

STIFTUNGSPREIS 2008

Dokumentation

Europas schönster Wochenmarkt



Inhaltsverzeichnis

Auslobung	Seite 1
Allgemeine Bestimmungen	Seite 2
Bewerbung	Seite 4
Die Jury	Seite 7
Bewerber	Seite 8
Die Preisträger	Seite 11
• Die Preisverleihung	Seite 12
• 1. Preis - Nienburg	Seite 13
• Anerkennungen - Bremen	Seite 20
- Freiburg	Seite 27
- Münster	Seite 33
• Sonderanerkennung - Wuppertal	Seite 40
• Sonderpreis - Frankenberg	Seite 47
Presseresonanz	Seite 52
Rede des Vorstandsvorsitzenden	Seite 58
Die Gremien	Seite 63

Stiftungspreis 2008

„Europas schönster Wochenmarkt“

Die Stiftung „Lebendige Stadt“ ruft alle Städte und Kommunen sowie die Betreiber von Wochenmärkten auf, sich um den Stiftungspreis 2008 zu bewerben.

Preiswürdig sind Wochenmarktkonzepte und Vorhaben, die bereits realisiert worden sind oder in naher Zukunft umgesetzt werden und sich durch Angebotsvielfalt, Qualität und Warenpräsentation auszeichnen, einen lebendigen Kommunikationsort in einer Stadt oder einem Stadtteil darstellen und auch unter ökologischen Gesichtspunkten Vorbildcharakter haben. Dem Grundgedanken der Stiftung folgend, Best-practice-Beispiele zu fördern, die für andere Kommunen Vorbild sein können, kommt innovativen und zugleich wirtschaftlichen Lösungen, die dauerhaft das von der Stadt gewünschte Qualitätsniveau sicherstellen, eine besondere Bedeutung zu.

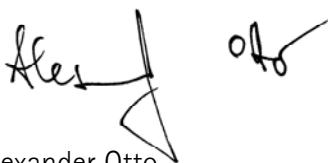
Insgesamt ist eine Preissumme von 15.000 Euro ausgesetzt.

Die Bewerbungen sind bis zum 31. Juli 2008 zu senden an:

Stiftung „Lebendige Stadt“
Saseler Damm 39
22395 Hamburg

Über die näheren Bestimmungen der Auslobung und die einzureichenden Unterlagen informieren die weiteren Seiten. Sie finden dort auch das Bewerbungsformular.

Hamburg, im Februar 2008



Alexander Otto
Vorsitzender des Kuratoriums



Dr. Andreas Mattner, MdHB
Vorsitzender des Vorstands

A. Allgemeine Bestimmungen

1. Für den Preis können Wochenmarktkonzepte und Vorhaben eingereicht werden, die bereits realisiert worden sind oder in naher Zukunft umgesetzt werden (Konzeption und Entwurf können weiter zurück liegen).
2. Die Konzepte und Vorhaben sollen für einen deutlich identifizier- und überschaubaren Ort erarbeitet worden sein.
3. Es können bereits ausgeführte, in Ausführung befindliche oder zukünftige Konzepte oder Vorhaben eingereicht werden. In allen Fällen sollte dabei der Bezug zu einer konkreten Örtlichkeit (z.B. Stadtgebiet) gegeben sein. Den Planungen sollten realistische Annahmen zugrunde liegen.

B. Hinweise zum Bewerber

Um den Preis bewerben können sich europäische Städte und Kommunen und Betreiber von Wochenmärkten.

Sofern sich mehr als eine natürliche oder juristische Person mit einem Projekt bewirbt, ist anzugeben, wer zur Entgegennahme des Preises berechtigt ist.

C. Einzureichende Unterlagen

1. Die einzureichenden Unterlagen müssen in deutscher oder englischer Sprache beschriftet sein und sollen ein vollständiges Bild des Wochenmarktes in seiner örtlichen Situation geben und gleichzeitig die damit verbundenen besonderen Wesenszüge und Intentionen erkennbar machen.
2. Folgende Unterlagen müssen in einem **DIN A4-Ordner** zusammengefasst sein:
 - a) Vorsatzblatt in Form des hier beigefügten Vordrucks (Download auch unter www.lebendige-stadt.de). Die Seiten der Ausschreibungsunterlagen sind

dabei stichwortartig mit dem Computer oder der Schreibmaschine auszufüllen und dürfen den Umfang der Seiten nicht überschreiten.

- b) Konzepterläuterung (auf max. 2 A4-Seiten, Punkt II, S. 3), in der die vertiefenden Fragen zu den Besonderheiten des Konzeptes zur Beurteilung der Preiswürdigkeit beantwortet werden sollten.
- c) Eine Darstellung darüber, ob es im Rahmen der Projektrealisierung oder beim Betrieb des Projektes Konflikte gegeben hat, z.B. mit Anwohnern oder anderen Städten.
- d) Planunterlagen, Konzeptdokumentation, Lageplan, Ansichten, Skizzen, Perspektiven, Fotomaterial etc. (Format max. A3, Hoch- oder Querformat auf A4 gefaltet).
- e) Umgebungsplan (städtischer Kontext), inkl. Projektmarkierung, A3 gefaltet auf A4.
- f) Ein A4-Kennblatt mit einer Darstellung, die den Wochenmarkt am besten repräsentiert.
- g) ggf. Vermarktungsbroschüren und Anzeigen (nicht größer als A4 gelocht).

Eingereichte Unterlagen auf CD-Rom (z.B. Fotos oder Pläne) können zusätzlich eingereicht werden, können aber nicht in die Bewertung integriert werden. Modelle, Filme und Videos werden ebenfalls nicht bewertet.

3. Die eingereichten Unterlagen werden zur Jurysitzung ausgestellt und nicht zurück gesandt. Eine Dokumentation des Wettbewerbs ist geplant, insofern hat die Stiftung das Recht, die eingereichten Unterlagen zu veröffentlichen. Den Unterlagen sind zwingend Fotos (inkl. Nutzungsrechten) beizulegen, die zur Dokumentation und Pressearbeit verwandt werden dürfen. Haftung bei Verlust von Unterlagen kann der Auslober in keiner Weise übernehmen.

D. Einsendung der Unterlagen

Letzter Einsendetermin ist der
31. Juli 2008. (Poststempel)

E. Preisvergabe

1. Die Jury tritt im Herbst 2008 einmalig zusammen und wird die Preisträger ermitteln.
2. Der Jury steht es frei, neben der Vergabe des mit 15.000 € dotierten Stiftungspreises auch Arbeiten, die in die engste Wahl gelangt sind, mit einer besonderen Anerkennung in Form einer Urkunde auszuzeichnen. Für eine mögliche Teilung des Preises muss die Jury plausible Gründe darlegen.
3. Die Jury wird ihre Entscheidung in einem schriftlichen Votum begründen. Darüber hinaus wird sie keine Mitteilung machen, also zu keinem der nicht prämierten Konzepte Stellung nehmen, weder gegenüber den Bewerbern noch gegenüber der Öffentlichkeit.
4. Die Preise werden vom Auslober, der Stiftung „Lebendige Stadt“, im Dezember 2008 in Dortmund im Rahmen einer öffentlichen Veranstaltung verliehen und am gleichen Ort in einer kleinen Ausstellung präsentiert. Hierzu gehen den Preisträgern gesonderte Einladungen und Präsentationsvorgaben zu. Die Preisvergabe der Jury geschieht unter Ausschluss des Rechtsweges. Die Gewinner werden in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung veröffentlicht.

Hamburg, im Januar 2008

Der Vorstand der
Stiftung „Lebendige Stadt“

Konzept in Kürze

Konzeptbezeichnung

Stadt/Ort

Bundesland/Land

Lage

Profil des Konzeptes in einem Satz:

Wurde das Konzept bereits prämiert? ja, wann: _____ neinRealisierungsstatus umgesetzt; formulierte Idee; Umnutzung; frühere Nutzung:Seit wann existiert der
Wochenmarkt? _____Betreiber Stadt/Gemeinde Privat: _____(Name)
 Public Private Partnership

Marktbesucher _____% Einheimische _____% Kunden aus dem Umland _____% Touristen

Besucherzahlen des
Marktes _____ Besucher pro Markttag

_____ Besucher pro Jahr

Fläche des Marktes _____m²

Anzahl der Händler _____

Aufschlüsselung der
Händler nach Herkunft _____% lokale Händler, _____% regionale Händler,

_____% überregionale Händler

Art der Sortimente Obst/Gemüse _____%; Fleisch/Fisch _____%; Backwaren _____%; internationale Spezialitäten _____%; Süßwaren _____%; Blumen/Pflanzen _____%; Kleidung _____%; Zeitungen/Zeitschriften _____%; Imbiss _____%; Sonstiges _____%Organisationsform mobile Stände durch Händler,
 permanente, fest installierte Stände durch Stadt/Kommune,
 SonstigesVorgabe von
Aufbaurichtlinien/
Beschaffenheit der
Stände nein,
 ja, in welcher Form:Öffnungszeiten
Wochentage/Uhrzeiten:Standgebühr _____€/Meter,
sonstige Mieten:Jahresumsatz des
Wochenmarktes _____€ Jahresumsatz

Ist der Wochenmarkt
Bestandteil eines
Vermarktungs-
konzeptes

() nein;

() ja, wie sieht es aus? _____

Alternative Nutzungen
des Marktplatzes

Besonderheiten (bitte in
Stichworten)

Besonderer Beitrag zur
Aufwertung der Stadt,
weil:

Besonders attraktiv,
weil:

Besonders innovativ,
weil:

Besonders ökologisch,
weil:

Eignet sich als Best-
practise-Beispiel für
andere Städte und
Gemeinden, weil:

Gab oder gibt es in der
Stadt Konflikte, die
dieses Projekt
betreffen?
Wenn ja, welcher Art?

I. Bewerber:

Stadt/Kommune/Betreiber:

Ansprechpartner:

Anschrift:

Telefon:

Fax:

Email:

Berechtigt zur Entgegennahme des Preises:

Name:

Ansprechpartner:

Anschrift:

Telefon:

Fax:

Email:

II. Konzepterläuterung (max. 2 A 4 Seiten)

1. Beschreibung des Wochenmarktes inkl. Konzeption (Gibt es möglicherweise Traditionen oder einen Ursprung, die den Wochenmarkt besonders machen?)
2. Darstellung von Organisation, Betrieb (z.B. Verfahren bei Standgenehmigung, Aufbaurichtlinien, Aufbauplan, Beschaffenheit/Gestaltung der Stände) und Besucherentwicklung in den letzten Jahren
3. Beschreibung von Sortimentsvielfalt/Sortimentsqualität und deren Gewährleistung sowie Veränderungen des Sortiments in den letzten Jahren
4. Städtebaulicher Kontext / Umfeld des Marktes (z.B. Beitrag zur Lebendigkeit der Innenstadt/des Stadtteils, Zurückgewinnung/Aufwertung öffentlichen Raumes, alternative Nutzungen des Marktplatzes)
5. Innovationen am Konzept / innovative Gestaltungselemente/Veränderungen des Konzeptes in den letzten Jahren
6. Ökologische Nachhaltigkeit (z.B. Verantwortungsbewusster Umgang mit öffentlichem Raum, Energiesparkonzept, Angebot von Ökoprodukten, Gewährleistung der Abfallbeseitigung/-vermeidung)
7. Ist der Wochenmarkt in das Stadtmarketing eingebunden oder ist eine Einbindung geplant? Wenn ja, wie sieht die Einbindung aus?

- Hermann Henkel Juryvorsitzender
Geschäftsführer des Architekturbüros HPP
- Hella Dunger-Löper Stv. Juryvorsitzende
Staatssekretärin für Bauen und Wohnen, Stadt Berlin, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung

- Torsten Berens
Stv. Geschäftsführer Großmarkt Hamburg Obst, Gemüse, Blumen
- Dr. Rolf Böhme
Oberbürgermeister a. D., Freiburg
- Dr. Albrecht Buttolo
Staatsminister des Innern des Freistaates Sachsen
- Raimund Ellrott
Geschäftsführer GfK GeoMarketing GmbH
- Jens Friedemann
Redakteur Frankfurter Allgemeine Zeitung
- Rolf von der Horst
Herausgeber der Fachzeitschrift STADT und RAUM
- Friedel Kellermann
Gesellschafter des Architekturbüros RKW
- Stephan Kugel
Geschäftsführer ECE, Bereich Center-Management
- Dirk Marx
Präsident Landesverband des Ambulanten Gewerbes und der Schausteller Hamburg e.V.
- Dr. Hans-Georg Moldenhauer
Vizepräsident für Qualifizierung Deutscher Fußball-Bund e.V. (DFB)
- Klaus Müller
Vorstand der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V.
- Otto Neideck
Erster Bürgermeister der Stadt Freiburg im Breisgau
- Rolf Pangels
Hauptgeschäftsführer der Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels e.V.
- Manfred Ruge
Oberbürgermeister a.D., Erfurt Geschäftsführer der Stadtwerke Erfurt GmbH
- Hartwig Schultheiß
Stadtdirektor der Stadt Münster
- Dr. Michael Vesper
Generaldirektor Deutscher Olympischer Sportbund

- Aachen Euregionaler Wochenmarkt
- Aalen Produktinnovation Aalener Wochenmarkt
- Arnsberg Neheimer Wochenmarkt – Erleben und Genießen in der City
- Augsburg Stadtmarkt Augsburg
- Basel Matthäusmarkt/Wochenmarkt mit Obst und Gemüse aus der Region direkt vom Bauernhof
- Bergisch Gladbach Bergisch Gladbacher Wochenmarkt
- Berlin Traditionelle Nahversorgung und Treffen der Generationen im Kiez
- Berlin Ökomarkt am Kollwitzplatz
- Berlin Bi-O-riental
- Berlin / Steglitz-Zehlendorf Kranoldplatz-Wochenmarkt
- Bocholt Bocholter Wochenmarkt
- Braunschweig Wochenmarkt auf dem Altstadtmarkt
- Bremen Wochenmarkt in Geestemünde
- Bremen Wochenmarkt im historischen Zentrum Bremens
- Brilon Der grüne Markt am Herz
- Bünde Bündler Wochenmarkt
- Delmenhorst Vielfalt-Frische-Qualität! Delmenhorsts Grüner Markt
- Döbeln Wochenmarkt Döbeln
- Dresden Sachsenmarkt
- Düren Stadt der Märkte, lebendig, offen, mittendrin
- Eberswalde Neuer Eberswalder Wochenmarkt
- Esslingen am Neckar Esslinger Wochenmarkt
- Ettlingen Treffpunkt Markt
- Frankenberg (Eder) Wochenmarkt der Landfrauen
- Frankenberg (Pfalz) Frankenthaler Wochenmarkt
- Frankfurt am Main Erzeugermarkt Konstablerwache
- Freiburg Freiburger Wochenmarkt auf dem Münsterplatz
- Gottmadingen Blühendes Leben im Ortskern
- Hamburg Wochenmarkt Wandsbek
- Hamburg Volksdorfer Wochenmarkt
- Hamburg St. Pauli Nachtmarkt / Wochen- und Gourmetmarkt
- Hamburg Wochenmarkt Isemarkt im Bezirk Hamburg Eimsbüttel
- Hanau Wochenmarkt der Generationen
- Hannover Attraktiver Wochenmarkt
- Heddesheim Weinheimer Bauernmarkt e.V.
- Heidenheim an der Brenz Lieferservice für den Heidenheimer Wochenmarkt
- Hildesheim Wochenmarkt
- Höxter Wochenmarkt im Herzen der Altstadt
- Husum Marktvielfalt
- Itzstedt Privatisierung der vier Norderstedter Wochenmärkte
- Jena Grüner Markt
- Jüterbog 100 x Treffpunkt Wochenmarkt
- Kaiserslautern Donnerstagsmarkt
- Kaiserslautern Zukunftswerkstadt Wochenmarkt
- Kalkar Der (Themen-) Donnerstag in Kalkar: erleben – kaufen – genießen
- Karlsruhe Wochenmarkt Gutenbergplatz
- Kassel Wochenmarkt im historischen Marstall
- Köln Ökomarkt Köln & Bonn
- Kreuztal Wochenmarkt Kreuztal

- Kulmbach Wochenmarkt in Kulmbach
- Lebach Wochenmarkt Lebach
- Lienz Stadtmart als Instrumentarium der Innenstadtentwicklung
- Lindau Wochenmarkt
- Linz Südbahnhofmarkt Linz – Hol' dir die Frische heim!
- Lörrach Bauernmarkt / Wochenmarkt
- Lübeck-Travemünde Wochenmarkt in Travemünde – Fährplätze
- Lüdenscheid Der klassische Wochenmarkt – „Marktführer“ im Märkischen Kreis
- Ludwigsburg Lebendig–barocker Wochenmarkt
- Ludwigshafen–Friesenheim Umstrukturierung Wochenmarkt
- Lüneburg Wochenmarkt der Hansestadt Lüneburg
- Lutherstadt Eisleben Wochenmarkt zu Luthers Füßen
- Magdeburg Magdeburger Wochenmarkt
- Mainz Wochenmarkt vor historischer Kulisse in 1A–Einkaufslage
- Mannheim Schirm, Charme, Wochenmarkt
- Marsberg Wochenmarkt mit Europa–Ideen
- München Der Viktualienmarkt als Münchens gute Stube
- Münster Wochenmarkt auf dem Domplatz
- Naumburg–Heimarshausen Stadtteilmarkt in Kassel Wehlheiden
- Neustadt an der Weinstraße Neustadter Wochenmarkt
- Neu-Ulm Lebendiger Wochenmarkt
- Nienburg Stadt der Vielfalt – Der Grünmarkt
- Nordenham Wochenmarkt Nordenham
- Nürnberg Wochenmarkt am Kobergerplatz
- Nürtingen Wochenmarkt
- Ober- Ramstadt/Moldau Wöchentlicher Bauernmarkt
- Offenbach am Main Offenbacher Wochenmarkt
- Offenburg Offenburger Wochenmarkt – Treffpunkt für Genießer
- Osnabrück Wochenmarkt am Dom
- Osterode am Harz Aus der Region – Für die Region
- Pfullingen Wochenmarkt
- Quakenbrück Quakenbrücker Wochenmarkt
- Radolfzell am Bodensee Wochenmarkt Radolfzell
- Rastatt Rastatter Wochenmarkt
- Ratingen Wochenmarkt Ratingen
- Ravensburg Treffpunkt, Tradition vernetzt mit Zeitgeist und Modernität
- Remscheid Remscheider Wochenmarkt
- Salzburg Kreativer Kapitelmarkt
- Schwäbisch Gmünd Wochenmarkt in Schwäbisch Gmünd
- Schwäbisch Hall Wochenmarkt Schwäbisch Hall
- Schwerin Frischemarkt
- Siegburg Siegburger Wochenmarkt
- Sindelfingen Sindelfinger Wochenmarkt
- St. Wendel Samstagsmärkte Am Fruchtmarkt
- Stuttgart Attraktivitätssteigerung eines Wochenmarktes
- Überlingen Wochen- und Baumarkt
- Ulm Grüner Wochenmarkt mit Bauernmarkt
- Unna Unna's Wochenmarkt – Das schlagende Herz der Stadt
- Waldbröl Vieh- und Krammarkt
- Weil am Rhein Bauernmarkt inmitten eines Wohngebietes
- Wiesbaden Wochenmarkt der Landfrauen

- Wiesbaden Wiesbadener Wochenmarkt
- Wuppertal Ölbergmarkt
- Zarrentin am Schaalsee Biosphäre-Schaalsee-Markt





Die Preisträger des Stiftungspreises 2008

Die Preisverleihung

Am 27.11.2008 im Rathaus der Stadt Dortmund





Preisträger

Nienburg

Stadt der Vielfalt – Der Grünmarkt

Stiftungspreis 2008 „Europas schönster Wochenmarkt“

Wettbewerb No.:	59
--------------------	----

Thema / Ort:	Stadt der Vielfalt – Der Grünmarkt, Nienburg	Umgesetzt
--------------	--	-----------

Betreiber:	Stadt/Gemeinde
------------	----------------

Lage:	Fußgängerzone in der Altstadt
-------	-------------------------------

Profil:	Der Grünmarkt ist ein Wochenmarkt und mehr: ein Beitrag zur urbanen Qualität Nienburg als Stadt der Vielfalt
Besonderheiten:	<ul style="list-style-type: none"> • Es wird ein besonderer Beitrag zur Aufwertung der Stadt gegeben, da eine fast 200jährige Kontinuität aufgegriffen und zukunftsfähig gemacht wird. • Der Wochenmarkt ist sehr attraktiv, weil es ein sehr bunter, aber reiner grüner Markt ist (nur Blumen, Lebensmittel, internationale Spezialitäten, keine Textilien, Kurzwaren, Ramschartikel etc.) • Er ist besonders innovativ, weil wirtschaftliche ökologische und kulturelle Ansätze und stadtplanerische Zielsetzungen unter starker Bürgerbeteiligung zu einem offenen, dynamischen und nachhaltigen Konzept mit hoher Akzeptanz aufgeführt haben. • Er ist besonders ökologisch, denn mit dem Prinzip eigenständiger Entsorgung durch die Anbieter wird der Abfall minimiert und zusätzlich Straßenreinigungsaufwand vermieden.
Jahresumsatz des Wochenmarktes	Ca. 3 Mio. € Jahresumsatz

1. Beschreibung des Projektes inkl. Konzeption


Wenige Städte dieser Größenordnung erfüllen die Kernidee der aktiven, der „lebendigen Stadt“ so wie das niedersächsische Nienburg an der Weser, früher Handelsplatz und Verkehrsnotenpunkt am Fluss, Jahrhunderte lang die bedeutendste Weserfeste Norddeutschlands, Schauplatz regionaler Messen und Märkte. Vielfalt der Nutzungen: Leben und Arbeiten, Wohnen und Handel ergänzen einander vorbildlich. Vielfalt der Angebote: ein modernes allgemein- und berufsbildendes Schulwesen, Projekte der sozialen Stadt, ein kreatives Kulturpublikum. Vielfalt aber auch Menschen: Einheimische und Migranten, Spätaussiedler aus Russland und Flüchtlinge aus Kurdistan, griechische und türkische Arbeiter der Glasindustrie leben seit Jahrzehnten einträchtig zusammen. In diese Stadtkultur integriert sich der Grünmarkt mit seiner 187jährigen Geschichte nahtlos und mit kraftvollen Impulsen. Am 30. November 1821 richtete der Magistrat der Stadt den „Wochen- und Kornmarkt“ ein, „zum Wohle der Menschen in Stadt und Land“. Zunächst in den Schatten der Nienburger Hauptkirche Sankt Martin geduckt, wuchs der Wochenmarkt über mehrere Stationen immer mehr ins Offene der City, blieb aber stets im Herzen des Weichbildes der historischen Altstadt, heute noch grün umgürtet von den im gleichen Zeitraum Park gewordenen Wallanlagen. Seit 1998 entwickelte sich das Konzept „Stadt der Vielfalt – Der Grünmarkt“, die ökonomischen und sozialen Synergien der Flaniermeile Lange Straße und der Bistro-Gastronomie nutzend, organisch weiter. In unserer gegenüber der Ursprungszeit des Wochenmarkts rasant beschleunigten und von Komplexitätsschüben geschüttelten Welt kleidet sich Wohlbehagen mehr denn je in Grün und Bunt, und so hat der Grünmarkt die Qualität einer Oase, die beides bietet: Notwendigkeit und Freiheit, Kaufen und Bummeln, vorne mit dabei zu sein und Rückzug, Sehen und Geschehenswerden, kurz: Leben und Leben lassen.

2. Darstellung von Organisation

Vielfalt braucht Ordnung, Marktsatzung und Marktgebührensatzung spiegeln die Absicht wider, das organisch Gewachsene behutsam zu lenken, Wildwuchs im Zaum zu halten und doch der Initiative Spielraum zu gewähren. Die Marktbezieher haben feste Standplätze, das erleichtert ihnen die Arbeit und dem Marktkunden die Orientierung innerhalb des reichen Angebots. Lediglich zusätzlich werden einige Tagesstände vorgehalten. Die Standflächen sind begrenzt und fügen sich in das vor allem durch Ladengeschäfte gebotene Umfeld ein. Viele der Händler begrüßen ihre Stammkunden seit Jahren an ihrem Standplatz. Der Grünmarkt ist nicht bloße Einkaufsfläche, sondern Forum der Beratung und Kommunikation. Die städtebaulichen Dimensionen, die Intimität der Altstadtstraßen zwischen Rathaus, Kirche und Wesertorbrücke, Spargelbrunnen und Burgmannshof legen der Größe der einzelnen mobilen Stände Schranken auf. Weder für die Anbieter noch für die Kauffreudigen ist das ein Nachteil. Die Auslage bleibt bei aller Reichhaltigkeit überschaubar, und das Bedienen ist weniger kraftraubend. Bei der Standgenehmigung wird auf eine gute Mischung des Gesamtsortiments geachtet. Die einzelnen Branchen, Angebote und Erzeugnisse erteilen sich abwechslungsreich über das Areal. Über die notwendige Versorgung für den häuslichen Speiseplan und die genießerische Auswahl unter den angebotenen Delikatessen hinaus lassen sich viele Besucher von „Window-shopping“ inspirieren. So hat besonders der samstägliche Markt bei schönem Wetter fast Volksfestcharakter. Jahreszeitliche Aktivitäten wie Wochenmarktsfeste, das Erntekronebinden oder der Spargelmarkt haben ein Übriges getan, die Besucherzahlen in den letzten Jahren immer wieder steigen zu lassen. Seit Beginn des Konzeptes „Grünmarkt“ 1998 haben sich die Besucherzahlen mehr als verdoppelt: von ca. 100 000 auf rund 250 000 jährlich.

3. Beschreibung von Sortimentvielfalt

Das weiße Gold des Grünmarktes ist Spargel, jene „liebliche speiss für leckermüler“, von der Herzog Christoph von Württemberg schon 1565 schwärmte, und er wird seit über hundert Jahren hier an der Mittelweser in großem Stil und höchster Qualität angebaut. „Nienburger Spargel! Ist ein eingetragenes Markenzeichen. Kein Wunder, dass Nienburg das Niedersächsische Spargelmuseum beherbergt und der König des Gemüses auch auf dem Grünmarkt regiert, jedenfalls von Anfang April bis Johanni (24. Juni). Jede Art einheimischen und internationalen Gemüses und alle denkbaren Obstsorten bilden das Gefolge. Auch Erdbeeren, Heidelbeeren und Kirschen haben ihre Zeit. Dazwischen trumpfen internationale Spezialitätenstände mit ihrem Angebot an Ziegen- oder Schafskäse, Oliven, eingelegtem Knoblauch und gefüllten Weinblättern auf. Bäcker und Schlachter marschieren im Tross mit besonderen Brotsorten, Kuchen nach traditionellen Rezepten,



hausgemachter Wurst oder Wild aus der Region. Die zahlreichen Blumenstände sind eine in den letzten Jahren zunehmende farbenfrohe Erscheinung, und auch ein beachtlicher Anteil von Bioprodukten ist hinzugekommen. Und schließlich versteht es sich bei einer Stadt am Fluss von selbst, dass auch Fisch präsent ist: die Nienburger Familie Dobberschütz befischt seit dem 17. Jahrhundert die Weser und die umliegenden Gewässer und landet den Fang in Nienburg an. Frischer kann Fisch nicht sein.

4. Städtebaulicher am Kontext im Umfeld des Marktes


Die Lange Straße bildet mit ihrem größeren Abschnitt den Marktbereich; sie hatte diese Funktion schon in vergangenen Jahrhunderten. Sie führt von Norden nach Süden gut 800 m durch die historische Altstadt, deren Durchlässigkeit durch diese Lebensader mit ihren Seitenrängen, den Gassen und Straßen, die zum Fluss und zur östlichen Innenstadt abgehen, gewährleistet wird. Öffentliche Bauten prägen das Umfeld des Marktbereichs. Die Nähe zur Weser steigert die attraktive Lage zwischen historischen Wohngebäuden und Geschäftshäusern. Der Neubau der Wesertorbrücke zu Beginn des Konzepts „Grünmarkt“ (Einweihung der Fußgängerbrücke 2000, im Jahr der 975-Jahr-Feier), ermöglichte die Integration der Wohngebiete jenseits des Stromes, einschließlich einer von Kurtouristen stark frequentierten Wohnmobilparkplatzes. Noch ungenutzte Flächen wurden aufgewertet, um die Kategorie Wohnen in der Innenstadt zu stärken. Ein Elektrofachmarkt, der in der Innenstadt zulässigen großflächigen Einzelhandel betreibt, bezog den alten Schlossplatz, wo er durch eine dichte Doppelzeile von Wohn- und Geschäftsbebauung vom Erlebnisort Lange Straße/Grünmarkt abgesondert ist. Die Anbindung des Marktbereiches an die unterschiedlichen Verkehrsarten ist optimal. 1335 Pkw-Stellplätze sind in unmittelbarer Nähe verfügbar. Öffentlicher Personennahverkehr schließt den Grünmarkt im Halbstundentakt an die peripheren Stadtteile an. Der Weserradweg über die alten Wallanlagen führt tangential am Marktbereich entlang und passiert dabei die Anlegestelle der Familie Dobberschütz, die als eine der letzten Weserfischereien hier frischen und geräucherten Fisch anbietet.

5. Innovationen am Konzept

Der Grünmarkt wurzelt tief in der Stadtgeschichte und ist damit Teil der Identität des Gemeinwesens. Diese aber ist Veränderungen unterworfen, so dass Zukunftsfähigkeit durch Anpassung und Weiterentwicklung erworben werden muss. Multikulturalität, Gender Mainstreaming, Integration von Randgruppen, Stärkung der Zivilgesellschaft, Fordern und Fördern von Bürgerengagement sind vordergründig Wahrzeichen eines postmodernen Diskurses, inhaltlich aber auch Kategorien einer neuen Suche nach Menschenmaß. Gesellschaftliche Pluralität ist eine Tatsache, mit der Stadtentwicklung dabei zu rechnen hat. Integration ist die Herausforderung unserer Zeit. Die Stadt Nienburg orientiert sich an der gegenwärtigen Kampagne des BMFSFJ, „Stadt der Vielfalt“, versteht die aber nicht nur als defensives Prinzip, etwa gegen Rechtsextremismus, sondern als affirmativen Aufbruch zu einer urbanen Identität, die das eigentliche Miteinander der Menschen in der Stadt, das produktive „Ertragen der Verschiedenartigkeit“ (Hannah Arendt) ermöglicht. Der Grünmarkt ist ein Gestaltungselement dieses Prozesses. Die Veränderungen, die das Konzept seit der Jahrtausendwende am Wochenmarkt vollzogen hat, galten neben wirtschaftsfördernden und ökologischen Aspekten vor allem der Ausgestaltung des Grünmarkts – und der Altstadt insgesamt – als Bürgerbeteiligung (z.B. 2000: Erkundungen der „Jungen Museumforscherinnen“, 2008: Fotowettbewerb „Mein Wochenmarkt in Nienburg“), besondere Aktionen gemeinsam mit den Anliegern (Beispiel Schlachtfest), Einbeziehung der Außenbestuhlung der gastronomischen Anlieger in die Gestaltung des Marktbereiches, Förderung einfallsreicher oder engagierter Angebote wie „Café Mobil“, „Tomaten aus dem Trabi“, Waffelverkauf durch Schülerinnen und Schüler, Erbsensuppe aus der Gulaschkanone etc.

6. Ökologische Nachhaltigkeit

Durch die Konzentration auf Marktbezieher aus der Region, die vorwiegend selbst produzierte Waren anbieten, entfallen lange Transportwege. Die Vielzahl ökologisch erzeugter Produkte ist charakteristisch für die ergiebige Angebotspalette des Grünmarkts. Für die Entsorgung der Reststoffe nach Abbau der Stände sind die Standbetreiber selbst verantwortlich. Rest und Abfallstoffe werden auf ein Minimum reduziert und die Fußgängerzone ist nach dem Ende des Marktgeschehens sofort wieder nutzbar. Eine aufwändige



Straßenreinigung kann kostensparend entfallen. Der Standort in der Langen Straße trägt zur multifunktionalen Nutzung der Fußgängerzone bei. Synergiewirkungen infolge der Nachbarschaft zum Einzelhandel betreffen auch das Einkaufsverhalten: für unterschiedliche Einkäufe muss nur ein Weg zurückgelegt werden. Der Rang der Innenstadt als verlockendes Einkaufsziel im Vergleich zu den Märkten und Einkaufsketten an der Peripherie der Stadt wird durch die Einladung der Straßencafés und –restaurants zum Verweilen gesteigert und ergänzt. Hier, wo sich Menschen verschiedener Herkunft, verschiedener Generationen, verschiedener Schichten treffen, erhält der öffentliche Raum eine integrative soziale Funktion: er wird zur Bühne der Begegnung.

7. Ist der Wochenmarkt in das Stadtmarketing eingebunden?

Im für den Einzelhandel ausschlaggebenden Einzugsgebiet der Stadt Nienburg leben etwa 120 000 Menschen mit einer Kaufkraft von jährlich ungefähr 600 Millionen Euro. In diesem Einzugsgebiet besitzt die Stadt eine ausgeprägte Zentralität; ihre Zentralitätskennziffer mit dem Spitzenwert von 172 weist eine hohe Kaufkraftbindung aus. Als aufstrebender Zielort für den Tourismus an der Mittelweser favorisiert Nienburg die Attraktivitätsmerkmale „historische Innenstadt“, „vielfältiger Einzelhandel“, „Dominanz eigentümergeführter Fachgeschäfte“ und „ganzjähriger Wochenmarkt“. Schon 1995 formulierte die Stadt Nienburg ein erstes Stadtmarketingkonzept, das dem Wochenmarkt eine herausragende Bedeutung für die Innenstadtentwicklung einräumte. Ab 2005 wurde der Grünmarkt als besonderer Image- Werbeträger mit Ausstrahlung in die gesamte Mittelweserregion konsequent in die Fortschreibung des Stadtmarketingkonzeptes „Nienburg 2010“ einbezogen. Gerade auch seine natürliche Verwurzelung im historischen Kontext von Raum (Standort) und Zeit (Bestehen seit 1821) weist dem Grünmarkt eine singuläre Rolle bei der Vermarktung der Innenstadt zu. Die Vermarktung erfolgt über Veranstaltungen, Anzeigen, Aufnahme in die Imagebroschüren der Stadt sowie allgemeine Veröffentlichungen in Print- und Funkmedien.

Begründung der Jury

Die Bewerbung der Stadt Nienburg in Zusammenarbeit mit den Markthändlern zeichnet sich insbesondere dadurch aus, dass ein mittelgroßer, historisch gewachsener „Grünmarkt“ Zukunftsfähigkeit durch Anpassung und Weiterentwicklung erwirbt. Stadtverwaltung und Händler haben dafür wirtschaftliche, ökologische und kulturelle Ansätze unter Bürgerbeteiligung zu einem offenen, dynamischen und akzeptierten Konzept weiterentwickelt.

Die Veränderungen, die das Konzept seit der Jahrtausendwende am Wochenmarkt vollzogen hat, galten vor allem der Ausgestaltung des Grünmarkts als Kommunikations- und Erfahrungsraum.

Dazu kommen unter anderem vielfältige, wechselnde Aktionen unter Einbindung in das Marktgeschehen, sowie Angebote, wie ein „Café-Mobil“, „Tomaten aus dem Trabi“ etc.







Anerkennung

Bremen

Wochenmarkt im historischen Zentrum Bremens

Stiftungspreis 2008 „Europas schönster Wochenmarkt“

Wettbewerb No.:	37
--------------------	----

Thema / Ort:	Wochenmarkt im historischen Zentrum Bremens, Bremen
--------------	--

Betreiber:	Stadt/Gemeinde
------------	----------------

Lage:	Am Rathaus / Domshof / Unser-Lieben-Frauen-Kirche
-------	---

Profil des Konzeptes:	Integration des Marktgeschehens in die historische Altstadt
--------------------------	---

- | | |
|-----------------|--|
| Besonderheiten: | <ul style="list-style-type: none">• Da durch behutsame Integration des Marktgeschehens in die historische Altstadt um das Bremer Rathaus, seit 2006 Weltkulturerbedenkmal, dem Bremer Dom und der Unser-Lieben-Frauen-Kirche, ein einmaliges Ambiente geschaffen wurde, das auf Touristen, Einzelhandelskunden und Bremer Bürger eine hohe Anziehungskraft entwickelt, ist ein besonderer Beitrag zu Aufwertung der Stadt gegeben.• Der Wochenmarkt ist besonders attraktiv, weil es ein regionales, ökologisches und vielfältiges Lebensmittelangebot an sechs Tagen in der Woche gibt, außerdem befinden sich dort ergänzende Sortimente im gastronomischen und non-food-Bereich, wie z.B. Korb- und Tonwaren, Souvenirs, sowie Kurz-, Leder- und Stoffwaren.• Der Wochenmarkt hat eine moderne Infrastruktur, ein Konzept zur Trennung und zum Recycling der Reststoffe und ein Marketingkonzept.• Er ist besonders ökologisch, weil durch die Vermarktung regionaler Produkte kurze Transportwege der Lebensmittel entstehen. |
|-----------------|--|

Jahresumsatz des Wochenmarktes:	21,7 Mio. € Jahresumsatz
---------------------------------------	--------------------------

1. Beschreibung des Projektes inkl. Konzeption

Der Wochenmarkt in der historischen Altstadt Bremens umfasst zwei traditionsreiche Plätze, den Unser-Lieben-Frauen-Kirchhof und den Domshof. Ein Band von Marktständen verbindet diese beiden Plätze miteinander, so dass das Marktgeschehen ein flächendeckender integraler Bestandteil der historischen Altstadt ist. Der Markt ist ganzjährig von Montag bis Samstag geöffnet. Der Markt hat zwei Schwerpunkte. Auf dem Unser-Lieben-Frauen-Kirchhof werden fast ausschließlich Blumen und Pflanzen und auf dem Domshof Lebensmittel verkauft. Die Verbindung der Plätze stellen Marktstände mit Haushaltsprodukten und Souvenirs dar. Für die vielen Touristen sind diese Angebote sehr interessant, da diese Kundengruppe nicht zur Bedarfsdeckung mit Lebensmitteln den Markt besucht. Auf dem Markt haben sich zusätzlich verschiedene Imbissangebote etabliert. Sehr viele Angestellte in der Innenstadt nutzen bereits morgens frische Kaffee- und Backwarenangebote, oder später am Tag den Abwechselnden Mittagstisch.

2. Darstellung von Organisation

Der Marktmeister ist Ansprechpartner vor Ort und zuständig für Marktaufbau, technische Infrastruktur, Ansprechpartner für alle Marktstandbetreiber und Kontaktperson für die Kommunikation vor Ort mit Dritten. Vom Büro aus werden das Vertrags- und Rechnungswesen, die Öffentlichkeitsarbeit und das Marketing gesteuert. Wöchentlich werden im Büro Sitzungen mit allen Marktmeistern der Großmarkt Bremen GmbH (GMB), der Geschäftsführung und der Buchhaltung abgehalten, um den Informationsfluss sicher zu stellen.

Vor Ort werden feste Standplätze an die Marktstandbetreiber zugewiesen. Nicht belegte Plätze oder freie Plätze werden bei Bedarf an Tagesmieter vergeben. Die Markthändler beziehen den Wochenmarkt mit eigenen Marktfahrzeugen oder Marktständen. Einheitliche Marktstände werden bewusst nicht gefordert, um die Individualität zu erhalten.

Grundlage für das Vertragsverhältnis zwischen den Marktstandsbetreibern und GMB ist die Marktordnung. Jeder Marktbezieher hat einen eigenen Stromanschluss mit Zählvorrichtung. Die Stromversorgung erfolgt überwiegend unterirdisch durch überfahrbare Roste. Die Entsorgung der Restwertstoffe des Wochenmarktes wird durch die GMB sichergestellt. Direkt am Markt werden Restwertstoffe nach Fraktionen getrennt angenommen und vom Markt abgeholt. Durch regelmäßige Versammlungen mit den Marktbesckickern können grundsätzliche Probleme besprochen werden. Insbesondere Werbemaßnahmen und Öffentlichkeitsarbeit für einen Jahreszeitraum werden abgestimmt und protokolliert an alle Marktteilnehmer weitergeleitet, um eine Durchgängigkeit der Informationen sicher zu stellen.

Die Kindergruppen des Marktes haben sich in der Vergangenheit verändert. Die innerstädtische Lage hat eine deutliche Zunahme von Touristenströmen zu verzeichnen. Dies führt zu einer veränderten Nachfrage nach Souvenirs und Verzehr vor Ort. Der Markt ist nicht mehr „nur“ der Nahversorger, sondern hat erhöhte Aufenthaltsqualität durch Gastrostände. Er nimmt sozialökonomische Funktionen im hektischen innerstädtischen Alltag wahr. Die Besucherzahlen können somit gewissenhaft als leicht ansteigend bezeichnet werden.

3. Beschreibung von Sortimentvielfalt

Das Warensortiment auf dem Domshof umfasst schwerpunktmäßig Lebensmittel wie Obst & Gemüse, Fleisch- und Wurstwaren, Geflügelprodukte, Käse, Fisch, Backwaren, Honig, Milchprodukte, Kaffee, Tee und Gewürze, sowie mediterrane Spezialitäten. Ökologische Produkte werden aus den Bereichen Obst & Gemüse, frische Kräuter, Fleisch- und Wurstwaren, Käse und Molkereiprodukte und Kaffee angeboten. Besonders erfolgreich werden regionale Produkte aus den Bereichen Obst & Gemüse, Molkereiprodukte, Honig sowie Fleisch- und Wurstwaren vermarktet, die sowohl aus konventionellen als auch aus ökologischem Anbau kommt.

Auf dem Unser-Lieben-Frauen-Kirchhof werden Schnittblumen als Importware und aus Regionaler Produktion sowie saisonale Topfpflanzen, Zimmerpflanzen, Sukkulenten, Orchideen, Blumenzwiebeln und Kräuterpflanzen angeboten.

Zwischen den Marktplätzen und an den Rändern werden von Marktstandbetreibern Haushalts- und Kurzwaren, Lederwaren, Souvenirs und Verzehr angeboten. Sitzgelegenheiten am Brunnen am Dom erhöhen die Aufenthaltsdauer der Kunden deutlich. An einzelnen Stellen werden Sonder- und Aktionsstände mit wechselnden Angeboten zugelassen, um die Attraktivität und die Vielfalt zu erhöhen. Die große Bandbreite

des Angebotes, saisonal abwechselnde Schwerpunkte und die Vielzahl der Händler machen den Markt so attraktiv.

4. Städtebaulicher am Kontext im Umfeld des Marktes

Konzeptioneller Grundgedanke war bereits in den 1980er Jahren die historische Altstadt Bremens mit dem markanten Rathaus, dem Dom, der Unser-Lieben-Frauen-Kirche und den sich angrenzenden Plätzen Marktplatz, Unser-Lieben-Frauen-Kirchhof und Domshof in eine ebenerdige Fußgängerzone zu verändern. Der Domshof war von einer Straße umsäumt und von Straßenbahngleisen flankiert. Seit dieser Zeit ist der Stadtkern fortlaufend bis zum heutigen Tage auf Basis dieses Konzeptes verändert worden. Das Platzniveau des Domshofes wurde angeglichen, die Straßenbahnführung wurde verlegt, die Platzkante des Domshofes, die Möblierung des Platzes durch einen Brunnen abgerundet. Die Zugänglichkeit der Platzes wurde auf der Nordseite aufgewertet. Ein Fußgängerüberweg zur Bischofsnadel und Wall verbesserte die Zugänglichkeit. Ein angrenzendes Bankgebäude wurde Mitte der 90er Jahre durch private Investitionen geöffnet und mittels einer hochwertigen neuen Einzelhandelspassage eine erneute Zuwegung zwischen dem Domshofmarktplatz und den westlichen Bereichen des Innenstadteinzelhandels hergestellt.

Durch die Herausnahme des Individualverkehrs – es haben nur noch Anliegerverkehre eine Zufahrtsmöglichkeit – wurde die Aufenthaltsqualität deutlich gesteigert. Die Erneuerung des Pflasters auf dem Unser-Lieben-Frauen-Kirchhof und auf dem Marktplatz führten auch zu einer neuen Strominfrastruktur für den Markt. Höhepunkt und Lohn für diesen langjährigen Umgestaltungsprozess war nicht zuletzt die Ernennung des Rathauses und des Marktplatzes zum UNESCO Weltkulturerbe (2006).

5. Innovationen am Konzept

Herausragendes und innovatives Gestaltungselement ist ein zweigeschossiges Café am Domshof, das eine Dachterrasse hat und mit einem großräumigen Flugdach ausgestattet ist. Ein einzigartiger Ausblick auf dem Dom und Rathaus machen dieses Gebäude zu einem beliebten Anziehungspunkt. Gleichzeitig lösten diese öffentlichen Baumaßnahmen private Investitionen in Einzelhandelsgeschäfte in der neuen Domshofpassage und am Unser-Lieben-Frauen-Kirchhof aus. Neue gastronomische Angebote an der Platzkante des Domshofes und am Unser-Lieben-Frauen-Kirchhof steigern die Attraktivität und Aufenthaltsqualität für Besucher der Innenstadt am Markt und erfüllen gleichzeitig die in den letzten Jahren gestiegene Nachfrage in diesem Segment durch den Verbraucher.

6. Ökologische Nachhaltigkeit

Durch die Nutzung des Platzensembles an sechs Tagen für Marktzwecke findet bereits eine intensive Nutzung statt. Jahrmärkte, wie der Weihnachtsmarkt und der Freimarkt, ergänzen die Nutzungen. Der Wochenmarkt wird teilweise in das Jahrmarktsgeschehen integriert. Nördlich des Doms werden regelmäßig Sondernutzungen genehmigt. Häufig werden Aktionen mit dem Wochenmarkt kombiniert (Eröffnung der Kohl- und der Pinkelsaison/ der Matjessaison). Außerhalb der Marktzeiten wird der Domshof regelmäßig für Sonderveranstaltungen genutzt. Jedem Markthändler wird ein individueller Stromanschluss mit eigener Zählung zu Verfügung gestellt. Direkte Verbrauchsabrechnung führt zu einem schonenden Umgang mit den Ressourcen. Durch die Trennung der Restwertstoffe werden die Kosten für die Marktstandsbetreiber gering gehalten und die Umwelt geschont. Das Angebot ökologisch erzeugter Produkte hat sich in den letzten 15 Jahren fortlaufend ausgeweitet. Besonders stolz ist der Markt auf einen in Bremen ansässigen regionalen Gemüseproduzenten, der durch Regionalität und kurze Transportwege sowie ökologische Nachhaltigkeit überzeugt. Dank des guten Zuspruches ist das Sortiment in den letzten Jahren kontinuierlich erweitert worden. Fleisch- und Wurstwaren und über 100 Sorten Käse sowie Milchprodukte aus ökologischem Anbau bis hin zum Bio-Kaffee gehören mittlerweile zum Standardangebot.

7. Ist der Wochenmarkt in das Stadtmarketing eingebunden?

Der Wochenmarkt ist in das Bremer Vermarktungskonzept für die Bremer Wochenmärkte eingebunden. Da GMB jährlich ca. 4 800 Wochenmarktveranstaltungen in Bremen, Bremerhaven und Niedersachsen organisiert, partizipiert der Markt in Bremen Mitte auch von überregionalen Werbeaktivitäten (Radio-, Zeitungs- und Fernsehwerbung). Über das Internetportal www.bremen.de ist der Innenstadt Wochenmarkt direkt über das Internet zu erreichen. „MAX City Guide“ stellt den Wochenmarkt Domshof mit regionalem und biologischem Angebot besonders heraus. Durch die exklusive Innenstadtlage ist das Marktgeschehen bei Stadtrundgängen automatisch integriert. GMB gibt für die Bremer Wochenmärkte eine Broschüre heraus, die die Märkte, die Mahlzeiten und die Marktschwerpunkte darstellt. Auf der Homepage von GMB sind die Wochenmärkte mit allen notwendigen Informationen für die Verbraucher zusammengestellt. Das jährlich in einer Versammlung zwischen den Betreibern und dem Organisator abgestimmte Maßnahmenkonzept für Marketingaktivitäten ist die Grundlage des werblichen Auftrittes. Regelmäßig werden Zeitungsanzeigen geschaltet und Aktionen vor Ort durchgeführt. Weitere Marketingaktivitäten und die Öffentlichkeitsarbeit sind beispielhaft als Anlage dargestellt.

Begründung der Jury

Die Wettbewerbsunterlagen sind hoch professionell und geben einen hervorragenden Überblick über die Marktstruktur in Bremen, insbesondere lässt sowohl die Konzepterläuterung wie auch die bildliche Darstellung die Struktur des Marktes und die historische Entwicklung klar erkennen.

Der Aufbauplan der zwei Marktplätze charakterisiert die klare Konzeption. Zu erkennen ist ein Schwerpunkt auf Blumen und Pflanzen, Obst und Gemüse und Käse. Imbissstände lockern dieses Ambiente auf.

Die Sortimentsvielfalt und Qualität geben dem Ganzen eine Lebendigkeit.

Die eingereichten Unterlagen stellen klar heraus, dass der Markt in Bremen in der Tat ein Ort des Handels und vor allen Dingen der Kommunikation ist, der durch diese zwei Marktplätze städtebaulich eine Verbindung darstellt.







Anerkennung

Freiburg

Freiburger Wochenmarkt auf dem Münsterplatz

Stiftungspreis 2008 „Europas schönster Wochenmarkt“

Wettbewerb No.:	90
--------------------	----

Thema / Ort:	Freiburger Wochenmarkt auf dem Umgesetzt Münsterplatz, Freiburg i. Breisgau
--------------	--

Betreiber:	Privat (Freiburg Wirtschaft Tourist und Messe GmbH & Co.KG, Stadt/Gemeinde)
------------	---

Lage:	Münsterplatz im Zentrum der Altstadt
-------	--------------------------------------

Profil des Konzeptes:	Versorgungsmarkt für Nahrungsmittel und Waren des täglichen Bedarfs
Besonderheiten:	<ul style="list-style-type: none">• Der Wochenmarkt ist ein besonderer Beitrag zur Aufwertung der Stadt, weil er die Einheimischen mit frischen Nahrungsmitteln aus der Region versorgt, weil er ein Besuchermagnet für Touristen ist und, weil er ein Treff- und Kommunikationspunkt für Einheimische und Touristen ist.• Er ist ein besonders farbenfroher Markt inmitten der historischen und prächtigen Kulisse mit der Besonderheiten der räumlichen Trennung in Bauern- und Händlermarkt.• Der Warenschwerpunkt ist ökologisch.
Jahresumsatz des Wochenmarktes:	220.000 € Jahresumsatz

1. Beschreibung des Projektes inkl. Konzeption

Die besondere Konzeption des Wochenmarktes liegt nicht allein in der Aufteilung in Zonen nach Sortimenten, sondern besonders in der Trennung in eine Selbsterzeugerseite mit bäuerlichem Ambiente auf der nördlichen Münsterplatzseite und in Händlerseite auf der südlichen Münsterplatzseite. Auf der Bauernseite dürfen nur Produkte angeboten werden, die von den Anbietern in der Region am Oberrhein oder im Schwarzwald selbst erzeugt wurden. Der Ursprung dieses Marktes liegt bereits im 14. Jahrhundert als der vielgliedrige Straßenmarkt aus der heutigen Kaiser-Joseph-Straße auf den Münsterplatz verlagert wurde.

2. Darstellung von Organisation

Der Wochenmarkt ist eine öffentliche Einrichtung im Sinne von § 10 Abs. 2 d. Gemeindeordnung organisiert durch die städtische FWTM GmbH & Co KG betrieben und findet auf einer festgesetzten Marktfläche statt. Eine Zulassung kann formlos oder auf Antrag erfolgen. Es werden Tages- aber auch Dauerzulassungen erteilt. Die tägliche Markteinteilung in den verschiedenen Sortimentszonen wird vor Ort von Marktmeistern vorgenommen. Die Beschaffenheit der Stände reicht von Marktschirmen bis mobilen Ständen. Die Besucheranzahl hat in den letzten Jahren kontinuierlich zugenommen.

3. Beschreibung von Sortimentvielfalt

Warenangebot: Produkte des Obst- und Gemüseanbaus, der Land- und Forstwirtschaft, der Fischerei, rohe Naturerzeugnisse, selbstgewonnene Erzeugnisse des Weinbaus, Back-, Fleisch- und Wurstwaren, Milchprodukte, Blumen und Gärtnereiprodukte, Kleinvieh und Fische, Holz-, Korb-, Stroh-, Glas- und Töpferwaren, Imbiss (lange Freiburger Rote Wurst), regionaltypische Speisen. Regelmäßige Kontrollen des Wirtschaftskontrolldienstes, der Berufsgenossenschaftennachweise bei Selbsterzeugern sowie tägliche Begutachtung durch die Marktmeister gewähren einen hohen Qualitätsstandard. Der eigentliche Bauernmarkt wird immer wieder ergänzt durch Neuerungen um Obst-, Gemüse-, Blumen- und Gartenanbau, bei Wurst-, Bachwaren und Milchprodukten z.B. der selbstangefertigten Pastete oder der einzigartige Käskuchen vom Münsterplatz.

4. Städtebaulicher am Kontext im Umfeld des Marktes

Der große Münstermarkt mit ca. 10 000 m² Fläche umgibt das gotische Münster und ist der zentrale Ort in der Altstadt und der gesamten Stadt Freiburg. Der Marktplatz ist umgeben von Bürgerhäusern und öffentlichen Einrichtungen (Stadtbücherei, Historisches Kaufhaus, Domsingschule, Museum für Stadtgeschichte etc.). Die Erdgeschosszonen sind Cafés, Restaurants und Läden. Der Münsterplatz mit seiner hohen Besucherzahl ist ein ganz wesentlicher Bestandteil der Lebendigkeit der Altstadt. Die den Platz umgebenden Gebäude sind überwiegend in sehr gutem Zustand und der hochwertige historische Rheinwackenbelag ist ein hervorragender Stadtboden.

Auch nachmittags entfaltet der nun ruhige Platz seinen ganzen besonderen Charakter.

5. Innovationen am Konzept

Vom Mittelalter bis ins 19. Jahrhundert war der Freiburger Markt für die Versorgung der Stadtbevölkerung und den Absatz ihrer handwerklichen Erzeugnisse von herausragender Bedeutung, zumal grundsätzlich „Marktzwang“ bestand, der besagte, dass alle zum Verkauf bestimmten Waren in der Stadt nur auf dem Markt feilgeboten werden durften. Der Münsterplatz hat sich in den Jahrhunderten bis heute ständig weiter entwickelt. Das Gesamtkonzept der Versorgung der heimischen Bevölkerung durch insbesondere Nahrungsmittel aus der regionalen Produktion steht nach wie vor im Vordergrund. Änderungen beim Warenangebot erfolgten durch Anpassung von Angebot und Nachfrage unter Beibehaltung des jahrhunderte alten Konzeptes.

6. Ökologische Nachhaltigkeit

Mit wenigen Ausnahmen (vorgeschriebene Kühlung bei best. Lebensmitteln) benötigt der Markt keinerlei Energie. Durch die überwiegend selbsthergestellten Produkte fallen nahezu keine Verpackungsmaterialien an. Kisten oder Körbe werden von den Betreibern mitgenommen und wieder verwendet. Die organischen Reste werden ebenfalls wieder mitgenommen und in den Betrieben kompostiert. Bei den Imbissbetrieben darf nur Mehrweggeschirr verwendet werden. Somit bedarf es nach Marktende lediglich Besenreinigung. Die Palette bei den Ökoprodukten erstreckt sich von Obst und Gemüse über Back-, Fleisch- und Wurstwaren bis zu Milcherzeugnissen. Eine entsprechende Deklaration darf vom Betreiber nur vorgenommen werden, wenn der Betrieb geprüft und zertifiziert wurde. Die Deklarationen werden regelmäßig überprüft.

Das Wasserkonzept der ca. 10 000 m² großen Marktfläche sieht zum einen die Versickerung in den Pflasterfugen vor, zum anderen wird der Platz in das historische Bächlesystem, als offene Regenwasserleitung, entwässert.

7. Ist der Wochenmarkt in das Stadtmarketing eingebunden?

Durch die einheitliche Zuständigkeit für Marktbetrieb und Stadtmarketing durch die FWTM, ist gewährleistet, dass der Freiburger Wochenmarkt eine herausragende Rolle in den Vermarktungsaktivitäten in der Region und des Schwarzwaldes national und international spielt. Das einzigartige Münster um den herum der Wochenmarkt an ca. 300 Tagen stattfindet, bietet eine unvergleichliche Kulisse und gewährleistet die Aufmerksamkeit von jährlich Millionen von Touristen. Die Bild- und Textdarstellung des Freiburger Wochenmarktes findet sich daher in allen werblichen Publikationen von Stadt und Region sowie allen Reiseführern weltweit. Kein Tourist verlässt Freiburg ohne das Münster, den Münsterplatz und somit den Wochenmarkt erlebt zu haben.

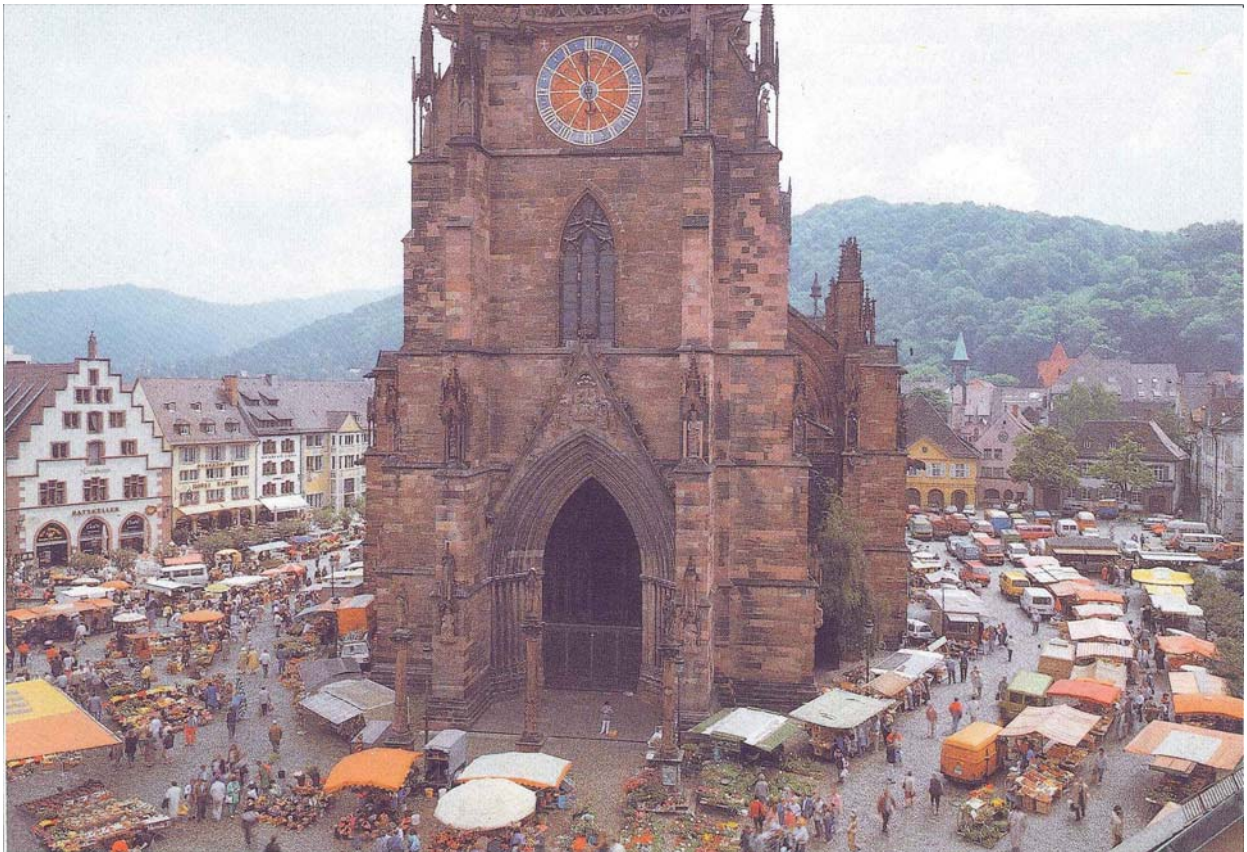
Begründung der Jury

In historischem Umfeld – um das Freiburger Münster gelegen – ist ein regionaler Wochenmarkt entstanden, der auch gleichzeitig Treffpunkt der Bürger ist, aber auch Touristen einbezieht.

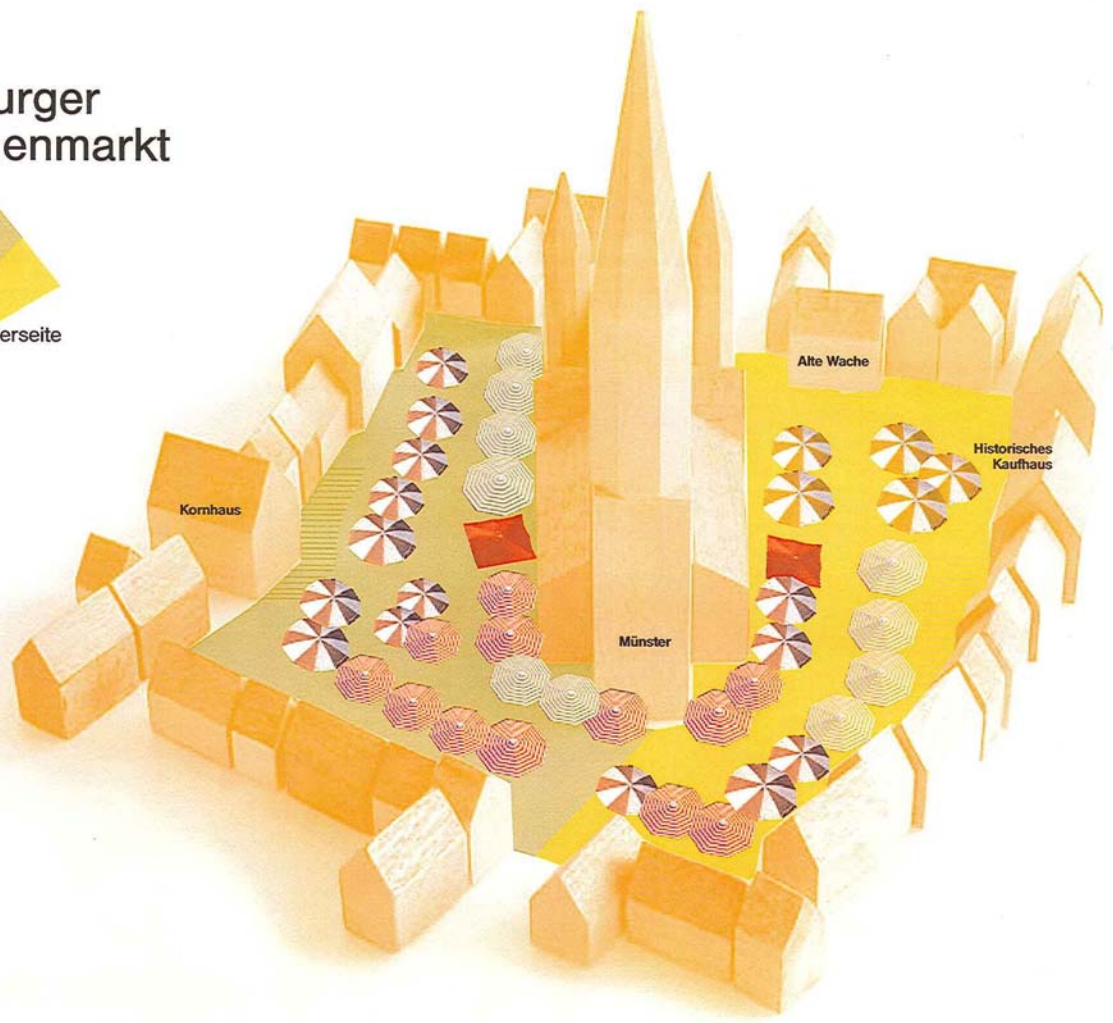
Weiterer Einzelhandel, Gastronomie und die angrenzende Altstadt sind darüber hinaus wichtige Ergänzungen zu diesem gelungenen und qualitativ hochwertigen Wochenmarkt.

Das Angebot an Bauern- (Selbsterzeuger) und Händlermarktgastronomie wird dem gewünschten Qualitätshinweis „Frisch vom Freiburger Wochenmarkt“ gerecht.

Die sympathische, dem Stadtbild angepasste Darstellung der Stände, das historische Umfeld, die angepassten Materialien des Fußbodenpflasters, sowie das Freiburger Münster (Einbindung von Kultur) bieten für jeden Besucher, der in Deutschland das Erlebnis „Wochenmarkt“ sucht, den geeigneten Platz.



Freiburger Wochenmarkt





Anerkennung

Münster

Wochenmarkt auf dem Domplatz

Stiftungspreis 2008 „Europas schönster Wochenmarkt“

Wettbewerb No.:	7
--------------------	---

Thema / Ort:	Wochenmarkt auf dem Domplatz	Umgesetzt
--------------	------------------------------	-----------

Betreiber:	Privat (Domverwaltung Münster), Stadt / Gemeinde
------------	--

Lage:	Mitten in der Altstadt
-------	------------------------

Profil des Konzeptes:	Der Wochenmarkt dient mit einer großen touristischen Ausstrahlung, als grüner Markt, der Nahversorgung.
-----------------------	---

Besonderheiten:	<ul style="list-style-type: none"> • Der Wochenmarkt liegt „im Schatten“ des Domes und angrenzend an den historischen Prinzipalmarkt, deshalb ist er ein beliebtes Highlight bei Touristen und steht auch immer im Focus bei Journalistenreisen. • Er ist besonders attraktiv, weil er einen ausgewogenen und qualitativ sehr hochwertigen Branchenmix bietet, vom regionalen Produkt bis hin zum exklusiven und ausgefallenen Produkt (Sicherung von Kulturpflanzen, Vermarktung von Fleisch bedrohter Nutz-Tierrassen (z.B.: Schweinerasse bunte Bentheimer – Nachzucht auf Grund erhöhter Nachfrage), internationale Waren. • Er ist besonders innovativ, weil er eine Verbindung zwischen traditionell Altbewährten und neuem Internationalen darstellt.
-----------------	---

Jahresumsatz des Wochenmarktes:	17 Mio. € Jahresumsatz
---------------------------------	------------------------

1. Beschreibung des Projektes inkl. Konzeption

Im Verlauf des Investiturstreits wurden 1121 Dom, Domkloster und die Siedlungen im Umfeld zerstört. Den Wiederaufbau plante man mit großzügigen Erweiterungen der Siedlungsflächen und einer neuen Marktstraße. Die Lage an einer der Hauptverkehrsadern, unmittelbar vor dem Michaelistor, dem neuen Hauptzugang zu Dombezirk, begünstigt die Entwicklung des Marktes im 12. Jahrhundert. Waren wurden aus den Häusern auf Fensterklappen (Feiltüren) feilgeboten. Nach Geschäftsschluss konnten damit die Fensteröffnung wieder verschlossen werden. Der Verkauf unterlag strengen Regelungen. Erst mit Auflösung der Gilden 1810 unter französischer Herrschaft war der freie Warenhandel erlaubt.

Im 20. Jahrhundert vollzog sich endgültig der Wandel des Prinzipalmarktes zur hochklassigen Einzelhandelsmeile. Der Markt mit seinem Obst- und Gemüseangebot und den bäuerlichen Marktfrauen wurde immer noch als störendes Relikt vergangener Zeiten empfunden. 1926 wurde der Wochenmarkt auf den Domplatz verlagert. Seither verführt er zwei Mal wöchentlich mit einem üppigen Angebot an frischem saisonalen Gemüse und einer überbordenden Fülle von Blumen. Lebensmittelskandale, vor allem aber die Hinwendung zu frischen Erzeugnissen aus der Region, von Anbietern, die ihre Kunden persönlich kennen und ansprechen, haben dem Wochenmarkt viel Erfolg beschert.

2. Darstellung von Organisation

Die Organisation des vom Ordnungsamt der Stadt Münster betriebenen Marktes richtet sich nach der Satzung über die Wochenmärkte der Stadt Münster vom 22.09.2005. In dieser Satzung wird sowohl die Vergabe der Standplätze als auch die Ausgestaltung der Marktstände sowie der Auf- und Abbau des Marktes geregelt. Durch die Anordnung der Stände nach Branchen und die am Platzrand angesiedelten Imbissstände/Kaffeestände hat der Markt neben der Funktion als Nahversorgung der Bevölkerung den zusätzlichen Charakter eines Treffpunktes erhalten. Als Indiz für die positive Besucherentwicklung ist festzustellen, dass sich die durchschnittliche Ausgabenhöhe von 11,05€ pro Person im Jahre 2004 um 5,25€ auf 16,30€ pro Person im Jahre 2006 erhöht hat. Dieses deutliche Umsatzplus ist ein Indiz für die permanente Weiterentwicklung des Marktes.

Bedingt durch die Attraktivität des Marktes bestehen Bewerberlisten, die entsprechend der Branchen geführt werde. Bei der Neuzulassung von Ständen wird in jedem Einzelfall geprüft, ob ein sortimentgleicher Stand oder, mit Blick auf strukturelle Veränderungen, ein anderes oder neues Angebot im Rahmen des „grünen Marktes“ aufgenommen werden sollte.

3. Beschreibung von Sortimentvielfalt

Wie unter 2. aufgeführt, wird das Angebot entsprechend der Aktualität und dem Zeitgeist weiterentwickelt. So wurde in den letzten Jahren die mediterrane Vielfalt ausgeweitet, so dass zwischenzeitlich die unterschiedlichsten internationalen Spezialitäten auf dem Wochenmarkt angeboten werden. Parallel wurde das Gastronomieangebot verfeinert, um den individuellen Wünschen der Marktbesucher gerecht zu werden. Der Markt ist in sogenannte Branchengassen aufgeteilt (Metzger-, Bäcker-, Käse-, Geflügelgasse), die durch zahlreiche Blumen sowie Obst- und Gemüsestände aufgelockert werden. Regelmäßige Kontrollen der örtlichen Lebensmittelüberwachung sicher eine gleichbleibend hohe Qualität.

4. Städtebaulicher am Kontext im Umfeld des Marktes

Der große Platz südlich des St.Paulus-Doms war über Jahrhunderte der größte städtische Versammlungsplatz, umstanden von den Wohnhäusern der Domkurie. Diese Kuriengebäude waren gleichzeitig Verwaltungs- und Repräsentationsbauten, die z.B. im Barock mit Dreiflügelanlagen und Ehrenhof das Stadtbild prägten. Noch immer wird der Domplatz von der wuchtigen Gestalt des doppeltürmigen Domes beherrscht. Die umfassende Bebauung besteht inzwischen aus Gebäuden zum Domplatz ein pietätvoll verschlossenes Gesicht. Seither haben sich die Läden mit Schaufenstern zum Domplatz hin geöffnet und bieten Durchblick zum Prinzipalmarkt. Es sind Cafés entstanden, die auch außerhalb der Markttag den Platz beleben, aber während des Marktes ganz besonders zum heitern Ambiente beitragen.

In diesem baulichen Rahmen entfaltet der Markt sein vielfarbiges, vielfältiges Angebot und bietet das harmonische Bild einer von Gassen durchzogenen kleinmaßstäblichen Stadt aus Marktständen. Wie in einem mittelalterlichen Stadtgefüge gibt es das Viertel der Blumenhändler, der Gemüsehändler, der Fleischer und Bäcker, der Käsespezialitäten usw. Die Waren sind appetitlich präsentiert und es herrscht eine freundliche kommunikative Atmosphäre, nicht im Schatten sondern auf der Sonnenseite des Doms.

An „Markttagen“ lockt die abwechslungsreiche Gastronomie neben Kunden und Touristen zahlreiche Beschäftigte aus dem Stadtzentrum zu einem Imbiss auf dem Platz.

Auf die zahlreichen touristischen aber auch einheimischen Besucher des Domes besonders an den Markttagen reagiert die Domverwaltung mit einem besonderen Service. An diesen Tagen an einem kleinen Stand im Eingangsbereich heißt ein Schild mit der Aufschrift „ Accueil – Ort des Willkommens. Fragen zum Dom? Fragen zum Glauben? Fragen zum Leben? Sprechen sie uns an.“ die Besucher willkommen.

5. Innovationen am Konzept

Das Konzept wird praktisch laufend fortgeschrieben und um Neues ergänzt oder durch qualitativ besseres ersetzt.

So entwickelte sich der Markt von einem traditionellen Bauernmarkt zu einem Markt mit internationalem Flair. Seit 1985 ist der größte Teil der Marktbesucher in einem Verein organisiert und arbeitet auch an einer heute beispielhaften Vernetzung verschiedenster Partner.

So gibt es heute auch einen sehr ansprechenden Internetauftritt durch den der Nutzer einen Überblick über Wissenswertes und Neues bekommt und schon hier mit wunderbaren Bildern über den Markt einen ersten Eindruck gewinnt.

Da der Markt sich stark an seinem Kunden orientiert, wurde und wird dem auch in Bezug auf die Öffnungszeiten Rechnung getragen, die gerade um eine Stunde verlängert worden sind.

Auch öffnet sich das Marktgeschehen der Kunst, wie z.B. in den „skulptur projekten 2007“ die als Skulptur ausgebaute Toilettenanlagen oder das Projekt „Sehen lernen“, dass unter räumlichen und inhaltlichen Eingebezug des Marktes im August 2008 geplant ist. Auch in technischer Hinsicht werden ständige Verbesserungen und Erweiterungen des Konzeptes vorgenommen, so wurde z.B. wie erwähnt, die Stromversorgung der Händler, die über mobile Elektroverteilerschränke, auf den Boden liegende Kabelverteiler und teilweise durch die Baumkronen führenden Elektrokabel versorgt wurde, so umgestaltet, dass im Rahmen des neuen Konzeptes jeder Markthändler seinen eigenen Stromanschluss aus einem festen Verteilerkasten im Randbereich des Marktes oder über versenkbare Stromverteiler (Senkelektanten) erhält, Im Zeitpunkt der Umgestaltung war diese spezifische Stromversorgung über Senkelektanten inklusiv einzeln abschließbarer Abnehmer europaweit einzigartig.

6. Ökologische Nachhaltigkeit

Der Domplatz als Urzelle der Stadt zeichnet sich bis heute im Stadtgrundriss ab. Der öffentliche Platzraum inmitten der Kuriengebäude hat sich ebenfalls kaum verändert. Die von J.C. Schlaun konzipierten Wegführungen wurden 1970 in der Platzgestaltung wieder aufgenommen. Die Marktstände orientierten sich weitestgehend an der historischen Wegführung. Die Wochenmärkte greifen auf die Funktion des Versammlungsraums zurück und beleben den Platz, der an den übrigen Wochentagen einen eher ruhigen Vorraum zum Dom, aber auch den angrenzenden geschäftigen Einkaufsstraßen bildet. Der Wochenmarkt belebt und bereichert damit den öffentlichen Raum ohne seine historischen Strukturen zu überlagern.

Die ökologische Nachhaltigkeit spiegelt sich an vielen Stellen im Konzept des Marktes wieder. Neben einer guten Erreichbarkeit mit dem Fahrrad und dem ÖPNV, gibt es ein gut funktionierendes Zusammenspiel der Partner hinsichtlich einer gemeinsamen Müllentsorgung und einer Reinigung des Platzes.

In Planung ist zurzeit in naher Zukunft auf Ökostrom umzusatteln.



7. Ist der Wochenmarkt in das Stadtmarketing eingebunden?

Es besteht eine enge Zusammenarbeit zwischen Münster Marketing und den Marktbeschickern. Zwischen beiden Institutionen finden regelmäßige Treffen statt, in denen über mögliche gemeinsame Projekte gesprochen wird, aber auch Anregungen und Wünsche ausgetauscht werden. So ist derzeit im Gespräch, den in seiner Besucher-/ Käuferfrequenz schwächeren Marktmittwoch gemeinsam mit den Innenstadtakteuren (Kaufleute und Gastronomen) und mit Synergieeffekten für alle Beteiligten (Stadt, Handel, Gastronomie, Marktbeschicker), mit einem Veranstaltungskonzept zu stärken.

Der Markt als sehenswertes Kleinod mitten in der Münsterschen Innenstadt ist fester Bestandteil der touristischen Werbung von Münster Marketing. Dazu gehören touristische Broschüren ebenso wie ausgewählte Imagetexte, die auf Anfrage an Journalisten in der ganzen Welt verschickt werden. Im Rahmen von Journalistenreisen ist der Markt ein fester Baustein des Besucherprogramms. Häufige Bilderranfragen von Journalisten werden neben allgemeinen Imagebildern oder themenbezogenen Bildern immer auch mit Bildern des Wochenmarktes beantwortet.

Begründung der Jury

Tradition als Grüner Markt seit 1926

Identifikationsmittelpunkt und Kristallisationspunkt für eine Region mit 700.000 Einwohnern

Besticht durch Größe (fast 180 Händler), räumliche Ausdehnung (rund 11,000 m²), sehr große

Vielfalt des Angebots und höchste Attraktivität

Ist innovativ durch Umsetzung empirischer Ergebnisse in den Wochenmarktalltag und die enge Kooperation mit der Universität und dem Einzelhandel


Ist ökologisch, weil der Anteil Direktvermarkter und biologischer Produkte sehr hoch ist

Eignet sich als Best-practice-Beispiel, weil es eine hohe Vernetzung zwischen Stadt, Handel, Universität und Wochenmarkt aufweist, sowie ständig weiterentwickelt bzw. fortgeschrieben wird

Impressionen vom Wochenmarkt heute







Sonderanerkennung für bürgerliches Engagement

Wuppertal

Ölbergmarkt

Stiftungspreis 2008 „Europas schönster Wochenmarkt“

Wettbewerb No.:	52
-----------------	----

Thema / Ort:	Ölbergmarkt, Wuppertal	Umgesetzt
--------------	------------------------	-----------

Betreiber:	Privat (Unternehmer/innen für die Nordstadt e.V.)
------------	---

Lage:	Ortsteil Elberfeld, Quartier Ölberg
-------	-------------------------------------

Profil des Konzeptes:	Imageaufwertung des Quartiers und Nahversorgung durch Erzeuger, von Bewohnern selbst organisiert.
-----------------------	---

- | | |
|-----------------|---|
| Besonderheiten: | <ul style="list-style-type: none">• Der Wochenmarkt ist ein besonderer Beitrag zur Aufwertung der Stadt, weil der Markt ein Teil eines Stadtteilmarketingkonzeptes ist, dass von Bewohnern selbst entworfen, umgesetzt und weiterentwickelt wird.• Er ist besonders attraktiv, weil sich die Bewohner dort treffen, plaudern und Informationen austauschen. Die Kommunikation im Quartier wird damit gefördert.• Er ist besonders innovativ, weil der Markt in Eigeninitiative der Quartiersbewohner konzipiert und umgesetzt wird. Er stellt eine Form der urbanen Nutzung dar und erweitert das Angebot im öffentlichen Raum. |
|-----------------|---|

Jahresumsatz des Wochenmarktes:	75.000 € Jahresumsatz
---------------------------------	-----------------------

1. Beschreibung des Projektes inkl. Konzeption

Es handelt sich um einen Erzeugermarkt mit Sitzgelegenheit in der Mitte des Platzes und Verzehrangebot, um die Aufenthaltsqualität zu steigern. Besondere Events finden regelmäßig statt, bspw. Gansverlosung im Advent, frisch gepresster Apfelsaft von Kindergartenkindern und eine Erntedankandacht im Herbst.

2. Darstellung von Organisation

Es gibt kein Verfahren zur Standgenehmigung, allerdings handelt es sich um einen Erzeugermarkt und nur solche können sich beteiligen. Der Markt wird in Kooperation mit „Bauern in Wuppertal“, einem Zusammenschluss der Landwirte organisiert.

3. Beschreibung von Sortimentvielfalt

Die Qualität der Produkte wird durch die Erzeuger sichergestellt. Jeder kann sich in ihren Betrieben selbst davon überzeugen, wie gearbeitet wird – Tierhaltung, usw.

4. Städtebaulicher am Kontext im Umfeld des Marktes

Der Platz wird von Menschen mit Tagesfreizeit (Alkoholkonsum) genutzt. Durch den Markt wird der öffentlich wieder aufgewertet und zurückgewonnen, ohne die Menschen mit Tagesfreizeit zu verdrängen. Das ist auch nicht gewollt, im Gegenteil können sie mitunter dafür gewonnen werden, Platz zu säubern und in Ordnung zu halten.

5. Innovationen am Konzept

Der Markt existiert erst seit 2,5 Jahren. Das Konzept hat sich bewährt und wird beibehalten.

6. Ökologische Nachhaltigkeit

Die Erzeuger kommen aus Wuppertal und Umgebung. Das spart lange Transportwege und die stärkt die Landwirtschaft im Umland.

7. Ist der Wochenmarkt in das Stadtmarketing eingebunden?

Der Markt ist Bestandteil des Stadtteilmarketingkonzepts des Vereins Unternehmer/innen für die Nordstadt e. V.

Begründung der Jury

Als Public Private Partnership ist dieser Markt mit besonderem Interesse zu bewerten, weil es sich hier um die Neuentstehung eines Wochenmarktes handelt, der von den Kunden gewünscht und letztendlich in Eigenregie verwirklicht wurde.

Das bürgerliche Engagement geht aber über das Wochenmarktgeschehen hinaus. Der Wochenmarkt ist vollständig eingebunden, als Instrument das Quartier nachhaltig zu entwickeln. Es ist beachtenswert, dass der Kunde (in der nachbarschaftlichen Ölberg-Initiative) den Markt geschaffen hat.

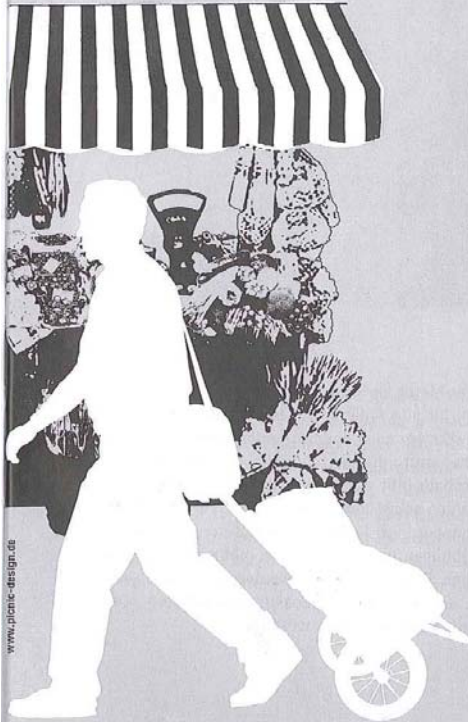




ÖLBERG Markt

alle 14 Tage freitagnachmittags

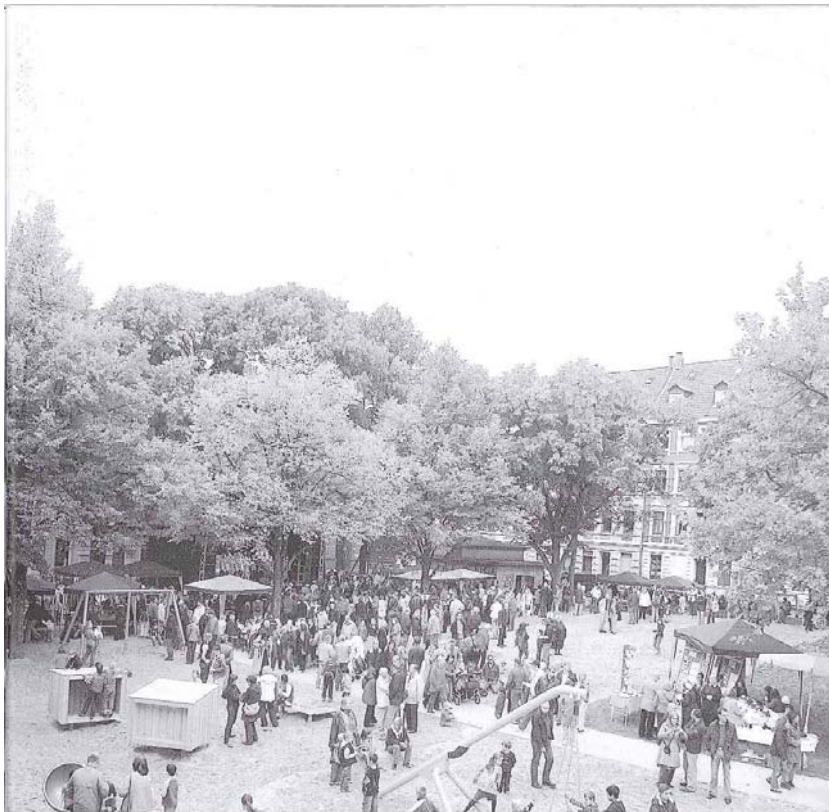
auf dem Otto-Böhne-Platz
von 14-18 Uhr



www.panic-design.de

- * Obst- und Gemüsehof Schürmann
Obst - Gemüse - Marmelade - Reibekuchen
- * Ehrenberger Bauernkaserei
Käse - Milchprodukte - Honig
- * Stadtbäckerei Harry Kaiser
Steinofenbrot
- * Lachs-Raucherei Wortberg
- * Hof Sonnenberg
Eier - Kartoffeln - Nudeln
- * "OPTIMA Naturkostprodukte" Schwelm
Wurst - Fleisch
- * Bischöflicher Winzergenossenschaft
Weine vom Kaiserstuhl

Veranstalter:
Unternehmer/innen für die Nordstadt e.V.
c/o ORG.BERATUNG,
Zimmerstraße 40, 42105 Wuppertal
www.unternehmen-nordstadt.de
in Kooperation mit
www.bauern-in-wuppertal.de



Alle Fotos auf den vorherigen Seiten, sofern nicht anders gekennzeichnet,
sowie das Titelfoto mit freundlicher Genehmigung von Bettina Osswald

Reibekuchen, Klatsch und Tratsch auf dem Ölbergmarkt


„Wir fühlen uns nirgends so wohl wie hier“

von
Christiane Gibiec

Dass der Mandelstuten fertig ist, braucht der Schwelmer Bäcker Harry Kaiser gar nicht erst über den Otto-Böhne-Platz zu rufen, denn die Duftschwaden, die aus seinem mit Buchen- und Kirschholz beheizten Backofen über den Ölberg ziehen, sprechen für sich. Dem Fahrer des Stadtteilbusses, der bei seiner letzten Runde vorbestellt hat, wird schnell ein warmer Laib in den Führerstand gereicht, eine Kundin, die sich in der langen Schlange vor dem Brotstand geduldig nach vorne geschoben hat, ordert „zweimal Bärlauch“ und meint damit die gewürzten Knüppelbrote aus Kaisers reichhaltigem Sortiment. 250 bis 300 Brote und einige Bleche Kuchen setzt der Bäcker an einem durchschnittlichen Marktnachmittag auf dem Otto-Böhne-Platz um.

Damit zieht er mit seinem Standnachbarn und Duftkonkurrenten Georg Schürmann gleich, der ebenso viele knusprige Reibekuchen unter die Leute bringt. Auch vor Schürmanns Stand mit Obst und Gemüse, überwiegend aus eigenem, integriertem Anbau, reiht sich eine geduldige Schlange auf. Auf dem Ölbergmarkt drängelt man nicht, denn das Schlangestehen bietet gute Gelegenheit zu einem Schwätzchen.

Der Markt hat so gut eingeschlagen, dass er jetzt nicht mehr, wie ursprünglich geplant, einmal im Monat stattfindet, sondern alle vierzehn Tage. Die Händlerschaft ist optimistisch, dass die Umsätze auch in den Wintermonaten anhalten. „Die Leute kommen auch bei Regenwetter,“ hat Martin Dahlmann erfahren, der regelmäßig mit seiner Ehrenberger Bauernkäserei auf dem Ölbergmarkt vertreten ist, „das hier ist eine Sache mit Zukunft. Außerdem kenne ich sonst keinen Markt mit so einem netten Publikum.“ Die „besondere Atmosphäre“ lobt auch der Schwelmer Fleischer Manfred Oppermann, der alle Märkte in der Umgebung kennt und besonders gerne auf den Ölberg kommt. „Die Umsätze stimmen, und wir fühlen uns nirgends so wohl wie hier.“



Auszeichnung für eine „besonders pfiffige Idee“

Frankenberg (Eder)

Wochenmarkt der Landfrauen

Stiftungspreis 2008 „Europas schönster Wochenmarkt“

Wettbewerb No.:	43
--------------------	----

Thema / Ort:	Wochenmarkt der Landfrauen, Frankenberg	Umgesetzt
--------------	---	-----------

Betreiber:	Privat (Bezirksverein der Landfrauen)
------------	---------------------------------------

Lage:	Historisches Rathaus, Rathausschirn, Obermarkt
-------	--

Profil des Konzeptes:	Landfrauen vermarkten umweltfreundliche, frische, regionale, bäuerliche Produkte.
--------------------------	---

Besonderheiten:	<ul style="list-style-type: none"> • Der Wochenmarkt ist ein besonderer Beitrag zur Aufwertung der Stadt, weil monatliche Aktionstage zu Verbraucherinformation und Verkaufsförderung ausgewählter Produkte veranstaltet werden. • Er ist besonders attraktiv, weil es ein einheitliches Gesamtbild gibt, aber auch ein abwechslungsreiches, der Jahreszeit angepasstes kulinarisches Angebot. • Der Markt wurde in Eigeninitiative von Landfrauen aufgebaut.
-----------------	--

Jahresumsatz des Wochenmarktes:	Keine Angaben möglich, da nur Einzelanbieter beim Frankengerger Wochenmarkt ausstellen und verkaufen. Die Verwaltung der Stände erfolgt in Eigenregie sowie ehrenamtlich durch den Bezirkslandfrauenverein Frankenberg.
---------------------------------------	---

1. Beschreibung des Projektes inkl. Konzeption

Die Rathaussschirn wurde in frühen Jahrhunderten für Markttage, gesellige Veranstaltungen, Hochzeiten sowie Versammlungen des Rates und der Zünfte genutzt. Im Jahre 1987 hatte der damalige Bürgermeister Helmut Eichenlaub die Idee, die ungenutzte, fast 500 Jahre alte Schirn mit einem Wochenmarkt zu beleben. Von Seiten der Stadt wurde mit professioneller Hilfe ein Markttag veranstaltet. Lediglich einige Landfrauen zeigten Interesse an einer Fortführung des Marktes. Der Bezirkslandfrauenverein unterstützte sie ideell und durch Werbung von Mund zu Mund gemäß dem Motto des Landfrauenverbandes: Altes erhalten, Neues gestalten, kleinere landwirtschaftliche Betriebe unterstützen und Frauen neue Perspektive eröffnen, also ländliche Regionen lebenswert erhalten. Nach und nach wurden transportable und dem historischen Gebäude angepasste Stände angeschafft. Es sprach sich herum, dass Qualität und Preis bei den Landfrauen stimmen und dass die Stände liebevoll gestaltet sind. Erzeugung und Verkauf der Produkte liegen weitgehend in den Händen derselben Frauen. Diese können daher kompetent Auskünfte geben und die Kunden entsprechend beraten. Kompetenz, Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft werden von den Kunden sehr geschätzt. Die Stadt stellt den Ausstellern die Nutzung der Rathaussschirn sowie Trinkwasser und Strom kostenfrei zu Verfügung und finanziert den Materialaufwand zum Schmücken des Rathausbrunnens (Kump) und der beiden Rathhaustore. Heute wird die Rathaussschirn auch gerne für Stadtfeste, Theatervorstellungen und Tanzveranstaltungen, Bankette, Floh- und Weihnachtsmärkte sowie bei Gelöbnisfeiern genutzt. Seit mehreren Jahren wird an jedem ersten Samstag im Monat eine Sonderaktion der Jahreszeit entsprechend durchgeführt z.B. „Ostereier mit Naturfarben färben“, „Marmelade selber zubereiten“, „Rund um die Kartoffel“, etc. Die Kunden erhalten umfassende Informationen über ein bestimmtes Produkt, Rezepte, Kostproben und außergewöhnliche Kaufangebote. Diese Aktionen haben die Popularität des Marktes deutlich gefördert. Der Markt hat sich auch zu einem Kommunikations- und Treffpunkt entwickelt. Seit 12 Jahren besteht ein Frühstückstammtisch. Der Bürgermeister der Stadt Frankenberg nimmt regelmäßig am Stammtisch teil, um für die Anregungen und Anliegen der Bürger in informeller Umgebung immer ein offenes Ohr zu haben.

2. Darstellung von Organisation

Der Wochenmarkt findet jeden Samstag im Monat von 8:30 Uhr bis 12:00 statt. Der Bezirkslandfrauenverein Frankenberg besitzt die Marktrechte. Der Markt ist einzigartig Hessen.

Die Vermarkterinnen sind nahezu ausschließlich aus der Region Frankenberg. Zusätzlich wird das Angebot alle 14 Tage bereichert durch überregionale Betreiber (Oliven, mediterrane Produkte und Seefisch). Es ist geplant mittelfristig einen Frischgeflügelanbieter anzuwerben und eine Kühltheke für frische Salate einzurichten.

Die vermarktenden Landfrauen haben sich zu einem Arbeitskreis zusammen geschlossen. In den Versammlungen, die monatlich stattfinden, werden alle Belange diskutiert und demokratisch mehrheitlich entschieden.

Bei neuen Anbietern wird darauf geachtet, dass das Sortiment in das Gesamtkonzept passt. Die „Dienstkleidung“ ist ein Hessenkittel, um ein einheitliches Gesamtbild abzugeben. Alle diese Anstrengungen haben sich gelohnt. Die Besucherzahlen sind stetig gewachsen.

3. Beschreibung von Sortimentvielfalt

Das Sortiment umfasst überwiegend Produkte aus der Region: Herausgeschlachtetes vom Rind, Schwein und Schaf; Rohmilchkäse von Kühen und Ziegen; Obst, Gemüse und Blumen der Jahreszeit entsprechend; Fisch: Forellen aus ortsnahen Teichen und neuerdings Seefisch alle 14 Tage aus Bremerhaven; Oliven und mediterrane Produkte; Honig und Honigprodukte; Backwaren wie Brot, Kuchen und frische Waffeln; Getreide und Nudeln; verschiedene Brotaufstriche; kunsthandwerkliche Produkte wie Glückwunsch- und Fotokarten, Holzsägearbeiten; Heilsteine, Dinkelkissen; Kochbücher, u.v.a.m. Die Qualität der Produkte ist durch verschiedene Kontrollgremien gewährleistet: Veterinäramt, Bioland, Naturland, Imkerbund.

Seit Beginn des Marktes haben die Frauen sich auf die Verbraucherwünsche eingestellt, z.B. Anbau bestimmter Gemüsepflanzen wie Kürbis und Bärlauch. Sie bieten in den letzten Jahren mehr vorgefertigte Produkte an, z.B. geraspelte Möhren, Obst konserviert, Fleisch gebraten.

4. Städtebaulicher am Kontext im Umfeld des Marktes

Die Rathaussschirm ist im Erdgeschoss des historischen, zehntürmigen Frankenger Rathauses aus dem Jahr 1509 und liegt zentral im Herzen der Altstadt zwischen dem Ober- und Untermarkt mit Marktplatz. Vor dem Tor befindet sich ein Nachbau des historischen Brunnens der Altstadt. Das Vier-Sterne-Hotel „Die Sonne Frankenberg“ mit Gourmet-Küche und das „Hotel Ratschänke“ mit einer „Hessen à la carte“-Küche, liegen direkt nebenan. Um das historische Rathaus herum sind weitere historische Bauen zu finden: Das frühere Brauhaus, das Steinhaus, der Burgberg mit den Ruinen der Frankenburg, die Liebfrauenkirche, nach dem Vorbild der berühmten Elisabethkirche und die Hospitalkirche.

Auf dem Ober- und Untermarkt sind weitere Betriebe ansässigen: Metzger, Bäcker, Cafés und Restaurants, Apotheke, Naturkostladen, Reinigung und Friseur.

Die Stadt Frankenberg und die örtlichen Vereine veranstalten regelmäßig in den Sommermonaten größere Feste auf dem Obermarkt, in die auch der Wochenmarkt mit eingebunden ist. Jeden Samstag um 10:30 Uhr werden kostenlose Stadtführungen (1,5 Std.) durch die historische Altstadt angeboten.

Treffpunkt ist der Kump (Brunnen) vor der Rathaussschirm. Von hier gelangt man fußläufig in wenigen Minuten zu Fußgängerzone. Umgekehrt wiederum erfährt der Markt eine Belebung durch die Gäste der Fußgängerzone. Überregionale Reisebusse fahren den Obermarkt in Frankenberg mit dem Ziel „Historisches Rathaus“ an.

5. Innovationen am Konzept

Grundidee: Nachvollziehbarer regional produzierte frische Produkte, Hervorhebung der Regionalität, Belebung der Altstadt, Wiederauflebung der alten Tradition des Marktes.

Neu: Schaffung von Möglichkeiten zum Nebenerwerb von in der Landwirtschaft beschäftigten Frauen. Verkauf von vorgefertigten Produkten z.B. gehobeltes Kraut, geraspelte Möhren, gekochte Eier, Marmelade, eingewecktes Obst- und Gemüse, Waffeln, u.v.a.m.

Sonderaktionen: Ein Produkt wird jeden Monat in den Mittelpunkt gestellt und mit Rezepten, Vorführungen spezieller Zubereitungs- und Verarbeitungsmethoden, Verkauf von besonderen, nicht regelmäßig angebotenen Produkten speziell vermarktet.

6. Ökologische Nachhaltigkeit

Der angebotene Kaffee kommt aus fairem Handel.

Beim Verzehr wird kein Einweggeschirr benutzt.

Die anfallenden Abfälle werden von den Betreibern wieder mitgenommen.

Der Bedarf der Aussteller an Wasser und Strom ist sehr gering. Strom wird nur benötigt für die Beleuchtung, Kühltheke und Waffeleisen.

Sammeln von Korken (Wein- und Sektflaschen) für die Wiederaufbereitung durch Behinderte in der Gemeinde Kork (Ordenau-Kreis).

7. Ist der Wochenmarkt in das Stadtmarketing eingebunden?

Einbindung der Markttag in das Angebot der Stadtfeste und des Stadtmarketings, Abstimmungsgespräche und Vermarktung in touristischen und öffentlichen Werbeträgern der Stadt und der Region:

Homepage des Wochenmarktes: www.wochemarkt-Frankenberg.de

Begründung der Jury

Die Landfrauen haben in Eigeninitiative den Wochenmarkt, der seit 500 Jahren in dem „Rathausschirm“ stattfindet, wieder mit neuem Leben erfüllt und haben es geschafft einen gestorben geglaubten Marktstandort durch preiswürdige Qualität wiederzubeleben. Der Markt ist ökologisch, weil Abfall weitestgehend vermieden wird.







Presseresonanz

Europas schönster Wochenmarkt



Der Grünmarkt in Nienburg könnte Schule machen. Foto Stiftung Lebendige Stadt

Die **gemeinnützige** Stiftung Lebendige Stadt (www.lebendige-stadt.de) hat in diesem Jahr ihren mit 15 000 Euro dotierten Stiftungspreis an Europas schönsten Wochenmarkt vergeben. Gesucht wurden lebendige Wochenmarktkonzepte, die sich durch Angebotsvielfalt, Qualität und eine attraktive Warenpräsentation auszeichnen. „Natürlich waren uns darüber hinaus ökologische und wirtschaftliche Gesichtspunkte besonders wichtig - denn die ausgezeichneten Wochenmarktkonzepte sollten nicht nur außergewöhnlich schön, sondern auch zur Nachahmung geeignet sein“, erläutert Andreas Mattner, Vorstandsvorsitzender der Stiftung.

Aus mehr als 100 Bewerbungen kürte die Jury unter Vorsitz des Düsseldorfer Architekten Hermann Henkel den Nienburger Grünmarkt zum Sieger. Der Markt in Nienburg blickt nicht nur auf eine fast 200-jährige Geschichte zurück, sondern ist von

der Stadt seit 1998 auch zum Grünmarkt weiterentwickelt worden. Dabei bieten rund 60 lokale und regionale Händler im Zentrum der historischen Altstadt selbst angebaute und produzierte Waren an. Seitdem haben sich die Besucherzahlen von jährlich rund 100 000 auf rund 250 000 Personen erhöht.

Anerkennungen erhielten die Wochenmärkte in Bremen, Münster und Freiburg im Breisgau. Eine Sonderanerkennung für besonderes bürgerschaftliches Engagement verlieh die Jury dem Ölbergmarkt in Wuppertal. Dieser ist von Bürgern zur Entwicklung ihres Stadtteils selbst ins Leben gerufen worden. Ebenfalls eine Sonderanerkennung erhielt der Wochenmarkt der Landfrauen in Frankenberg (Eder). In Eigeninitiative haben die Landfrauen in der hessischen Kleinstadt einen Marktstandort mit 500-jähriger Tradition „durch preiswürdige Qualität“ wiederbelebt, urteilte die Jury.

Quelle Neue OZ Osnabrücker Zeitung vom 28.11.2008

Nienburg hat den schönsten Wochenmarkt

Nienburg hat den schönsten Wochenmarkt dpa Nienburg. Der Grünmarkt in Nienburg an der Weser ist von der gemeinnützigen Stiftung "Lebendige Stadt" zum schönsten Wochenmarkt Europas gewählt worden. Nienburg habe sich gegen mehr als 100 Bewerber durchgesetzt, gab die Jury gestern bekannt. Der Preis ist mit 15 000 Euro dotiert. Der Nienburger Markt mit 200-jähriger Geschichte habe sich seit 1998 zu einem Grünmarkt weiterentwickelt. Heute böten dort 60 lokale und regionale Händler selbst angebaute und produzierte Waren an. Die jährliche Besucherzahl hat sich von 100 000 auf 250 000 mehr als verdoppelt. Eine Anerkennung erhielt auch der Wochenmarkt in Bremen.

Quelle Hannoversche Allgemeine Zeitung vom 28.11.2008

Schönster Wochenmarkt

Nienburg: Der Grünmarkt in Nienburg an der Weser ist von der gemeinnützigen Stiftung "Lebendige Stadt" zum schönsten Wochenmarkt Europas gewählt worden. Nienburg habe sich gegen mehr als 100 Bewerber durchgesetzt, gab die Jury am Donnerstag in Dortmund bekannt. Der Preis ist mit 15000 Euro dotiert. Der Nienburger Markt mit 200-jähriger Geschichte habe sich seit 1998 zu einem Grünmarkt weiterentwickelt, hieß es. Heute böten dort 60 lokale und regionale Händler selbstangebaute und produzierte Waren an. Die jährliche Besucherzahl hat sich von 100 000 auf 250 000 mehr als verdoppelt. Der Wochenmarkt hat mittwochs und sonnabends von 8 bis 13 Uhr geöffnet. In

Quelle Münstersche Zeitung vom 28.11.2008

Wochenmarkt ausgezeichnet

Münster - Die gemeinnützige Stiftung "Lebendige Stadt" hat den Wochenmarkt auf dem Domplatz mit einem Anerkennungspreis ausgezeichnet. Die nationale Jury, zu der auch Stadtdirektor Hartwig Schultheiß und Sportbund-Chef Dr. Michael Vesper gehören, lobte "die hohe Vernetzung zwischen Stadt, Handel, Universität und Wochenmarkt". Deshalb sei das Konzept des Marktes in Münster als Best-practice-Beispiel auch für andere Kommunen interessant.

Quelle Wildeshauser Zeitung vom 28.11.2008

Nienburg hat besten Markt

NIENBURG (dpa)Der Grünmarkt in Nienburg an der Weser ist von der gemeinnützigen Stiftung "Lebendige Stadt" zum schönsten Wochenmarkt Europas gewählt worden. Nienburg habe sich gegen mehr als 100 Bewerber durchgesetzt, gab die Jury gestern in Dortmund bekannt. Der Preis ist mit 15000 Euro dotiert. Der Nienburger Markt mit 200-jähriger Geschichte habe sich seit 1998 zu einem Grünmarkt weiterentwickelt, hieß es. Heute böten dort 60 lokale und regionale Händler selbstangebaute und produzierte Waren an. Die jährliche Besucherzahl hat sich von 100000 auf 250000 mehr als verdoppelt.

Quelle Hessische/Niedersächsische Allgemeine (HNA) vom 29.11.2008

Für die pfiffigste Idee

Frankenberg. Kinder führten das Stück Hänsel und Gretel auf - und Musikgruppen stimmten Werke aus Mozarts "Zauberflöte" an: Im tollen Ambiente des Dortmunder Rathauses und in einem feierlichen Rahmen ist der Frankenberger Wochenmarkt der Landfrauen am Donnerstagabendhoch dekoriert worden(HNA berichtete).Der Frankenberger Wochenmarkt wurde im Wettbewerb "Europas schönster Wochenmarkt" mit dem Sonderehrenpreis für die "pfiffigste Idee" ausgezeichnet. "Frankenberg ist ein sehr würdiger Preisträger", sagte Stiftungs-Sprecher Gerhardt Fuchs bei der Preisverleihung. Der Wettbewerb war von der Stiftung Lebendige Stadt ausgeschrieben worden. "Was die Landfrauen in Frankenbergumgesetzt haben, ist auch in anderen Städten möglich", sagte Fuchs.103 Bewerber hatten sich an dem Wettbewerbeteiligt, davon rund 90 aus Deutschland und zehn aus dem europäischen Ausland. Nur sechs Preisträger wurden geehrt, darunter der Markt der Frankenberger Landfrauen. In Dortmundnahmen die Landfrauen Elfriede Höhle, Marianne Schüler und Helga Valentin sowie Evelin Jacobs von der Stadt Frankenberg den Preis entgegen. Sieger wurde der Grünmarkt in Nienburg bei Hannover. Über den Preis freute sich auch Frankenbergs Bürgermeister Christian Engelhardt: "Diese Auszeichnung wird in hohem Maß der Stadtentwicklung nutzen." (mjx)

Quelle WZ Westdeutsche Zeitung vom 29.11.2008

Sonder-Anerkennung für den Ölbergmarkt

Stadtteil-Nachrichten Nordstadt. Die gemeinnützige Stiftung "Lebendige Stadt" hat den schönsten Wochenmarkt Europas in Nienburg mit15 000 Euro ausgezeichnet - und dem Ölbergmarkt in Wuppertal in diesem Rahmen eine Sonderanerkennung ausgesprochen: Gelobt wird mit Blick in die Nordstadt ausdrücklich das besondere Engagement der Bürger. Der Markt auf dem Ölberg ist bereits zur Institution geworden: Am Freitag, 19. Dezember, ist er um 16 Uhr wieder auf dem Otto-Böhne-Platz zu erleben - als Bauern- und Erzeugermarkt mit Produkten aus der Region (Foto: Archiv). Der 2006initiierte Markt soll alle 14 Tage immer auch ein "Ort zum Treffen und Klönen" sein - flankiert durch Aktionen je nach Jahreszeit. Mel www.unternehmen-nordstadt.de

Quelle Hessische/Niedersächsische Allgemeine (HNA) vom 28.11.2008

Anerkennung für pfiffige Ideen

Frankenberg. Der Wochenmarkt der Landfrauen in der Frankenberger Rathausschirn wurde zwar nicht als schönster Markt Europas gekürt, gestern Abend erhielten die Marktbetreiberinnen bei der Preisverleihung der gemeinnützigen Stiftung Lebendige Stadt in Dortmund aber eine Auszeichnung in der Kategorie "Pfiffige Idee". Wie berichtet, hatte die Stadt Frankenberg den Wochenmarkt der Bezirkslandfrauen für den Wettbewerb der Stiftung Lebendige Stadt angemeldet. Untermehr als 100 Bewerbern wählte eine Fachjury den Grünmarkt in Nienburg zum schönsten Wochenmarkt Europas aus. Den mit 15 000 Euro dotierten Stiftungspreis übergab Stiftungsvorstand Dr. Andreas Mattner gestern Abend im Dortmunder Rathaus. Anerkennungen erhielten die Wochenmärkte ein Bremen, Münster und Freiburg im Breisgau. Eine Sonderanerkennung für besonderes bürgerschaftliches Engagement verlieh die Fachjury dem Ölbergmarkt in Wuppertal. Als "pfiffige Idee" zeichnete die Jury außerdem den Landfrauenmarkt in Frankenberg aus. Diese Auszeichnung nahm eine Delegation der Landfrauen mit Elfriede Höhne, der Initiatorin des Marks, sowie den Marktbetreiberinnen Marianne Schülerund Helga Valentin in Empfang. Von der Stadt Frankenberg waren Bürgermeister Christian Engelhardt und Wirtschaftsförderin Evelin Jacobs vertreten. Die Jury verlieh den Preis für "innovative und lebendige Wochenmarktkonzepte, die sich durch Angebotsvielfalt, Qualität und attraktive Warenpräsentation auszeichnen". "Natürlich waren uns darüber hinaus ökologische und wirtschaftliche Gesichtspunkte besonders wichtig, denn die ausgezeichneten Wochenmarktkonzepte sollen nicht nur außergewöhnlichschön, sondern auch zur Nachahmung geeignet sein", sagt Dr. Andreas Mattner, Vorstandsvorsitzender der Stiftung "Lebendige Stadt", bei der

Preisverleihung. Wochenmarkt fällt aus Wegen des Weihnachtsmarktes fällt der Frankfurter Wochenmarkt am morgigen Samstag, 29. November, aus. (mab)

Quelle Kurier am Sonntag vom 30.11.2008

Domshof auf dem Treppchen Wochenmarkt heimst europaweite Anerkennung ein / Nienburg auf Platz eins

Von Bernd Schneider

BREMEN. Nirgends in Europa ist der Wochenmarkt schöner als auf dem Domshof – abgesehen von Nienburg. Die Stadt hat jetzt den Stiftungspreis 2008 der Stiftung "Lebendige Stadt" gewonnen als "Europas schönster Wochenmarkt". Unter 100 Bewerbern hat Bremen eine "Anerkennung" und damit den Platz direkt dahinter ergattert. Der Domshof darf sich Nummer zwei in Europa nennen – gemeinsam mit Münster, Freiburg, Frankenberg und Wuppertal. "Das macht mich stolz", sagt Domshof-Händlerin Lilo Repges. Seit 88 Jahren verkauft ihre Familie dort Geflügel. Über die Anerkennung freut sie sich daher ganz besonders. "Da war die Jury wohl im Sommer hier, wenn auch Blumenmarkt ist", mutmaßt sie. "Da ist es noch viel schöner." In erster Linie hat die Jury allerdings nach "innovativen und lebendigen Wochenmarktkonzepten" gefahndet, nach Angebotsvielfalt, Qualität und "attraktiver Warenpräsentation". Daneben waren "ökologische und wirtschaftliche Gesichtspunkte besonders wichtig", sagt Andreas Mattner vom Stiftungsvorstand. "Die ausgezeichneten Wochenmarktkonzepte sollen nicht nur außergewöhnlich schön sein, sondern auch zur Nachahmung geeignet." In Nienburg sei es "vorbildlich gelungen", Wirtschaft, Ökologie und Kultur zu verbinden. Bremen überzeugte durch sein "regionales und ökologisches Angebot voller Qualität und Vielfalt". Der Markt sei "als lebendiger Ort des Handels vorbildlich in die Altstadt integriert". Wolfgang Höckendorff aus dem Kieler Raum fällt das selbst an einem grauen Novembertag auf: "Hier der Dom, da das Rathaus und die schönen historischen Fassaden – das ist ein schönes Ambiente", urteilt der Weihnachtsmarkt-Tourist. Und erklärt Bremen dann kurzerhand zum "schönsten Stadtstaat der Welt". Großmarkt-Geschäftsführer Uwe Kluge, der die Bremer Bewerbung verantwortet, ist sicher: "Die Auszeichnung wird sicher Ansporn sein, auch weiterhin eine hohe Qualität und regionale Frische anzubieten."

Quelle Knowhow-magazin.de vom 02.12.2008

Stiftungspreis-Verleihung 2008: Europas schönster Wochenmarkt

Die gemeinnützige Stiftung „Lebendige Stadt“ hat den Grünmarkt in Nienburg an der Weser zum schönsten Wochenmarkt Europas gekürt. Der mit 15.000 Euro dotierte Stiftungspreis ist im Dortmunder Rathaus im Beisein von Dortmunds Oberbürgermeister Dr. Gerhard Langemeyer von Stiftungsvorstand Dr. Andreas Mattner an Nienburgs Bürgermeister Henning Onkes verliehen worden.

Eine Fachjury unter Vorsitz des Düsseldorfer Architekten Hermann Henkel wählte den Nienburger Grünmarkt aus mehr als 100 eingereichten Bewerbungen aus. Anerkennungen erhielten die Wochenmärkte in Bremen, Münster und Freiburg im Breisgau. Eine Sonderanerkennung für besonderes bürgerschaftliches Engagement verlieh die Fachjury dem Ölbergmarkt in Wuppertal. Als „pfiffige Idee“ zeichnete die Jury außerdem den Landfrauenmarkt in der hessischen Kleinstadt Frankenberg (Eder) aus. Preiswürdig waren innovative und lebendige Wochenmarktkonzepte, die sich durch Angebotsvielfalt, Qualität und attraktive Warenpräsentation auszeichnen. „Natürlich waren uns darüber hinaus

ökologische und wirtschaftliche Gesichtspunkte besonders wichtig –denn die ausgezeichneten Wochenmarktkonzepte sollen nicht nur außergewöhnlich schön sein, sondern auch als Best-practice-Beispiele zur Nachahmung geeignet sein“, sagte Dr. Andreas Mattner, Vorstandsvorsitzender der Stiftung „Lebendige Stadt“. Der Wettbewerbssieger, der Grünmarkt in Nienburg, ist fester Bestandteil des urbanen Lebens in der niedersächsischen Kreisstadt an der Weser. Anknüpfend an eine fast 200-jährige Geschichte, entwickelte die Stadt den traditionellen Wochenmarkt seit 1998 zum Grünmarkt weiter. Rund 60 lokale und regionale Händler bieten im Herzen der historischen Altstadt selbst angebaute und produzierte Waren an: Obst und Gemüse, Fleisch, Wurst, Käse und andere Leckereien. Besondere Spezialität ist der „Nienburger Spargel“. Seit Beginn des Grünmarkt-Konzeptes haben sich die Besucherzahlen mehr als verdoppelt: von ca. 100.000 auf rund 250.000 jährlich – die meisten Marktbesucher kommen zu Fuß, mit dem Fahrrad oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Für die Entsorgung der Reststoffe sind die Standbetreiber selbst zuständig. Das spart Kosten für eine aufwändige Straßenreinigung nach Marktschluss. Die Jury lobte, dass es in Nienburg vorbildlich gelungen sei, die wirtschaftlichen, ökologischen und kulturellen Ansätze des Wochenmarktes zu einem offenen, dynamischen und akzeptierten Konzept weiterzuentwickeln. Bei diesem Prozess seien alle Akteure beteiligt: die Stadtverwaltung, die Händler und die Bürger. Eine Anerkennung sprach die Jury dem Wochenmarkt im historischen Zentrum von Bremen aus. Der Markt überzeuge durch sein regionales und ökologisches Angebot voller Qualität und Vielfalt. Als lebendiger Ort des Handels sei das Marktgeschehen vorbildlich in die Altstadt integriert. Ebenfalls eine Anerkennung erhielt der Wochenmarkt auf dem Domplatz von Münster in Westfalen. Dieses Konzept zeichne sich durch „eine hohe Vernetzung zwischen Stadt, Handel, Universität und Wochenmarkt“ aus, befand die Jury. Daher sei der Wochenmarkt in Münster als Best-practice-Beispiel auch für andere Kommunen interessant. Eine weitere Anerkennung verlieh die Jury dem Wochenmarkt auf dem Münsterplatz in Freiburg im Breisgau. Hier gefiel besonders die „sympathische, dem Stadtbild angepasste Darstellung der Stände“ sowie die Einbindung in das stadthistorische Umfeld. Das Erlebnis „Wochenmarkt“ werde rund um das Freiburger Münster für Bürger und Touristen qualitativ hochwertig präsentiert, so das Urteil der Fachjury. Eine Sonderanerkennung für besonderes bürgerschaftliches Engagement erhielt der Ölbergmarkt in Wuppertal. Dieser Markt ist von den Bürgern zur nachhaltigen Entwicklung ihres Stadtteils selbst ins Leben gerufen worden. Dieses bürgerschaftliche Engagement gehe weit über das Wochenmarktgeschehen hinaus, befand die Jury. In der Kategorie „Pffiffige Idee“ verlieh die Jury außerdem eine Sonderanerkennung an den Wochenmarkt der Landfrauen in Frankenberg (Eder). In der hessischen Kleinstadt haben die Landfrauen in Eigeninitiative einen Marktstandort mit 500-jähriger Tradition „durch preiswürdige Qualität wiederbelebt“, urteilte die Jury. Der Stiftungspreisjury 2008 gehörten an: Hermann Henkel, Juryvorsitzender, Beirat Architekturbüro HPP Hella Dunger-Löper, stv. Juryvorsitzende, Staatssekretärin Berlin Torsten Berens, stv. Geschäftsführer Großmarkt Hamburg Dr. Rolf Böhme, Oberbürgermeister a.D. Freiburg Dr. Albrecht Buttolo, Innenminister Sachsen Raimund Ellrott, ehem. Geschäftsführer GfK GeoMarketing Jens Friedmann, Redakteur Frankfurter Allgemeine Zeitung Felix Henkel, Geschäftsführer Gemeinsam Handeln e.V. Rolf von der Horst, Herausgeber Fachzeitschrift „Stadt und Raum“ Friedel Kellermann, Gesellschafter Architekturbüro RKW Stephan Kugel, Geschäftsführer Centermanagement ECE Dirk Marx, Präsident Verband Marktkaufleute und Schausteller Hamburg Dr. Hans-Georg Moldenhauer, DFB Vizepräsident Klaus Müller, Vorstand Verbraucherzentrale NRW Otto Neideck, Erster im Breisgau Rolf Pangels, Hauptgeschäftsführer Handelsverband BAG Manfred Ruge, Geschäftsführer Stadtwerke Erfurt Dr. Herbert Schmalstieg, Oberbürgermeister a.D. Hannover Hartwig Schultheiß, Stadtdirektor Münster Dr. Michael Vesper, Generaldirektor Deutscher Olympischer Sportbund.

Quelle Badische Zeitung vom 04.12.2008

Lob für den Münstermarkt

Preis der Stiftung "Lebendige Stadt " geht nach Freiburg

Die gemeinnützige Stiftung "Lebendige Stadt" hat den Freiburger Münstermarkt mit einem Anerkennungspreis prämiert. Bernd Dallmann, Geschäftsführer der Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH (FWTM) hat den Preis am Donnerstag vergangener Woche im Dortmunder Rathaus entgegen genommen. Wie die FWTM jetzt mitgeteilt hat, habe der Fachjury in Freiburg besonders die "sympathische, dem Stadtbild angepasste Darstellung der Stände" sowie die Einbindung in das stadthistorische Umfeld gefallen. Den Freiburger Wochenmarkt zeichne besonders aus, dass auf der Nordseite nur Selbsterzeuger und auf der Südseite Händler ihre Waren anbieten dürfen. Weitere Anerkennungspreise haben die Märkte in Bremen und Münster gewonnen. Zum schönsten Wochenmarkt Europas wurde der Grünmarkt in Nienburg an der Weser auserkoren. BZ

Rede von Dr. Andreas Mattner (Vorsitzender des Vorstands, Stiftung „Lebendige Stadt“) anlässlich der Stiftungspreisverleihung am 27.11.08 in Dortmund

Sehr geehrter Herr Oberbürgermeister,
sehr geehrte Damen und Herren,

„tue Gutes und rede darüber.“

Das ist ein Grundsatz, den Städte und Kommunen leider noch zu wenig beherzigen.

Dabei gibt es viele gute Projekte, die aufgrund ihrer Innovation und Finanzierbarkeit nachahmenswert für andere Städte und Kommunen sind. Innerstädtische Projekte mit „Best-practise-Charakter“ haben für unsere Stiftung „Lebendige Stadt“ zentrale Bedeutung.

Seit ihrer Gründung im Jahr 2000 sucht unsere Stiftung nach Ideen, Handreichungen und Umsetzungsbeispielen, die für möglichst viele Städte und Kommunen wertvoll sein können. Diese werden durch uns gefördert und publiziert, um auf diesem Weg politische Entscheider andernorts zur Nachahmung zu ermuntern. Darüber hinaus betreiben wir Agenda-Setting, indem wir Städte und Kommunen bewegende Themen und Probleme immer wieder in den Blickpunkt der Öffentlichkeit rücken. Dies geschieht z. B. durch unseren jährlichen Europakongress und den jährlichen Stiftungspreis.

In den vergangenen Jahren sind wiederholt Preise und Anerkennungen im Rahmen des Stiftungspreises hier in die Region gegangen. So wurde die Trendsporthalle „Funbox Amelie“ 2005 in Essen als innovative Sportstätte ausgezeichnet und Dülmen erhielt eine Anerkennung für die Reaktivierung einer Textilbrache durch eine Sporthalle. Auch die Zeche Zollverein – übrigens Veranstaltungsort für unser Symposium 2006 – erhielt im Jahre 2003 eine Anerkennung für den gelungenen Strukturwandel in Essen. 2002 wurde die Revitalisierung des Duisburger Innenhafens mit dem Stiftungspreis ausgezeichnet.

In diesem Jahr sind für den Stiftungspreis über 100 Bewerbungen aus der gesamten Republik und dem benachbarten Ausland bei uns eingegangen. Das ist Beleg dafür, dass wir mit dem Thema „schönster Wochenmarkt“ – immerhin der ältesten Handelsinstitution – auch in diesem Jahr wieder große Aufmerksamkeit erlangt haben.

Meine Damen und Herren,

wer denkt bei Wochenmärkten nicht an lebendige Orte der Kommunikation und soziale Treffpunkte mit buntem Treiben und Magnetkraft für das ganze Umfeld?

Die Besucher treffen hier Bekannte, tauschen sich aus und prägen den Markt.

Auf diese Weise entsteht Identifikation und der Markt verleiht dem Stadtteil Lebendigkeit und Unverwechselbarkeit. Auf diese Weise kommt Wochenmärkten mehr als nur Nahversorgungsfunktion für frische Lebensmittel und Güter des täglichen Bedarfs zu. Wochenmärkte prägen und bereichern das Stadtbild.

Hier findet noch der persönliche Kontakt zwischen dem Erzeuger der angebotenen Waren und dem Konsumenten statt. Beratung erfolgt somit aus erster Hand.

Der Erzeuger muss unmittelbar vor den Konsumenten für die Qualität seiner Waren einstehen und sich seiner Konkurrenz am Nachbarstand stellen.

Viele Händler führen ihre Familienbetriebe bereits über Generationen und sind seit Jahrzehnten auf den Märkten zu Hause. Dadurch hat sich ein Vertrauensverhältnis zur Kundschaft aufgebaut. Die Händler bürgen für Frische und Qualität ihrer Produkte.

Ein Marktbesuch hat etwas von Erlebniseinkauf. Alle Sinne des Besuchers werden angesprochen: Er nimmt den Markt durch Sehen, Hören, Riechen, Schmecken und Fühlen wahr und ist den Naturprodukten unter freiem Himmel verbunden.

In der Regel organisieren die Städte und Kommunen die Wochenmärkte selbst. In den letzten Jahren werden immer öfter Wochenmärkte auch durch private Anbieter etabliert, wenn die Stadt oder Gemeinde selbst nicht in der Lage ist, die Organisation zu übernehmen. Wochenmärkte haben in vielen Innenstädten und Stadtteilen noch immer wichtige Nahversorgungsfunktion. Die klein- und mittelständischen Händler stärken die heimische Wirtschaft.

So zählen Wochenmärkte nicht zuletzt aufgrund der kurzen Transportwege und -zeiten vom Produktionsort zur Verkaufsstelle zu den umweltfreundlichsten Vermarktungsmöglichkeiten von Lebensmitteln. In zahlreichen gewachsenen Städten sind Wochenmärkte gleichzeitig eine touristische Attraktion.

Bei genauerer Betrachtung stellt man heute fest, dass leider nicht überall dieses Idealbild anzutreffen ist. Mancher Orts entsprechen Warensortimente nicht dem klassischen Angebot und Händler und Waren stammen nicht immer aus der Region. Hinzu kommt, dass das äußere Erscheinungsbild der Marktstände nicht überall einladend auf die Marktbesucher wirkt.

Gibt es eine Qualitätsprüfung der Waren im Sinne von Verbraucherschutz?

Gibt es einen Vorrang bei der Zulassung für regionale Händler zur Stärkung der heimischen Wirtschaft?

Wie ist die Ver- und Entsorgung der Marktplätze unter Umweltaspekten geregelt?

Wie sind die Marktzeiten im Zuge eines sich ändernden Konsumentenverhaltens gestaltet?

Wie stellt man die Qualität des Marktes aus stadtplanerischer Sicht sicher?

Findet ein Wochenmarkt-Marketing statt?

Dies sind nur einige Fragen, die uns in diesem Jahr zu der Wochenmarktthematik geführt haben. Preiswürdig waren für uns Wochenmarktkonzepte und Vorhaben, die bereits realisiert worden sind oder in naher Zukunft umgesetzt werden und sich durch Angebotsvielfalt, Qualität und Warenpräsentation auszeichnen, einen lebendigen Kommunikationsort in einer Stadt oder einem Stadtteil darstellen und auch unter ökologischen Gesichtspunkten Vorbildcharakter haben. Dabei kam innovativen und zugleich wirtschaftlichen Lösungen, die dauerhaft das von der Stadt gewünschte Qualitätsniveau sicherstellen, eine besondere Bedeutung zu.

Unsere Jury unter der Leitung des renommierten Architekten Hermann Henkel war auch in diesem Jahr wieder mit exzellenten Vertretern des Faches besetzt und hatte es wieder einmal nicht leicht, unter der Vielzahl und hohen Qualität der Bewerbungen einen Sieger zu küren.

Der jährlich in einer anderen Kategorie zu vergebende Stiftungspreis ist aber nur ein Instrument, mit dem wir die Lebendigkeit in unseren Städten und den Know-how-Austausch unter den Städten und Kommunen fördern. Eine Vielzahl von Beispielen lassen sich anführen.

Ein paar wenige möchte ich Ihnen kurz vorstellen.

Stiftungsaktivitäten

a) coolstes Rathaus

Meine Damen und Herren,

passend zur Problematik des weltweiten Klimawandels haben wir zu Beginn des Jahres alle Städte aufgefordert, sich um die Erstellung eines Energiesparkonzeptes für die Beleuchtung ihrer Rathäuser zu bewerben. Gesucht haben wir das „coolste Rathaus“. Gerade Rathäuser müssen hier nicht nur für andere Verwaltungsgebäude, sondern auch für alle Bürgerinnen und Bürger ein Vorbild sein.

Denn es wäre wenig glaubwürdig, wenn die Städte zwar die Bürger zum Klima schützen aufriefen, selber aber keinen Beitrag dazu leisten wollten.

Eine ebenso fachkompetente Jury hat entschieden, mit Trier und Spremberg in Brandenburg gleich zwei Städte finanziell bei der Erarbeitung und Umsetzung eines neuen Beleuchtungskonzepts zu unterstützen und somit einen vorbildlichen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten.

b) Grünprojekte – Essen, Köln, Heilbronn

Klimaschutz und die Gestaltung öffentlichen Raums verbinden wir mit der Förderung und Initiierung verschiedener Grünprojekte.

Zum einen spenden wir über 19.000 Bäume und Setzlinge für den neuen Krupp-Park im benachbarten Essen. Er entsteht auf einer ehemaligen Industriebrache in unmittelbarer Nachbarschaft von sozial schwächeren Stadtteilen und kann damit zwei Funktionen auf einmal erfüllen:

Zum einen wird der Wald im Krupp-Park zu einem angenehmen Klima vor Ort beitragen. Gerade in den heißen Sommermonaten können sich die Menschen aus den dicht bebauten Bereichen von Altendorf oder der Essener Innenstadt dort künftig abkühlen. Der gestufte Aufbau des Parks mit einem Wechsel von Wiesen sowie Bäumen und Sträuchern bildet eine Frischluftschneise, in der sich kühle Luft und Wind bilden können. Durch den Luftaustausch sorgt der Krupp-Park zudem für mehr Lufthygiene und hilft dabei, die Ansammlung von Luftschadstoffen zu reduzieren.

Zum anderen wird der Krupp-Park auch die umliegenden Quartiere aufwerten und mehr innerstädtische Lebensqualität schaffen. Von besonderer Bedeutung ist dabei der Grundgedanke, dass die Menschen, die den Park später nutzen, bereits in den Planungsprozess mit einbezogen wurden. Kinder und Jugendliche wurden im Rahmen des Projekts „Heimatgefühle“ unter anderem an der Gestaltung der Spielbereiche beteiligt. Bei Pflanzaktionen haben Bürgerinnen und Bürger die Möglichkeit, selbst ein Stück Park anzulegen.

Unser zweites Projekt befasst sich zunächst deutlich theoretischer mit der strategischen Ausdehnung des Grüngürtels rund um Köln. Dabei geht es um eine Konzeption neuer Waldnutzungen für die Zukunft. Im Rahmen der „Regionale 2010“ sollen die Kölner Grünringe mit neu angelegten städtischen Grün- und Waldflächen an das Kölner Umland angebunden werden. Hierzu fanden inzwischen mehrere Expertenworkshops zum Thema Waldnutzung statt. Ziel ist die Entwicklung einer Strategie für ein Moderationsverfahren zur Realisierung von Waldprojekten. Unser Vorstandsmitglied Professor Machule hat die Workshops intensiv begleitet und steht für weitere Fragen sicherlich gerne zur Verfügung.

In Heilbronn hat die Stiftung im Jahr 2004 nach einer bundesweiten Ausschreibung in Zusammenarbeit mit der renommierten Landschaftsarchitektin Cornelia Müller den deutschlandweit ersten Grünmasterplan entwickelt. Dabei ging es um die Erstellung einer übergeordneten Konzeption – ein „Code Urbain“ – für die Anlegung von Grün im öffentlichen Raum unter Berücksichtigung von Ökologie, Soziologie, Historie und Zukunft der Stadt.

Der Grünmasterplan enthält identitätsstiftende Konzepte und Ideen, wie die Heilbronner Ihre Stadt aktiv durch Grün noch lebenswerter und attraktiver gestalten können. Auch hier handelt es sich um ein „Best-Practice-Beispiel“, das andere Städte zur Nachahmung anregen soll.

Für diese Drei Projekte ist unsere Stiftung mit dem Umwelt Oscar des Bundesverbandes Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau, der Silbernen Landschaft jüngst ausgezeichnet worden.

c) Gestaltung bebauten Raums – Jungfernstieg

Neben der Gestaltung öffentlichen Grüns hat sich die Stiftung auch der Gestaltung von bebautem Raum angenommen. Ein sehr prominentes Beispiel für die Erschließung von vergessenem und wenig Beachtung geschenktem öffentlichen Raum ist die Neugestaltung des Hamburger Jungfernstiegs.

Der Alsteranleger wurde zu einer großzügigen Treppenanlage – einer großen Freilufttribüne gleich – umgebaut, die die gesamte Breite des Jungfernstiegs einnimmt und direkt ans Wasser heranführt. Die Anlegenseite ist damit städtebaulich wieder erschlossen worden.

Der Architekt, unser heutiger Vorstandskollege Andre Poitiers, und unser dafür gegründete Verein als Bauherr haben jüngst den 1. Platz des Architekturpreises des BDA-Hamburg erhalten.

d) Illuminationsprojekte – Speicherstadt, Köln, Reichstag, Schwerin

Meine Damen und Herren,

Sie wissen vielleicht, dass sich unsere Stiftung in den letzten Jahren insbesondere auch mit dem Thema „Illumination“ einen Namen gemacht hat.

Es ging los mit der Speicherstadt in Hamburg, das illuminierte Kölner Rheinufer hat sogar den Welt-Licht-Preis gewonnen und in Düsseldorf haben wir Eisenbahnunterführungen ihren dunklen Schrecken genommen und somit die künstliche Trennung städtischen Raums überwunden.

Immer häufiger werden wir um Rat gefragt, wenn es um die Illumination wichtiger Gebäude geht. Eine Illumination, die nicht alles in einem gleißend hellen Licht ertränkt, sondern die mit einem Spiel aus Licht und Dunkelheit bewusst einzelne architektonische Elemente herausarbeitet und mit innovativen Leuchtensystemen auch nur einen minimalen Energieeinsatz erfordert – womit sich der Kreis zum Klimaschutz schließt.

Ein Highlight auch für unsere Stiftung war sicherlich im Sommer 2006 die temporäre Illumination des Reichstags zur Fußball-WM. Viele Bürger haben sich damals gewünscht, dass aus der temporären Illumination eines Tages eine dauerhafte Illumination wird. Das soll nun auch geschehen.

In Schwerin beteiligt sich die Stiftung an der Umsetzung der Illumination des Schlosses. Die Stiftung hat darüber hinaus ein Gutachten in Auftrag gegeben, um das städtische Umfeld der Stadt Schwerin, die umgebenden Grünanlagen und Bäume sowie die Sichtbezüge über das Wasser in das Konzept mit einzu beziehen und so die Lichtwirkung des Schlosses zu optimieren.

e) Know-how-Austausch – Symposium 2008/09

Meine Damen und Herren,

Die Stiftung nutzt jede Gelegenheit, aktuelle Themen im größeren Kreise zu diskutieren und auf die öffentliche Agenda zu setzen.

Ein wichtiges Diskussionsforum ist dabei unser jährliches Symposium, das von der Stiftung veranstaltet wird.

Unsere Symposien stehen immer unter aktuellen und die Städte und Kommunen bewegenden Themen. Sie haben sich aufgrund ihres qualitativ hochwertigen Teilnehmerfeldes inzwischen zu einer Art Städte-tag, Industrie- und Handelstag sowie Architektur- und Künstlertagung zugleich entwickelt.

Im Rahmen unseres diesjährigen Symposiums in der Gläsernen Manufaktur in Dresden wurden die Themen Klimaschutz, Grün und Lebensqualität vor rund 600 Teilnehmern aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur und Medien aus ganz Europa thematisiert. Beim Empfang waren es 1300.

Referenten waren u.a. der frühere UN-Untergeneralsekretär Dr. Klaus Töpfer, der Aufsichtsratsvorsitzende der Otto Group Dr. Michael Otto und Polarforscher Arved Fuchs.

Unser nächstes Symposium wird 2009 in Köln in den Fernsehstudios des WDR zum Thema „Bunte Stadt“ stattfinden. Schwerpunktthemen werden passend zum Veranstaltungsort Kinder, Medien und Kulturen aus Sicht der Städte und Kommunen sein. Bitte merken Sie sich schon jetzt den 9. bis 11. September 2009 vor.

An dieser Stelle darf ich auch das Thema unseres Stiftungspreises für 2009 bekanntgeben.

Gesucht werden „Best-practise-Lösungen“ für die Gestaltung von öffentlichen Wegen in der Stadt unter dem besonderen Aspekt von Kinderfreundlichkeit und Mobilität. Gesucht werden Antworten auf die Fragen, wie man z.B. Schulwege sicherer machen kann, Verkehrsteilnehmer zu stärkerer gegenseitiger Rücksichtnahme zwingt oder älteren Mitmenschen ein leichteres Zurechtfinden im Verkehr ermöglicht.

Gesucht werden wieder Innovationen, die besondere Vorbildfunktion haben können. Die Ausschreibungsunterlagen werden im Januar an die Städte und Gemeinden verschickt. Sie alle sind wieder herzlich aufgerufen, Bewerbungen einzureichen.

Meine Damen und Herren,

ich denke, Sie haben einen kleinen Überblick über die Ziele und die Arbeit der Stiftung „Lebendige Stadt“ erhalten.

Ich freue mich sehr, dass wir heute hier die Ideengeber und Projektentwickler sehr innovativer und nachahmenswerter Konzepte für die Verschönerung von Wochenmärkten vertreten haben. Auch Sie, meine Damen und Herren Preisträger, sind mit Ihrer Überzeugungskraft für die Realisierung ihrer Ideen eingetreten und waren damit erfolgreich. Daher möchte ich mich bei Ihnen für Ihren Beitrag zur Förderung der „Lebendigen Stadt“ bedanken und Sie schon jetzt zu Ihren Auszeichnungen beglückwünschen.

Vielen Dank!

Stiftungsrat:

Vorsitzender:

- **Dr. Hanspeter Georgi**, Staatsminister für Wirtschaft und Arbeit, Saarland a.D.

Weitere Mitglieder:

- **Hartmut Bartels**, Geschäftsführer der Stage Entertainment G.m.b.H.
- **Raimund Ellrott**, Experte für Standort- und Immobilienberatung
- **Dr. Alexander Erdland**, Vorsitzender des Vorstands, der Wüstenrot & Württembergischen AG
- **Dr. Eckart John von Freyend**, Aufsichtsrat der IVG Immobilien AG
- **Arved Fuchs**, Polarforscher
- **Dr. Roland Gerschermann**, Geschäftsführer der F.A.Z. G.m.b.H.
- **Tanja Gönner**, Umweltministerin des Landes Baden-Württemberg
- **Dr. Herlind Gundelach**, Senatorin für Wissenschaft und Forschung, Hamburg
- **Joachim Herrmann**, MdL, Staatsminister des Inneren des Freistaates Bayern
- **Susanne Heydenreich**, Intendantin Theater der Altstadt, Stuttgart
- **Christoph Ingenhoven**, Ingenhoven Architekten
- **Burkhard Jung**, Oberbürgermeister Leipzig
- **Ingeborg Junge-Reyer**, Bürgermeisterin und Senatorin für Stadtentwicklung, Berlin
- **Folkert Kiepe**, Beigeordneter Deutscher Städtetag
- **Ralf Klein-Bölting**, Generalbevollmächtigter Konzernmarketing und Kommunikation der Deutschen Bahn AG
- **Maik Klokow**, Geschäftsführer, Thomas Krauth, Musical und Entertainment
- **Prof. Dr. Rainer P. Lademann**, Geschäftsführer Dr. Lademann & Partner
- **Hermann-Josef Lamberti**, Mitglied des Vorstandes der Deutsche Bank AG
- **Dr. Engelbert Lütke Daldrup**, Staatssekretär Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung
- **Prof. Dr. Volkwin Marg**, Architekt, Gerkan, Marg & Partner
- **Ingrid Mössinger**, Generaldirektorin der Kunstsammlung Chemnitz
- **Helma Orosz**, Oberbürgermeisterin der Stadt Dresden

- **Gisela Piltz, MdB**, Innen- und kommunalpolitische Sprecherin der F.D.P.
Bundestagsfraktion
- **Matthias Platzeck, MdL**, Ministerpräsident Brandenburg
- **Dr. Wolfgang Reiniger**, Oberbürgermeister der Stadt Essen
- **Peter Rieck**, Stellvertretender Vorstandsvorsitzender der HSH Nordbank AG
- **Dr. Wolfgang Schuster**, Oberbürgermeister, Stuttgart
- **Edwin Schwarz**, Wirtschafts- und Planungsdezernent, Frankfurt am Main
- **Prof. Dr. Burkhard Schwenker**, CEO of Roland Berger Strategy Consultants
- **Dr. Markus Söder, MdL**, Bayerischer Staatsminister für Umwelt und Gesundheit
- **Alexander Stuhlmann**, Vorstandsvorsitzender der WestLB AG a.D.
- **Dr. Dr. Johannes Teyssen**, Mitglied des Vorstandes E.ON AG
- **Prof. Christiane Thalgot**, Stadtbaurätin München, i.R.
- **Dr. Bernd Thiemann**, Jurist
- **Dr. Michael Vesper**, Generaldirektor Deutscher Olympischer Sportbund
- **Prof. Jörn Walter**, Oberbaudirektor, Hamburg
- **Prof. Dr. Martin Wentz**, Geschäftsführer WCP G.m.b.H.
- **Dr. Joachim Wieland**, Sprecher der Geschäftsführung der Aurelis Real Estate GmbH & Co. KG

Kuratorium:

Vorsitzender:

- **Alexander Otto**, Geschäftsführungsvorsitzender ECE Projektmanagement

Stv. Vorsitzender:

- **Dr. Albrecht Buttolo**, Staatsminister des Innern des Freistaates Sachsen

Weitere Mitglieder:

- **Prof. Dr. Willi Alda**, Professor der Universität Stuttgart
- **Dr. Jürgen Bersuch**, Vorstand der Werner Otto Stiftung
- **Peter Harry Carstensen, MdL**, Ministerpräsident Schleswig-Holstein
- **Hildegard Müller**, Vorsitzende der Hauptgeschäftsführung des Bundesverbandes der Energie- und Wasserwirtschaft e.V., Staatsministerin a. D.
- **Joachim Plessner**, Mitglied des Vorstandes Eurohypo AG
- **Fritz Schramma**, Oberbürgermeister Köln



Vorstand:

Vorsitzender:

- **Dr. Andreas Mattner**, Präsident Hamburg Freezers e.V., Geschäftsführer ECE

Weitere Mitglieder:

- **Michael Batz**, Theatermacher und Szenograf
- **Friederike Beyer**, Geschäftsführerin Beyer und Partner
- **Gerhard Fuchs**, Staatsrat der Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt, Hamburg, a.D.
- **Robert Heinemann, MdHB**, Geschäftsführer „Lebendige Stadt“ Veranstaltungs-G.m.b.H.
- **Prof. Dr. Dittmar Machule**, Em. Professor an der HafenCity, Universität Hamburg,
Department Stadtplanung
- **André Poitiers**, Architekt