



Wuppertal Institut
für Klima, Umwelt, Energie
GmbH

UTOPIASTADT

Geschäftsmodelle für Nachhaltigkeitstransformation

Neukonzeptionierung

Wochenmarkt

Erstellt von:

Hannes Weber

Jeremie Röhrig

Nadine Dißemond

Nils Rüschoff

Wenke Hansen

Betreuer:

Prof. Dr. Uwe Schneidewind

Matthias Wanner

Eingereicht am 25. März 2015

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	III
Tabellenverzeichnis.....	IV
1. Einleitung	1
2. Vorstellung der Gruppe	2
3. Zeit- und Arbeitsplan	6
4. Datenquellen und -erfassung	9
5. Umfeldanalyse und Konzeptentwicklung	13
5.1 Nichts geht gegen das Gesetz – Die rechtlichen Rahmenbedingungen.....	13
5.1.1 Öffentlicher oder privater Markt!?	14
5.1.2 Marktfestsetzung	15
5.1.3 Art des Marktes	16
5.1.4 Sicherheitsvorschriften	18
5.2 Das Umfeld des Bahnhofs Mirke	18
5.2.1 Lageplan und Stellflächen	18
5.2.2 Hintergründe des Viertels	20
5.2.3 Hintergründe der Trasse	21
5.2.4 Quartiers- und Verkehrsanbindung.....	22
5.3 Was machen die Anderen?	23
5.3.1 Wochenmarktskonzepte	24
5.3.2 Wochenmärkte in Wuppertal	28
5.3.2 Einkaufsmöglichkeiten im Umfeld	29
5.4 Was wünschen sich potenzielle Kunden? – Eine Umfrage	30
5.5 Produktauswahl und –Definition – was soll und kann denn eigentlich angeboten werden?.....	33
5.6 Mögliche Anbieter für einen Wochenmarkt am Bahnhof Mirke	36
5.7 Was ist organisatorisch noch zu beachten?	47
5.7.1 Finanzen	48
5.7.2 Betreiber	50
5.7.3 Bekanntmachung des Marktes	50

5.8	Das Geschäftsmodell „Canvas“ – eine zusammenfassende Übersicht	51
6.	Wann, wo, was, wer?! - Handlungsempfehlungen	53
6.1	Wann?.....	53
6.2	Wo?	54
6.3	Was?.....	54
6.4	Wer?	54
7.	Reflexion des Prozessablaufs	55
8.	Literaturverzeichnis	LVIII
9.	Anhänge.....	LXII

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 - Wochenmarktgruppe	2
Abbildung 2 - Umfrage: Alter	11
Abbildung 3 - Umfrage: Wohnort	11
Abbildung 4 - Vorplatz Bahnhof Mirke	14
Abbildung 5 - Platz hinter dem Bahnhof	15
Abbildung 6 - Aufmaß Bahnhof Mirke	19
Abbildung 7 - Aufmaß Bahnhof Mirke mit Marktständen	20
Abbildung 8 - Nordstadt.....	20
Abbildung 9 - Trasse	21
Abbildung 10 - Foto Moltkemarkt 1	27
Abbildung 11 - Foto Moltkemarkt 2.....	27
Abbildung 12 - Wochenmärkte in Wuppertal.....	28
Abbildung 13 - Einkaufsmöglichkeiten im Umfeld	29
Abbildung 14 - Umfrage: Einkaufssituation	31
Abbildung 15 - Umfrage: Wochentag.....	32
Abbildung 16 - Umfrage: Produkte.....	32
Abbildung 17 - Stadtgarten in Berlin	43
Abbildung 18 - Stadtgarten am Bahnhof Mirke	44
Abbildung 19 - Plan Stadtgarten am Bahnhof Mirke	44
Abbildung 20 - Gelände entlang der Nordbahntrasse	LXIX

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 - Aufgaben- und Zeitplan.....	7
Tabelle 2 - Themenplan.....	8
Tabelle 3 - Übersicht Verkehrsanbindung Bahnhof Mirke	22
Tabelle 4 - Beispiele für besondere Märkte	25
Tabelle 5 - Umfrage: Siegel.....	31
Tabelle 6 - Erträge.....	48
Tabelle 7 - Aufwand	49

1. Einleitung

Wochenmarkt, der: „regelmäßig an einem oder mehreren Wochentagen stattfindender Markt (besonders für Gemüse, Obst, Geflügel, Blumen)“ – Folgt man zunächst einmal der Definition des Duden, scheint der Begriff nicht sonderlich komplex zu sein. Irgendwie hat doch jeder eine Vorstellung davon, was genau ein Wochenmarkt ist. So ziemlich jeder hat schon mal einen Markt besucht, kennt einen bei sich um die Ecke oder weiß zumindest von seinen Eltern und Großeltern, dass sie dort regelmäßig Obst und Gemüse eingekauft haben. Es scheint sich also um eine Einkaufsmöglichkeit zu handeln, die allen bekannt, aber längst nicht von allen genutzt wird. Außerdem scheinen oft auch Ort und Zeit eines Marktes nicht jedem bekannt zu sein. Unter der Prämisse, selbst einen Wochenmarkt gründen und etablieren zu sollen, ergeben sich aus diesen Tatsachen einige elementare Fragen. Wo soll der Markt stattfinden? Wann soll der Markt stattfinden? Was soll auf dem Markt angeboten werden? Wer soll die Waren auf dem Markt anbieten und wer soll ihn betreiben?

Im Rahmen des Masterseminars „Geschäftsmodelle für Nachhaltigkeitstransformationen“ und basierend auf der Zusammenarbeit mit dem Verein Utopiastadt, hat sich unsere Projektgruppe der Aufgabe gestellt, einen Wochen- oder Monatsmarkt im kulturell vielfältigen Quartier, dem Bereich um den Bahnhof Mirke in Wuppertal, zu schaffen. Dabei soll der Standortvorteil, des an der neu eröffneten Wuppertaler Nordbahntrasse gelegenen Bahnhof Mirke, genutzt werden und wenn möglich auch Ansätze des Urban Gardenings und des Upcyclings berücksichtigt werden. Darüber hinaus sind auch Kooperationen mit anderen Wochenmärkten erwünscht. Ziel unseres Projektes ist es, den zukünftigen Betreibern des Marktes eine gezielte und detaillierte Handlungsempfehlung und ein Wochenmarktkonzept an die Hand zu geben.

Um das Potenzial eines solchen Wochenmarktes evaluieren zu können, bedarf es einer ausgiebigen Recherche. Maßgeblich sind dabei die Prüfung der rechtlichen Rahmenbedingungen sowie Umfeldanalysen, Best-Practice-Analysen, kundenorientierte Bedarfsanalysen, die Konzeptionierung des Warenangebots und organisatorische Aspekte.

Die Arbeitsgruppe, die Vorgehensweise und die zentralen Ergebnisse derer werden im Folgenden dargelegt. Weiterführende Informationen, Dokumentationen, Aufzeichnungen, Illustrationen sind in den jeweiligen Kapiteln und mit entsprechendem Verweis auch im Anhang zu finden.

2. Vorstellung der Gruppe



Abbildung 1 - Wochenmarktgruppe

von links: Nadine, Hannes, Nils, Wenke, Jeremie

Wir fünf, Hannes, Jeremie, Nadine, Nils und Wenke, sind die Gruppe „Wochenmarkt“. Vor dem inhaltlichen Teil der Arbeit möchten wir uns zunächst kurz vorstellen, unsere Motivation für das Projekt darlegen und aufzeigen, wer für welchen Themenbereich zuständig war.

Hannes

„Mein Name ist Hannes und ich studiere im ersten Semester des Masterstudiengangs „Sustainability Management“ an der Bergischen Universität in Wuppertal (BUW).

Ich habe mich für das Masterseminar „Geschäftsmodelle für Nachhaltigkeitstransformation“ aus unterschiedlichen Gründen entschieden. Zwar ist dieses Seminar einem Pflichtmodul des Studiengangs zugeordnet, dies war allerdings für meine Entscheidung unerheblich. Vielmehr wollte ich unmittelbar zu Studienbeginn einen praxisorientierten Einblick in ein nachhaltiges Projekt haben, um hieraus sowohl Inspiration als auch Motivation für den weiteren Studienverlauf zu beziehen. Darüber hinaus gefiel mir die Vorstellung, direkt mit dem Wuppertal Institut zusammen arbeiten zu können, eigene Ideen und Konzepte mit einzubringen und diese direkt innerhalb einer Gruppe diskutieren zu können.

Konkret für die Gruppe Wochenmarkt habe ich mich entschieden, da mir dieses Projekt sowohl am praxisnahesten, als auch am vielfältigsten erschien. Für mich war es wichtig, ein Projekt zu wählen, das eindeutig den Nachhaltigkeitsgedanken beinhaltet, und auch innerhalb der gegebenen zeitlichen Vorgaben zu konkreten Ergebnissen führen kann.

Innerhalb der Gruppe war ich in erster Linie dafür zuständig, unsere Vorstellungen eines Wochenmarktes mit den rechtlichen Vorgaben in Einklang zu bringen. Dabei ging es darum herauszufinden, was für Arten von Produkten angeboten werden dürfen, wie die Öffnungszeiten des Marktes gestaltet werden können, was es für Sicherheitsvorschriften gibt und welche Genehmigungen wir von der Stadt Wuppertal benötigen.“

Jeremie

„Ich bin Jeremie und habe in diesem Semester mit dem Masterstudium, Studiengang „Sustainability Management“, begonnen.

Für meine persönliche Motivation, an diesem Seminar teilzunehmen, war der Praxisbezug ausschlaggebend. Durch die Kooperation der BUW mit dem Wuppertal Institut und der Zusammenarbeit mit Utopiastadt bietet sich die Möglichkeit neben dem theoretischen (Uni-) Wissen auch praktische Erfahrungen in Bezug auf Nachhaltigkeit, insbesondere zur nachhaltigen Entwicklung zu sammeln.

Innerhalb des Seminars habe ich mich dann für das Projekt „Wochenmarkt“ aufgrund des Einbezugs des „Urban Gardening“ entschieden. Da die Ernährung inkl. Produktion und Lieferung der Lebensmittel einen großen Einfluss auf die ökologische Umwelt aufweist, weshalb ich unter anderem auf tierische Produkte verzichte und versuche auf regional produzierte Produkte zu achten, ist ein nachhaltiger Wochenmarkt mit regionalen Lebensmitteln ein wesentlicher Transformationsschritt zu einer nachhaltigen Entwicklung.

Innerhalb der Gruppe war ich für den Themenblock „Hintergründe und Theorien“ verantwortlich. Dazu zählten die Hintergründe des Viertels sowie der Trasse. Daneben habe ich mich damit auseinandergesetzt inwieweit Wochenmärkte nachhaltig sind bzw. „unser“ Wochenmarkt nachhaltig gestaltet werden kann. Des Weiteren habe ich untersucht inwieweit das Businessmodel „Canvas“ auf unser Projekt angewendet werden kann und welche Aspekte bei der Umfeldanalyse von Bedeutung sind.“

Nadine

„Ich bin Nadine. Ich bin Masterstudentin im ersten Semester des Studiengangs „Sustainability Management“ an der Bergischen Universität Wuppertal.

Ich habe mich für das Seminar „Geschäftsmodelle für Nachhaltigkeitstransformation“ aus verschiedenen Gründen entschieden. Zunächst gibt es den rein neutralen Grund, dass dieses Seminar einem von mir belegten Modul zugeordnet ist. Meine persönliche Motivation besteht zum einen darin, neben der üblichen theoretischen Ausarbeitung, praxisbezogen und anwendungsorientiert Konzepte zum Thema Nachhaltigkeit zu erarbeiten. Dies und sogar die potentielle Umsetzung ist durch die Kooperation mit Utopiastadt gewährleistet. Zum anderen habe ich das Seminar als Chance gesehen mehr über Wuppertal und seine Initiativen im Sinne der Nachhaltigkeit zu erfahren.

Speziell für das Wochenmarktprojekt habe ich mich entschieden, weil ich selbst Vegetarierin bin und auf eine gesunde Ernährung achte. Daher bin ich interessiert an Alternativen zu dem Einkaufen im Supermarkt sowie zu den klassischen Wochenmärkten, die dennoch das Budget eines Studenten nicht ausreizen. Außerdem hat mich die Idee des Projektes angesprochen, da auch die Einbindung des Quartiers sowie die Betrachtung des Urban Gardenings mit einfließen.

Mein Aufgabengebiet lag vor allem im Bereich Beschaffungsmarkt. Ich habe Kriterien für potentielle Anbieter definiert, diese dann identifiziert und kontaktiert. Dazu gehörten vor allem der Schriftverkehr aber auch Telefonate und Interviews. Des Weiteren habe ich mich mit dem Konzept sowie den Vor- und Nachteilen eines Wochenmarktes auseinander gesetzt.“

Nils

„Ich bin, wie meine Kommilitonen, im ersten Semester des Masterstudiengangs „Sustainability Management“ und habe mich für das Seminar „Geschäftsmodelle für Nachhaltigkeitstransformation“ entschieden, weil es meiner Ansicht nach mehrere besondere Anforderungsprofile erfüllt. Zunächst einmal fügt es sich, aus studentischer Sicht, wunderbar in meine Studienplanung ein, auch weil es dem Modul „Ökonomischer und institutioneller Wandel“, welches ich in diesem Semester besuche, zugeordnet ist.

Deutlich wichtiger sind jedoch die Zielausrichtung und die damit verbundene Interdisziplinarität des Seminars. Besonders die Kooperationen im Rahmen des Seminars tun sich dabei hervor. Zum einen gibt es die Kooperation mit dem Wuppertal Institut, in Form der Seminarleitung durch Prof. Dr. Schneidewind und seine Mitarbeiter und zum anderen die enge Zusammenarbeit mit Utopiastadt. Die Zusammenarbeit von uns Studenten mit verschiedenen Akteuren aus Wirtschaft, Kommunen und Vereinen erfordert eine andere Herangehensweise als im universitären Alltag. Interdisziplinarität und Umdenken sowie die konkrete und praktische Bewertung

und Bearbeitung eines handfesten Projekts machen den besonderen Reiz der Veranstaltung aus. Für das Projekt Wochenmarkt habe ich mich aus zweierlei Gründen entschieden. Zunächst einmal bin ich der Meinung, dass besonders der Aspekt der Nachhaltigkeit im Umgang mit Nahrung und Lebensmitteln einen besonderen Stellenwert hat. Der Wochenmarkt als Ort ökologisch nachhaltiger Ernährung kann, daran interessierten Leuten, den Zugang zu ausgewählten Produkten erleichtern und die Augen für ähnliche und andere Produkte öffnen. Darüber hinaus bietet ein Quartiersmarkt viele Chancen im sozialen Bereich, sprich zur aktiven Belegung des Viertels. Er könnte zum Ort des gegenseitigen Austausches und des Miteinanders und zugleich zur Plattform für einen bewussteren Umgang mit Lebensmitteln und ökologischen und regionalen Produkten werden.

Meine Aufgabe im Wochenmarktprojekt war es die Blogbeiträge zu koordinieren und Recherchen zur Umfeldanalyse anzustellen. Dabei wurden sowohl Best-Practice-Beispiele, andere erfolgreiche Wochenmarktprojekte, unter die Lupe genommen als auch die Konkurrenzsituation im Quartier analysiert.“

Wenke

„Mein Name ist Wenke und auch ich bin im ersten Semester des Studiengangs „Sustainability Management“. Ich habe mich für das Seminar „Geschäftsmodelle zur Nachhaltigkeitstransformation“ entschieden, weil ich mich neben der Nachhaltigkeitsthematik an sich auch für die dazugehörigen Wandlungsprozesse interessiere. Der Wandel zu einem nachhaltigeren Leben beginnt meist im Kleinen und in dem Seminar wollte ich Ansätze, Konzepte und Ideen für solche Prozesse speziell in Wuppertal kennen lernen.

Für das Projekt „Wochenmarkt“ habe ich mich entschieden, weil mit diesem Thema viele Bereiche angesprochen werden, die mich auch in meinem Privatleben häufig beschäftigen. Dazu gehört zum Beispiel der Einkauf von biologischen und regionalen Produkten, da ich mich selbst vegan ernähre und mich daher intensiv mit Lebensmitteln und ihrer Herkunft auseinandersetze, sowie die Förderung lokaler Initiativen wie dem Urban Gardening oder Foodsharing. Insbesondere interessierte mich, inwieweit die Produkte aus dem Urban Gardening und anderen Gemeinschaftsprojekten in die Konzeption eines Wochenmarktes eingebracht werden können. Meine Aufgabe bestand insofern darin, die Vereinbarkeit eines Wochenmarktes mit dem Urban Gardening und die Einbindung alternativer Produkte wie Sachspenden, die Utopiastadt erhält, oder Upcycling-Produkten zu prüfen, die den Wochenmarkt bereichern könnten. Auch Konzepte wie „Foodassembly“ wurden als mögliche Ergänzungen für den Markt von mir geprüft. Um zudem kleinere Anbieter in den Markt integrieren zu können, entstand die Idee eines Gemeinschaftsstandes, der über die Utopiastadt betrieben werden könnte.“

Obwohl wir alle unseren spezifischen Aufgabenbereichen nachgegangen sind, haben wir uns insbesondere zu Projektbeginn wöchentlich getroffen, unsere Fortschritte besprochen, gemeinsam Interviews ausgearbeitet, geführt und ausgewertet sowie Schlüsse gezogen. Außerdem haben wir Alternativen diskutiert und letztendlich die finalen Handlungsempfehlungen entwickelt, sodass die Ergebnisse der Wochenmarktgruppe ein Gemeinschaftswerk sind.

3. Zeit- und Arbeitsplan

Zu Beginn unserer Projektarbeit entwickelten wir einen Zeit- und Arbeitsplan. Der Zeitplan stellt den zeitlichen Ablauf unserer Aktivitäten, die Zuständigkeiten, die Ansprechpartner und den Fortschritt der Projektarbeit dar. Er wurde regelmäßig aktualisiert, sodass wir bereits erledigte sowie die noch ausstehenden Aufgaben visualisieren konnten. Der Themenplan ist eine thematische Aufteilung der Inhalte auf die einzelnen Gruppenmitglieder, die wir zum Teil gemeinsam aber auch individuell bearbeitet haben.

Da die Pläne zu Beginn des Projektes aufgestellt wurden, kam es in den einzelnen Themengebieten hinsichtlich der Schwerpunktsetzung und geplanten Terminen zu kleineren Verschiebungen. Bei den folgenden Abbildungen handelt es sich um Auszüge der deutlich umfangreicheren Excel-Versionen des Zeit- und Themenplans, welche im Anhang zu finden sind.

Aufgaben- und Zeitplan „Geschäftsmodelle für Nachhaltigkeitstransformationen“

Kalenderwoche	Datum	Aufgaben / Meilensteine	Verantwortliche
KW 46		Erste Recherche / Überblick	Alle
	13.11.	Gruppentreffen	Alle
	13.11.	Treffen Utopiastadt	Wenke/ Jeremie / Nadine
		Blogeintrag Gruppenvorstellung (1)	Nils
		Blogeintrag Erkenntnisse / Aufbau Utopiastadt (2)	Jeremie
KW 47		Terminabsprache mit Ansprechpartnern	Wenke
		Vorbereitung Interview Niklas Brandau (Wenke brieft Herr Brandau vorab)Vorbereitung Interview Nik	Wenke / Nadine
		Vorbereitung Interview Thomas Weyland	Hannes/ Jeremie / Nils
	17.11.	Projektvorstellung WI	Alle
	19.11.	Interview Niklas Brandau (Themenschwerpunkte: Urban-Gardening, Bioprodukte, Biohöfe in der	Wenke / Nadine
	20.11.	Interview Thomas Weyland (Themenschwerpunkte: Strukturen und Märkte, Quartiersentwicklung)Inte	Hannes/ Jeremie / Nils
	19.11.	Örtlichkeiten Bahnhof Mirke	Alle
		Blogeintrag Interview Niklas Brandau (3)	Nadine
		Blogeintrag Interview Thomas Weyland (4)	Hannes
	20.11.	Gruppentreffen	Alle
KW 48		Auswertung der Interviews	Alle
	27.11.	Konkretisierung	Alle
		Mögliche Teilnehmer kontaktieren (Bauern, Gastro, etc.)	Nadine
		Rechtliche Restriktionen als Rahmen	Hannes
		Blogeintrag Ausblick (5)	Wenke
	27.11.	Gruppentreffen	Alle
	29.11.	Needful things	Nadine
27.11.	Treffen Christian Hampe	Alle	
KW 49		Grobe Struktur Skizze Umfeld	Nils
		Auswertung möglicher Teilnehmer	Wenke / Nadine
		Literaturergebnisse	Jeremie
		Akteure und Interessensgruppen im Quartier ansprechen	Alle/ Kontakt Nadine
		Blogeintrag Thema Highlights mögliche Marktteilnehmer (6)	Nadine
		Blogeintrag Thema Highlights rechtlicher Rahmen (7)	Hannes
	05.12.	Blogeintrag Zusammenfassung Artikel Talwaerts	Hannes
	03.12.	Gruppentreffen	Alle
	04.12.	Wuppertal Institut	Alle
KW 50		Zusammentragen der Rechercheergebnisse	
		Konzeptionierung des Abgabeformats	Alle
		Weitere Ergebnisse der Interaktionsgruppen	v.a. Wenke / Nadine/ Nils
	12.12.	Blogeintrag Zusammenfassung Artikel Talwaerts	Nadine
		Blogeintrag Highlights Hintergründe / Theorien (8)	Jeremie
11.12.	Gruppentreffen	Alle	
KW 51		Vorläufige Ergebnisse	Alle
		Beantwortung der Allgemeinen Fragen	Alle
		Vorbereitung Präsentation	Alle
		Blogeintrag Highlights Urban Gardening (9)	Wenke
		Blogeintrag Highlights Umfeldanalyse (10)	Nils
	19.11.	Besuch Ölbergmarkt und Moltkemarkt in Bochum	Alle
18.11.	Gruppentreffen	Alle	
KW52		Weihnachtsferien	
KW 1		Weihnachtsferien	
KW 2		Vorbereitung der Präsentation!!	
	08.01. + 1 Tag	Gruppentreffen	Alle
KW3	12.01.		
	13.01.	Präsentationen WI	Alle
KW4 bis KW13		Fertigstellung der Mappe/ Arbeit/ Projekt	
		Gruppentreffen nach Absprache	Alle
		ABGABE 01.04.2015	

Tabelle 1 - Aufgaben- und Zeitplan

Themenplan / Übersicht

Themenblöcke	Themeninhalte	Verantwortlicher
Voraussetzungen Rechtlich Bürokratisch Allgemein	Rechtliche Rahmenbedingungen und Anforderungen	Hannes
	Marktstruktur - Vorgaben Anzahl der Stände Standgrößen etc.	
	Bahnhof Mirke Lageplan Zugehörigkeiten Landverteilung	
	Mögliche Verhandlungsbasis mit Stadt Wuppertal	
	Anforderungen an Verkäufer Gewerbetreibende?	
	Gesundheitsbestimmungen	
	Kosten / Gebühren	
	Möglichkeiten und Rahmenbedingungen des Tauschhandels	
Hintergründe Theorie	Hintergründe des Viertels Entstehung Ethnostruktur	Jeremie
	Hintergründe Trasse Entstehung Einzugsgebiet	
	Integration Nachhaltigkeit	
	Canvas	
	Umfeldanalyse	
Ressourcen Betreiber	Urban Gardening Idee/Konzept Umsetzbarkeit für Wochenmarkt	Wenke und Nadine
	mögliche Betreiber Ansprechpartner Träger	
	Produktideen Lebensmittel Upcycling Spenden	
	Konzeptideen	
	Mögliche Teilnehmer	
Umfeldanalyse Zielgruppen	Einzugsgebiet Wuppertal Wochenmärkte Infrastruktur	Nils
	Quartier Infrastruktur Angebotsstruktur /Konkurrenz Supermärkte (Bio)	
	Mirker Bahnhof Trasse	
Allgemeines	Wo soll der Markt stattfinden?	Alle
	Wie häufig soll der Markt stattfinden?	
	Wie bindet man das Quartier mit ein?	
	Wie kommuniziert man das Konzept?	
	Handlungsempfehlungen	
	Ausblick	

Tabelle 2 - Themenplan

4. Datenquellen und -erfassung

Die vorliegende Ausarbeitung basiert auf verschiedenen Datenquellen, die im Folgenden vorgestellt werden sollen. Die untenstehende Auflistung soll eine generelle Übersicht der Datenerfassung bieten.

- Primärquellen
 - Interviews
 - Strukturiert
 - Frei
 - Schrift- oder Telefonkontakt
 - Strukturiert
 - Frei
 - Umfrage
- Sekundärquellen
 - Literaturrecherche
 - Online
 - Offline

Bezüglich der **Primärquellen**, also den Interviews, Telefonaten und Umfrage, ist zu erwähnen, dass diese persönlichen Kontaktaufnahmen, die für die Konzeptionierung des Wochenmarktes von uns genutzt wurden, in einer Kontaktübersicht festgehalten wurden. In der Übersicht sind alle Ansprechpartner, inklusive Kontaktdaten und in kurzer Form die Ergebnisse des Kontaktes für unsere Arbeit bezüglich des Wochenmarktes zu finden. Diese Übersicht kann bei einer möglichen Umsetzung des Projektes von Utopiastadt als Leitfaden genutzt werden und kann Doppelarbeit vermeiden.

Durch die Aufgabenstellung wurden zwei feste Ansprechpartner definiert. Diese waren Thomas Weyland (57), Berater und Experte zum Thema Stadt(teil)entwicklung, und Niklas Brandau, Gärtner und verantwortlicher Ansprechpartner des Utopiastadt-Gartens. Beide Ansprechpartner wurden anhand eines Interviewleitfadens (siehe Anhang 3) interviewt. Beide Interviews wurden auch digital aufgenommen. Niklas Brandau nannte einen weiteren Kontakt, um mögliche Anbieter auszuloten. Diese Ansprechpartnerin war Pinky (Gärtnerin in Essen; Ausbildung im Windrather Tal). Bei diesem Gespräch ging es um potentielle Anbieter aus der Region. Es wurde kein Interviewleitfaden verwendet sondern nur die Ergebnisse des Gesprächs verschriftlicht (siehe Anhang 5).

Durch Besuche auf Vergleichsmärkten entstanden Gespräche mit Anbietern oder Betreibern der Märkte, welche zum Teil wichtige Informationen lieferten, jedoch nicht vorher geplant und somit auch nicht strukturiert waren. Die im Nachhinein verschriftlichten Ergebnisse sind in der

Kontaktübersicht (siehe digitaler Anhang) festgehalten und werden in [Kapitel 5.3](#) weiter erläutert.

Potentielle Anbieter, die durch Hinweise aus den Interviews oder Onlinerecherche identifiziert wurden, wurden alle mit der gleichen, leicht an die Art des Anbieters angepassten Mail erstmalig kontaktiert (siehe Anhang 7). Der sich daraus ergebende Schriftverkehr war nicht mehr allgemein, sondern direkt an die jeweiligen Reaktionen angepasst.

Darüber hinaus waren Telefonate mit Akteuren aus dem Quartier, Ämtern und potentiellen Beschickern spontan und somit auch nicht strukturiert. Dennoch sind alle, sich daraus ergebenden, Informationen in der Kontaktübersicht zu finden.

Um einen Eindruck über die Stimmung im Quartier gegenüber einem Wochenmarkt zu erlangen und eine erfolgreiche Umsetzung abzuwägen, wurde eine **Umfrage** durchgeführt. Diese wurde mithilfe des Internettools „www.umfrageonline.com“ erstellt (vgl. Enuvo GmbH). Für die Erhebung der Umfragedaten wurden ausgedruckte Umfragebögen im Café Hutmacher sowie im Café ADA ausgeteilt. Es wurden 40 Bögen am 10.12.2014 abgegeben und davon 32 Stück am 18.12.2014 eingesammelt. Ebenso erfolgte eine Online-Umfrage durch eine ad-hoc-Stichprobe (Gelegenheitsstichprobe), um in kurzer Zeit einen relativ großen Stichprobenumfang zu erreichen (vgl. Bortz, J.; Döring, N. 2006, S.260f.). Ab dem 11.12.2014 konnte an der Umfrage teilgenommen werden. Der Umfrage-Link wurde auf der Facebook Seite des Café Hutmacher am 13.12.2014 veröffentlicht; am 31.12.2014 wurde die Online-Umfrage abgeschlossen. Insgesamt haben 372 Personen an der Umfrage teilgenommen, davon haben 365 Personen alle Fragen vollständig beantwortet. Bei der Auswertung aller Ergebnisse wurden nur die Antworten dieser 365 Teilnehmer berücksichtigt. Die Umfrage bestand aus neun Fragen (siehe Anhang 9), davon bezogen sich sechs Fragen auf das Thema Einkauf/Markt, zwei Fragen auf persönlichen Angaben und eine offene Frage für sonstige Anmerkungen. Bei den persönlichen Angaben wurden das Alter und der Wohnort abgefragt.

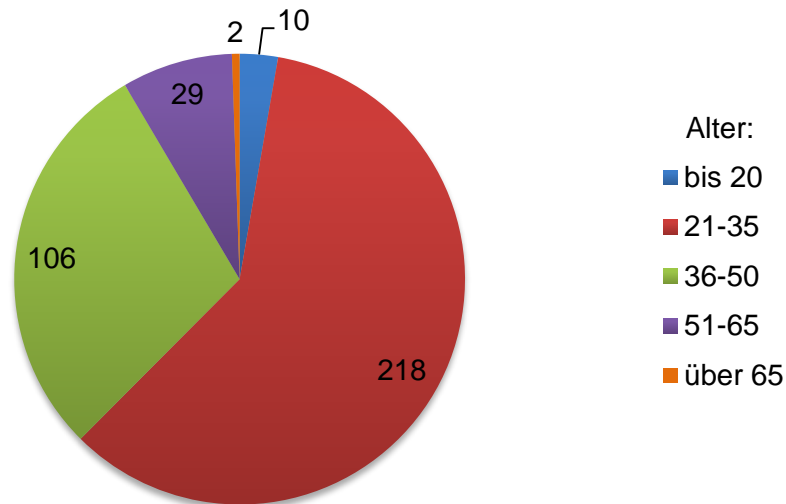


Abbildung 2 - Umfrage: Alter

Für das Alter wurden fünf Kategorien als Antwortmöglichkeiten vorgegeben. Diese waren: bis 20, 21-35, 36-50, 51-65 und über 65. Wie Abbildung 2 zeigt, waren 10 Teilnehmer unter 21 (2,7%), 218 Teilnehmer 21 bis 35 (59,7%), 106 Teilnehmer 36 bis 50 (29%), 29 Teilnehmer 51 bis 65 (7,9%) und 2 Teilnehmer über 65 (0,5%) Jahre alt.

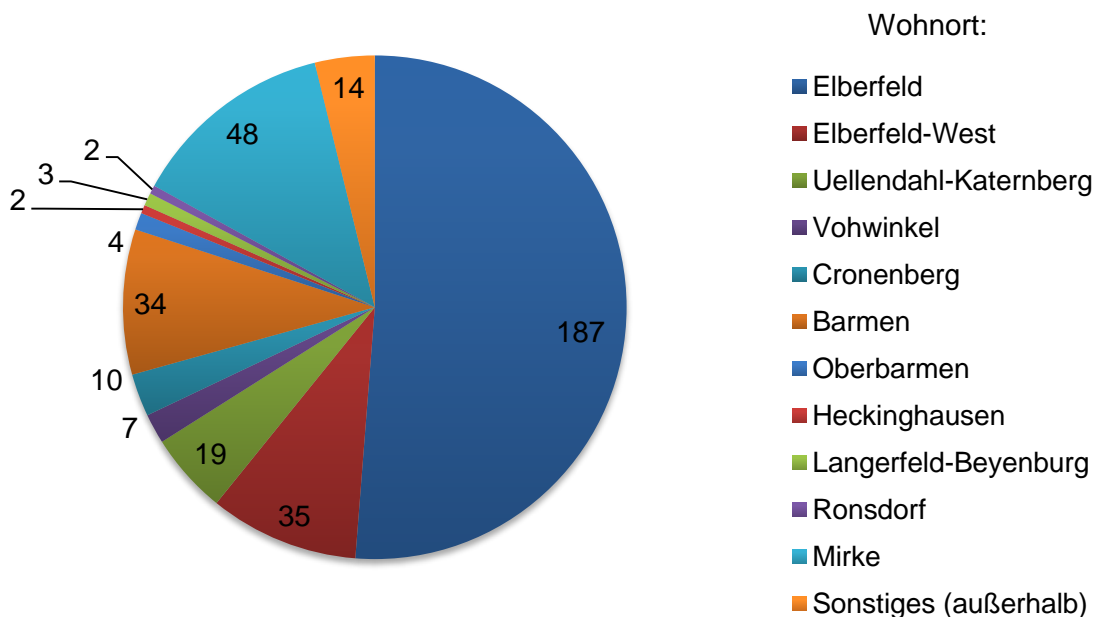


Abbildung 3 - Umfrage: Wohnort

Für den Wohnort wurden alle 10 Stadtbezirke der Stadt Wuppertal sowie „Mirke“ und „Sonstiges (außerhalb)“ als Antwortmöglichkeiten vorgegeben. Es gaben 48 Teilnehmer (13,2%) „Mirke“ und 14 Teilnehmer (3,8%) „Sonstiges (außerhalb)“ als Wohnort an. Über die Hälfte aller Teilnehmer (51,23%) wohnt in Elberfeld; dies ist das Stadtbezirk in welchem der Wochen-

markt stattfinden soll. Die weiteren 116 Teilnehmer verteilen sich auf die restlichen 9 Stadtbezirke; davon sind die größten Gruppen mit 35 Personen (9,59%) Elberfeld-West und 34 Personen (9,32%) Barmen, wie in Abbildung 3 zu sehen ist.

Auf die restlichen Umfrageergebnisse wird bei der jeweiligen Darstellung der Projektergebnisse verwiesen sowie eine Gesamtübersicht der Ergebnisse in [Kapitel 5.4](#) präsentiert.

Mögliche Anbieter sollten ursprünglich auch in einer Umfrage befragt werden. Diese Idee wurde jedoch verworfen, da jeder Anbieter zu individuelle Produkte und Angebote hat, um Informationen in einer standardisierten Umfrage abzufragen. Darüber hinaus haben sich die Informationen über mögliche Anbieter schrittweise ergeben, sodass die Umfrage kein ganzheitliches Bild geliefert hätte.

Neben diesen vielfältigen Primärquellen wurden **Sekundärquellen** (online und offline) verwendet, um die Hintergründe zu erforschen, die rechtlichen Voraussetzungen abzustecken und Anbieter zu finden.

Die Reflexion zur Datenerhebung (sowie des gesamten Vorgehens) sind in [Kapitel 7](#) zu finden.

5. Umfeldanalyse und Konzeptentwicklung

Für die Entwicklung eines Konzeptes für einen Wochen- bzw. Monatsmarkt am Bahnhof Mirke wurden verschiedene Aspekte von uns untersucht, welche im nun folgenden Kapitel 5 dargestellt werden.

Dazu gehört zunächst die Klärung der rechtlichen Rahmenbedingungen, um zu erfahren, welche Voraussetzungen erfüllt sein müssen, damit ein Wochenmarkt eröffnet werden kann.

Als nächstes gilt es, das nähere Umfeld des Bahnhofs Mirke, dessen Anbindung und den Standort für den Wochenmarkt zu untersuchen.

In [Kapitel 5.3](#) wird dann näher darauf eingegangen, wie sich die Konkurrenzsituation für einen potentiellen Markt darstellen würde. Außerdem werden unsere Rechercheergebnisse zu anderen Märkten aufgezeigt, die wesentlich waren für die Konzeption des Wochenmarktes am Bahnhof Mirke.

Über eine Umfrage konnten die Kundeninteressen in Bezug auf den Wochenmarkt näher untersucht werden. Die Ergebnisse zu der Umfrage finden sich in [Kapitel 5.4](#).

[Kapitel 5.5](#) befasst sich mit der Produktausgestaltung des Marktes. Hier geht es insbesondere um die Kriterien für die Produkte, die auf dem Markt angeboten werden sollen. Daran anschließend finden sich die Ergebnisse zu der Analyse potentieller Anbieter für den Markt. Es geht auch um die Frage, wie kleinere Anbieter eingebunden werden können, die keinen eigenen Stand betreiben können. Außerdem wurde untersucht, welche alternativen Konzepte es geben könnte, um ein Obst- und Gemüseangebot auf dem Markt sicherzustellen bzw. um die Produkte aus dem Urban Gardening in den Markt einzubinden.

Der nächste Teil des Kapitels befasst sich dann mit den organisatorischen Aspekten, wie beispielsweise den finanziellen Rahmenbedingungen, die für das Betreiben eines Marktes relevant sind.

Zum Schluss wird das Geschäftsmodell „Canvas“ eine visualisierte Übersicht als Zusammenfassung der gesamten Ausführungen in diesem Kapitel bieten.

5.1 Nichts geht gegen das Gesetz – Die rechtlichen Rahmenbedingungen

Zu Beginn des Projektes war es uns wichtig, nicht sofort mit utopischen Überlegungen in die Planungsphase zu gehen, sondern vorerst zu prüfen, was die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Eröffnung eines Marktes sind und inwieweit sie unsere Konzeption einschränken.

Bei einem ersten Brainstorming kamen Fragen zu Gebühren, Sicherheitsmaßnahmen sowie weiteren rechtlichen Vorgaben, wie beispielsweise die Anzahl notwendiger vorhandener Parkplätze und Hygienebestimmungen auf. Um diesen Ansatzpunkten nachzugehen, wurde der Kontakt mit dem Ordnungsamt, der Stadt Wuppertal und der Feuerwehr gesucht.

Im Folgenden werden die verschiedenen Themen und Fragen der rechtlichen Bestimmungen behandelt und unterschiedliche Lösungsansätze aufgrund der rechtlichen Vorgaben aufgestellt.

5.1.1 Öffentlicher oder privater Markt!?

Bei der Durchführung eines Marktes am Bahnhof Mirke stehen grundsätzlich zwei verschiedene Standortmöglichkeiten zur Verfügung. Hierbei geht es darum, ob die Fläche, auf der der Markt stattfinden soll, privat oder öffentlich ist.

Die Nutzung einer privaten Fläche hat den großen Vorteil im Gegensatz zu der öffentlichen, als dass für die Nutzung keine Sondernutzungserlaubnis erteilt werden muss. Darüber hinaus werden von der Stadt Wuppertal Gebühren für Gehwegaufsteller, Werbebanden oder Sitzgelegenheiten auferlegt, sobald eine Veranstaltung auf einer öffentlichen Fläche stattfindet. Diese Unterschiede sind relevant, wenn man die möglichen Standorte für einen Markt am Bahnhof Mirke betrachtet. Diese sind einerseits die Fläche vor dem Bahnhof Richtung Süden, andererseits die Fläche hinter dem Bahnhof, die direkt an die Trasse grenzt.

Für die von uns zuerst in Augenschein genommene – öffentliche – Fläche vor dem Mirker Bahnhof (siehe Abbildung 4) kommt erschwerend hinzu, dass diese noch nicht der Stadt Wuppertal gehört, sondern Aurelis. Es gibt aber die Planung, dass diese Fläche von der Stadt übernommen werden soll, wodurch sie Utopiastadt zur Verfügung gestellt werden könnte. Durch telefonische Auskunft der Stadt wurde uns mitgeteilt, dass aber erst in einigen Jahren möglich sei, für diese Fläche eine Sondernutzungserlaubnis zu bekommen.



Abbildung 4 - Vorplatz Bahnhof Mirke

<https://www.google.de/maps/place/Mirker+Bahnhof/@51.2667384,7.1448065,81m/data=!3m1!1e3!4m2!3m1!1s0x0:0x608c9d77396d8097>

Dementsprechend ergibt sich für uns lediglich die Möglichkeit, den Markt auf dem Grundstück des Mirker Bahnhofs, also auf der zur Trasse hingewandten Seite, abzuhalten (siehe Abbildung 5).



Abbildung 5 - Platz hinter dem Bahnhof

<https://www.google.de/maps/place/Mirker+Bahn->

[hof/@51.2667384,7.1448065,81m/data=!3m1!1e3!4m2!3m1!1s0x0:0x608c9d77396d8097](https://www.google.de/maps/place/Mirker+Bahn-hof/@51.2667384,7.1448065,81m/data=!3m1!1e3!4m2!3m1!1s0x0:0x608c9d77396d8097)

5.1.2 Marktfestsetzung

Als Veranstalter eines Marktes kann man durch die behördliche Festsetzung – eine Art Genehmigung des Marktes – einige Vorteile erwirken. Hierzu gehören:

- Der Besitz einer Reisegewerbekarte für die Anbieter wird überfällig
 - Im Regelfall darf ein Anbieter seinen Marktstand dort aufstellen, wo er möchte, solange er im Besitz einer Reisegewerbekarte ist. Ein Anbieter ohne ebendiese Karte wäre nur befugt, seinen Stand aufzustellen, wenn sich dieser auf der Fläche eines behördlich festgesetzten Marktes befindet.
- Das Einhalten der gesetzlich geregelten Ladenöffnungszeiten entfällt:
 - Ein festgesetzter Markt muss sich nicht mehr direkt an das Ladenöffnungszeitengesetz halten. Vielmehr gelten die Öffnungszeiten, die in der Festsetzung festgehalten wurden. Dennoch bleibt das Sonn- und Feiertagsgesetz unberührt, eine Durchführung an einem Sonntag ist demnach nicht möglich.

Alternativ kann man einen Markt auch ohne Festsetzung betreiben. Neben den sich ergebenden Nachteilen, gäbe es allerdings auch einige Vorteile, wie z.B. die entfallenden Kosten der Festsetzung (max. € 250,- einmalig) oder die freie Gestaltung der angebotenen Produktpalette. Da wir für den Wochenmarkt am Bahnhof Mirke einige kleine Anbieter sowie auch einen

Gemeinschaftsstand, der von Utopiastadt selbst betrieben wird, vorgesehen haben, ist es unwahrscheinlich, dass alle Anbieter im Besitz einer Reisegewerbekarte sind. Dementsprechend ist es durchaus sinnvoll, den Markt behördlich festsetzen zu lassen, was auch eine Ausweitung der Öffnungszeiten in den Sommermonaten (bis 22:00 Uhr) ermöglichen würde. Um eine behördliche Festsetzung zu bewirken, muss ein Antrag schriftlich bei der entsprechenden Behörde eingereicht werden.

Sobald ein Markt festgesetzt ist, muss dieser allerdings den Charakter einer bestimmten Form von Markt, wie im folgenden Kapitel aufgezeigt, einhalten.

5.1.3 Art des Marktes

Laut §66ff der Gewerbeordnung gibt es in Deutschland vier verschiedene Arten von Märkten. Diese müssen jeweils verschiedene Voraussetzungen erfüllen.

1. Der Großmarkt:

- Mindestens zwölf Anbieter
- Verkauf an Großhändler, gewerbliche Verbraucher oder Wiederverkäufer

Da sich der von uns konzipierte Markt an private Käufer richten soll, ist diese Form eines Marktes nicht geeignet.

2. Der Wochenmarkt:

- Vielzahl von Anbietern (im Regelfall mindestens zwölf)
- Regelmäßige, zeitlich begrenzte Veranstaltung
- Anbieten nur von bestimmten Waren, wie Lebensmittel, Produkte aus Land- und Forstwirtschaft, Produkte aus Obst- und Gartenbau sowie der Fischerei.

Ein Wochenmarkt würde sich als Charakter des Marktes schon sehr viel besser eignen, da sich hier der Verkauf an private Kunden richtet. Allerdings ist auf einem Wochenmarkt der Verkauf von Artikeln untersagt, die nicht dem §67 der Gewerbeordnung entsprechen, also keine Lebensmittel sind. Erlaubt ist der Verkauf von Lebensmitteln aller Art, was bei unserer Konzeption des Marktes quasi unabdingbar ist.

Eine weitere Restriktion ergibt sich aus der „Vielzahl von Anbietern“, die im Kommentar der Gewerbeordnung auf 12 Anbieter spezifiziert wird. Allerdings wurde uns in Rücksprache mit der Stadt Wuppertal versichert, dass es dennoch möglich sei, einen Wochenmarkt mit weniger Anbietern stattfinden zu lassen. Auch Gespräche mit Betreibern von anderen Wochenmärkten haben dies bestätigt.

3. Der Jahrmarkt:

- Vielzahl von Anbietern (im Regelfall mindestens zwölf)
- Regelmäßige, zeitlich begrenzte Veranstaltung
- Zeitliche Mindestabstände zwischen den einzelnen Veranstaltungen von mindestens vier Wochen
- Es dürfen Waren aller Art angeboten werden

Der Jahrmarkt bietet sich aufgrund der erlaubten Anbieterstruktur als mögliche Alternative zum Wochenmarkt an, da hier Waren aller Art angeboten werden dürfen. Problematisch ist allerdings, dass ein Jahrmarkt nur alle vier Wochen innerhalb eines Stadtteils stattfinden darf, was den Vorgaben des Projektes widersprechen würde.

4. Der Spezialmarkt:

- Vielzahl von Anbietern (im Regelfall mindestens zwölf)
- Regelmäßige, zeitlich begrenzte Veranstaltung
- Zeitliche Mindestabstände zwischen den einzelnen Veranstaltungen von mindestens vier Wochen
- Es dürfen nur bestimmte Waren angeboten werden. (Waren, die einer bestimmten stofflichen Gattung oder einem bestimmten Verwendungszweck zugewiesen werden können)

Für den Spezialmarkt gelten die gleichen Überlegungen wie für den Jahrmarkt. Erschwerend käme noch hinzu, dass ein Markt, auf dem Lebensmittel angeboten werden, nicht dem Charakter eines Spezialmarktes entspricht.

Nach genaueren Überlegungen wurde schnell klar, dass für uns nur der Wochenmarkt in Frage kommt. Nur diese Art Markt gibt uns die Möglichkeit, auch eine kleinere Anzahl von Anbietern aufzubieten, gleichzeitig aber Grundprodukte wie Obst und Gemüse bereitzustellen. Durch eine Festsetzung als Wochenmarkt wird allerdings auch klar, dass keinerlei Artikel angeboten werden dürfen, die nicht als Lebensmittel nach §67 der Gewerbeordnung gelten. Dies wäre allerdings in jedem Falle schwierig gewesen, da nur ein Markt ohne Festsetzung diese Möglichkeit gegeben hätte. Dann wiederum hätten die Anbieter dieser Artikel auch eine Reisegewerbekarte benötigt, was eher unwahrscheinlich wäre.

Die gesetzlichen Regelungen beschränken unsere gesamten Planungen also in dem Maße, als dass es nicht möglich sein wird, Upcyclingprodukte oder Sachspenden anzubieten. Des Weiteren ergibt sich aus den zeitlichen und örtlichen Begrenzungen, dass der Markt nicht an

einem Sonntag stattfinden kann, und das vereinseigene Gelände vor dem Bahnhof Mirke als Standort des Marktes dienen muss.

5.1.4 Sicherheitsvorschriften

In Rücksprache mit der Feuerwehr der Stadt Wuppertal erhielten wir noch einige Informationen über die Sicherheitsvorschriften, bzw. die Brandschutzmaßnahmen. So ist der Stand jedes Anbieters selbst für seinen Brandschutz verantwortlich. Stände mit Fritteusen oder Herden müssen selber über einen Feuerlöscher verfügen. Für den Veranstalter geht es in erster Linie darum, Durchfahrtmöglichkeiten für die Feuerwehr von mindestens 3,5 m Breite einzuräumen. Somit darf es keine durchgehende Reihe von Ständen geben, die die Zufahrt zum Bahnhofsgebäude verhindert.

5.2 Das Umfeld des Bahnhofs Mirke

Der Bahnhof Mirke wurde im September 1879 mit der Streckeneröffnung in Betrieb genommen (vgl. VOBA-Team). Nach der Stilllegung ist das Bahnhofsgebäude und das umliegende Gelände heute als „Utopiastadt“ zentrale Anlaufstelle für kreative Stadtentwicklung und ein Stadtlabor für Utopien (vgl. Stadt Wuppertal 2014b).

Mit Hilfe eines Plans des Bahnhofs Mirke wird im folgenden Kapitel überprüft, welche Stellflächen am Bahnhofsgebäude für den Markt, insbesondere für die Aufstellung der Marktstände geeignet wären. Außerdem wird das nähere Umfeld des Bahnhofs untersucht. Darunter fallen die Hintergründe des Viertels (Elberfelder Nordstadt) und der Trasse (Nordbahntrasse) sowie die Quartiers- und Verkehrsanbindung (regional und überregional), welche ebenfalls im folgenden Kapitel dargestellt werden. Diese Informationen dienen in Hinblick auf die weitere Konzeptionierung dazu, ein Verständnis über die Bewohner des Quartiers als potenzielle Kunden zu gewinnen und die Erreichbarkeit des Marktes zu prüfen.

5.2.1 Lageplan und Stellflächen

Die Veranstaltung eines Wochenmarktes am Bahnhof Mirke bedarf einiger Planung. Dazu gehört, neben vielen anderen Aspekten, die Untersuchung möglicher Stellplätze für die Marktstände im Bereich des Bahnhofs Mirke. Bei der dazu notwendigen Vermessung und Planung gilt es mehrere Bedingungen zu berücksichtigen. Wie in [Kapitel 5.1.1](#) dargestellt, sollte der Markt auf dem Gelände des Bahnhof Mirke stattfinden und nicht auf den öffentlichen Flächen rund um den Bahnhof. Von der Planung ausgenommen sind insofern sowohl die Trasse hinter dem Bahnhofsgebäude, die Trassenzufahrt neben dem Gebäude, als auch die Parkplätze und die Straße vor dem Bahnhofsgebäude.

Die Terrasse des Café Hutmacher steht ebenfalls nicht als möglicher Stellplatz zur Verfügung, da sie den Markt-, Trassen- und Cafébesuchern mit Tischen und Stühlen als Sitzgelegenheit zur Verfügung stehen soll.

Demnach ergeben sich rund um den Bahnhof Mirke lediglich zwei Möglichkeiten mehrere Marktwagen (ca. 5-6) in unmittelbarer Nähe zu platzieren. Zum einen auf der Rückseite des Gebäudes zwischen Fahrradschuppen und Utopiastadt-Garten. Zum anderen im Bereich der Auffahrt zum Bahnhof Mirke und des Trassenzugangs. Beide Stellflächen haben jedoch die Einschränkung, dass sowohl Grünanlagen und Gebüsch, als auch starke Steigungen im Bereich der Auffahrt, eine maximale Nutzung des Platzes und eine marktgerechte Positionierung der Wagen erschweren.

Ausgehend von einer Marktstandgröße von ca. 3x6 Metern und den am Bahnhof Mirke erhobenen Messungen, bliebe an beiden Stellflächen lediglich Platz für 5-6 Stände. Das Ebenen oder Umstrukturieren der Grünflächen könnte die Platzproblematik deutlich entspannen. Bei diesen Überlegungen handelt es sich selbstverständlich um Schätzungen. Letztendlich ist die Positionierung abhängig von den tatsächlichen Standgrößen der am Wochenmarkt teilnehmenden Händler. Alles in allem ist festzuhalten, dass die Platzsituation auf dem Gelände des Bahnhof Mirkes eine Herausforderung darstellt, sie aber zur Etablierung eines kleinen Wochenmarktes, gerade in der Anfangsphase, ausreichen sollte.

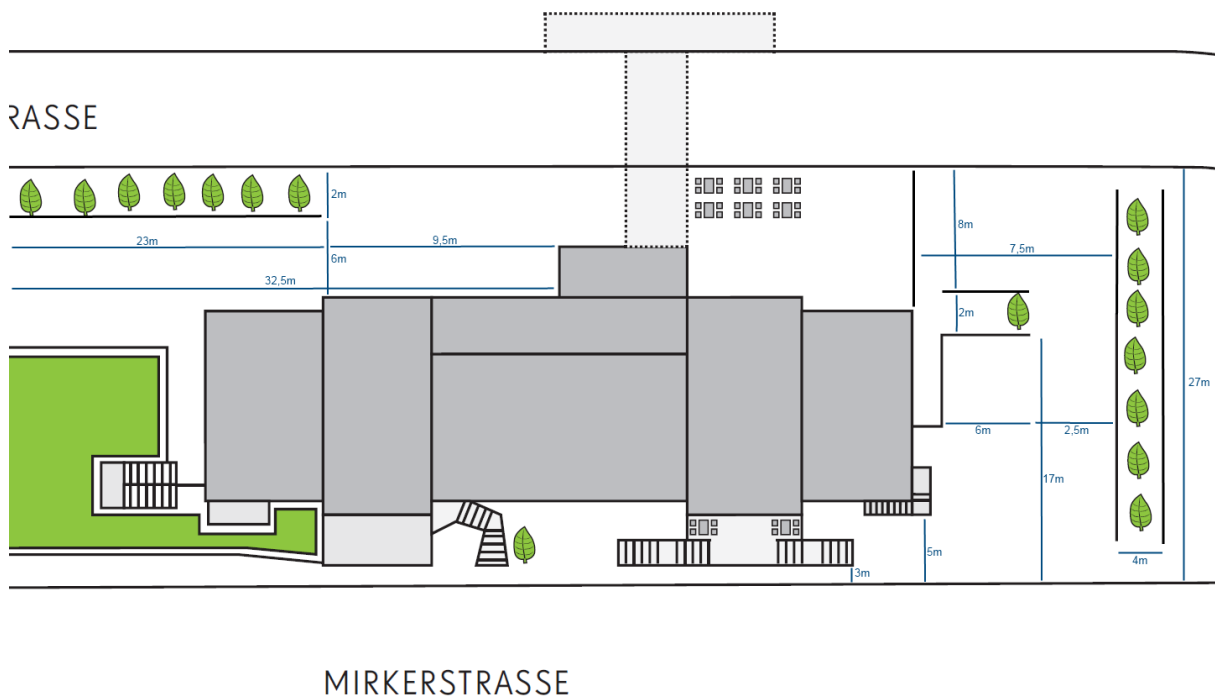


Abbildung 6 - Aufmaß Bahnhof Mirke

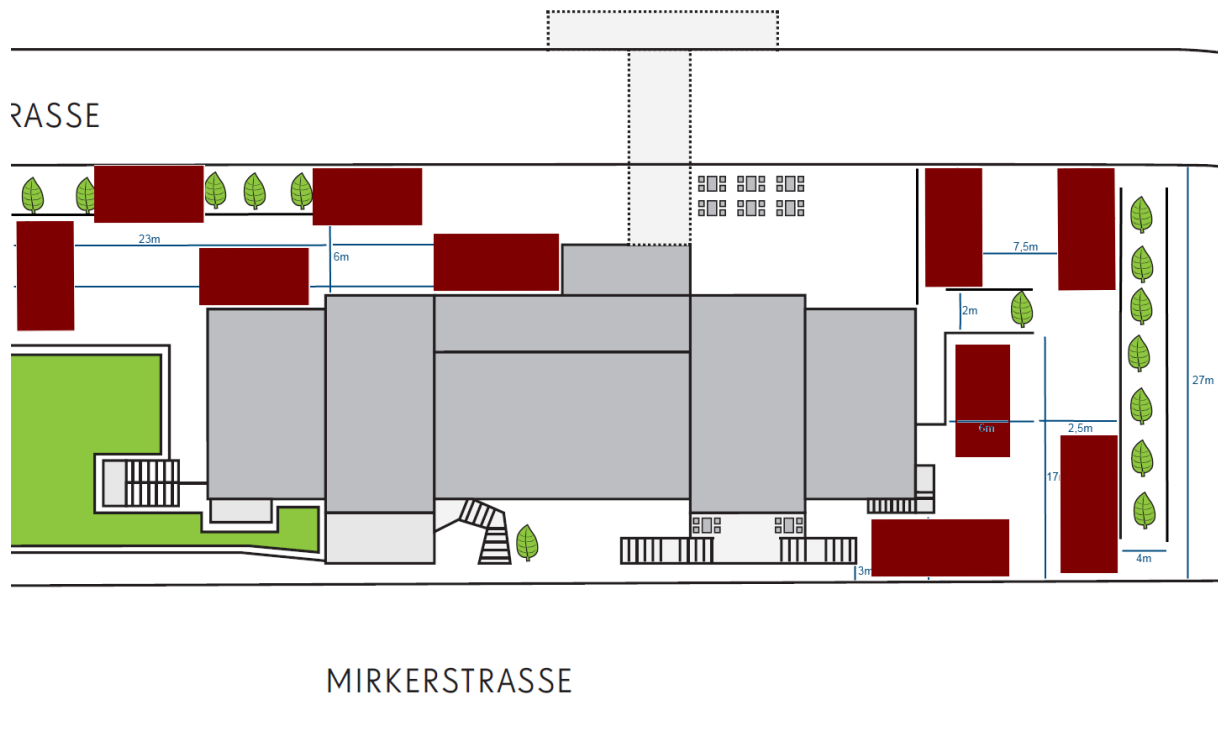


Abbildung 7 - Aufmaß Bahnhof Mirke mit Marktständen

5.2.2 Hintergründe des Viertels



Abbildung 8 - Nordstadt

<http://www.zeitspurensuche.de/05/05welbn1.htm>

Die Elberfelder Nordstadt ist das Stadtgebiet in Wuppertal, welches im Norden von der Nordbahntrasse, im Süden von der Luisenstraße, im Westen von der Briller Straße und im Osten von der Gathe umschlossen wird. Es entstand im Zuge der Industrialisierung ab der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts als ein neues Quartier für die vielen zugezogenen Arbeiter und Handwerker, die im Tal keine Wohnmöglichkeit mehr fanden (vgl. Mutz, M. A. 2009-2010; Klappert, A.-C. 2013).

Heute zeichnet sich die Nordstadt als ein Mischgebiet von Wohnen und Kleingewerbe aus und trägt das Image eines Künstlerviertels. Ebenso ist ein hoher Anteil an bürgerschaftlichen, kulturellen und ehrenamtlichen Projekten vorhanden, insbesondere im Mirker Quartier (z.B. Utopiastadt, Café ADA, Feuerwache, autonomes Zentrum, Hebebühne e.V. usw.) (vgl. Utopiastadt Verein; Hampe, C.).

Laut der Statistikstelle der Stadt leben in Wuppertal insgesamt 349.713 Personen, davon 100.860 Personen mit Migrationshintergrund - dies ist ein Anteil von 28,8%. In der Elberfelder Nordstadt leben 16.895 Personen und davon haben 7.523 Personen einen Migrationshintergrund - dies ist ein Anteil von 44,5% (Basisdaten zum 31.12.2009) (vgl. Statistikstelle der Stadt Wuppertal 2010).

In den vergangenen Jahren waren in Wuppertal wie in anderen Großstädten Tendenzen einer Kumulation von Gruppen mit einheitlichem ethnischen und kulturellen Hintergrund in einzelnen Stadtbezirken zu beobachten. Diese Bildung von „Parallelgesellschaften“ birgt die Gefahr sozialer Spannungen und der Entstehung sozialer Brennpunkte durch die Vermeidung anderer ethischer Gruppen (vgl. Wuppertalbewegung e.V. b). Um dies zu verhindern und damit den Aspekt der sozialen Nachhaltigkeit zu berücksichtigen, sollen alle Bevölkerungsgruppen des kulturell vielfältigen Quartiers sowohl als Anbieter als auch als Kunden auf dem Wochenmarkt integriert werden: Menschen mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen, aus allen sozialen Schichten und Stadtteilen sollen sich begegnen. So wurde beispielsweise die DITIB Gemeinde als möglicher Anbieter (siehe [Kapitel 5.6](#)) und auch bei der Kunden-Umfrage mit einbezogen.

5.2.3 Hintergründe der Trasse



Abbildung 9 - Trasse

<http://www.talradler.de/mit-dem-nordbahn-express-zur-trasseneroeffnung/>

Der Bahnhof Mirke als potentieller Standort für den Wochenmarkt liegt direkt an der Nordbahntrasse. Die Nordbahntrasse, gebaut ab 1873, wurde 1879 als "Rheinische Strecke" für die Verbindung von Dortmund-Hörde mit Düsseldorf durch die Rheinische Eisenbahngesellschaft in Betrieb genommen. Infolge des Ausbaus der Bergisch-Märkischen Strecke zur Haupteisenbahnstrecke durch das Tal verlor die Rheinische Strecke zunehmend an Bedeutung, was schließlich 1999 zur vollkommenen Stilllegung führte (vgl. Wuppertalbewegung e.V. a).

Von West nach Ost erstreckt sich die Nordbahntrasse über 22 Kilometer als durchgehende Verbindungsfunktion zwischen den Stadtteilen Vohwinkel, Uellendahl-Katernberg, Elberfeld, Barmen, Oberbarmen und Wichlinghausen quer durch das Wuppertaler Stadtgebiet und wird aus diesem Grund seit 2006 als Rad-, Spazier- und Freizeitweg genutzt; die offizielle Eröffnung fand am 19.12.2014 statt (vgl. Utopiastadt Verein; Stadt Wuppertal 2014a; Wuppertalbewegung e.V. a).

Für den Wochenmarkt bietet die direkte Lage an der Nordbahntrasse und die dadurch gute Anbindung zu den anderen Vierteln die Möglichkeit, diesen auf schnellem und ökologischem Weg zu erreichen. Zusätzlich können zufällig vorbeikommende Radfahrer, Spaziergänger, etc. als Marktbesucher gewonnen werden. Die Trasse und deren Anbindung sowie weitere Verkehrsanbindungen werden im nächsten Abschnitt näher erläutert.

5.2.4 Quartiers- und Verkehrsanbindung

Eine der Grundvoraussetzungen eines erfolgreichen Wochenmarktes ist seine Erreichbarkeit. Die Anbindung an den Bahnhof Mirke ist hinsichtlich mehrerer Verkehrsmittel zu überprüfen. Dazu zählen Fuß-, Rad-, ÖPNV- und Autoanbindungen. Auf dem Fußweg ist der Bahnhof Mirke aus den umliegenden Wohnbezirken, dem Mirker Quartier, der Nordstadt und der Innenstadt erreichbar. Selbst der Hauptbahnhof ist binnen 20 Minuten zu Fuß erreichbar. Reisende im ÖPNV können den Bahnhof Mirke über eine der umliegenden Bushaltestellen erreichen.

Haltestelle	Schleswiger Str.	Mirke Bahnhof	Wüstenhofer Str.	Wiesenstr.
Busse	607, 620, 625, 635, 645, E828, E875, E877, E878, NE3	620	620	620
Entfernung zu Fuß	4 Min. 350m	2 Min. 140m	5 Min. 400m	3 Min. 280m

Tabelle 3 - Übersicht Verkehrsanbindung Bahnhof Mirke

Mit dem Rad erreicht man dem Bahnhof Mirke über die, am 19.12.2014 eröffnete, Nordbahntrasse (siehe [Kapitel 5.2.3](#)). Autofahrern stehen am Bahnhofsgelände einige Parkplätze zur Verfügung. Die Autobahnauffahrt der A46 liegt lediglich 5 Autominuten und 1,8 km entfernt und ist damit eine hervorragende Anschlussmöglichkeit für potenzielle Marktbesucher mit weiterer Anreise.

Zusammenfassend kann man sagen, dass die Anbindungsmöglichkeiten eines Wochenmarktes am Bahnhof Mirke sehr gut sind. Besonders durch die im Dezember 2014 neu eröffnete Nordbahntrasse kann man sich, gerade während der Sommermonate, auf höhere Besucherzahlen einstellen. Zu Fuß jedoch ist der Markt lediglich aus den Wohngebieten südlich der A46 erreichbar, sodass nicht der gesamte Umkreis als potenzielle Kundschaft bezeichnet werden kann. Man muss berücksichtigen, dass der Bahnhof Mirke weniger einen zentralen Platz bzw. Treffpunkt im Herzen des Viertels darstellt, sondern vielmehr eine Sonderstellung auf der Anhöhe des Viertels, welches durch die Autobahn begrenzt wird, einnimmt. Es kann somit nicht der gesamte Umkreis als Einzugsgebiet bezeichnet werden. Dieser Nachteil kann jedoch durch die hervorragende Anbindung an die Nordbahntrasse ausgeglichen werden.

5.3 Was machen die Anderen?

Mal über den Tellerrand hinaus geschaut...

Nicht nur in Wuppertal sondern auch in anderen Teilen von Deutschland gibt es die Idee neue Wochenmärkte aufzubauen – ob konventionell oder außergewöhnlich. Im folgenden Kapitel werden Konzeptionen von Wochenmärkten in Wuppertal und anderen Städten sowie weitere Einkaufsmöglichkeiten rund um den Bahnhof Mirke aufgezeigt, um zum einen erfolgsversprechende Konzepte in unsere Planung einbeziehen zu können und um zum anderen die Konkurrenzsituation in Wuppertal zu analysieren.

5.3.1 Wochenmarktskonzepte

	Motivation	Vorgehen /Konzept	Quelle
Konzepte / Planung			
Mülheim a.d. Ruhr	<ul style="list-style-type: none"> • Bestandteil des städtischen Lebens • Wirtschaftsfaktor für die Kommune • Nahversorgung • Lebensqualität der Bürger 	<ul style="list-style-type: none"> • Durchführung durch Kommune oder privaten Anbieter • Entscheidung über Warenangebot • Betreiberstruktur • Professionelle Anbieter kontaktieren • Überprüfung des Standortes • Rahmenbedingungen Prüfen • Entscheidung über Ausgestaltung des Wochenmarktes • Einholen von Angeboten potentieller Anbieter 	Stadtverwaltung Mülheim an der Ruhr (2013)
Oberndorf	<ul style="list-style-type: none"> • Anreiz für Landwirte und Betriebe aus der Region • Ergänzung der Nahversorgung • Bewusstseinsstärkung • Regionale Identität 	<ul style="list-style-type: none"> • Kundenbefragung • Standortauswahl • Marktgröße • Auswahl der Anbieter • Erste Gespräche mit Anbietern • Kostenschätzung • Zeitplan 	LAG Flachgau – Nord (2012)
Bestehende Märkte			
	Motivation	Vorgehen /Konzept	Quelle
Village Market	<ul style="list-style-type: none"> • Wochenendausklang für Interessierte 	<ul style="list-style-type: none"> • Streetfood- Markt mit Musik • Sonntag 12 bis 22 Uhr • Eventcharakter • Essenstände von klassisch bis ausgefallen 	Hausherr, S.; Trippel, N.
Märkte in der Region			
	Motivation	Vorgehen /Konzept	Quelle

Moltkemarkt Bochum	<ul style="list-style-type: none"> • Neuauflage eines traditionellen Wochenmarktes • Ort zum Zusammenkommen 	<ul style="list-style-type: none"> • Angebot <ul style="list-style-type: none"> ○ Backwaren ○ Eier ○ Fleisch- und Wurstwaren ○ Obst und Gemüse ○ mediterrane Feinkost ○ Wein ○ gelegentlich teilnehmenden Händler • 16:00 bis 20:00 • „Feierabendmarkt“ 	Bochum Marketing Gmbh (2015); Persönlicher Besuch (2014)
Ölbergmarkt Wuppertal	<ul style="list-style-type: none"> • Quartiersbelebung • Lokale Einkaufsgelegenheit • Ort zum Zusammenkommen 	<ul style="list-style-type: none"> • Jeden zweiten Freitag 14 Uhr bis 18 Uhr • Angebot <ul style="list-style-type: none"> ○ Backwaren ○ Nudeln ○ Marmelade ○ Kartoffeln 	Persönlicher Besuch (2014)

Tabelle 4 - Beispiele für besondere Märkte eigene Darstellung in Anlehnung an die enthaltenen Quellen

In Tabelle 4 werden Bestrebungen für die Einführung eines Wochenmarktes in Mülheim an der Ruhr und Oberndorf und auch schon bestehende Märkte in Friedrichshain, Bochum und am Ölberg in Wuppertal dargestellt. Diese dienen uns als Anregungen für die Konzeptionierung des Marktes am Bahnhof Mirke.

Die Leipzig Charta zur nachhaltigen europäischen Stadtentwicklung beschreibt die Rolle eines Wochenmarktes als: „ein wichtiger Faktor für die Innenstadtentwicklung und ein Garant für die sichere, liebens- und lebenswerte Stadt der Zukunft.“ (zit. nach Leipzig Charta in: Stadtverwaltung Mülheim an der Ruhr 2013).

Demgegenüber stellt die Konzeptionierung des Wochenmarktes in Mülheim an der Ruhr klar heraus, dass trotz der vielen Vorteile, der Erfolg eines Wochenmarktes, aufgrund von sich ändernden Ess- und Konsumgewohnheiten, nicht garantiert ist. Daher sei es unabdingbar den Wochenmarkt attraktiv und außergewöhnlich zu gestalten (vgl. Stadtverwaltung Mülheim an der Ruhr 2013).

Dies zeigt auch das Beispiel des Ölbergmarktes. Der Ölbergmarkt wurde 2006 von unter anderem Thomas Weyland, den wir für ein persönliches Gespräch getroffen haben, ins Leben gerufen. Der Markt findet auch in der Elberfelder Nordstadt in Wuppertal, auf dem Otto-Böhne-Platz alle zwei Wochen statt. Der Markt wurde gegründet, um den Anwohnern eine nahegelegene Einkaufsstätte zu bieten und das Quartier zu beleben. Nach anfangs großer Nachfrage und einem Angebot von „Käse, Obst und Gemüse, frischem oder geräuchertem Fisch, Eier,

Wein sowie frisch gebackenes Brot aus dem Holzofen“ (Sander, Schrader & Stötter Nachrichten GmbH) besteht der Ölbergmarkt heute nur noch aus zwei Anbietern – einem Bäcker und einem Mischwarenanbieter – und die Besucherzahlen sinken. Insbesondere das Fehlen eines Obst- und Gemüseangebots mindert das Interesse der Kunden an dem Markt (vgl. Weyland, T. 2014). Daraus kann geschlossen werden, dass das Bestehen eines Marktes sich auf Dauer mit einer breiteren Produktpalette bewähren und den Kunden etwas Außergewöhnliches geboten werden muss.

Durch die Nähe des Ölbergmarktes zum Bahnhof Mirke und der Möglichkeit die noch bestehenden Anbieter auf dem Ölbergmarkt auch für den Markt am Bahnhof Mirke zu gewinnen, könnte der neue Markt am Bahnhof Mirke im 2-Wochen-Rhythmus, antizyklisch zu den Zeiten des Ölbergmarktes stattfinden.

Als Beispiel eines gut funktionierenden Marktkonzeptes haben wir den Moltkemarkt in Bochum besucht. Der Markt findet wöchentlich von 16-20 Uhr auf dem Springerplatz in Bochum, nahe dem Innenstadtbereich, statt. Wie sich bereits an den Uhrzeiten erkennen lässt, handelt es sich nicht um einen gewöhnlichen Wochenmarkt, sondern um einen Feierabendmarkt, der neben der Lebensmittelversorgung unter anderem zum vorabendlichen Zusammensein und -sitzen einlädt. Nachdem der Springerplatz ca. 1 Jahr lang umgebaut wurde, hat man den Moltkemarkt am 27. September 2013 wiedereröffnet. Der Markt am Springerplatz hatte bereits vor dem Umbau eine lange Tradition im Viertel, wurde aber wegen des schwindenden Erfolgs anderer Wochenmärkte in die Innenstadt verlegt. Auch wegen seiner hohen Akzeptanz und Bekanntheit im Viertel kann die Wiedereinführung auf dem umgebauten Platz im Jahre 2013 (vgl. Schulze P. 2014) als Erfolg verzeichnet werden. Zu den angebotenen Waren zählen Obst, Gemüse, Kartoffeln, Eier, mediterrane Feinkost, Wein, Fleisch- und Wurstwaren sowie Backwaren. Abgerundet wird das Ambiente des Feierabendmarktes durch diverse Sitzgelegenheiten, die zur geselligen Verköstigung der angebotenen Speisen und Weine einladen. Aus diesem Grund bieten die meisten Händler immer auch kleine Gerichte zum Verzehr vor Ort an – beispielsweise Käseplatten, Gebrilltes, Wein und mediterranes Häppchen.

Ein Gespräch mit einem der Betreiber des Marktes, dem Besitzer des direkt am Platz anliegenden Café Treibsand, hat ergeben, dass es gerade das Feierabendkonzept des neu aufgelegten Marktes ist, welches ihn von anderen Wochenmärkten unterscheidet. Der Reiz scheint in der Kombination aus Vergnügen und Praktikabilität zu liegen. Viele Leute, vor allem lebensältere Mitbürger, nutzen die nahe gelegene Einkaufsmöglichkeit. Andere wiederum kombinieren kleinere Einkäufe mit einem Snack, einem Getränk und einem netten Gespräch. Wiederum andere kommen lediglich um allwöchentlich in gewohntem Umfeld ins Wochenende zu starten. Darüber hinaus zieht der Markt, laut Betreiber, nicht nur Anwohner, sondern regelmäßig auch Gäste aus den umliegenden Städten an.

Die Best-Practice-Untersuchung des Moltkemarktes am Springerplatz in Bochum und das Gespräch mit einem der Betreiber haben zum einen bestätigt, dass die gegenwärtige Situation von Wochenmärkten als sehr schwierig zu beurteilen ist. Zum anderen zeigen Untersuchung und Gespräch aber auch, dass besonders das Konzept eines Feierabendmarktes großes Potenzial birgt um einen Wochenmarkt attraktiver zu machen und sich gegenüber möglicher Konkurrenz abzugrenzen.

Darüber hinaus wird beim Moltkemarkt das Café Treibsand mit einbezogen. Der Einbezug einer schon bestehenden Lokalität kann als Kundenanzugspunkt dienen und wäre auch am Bahnhof Mirke in Kooperation mit dem Café Hutmacher durchaus denkbar.



Abbildung 10 - Foto Moltkemarkt 1



Abbildung 11 - Foto Moltkemarkt 2 Bilder bei Besuch selbst erstellt

5.3.2 Wochenmärkte in Wuppertal

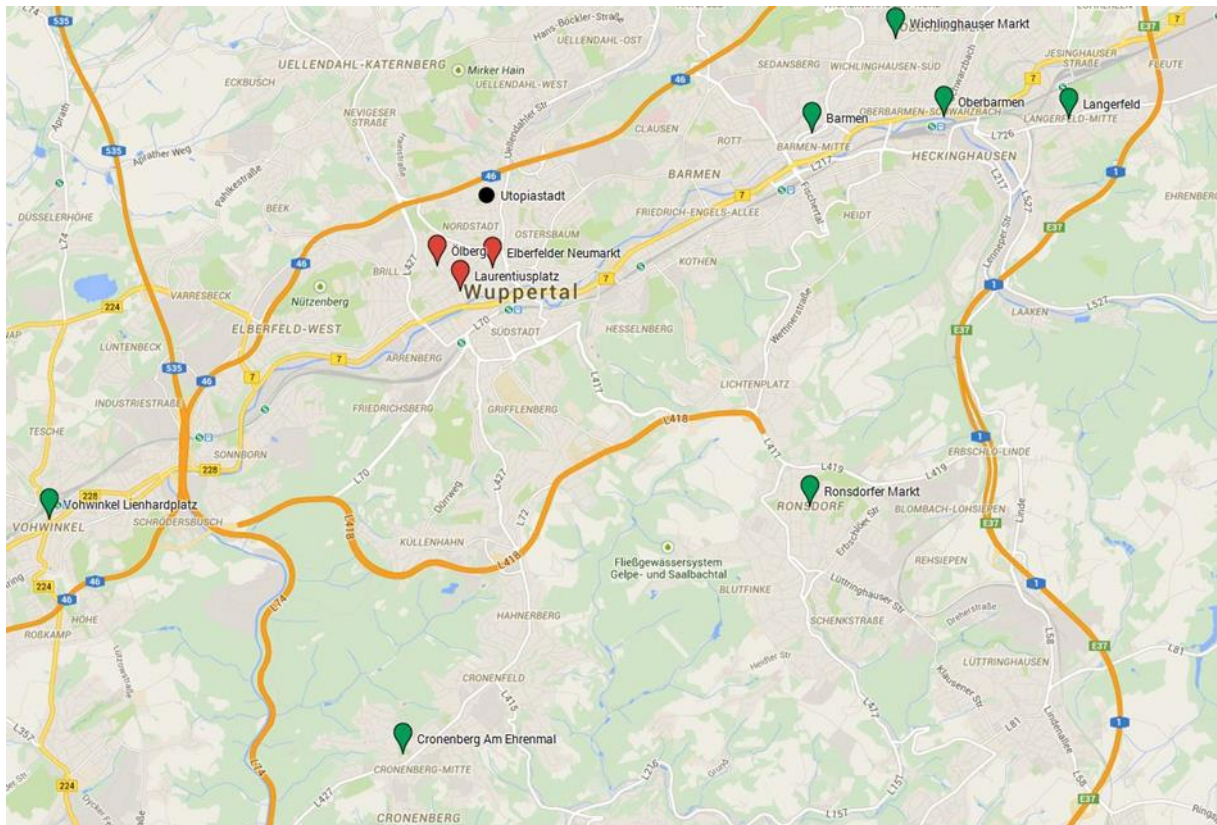


Abbildung 12 - Wochenmärkte in Wuppertal <https://www.google.com/maps/>

Wie Abbildung 12 zeigt, gibt es mit dem bereits erwähnten Ölberg-Markt derzeit insgesamt zehn stattfindende Wochenmärkte in Wuppertal. Diese befinden sich in Oberbarmen, Barmen, Langerfeld-Beyenburg, Heckinghausen, Ronsdorf, Cronenberg, Vohwinkel sowie drei Wochenmärkte in Elberfeld. Diese drei in der Abbildung rot markierten Märkte finden in einem Umkreis von 1,2 Kilometern zum Bahnhof Mirke statt. Dazu gehören der Ölberg-Markt, der Elberfelder Neumarkt und der Wochenmarkt am Laurentiusplatz. Der Wochenmarkt am Laurentiusplatz findet sowohl dienstags wie auch donnerstags von 7 bis 16 Uhr statt. Der Elberfelder Neumarkt findet von Montag bis Freitag von 7 bis 18 Uhr statt sowie samstags von 7 bis 16 Uhr. Der Ölbergmarkt wird, wie bereits geschrieben, alle zwei Wochen veranstaltet und zwar freitags von 14 bis 18 Uhr. Eine Liste aller Wochenmärkte incl. der Öffnungszeiten und jeweiligen Ansprechpartnern befindet sich im Anhang 9.

5.3.2 Einkaufsmöglichkeiten im Umfeld

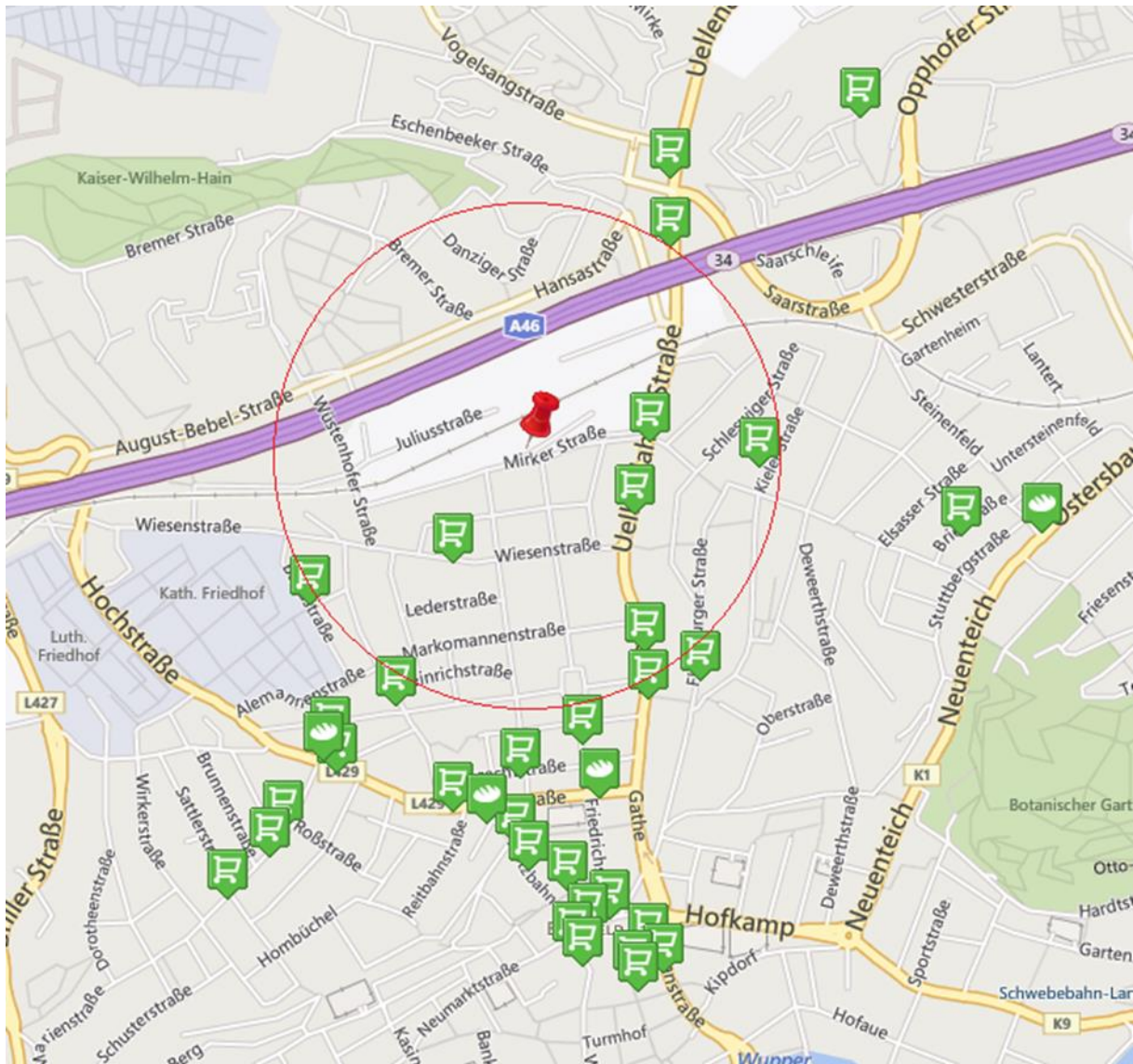


Abbildung 13 - Einkaufsmöglichkeiten im Umfeld

<http://www.bing.com/maps/?mkt=de-de>

Neben den Wochenmärkten in Wuppertal gibt es im Umfeld des Bahnhof Mirke weitere Einkaufsmöglichkeiten welche in der obigen Abbildung 13 dargestellt sind. Diese Substitute zum Wochenmarkt sind Supermärkte/Discounter (auch Bioläden), Bäckereien und Metzgereien. Der rote Kreis um Utopiastadt kennzeichnet einen Umkreis von 500 Metern. Wie in Abbildung 13 zu sehen ist gibt es also fünf Einkaufsmöglichkeiten innerhalb dieses Umkreises. Diese sind:

- Halk Market
 - ➔ Nahrungs- und Genussmittel
 - ➔ Obst und Gemüse
 - ➔ Getränke und Tabakwaren

- Aldi Nord
 - Lebensmittel
 - Obst, Gemüse, Backwaren
 - Artikel des täglichen Bedarfs
- Atlas Orientmarkt
 - Lebensmittel
 - Obst, Gemüse, Backwaren
- Naturkostladen Schulz
 - Biologische Nahrungsmittel
 - Naturkost
- Viva Asia
 - Nahrungs- und Genussmittel
 - Asiatische Lebensmittel

(vgl. Verband der Vereine Creditreform e.V.; ALDI Einkauf GmbH & Co. OHG; Eurip.com; YellowMap AG; Telegate AG)

Es lässt sich abschließend sagen, dass zwar eine gewisse Konkurrenz besteht, jedoch, bis auf den Naturkostladen, nicht dieselben Produkte angeboten werden (z.B. ökologische Nahrungsmittel). Da auf dem Markt kein Fleisch angeboten werden soll (siehe [Kapitel 5.5](#)), können Metzgereien als Konkurrenten ebenso vernachlässigt werden.

5.4 Was wünschen sich potenzielle Kunden? – Eine Umfrage

Wie bereits in [Kapitel 4](#) dargestellt, wollten wir auch ein näheres Verständnis über die Wünsche von potentiellen Kunden hinsichtlich eines Wochenmarktes erfragen, um so eine bedarfsgerechte Konzeptionierung vornehmen zu können. Im folgenden Kapitel werden die konkreteren Ergebnisse dargestellt.

Für die Präsentation der Ergebnisse dienen zum Teil Abbildungen zur besseren Veranschaulichung. Markante Werte werden dann in einem kurzen Text noch einmal aufgegriffen. Der Umfragebogen sowie alle Umfrageergebnisse incl. der Eintragungen in den Textfeldern der jeweiligen Fragen und den sonstigen Anmerkungen befinden sich im Anhang 10,11 und 12.

Frage 1: Wie ist Ihre derzeitige Einkaufssituation? (Mehrfachauswahl)

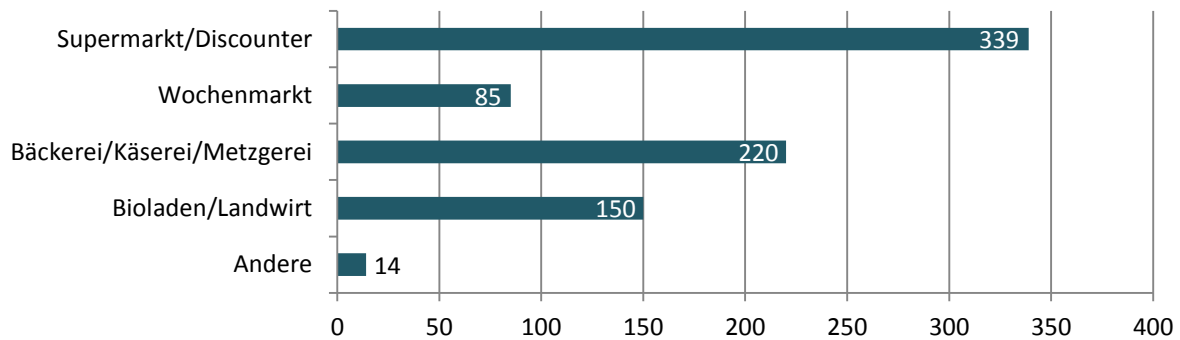


Abbildung 14 - Umfrage: Einkaufssituation

Wie Abbildung 14 zeigt, tätigen 339 Teilnehmer (92,9%) ihre Einkäufe im Supermarkt/Discounter. Knapp ein Viertel der Teilnehmer (23,3%) besucht bereits einen Wochenmarkt. In dem Zusatzfeld (Andere) wurden am Häufigsten „Bio-Kiste“ und „Foodsharing“ eingetragen.

Frage 2: Wie häufig kaufen Sie gezielt Produkte, die folgende Siegel haben?

	sehr häufig (1)		häufig (2)		(3)		selten (4)		sehr selten (5)		Ø
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	
Fairtrade	34	9,32	119	32,6	87	23,84	85	23,29	40	10,96	2,94
Regional	52	14,25	147	40,27	95	26,03	51	13,97	20	5,48	2,56
Bio	117	32,05	147	40,27	60	16,44	30	8,22	11	3,01	2,1

Tabelle 5 - Umfrage: Siegel

In Tabelle 5 lässt sich ablesen, wie oft Personen gezielt Produkte mit Fairtrade-, Regional- und Bio-Siegeln kaufen. Dabei konnten die Umfrageteilnehmer zwischen fünf Stufen entscheiden: von sehr häufig (1) bis sehr selten (5). Produkte mit Biosiegel werden gezielt im Durchschnitt häufig gekauft (Ø 2,1). Produkte mit einem Regional-Siegel häufig bis mittel-oft (Ø 2,56) und Produkte mit Fairtrade-Siegel eher mittel-oft (Ø 2,94) gezielt gekauft.

Frage 3: Wenn es einen Wochenmarkt am Bahnhof Mirke gäbe, wie oft würden Sie ihn besuchen?

144 Personen (39,5%) würden den Wochenmarkt wöchentlich besuchen, 120 Personen (32,9%) alle 2 Wochen und 73 Personen (20%) einmal im Monat. 7,7 Prozent der Teilnehmer würde den Wochenmarkt nicht besuchen. Dies liegt daran, dass der Markt meistens zu weit vom Wohnort entfernt ist oder auch kein Interesse an einem Marktbesuch besteht.

Frage 4: Welchen Tag würden Sie für den Marktbesuch bevorzugen? (Mehrfachauswahl)

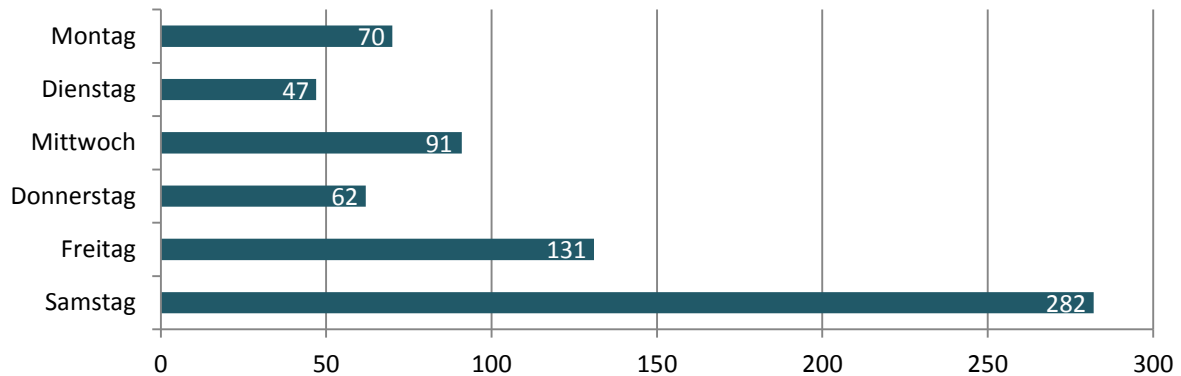


Abbildung 15 - Umfrage: Wochentag

Wie Abbildung 15 zeigt, wird von 282 Teilnehmern (77,3%) Samstag für einen Marktbesuch bevorzugt; an nächster Stelle folgt Freitag mit 35,9 Prozent.

Frage 5: Welche Produkte würden Sie auf dem Wochenmarkt kaufen? (Mehrfachauswahl)

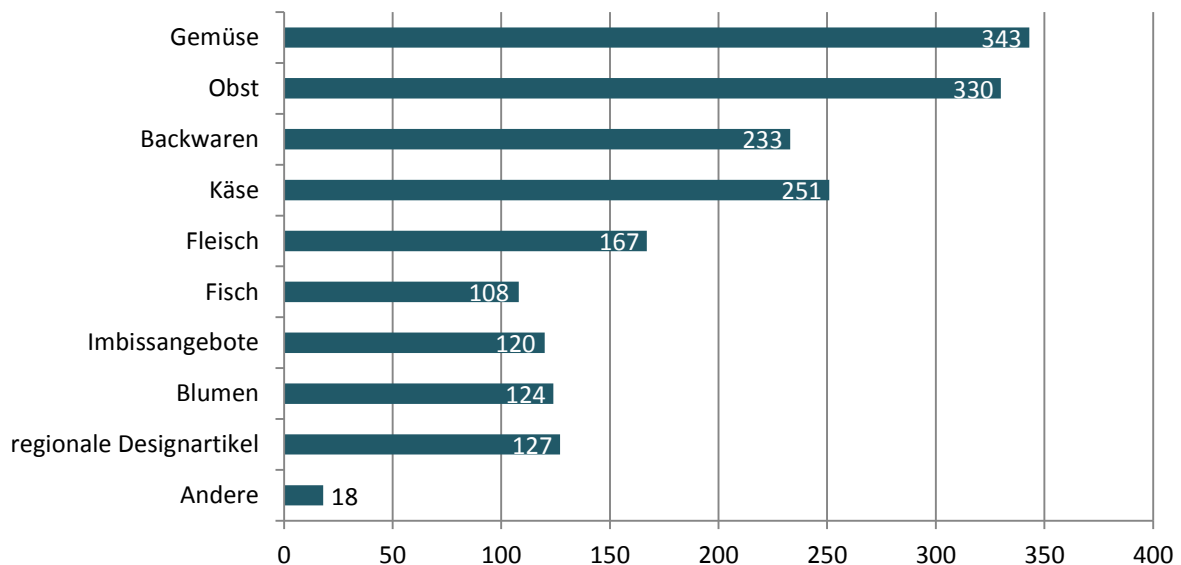


Abbildung 16 - Umfrage: Produkte

Wie in Abbildung 16 zu sehen ist würden Gemüse von 343 Personen (94%) und Obst von 330 Personen (90,4%) gekauft werden. Als Nächstes folgen Käse mit 68,8% und Backwaren mit 63,8% der Teilnehmer. Antworten aus dem Zusatzfeld (Andere) waren: Milch, Eier und diverse materielle Gegenstände (z.B. Bücher, Kerzen).

Frage 6: Welche Uhrzeit würden Sie für den Marktbesuch bevorzugen? (Mehrfachauswahl)

Bei dieser Frage wurden drei Kategorien als Antwortmöglichkeit vorgegeben: (1) 7 bis 12, (2) 12 bis 16 und (3) 16 bis 20 Uhr. Die Uhrzeit 12 bis 16 Uhr steht an erster Stelle mit 251 Teilnehmern (68,8%). An zweiter Stelle folgt 16 bis 20 Uhr mit 155 Teilnehmern (42,5%) und am wenigsten wird 7 bis 12 Uhr von 120 Teilnehmern (32,9%) bevorzugt.

Frage 9: Haben Sie sonstige Anmerkungen?

Es wurden insgesamt von 50 Personen sonstige Anmerkungen geäußert; einerseits Anmerkungen zum Fragebogen und andererseits zum Wochenmarkt.

Zum Teil wurden auf Punkte hingewiesen welche wir schon anfänglich ausgeschlossen hatten wie z.B. ein Wochenmarkt an einem Sonntag oder „Flohmarkt-Produkte“.

Das Feedback zur Idee eines Wochenmarktes am Bahnhof Mirke fiel sehr positiv aus. Oft wurde der Standort mit seiner guten Lage und Verkehrsanbindung angesprochen (wenig Auto-/Busabgase, Nähe zum Café Hutmacher, Nordbahntrasse). Außerdem würde der Markt das Stadtbild und die Lebensqualität aufwerten. Es wurde häufig darauf hingewiesen, dass die angebotenen Lebensmittel frisch, regional und bio sein sollten sowie faire und bezahlbare Preise für die Produkte gesetzt werden sollten.

Des Weiteren wurden interessante Anregungen geäußert wie z.B. der Bedarf eines ausreichend breiten Angebots sowie zusätzliche Angebote wie Wildkräuter aus der Umgebung, Musik und kulturelle Angebote, Plattformen für Aussteller, Info-Stände, Tauschbörsen, Aktionen für Kinder und Mitmach-Aktionen. Zusätzlich wurde eine Alternative zu Plastiktüten gewünscht, auf die (Verpackungs-)Müll-Problematik und ein eventuelles Parkplatzproblem hingewiesen. Es wurde außerdem angemerkt, dass es einen offenen Markt geben sollte auf dem man sich „mit wenig Aufwand mal danebenstellen kann“ oder Stände anmelden kann.

Die Ergebnisse der Umfrage wurden in verschiedenen Kapiteln mit einbezogen sowie bei der Ausgestaltung der Handlungsempfehlungen mit berücksichtigt. So wurden z.B. die Ergebnisse von Frage 5 (Produkte auf dem Wochenmarkt) in [Kapitel 5.6](#) (Mögliche Anbieter) aufgegriffen oder in [Kapitel 6](#) (Handlungsempfehlungen) die Ergebnisse der Fragen zu Häufigkeit, Tag und Uhrzeit in unseren Diskussionen mit eingeschlossen.

5.5 Produktauswahl und –Definition – was soll und kann denn eigentlich angeboten werden?

Ein regionaler Bio-Wochenmarkt – die Zeichen stehen gut!

Wie in der Projektbeschreibung angesprochen, soll die Einbindung von Produkten aus dem Urban Gardening, Upcycling-Artikeln und Sachspenden überprüft werden. Darüber hinaus hat

sich das Projektteam im Sinne der Nachhaltigkeit dazu entschieden sich auf regionale Lebensmittel, wenn möglich biologisch erzeugt, zu beschränken. Dies gibt dem Wochenmarkt eine individuelle Note, stärkt die Region und unterstützt den Nachhaltigkeitsgedanken.

Biologische Landwirtschaft hatte von zwei Jahrzehnten noch einen verschwindend geringen Anteil an der gesamten Landwirtschaft. Dieses Bild hat sich geändert. So wachsen die Anteile der landwirtschaftlichen Ökobetriebe und der Ökoanbaufläche stetig (vgl. Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft e. V. 2013, S.4f.). Auch der Umsatz in der Bio-Branche zeigt einen wachsenden Trend. Dazu ist Deutschland europäischer Vorreiter im Konsum ökologischer Lebensmittel (vgl. Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft e. V. 2013, S. 14-17, 20). Dennoch beziehen nur 2% der Bevölkerung ausschließlich Bio-Produkte. Der Großteil sind Gelegenheitskäufer (vgl. BÖLN 2013, S.12). Vor allem die Käufergruppe der unter 30-Jährigen verzeichnet einen wachsenden Bio-Konsum (vgl. BÖLN 2013, S.3).

Der wichtigste Grund Bio-Produkte zu beziehen ist die regionale Herkunft der Produkte. Diese Begründung wird mit steigendem Alter häufiger genannt (vgl. BÖLN 2013, S.4). Vor allem Obst- und Gemüsewaren werden bevorzugt in Bio-Qualität gekauft (vgl. BÖLN 2013, S.5). Obwohl die meisten Deutschen ihre Bio-Produkte im Supermarkt kaufen, kommt auch dem Wochenmarkt oder dem Kauf beim Erzeuger ein hoher Stellenwert zu. Das lässt darauf schließen, dass der Käufer Wert auf transparente Wertschöpfungsketten legt (vgl. BÖLN 2013, S.6). Nicht nur Bio-Qualität sondern auch die Regionalität erfreut sich wachsenden Zuspruchs. Mehr als 90% bevorzugen Lebensmittel aus der Region. Dieses Bedürfnis steigt mit dem Alter und dem Einkommen der Menschen. Diese sind auch bereit einen höheren Preis für regionale Produkte zu bezahlen (vgl. BÖLN 2013, S.10f.).

Die Erkenntnisse des Ökobarometers liefern auf gesamtdeutscher Ebene einen Einblick in das Kaufverhalten bezüglich Bio- und regionaler Produkte. Sie unterstützen die Idee eines Bio-Wochenmarktes und bestätigen sein Potential. Mit wachsender Nachfrage nach Bio-Produkten und der Nachvollziehbarkeit von Lieferketten, ist ein regionaler Bio-Wochenmarkt eine gute Alternative zu den konventionellen Einkaufsmöglichkeiten.

Das Produktsortiment sollte als Ankerprodukte auf jeden Fall eine Auswahl an Obst und Gemüse enthalten. Obst und Gemüse sind ein Muss für jeden erfolgreichen Wochenmarkt. Alle weiteren Produkte sind eine willkommene Ergänzung (vgl. Weyland, T. 2014).

Wo ist „regional“? Was bedeutet „Bio“? – Und warum der ganze Aufwand?

Regional = „eine bestimmte Region betreffend, zu ihr gehörend, auf sie beschränkt, für sie charakteristisch“ (Bibliographisches Institut GmbH 2013a). Spezifischer wird die Bayrische Landesanstalt für Landwirtschaft, wenn sie regionale Betriebe als „Kleinräumige Produktions-

, Verarbeitungs-, und Vertriebssysteme, deren Erzeugung und Produktion, Veredelung und Verbrauch in derselben abgegrenzten Region (Gebietskulisse) erfolgt“ (Bayrische Landesanstalt für Landwirtschaft 2010, S.11) definiert. Regional ist somit immer noch nicht quantifiziert definiert, dennoch werden die wichtigsten Punkte herausgestellt:

- Alle Wertschöpfungsschritte in einem Gebiet
- Kleinräumig.

Regionale Lebensmittel stehen für Transparenz und Nachvollziehbarkeit. Die Erzeuger sind in der Region ansässig und könnten sogar bei Bedarf besichtigt werden. Wochenmärkte bieten den Vorteil, dass man direkt am Stand nachfragen kann, woher die Produkte stammen und wie sie erzeugt wurden. Das stärkt im Zeitalter der Globalisierung, internationalen, undurchsichtigen Lieferketten und Lebensmittelskandalen das Vertrauen der Konsumenten. Darüber hinaus sind die Lieferwege kurz, die Lebensmittel frischer, regionale Betriebe werden unterstützt, Arbeitsplätze geschaffen und die Kulturlandschaft wird aufrechterhalten. So kann man klimaschonend einkaufen und die Region fördern (vgl. Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen 2013; Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen; ENTEGA GmbH & Co. KG).

Doch regional ist nicht gleich „Bio“. Ein Bioprodukt ist ein „Produkt, besonders Nahrungsmittel, das aus biologisch-natürlicher Landwirtschaft stammt und nicht mit künstlichen Mitteln behandelt oder gentechnisch verändert wird“ (Bibliographisches Institut GmbH 2013b). Diese Definition fasst prägnant die Vielzahl von Bestimmungen in der Verordnung (EG) Nr. 834/2007 der Europäischen Union zusammen. „Bio“ ist auch ein Siegel, das die ökologische Erzeugung und die Vermarktung von Naturerzeugnissen gemäß der Verordnung garantiert (vgl. foodlexicon.org). Der biologische Anbau bringt einige Vorteile für die Umwelt und Gesellschaft mit sich. So wird dem Verbraucher Sicherheit und Transparenz sowie natürlicher Geschmack geboten, art-/ naturgerecht, klimafreundlich und gentechnikfrei produziert und es werden Arbeitsplätze durch die intensiven Bewirtschaftungsmethoden geschaffen (vgl. BioGreno Naturkost).

Regionale Bio-Produkte sind die perfekte Kombination, so ist die nachhaltige Anbauweise gesichert und kurze Transportwege gewährleistet. Denn wer Bio-Produkte aus entfernten Regionen bezieht, konsumiert unter Umständen nicht mehr klimaschonend aufgrund der langen Transportwege (vgl. ENTEGA GmbH & Co. KG).

Nicht zu verwechseln sind regionale Lebensmittel mit regionalen Spezialitäten. Regionale Spezialitäten werden außerhalb ihrer Region vermarktet und haben lediglich einen traditionellen Bezug auf die Region oder eine bestimmte Rezeptur (vgl. Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen 2013).

Zusammengefasst erfüllen regionale Bio-Produkte gewisse Gütekriterien und tragen mit ihren Eigenschaften maßgeblich zu nachhaltiger Erzeugung und Konsum bei. Sie stehen somit im Fokus der Recherche nach Lieferanten/Anbietern für einen Wochenmarkt am Bahnhof Mirke.

5.6 Mögliche Anbieter für einen Wochenmarkt am Bahnhof Mirke

Wie in [Kapitel 4](#) dargestellt, sind die potentiellen Anbieter direkt kontaktiert worden. Da sich auf regionale und wenn möglich Bio-Produkte fokussiert werden soll, was auch unsere Umfrage bestätigt hat, wurde auch auf die Anbieter das Augenmerk gelegt, die diese Anforderungen erfüllen. Außerdem wurden die Anbieter des Ölbergmarktes angefragt, da sich hier eine Kooperation anbieten würde.

Folgende Produkte kamen bei der Recherche nach möglichen Produkten bzw. Anbietern in Frage und wurden näher von uns untersucht:

- Obst und Gemüse
- Honig
- Käse, sonstige Milchprodukte, Eier
- Backwaren
- Fleisch
- Fisch
- Lokale Spezialitäten, andere zubereitete Speisen und Getränke
- Upcycling-Produkte und Sachspenden.

Anhand der Rückmeldungen der potentiellen Anbieter, wird die Anbietersituation im Folgenden steckbriefartig dargestellt. Hier werden die Anbieter nach Angebot gelistet. Für Produkte, bei denen wir keine konkreten Anbieter ausmachen konnten, werden im Folgenden die entsprechenden Informationen unserer Recherche aufgezeigt.

Die nachfolgende Übersicht über mögliche Anbieter des Wochenmarktes basiert auf dem persönlichen Kontakt mit diesen (siehe Kontaktformular) und den Ergebnissen der Umfrage – beides kann im Anhang eingesehen werden. Darüber hinaus wurde der Einkaufsführer Mettmann (2013) zu Rate gezogen.

Obst und Gemüse

Bioland Gärtnerei Ischebeck

- Obst, Gemüse, Kräuter
- Bio Qualität und alte Sorten

Die Biolandgärtnerei Ischebeck ist ansässig in Haan (Mitglieder der Solawi) und interessiert an der Beschickung des Wochenmarktes. Jedoch fehlt Ihnen die Kapazität selbst zu verkaufen. Da sie auch in andere Wochenmärkte eingebunden sind müsste die Ware in Haan abgeholt werden.

Helmut Burggräfe

- Kartoffeln, Nudeln, Marmelade, Eier
- konventionell

Herr Burggräfe aus Sprockhövel ist Anbieter auf dem Ölbergmarkt und sehr interessiert daran, auch den Wochenmarkt am Bahnhof zu beliefern. Leider bietet er keine Öko-Produkte an. Er ist ausgestattet mit einem Anhänger als Verkaufsfläche.

Höfe des „Windrather Tals“

- Obst und Gemüse
- Bio bis Demeter Qualität
- Zusammenschluss von 6 Höfen

Die Höfe im Windrather Tal (zwischen Wuppertal und dem Ruhrgebiet) beschicken zum Teil Märkte, vertreiben Biokisten oder besitzen einen Hofladen. Die einzelnen Höfe sind sehr klein. Dennoch besteht Interesse und die Möglichkeit eines „Windrather Tal Standes“ wird geprüft.

Bergisch Pur

- Obst und Gemüse
- Tierische Erzeugnisse
- Aufstriche und Getränke
- Zusammenschluss von 55 Höfen

Bergisch Pur, ansässig im Bergischen Land, besteht nicht ausschließlich aus Biobetrieben, produziert jedoch nach eigen gesetzten Richtlinien wie „naturnahe und artgerechte Landwirtschaft“ sowie „naturschutzorientierte Bewirtschaftung der Flächen“. Hier wird die Verfügbarkeit intern abgefragt – es besteht jedoch generelles Interesse.

Hof Sondern Naturkost

- Obst und Gemüse
- Tierische Erzeugnisse
- Aufstriche und Getränke
- Backwaren und Kosmetika

Hof Sondern in Wuppertal-Beyenburg ist ein Biomarkt mit einem breiten Sortiment. Leider fehlen die Kapazitäten um einen Stand zu führen. Hof Sondern Naturkost ist an einem Gemeinschaftsstand interessiert.

Wuppapfel

- Regional produzierte Äpfel
- Nicht gewerblich interessiert
- Sporadisches Angebot

Die Initiative Wuppapfel steht für die regionale Versorgung durch ein fast jährlich verfügbares Grundnahrungsmittel – den Apfel. Wuppapfel ist interessiert an einem Testverkauf im Herbst 2015. Hier könnten überschüssige Äpfel angeboten werden.

Hof Kotthausen

- Gemüse und Obst

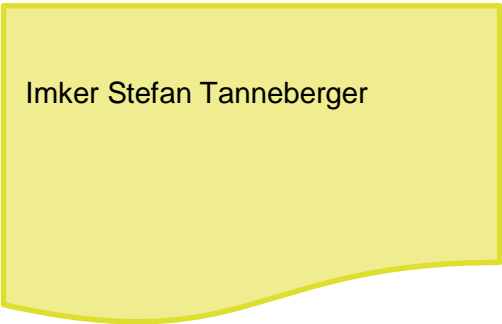
Die Hofgemeinschaft Hof Kotthausen in Wuppertal hat leider keine Kapazitäten für einen Markt und betreibt nur Biokisten.

Außerdem hat Niklas Brandau die Idee vorangetrieben, den Großhändler Weiling als Anbieter zu kontaktieren. Weiling ist ein Großhändler für Bio-Obst und -Gemüse und könnte Ausschussware nach Mirke liefern (vgl. Brandau, N. 2014). Pinky hat diese Möglichkeit jedoch

ausgeschlossen. Weiling hat seinen Sitz in Coesfeld bei Münster und erfüllt somit nicht mehr die Regionalitätskriterien. Dazu falle der Ausschuss sehr gering aus und nur selten an.

Sollte sich herausstellen, dass während der Umsetzung des Projektes einige Anbieter absagen oder noch weitere benötigt werden, bieten die Webseiten der Verbände Bioland, Naturland und Demeter sowie der Einkaufsführer Mettmann weitere Listen und Übersichten zu Bio-Betrieben in der Region. Die meisten dieser Höfe wurden bereits angefragt wie in der Kontaktübersicht zu erkennen ist (siehe Anhang 14).

Honig



Imker Stefan Tanneberger

Über Niklas Brandau haben wir die Kontaktdaten von Herrn Tanneberger erhalten. Herr Tanneberger hat selbst keine Kapazitäten, um einen Markt zu beliefern. Er könnte aber den Kontakt zu Bienenzüchternvereinen herstellen, wo auch potentielle Honig-Lieferanten zu finden sind.

Käse, sonstige Milchprodukte, Eier

Einen konkreten Anbieter für Käse und andere Milchprodukte konnten wir bei unseren Recherchen nicht ausfindig machen. Sollte allerdings die Kooperation mit Bergisch Pur oder mit Hof Sondern erfolgreich sein, könnten hierüber die Produktpalette mit Käse und anderen Milchprodukten erweitert werden. Auch Bioland und Demeter haben Anbieter für diese Bereiche.

Helmut Burggräfe, Anbieter auf dem Ölberg-Markt, hat auch Eier in seinem Sortiment. Sollte er also als Anbieter für den Bahnhof Mirke in Frage kommen, wären somit auch Eier aus konventioneller Landwirtschaft erhältlich. Pinky hätte alternativ die Möglichkeit Eier von einem Hof in Essen zu beschaffen und zum Bahnhof Mirke zu bringen.

Backwaren

Troxler Werkstätten

- Diverse Backwaren
- Demeter- Qualität

Im Troxler Haus in Wuppertal werden verschiedenste Backwaren von Menschen mit Behinderung hergestellt. Die Bäckerei ist sehr interessiert an einer Kooperation, kann aber leider keinen eigenen Verkaufsstand betreiben.

Bäckerei Kaiser

- Diverse Backwaren
- konventionell

Die Bäckerei Kaiser aus Schwelm ist Anbieter auf dem Ölbergmarkt und sehr interessiert daran, auch den Wochenmarkt am Bahnhof zu beliefern. Leider bietet Herr Kaiser keine Öko-Produkte an. Er ist ausgestattet mit einem kleinen Sprinter als Verkaufsstand.

Fleisch

Über das Angebot von Fleisch auf dem Wochenmarkt haben wir kontrovers diskutiert. Zum einen würde ein lokaler Metzger das Angebot auf dem Wochenmarkt erweitern, zum anderen ist Fleisch an sich kein wirklich nachhaltiges Produkt, da es für einen übermäßigen Ressourcenverbrauch im Vergleich zu anderen Produkten verantwortlich ist. Sollte nichtsdestotrotz Interesse bestehen, einen Metzger auf dem Wochenmarkt am Bahnhof Mirke zu integrieren, könnten über Kooperationen mit Hof Sondern, Demeter, Bioland oder Bergisch Pur entsprechende Produkte angefragt werden.

Fisch

Darüber hinaus wurde der Idee von Christian Hampe nachgegangen, die Fischervereine in Wuppertal anzufragen, ob sie regionale Fischprodukte anbieten können. Dies ist jedoch nicht der Fall. In der Wupper leben generell wenige Fische und der Verkauf dieser wenigen wäre nicht erlaubt (vgl. Wuttke, H. 2014). Der Fischstand von der Forellenzucht Elbeschetal kommt nicht länger als Anbieter zum Ölberg-Markt, könnte aber für einen Markt am Bahnhof Mirke angefragt werden.

Lokale Spezialitäten, andere zubereitete Speisen und Getränke

Volker Mehl

- Ayurvedische Snacks (Falafel, Curry)

Der mobile Imbisswagen von Volker Mehl ist in Wuppertal bekannt, wurde aber leider Ende 2014 vorerst geschlossen. Volker Mehl gefällt die Idee des Wochenmarktes jedoch sehr gut. Es bestünde die Möglichkeit, dass im Laufe des Jahres 2015 der Wagen wieder eröffnet werde und dann auch am Bahnhof verkaufen könne. Er sieht große Potentiale für einen Feierabendmarkt.

DITIB Gemeinde

- Türkische, selbst hergestellte Spezialitäten

Die türkisch-islamische Gemeinde in Wuppertal ist interessiert daran selbstgemachte türkische Spezialitäten auf dem Wochenmarkt anzubieten.

Weitere Absprachen sind noch zu treffen.

Café Hutmacher

- Getränke
- Wein

Aus verschiedenen Gründen bietet sich eine enge Zusammenarbeit mit dem Café Hutmacher an. Aus dieser Kooperation würden sich für beide Seiten einige Vorteile ergeben. Auf der einen Seite bietet der Markt einen großen Andrang an Besuchern und somit potentielle Kunden für das Café. Auf der anderen Seite bieten die Sitzgelegenheiten auf der Terrasse des Cafés eine willkommene Abwechslung für die Besucher des Marktes, um erworbene Speisen und Getränke zu verzehren. Darüber hinaus wäre es denkbar, dass der Hutmacher an einem eigenen Stand auf der Terrasse offene Getränke, wie beispielsweise Wein, anbietet, und somit den feierabendlichen Charakter des Marktes verstärkt.

Upcycling-Produkte und Sachspenden

Utopiastadt erhält regelmäßig Sachspenden von Privatpersonen. Daher bestand die Idee, solche Sachspenden in einen Wochenmarkt zu integrieren. Die Erlöse aus dem Verkauf der Güter könnten der Utopiastadt zu Gute kommen. In den Werkstätten am Bahnhof Mirke sowie durch Kontakte über den „Needful Things“-Markt, bei dem lokale Künstler Upcycling- und Design-Produkte verkaufen, gäbe es zudem die Möglichkeit, die Produktpalette des Wochenmarktes zu erweitern. Auch der Gedanke Selbstproduziertes aus der Jugendarbeit der Alten Feuerwache, die im Mirker Viertel ansässig sind, zu integrieren, wäre sehr interessant. Allerdings gibt es rechtliche Einschränkungen, die den Verkauf solcher Güter untersagen. So dürfen auf einem Wochenmarkt nur Lebensmittel verkauft werden (siehe [Kapitel 5.1.3](#)). Ein Verkauf der Güter direkt auf einem Wochenmarkt wäre somit nicht möglich.

Stadtgärtner der Utopiastadt als mögliche Anbieter



Abbildung 17 - Stadtgarten in Berlin

www.berlin.de

Wenn von „Urban Gardening“ die Rede ist, sind gemeinschaftlich organisierte Gemüsegärten in der Stadt gemeint. Lebensmittel werden inmitten der Stadt gemeinsam angebaut, geteilt, getauscht oder gemeinsam verzehrt (vgl. Wolf, C. 2011, S.9ff.).

Urban Gardening ermöglicht die Begegnung der Natur mitten in der Stadt. Die Motivationen zum Stadtgärtnern sind vielfältig: Gesunde Ernährung, Gestaltung eines Naturraumes mitten in der Stadt, die Begegnung mit der Nachbarschaft, Einfluss auf die Nahrungsmittelversorgung durch die Verhinderung der Abholzung im Urwald sowie die Diskussion über die Nutzung von kommunalen Flächen. Diese Stadtgärten bieten Selbstverwirklichungspotential durch die Selbstgestaltung und bieten Freiräume von unserer Konsumwelt (vgl. Wolf, C. 2011, S.9ff.).

Auch am Bahnhof Mirke gibt es einen kleinen Gemeinschaftsgarten wie auf den folgenden Abbildungen dargestellt.



Abbildung 18 - Stadtgarten am Bahnhof Mirke

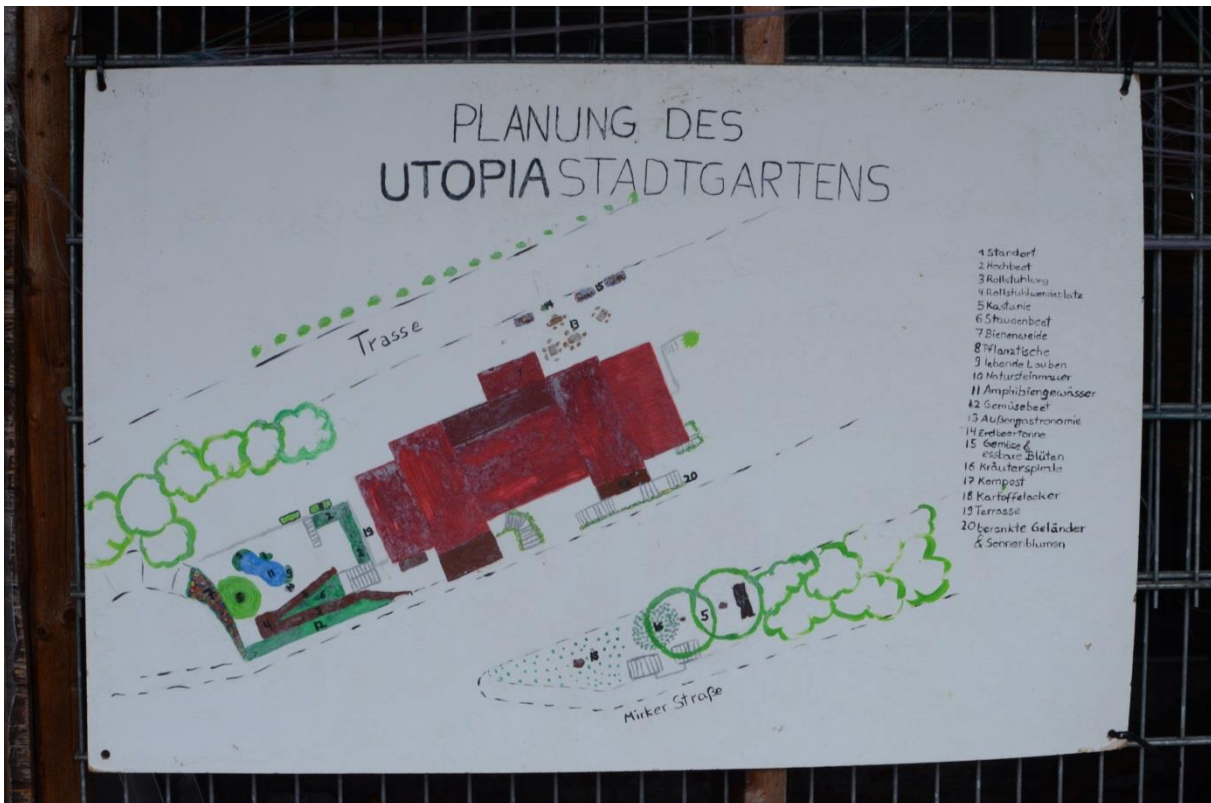


Abbildung 19 - Plan Stadtgarten am Bahnhof Mirke Bilder selbst erstellt

Derzeit werden von rund zehn Freiwilligen am Bahnhof Mirke Salat, verschiedene Gemüsesorten wie Tomaten und Gurken, essbare Blüten und Heilpflanzen angebaut. Die Freiwilligen investieren 10-15 Arbeitsstunden pro Woche für die Organisation und die Gartenarbeit. Außerdem kümmern sie sich um die Verschönerung der Außenanlage und es werden z.B. gemeinschaftlich Kübel gebaut und bepflanzt. Zukünftig sollen außerdem vermehrt Blumen angepflanzt werden, die dann als Tischdekoration für das Café Hutmacher im Bahnhof Mirke dienen können.

Mittwochs treffen sich die Beteiligten im Café Hutmacher für die organisatorische Arbeit, sonntags wird die Arbeit im Garten verrichtet. Außerdem kann sonntags auch die Expertise der Gärtner genutzt werden, um sich für kleineren und größeren Pflanzenprobleme Rat zu holen.

Es bestand die Idee, dass die angebauten Produkte aus dem Garten das Gemüsesortiment auf dem Wochenmarkt ergänzen könnten. Allerdings ist der Ertrag sehr gering. Bisher reicht die Ernte lediglich für ein gelegentliches gemeinsames Kochen. Überschüsse, die für den Verkauf auf dem Wochenmarkt genutzt werden könnten, gibt es bisher nicht (vgl. Brandau, N. 2014).

Im Fokus der Urban Gardening-Initiativen steht außerdem auch gerade nicht der Verkauf der produzierten Güter. Es geht um die gemeinschaftliche Pflanzung, Ernte und den gemeinsamen Konsum. Die Ernte stellt sozusagen den Lohn für die ehrenamtliche Gartenarbeit dar. Für einen möglichen Verkauf der Güter, müssten außerdem die Kapazitäten erweitert werden, so dass es überhaupt einen Überschuss zum Verkauf geben würde.

Da allerdings Bestrebungen bestehen, den Gemeinschaftsgarten am Bahnhof Mirke mit anderen Urban Gardening-Initiativen zu vernetzen, könnten zukünftig Strukturen geschaffen werden, um zumindest Überschüsse aus den verschiedenen Gärten in Wuppertal auf dem Wochenmarkt zu verkaufen. Dies wäre allerdings eher eine Ergänzung der sonstigen Produktpalette. Feste Lieferungen können hier nicht eingeplant werden.

Nichtsdestotrotz wäre eine Einbindung der Urban Gardening-Produkte im Wochenmarkt auch in geringem Maße empfehlenswert, um Aufmerksamkeit auf die Arbeit im Garten zu lenken, was auch förderlich für die Gemeinschaft im Viertel ist und die Idee des Stadtgärtners im Sinne einer nachhaltigen Gesellschaft weiter zu verbreiten.

Ein gemeinschaftlicher Stand?!

Während der Recherchen zu möglichen Anbietern, sind wir vor allem auf ein Problem gestoßen: Es fehlen den potenziellen Anbietern Kapazitäten, um einen eigenen Marktstand auf dem Wochenmarkt zu betreiben. Das liegt zum einen daran, dass es zu wenige personelle Ressourcen gibt, um einen Stand zu betreiben. Vor allem bei den Anbietern für Gemüse und Obst

war das ein häufiges Problem. Aber gerade diese Produkte wären für den Erfolg eines Wochenmarktes essentiell, wie auch die Ergebnisse der Umfrage bestätigt haben. Zum anderen liegt es daran, dass es für manche Produkte wie z.B. Honig nicht rentabel wäre, einen eigenen Stand zu betreiben.

Daraus ist die Idee eines gemeinschaftlichen Standes entstanden. Dieser soll einerseits sicherstellen, dass es ein Obst- und Gemüse-Angebot auf dem Markt gibt, falls sich keiner der Anbieter bereit erklärt, einen eigenen Stand zu betreiben. Andererseits könnten hier kleinere Anbieter mit eingebunden werden, die keinen eigenen Stand betreiben könnten, weil es nicht wirtschaftlich wäre. Es gäbe dann auch keine Verpflichtung an jedem Markttermin teilzunehmen, sondern es könnten auch saisonale Produkte oder Produkte aus dem Quartier stärker mit in den Markt eingebunden werden.

Es ist daher zu klären, wer einen solchen gemeinschaftlich geführten Stand betreiben könnte. Da Utopiastadt als solches für die Ausrichtung des Marktes verantwortlich wäre, läge hier nahe, dass über Utopiastadt auch der gemeinschaftliche Stand organisiert wird. Dazu wären allerdings personelle Kapazitäten von Nöten. Denkbar wäre hier die Finanzierung einer Person (im Rahmen eines geringfügigen Beschäftigten-Verhältnisses) über die Standgebühren der anderen Marktstände sowie eine Gewinnmarge auf die Produkte des Gemeinschaftsstandes, die einbehalten wird. Die entsprechende Person wäre dann zuständig für den Aufbau des Standes, den Verkauf, den Abbau des Standes und ggf. auch für die Abholung der Waren bei den Produzenten (siehe hierzu auch [Kapitel 5.7](#)). Wenn die Produzenten ihre Produkte nicht zum Markt liefern können, wäre es dementsprechend notwendig, dass die verantwortliche Person über ein Auto verfügt, welches für die Abholung der Produkte genutzt werden kann. Handelt es sich dabei um das private Fahrzeug, müssen entsprechende Fahrtkosten erstattet werden. Alternativ müsste über Utopiastadt ein Fahrzeug angeschafft werden oder am jeweiligen Markttag eines über Portale wie Carsharing gemietet werden. Es sollte aber angestrebt werden, dass die Produzenten ihre Produkte selbst zum Markt bringen, um den organisatorischen Aufwand zu verringern.

Als Unterstützung könnten die Jugendlichen aus der Alten Feuerwache in den Verkauf der Waren und in die Führung des Gemeinschaftsstandes mit einbezogen werden. Dies würde auch die Einbindung des Marktes ins Quartier sowie die persönliche Entwicklung der Jugendlichen sinnvoll fördern.

Für eine Versorgung der Kunden mit Obst und Gemüse könnten neben den konventionellen Marktständen auch noch andere denkbare Konzepte in Erwägung gezogen werden:

- **Biokiste:** Viele der kontaktierten Anbieter für Obst und Gemüse haben keine Kapazitäten für einen Marktstand und ihr Geschäft besteht vor allem aus dem Vertrieb von Biokisten. Der Bahnhof Mirke könnte der Abholort für die vorher bestellten Biokisten sein.

Vorteil wäre hier, dass auch Kunden mit einbezogen werden, die sich vorher aus terminlichen Gründen gegen eine Bio-Kiste entschieden haben, weil sie zu Hause nicht in Empfang genommen werden kann. So würden die Kunden an einem bestimmten Tag zum Bahnhof Mirke kommen und dort ihr Obst und Gemüse abholen und dann ihren Einkauf an den anderen Ständen weiterführen.

- Food Assembly: Food Assembly stellt eine Online-Plattform für landwirtschaftliche Erzeuger, die ihre Produkte regional und ohne Zwischenhändler vermarkten wollen. Kunden können wöchentlich über die Plattform von Foodassembly die angebotenen Produkte bestellen und dann auf einem Markt abholen. (Schnittstelle Film und Video GmbH, Valentin Thurn GbR 2014). Dieser Markt könnte dann entsprechend am Bahnhof Mirke sein.

Sollten am Ende eines Markttagés Überschüsse an Lebensmitteln vorhanden sein, sollten sie im Sinne der Nachhaltigkeit nicht weggeworfen werden. Lebensmittelverschwendung entgegenzuwirken, ist jetzt auch schon eine Bestrebung von Utopiastadt. So gibt es im Café Hutmacher Regale und einen Kühlschrank, in denen Platz ist für Lebensmittel, die vor der Mülltonne bewahrt werden sollen. Bevor übriggebliebene Lebensmittel also weggeworfen werden, können sie in die Foodsharing-Einrichtungen des Café Hutmachers gehen. Zielsetzung sollte natürlich trotzdem bleiben, alle Produkte auf dem Markt auch zu verkaufen, um bei den Kunden keine falschen Signale zu setzen.

5.7 Was ist organisatorisch noch zu beachten?

Ergänzend zu der vorgenommenen Umfeldanalyse und zur Konzeptentwicklung werden im Folgenden Aspekte hinsichtlich der Finanzierung und des Marketings dargestellt, da diese für ein nachhaltiges Gelingen des Marktes nicht außer Acht zu lassen sind. Hierbei handelt es sich aber nicht um ein vollständiges Finanzierungs- oder Marketingkonzept, sondern nur um eine erste Abschätzung.

Für die Organisation des Marktes entsteht sowohl zeitlicher als auch finanzieller Aufwand. Hier gilt es zu prüfen, wo genau dieser entsteht und wie er zu bewältigen wäre.

Es geht in erster Linie darum, Umsätze aus Standgebühren und Gemeinschaftsstand zu verwalten und zu buchen. Da der Markt am Bahnhof Mirke nicht explizit Gewinn generieren muss, ist es geplant, die Standgebühren gering zu halten. Auf dem Öbergmarkt ist die Standgebühr mit etwa € 30,00 vergleichsweise sehr gering. Geplant ist, dass sich die Standgebühren des Mirker Markts an diesem Wert orientieren. Vor allem auch, um bei Start des Marktes die Anbieter anzulocken. In Abhängigkeit vom Erfolg des Marktes könnten diese Gebühren dann auch im Laufe der Zeit angepasst werden.

Darüber hinaus sollte am Tag des Marktes eine Ansprechperson zur Verfügung stehen, die sich um Angelegenheiten wie Wasser- und Stromanschluss, sowie evtl. auftretende Probleme kümmert. Auch sollte die langfristige Planung des Marktes nicht vernachlässigt werden. Vor allem eine rege Teilnahme von Anbietern sollte durch stetige Akquise gewährleistet werden. Des Weiteren würde auch bei einem eventuellen Gemeinschaftsstand einige organisatorische Arbeit entstehen. Nicht nur während der Verkaufszeit, sondern vor allem auch davor müsste sich eine Person um Anlieferung der Produkte, sowie um den Aufbau des Stands kümmern.

Um den gesamten organisatorischen Aufwand zu bewältigen, könnte eine Arbeitsstelle für geringfügig Beschäftigte auf € 450,- Basis eingestellt werden. Entlohnt werden könnte die Arbeitskraft über die Einnahmen der Standgebühren, sowie den Gewinn des Gemeinschaftsstandes.

5.7.1 Finanzen

Obwohl das Betreiben des Wochenmarktes einem gemeinnützigen Zweck dient, und nicht primär darauf ausgelegt ist, Gewinne zu erzielen, sollte ein kleiner Blick auf die Finanzen geworfen werden, um ein nachhaltiges Bestehen des Marktes sicherzustellen.

Die im Folgenden aufgestellten Finanzströme sind keinesfalls als exakter Finanzierungsplan zu sehen, sondern dienen lediglich als eine Orientierung möglicher Finanzströme.

Um die Finanzen darzustellen, wurden zwei verschiedene Szenarien aufgestellt. Die Variable, die für die beiden Szenarien verändert wurde, ist die Anzahl der Marktbesucher. In dem schlechten Szenario wird von einer Besucheranzahl von 150 Menschen ausgegangen. Diese Zahl fundiert auf Informationen, die wir im Zuge der Interviews mit den möglichen Anbietern geführt haben. Im positiven Szenario wird von einer Besucherzahl von 300 ausgegangen. Diese rührt aus den Zahlen der von uns durchgeführten Umfrage zu einem Wochenmarkt am Bahnhof Mirke (siehe [Kapitel 5.4](#)).

Ertrag	150 Besucher	300 Besucher
Standgebühren	4x30€	4x30
Erlös Gemeinschaftsstand	60€	120€
<u>Monatliche Gesamteinnahmen</u>	<u>360€</u>	<u>480€</u>

Tabelle 6 - Erträge

Aufwand	Monatliche Kosten	Anfangsinvestition
Personal (Organisator)	250€	
Marktfestsetzung		150€
Marktstand		500€
Kosten für Strom/Wasser	20€	
<u>Gesamtkosten</u>	<u>270€</u>	<u>650€</u>

Tabelle 7 - Aufwand

Erklärung der Zahlen

Wie bereits in [Kapitel 5.7](#) beschrieben, werden die Standgebühren bei etwa € 30,00 liegen. Es wird davon ausgegangen, dass sich mindestens vier externe Anbieter für den Wochenmarkt finden werden. Um eine vorsichtige Kalkulation darzustellen, wurde auch genau diese Zahl im obigen Beispiel genutzt.

Die Erlöse aus dem Gemeinschaftsstand ergeben sich aus einem Umsatz von € 3,- pro Marktbesucher (vgl. der Oberbürgermeister der Stadt Göttingen, 2002), multipliziert mit der Anzahl der Besucher. Die Analyse eines Vergleichsmarktes in Göttingen ergibt Ausgaben von 15€ pro Besucher, bei den fünf am Mirker Bahnhof geplanten Ständen ergibt sich somit ein Umsatz von 3€ pro Besucher für den Gemeinschaftsstand. Im Negativszenario mit 150 Marktbesuchern entspricht dies einem Tagesumsatz von € 450,-.

Für die Marge, die auf die vom Gemeinschaftsstand verkauften Produkte erhoben wird, haben wir keine konkreten Angaben bzw. Informationen sammeln können. Dementsprechend wurde mit verschiedenen Margen die obige Rechnung ausgeführt. Die oben stehenden Zahlen wurden dann mit einer relativ geringen, aber durchaus machbaren Marge von 15 % errechnet. Dies würde im negativen Szenario zu einem Überschuss von 60€ führen. Im positiven Szenario mit 300 Marktbesuchern bliebe dementsprechend ein doppelt so hoher monatlicher Überschuss von € 120,-.

Auf der Seite der Aufwände entstehen folgende monatliche Kosten:

Der Organisator des Marktes wird mit € 250,- vergütet. Wir gehen davon aus, dass dieser bei zwei Wochenmärkten pro Monat etwa 10h pro Wochenmarkt tätig sein müsste. Bei einer stündlichen Vergütung von € 12,50,- ergibt sich ein monatliches Gehalt von € 250,-.

Neben diesen Kosten für Personal wären die einzigen weiteren monatlichen Kosten, die für Strom- und Wasserverbrauch. Aufgrund von nicht vorhandenen Informationen über diese Kosten, wurden hierfür Erfahrungswerte vom Moltkemarkt in Bochum herangezogen. Hier lagen die Kosten pro Stand und Wochenmarkt im Durchschnitt bei etwa € 2,-. Dies entspräche bei insgesamt 5 Ständen einem monatlichen Aufwand von € 20,-.

Die Kosten für die Anfangsinvestition bestehen aus lediglich zwei Posten. Einerseits wird eine Gebühr für die Festsetzung des Wochenmarktes fällig, die von der Stadt Wuppertal auf etwa € 150,- beziffert wurde, andererseits wird die Anschaffung eines Marktstandes für den Gemeinschaftsstand von Nöten sein. Auf Basis von Online-Recherchen werden die Kosten hierfür auf etwa € 500,- geschätzt.

Fazit

Sowohl für das positive, als auch für das negative Szenario ergibt sich ein monatlicher Überschuss. Für eine Anzahl von 150 Besuchern läge dieser bei € 90,- pro Monat und eine Anzahl von 300 Marktbesuchern bei € 210,- pro Monat. Dementsprechend wäre die Anfangsinvestition von € 650 nach 8 Monaten im negativen, bzw. nach 4 Monaten im positiven Fall amortisiert.

5.7.2 Betreiber

Auch durch die geplante Änderung der Rechtsform des Utopiastadt e.V. zu einer gGmbH stellt sich die Frage, wer als Betreiber des Marktes fungieren kann. Laut aktueller Gesetzeslage ist jede juristische, als auch natürliche Person dazu befugt, einen Markt zu betreiben. Demnach wäre es kein Problem, den Markt zuerst über den Verein zu organisieren, und nach geschehener Änderung der Rechtsform über die gGmbH. Hierfür wäre nur eine Änderung der Marktfestsetzung bei der Stadt Wuppertal zu beantragen.

5.7.3 Bekanntmachung des Marktes

Um sowohl den Anbietern, als auch den Organisatoren des Marktes eine Mindestanzahl von Gästen zu garantieren, ist es nötig, den Markt ein wenig zu „promoten“. Hierbei könnten primär die Cafés des Viertels Café ADA, Hutmacher, etc. als Plattform dienen. Sowohl auf deren Facebook Seite, als auch durch das Verteilen von Flyern vor Ort könnte auf den Markt aufmerksam gemacht werden.

Darüber hinaus könnte die Verbindung zum Ölbergmarkt genutzt werden, sodass dort auf den Markt am Bahnhof Mirke hingewiesen wird. Auch das Anbringen von Plakaten im Mirker Viertel und auf der Nordbahntrasse könnte und sollte genutzt werden.

5.8 Das Geschäftsmodell „Canvas“ – eine zusammenfassende Übersicht

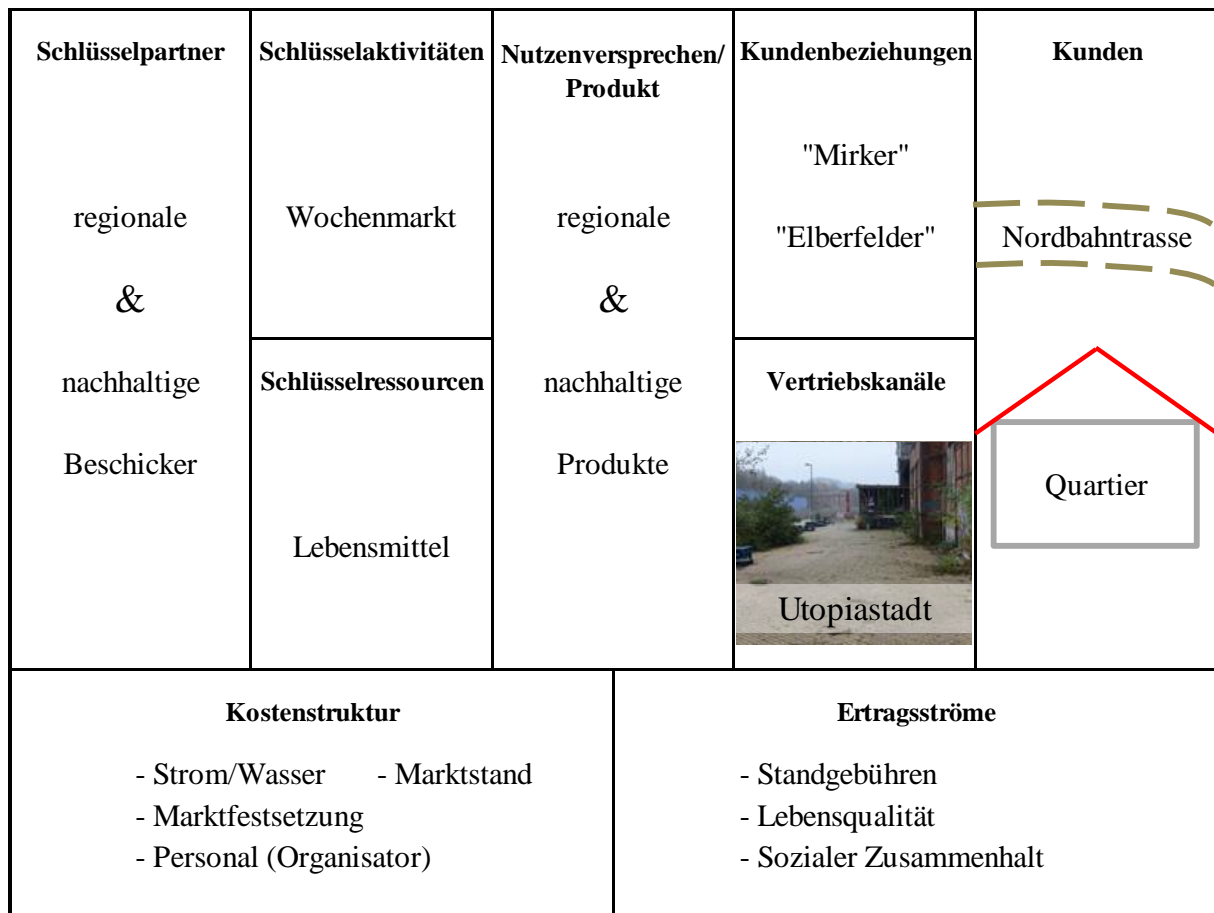


Abbildung 18 – The business model canvas eigene Darstellung in Anlehnung an Osterwalder, A.; Pigneur, Y. 2011, S.48

Wie in Abbildung 18 zu sehen ist, bildet das Business-Modell „Canvas“ noch einmal alle Aspekte aus diesem Kapitel zusammenfassend ab. Er stellt, mithilfe von neun Elementen, die Ressourcenstruktur (einschließlich Ressourcen von Partnern), Transaktionsstruktur (Aktivitäten, Kanäle und Nutzenversprechen) und Wertschöpfungsstruktur (Kundensegmente und Kundenbeziehung) des „Utopia-Wochenmarktes“ dar (vgl. Mauer, R.; Faschingbauer, M. 2013, S.44). Im Folgenden werden die neun Felder des Modells kurz erläutert bzw. ein Bezug zu den Ausführungen aus diesem Kapitel hergestellt.

Schlüsselaktivitäten

Wie in [Kapitel 5.1.3](#) argumentiert wurde, wird die Art des Marktes als ein „Wochenmarkt“ festgesetzt. Nur diese Art Markt macht es möglich, auch eine kleinere Anzahl von Anbietern anzubieten.

Schlüsselressourcen

Aus der Schlüsselaktivität und der Art des Marktes ergibt sich, dass als Schlüsselressourcen nur Lebensmittel nach §67 der Gewerbeordnung angeboten werden können; Es ist demnach nicht möglich Upcyclingprodukte oder Sachspenden anzubieten (siehe [Kapitel 5.1.3](#)).

Vertriebskanäle

„Der Vertriebskanal beschreibt den Weg, auf dem das Produkt zum Kunden gelangt“ (Mauer, R.; Faschingbauer, M. 2013, S.48). Für den Wochenmarkt ergibt sich, dass das Gelände des Bahnhof Mirke für die Stellflächen der Marktwagen genutzt wird und nicht die öffentlichen Flächen rund um den Bahnhof (siehe [Kapitel 5.2.1](#)).

Kundenbeziehungen

Zum Aufbau und der Pflege von Kundenbeziehungen sollten zu Beginn Beziehungen genutzt werden, welche bereits gepflegt werden (vgl. Mauer, R.; Faschingbauer, M. 2013, S.47). Da das Mirker Quartier in Elberfeld bereits durch seine bürgerschaftlichen, kulturellen und ehrenamtlichen Projekte sowie der Mirker Bahnhof mit Utopiastadt und dem Café Hutmacher bekannt sind (siehe [Kapitel 5.2.2](#)), sollten anfangs die Beziehungen zu den „Mirkern“ und „Elberfeldern“ gepflegt werden.

Kunden

Die Quartiers- und Verkehrsanbindung eines Wochenmarktes am Bahnhof Mirke ist wie in [Kapitel 5.2.4](#) erläutert durch ÖPNV- und Autoanbindungen sowie durch die Nordbahntrasse sehr gut. Somit ergeben sich als Kunden Anwohner des Quartieres sowie Bewohner aus umliegenden Stadtbezirken, welche den Markt über die Nordbahntrasse auf schnellem und ökologischem Wege erreichen können.

Nutzenversprechen/Produkt

Wie in [Kapitel 5.5](#) beschrieben, sollen auf dem Markt regionale, wenn möglich biologisch erzeugte Lebensmittel angeboten werden. Regionale Lebensmittel stehen für Transparenz und Nachvollziehbarkeit. Der biologische Anbau bringt zusätzlich einige Vorteile für die Umwelt und Gesellschaft mit sich.

Schlüsselpartner

Aus dem Nutzenversprechen ergibt sich dann, dass bei der Auswahl der Anbieter darauf geachtet wird, dass sie die Anforderungen, regionale und wenn möglich Bio-Produkte zu verkaufen, erfüllen (siehe [Kapitel 5.6](#)).

Ertragsströme

Die Ertragsstruktur beinhaltet einerseits die in [Kapitel 5.7.1](#) erwähnten Standgebühren und Erlöse aus dem Gemeinschaftsstand als monetären Nutzen. Andererseits ergeben sich zusätzlich durch den Wochenmarkt für die Quartiersbevölkerung nicht-monetäre Erträge wie eine höhere Lebensqualität und eine Stärkung des sozialen Zusammenhalts.

Kostenstruktur

Ebenfalls in [Kapitel 5.7.1](#) wurden die Aufwände für den Markt angegeben. Diese bestehen aus monatlichen Kosten (Strom, Wasser, Personal) und den Anfangsinvestitionen (Marktfestsetzung, Marktstand).

Auf den Canvas sowie allen vorherigen Recherchen aufbauend, kommen nun im folgenden Kapitel die Handlungsempfehlungen für Utopiastadt.

6. Wann, wo, was, wer?! - Handlungsempfehlungen

Im Folgenden werden alle Ergebnisse aus den vorherigen Kapiteln noch einmal aufgefasst und kurz dargestellt. Darüber hinaus werden ein paar weitere Ideen, die vorher noch nicht behandelt wurden neu mit eingebracht. Dieses Kapitel soll explizit als Handlungsempfehlung für Utopiastadt gelten.

6.1 Wann?

Der Markt soll jede zweite Woche am Freitagnachmittag bis abends stattfinden. Obwohl der Freitag nur den zweitbesten Wochentag laut unserer Umfrage darstellt, haben wir hier zwei große Vorteile vorzuweisen:

1. Freitagabend bietet sich als optimaler Termin für einen Feierabendmarkt mit entspannter Atmosphäre an wie es sich beispielsweise auch auf dem Moltkemarkt etabliert hat
2. Ein Markt, der alternierend mit dem Ölbergmarkt stattfindet kann dortige Kunden schnell binden. Außerdem ist es möglich, die dortigen Anbieter direkt für den Markt am Bahnhof Mirke mit einzuplanen.

Da der Markt zuerst nur alle zwei Wochen stattfinden soll, kann dies auch als eine erste Testphase verstanden werden, in der die Resonanz der Kunden getestet werden kann. Falls der Andrang sehr hoch ist, kann der Rhythmus auch nachträglich noch auf wöchentlich umgestellt werden.

Eine weitere Überlegung, die noch nicht in den vorigen Kapiteln erwähnt wurde, behandelt ein bestmögliches Startdatum für den Markt. Aus dem Gespräch mit Herrn Schulze auf dem Moltkemarkt in Bochum haben wir mitgenommen, dass der Markt im Sommer am meisten Besucher hat. Um also eine Mindestanzahl an Gästen für die schlechtere Jahreszeit zu bekommen,

erscheint es essenziell, dass sich der Markt schon einigermaßen etabliert, bevor diese beginnt. Somit wäre ein Start im April, bzw. spätestens im Mai von großem Vorteil.

6.2 Wo?

Hier lassen die rechtlichen Bestimmungen und die begrenzte Fläche wenig Spielraum für mögliche Überlegungen. Aufgrund der fehlenden Sondernutzungserlaubnis der Stadt Wuppertal, die für die Nutzung der öffentlichen Fläche nötig wäre, wird der Markt auf dem vereinseigenen Gelände von Utopiastadt stattfinden müssen.

Der genaue, finale Lageplan für die jeweiligen Stände kann erst mit dem genauen Wissen über Anzahl und Größe der Stände erarbeitet werden. Siehe hierzu auch [Kapitel 5.2.1](#).

6.3 Was?

Vorgeschlagen wird ein Wochenmarkt mit gemütlichem Feierabendcharakter. Hierfür ist die Kooperation mit dem Café Hutmacher, der insbesondere Getränke anbieten kann, elementar. Auch die Terrasse des Hutmachers und die dortigen Sitzgelegenheiten stellen einen wichtigen Punkt des Gesamtkonzepts dar. Des Weiteren könnten Konzerte, Ausstellungen oder Theaterstücke im Hutmacher den feierabendlichen Charakter verstärken und weiteres Publikum anlocken.

6.4 Wer?

Anbieter

Wie bereits beschrieben, ist die Auswahl der Produzenten anhand eines Biostandards für die Beachtung des Nachhaltigkeitsgedanken unabdingbar. Darüber hinaus, stellt dies ein Alleinstellungsmerkmal des Mirker Wochenmarktes dar. Dennoch muss auch beachtet werden, dass Ankerprodukte wie Obst und Gemüse unbedingt angeboten werden sollten. Falls hier also keine Biohändler gefunden werden, müssten im Notfall beispielsweise konventionelle Anbieter herangezogen werden, die regionale Ware verkaufen.

Gemeinschaftsstand

Die Einbeziehung eines Gemeinschaftsstandes, über den verschiedene Produkte vertrieben werden, hat sich als einer der elementaren Grundsteine des geplanten Wochenmarktes herausgestellt. Hierdurch erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass die soeben erwähnten Ankerprodukte Obst und Gemüse auch in Bioqualität auf dem Markt angeboten werden können. Des Weiteren ermöglicht ein Gemeinschaftsstand das Anbieten von regionalen Produkten, die in kleineren Mengen hergestellt werden oder auch von den unregelmäßigen Erträgen des Urban Gardening. Hierzu gehört unter anderem Obst, Gemüse und Honig.

Organisator

Um den Wochenmarkt zu organisieren, den Gemeinschaftsstand zu betreuen und als genereller Ansprechpartner bereitzustehen, wird es unbedingt notwendig sein, dass eine Person diese Rolle übernimmt. Im besten Fall findet sich jemand, der schon mit Utopiastadt vertraut ist, bzw. dort sogar schon tätig ist. Diese Person würde dann, wie in [Kapitel 5.7.1](#) beschrieben auf € 450,- Euro Basis entlohnt.

7. Reflexion des Prozessablaufs

Obwohl wir nun, wie oben dargelegt, ein Konzept für einen Wochenmarkt ausgearbeitet haben, gibt es natürlich Dinge die wir rückblickend heute anders machen würden. Nichtdesto-trotz haben sich einige Herangehensweisen auch als förderlich und gut erwiesen. Die zentralen Punkte unserer Reflexion sollen nun hier genannt werden.

Zum Seminarbeginn sollten wir ein Zeit- und Arbeitsplan aufstellen, um unsere Arbeit zu strukturieren und einen Leitfaden für unsere weitere Vorgehensweise zu haben. Beide Pläne haben wir gemeinsam erarbeitet und diskutiert. Dies war eine hilfreiche Herangehensweise, da es eine gemeinsame Basis für das Verständnis der Thematik gelegt hat. Der Zeit- und Arbeitsplan war sehr detailliert und zeitlich schon genau getaktet. Zunächst hat jeder konkret seine Aufgaben und Zeiträume eingehalten. Doch mit voranschreiten des Seminars, haben sich immer wieder neue Themen und Überschneidungen von Zuständigkeiten ergeben. Dennoch haben die Pläne ihre leitende Funktion als „Checkliste“ nicht verloren und somit zum Voranschreiten der Bearbeitung beigetragen.

Um das Wochenmarktkonzept entwerfen zu können, bedurfte es zunächst einer Datenanalyse und -erhebung, primär sowie sekundär. Die Primärerhebung und Analyse ist besonders hervorzuheben, da diese sehr viele nützliche Informationen für das Seminar hervorgebracht hat. So haben wir alleine durch die Umfrage und die Kontaktaufnahme mit den potentiellen Besuchern Aufmerksamkeit sowohl auf der Angebots- als auch auf der Nachfrageseite geschaffen und einen Interessenspiegel der möglichen Besucher ableiten können. Dennoch können wir für die Zukunft einige Lehren ziehen. Der Erstkontakt der Anbieter hätte noch detaillierter und strukturierter sein können - z.B. von Anfang an einen Fragebogen mitsenden. Doch haben wir die Informationen zu den Anbietern erst im Laufe von den Interviews erhalten, konnten solange aber nicht mit der Kontaktierung warten. Außerdem haben die Anbieter vielfältige und verschiedene Konzepte, die nicht durch einen Fragebogen abgedeckt werden können. Darüber hinaus könnte ein Fragebogen im Erstkontakt abschreckend auf mögliche Anbieter wirken. Ferner hätten wir noch mehr auf die verschiedenen Kanäle der Kontaktierung eingehen können. So reagierten einige Anbieter nicht, weil sie ihre Mails nicht lesen oder nicht für wichtig

empfinden. Eine umfangreiche telefonische Kontaktaufnahme hätte zielführender sein können. Die Umfrage hätten wir früher initialisieren können und mit einer daraus resultierenden längeren Laufzeit noch mehr Daten erheben können. Darüber hinaus ist die Teilnehmergruppe vermutlich sehr homogen, da das Café Hutmacher und Café Ada die Plattformen für die Verteilung der Fragebögen waren und wir davon ausgehen, dass der durchschnittliche Kunde dieser Lokale ein Interesse an einem besonderen Wochenmarkt am Bahnhof Mirke hat. So haben wir vermutlich andere Bewohner des Quartiers vernachlässigt (wenig > 65 Jährige). Diese Homogenität hätten wir durch persönliche Befragungen im Quartier und noch weiteren Lokalitäten als Plattformen reduzieren können. Nichtsdestotrotz wohnen mehr als die Hälfte der Befragten in Elberfeld und sogar 13% im Mirker Quartier – dem direkten Einzugsgebiet des Marktes.

Vor allem die Besuche auf den Vergleichsmärkten (Molke- und Ölbergmarkt) haben uns wichtige Einblicke, Vergleiche und Möglichkeiten aufgezeigt. Mit einem längeren Zeithorizont hätten wir noch mehr solcher Best-Practice-Beispiele besuchen können. Auch zu der Idee eines Gemeinschaftsstandes hätten wir vielleicht ein Beispiel finden und anhand dessen unsere Ideen noch konkreter und fundierter entwickeln können.

Da die Kapazitäten des Gemeinschaftsgartens am Bahnhof Mirke sehr beschränkt sind, ist die Einbindung in den Wochenmarkt nur in sehr kleinem Umfang möglich, was wir schade finden und uns hinsichtlich der gegebenen Aufgabenstellung schnell an eine Grenze gebracht hat. Gerne hätten wir den Garten stärker mit in unser Konzept eingebunden.

Auch wenn der Blog kein zentraler Bestandteil des Portfolios ist, möchten wir die Vorgehensweise reflektieren. Vor dem ersten Eintrag haben wir uns als Gruppe darauf geeinigt diese Einträge auf alle Mitglieder aufzuteilen, um eine gleichgewichtige Verteilung zu gewährleisten. Außerdem wollten wir dadurch sicherstellen, dass die Leser vielseitige Einblicke in die verschiedenen Themengebiete, Herausforderungen und Ziele unseres Projekts erhalten. In dem zu Beginn unseres Projektes aufgestellten Zeitplan war vorgesehen die Leser des Transformationsblogs wöchentlich auf den neuesten Stand der Entwicklungen unseres Wochenmarktprojektes zu bringen. Anfänglich konnten wir diesem Rhythmus noch folgen, ehe wir jedoch auf zweierlei Probleme stießen. Zum einen wurde nicht berücksichtigt, dass die hohe Anzahl verschiedener Blogbeiträge aus mehreren Projektgruppen zur Überfrachtung der Blogleser führen kann und der Leser dadurch Wochenmarktblogs in zu kurzer Abfolge weniger oder gar nicht wahrnimmt. Zum anderen führten zeitliche Verzögerungen im internen Ablauf in Kombination mit der Bedingung, dass die Beiträge nur vom Wuppertal Institut veröffentlicht werden durften, zu teilweise noch kürzeren Veröffentlichungsabständen von Beiträgen unsererseits auf dem Blog. Die soeben genannten Schwierigkeiten hätten vorher Bedacht werden können, dürfen aber teilweise auch als notwendige Erfahrungswerte verbucht werden. Nichtsdestotrotz

ist die Redaktion eines Blogs parallel zum Projektablauf ein sehr probates Mittel zur Information am Thema interessierter Leute. Außerdem bieten Blogeinträge großes Potential bei der Umsetzung einer zielgerichteten Außendarstellung eines Projekts. Zu Verbessern wäre jedoch die Zahl der an der Redaktion eines Blogbeitrags beteiligten Personen, in unserem Fall mindestens 4 (Autor, Korrektor, Blogger, Wuppertal Institut). Um die Effektivität zu erhöhen sollten die Zahl der beteiligten Personen auf 2 reduziert werden. Im Nachhinein wiederum kann sowohl die Aufnahme der Blogeinträge in den Zeitplan, als auch die Aufteilung der Artikel auf unterschiedliche Gruppenmitglieder und deren Themengebiete als positiv bewertet werden. Zu den positiven Effekten zählen die zeitliche Bindung an den Projektplan sowie eine interessante Diversität an Themen und auch Schreibstilen.

Zusammenfassend können wir festhalten, dass wir aus heutiger Sicht einiges hätten anders machen können, dieses aber nicht die jetzige Ausarbeitung mindern soll.

8. Literaturverzeichnis

ALDI Einkauf GmbH & Co. OHG (Hrsg.): Sortiment; in: <http://www.aldi-nord.de/sortiment.html> (zuletzt aufgerufen am 22.03.2015)

Bayrische Landesanstalt für Landwirtschaft (Hrsg.) (2010): Regionale Vermarktung - Projektbericht Strukturen und Tätigkeitsfelder

BerlinOnline Stadtportal GmbH & Co. KG: <http://www.berlin.de/kultur-und-tickets/tipps/2407321-1678259-urban-gardening.html>; (zuletzt aufgerufen am 23.11.2014)

Bibliographisches Institut GmbH (2013a): Regional; in: <http://www.duden.de/rechtschreibung/regional> (zuletzt aufgerufen am 15.03.2015)

Bibliographisches Institut GmbH (2013b): Bioprodukt; in: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Bioprodukt> (zuletzt aufgerufen am 15.03.2015)

BioGreno Naturkost (Hrsg.): WAS HABEN BIO-PRODUKTE FÜR VORTEILE?; in: <http://www.biogreno.de/de/faq/faq/Vorteile.php> (zuletzt aufgerufen am 15.03.2015)

Bochum Marketing GmbH (Hrsg.) (2015): Abendmarkt auf dem Springerplatz; in: http://www.bochum-tourismus.de/de/einkaufen/wochenmaerkte/detail-maerkte.php?we_objectID=593 (zuletzt aufgerufen am 15.03.2015)

BÖLN – Bundesprogramm Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft (2013): Ökobarometer 2013 - Repräsentative Bevölkerungsbefragung im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV); in: http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Ernaehrung/Oekobarometer_2013.pdf?__blob=publicationFile (zuletzt aufgerufen am 15.03.2015)

Bortz, J.; Döring, N. (2006): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler; Heidelberg; 4. Auflage

Brandau, N. (2014): Persönliches Interview zum Thema Urban Gardening und Wochenmärkte, Wuppertal

Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft e. V. (2013): Zahlen • Daten • Fakten Die Bio-Branche 2013; in: <http://www.oekolandbau.de/haendler/marktinformationen/oekolandbau-inzahlen/oekoflaeche-und-anzahl-betriebe/> (zuletzt aufgerufen am 15.03.2015)

Der Oberbürgermeister der Stadt Göttingen, Amt für Statistik und Stadtforschung (2002): Der göttinger Wochenmarkt im Geographischen Fokus; in: <http://www.goesis.goettingen.de/pdf/Aktuell07.pdf> (zuletzt aufgerufen am 22.03.2015)

ENTEKA GmbH & Co. KG (Hrsg.): Lokal statt global: Regionale Produkte liegen im Trend; in: <http://www.enteka.de/blog/regionale-produkte/> (zuletzt aufgerufen am 15.03.2015)

Enuvo GmbH: Umfrage Online; in: <https://www.umfrageonline.com/> (zuletzt aufgerufen am 22.03.2015)

Eurip.com (Hrsg.): Atlas Orientmarkt in Wuppertal; in: <http://cities.eurip.com/yp/entry/de-supermarkt/wuppertal/atlasorientmarkt-id-831825.html> (zuletzt aufgerufen am 22.03.2015)

Foodlexicon.org (Hrsg.): Bio; in: <http://www.lebensmittellexikon.de/b0003470.php> (zuletzt aufgerufen am 15.03.2015)

Hampe, C.:(2014): Utopiastadt, in: Clownfisch 5, S.36f.

Hasan, Y. (2010): Kundenzufriedenheit bei der Direktvermarktung landwirtschaftlicher Produkte in Deutschland -Entwicklung eines integrierten Beratungskonzeptes

Hausherr, S.; Trippel, N.: Village Market: Ein Neues Food-Event in Friedrichshain; in: <http://ceecce.cc/village-market-ein-neues-food-event-in-friedrichshain/> (zuletzt aufgerufen am 15.03.2015)

Klappert, A.-C. (2013): Die Nordstadt – Ein altes Viertel über Elberfeld; in: <http://www.blickfeld-wuppertal.de/wuppakhult/die-nordstadt-ein-altes-viertel-uber-elberfeld> (zuletzt aufgerufen am 22.03.2015)

Kreis Mettmann – Der Landrat (Hrsg.) (2013): Frisch vom Hof im Kreis Mettmann - Ein Einkaufsführer durch die Qualität und Vielfalt der heimischen Landwirtschaft

LAG Flachgau – Nord (Hrsg.) (2012): Projektbeschreibung Initiierung eines Wochenmarkts in Oberndorf Konzepterstellung; in: http://flachgaunord.riskommunal.net/gemeindeamt/download/222945178_1.pdf (zuletzt aufgerufen am 15.03.2015)

Mauer, R.; Faschingbauer, M. (2013): Ein Wegweiser durch den Prozess der Geschäftsmodellentwicklung: Eine „Effectuation-App“ für den Business Model Canvas; in: Grichnik, D.; Gassmann, O. (Hrsg.): Das unternehmerische Unternehmen: Revitalisieren und Gestalten der Zukunft mit Effectuation - Navigieren und Kurshalten in stürmischen Zeiten; Wiesbaden

Mutz, M. A. (2009-2010): Bilder aus Wuppertal: Elberfeld - Nordstadt 1; in: <http://www.zeitspurenuche.de/05/05welbn1.htm> (zuletzt aufgerufen am 22.03.2015)

Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2011): Business Model Generation - Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer; Frankfurt am Main

Sander, Schrader & Stötter Nachrichten GmbH: Ölbergmarkt; in: <http://www.njuuz.de/beitrag1520.html> (zuletzt aufgerufen am 15.03.2015)

Schnittstelle Film und Video GmbH, Valentin Thurn GbR: <http://tastethewaste.com/article/20140528-The-Food-Assembly-startet-in-Deutschland>; (zuletzt abgerufen am 28.12.2014)

Schulz, P. (2014): Persönliches Interview zum Thema Wochenmarktgestaltung in Bochum, Bochum

Stadt Wuppertal (Hrsg.) (2014a): Nordbahntrasse mit großem Bahnhof eröffnet; in: <https://www.wuppertal.de/pressearchiv/meldungen-2014/dezember/102370100000611603.php> (zuletzt aufgerufen am 22.03.2015)

Stadt Wuppertal (Hrsg.) (2014b): Utopiastadt (Miker Bahnhof); in: <https://www.wuppertal.de/microsite/viertelklang-2014/wuppertal/spielorte/orte/102370100000577264.php> (zuletzt aufgerufen am 22.03.2015)

Stadtverwaltung Mülheim an der Ruhr (Hrsg.) (2013): Auszug - Konzeption Wochenmarkt, in: <http://ratsinfo.muelheim-ruhr.de/buerger/to020.asp?TOLFDNR=69711&options=8> (zuletzt aufgerufen am 15.03.2015)

Statistikstelle der Stadt Wuppertal (Hrsg.) (2010): Integrations Monitoring Wuppertal; in: http://www.integration-in-wuppertal.de/de/marktplatz/downloads/Monitoring_2010-11-16.pdf (zuletzt aufgerufen am 22.03.2015)

Telegate AG (Hrsg.): VIVA ASIA Lebensmittel; in: <http://www.klicktel.de/branchenbuch/wuppertal/071216180B29095624/viva-asia-lebensmittel.html> (zuletzt aufgerufen am 22.03.2015)

Utopiastadt Verein (Hrsg.): Lage & Standort; in: <http://neu.clownfisch.eu/utopia-stadt/bahnhof-mirke/lage-standort/> (zuletzt aufgerufen am 22.03.2015)

Verband der Vereine Creditreform e.V. (Hrsg.): Ayse Eryilmaz "Halk Market"; in: http://www.firmenwissen.de/az/firmeneintrag/33649/4010158216/AYSE_ERYILMAZ_HALK_MARKET.html (zuletzt aufgerufen am 22.03.2015)

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen (Hrsg.) (2013): Regionale Lebensmittel Position und Forderungen der Verbraucherzentrale NRW

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen (Hrsg.): Regionale Lebensmittel; in: <http://www.vz-nrw.de/regionale-lebensmittel> (zuletzt aufgerufen am 15.03.2015)

VOBA-Team: Bahnhöfe im Portrait: Wuppertal-Mirke; in: <http://www.bahnen-wuppertal.de/html/bahnhof-mirke.html> (zuletzt aufgerufen am 22.03.2015)

Wolf, Christa (2011): Urban Gardening Über die Rückkehr der Gärten in die Stadt; München; 2. Auflage; S.9ff

Weyland, T. (2014): Persönliches Interview zum Thema Quartiersentwicklung, Wochenmarkt, Wuppertal

Wuppertalbewegung e.V. (a) (Hrsg.): Häufige Fragen zur Wuppertalbewegung e.V. / Nordbahntrasse; in: <http://nordbahntrasse.de/faq/> (zuletzt aufgerufen am 22.03.2015)

Wuppertalbewegung e.V. (b) (Hrsg.): Kulturelle Integration; in: <http://www.wuppertalbewegung-ev.de/index.php/die-nordbahntrasse/kulturelle-integration> (zuletzt aufgerufen am 22.03.2015)

Wuttke, P. (2014): Persönlicher Kontakt zum Thema Fischfang in der Wupper, Wuppertal

YellowMap AG (Hrsg.): Naturkostladen Schulz - Hartung; in: <http://www.yellowmap.de/Details/QUSjdG6IHt43pA9MnVpIfQ==.aspx> (zuletzt aufgerufen am 22.03.2015)

9. Anhänge

Anhang 1 - Vor- und Nachteile für Anbieter eines Wochenmarktes	LXII
Anhang 2 - Rechtliche Fragen für Ordnungsamt/ Stadt Wuppertal	LXIII
Anhang 3 - Interviewprotokoll Niklas Brandau	LXIII
Anhang 4 - Interviewleitfaden Thomas Weyland.....	LXV
Anhang 5 - Interviewprotokoll Thomas Weyland.....	LXVI
Anhang 6 - Interviewprotokoll Pinky.....	LXVIII
Anhang 7 - Protokoll - Betreiberstrukturen.....	LXIX
Anhang 8 - Exemplarische Kontaktmail Beschicker	LXXI
Anhang 9 - Liste der Wochenmärkte in Wuppertal.....	LXXI
Anhang 10 - Umfragebogen Kunden	LXXII
Anhang 11 - Umfrage Aufbau.....	LXXII
Anhang 12 - Ergebnisse Umfrage Kunden	LXXIV
Anhang 13 - Blogeinträge.....	LXXX
Anhang 14 - Talwarts Zusammenfassungen	XCII
Anhang 15 - Digitale Anhänge.....	XCV

Anhang 1 - Vor- und Nachteile für Anbieter eines Wochenmarktes

Vorteile für Anbieter eines Wochenmarktes	Nachteile für Anbieter eines Wochenmarktes
Sicherer Absatz	Investition in Marktstand und Fahrzeug
Hoher Umsatz in kurzer Zeit	Abwesenheit vom Betrieb
Hohe Kundenfrequenz	für Neubeginner Teilnahme an bestehenden Märkten schwer möglich/Eintrittsbarrieren
Kein breites Produktsortiment erforderlich	
Standortsynergien	
Werbung für Ab-Hof-Verkauf	

übernommen von Hasan 2010, S.10

LXIII

Anhang 2 - Rechtliche Fragen für Ordnungsamt/ Stadt Wuppertal

- Anbieten von Getränken und (zubereitetem) Essen möglich?
 - Toiletten nötig?
 - Weitere rechtliche Vorgaben?
- Flohmarkt und Wochenmarkt mischbar?
 - Private und gewerbliche Anbieter
- Mindestanzahl Stände?
 - Verschiedene Informationen erhalten
- Sicherheitsvorschriften
 - Mindestabstand zwischen Ständen?
 - Anzahl Parkplätze?
 - Brandschutzverordnungen?
- gGmbH als Betreiber?

Anhang 3 - Interviewprotokoll Niklas Brandau

Utopia-Stadtgarten:

- Existiert seit Herbst 2013
- Projekt in Netzwerkarbeit um Synergieeffekte nutzen zu können
- Material wird mit anderen Initiativen geteilt
- Partner von „Grüne Anlagen Wuppertal“
- Hauptaufgabe: Instandsetzungsmaßnahmen
- Ziel für 2015: Produkte für den Hutmacher, wie z.B. Pfefferminz für Tee, Tomaten und Gurken → Aufmerksamkeit für das Projekt gewinnen
- Produkte: diverse Gemüsesorten (Tomaten, Paprika, Peperoni, Salate, Kräuter)
- Extra: essbare Blüten und Heilpflanzen
- Lehrauftrag: Unterschiede aufzeigen zu den Supermarktprodukten und auf andere Formen und Geschmäcker hinweisen
- Food-Sharing-Regal im Café Hutmacher wird dreimal in der Woche beliefert
- Aktive Teilnehmer: ca. 10, jedoch sehr wechselhaft und alles ehrenamtlich
- Gartenvergrößerung eventuell auf den Flächen der alten Lagerhalle
 - Stadt Wuppertal hat eine Liste erstellt mit Flächen, die dem Utopia-Stadtgarten eventuell zur Verfügung gestellt werden können.

LXIV

Gartenführung:

- Bio-Saatgut über Bingenheim oder die Saatgutbörse.
- Hinweis auf genmanipuliertes Saatgut.

Wochenmarkt:

- Empfehlung den Markt unter der Woche stattfinden zu lassen, da am Wochenende viele Veranstaltungen rund um das Gebäude des Bahnhof Mirke stattfinden.
- Die ersten 6 Monate als Monatsmarkt, da es schwierig sein könnten Lieferanten zu finden
- Produkte:
 - Bio-Käserei
 - Bäckerei
 - Metzgerei
 - Obstsaftgenossenschaften
 - Konfitüren und Marmeladen
 - Ausschussware von großen regionalen Produzenten

Quartier:

- Viele arme Menschen
- Finanzielle Mittel für eine Bio-Ernährung sind nicht gegeben
- Supermärkte:
 - Aldi
 - Netto
 - Tema
- Türkische Bäckereien
- Künstler- und Handwerksbetriebe
- Upcycling-Produkte
- Needful-Things-Markt

Kooperation mit der Alten Feuerwache:

- Jugendliche der AFW produzieren in den offenen Werkstätten Produkte und können diese auf dem Wochenmarkt verkaufen
- Betreuungsangebot für Kinder

Ansprechpartner:

- Rainer Wittmann: Projektleiter Trasse
- Klaus Lange: ADFC
- Stefan Lerch: Mirker Schrauber

Anhang 4 - Interviewleitfaden Thomas Weyland

Quartier:

- Wie sieht die Infrastruktur des Quartiers um den Mirker Bahnhof aus?
- Wo gehen die Leute einkaufen?
- Auf welche Konkurrenz könnten wir stoßen, abgesehen von anderen Wochenmärkten?
- Wie können wir die Akteure vor Ort mit einbeziehen? (Bewohner, Vereine, Wohnungsunternehmen, private Eigentümer, Gewerbetreibende, Religionsgemeinschaften, Polizei, Politik, Verwaltung)
- Welche Bevölkerungsschichten befinden sich im Quartier?
- Wie prüfen wir das Interesse der Leute vor Ort?
- Einschätzung des Projektumfangs?
- Wie viele Stände sollten in etwa aufgestellt werden? (Bedarf, Markteinschätzung)

Trasse:

- An welche Quartiere ist die Trasse angebunden?
- Wie viele Leute verkehren dort tatsächlich?
- Wie viele Auf- und Abfahrten gibt es?
- Wie lange braucht man tatsächlich um von anderen Quartieren zum Mirker Bahnhof zu kommen?

Rechtlich:

- Besteuerung? (Betreiber & Anbieter)
- Gebühren für Anbieter? (Und Finanzierung Ihres Vorhabens allgemein?)
- Dürfen verschiedene Arten von Produkten auf einem Markt angeboten werden? (bspw. Lebensmittel und Flohmarktartikel - private und gewerbliche Anbieter?)
- Inwiefern darf Utopiastadt über das Gelände verfügen?
- Ist es möglich dass der Markt unter einer „Veranstaltung“ bei der zukünftigen Utopiastadt gGmbH stattfindet?
- Richtlinien zu Sicherheit und Gesundheit?

Businessplan/Umfeldanalyse:

- Welche Punkte sind bei der Erstellung eines Businessplans/Betreiberkonzepts und der Durchführung einer Umfeldanalyse besonders wichtig/eher weniger wichtig für einen Markt
- Wie können die Personen oder Personengruppen in Wuppertal die Einfluss auf das Projekt nehmen könnten am besten analysiert werden? (Konkurrenzsituation, Kundenstruktur)
- Wie sind die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen (Wertewandel, Umweltbewußtsein), wie kann dies analysiert werden?

Anhang 5 - Interviewprotokoll Thomas Weyland

Zur Person:

- Unternehmensberater insb. In der Existenzgründung
- Sehr aktiv im Quartier (Wuppertaler Nordstadt)
- Gründer der Ölberggenossenschaft → kümmert sich um Erhalt und Sanierung der Gebäude
- Mitgründer des Ölbergmarkts

Zum Quartier (auch Mirker Viertel als Teil der Nordstadt):

- Einzelhandelsverfall
- Viele Migranten
- Immer mehr verarmt bis vor ein paar Jahren
- Mittlerweile Aufstieg zu einem „In-Viertel“
 - Verdrängung der ärmeren Bevölkerungsschicht
 - Klientel für Bio-Produkte vorhanden
 - Interesse an ortsnaher Versorgung

Zum Ölbergmarkt:

- 2006 gegründet, findet alle zwei Wochen Freitag nachmittags statt
- Produkte: Brot, Käse, Gemüse, Obst, Eier, Bio-Fleisch, Wein
 - Zuerst mit viel Erfolg, mittlerweile:
 - Weniger Kunden

LXVII

- Weniger Anbieter, da zu wenig Einnahmen vor allem Obst und Gemüse („Ankerprodukte“) fehlen
- Es können keine neuen Beschicker gefunden werden, Freitagnachmittag ist kein guter Termin für die Beschicker
- Vor allem ältere Menschen gehen dort einkaufen, kaum Migranten
- Es wurden auch immer Sitzgelegenheiten geschaffen, damit der Markt auch Möglichkeiten bietet, sicher dort länger aufzuhalten. ->wird auch genutzt
- Es gibt Schwierigkeiten, neue Beschicker zu finden, da rund um Wuppertal wenig Erzeuger sind und es auch terminlich nicht so gut passt
- Der Markt fand zunächst monatlich statt, dann alle 2 Wochen. Beides wurde gut angenommen. Zeitweise gab es den Markt auch wöchentlich, aber das wurde nicht angenommen.

Zum Wochenmarkt-Projekt:

- Zuerst skeptisch wegen „Niedergang“ des Ölbergmarkts
- Aber: Veränderung des Mirker Viertels in diesem Sinne positiv
- Genaue Umfeldanalyse sollte erfolgen und wer den Markt besuchen würde (Studenten, Kreative, Senioren, aber eher nicht die Migranten, da zu teuer)
- Mirker Bahnhof ist gerade kein Knotenpunkt, aber wie wird sich das Viertel um den Bahnhof noch entwickeln?

Anregungen:

- Abgeändertes Konzept, mehr Event-Charakter:
 - Kleine „Snack-Buden“
 - Besuch des Marktes auf dem Springerplatz in Bochum
 - Kooperation mit Ölbergmarkt:
- Antizyklisch stattfindend (Freitag nachmittags)
 - Gleichen Anbieter anfragen
- Verknüpfung mit needful things

Rechtliches:

- Standgebühren (ca. 20 – 40€) berechnen auf Grundlage von:
 - Aufwand für Buchführung
 - Aufwand für Marketing
 - Aufwand für Platzinstandhaltung
 - Wasserverbrauch

LXVIII

- Gesundheitsrichtlinien werden von Anbietern selber beachtet
 - Warmwasseranschluss auch auf Markt von Nöten? Abklärung mit Gesundheitsamt

Anhang 6 - Interviewprotokoll Pinky

Zur Person:

Pinky ist BIO Landwirtin und arbeitet derzeit auf einem Hof in Essen. Sie hat ihre Ausbildung auf einem Hof im Windrather Tal gemacht. Die Höfe im Windrather Tal sind auch interessant als Beschicker für den Wochenmarkt.

Niklas Brandau hat uns in seinem Interview auf Pinky aufmerksam gemacht und den Kontakt vermittelt. Sie sollte uns ggf. mit Kontakten oder Ideen weiterhelfen, daher gab es nur einzelne Leitfragen und keinen detaillierten Fragenkatalog.

Zu Beschickern:

Im Windrather Tal gibt es mehrere Höfe. Zwei dieser Höfe betreiben eine Abo-Kiste und der Rest vertreibt seine Produkte über den Talhandel. Der Talhandel ist ein kleiner Großhandel der unter anderem einige Schulen in der Region beliefert. Einer der Höfe, der Schepers Hof vertreibt Milch und Käse aus der eigenen Käserei. Die Höfe sowie der Talhandel haben nur begrenzte Kapazitäten, viele arbeiten dort freiwillig. Es besteht kaum die Möglichkeit, dass dem Windrather Tal genügend Mitarbeiter zum Betreiben eines Wochenmarktstandes zur Verfügung stehen. Produktseitig sollte der Beschickung nichts im Wege stehen.

Es kann auch schwierig sein Beschicker zu finden, da der Betrieb eines Wochenmarktstandes sehr aufwändig ist und die Reste, die nicht verkauft werden könnten, entsorgt werden müssen. Die Idee die „Abfälle“ dann zum Foodsharing zu verwenden, würde falsche Anreize setzen.

Aus Erfahrungen mit Märkten am Niederrhein ist die Rentabilität oft ein Problem auf Wochenmärkten, so dass die Beschicker sukzessiv nicht mehr kommen.

Der BIO-Lebensmittel-Großhändler Weiling ist nicht geeignet als Beschicker. Er sitzt in Coesfeld und ist damit zu weit entfernt. Außerdem hat er wenig Ausschussware und wenn, dann fällt diese nur unregelmäßig an.

In Neviges gibt es einen BIO- Metzger. BIO-Eier könnte Pinky aus Essen besorgen.

Zum Quartier :

Der Bahnhof Mirke ist ein sehr guter Standort für einen Wochenmarkt. Durch die Trasse und das Café Hutmacher ist er am Wochenende und vor allem in den Sommermonaten sehr hoch frequentiert.

Zum Wochenmarkt-Projekt:

Dem im Café Hutmacher betriebenen Foodsharing sowie dem Urban Gardening sollte der Wochenmarkt nicht schaden, da die verschiedenen Konzepte unterschiedliche Ziele verfolgen.

Der Wochenmarkt sollte optimaler Weise am Wochenende stattfinden, da dann die Trasse am meisten besucht ist. Das Café Hutmacher könnte als Anzugspunkt wirken.

Es sollte viel Rohkost verkauft werden.

Wer soll den Utopiastadt-Stand betreiben? Womit soll dieser bezahlt werden? Idee: Standgebühren der anderen = Lohn des Standbetreibers.

Anhang 7 - Protokoll - Betreiberstrukturen

Gespräch mit Christian Hampe am 13.11.2014

Wiki:

- Informationen zu Utopiastadt werden in Wiki gestellt:
- www.transzent.utopiastadt.eu, Nutzernamen: TransZent, PW: Do1230
- Um eigene Dateien hochzuladen ist eine Anmeldung erforderlich
- Organigramm zu Utopiastadt namens „Ufo“ wird eingestellt

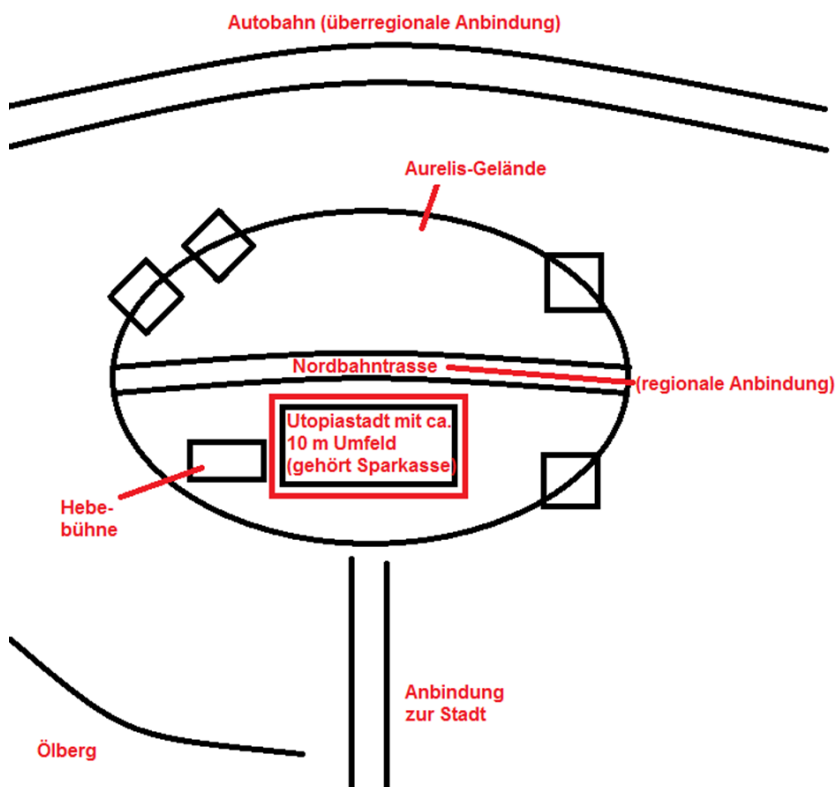


Abbildung 20 - Gelände entlang der Nordbahntrasse

Eigene Darstellung angelehnt an Beschreibung von Hampe C. (2014)

LXX

- Aurelis will freie Flächen vermieten/verpachten
- Es gibt momentan keine Bebauungspläne für Aurelis-Gelände
- Utopiastadt-Gebäude wie auch das gesamte Bahnhofsensemble stehen unter Denkmalschutz
- Es gibt verschiedene Ideen damit Utopiastadt das Gelände erhält (Gebäude wird evtl. von
- Sparkasse an Stiftung gespendet)
- 3 Anbindungen
 - Norden: Autobahn (überregional)
 - Mitte: Nordbahntrasse (regional)
 - Süden: Stadt
- Quartier: Wohnungen und Einzelhandel z.T. gut erhalten z.T. renovier bedürftig

Betreiberstrukturen momentan/in Zukunft:

Momentan: Eigentümer von Utopiastadt: Stadtparkasse

Pächter von Utopiastadt: Clownfish

Vermieter: Utopiastadt Vermietungs-GbR

Mieter: Bellinghaus; Bärtig UG; Clownfish

In Zukunft: Eigentümer: Utopiastadt gGmbH

(Überlegungen) Vermieter: Utopiastadt gGmbH

Markt könnte evtl. unter „Veranstaltung“ bei Utopiastadt gGmbH laufen

Designmarkt:

- Es gibt bereits einen Designmarkt: Need ful things
- Zwei Mal im Jahr; Veranstalter: clownfisch & Hebebühne e.V.
- Redaktion
 - Leonie Altendorf
 - Jacob Economou
 - Beate Barbara Blaschczok
 - Christian Hampe
- Möbel, Lampen, Upcycling, Shirts, Kleider, Accessoires, Hygiene und Essen
- Nächstes Mal: Sa./So. 29./30.11.2014, 12–19h (<http://need-ful-things.de/>)

Sonstiges:

Zukünftig soll Küche mit ins Café (Planung für Sanierung)

Anhang 8 - Exemplarische Kontaktmail Beschicker

Sehr geehrte Damen und Herren,

mein Name ist Nadine Dißemond, Studentin an der Bergischen Universität Wuppertal im Master Studiengang Sustainability Management.

Im Rahmen eines Seminars evaluieren vier weitere Kommilitonen und ich in Kooperation mit der Utopiastadt am Bahnhof Mirke in Wuppertal und dem Wuppertal Institut die Möglichkeit einen Wochenmarkt am Mirker Bahnhof mit u.a. lokalen Bio-Produkten zu etablieren.

Ich habe über Ihren Internetauftritt herausgefunden, dass Sie nachhaltige Landwirtschaft betreiben und möchte Sie nun fragen, ob Sie generelles Interesse an solch einer Initiative haben und ich Sie weiter zu diesem Thema kontaktieren darf.

Bei Rückfragen können Sie mich jederzeit kontaktieren. Weitere Informationen zur Initiative am Bahnhof Mirke finden Sie unter folgendem Link:

<http://neu.clownfisch.eu/utopia-stadt/>.

Vielen Dank für Ihr Interesse.

Mit freundlichen Grüßen

Nadine Dißemond

Anhang 9 - Liste der Wochenmärkte in Wuppertal

Wochenmarkt	Tag	Uhrzeit	Ansprechpartner	Telefon	
Barmen	Dienstag	7-14	Marktmeister Herr Schüller	0163 4676611	
	Freitag	7-18			
	Samstag	7-13:30			
Langerfeld	Freitag	7-14	Marktmeister Herr Schüller	0163 4676611	
Laurentiusplatz Wuppertal Elberfeld	Dienstag	7-16	Marktmeister Herr Schüller	0163 4676611	
	Donnerstag	7-16			
Nordstadt /Ölberg Marienstraße Ecke Wirker Straße	Jeden 2. Freitag	14-18	Gaby Schulten	0202 4957018	
	Wichlinghausen, Wichlinghauser Markt	Donnerstag	7-14	-	-
Oberbarmen Berliner Platz	Mittwoch	7-15	Herr Weidenbach	0202 647033	
Cronenberg Auf dem Eigen / Am Ehrenmal	Freitag	7-13	Marktmeister Herr Schüller	0163 4676611	
	Ronsdorf	Dienstag	7-13	Marktmeister Herr Schüller	0163 4676611
		Freitag	7-18		
Vohwinkel Lienhardplatz	Samstag	7-13:30			
	Dienstag	7-13	Marktmeister Herr Schüller	0163 4676611	
	Samstag	7-13			
Elberfelder Neumarkt	Montag bis Freitag	7-18	Herr Frank Schmitz	0173 5278531	
	Samstag	7-16			

<https://www.wuppertal.de/tourismus-freizeit/einkaufen/102370100000204430.php>

Anhang 10 - Umfragebogen Kunden

Umfrage zu einem Wochenmarkt am Bahnhof Mirke

Wir sind eine Gruppe von StudentInnen der Bergischen Universität Wuppertal im Master Studiengang Sustainability Management.

Im Rahmen eines Seminars untersuchen wir die Möglichkeit, einen Wochenmarkt am Mirker Bahnhof mit u.a. lokalen Bio-Produkten zu etablieren.

Das Projekt findet in Kooperation mit Utopiastadt am Bahnhof Mirke und dem Wuppertal Institut statt.

Wir würden uns freuen, wenn Sie sich ca. 3 Minuten für diese Umfrage Zeit nehmen könnten. Ihre Teilnahme hilft uns, ein Konzept für einen Wochenmarkt zu entwickeln, welches Ihren Bedürfnissen entspricht.

Ihre Daten werden vertraulich behandelt und die Auswertung findet anonym statt.

Für Rückfragen können Sie sich an folgende Email-Adresse wenden: Jeremie_R@gmx.de

Wir bedanken uns für Ihre Unterstützung

Anhang 11 - Umfrage Aufbau

1. Wie ist Ihre derzeitige Einkaufssituation? (Mehrfachauswahl möglich) *

<input type="checkbox"/> Supermarkt / Discounter	<input type="checkbox"/> Bäckerei / Käserei / Metzgerei
<input type="checkbox"/> Wochenmarkt	<input type="checkbox"/> Bioladen / Landwirt
<input type="checkbox"/> Sonstiges:	<input type="text"/>

2. Wie häufig kaufen Sie gezielt Produkte, die folgende Siegel haben: *

	sehr häufig	häufig		selten	sehr selten
Fairtrade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Regional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Wenn es einen Wochenmarkt am Bahnhof Mirke gäbe, wie oft würden Sie ihn besuchen? *

<input type="radio"/> Wöchentlich	
<input type="radio"/> Alle 2 Wochen	
<input type="radio"/> Monatlich	
<input type="radio"/> Wenn nie, warum?	<input type="text"/>

4. Welchen Tag würden Sie für den Marktbesuch bevorzugen? (Mehrfachauswahl möglich) *

<input type="checkbox"/> Montag	<input type="checkbox"/> Mittwoch	<input type="checkbox"/> Freitag
<input type="checkbox"/> Dienstag	<input type="checkbox"/> Donnerstag	<input type="checkbox"/> Samstag

5. Welche Produkte würden Sie auf dem Wochenmarkt kaufen? (Mehrfachauswahl möglich) *

<input type="checkbox"/> Gemüse	<input type="checkbox"/> Käse	<input type="checkbox"/> Imbissangebote
<input type="checkbox"/> Obst	<input type="checkbox"/> Fleisch	<input type="checkbox"/> Blumen
<input type="checkbox"/> Backwaren	<input type="checkbox"/> Fisch	<input type="checkbox"/> regionale Designartikel
<input type="checkbox"/> Sonstiges:		

6. Welche Uhrzeit würden Sie für den Marktbesuch bevorzugen? (Mehrfachauswahl möglich) *

<input type="checkbox"/> 07-12 Uhr
<input type="checkbox"/> 12-16 Uhr
<input type="checkbox"/> 16-20 Uhr

7. Wie ist Ihr Alter? *

<input type="radio"/> bis 20
<input type="radio"/> 21-35
<input type="radio"/> 36-50
<input type="radio"/> 51-65
<input type="radio"/> über 65

8. In welchem Stadtbezirk wohnen Sie? *

<input type="radio"/> Elberfeld	<input type="radio"/> Cronenberg	<input type="radio"/> Langerfeld-Beyenburg
<input type="radio"/> Elberfeld-West	<input type="radio"/> Barmen	<input type="radio"/> Ronsdorf
<input type="radio"/> Uellendahl-Katernberg	<input type="radio"/> Oberbarmen	<input type="radio"/> Mirke
<input type="radio"/> Vohwinkel	<input type="radio"/> Hecklinghausen	<input type="radio"/> Sonstiges (außerhalb)

9. Haben Sie sonstige Anmerkungen?

Anhang 12 - Ergebnisse Umfrage Kunden

Detaillierte Excel-Darstellung zu Umfangreich, daher in digitalem Anhang zu finden

1. **Wie ist Ihre derzeitige Einkaufssituation? (Mehrfachauswahl möglich) ***

Anzahl Teilnehmer: 365

Supermarkt / Discounter: 339 (92.9%)

Wochenmarkt: 85 (23.3%)

Bäckerei / Käserei / Metzgerei: 220 (60.3%)

Bioladen / Landwirt: 150 (41.1%)

Andere: 14 (3.8%)

Antworten aus dem Zusatzfeld:

- Biosupermarkt
- abo biokiste
- Biokisten Abo
- grüne Kiste
- Containern
- Obst- und Gemüseladen
- Lieferung der Biokiste
- Food Sharing
- Food Coop
- Flohmarkt
- Biokiste
- Foodsharing / Containern
- Foodsharing
- Foodsharing

2. **Wie häufig kaufen Sie gezielt Produkte, die folgende Siegel haben: ***

Anzahl Teilnehmer: 365

	sehr häufig (1)		häufig (2)		(3)		selten (4)		sehr selten (5)		Ø
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	
Fairtrade	34	9,32	119	32,6	87	23,84	85	23,29	40	10,96	2,94
Regional	52	14,25	147	40,27	95	26,03	51	13,97	20	5,48	2,56
Bio	117	32,05	147	40,27	60	16,44	30	8,22	11	3,01	2,1

3. **Wenn es einen Wochenmarkt am Bahnhof Mirke gäbe, wie oft würden Sie ihn besuchen? ***

Anzahl Teilnehmer: 365

Wöchentlich: 144 (39.5%)
 Alle 2 Wochen: 120 (32.9%)
 Monatlich: 73 (20.0%)
 Andere: 28 (7.7%)

Antworten aus dem Zusatzfeld:

- Standort zu weit weg vom Wohnort
- Ich habe kein Auto, und zum Einkaufen gehen ist mir dass dann mit den Öffentlichen Verkehrsmitteln zu weit.
- Zu weit ab von meinem Alltag
- zu weit weg
- kriege Gemüsebox vom Hof zur Hellen
- Liegt nicht auf meinem Weg.
- nicht in direkter Nachbarschaft
- vergessen
- Ich habe im Luisenviertel alles was ich brauche
- ich wohne auf dem Ölberg, die Mirke liegt mit öffentlichen Verkehrsmittel nicht auf meinem Weg
- Wohne in Ronsdorf
- entfernung zu groß
- Nicht nie, aber seltenst, da wahrscheinlich zu teuer.
- es gibt zu viele Wochenmärkte überall in der Stadt.
- woanders wohnhaft
- leider umgezogen in eine andere Stadt
- anderer Wohnort
- Wenig Zeit
- entfernung zu groß
- Wohnort zu weit entfernt
- zu weit
- falscher Wohnort
- zu teuer
- Nutze den in meinem Viertel schon nicht.
- Ich bin meistens von morgens bis spät nachmittags in der Uni.
- Wohne in Vohwinkel
- sind vor ein paar Monaten weg gezogen, sonst hätte icch ihn wöchentlich besucht
- weit weg

4. **Welchen Tag würden Sie für den Marktbesuch bevorzugen? (Mehrfachauswahl möglich) ***

Anzahl Teilnehmer: 365

Montag: 70 (19.2%)	Donnerstag: 62 (17.0%)
Dienstag: 47 (12.9%)	Freitag: 131 (35.9%)
Mittwoch: 91 (24.9%)	Samstag: 282 (77.3%)

5. Welche Produkte würden Sie auf dem Wochenmarkt kaufen? (Mehrfachauswahl möglich) *

Anzahl Teilnehmer: 365

Antworten aus dem Zusatzfeld:

Gemüse: 343 (94.0%)
 Obst: 330 (90.4%)
 Backwaren: 233 (63.8%)
 Käse: 251 (68.8%)
 Fleisch: 167 (45.8%)
 Fisch: 108 (29.6%)
 Imbissangebote: 120 (32.9%)
 Blumen: 124 (34.0%)
 regionale Designerartikel: 127 (34.8%)
 Andere: 18 (4.9%)

- Bücher
 - Milch
 - besondere Getränke
 - ich komme doch wahrscheinlich nie
 - Antipasti
 - Eier
 - Vegane Lebensmittel
 - Eier, Milch
 - bin kein Marktfan
 - Kunst
 - Milch, Eier
 - möglichst in sehr guter Qualität bis Bio
 - Zeug und Teufel
 - Günstiges, nichts faules
 - Antipasti
 - Kerzen
 - Veganes
 - Trödel

6. Welche Uhrzeit würden Sie für den Marktbesuch bevorzugen? (Mehrfachauswahl möglich) *

Anzahl Teilnehmer: 365

07-12 Uhr: 120 (32.9%)
 12-16 Uhr: 251 (68.8%)
 16-20 Uhr: 155 (42.5%)

7. Wie ist Ihr Alter? *

Anzahl Teilnehmer: 365

bis 20: 10 (2.7%)
 21-35: 218 (59.7%)
 36-50: 106 (29.0%)
 51-65: 29 (7.9%)
 über 65: 2 (0.5%)

8. In welchem Stadtbezirk wohnen Sie? *

Anzahl Teilnehmer: 365

Elberfeld: 187 (51.2%)	Oberbarmen: 4 (1.1%)
Elberfeld-West: 35 (9.6%)	Heckinghausen: 2 (0.5%)
Uellendahl-Katernberg: 19 (5.2%)	Langerfeld-Beyenburg: 3 (0.8%)
Vohwinkel: 7 (1.9%)	Ronsdorf: 2 (0.5%)
Cronenberg: 10 (2.7%)	Mirke: 48 (13.2%)
Barmen: 34 (9.3%)	Sonstiges (außerhalb): 14 (3.8%)

9. Haben Sie sonstige Anmerkungen?

Anzahl Teilnehmer: 50

LXXVII

- Bei einem Markt unter der Woche: Öffnungszeiten am Abend. Am Samstag auch sehr gerne Vormittags.
- Die Idee finde ich jedoch gut, auch wenn es nicht meine Strecke, mein Stadtteil ist...
- Würde mich freuen, wenn auch die Ernte der urbanen Gärten dort vermarktet werden könnte.
- ein Wochenmarkt an dieser Stelle wäre großartig!!!
- Sehr gute Idee auch ein Flohmarkt wäre nicht schlecht
- Großartige Idee! Es wäre wirklich toll, wenn das klappen würde!
- Ein Markt wäre toll, ich wohne direkt gegenüber vom Mirker Bahnhof, würde bestimmt oft kommen.
- Ich würde mich freuen wenn es einen Markt am Mirker Bahnhof geben würde
- Ich würde den Markt mit dem Fahrrad über die Trasse anfahren, der Standort Mirker Bahnhof wäre für mich ideal!
- Es braucht ein ausreichend breites Angebot und einen potentiellen Kundenstamm, der den Wochenmarkt gut erreichen kann. Zum Vergleich: Das Angebot auf dem Wochenmarkt am Ölberg ist in der letzten Zeit kleiner geworden. Zusätzliche Angebote rund um den Einkauf der alltäglichen Waren könnten die Attraktivität des Marktes steigern. Der Markt müsste mehr bieten als ein gewöhnlicher Wochenmarkt. Zum Beispiel: Fairtrade, regionale Angebote (Obst, Säfte, Honig, Käse, Fleisch, Eier, Textilien ..), Up-Cycling, Wildkräuter aus der Umgebung, Musik und kulturelle Angebote, Plattform für Aussteller, Info-Stände, Tauschbörse, Aktion für Kinder, Mitmach-Aktionen... Würde das Projekt mit einem monatlichen Markt starten, um zu testen, ob sich der Markt dort etablieren kann.
- warum fehlt bei den Ortsabfragen die Nordstadt?
- warum fragen Sie nicht, wie die Leute anreisen würden (um ökologische Folgekosten zu ermitteln)
- warum fragen Sie nicht, ob andere Einkaufangebote durch den Wochenmarkt an Kunden verlieren würden?
- warum lassen Sie mich sagen, dass ich nie komme - zwingen Sie mich dann aber Fragen zu beantworten, wann ich komme?
- warum fehlen Abfragen zum Geschlecht und für viele Personen im Haushalt eingekauft werden würde?
- Ich fände einen Wochenmarkt am Bf Mirke wunderbar! In entspannter Atmosphäre einkaufen, anschließend noch auf einen Milchkaffee in den Hutmacher und dann die Einkäufe zu Fuß nach Hause bringen - perfekt!
- Ich würde einen Wochenmarkt begrüßen

LXXVIII

- In der Woche (vlt Mittwoch) vormittags bis frühen Abend. Am Samstag Morgens bis frühen Nachmittag. Super Idee, übrigens :)
- Unter der Woche würde ich den Markt eher nachmittags bis frühen Abend besuchen, am Wochenende eher Vormittags.
- ich wuerde mich sehr ueber einen regionalen wochenmarkt freuen
- Warum nicht am Sonntag (Morgen)?
- Eine super Idee!!!! Auf der Markt am Neumarkt finde ich das nicht so appetitlich, Obst und Gemüse zu kaufen, wegen der ganzen Abgase der Busse und Autos...
- Ich hoffe auf eine schöne Zukunft in dieser gegend!
- die Idee ist klasse!
- Wir würden den Wochenmarkt evtl. dann regelmäßig besuchen, wenn nicht nur konventionelle Produkte angeboten würden. Ansonsten würde es für uns nicht viel Sinn machen.
- Sehr gute Idee die unterstützt werden muss.
- Es könnte ggf ein Parkplatzproblem geben, da nicht ausreichend Parkplätze vorhanden sind. Sonst eine klasse Idee!!!
- Gute Idee, schön, dass sich immer mehr Leute Gedanken um Wuppertal und eine Erhöhung der Lebensqualität machen! Weiter so
- Es würde passen, wenn Alternativen zu Plastiktüten angeboten werden (Papiertüten/Jutebeutel/Baumwolltaschen/Netze/Körbe). Ebenso wäre es grandios, wenn auf so viel Verpackung(smüll), wie nur möglich, verzichtet wird.
- Das wäre einfach super...
- Ich glaube ein Markt am Mirker Bahnhof findet viel Anklang in Wuppertal, würde mich freuen wenn es einen gibt.
- Wäre ein schönes Projekt :)
- Machen
- großartige Idee! :-)
- Klasse Idee! Passt ins Quartier und der vorhandene Markt vorm Rathaus ist zu lieblos! Wir brauchen mehr Diversität und eine Alternative dazu!
- Super Idee! Wertet das Stadtbild weiter auf!
- Die Idee finde ich super!!!
- Einen regionalen Wochenmarkt würde ich begrüßen. Da ich oft auf der Suche bin, nach guten regionalen Produkten.
- Wir würden das sehr begrüßen!
- Eine super Idee, spricht sich bestimmt schnell rum und reagiert auf die aktuelle Nachfrage. V.a. in der Nordstadt gibt es kaum ein vergleichbares Angebot. Für die meisten Bioläden muss man ein ganzen Stück laufen oder das Auto nehmen.

LXXIX

- Ich wohne in Unterbarmen. Fehlt als Auswahlmöglichkeit
- Ein Wochenmarkt am Bahnhof Mirke ist eine super Idee. Wichtig wäre für mich noch, dass es keine "Designerpreise" (bei Sonder-Märkten am Bhf Mirke ist das ja nicht selten der Fall) sein sollten (was nicht heißen soll, dass es keine fairen Preise sein dürfen), da für uns ein Wochenmarkt auch bezahlbar sein muss, weil man ihn sonst doch nicht so häufig frequentiert, wie z.Bsp. einen(Bio)Supermarkt.
- Der Besuch kommt sehr auf das Angebot an. Auf dem Ölberg (nordstadt) gibt es sowas seit mehreren Jahren, da der Markt aber nur alle zwei Wochen einmal ist, und das Angebot super klein, kommen zu wenig Kunden und die Aussteller verdienen nicht genug und bleiben auch aus. Sehr schade. Das schwierigste wird sein, die Menschen zu bewegen.
- gute Idee, vor allem wenn es bio und fair wird :-). Und wenn die Trasse dann ab Freitag fertig ist, ist auch die Anfahrt kein Problem mehr.
- <https://thefoodassembly.com/> Wäre das auch was?
- bitte regionale Angebote von Erzeugern Ist egal was da für Logos/Siegel drauf sind! Regional > Bio
- Keep on keeping
- Theoretisch, gute Idee. Aber ein Anfahrt aus Vohwinkel würde für mich nur attraktiv sein wenn ich:
- Wirklich gute und frische Produkte bekomme (dies klappt nicht mal bei dem normalen Markt in Elberfeld)
- keine übertrieben hohen Preise zahlen muss (Bei manchen Biohändlern kosten manche Produkte bis zum 10fachen)
- eine breite Palette an Produkten verfügbar ist (also nicht nur zum "Käsekaufen" o.ä.)
- Der BF Mirke wäre in meinen Augen ein optimaler Standort, da sehr attraktiv für viele Bürger der Stadt!
- Die Marktkultur in Wuppertal ist bislang leider sehr beschränkt. Insofern würde ich einen Markt am Bahnhof Mirke als wirkliche Bereicherung erleben.
- Mir ist egal wann der Markt geöffnet ist, ich kann mich danach richten. Ich würde "alles" gerne kaufen, vorallem regional, nicht nur Lebensmittel, auch Geschenkartikel, "Hausrat", usw. Ich finde es eine sehr gute Idee ! Lieber als in Barmen oder Elberfeld, denn über die Trasse zu radeln ist ja schöner, als in die Zentren zu fahren ! Gruß Kathrin
- Wäre geil !
- Offener Markt, wo man sich mit wenig Aufwand mal danebenstellen kann.
- Stände anmelden können

Anhang 13 - Blogeinträge

Blog 1

Wochenmarkt im Quartier

2014-11-16 – 19:29:30

Im Rahmen des Masterseminars "Geschäftsmodelle für Nachhaltigkeitstransformationen" hat sich unsere Gruppe, bestehend aus Wenke, Nadine, Jeremie, Hannes und Nils, zusammengefunden um das Vorhaben eines Wochenmarktes im Quartier rund um den Mirker Bahnhof einmal genauer unter die Lupe zu nehmen.

Unser Ziel ist es, die Umsetzbarkeit eines Wochenmarktes im Quartier mittels Umfeldanalyse zu prüfen und daraus ein Betreiberkonzept für die Verantwortlichen von Utopiastadt zu erstellen. Um eine mögliche Umsetzung des Wochenmarktes möglichst genau beurteilen zu können, wollen wir das Sachgebiet von mehreren Seiten detailliert beleuchten. Zum einen sollen rechtliche, bürokratische und allgemeine Voraussetzungen, wie z.B. die Anzahl möglicher Stände, Gebühren, Gesundheits- sowie Gewerbebestimmungen geklärt werden. Des Weiteren sollen Untersuchungen des Umfeldes und der Zielgruppe Aufschluss darüber geben, welche Konkurrenz durch andere Wochen- und Supermärkte besteht und wie es um die Infra- und bisherige Angebotsstruktur des Zielgebietes beschaffen ist. Außerdem wollen wir auch die Einbindung von Urban Gardening, Upcycling und weiteren Konzepten prüfen sowie Gewerbetreibende und Initiativen direkt kontaktieren. Bei allen Punkten sollen die Entstehung und die Ethnostruktur des Zielquartiers und des Trasseneinzugsgebiets in besonderem Maße berücksichtigt werden.

Zu unseren direkten Ansprechpartnern, die unser Projekt mit ihrer jeweiligen Expertise unterstützen werden, zählen dabei Niklas Brandau (Landwirtschaft) und Thomas Weyland (Consulting Stadtentwicklung).

Wir sind allesamt Studierende des Masters Sustainability Management im ersten Semester und hoch motiviert, dieses praxisnahe Projekt anzugehen um Utopiastadt anschließend eine handfeste Handlungsempfehlung vorlegen zu können.

Blog 2

Wochenmarkt im Quartier

2014-11-18 – 13:25:16

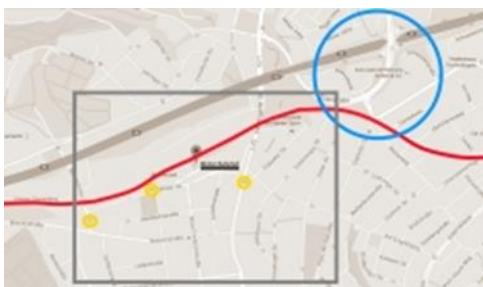
Erste Eindrücke

Am vergangenen Donnerstag kam es im Café Hutmacher im Mirker Bahnhof zum Zusammentreffen der verschiedenen Projektgruppen mit Christian Hampe, einem der Geschäftsführer der Wuppertaler Utopiastadt.

Aus diesem Gespräch konnten wir bereits erste Informationen für unser Wochenmarkt-Projekt ableiten, denn Bahnhofsgebäude + 10m Umfeld werden uns direkt von Utopiastadt für unseren Wochenmarkt zur Verfügung gestellt. Weitere Stellmöglichkeiten prüfen wir momentan mit den örtlichen Ämtern.

Mögliche Verkehrsanbindungen:

- Überregional über die Autobahn (blau)
- Regional über die Nordbahntrasse (rot)
- Regional über ÖPNV (gelb)
- Lokal und fußläufig direkt aus dem Quartier (grau)



Wie geht es weiter?

In unserem projekteigenen Terminplan stehen in dieser Woche richtungsweisende Gespräche mit unseren Ansprechpartnern Niklas Brandau und Thomas Weyland an. Im Gespräch mit Niklas Brandau am 19.11. wollen wir auf die Themenschwerpunkte Urban-Gardening, Bioprodukte und Biohöfe in der Region eingehen. Am Folgetag wollen wir dann mit Thomas Weyland über die Schwerpunkte Strukturen, Märkte und Quartierentwicklung sprechen.

Wir freuen uns, euch nächste Woche davon berichten zu können.

Blog 3

Essbarer Bahnhof

2014-11-20 – 20:59:24



Wir haben uns mit Niklas Brandau, Landwirt, Sozialarbeiter und engagierter Utopist, getroffen, um mit ihm tiefer in unser Wochenmarktprojekt.

Niklas konnte uns viele interessante Informationen und Einblicke zum Urban Gardening sowohl am Mirker Bahnhof als auch in ganz Wuppertal geben. So haben wir gelernt, dass nicht nur das Gärtnern, sondern auch die Aufbereitung der Flächen, Organisatorisches, Quartiersentwicklung und die Zusammenarbeit mit der Stadt Wuppertal zum Alltag eines Urban Gardeners gehören.

Der Utopiastadtgarten kann natürlich nicht die alleinige Quelle für den Wochenmarkt am Mirker Bahnhof sein, weil hierzu die Kapazitäten bei weitem nicht ausreichend sind, dennoch versuchen wir die Produkte bei der Ausgestaltung mit einzubeziehen. Unsere Aufgabe ist es jetzt, weitere Akteure zu finden und diese für unseren Wochenmarkt zu begeistern.

Das Gespräch mit Niklas hat uns angeregt auch soziale Aspekte, wie die Einbeziehung der Quartiersbewohner oder die Aktivitäten in der alten Feuerwache, stärker zu berücksichtigen.

Diese könnten zum Beispiel ihre eigen geschaffenen Produkte auf dem Mirker Markt anbieten.

Es war ein sehr interessantes Treffen und wir freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit mit Niklas.

Morgen geht es direkt weiter: Wir werden Thomas Weyland treffen, der uns nützliche Informationen vor allen Dingen zum Thema Quartiersentwicklung geben kann.

Blog 4

Wochenmarkt im Quartier

2014-11-26 – 23:22:26

Vergangene Woche haben wir uns mit Thomas Weyland getroffen um weitere Fragen zu unserem Projekt zu klären. Thomas ist Unternehmensberater, der sich auf Existenzgründungen spezialisiert hat. Des Weiteren ist er Gründer der Ölberggenossenschaft, die sich unter anderem für den Erhalt und die Sanierung von baufälligen Gebäuden in der Wuppertaler Nordstadt einsetzt.



Da Thomas auch zu den Mitgründern des Ölbergmarktes gehört, konnten wir sehr viel über die Herausforderungen erfahren, einen Wochenmarkt zu gründen und diesen erfolgreich zu führen. So haben wir etwa gelernt, dass es unabdingbar ist, "Ankerprodukte" wie Obst und Gemüse anzubieten, um potentielle Kunden überhaupt anzulocken. Des Weiteren fanden wir heraus, dass sich die Zielgruppe des Ölbergmarkts in den letzten Jahren immer weiter in Richtung älterer Menschen verschoben hat und auffällig wenige Migranten den Markt besuchen.

In diesem Zusammenhang sind auch die Erkenntnisse interessant, die wir in dem Gespräch über die Entwicklung der Bevölkerungsstruktur im Quartier in Erfahrung gebracht haben. So scheint es, dass sich das Mirker Viertel dahingehend verändert, als dass es immer mehr jüngere und alternative Menschen anzieht.

Aufgrund der abnehmenden Anzahl der Kunden und Marktschicker auf dem Ölbergmarkt, sowie der veränderten Kundenstruktur, sahen wir und Thomas anfangs wenig Potential in einem Wochenmarkt im Mirker Viertel.

Dennoch erarbeiteten wir im Laufe des Gesprächs einige Ideen und Anregungen, die den Wochenmarkt wieder attraktiver dar stehen lassen. So kam die Idee auf, den Wochenmarkt im Mirker Viertel antizyklisch mit dem Ölbergmarkt stattfinden zu lassen, der nur alle zwei Wochen stattfindet. Des Weiteren gab es Überlegungen, das Konzept des Wochenmarktes der neuen

Bevölkerungsstruktur im Quartier anzupassen und dem ganzen einen "Event-Charakter" zu verleihen.

Diese Ideen gilt es nun innerhalb der nächsten Tage und Wochen auf ihre Realisierbarkeit hin zu überprüfen. Des Weiteren wollen wir unsere Suche nach Anbietern noch weiter intensivieren und die rechtlichen Rahmenbedingungen klären.

Insgesamt war das Gespräch mit Thomas sehr aufschlussreich, es hat uns viele neue Denkanstöße gegeben und uns noch einmal deutlich gemacht, worauf wir unser Augenmerk richten sollen, um einen erfolgreichen Wochenmarkt zu implementieren.

Blog 5

Wochenmarkt im Quartier

2014-12-02 – 10:49:18

Heute gibt es mal wieder ein Update von der Wochenmarkt-Gruppe.

Gespräche letzte Woche haben bei uns einige Fragen aufgeworfen, die wir diese Woche angehen wollten.

So haben wir z.B. von Thomas und seiner Kollegin Gaby gehört, welche Schwierigkeiten es gibt, Obst- und Gemüse-Lieferanten für den Ölbergmarkt zu finden. Der Ölberg-Markt im Nachbarviertel vom Mirker Bahnhof muss daher trotz intensiver Bemühungen schon länger ohne Obst und Gemüse auskommen. Und das obwohl Obst und Gemüse doch das A und O eines jeden Wochenmarktes sind.

Finden wir also nun jemanden, der Obst und Gemüse am Mirker Bahnhof anbieten würde? Unsere bisherigen Bemühungen sind noch nicht sehr vielversprechend, da viele Anbieter zu klein sind oder keine Kapazitäten haben, einen weiteren Wochenmarkt zu beliefern. Aber: Unser Ehrgeiz ist geweckt und wir werden in den nächsten Wochen unsere Suche noch einmal verstärken.

Im Ölberg-Viertel ist es derzeit außerdem eher die ältere Generation, die den Wochenmarkt besucht. Für einen Wochenmarkt am Mirker Bahnhof wünschen wir uns ein etwas breiteres Publikum. Aber wer würde da überhaupt einkaufen kommen und welche Produkte sind besonders interessant? Um ein besseres Gefühl für die Bewohner und Ladenbesitzer im Viertel zu bekommen, haben wir entschieden, eine Umfrage zu starten und heute einen Fragebogen

entwickelt. Nächste Woche geht es dann los mit den Befragungen und wir erhoffen uns neue Erkenntnisse für die weitere Konzeption des Projektes Wochenmarkt.

Es grüßt euch die Wochenmarkt-Gruppe (heute auch mit Foto)



Blog 6

Steak-Holder.... oder doch vegetarisch?!

2014-12-15 – 19:51:05

Es sind nun fast schon fünf Wochen seit unserem Seminarstart vergangen und wir haben fleißig Informationen gesammelt, recherchiert, diskutiert, Ideen entwickelt und diese zum Teil auch wieder überworfen. Weiterhin schwirren viele Fragen in unseren Köpfen: Sollte der Wochenmarkt im Sinne der Nachhaltigkeit überhaupt Fleisch anbieten? Mit welchen potentiellen Anbietern steigen wir nun in einen tieferen Dialog ein? Wer hat noch Einfluss auf den Erfolg des Marktes und somit auf unsere Konzeption? Wie können wir Anbieter, die zu klein für einen eigenen Stand sind, integrieren?

Im Bereich Beschicker haben wir uns dafür entschieden, uns vor allem auf Lebensmittel aus regionalem und ökologisch nachhaltigem Anbau zu fokussieren.

Nach wie vor stehen wir vor der Problematik, dass den meisten möglichen Beschickern unser Projekt zwar sehr gut gefällt, sie aber zu wenig Kapazitäten haben, um einen eigenen Stand auf dem Wochenmarkt zu betreiben.

Daraus entstand unsere Idee eines Utopiastadt-Standes auf dem Wochenmarkt, bei dem Produkte mehrerer kleiner Anbieter gesammelt vertrieben werden können und von einem Verantwortlichen aus Utopiastadt verwaltet werden. Das hat auch Christian Hampe als positiv und umsetzbar aufgenommen. Besonders gut gefällt uns an der Idee, dass so viele kleine Anbieter ihre Produkte vermarkten könnten, die eine größere Vielfalt auf dem Markt ermöglichen und auch Produkte direkt aus dem Mirker Viertel mit aufgenommen werden können.

LXXXVI

Wir bedanken uns an dieser Stelle schon einmal für die interessierten Akteure, die sich vorstellen können, einen Markt am Mirker Bahnhof zu beschicken und freuen uns auf den weiteren Austausch sowie die bereits vereinbarten konkretisierenden Gespräche in den kommenden Wochen.

Drüber hinaus sind wir natürlich dankbar über jeden weiteren (Hinweis auf) Interessenten, um den Markt möglichst lebendig und abwechslungsreich zu gestalten.

Außerdem möchten wir natürlich nicht nur unsere Vorstellungen von einem Markt und die von Utopiastadt sondern auch die der Quartiersbewohner mit einbringen. So haben wir schon einige Interessensgruppen adressiert und werden in den nächsten Wochen stichprobenartig die Erstellung eines Stimmungsbildes zu einem Markt im Quartier vorantreiben.

Zusätzlich sind wir auch auf die Informationen der Stadt Wuppertal, des Ordnungsamtes, unserer Ansprechpartner und auf die Umfeldanalyse angewiesen; Dazu wird es bald weitere Einträge geben.

Abschließend bleibt zu sagen: Es bleibt spannend und es ist nicht immer einfach alle Interessensgruppen zu berücksichtigen sowie Interessenten für sich zu gewinnen.

Blog 7

Wochenmarkt - Hintergründe und Theorien

2014-12-28 – 17:09:07

Hintergründe

Für wen soll der Markt am Mirker Bahnhof sein? Erst einmal: für alle. Um allerdings die Anwohner ein wenig besser kennenzulernen beschäftigen wir uns, neben der Erstellung eines Fragebogens, noch mit den Hintergründen des Viertels sowie der Trasse.

Zum Viertel: Die Elberfelder Nordstadt zeichnet sich als ein Mischgebiet von Wohnen und Kleingewerbe aus und trägt das Image eines Künstlerviertels. Ebenso ist ein hoher Anteil an bürgerschaftlichen, kulturellen und ehrenamtlichen Projekten vorhanden.

Zur Trasse: Die Nordbahntrasse ist eine seit 1999 vollkommen stillgelegte Bahnstrecke. Über 22 Kilometer erstreckt sie sich quer durch das Wuppertaler Stadtgebiet und wird seit 2006 als Rad-, Spazier- und Freizeitweg genutzt. Laut WUPPERTALBEWEGUNG e.V. soll sie „ein Ort der Begegnung sein: Jung und Alt, Menschen mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen, aus allen sozialen Schichten und Stadtteilen sollen sich begegnen“. Diese Beschreibung deckt sich ebenfalls mit unserem Ziel des Wochenmarktes.

Theorien

Um den Wochenmarkt im Sinne der ökologischen Nachhaltigkeit zu betreiben setzen wir auf Bio- sowie regionale Produkte. Für die soziale Nachhaltigkeit versuchen wir alle Bevölkerungsgruppen dieses kulturell vielfältigen Quartiers sowohl als Anbieter als auch als Kunden zu integrieren.

Um an das Wochenmarkt-Projekt auch aus wissenschaftlicher und betriebswirtschaftlicher Sicht heranzugehen erstellen wir eine Projekt-Umfeldanalyse. Das Ergebnis ist dann die Erkenntnis darüber, wer welchen Einfluss auf das Projekt hat. Hier analysieren wir z.B. die Konkurrenzsituation, die Kundenstruktur, rechtliche Rahmenbedingungen usw. Außerdem wird das Business-Model ? Canvas? Utopiastadt, als Schaubild, einen kleinen Überblick liefern. Hier werden z.B. das Nutzenversprechen, Vertriebskanäle, Schlüsselressourcen usw. dargestellt.

Neuigkeiten:

Vor Weihnachten haben wir das Troxler-Haus besucht. Die Troxler-Haus Sozialtherapeutische Werkstätten gGmbH in Wuppertal ist eine anerkannte Werkstatt für behinderte Menschen mit rund 20 verschiedenen Werkstätten. Von besonderem Interesse sind für unseren Wochenmarkt die in der Bäckerei aus biologisch-dynamisch angebautem Demeter-Getreide hergestellten Backwaren.

Weiterhin haben wir uns mit Pinky getroffen. Pinky ist BIO Landwirtin und hat ihre Ausbildung auf einem Hof im Windrather Tal gemacht. Leider haben die Höfe im Windrather Tal nur begrenzte Kapazitäten und somit besteht kaum die Möglichkeit, dass genügend Mitarbeiter zum Betreiben eines Wochenmarktstandes zur Verfügung stehen. Hier kommt wieder der Utopiastadt-Stand ins Spiel.

Wie bereits erwähnt haben wir einen Fragebogen entwickelt um uns einen kleinen Eindruck zu verschaffen inwieweit von den Anwohnern ein Wochenmarkt am Mirker Bahnhof erwünscht ist. Mit Matthias Wanner, unserem Ansprechpartner vom Wuppertal Institut, haben wir die Fragen gemeinsam noch einmal überarbeitet und noch am selben Abend Umfragebögen im Café Hutmacher sowie im Café ADA verteilt. Nun hoffen wir auf eine hohe Teilnehmeranzahl!

Blog 8

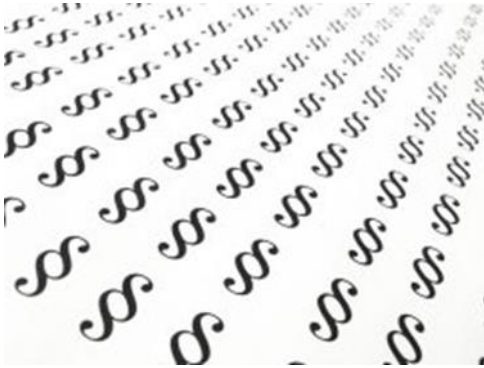
Recht und Ordnung auf dem Wochenmarkt

2015-01-04 – 15:18:47

Während die Planungen und Konzeptionierungen rund um den Wochenmarkt am Mirker Bahnhof immer weiter voranschreiten, darf natürlich auch der Blick auf die rechtlichen Grundlagen eines Wochenmarktes nicht fehlen.

Hierbei geht es darum, zu klären, was auf einem Markt verkauft werden darf, wer verkaufen darf, wann der Markt stattfinden darf, und was für Gebühren zu entrichten sind.

Wer dabei denkt, es gehe hierbei nur um Gesetzestexte, die klingen wie, "Tätigkeiten im Sinne des § 60b Abs. 1; die §§ 55 bis 60a und 60c bis 61a bleiben unberührt", oder "eine Veranstaltung, die die Voraussetzungen der §§ 64, 65, 66, 67 oder 68 erfüllt", der liegt mit seinen Vermutungen genau richtig.



Mein bester Freund bei dieser Recherchearbeit ist in erster Linie die §§64-71b die Gewerbeordnung mit dem Namen "Messen, Ausstellungen, Märkte". Hierbei geht es darum, wie verschiedene öffentliche Veranstaltungen genannt werden, und was sie für Voraussetzungen erfüllen müssen, um auch als solche von der Stadt zugelassen zu werden.

Während das Umwälzen der Gewerbeordnung erwartungsgemäß nicht mit einer allzu tiefgehenden Emotionalität meinerseits verbunden ist, so muntern mich immerhin meine (meist) montäglich stattfindenden Gespräche mit der netten Frau von der Stadt Wuppertal auf. Diese klärte mich beispielsweise darüber auf, warum ein Markt gar nicht immer ein Markt ist und dass eine "Vielzahl von Anbietern" im engeren Sinne einer festgesetzten Anzahl von 12 Anbietern entspricht.

Blog 9

Best-Practice in Bochum

2015-01-27 – 19:26:41

Wie funktionieren andere Wochenmärkte?

Welche Konzepte verbergen sich hinter anderen Wochenmärkten?

Um Antworten auf diese Fragen zu finden haben wir uns einmal genauer auf dem Moltkemarkt am Bochumer Springerplatz umgesehen.

Der Markt findet wöchentlich von 16-20 Uhr auf dem Springerplatz in Bochum, nahe dem Innenstadtbereich, statt. Wie sich bereits an den Uhrzeiten erkennen lässt, handelt es sich nicht um einen gewöhnlichen Wochenmarkt, sondern um einen Feierabendmarkt, der neben der Lebensmittelversorgung unter Anderem zum vorabendlichen Zusammensein und –sitzen einlädt. Nachdem der Springerplatz ca. 1 Jahr lang umgebaut wurde, hat man den Moltkemarkt am 27. September 2013 wiedereröffnet. Der Markt am Springerplatz hatte bereits vor dem

XC

Umbau eine lange Tradition im Viertel, wurde aber wegen des schwindenden Erfolgs anderer Wochenmärkte in die Innenstadt verlegt. Auch wegen seiner hohen Akzeptanz und Bekanntheit im Viertel kann die Wiedereinführung auf dem umgebauten Platz im Jahre 2013, laut Betreiber, dennoch als Erfolg verzeichnet werden. Zu den angebotenen Waren zählen Obst, Gemüse, Kartoffeln, Eier, mediterrane Feinkost, Wein, Fleisch- und Wurstwaren sowie Backwaren. Abgerundet wird das Ambiente des Feierabendmarktes durch diverse Sitzgelegenheiten, die zur geselligen Verköstigung der angebotenen Speisen und Weine einladen. Aus diesem Grund bieten die meisten Händler immer auch kleine Gerichte zum Verzehr vor Ort an. Beispielsweise Käseplatten, Gegrilltes, Wein und mediterranes Häppchen.

Ein Gespräch mit einem der Betreiber des Marktes, dem Besitzer des direkt am Platz anliegenden Café Treibsand, hat ergeben, dass es gerade das Feierabendkonzept des neu aufgelegten Marktes ist, welches ihn von anderen Wochenmärkten unterscheidet. Der Reiz scheint in der Kombination aus Vergnügen und Praktikabilität zu liegen. Viele Leute, vor allem lebensältere Mitbürger, nutzen die nahe gelegene Einkaufsmöglichkeit. Andere wiederum kombinieren kleinere Einkäufe mit einem Snack, einem Getränk und einem netten Gespräch. Wiederum andere kommen lediglich um allwöchentlich in gewohnten Umfeld ins Wochenende zu starten. Darüber hinaus zieht der Markt, laut Betreiber, nicht nur Anwohner, sondern regelmäßig auch Gäste aus den umliegenden Städten an.



Die Best-Practice-Untersuchung des Moltkemarktes am Springerplatz in Bochum und das Gespräch mit einem der Betreiber haben zum einen bestätigt, dass die gegenwärtige Situation von Wochenmärkten als sehr schwierig zu beurteilen ist. Zum anderen zeigen Untersuchung und Gespräch aber auch, dass besonders das Konzept eines Feierabendmarktes großes Potenzial birgt um einen Wochenmarkt attraktiver zu machen und sich gegenüber möglicher Konkurrenz abzugrenzen.

Blog 10

Wochenmarkt – Abschluss

2015-03-22 – 19:37:22

Dies ist der zehnte und somit letzte Blogeintrag der Gruppe Wochenmarkt.

Nur noch die letzten kleinen Änderungen und unser Portfolio, das die Arbeit der letzten Monate umfasst, steht. Viele Gedanken, Interviews, Diskussionen liegen hinter uns und das Portfolio, welches samt Anhängen nun um die 90 Seiten umfasst, spiegelt diese ganze Arbeit wieder. Auch wenn so manches graues Haar dazu gekommen ist, sind wir zufrieden mit den Ergebnissen welche wir als Gruppe erbracht haben.

Nun freuen wir uns auf die finale Abschlusspräsentation im größeren Kreis am 20ten April im Café Hutmacher, um die Ergebnisse unserer Arbeit zu präsentieren und somit der tatsächlichen Umsetzung des Projektes „Wochenmarkt“ noch einen Schritt näher zu kommen und Interessierte für den Markt zu begeistern.

Wir hoffen, dass wir bald an der Trasse unsere Einkäufe mit lokalen Bioprodukten erledigen und uns im Anschluss eine Falafel und ein Bierchen aus dem Café Hutmacher gönnen können!

Talwaerts - #24 Gestörtes Verhältnis

2014-12-05 – 20:02:15

Auch in der 24. Ausgabe der Talwaerts greift das Blatt in einigen interessanten Artikeln Themen auf, die sich mit aktuellen Geschehnissen der Politik sowie der Gesellschaft in Wuppertal befassen. Im Folgenden werde ich einen kleinen Überblick über den Inhalt der dieswöchigen Talwaerts geben und einige Artikel kurz zusammenfassen.



Der Leitartikel Gestörtes Verhältnis behandelt wie schon in der Ausgabe #19 den Neubau des Döppersbergs, bzw. die sich daraus ergebenden Möglichkeiten sowie Herausforderungen. Während sich die Einzelhändler über steigende Umsatzeinbußen und die Autofahrer über enorme Staus aufgrund der Sperrung der B7 beschweren, sehen Stadtplaner den ersten Schritt hin zu einer fußgängerfreundlicheren Stadt als gemacht. Darüber hinaus wird die Rolle der Stadt in Bezug auf die Einbeziehung der Bürger in Entscheidungsprozesse kritisch hinterfragt.

Freiheit lernen

An der Freien Schule Bergisch Land gibt es keine festen Klassen. Auch sonst ist an der Schule wenig so, wie an öffentlichen Schulen. Es gibt Tobe-Spielzeit und Gruppensprecher schon für die ganz Kleinen. Ziel sei es, den Kindern Grundlegendes wie den Gedanken der Demokratie und der Freiheit beizubringen.

Sommermensch

Auswandern! Wer hat nicht schon einmal daran gedacht!? Vor allem in den grauen Wintermonaten packt einen oft die Lust, ins Warme zu ziehen. So ging es auch Bernhard Lembeck 1983, als er sich mitsamt Gitarre, Aktenkoffer und Englisch-Wörterbuch von Wuppertal nach Südafrika aufmachte, um dort sein eigenes Unternehmen aufzuziehen.

XCIII

Test-Veganer

Wie lebt es sich als Veganer in Wuppertal? Dieser Frage gehen die Autoren Anja Haefs und Carolin Badtke in ihrem Artikel nach, in dem sie ihren ganz eigenen Wuppertaler Restaurant Guide schreiben.

Einfühlsames Organisationstalent

Traumberuf Bestatter! Was für viele Menschen als eher unangenehm und teilweise auch abschreckend angesehen wird, ist für Jana Iwezenko zu ihrem Beruf geworden. Obwohl sie sich als sehr freudigen Menschen beschreibt, sagt sie der Beruf als Bestatter sei so etwas wie ihre Berufung.

Mittendrin

Der für mich interessanteste Artikel handelt über den Fotografen Jens Grosmann , der um die Welt reist um dort den Menschen ein Gesicht zu geben und auf deren Probleme aufmerksam zu machen. In diesem Artikel geht es insbesondere um seine Reise auf die Philippinen, um die Situation ein Jahr nach dem verheerenden Tsunami festzuhalten. Neben den spannenden Bildern ist dies auch aus Transformationssicht interessant, da Themen wie Wohnverhältnisse und Gemeinsinn bildlich thematisiert werden.

talwaerts #25: Symbolischer Schotter

2014-12-13 – 12:04:09

Von heute dem 12.12.2014 bis Donnerstag dem 18.12.2014 ist die 25. Auflage der talwaerts erhältlich. Auch dieses Mal gibt es lesenswerte Artikel. Einige von diesen werde ich im Folgenden kurz vorstellen und hoffe euch Lust auf mehr zu machen.



65 Jahre und 2 Monate

XCIV

Bei 65 Jahren und 2 Monaten, oder genauer 65,1666 Jahren, liegt heutzutage das gesetzliche Renteneintrittsalter in Deutschland. Die Rente, ein Lebensabschnitt auf den viele lange hinarbeiten, stellt sich für drei Prozent der deutschen Bevölkerung nicht als sorgloser Ruhestand dar. Diese drei Prozent leben in Altersarmut und sind auf staatliche finanzielle Unterstützung angewiesen. Die öffentliche Hand kann momentan nur die Symptome aber nicht die Ursache dieses gesellschaftlichen Problems lösen. Um das Einkommen im Alter zu sichern und die Lebenszufriedenheit der Betroffenen zu erhöhen ist das Angehen dieses Problems ein sehr wichtiges aus Transformationssicht.

Image ist

Wuppertal hat architektonisch wertvolle Gründerzeitviertel, ist reich an Grünflächen, hat eine umfassende Kulturszene und freut sich über außerordentliches ehrenamtliches Engagement.

Doch leider kommen diese wuppertaler Vorzüge nicht beim Neubürger, Firmengründer oder Touristen an. Das Bild von außen auf Wuppertal ist meist von hoher Verschuldung, Verfall oder Bankrottangst geprägt. Selbst manch ein Wuppertaler hat dieses Bild im Kopf. Doch dieses ist kaum oder wenn nur am Rande gerechtfertigt. Große, bekannte prestigereiche deutsche Städte wie Berlin oder Hamburg haben im Verhältnis mindestens genauso viele Schulden und Probleme wie Wuppertal. Die Frage, auch aus Transformationssicht, ist nun, wie die vielen positiven Seiten Wuppertals in den Vordergrund gehoben werden können. Dem Stadtmarketing fehlen zurzeit die nötigen finanziellen Mittel.

Mit Herz

Gesund essen und dabei auch noch lokale Designer Kleidung kaufen geht nicht?! Doch es geht! Der bekannte Ayurveda-Koch Volker Mehl und seine Geschäftspartnerin Leonie Müller haben Anfang der Woche das "Herzstück-Café" in der Briller Straße eröffnet. Hier gibt es neben der, für den Körper sehr bekömmlichen, ayurvedischen Küche einen kleinen "Laden im Laden" in dem man Designerstücke erwerben kann. Volker und Leonie haben dieses Konzept aus Amsterdam nach Wuppertal gebracht und erweitern so die gastronomische Vielfalt im Tal. (<http://www.volker-mehl.de/kultur.html>)

Eine wunderbar witzige und parodierende Kolumne zu der derzeitigen Düsseldorfer Stadtkampagne. Hier gibt es keine Zusammenfassung, die muss man einfach selber lesen.

Lesen Sie in der talwaerts #25 weitere spannende Artikel die einzelne Bereiche, die zum Image der Stadt im positiven wie im negativen Sinne - beitragen, behandeln. Aus meiner Sicht hat

XCV

Wuppertal zumindest ein sehr hohes Potential sein Image in der Zukunft nachhaltig aufzubessern.

Anhang 15 - Digitale Anhänge

1. Audiodateien Interviews
 - a) 2014_11_19 Interview Niklas Brandau
 - b) 2014_11_20 Interview Thomas Weyland
 - c) 2014_11_27 Interview Christian Hampe
2. Kontaktübersicht Wochenmarkt
3. Exceldarstellung der Umfrageergebnisse
4. Preistabelle Troxler Haus Zutaten u. Gebäckpackungen
5. Zeit- und Themenplanung
6. Prezi Wochenmarkt