermäßige Gebührenerhöhungen können eher dazu führen, dass Marktkaufleute den Marktveranstaltungen fernbleiben und somit weniger Gebühreneinnahmen erzielt werden.