



☐ vertraulich

Landeshauptstadt Dresden
Der Oberbürgermeister

Fraktion Bündnis 90/Die Grünen
im Stadtrat der Landeshauptstadt Dresden
Mitglied des Stadtrates
Torsten Schulze

GZ: (OB) GB 3 02 14

Datum: 11. MAI 2026

STESAD-Studie zur Zukunft der Dresdner Wochenmärkte
AF1305/26

Sehr geehrter Herr Schulze,

Ihre oben genannte Anfrage beantworte ich wie folgt:

„In der Pressemitteilung zur Konzessionsvergabe der Dresdner Wochenmärkte wird durch den Wirtschaftsbürgermeister Bezug genommen auf eine Studie der STESAD zur Zukunft und Weiterentwicklung der Wochenmärkte. Bisher wurde zum Inhalt der Studie im Ausschuss für Wirtschaftsförderung nicht informiert.

Aus diesem Grund bitte ich um die Beantwortung der folgenden Fragen:

1) Mit welchem Ziel und welcher Aufgabenstellung wurde die Studie beauftragt?“

Aufgabe der Studie war es, das Potenzial der bestehenden kommunalen Märkte zu ermitteln und welchen Beitrag sie zur Belebung und Attraktivitätssteigerung der Innenstadt leisten können. Dazu wurden die beiden innerstädtischen Wochenmärkte Lingnermarkt und Bauernmarkt auf der Königstraße analysiert.

Die Studie wurde mit dem Ziel in Auftrag gegeben, Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung der Märkte zu erarbeiten.

2) „Zu welchen Ergebnissen kommt die Studie und welche Handlungsempfehlungen zur Zukunft und Weiterentwicklung der Dresdner Wochenmärkte gibt die Studie?“

Die Befragung der Besucherinnen und Besucher und Händlerinnen und Händler des Lingnermarktes und des Bauernmarktes die im Zeitraum vom 5. bis 30. März 2025 online und an Ort und Stelle stattfand, kam zu folgenden Ergebnissen:

Ergebnisse Besucherumfrage:

Häufigkeit des Wochenmarktbesuches: Zwei Drittel der Befragten besuchen mindestens einen der Märkte regelmäßig. 30 Prozent der Besucher kommen einmal pro Woche, 10 Prozent aller zwei Wochen, 11 Prozent einmal pro Monat, 15 Prozent alle ein bis drei Monate. Alle anderen Befragten sind Gelegenheitsbesucher oder besuchen die Märkte in der Innenstadt gar nicht.

Gründe für Wochenmarktbesuch: Als wichtigste Gründe für den Besuch eines Wochenmarktes wurden genannt (absteigend): Regionalität und Nachhaltigkeit, Qualität und Frische der Waren sowie Bummeln gehen, Flair und Atmosphäre genießen.

Für regelmäßige Besucher ist zudem die Angebotsvielfalt, der Wocheneinkauf und der Kontakt zu den Händlern wichtig. Für Besucher ohne Kaufabsicht wären Imbissangebote, die Nähe zum Wochenmarkt und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis entscheidender.

Spezifische Merkmale der Wochenmärkte: Als spezifische Merkmale des Lingnermarktes nahmen die Befragten wahr: gute Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) (94 Prozent), Sauberkeit (95 Prozent) sowie das Erscheinungsbild des Marktes (87 Prozent) und bewerteten dies sehr bis eher positiv. Auch der Standort und die Barrierefreiheit wurden mehrheitlich als eher oder sehr gut eingeschätzt. Kritisch sahen die Befragten hingegen die Aufenthaltsqualität, insbesondere das Fehlen von Sitzgelegenheiten und Verweilbereichen.

Beim Bauernmarkt wurden insbesondere der Standort, die Sauberkeit und die Erreichbarkeit sehr positiv bewertet. Kritisch gesehen wurden hingegen die Verfügbarkeit von Fahrradabstellplätzen und die Barrierefreiheit.

Verbindung mit Innenstadtbesuch: 59 Prozent der Befragten des Lingnermarkts gaben an, den Marktbesuch selten oder gar nicht mit anderen Aktivitäten in der Innenstadt zu verbinden. Als Gründe wurden genannt: das Mitführen schwerer Taschen, fehlende oder unzureichende Kühlung für frische Lebensmittel sowie zu weite Wege. Nur etwa 12 Prozent der Befragten verbinden ihren Marktbesuch regelmäßig mit zusätzlichen Aktivitäten wie Spaziergängen, Besuch umliegender Geschäfte oder Gastronomiebesuchen.

Dazu gegensätzlich zeigte sich beim Bauernmarkt in der Königstraße, dass 2/3 der Besucher ihren Marktbesuch mit weiteren Erledigungen in der Innenstadt, vor allem dem Einkauf in Geschäften, verbinden.

Vorschläge zu den Angeboten: Besonders fehlen aus Sicht der Befragten beiden Märkten jeweils Sitzmöglichkeiten, Verweilzonen und öffentliche Toiletten. Darüber hinaus werden die Möglichkeit zum bargeldlosen Bezahlen sowie Events und Mitmachangebote erwartet. Auch Angebote von Start-ups stießen auf Interesse. Weniger Zuspruch fanden Kulturangebote oder die Online-Vorbestellung von Waren.

Weitere Wünsche waren: bessere Informationen über Händler und deren Herkunft, sowie wechselnde Stände und Kostproben.

Gründe für Nicht-Besuch des Wochenmarktes: Unpassende Öffnungszeiten (61 Prozent) und fehlende Nähe zum Wochenmarkt (51 Prozent). Besonders für Berufstätige stellen die Öffnungszeiten eine Hürde dar. Weitere wichtige Aspekte sind die fehlenden Möglichkeiten zur Kartenzahlung (19 Prozent) sowie schlechte Erreichbarkeit (15 Prozent).

Anregungen zu Angeboten und Wochenmärkten: Seitens der Besucher ohne Kaufabsicht wurde angeregt, das Warenangebot um vegane Optionen, Bio-Produkte sowie ein vielfältigeres Street-food-Angebot zu erweitern. Hinsichtlich weiterer Aktionen wurden sich Informationsangebote rund um das Thema Nachhaltigkeit und mehr Kooperationen mit Kitas und Schulen gewünscht.

Ergebnisse der Händlerumfrage:

An der Händlerumfrage nahmen 35 Händler des Lingnermarktes teil. Der Großteil der Händler (85 Prozent) ist mit dem Lingnermarkt sehr bzw. eher zufrieden, was für eine grundsätzlich positive Grundstimmung spricht. 77 Prozent der befragten Händler betreiben bereits seit mehr als 10 Jahre einen Stand auf dem Lingnermarkt.

Marktentwicklung: 45 Prozent der befragten Händler hatten den Eindruck, dass sich die Bedingungen auf dem Lingnermarkt in den letzten fünf Jahren verschlechtert haben. Als Gründe dafür sahen sie: sinkende Kundenfrequenz, Rückgang der Händlerzahlen, steigende Gebühren und bürokratische Hürden. Zudem wurden die abnehmende Sortimentsvielfalt sowie eine nachlassende Qualität und Deklaration der Waren kritisiert. Als positive Entwicklung wurden die moderaten Standpreise, Sauberkeit und der attraktive Standort sowie die gute Organisation durch die Marktleitung benannt.

Beurteilung des Standorts: Die Erreichbarkeit und der Standort des Marktes wurden ausschließlich positiv, die Aufenthaltsqualität (z. B. fehlende Sitzmöglichkeiten) sehr negativ beurteilt. Kontrovers wurde die Parkplatzsituation für Händler, die Vermarktung des Marktes und die Verfügbarkeit von Toiletten eingeschätzt.

Verbesserungsvorschläge und Belebung: Zur Belebung des Marktes wünschten sich die Händler vor allem: vergünstigtes oder kostenfreies Parken für Händler, Sitzmöglichkeiten und ein attraktiver gestaltetes Marktumfeld mit mehr Aufenthaltsqualität.

Darüber hinaus geäußerte Wünsche waren: eine Sortimentserweiterung und musikalische Begleitung sowie ein Genusmarkt am Wochenende. Dies spricht für den Wunsch nach einer stärkeren Event- und Erlebnisorientierung des Marktes, jedoch im Einklang mit einem klaren Fokus auf regionale Frischeprodukte.

Abschließend wurde betont, dass zur Attraktivitätssteigerung Investitionen in die Infrastruktur notwendig wären: gepflasterte Standflächen, bessere Beleuchtung, klare Markierungen und funktionale Verweilzonen mit Papierkörben und Sitzgelegenheiten. Ökonomische Rahmenbedingungen wie die Beibehaltung der Höhe der Standgebühren und Sonderkonditionen bei Krankheit oder attraktive Einstiegsmodelle für junge Händler wurden ebenfalls mehrfach genannt.

3. „Welche Empfehlungen sind bei der Ausschreibung der Konzession für die Betreibung der Wochenmärkte aufgenommen worden? Wie werden diese durch die Konzessionsnehmerin Deutsche Marktgilde umgesetzt und welche Verbesserungen / Attraktivitätssteigerung auf den Wochenmärkten sind zu erwarten?“

Bei der Ausschreibung der Wochenmarktkonzession waren neben Schwerpunkten wie Marktkonzept, Organisation und Durchführung auch folgende Aspekte Teil der Bewertung:

- Erläuterung der Werbestrategie hinsichtlich Zielgruppenansprache/Werbemittelnutzung
- standortspezifische eigene Aktionen oder Aktionen mit Kooperationspartnern
- produkt- sowie seasonspezifische eigene Aktionen oder Aktionen mit Kooperationspartnern

Die Konzessionsnehmerin setzt dies mit folgenden Aktionen, Maßnahmen bzw. Kooperationen um:

1. Aktionen:

- 2-mal jährlich kocht Gildamaestro mit Zutaten der Markthändler auf dem Lingnermarkt
- geplante Aktion Herbstmarkt "Die Wochenmarkthändler zu Gast auf dem Herbstmarkt"
- Aktion "Der Wochenmarkt wird vorweihnachtlich" auf dem Lingnermarkt - Himmelsbäckerei bäckt Baumkuchen über offenem Feuer, Kinder können Adventskränze basteln
- Aktion "Entdecke die Schätze des Wochenmarktes" Druck von Postkarten als Schatzkarten – ausgewählte Stände und deren Besonderheiten finden
- Aktion "Dem Markt ein Gesicht geben" - Videodreh auf regionalen Höfen - Bewerbung über Instagram

2. Kooperationen:

- Kooperation mit "So lebt Dresden" zur höheren Bekanntmachung des Instagram-Accounts
- Kooperation mit dem Amt für Stadtgrün und Abfallwirtschaft zum Thema "Verpackungsmüll vermeiden auf den Wochenmärkten"
- geplante Kooperation mit DVB zum Thema "Marktfahrplan" - Linienfahrplan mit eingetragenen Wochenmarktstandorten

3. Werbung:

- Stempeltreuekarte mit Gewinnauslosung "5-Gänge-Menü im Restaurant Daniel", zunächst für Wochenmarkt Schillerplatz
- Auslage von Rezeptflyern und allgemeinen Flyern (Standorte, Öffnungszeiten) in Touristeninformation
- Eintragung aller Wochenmarktstandorte in Google Maps und aktive Bewerbung der Standorte über Google Maps
- weiterer Ausbau der Werbung über Instagram (Vorstellung von neuen Händlern, Rezeptideen, Bewerbung von Aktionen)
- Verlosung von Einkaufstaschen (gefüllt mit Produkten vom Wochenmarkt)
- Teilnahme an der Verlosung zum Hafencityfest (Einkaufsgutscheine für Wochenmarkt)

4. Weitere Maßnahmen:

- Anschaffung von Tischen und Stühlen, um Verweilflächen für Imbiss Händler zu schaffen (Lingnermarkt, Alaunplatz)
- Anschaffung eines Fahrzeugparcours mit Kinderfahrzeugen (Alaunplatz)

3) „Der Zustand vieler Flächen, auf denen die Wochenmärkte stattfinden, ist sehr marode. Es fehlt weiterhin an Sitzgelegenheiten, Verschattung durch Sträucher und Bäume und Bügel zum Abstellen von Fahrrädern. Was plant die Verwaltung, um dieser Situation abzuhelpen? Wie hoch werden die Kosten für die notwendigen Maßnahmen kalkuliert und in welchem Amt müssen diese bereitgestellt werden?“

Dies betrifft die Erstellung einer Informationsvorlage zum Zustand der Wochenmärkte (vgl. Beschlusspunkt Nr. 9 zu V0284/25).

Informationsvorlage befindet sich in Erstellung, sodass zu diesem Zeitpunkt noch keine Aussage zur Höhe der Kosten erfolgen kann.

5) „Durch die Konzessionsvergabe der Wochenmärkte werden Konzessionsabgaben im Amt für Wirtschaftsförderung/Marktamt erzielt. Wie werden diese verwendet?“

Das Konzessionsentgelt für die Organisation und Durchführung der Dresdner Wochenmärkte ist nicht zweckgebunden. Es wird zur Deckung der Ausgaben der Kommunalen Märkte verwendet.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized 'D' followed by a horizontal line.

Dirk Hilbert