



Wochenmärkte als Wirtschaftsfaktor -Eine Analyse der regionalwirtschaftlichen Effekte-

Hintergrund und Ziel der Studie

Auch in der heutigen Zeit sind Wochenmärkte ein wichtiger Baustein in der Einzelhandelslandschaft. Sie werden von Verbrauchern und Einwohnern der Marktstädte insbesondere wegen der Vielfalt und der Qualität des Angebotes an vor allem frischen Waren – z.T. direkt vom Erzeuger – sowie ihrer Rolle als sozialer Treffpunkt geschätzt.

Im Gegensatz zum recht gut erforschten stationären Einzelhandel stehen für den Bereich des Wochenmarkthandels fundierte und vor allem aktuelle Daten und Analysen in nur sehr begrenztem Umfang zur Verfügung. Insbesondere die Amtliche Statistik weist Mängel auf, die eine Anwendung der Informationen als Handlungsgrundlage für alle am mobilen Handel Beteiligten erschwert. Die ökonomische Bedeutung des Markthandels auf gesamt- bzw. regionalwirtschaftlicher Ebene – vor allem im Hinblick auf vom Wochenmarkthandel ausgehende Umsatz- und Beschäftigungseffekte – lässt sich aus den Daten nicht ableiten. Die Bereitstellung von Orientierungs- und Handlungswissen erscheint dringend notwendig.

Ziel des Projektes ist demnach, wissenschaftliche Erkenntnisse über Wochenmärkte zu erarbeiten, um deren wirtschaftliche und soziale Entwicklung zu verbessern, Handlungsgrundlagen für alle Beteiligten zu schaffen und Entscheidungsträgern in Verwaltung, Politik und Wirtschaft abgesicherte Informationen zur Verfügung zu stellen.

Untersuchungsgegenstand können dabei Wochenmärkte einer Stadt oder Gemeinde, einer Region (z.B. IHK-Bezirke), eines oder mehrerer Bundesländer sein. Denkbar ist zudem, die Analyse auf bundesweiter Ebene durchzuführen.

Inhalt der Studie

Auf Basis eigener repräsentativer Erhebungen und ergänzender Sekundärdatenanalysen sind inhaltlich folgende quantitative (gesamtwirtschaftliche) Aussagen zu machen:

- Anzahl, Dauer und Größe der Wochenmärkte
- Regionale Schwerpunkte / Verbreitung
- Gesamtzahl der mobilen Händler
- Anzahl der Beschäftigten
- Umsätze und Umsatzanteile
- Leistungen der Wochenmarktbesucher (Anzahl Kunden, Verkaufsradius, Anzahl beschickter Wochenmärkte usw.)

Besonders herausgearbeitet werden außerdem die folgenden Punkte:

- Erhalt und / oder Schaffung von direkten und indirekten Arbeitsplätzen durch die Existenz von Wochenmärkten
- Stärkung der regionalen Wirtschaft durch Markthandel und Bedeutung des Wirtschaftszweiges für die Gesamtwirtschaft (wirtschaftliche Bewertung der Branche unter Berücksichtigung so genannter Multiplikatoreffekte – „Umweg-Rentabilität“)
- Sicherung / Gewährleistung der wohnortnahen Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs durch Wochenmarkthandel
- Beitrag der Vertriebsform zur Befriedigung der Nachfrage nach Gütern des täglichen Bedarfs und Funktion der Wochenmärkte im Versorgungsnetz des Einzelhandels
- Kaufkrafterhalt und Bindung des Geldes (Verhinderung des Kaufkraftabflusses)
- Wochenmärkte als Frequenzbringer für die Innenstadt und Einfluss der Veranstaltungen auf die Umsätze im Marktumfeld

Vorgehensweise

Für die Bearbeitung der Fragestellung werden zum einen Daten anhand von Literaturrecherchen und Auswertung vorhandener Statistiken und Studien ermittelt.

Ergänzt und präzisiert werden die Informationen durch repräsentative Erhebung von Primärdaten in Form persönlicher Experteninterviews und standardisierter mündlicher und/oder schriftlicher Befragungen an ausgewählten Marktstandorten von:

- Wochenmarktkunden
- Wochenmarktbeschickern
- Stationären Einzelhändlern und anderen Gewerbetreibenden
- Kommunalen Behörden (z. B. Ordnungsämter, Wirtschaftsförderungen)
- Handelsverbänden (Einzelhandelsverbände, Fachverbände)
- Industrie- und Handelskammern
- Ausrüstern / Industrie (Hersteller von Spezialfahrzeugen, Fahrgestellen und Aufbauten)
- anderen relevanten Experten und Interessensgruppen.