



Zukunftskonzept VIKTUALIENMARKT

Bericht vom zweiten Stammtisch der Marktleute
25. April 2017

Ort: München, Viktualienmarkt, Infostandl
Datum: 25.04.2017, 19 Uhr

1) Vorbereitung

Für den Stammtisch wurde in KW 16 durch persönliches Gespräch und Verteilung von Flyern an die Marktleute eingeladen. Als Verpflegung wurden Butterbrote mit frischen Kräutern vorbereitet.

2) Stammtisch

Trotz sehr schlechten Wetters kommt ein aktiver Kern von 10 Marktleuten, worunter zwei neue Gäste sind. Das Moderatorenteam stellt sich kurz vor.

Zunächst werden die Notizen des letzten Stammtisch durchgegangen. Einiges konnte erledigt werden und wird aus dem Fenster genommen. Offene Punkte bleiben für alle sichtbar bestehen und werden später mit neuen Notizen ergänzt.

Infokarte - beim letzten Mal wünschten sich die Händlerinnen und Händler eine Unterstützung durch Infomaterial zur Sanierung, die sie den Kunden geben können. Eine Infokarte wurde erstellt und in einer Auflage von 6000 Stück gedruckt. Die Händler können diese mitnehmen und an interessierte Kunden weitergeben. Sie liegen zudem im Infostandl aus.

Internetseite - beim letzten Stammtisch wurde die Notwendigkeit einer Internetseite aufgezeigt. Diese ist nun unter www.zukunft-viktualienmarkt.de angelegt. nach und nach werden hier Inhalte eingearbeitet werden.

Verkehrszählungen - Im Marktbereich wurden Kameras aufgestellt, um Verkehrszählungen aufzustellen. Zur Information der Händlerschaft wurden die Pläne dieser Aufstellung mitgebracht. Die Erfassung erfolgt anonymisiert (verpixelt). Die Händlerschaft kritisiert, dass sie gerne vor der Aufstellung informiert worden wäre und hinterfragt wozu die Aufstellung erfolgt ist. Zudem weisen die Händlerinnen und Händler darauf hin, dass die Woche nach den Osterferien grundsätzlich sehr Umsatzschwach und damit nicht repräsentativ ist, sowie

das gerade sehr miserable Wetter die Ergebnisse verfälschen wird. Am Markt gibt es stark schwankende Besucherströme (Fußballspiele, Wiesn, Jahreszeiten, Urlaube)
Die Bedenken werden an den Verkehrsplaner weitergeleitet. Eine wettebedingte Verlängerung der Aufstellung ist grundsätzlich vorgesehen.

Information - Wie soll die Händlerschaft künftig über ähnliche Themen informiert werden? Es gibt ein breites Votum der Anwesenden für einen Mail-Verteiler. Frau Fett ist bereit die gesammelten Adressen weiterzugeben (Die Kontakte erfassen alle bis auf 5 HändlerInnen). In einer ersten Mail werden alle befragt, ob sie der Nutzung des Mailkontakts zustimmen, oder nicht.

Fragen - Auf der Internetseite sollen häufig gestellte Fragen (FAQ frequently asked questions) beantwortet werden. Die Händlerschaft nennt folgende häufige Fragen:
-Was passiert am Viktualienmarkt?
-Wo erfahre ich etwas über die Sanierung?
-Wo ist das Infostandl am Markt zu finden und wann ist es offen?
-Welche Themen werden in der Studie bearbeitet? Was wurde schon bearbeitet und was muss noch geklärt werden?
-Warum kommt das Zukunftskonzept teilweise zu einer abweichenden Einschätzung als das frühere Gutachten des TÜV?
-Was sind die größten Probleme?
-Wie sieht so eine „behutsame Sanierung“ aus? Wie wird eigentlich saniert? Wie lange dauert die Sanierung eines Standls?
-Wie soll der Markt später aussehen?
-Was ist ein „Bürgergutachten“?

Weitere Fragen können laufend an info@zukunft-viktualienmarkt.de geschickt oder im Infostandl platziert werden.

Bericht Interviews - Julius Klaffke berichtet von den Interviews und Begehungen, die in den letzten Wochen stattfanden. Es wird gewünscht, dass dieser Bericht auch auf die homepage gestellt wird.
Die Zusammenfassung des Berichts liegt als Anhang unter Punkt 3) bei.

Zukunft - Anhand dem Bedarf an öffentlichen Toiletten entsteht eine rege Diskussion über die Funktion des Marktes und ob zusätzliche Kundentoiletten nicht eine Stärkung des Marktes als Partyzone befördert statt das Ziel eines Versorgermarkts unterstützt. Das erklärte Ziel der Markthallen, Fokus der Zuweisungen und auch Interesse der Händlerschaft ist es den Markt in seiner Versorgungsfunktion zu erhalten. Es besteht derzeit eine Synergie und eine ausgewogene Mischung, sowie gute Nachbarschaften von kleinen und großen Anbietern, sowie Handel und Gastronomie.

Die Zukunft des Marktes und seine Ausrichtung soll Thema eines künftigen Stammtisches werden. (teilweise falsches Außenbild „Apotheke“, Reaktion auf onlinehandel, Attraktivität für junge Kundschaft, Erlebniswelt Markt).

3) Bericht von den Interviews und Begehungen

Händlerinterviews

Im März und April 2017 haben im Rahmen der Machbarkeitsstudie Viktualienmarkt Einzelgespräche mit den Händlern stattgefunden.

Dazu ist vorab ein Fragebogen an alle Händler verteilt worden.

90% der Händler haben das Gesprächsangebot wahrgenommen

Die Interviews haben im leer stehenden Stand 10/30 Abteilung III stattgefunden, sodass es für die Händler einfach war, Termine wahrzunehmen.

Die 20-minütigen Interviews wurden gemeinsam von bogevischs buero und planungsbüro balke geführt.

Verwendung der Ergebnisse

Die Informationen und Ergebnisse aus den Interviews fließen auf unterschiedlichen Ebenen in die Machbarkeitsstudie ein.

Angaben zum Bestand werden in die Bestandspläne der Marktstände und in die Analysepläne eingepflegt.

Bedarfe und Defizite werden dokumentiert und in den folgenden Planungsschritten Bedarfsermittlung und Konzeptphasen berücksichtigt.

Wichtigste Aspekte aus der Auswertung der Interviews:

Einschätzung der Händler zum Zustand ihres eigenen Marktstandes

Eine große Mehrheit der Händler ist mit dem Zustand ihrer Marktstände mindestens zufrieden (80%): Ein Fünftel der Befragten gab an, dass ihr Stand „tip top“ sei, ein Viertel beurteilte den Stand mit „basst scho“ und 35% als „ned schlecht“.

Immerhin 15% der Händler waren der Meinung, dass ihre Stände grundlegend renoviert oder ganz abgerissen werden sollten („renovierts mir die Bude“ 10%, „weg mit der Hüttn“ 5%)

Nutzflächen

Nur sehr wenige Händler haben Angaben zu zusätzliche Verkaufsflächenbedarfen gemacht. Zusätzliche Verkaufsflächen wurden nur insgesamt 250qm gewünscht. Das wäre ein Plus von 5% (Nutzflächen Bestand ca. 5000qm).

Den Händler ist bewusst, dass am Markt nur in geringem Maße zusätzliche Flächen herstellbar sein werden.

Der geringe Flächenwunsch spiegelt daher weniger den tatsächlichen Bedarf, als vielmehr die Tatsache, dass den Händlern der Erhalt des heutigen Erscheinungsbildes des Marktes wichtiger ist, als zusätzliche Verkaufsflächen.

Personaltoiletten

Erstaunlich war die Erkenntnis, dass immerhin ein Viertel der Händler eine eigene Personaltoilette haben, die sie nicht mit anderen Händlern teilen müssen. Diese befinden sich entweder innerhalb des eigenen Standes oder in den Untergeschossen in den Abteilungen V, VI, VII. Die Händler nutzen diese Toiletten.

Allen Händlern, die keine eigene Toilette haben (75%) sind allgemein zugängliche Personaltoiletten in den Untergeschossen in den Abteilungen V, VI, II zugeteilt. Nur ein

Drittel des betroffenen Personals nutzt diese Toiletten.

Alle anderen (50% des gesamten Personals) nutzen andere Toiletten. Entweder sie nutzen Toiletten bei anderen Händlern oder Kundentoiletten in der weiteren Umgebung des Marktes (Kustermann, Starbucks, Pschorr).

Tatsächlich nutzen somit ca. 50% des Personals Toiletten, die Kunden zur Verfügung stehen. Hinweis: Aus Gründen der Hygiene sollte es im Lebensmittelhandel, bei Imbissbetrieben und der Gastronomie keine gemeinsame Toilettennutzung von Personal und Kunden geben.

Kundentoiletten

Das Toilettenangebot für Kunden ist ein wichtiges Thema auf dem Markt. Viele Händler werden andauernd von Kunden gefragt, ob es Kundentoiletten auf dem Markt gibt. Die Händler verweisen die Kunden dann auf die größeren Gastronomiebetriebe (Nordsee, Bierbarten Nymphenburg) oder auf Geschäfte in der Umgebung (Kustermann, Pschorr, Starbucks).

75% der Händler sind der Meinung, dass es allgemeine Kundentoiletten auf dem Markt geben sollte.

Nur 5% finden das derzeitige Angebot ausreichend.

Immerhin 20% der Händler finden das Thema nicht wichtig und sind der Meinung, dass es nicht Aufgabe des Marktes sei, in der Innenstadt für Toiletten zu sorgen.

Infostelle, Orientierungssystem

10% der Händler sind der Meinung, dass es auf dem Markt ein Orientierungssystem oder eine Informationsstelle geben sollte. Die Händler machen immer wieder die Erfahrung, dass Kunden sich nur schwer orientieren können, sich verlaufen oder Händler nicht wieder finden.

Warenangebot

8% der Händler wünschen sich mehr Warenvielfalt auf dem Markt und sind der Meinung, dass diese im Laufe der letzten Jahrzehnte rückläufig sei.

10% wünschen mehr Spezialitätenhändler. Die Händler spüren eine Tendenz zu immer größeren Marktständen und damit einhergehend zu einer Generalisierung des Warenangebots. Dies wird in diesem Zusammenhang als Negativentwicklung dargestellt.

5% geben in diesem Zusammenhang an, die Zuweisungspolitik der MHM nicht zu verstehen.

Öffentlicher Raum, Erscheinungsbild

20% der Befragten sind der Meinung, dass der Markt genauso bleiben sollte, wie er ist.

5% finden, dass der Markt sich hin zu einem einheitlicheren Erscheinungsbild entwickeln sollte.

15% wünschen sich mehr öffentliche Sitzgelegenheiten, Aufenthaltsbereiche

20% der Befragten gaben in diesem Zusammenhang an, dass ein Ersatz der Planen-Konstruktionen durch feste Vorbauten eine Verbesserung wäre.

Versorgung

15% der Händler wünschen sich Parkplätze für Händler.

15% der Händler gaben an, dass die elektrotechnische Versorgung nicht ausreichend und nicht auf aktuellem Stand sei

10% gaben an, dass sie einen Wasseranschluss benötigen

4) Eindrücke



Dokumentation am Standl-Fenster



