

## **Schriftliche Kleine Anfrage**

des Abgeordneten Dennis Gladiator (CDU) vom 08.07.13

### **und Antwort des Senats**

**Betr.: Ausverkauf der Wochenmärkte in Bergedorf?**

*Der Bezirksamtsleiter hat im Rahmen der öffentlichen Fragestunde der Bezirksversammlung Bergedorf mitgeteilt, dass es Überlegungen gibt, die Wochenmärkte in Bergedorf durch private Betreiber durchführen zu lassen. Ein privater Betreiber wird diese Aufgabe jedoch nur dann übernehmen, wenn er damit einen größtmöglichen Gewinn erwirtschaften kann. Eine mögliche Folge der Vergabe an private Betreiber ist, dass die Standpreise für die Marktbesucher erhöht werden, was insbesondere kleinere Händler trifft, die sich die Gebühr dann nicht mehr leisten können. Zum anderen würden sich höhere Standpreise auf die Preise der Produkte und damit auf den Verbraucher niederschlagen. Zudem sind die hiesigen Wochenmärkte Absatzmärkte insbesondere für Produkte aus der Region, die es zu fördern gilt. Nicht zuletzt steht eine Privatisierung im Widerspruch zu den Anstrengungen, die das Bezirksamt, die Bezirksversammlung und die Marktbesucher in der vergangenen Legislaturperiode unternommen haben, um die Wochenmärkte zu stärken und für die Zukunft gut aufzustellen. Am Ende könnte die skizzierte Entwicklung dazu führen, dass die Zukunft der vier Wochenmärkte in Bergedorf ungewiss ist und einige aufgegeben werden müssen. Deshalb darf es keinen Ausverkauf der Wochenmärkte geben.*

*Vor diesem Hintergrund frage ich den Senat:*

1. *Gibt es Überlegungen, die Wochenmärkte in Bergedorf zu privatisieren?*

Das Bezirksamt Bergedorf stellt Überlegungen an, die Durchführung der bezirklichen Wochenmärkte im Bezirk Bergedorf an einen Dritten zu beauftragen.

2. *Welche Gründe liegen den Überlegungen, die Wochenmärkte zu privatisieren, zugrunde?*

Das Bezirksamt legt den Überlegungen die Erfahrungen im Zusammenhang mit den Bemühungen um die Marketingmaßnahmen zugrunde, die im Rahmen des dreijährigen EU-geförderten Marketingprojektes gesammelt werden konnten. Neben den zahlreichen Erfahrungen im Zusammenhang mit Werbemaßnahmen ist hier auch die Erkenntnis zu nennen, dass ein privater Betreiber deutlich flexibler agieren kann als die Verwaltung. Nach Auffassung des Bezirksamtes käme den Wochenmärkten damit eine Privatisierung insgesamt eher zugute, als dass sie ihnen schaden würde.

Zum anderen liegt den Überlegungen des Bezirksamtes Bergedorf der Konsolidierungsauftrag zugrunde, im Fachamt Verbraucherschutz, Gewerbe und Umwelt Einsparpotenziale zu identifizieren. Von einer entsprechenden Prüfung sind naturgemäß in erster Linie die Bereiche betroffen, die nicht zu den Pflicht- beziehungsweise Vollzugsaufgaben zählen.

3. *Beziehen sich die Überlegungen, die Wochenmärkte zu privatisieren, auf alle vier Wochenmärkte in Bergedorf?*

*Wenn ja, warum?*

*Wenn nein, welche sollen privatisiert werden, wann und warum gerade diese?*

Ja. Wenn die Beauftragung für alle vier Wochenmärkte tatsächlich ausgeführt würde, könnte im Sinne der Marktbesucher eine größtmögliche Sicherheit für den Fortbestand aller Wochenmärkte gewährleistet werden.

4. *Gibt es ähnliche Planungen in anderen Bezirken, gegebenenfalls welche?*

Nach Auskunft der Bezirke gibt es gegenwärtig keine weiteren Planungen.

5. *Wie hoch war der jährliche finanzielle und personelle Aufwand für das Bezirksamt bei der Organisation der einzelnen Wochenmärkte in den letzten drei Jahren? Bitte gesondert nach den jeweiligen Wochenmärkten, Jahren und einzelnen Positionen aufschlüsseln.*
6. *Welche Einnahmen aus Standgebühren und gegebenenfalls anderen Gebühren (zum Beispiel Strom, Wasser, Müllabfuhr, Reinigung) erzielte das Bezirksamt für die einzelnen Wochenmärkte? Bitte gesondert nach den jeweiligen Wochenmärkten, Jahren und einzelnen Positionen aufschlüsseln.*
7. *Welche Kosten entstanden dem Bezirksamt für die Bereitstellung der benötigten Infrastruktur, wie zum Beispiel sanitäre Einrichtungen, Strom, Wasser, Müllabfuhr, Reinigung? Bitte gesondert nach den jeweiligen Wochenmärkten, Jahren und einzelnen Positionen aufschlüsseln.*

Gemäß § 6 Absatz 1 Satz 1 Gebührengesetz (GebG) sind die Gesamtkosten einer Verwaltungseinheit nach betriebswirtschaftlichen Grundsätzen zu ermitteln. Verwaltungseinheiten sind der „Verfahrensrichtlinie zur Überprüfung von Gebühren und gebührenähnlichen Entgelten auf ihre Kostendeckung (VR - Gebühren)“ zufolge Aufgabenbereiche oder verschiedene Dienststellen einer Behörde oder auch verschiedener Behörden, die mit gebührenfähigen Verwaltungstätigkeiten beschäftigt sind, die fachlich zusammengehören. Da die bezirklichen Wochenmärkte – funktionell betrachtet – eine Verwaltungseinheit bilden, gibt es gebührenrechtlich keine Verpflichtung, den Kostenaufwand für einzelne Märkte vorzunehmen. Eine händische Auswertung in der für die Schriftliche Kleine Anfrage zur Verfügung stehenden Zeit ist nicht möglich. Der Kostenaufwand wird deshalb nur in Form einer Gesamtübersicht dargestellt:

<b>Kostenart</b>	<b>2010 (in €)</b>	<b>2011 (in €)</b>	<b>2012 (in €)</b>
Haltung von Kraftfahrzeugen	3.269,61	2.367,59	5.278,54
Geschäftsbedarf	3.073,39	953,13	1.611,44
Mieten und Pachten	0,00	7.560,00	7.560,00
Bewirtschaftung	100.110,44	104.462,65	143.258,09
Unterhaltungsmaßnahmen	7.270,85	3.725,25	19.395,32
Abschleppkosten	5.652,77	7.767,89	12.610,34
Personalaufwand	82.680,00	82.680,00	85.950,00
Bürokosten	15.426,00	15.426,00	15.426,00
Summe	219.493,06	226.953,51	293.101,73

Im Übrigen siehe Drs. 20/6555.

8. *Werden die Standgebühren bei der Vergabe an private Betreiber in gleichem Umfang an die Verwaltung zu leisten sein?*

*Wenn nein, in welcher Höhe werden dann Standgebühren fällig?*

Sollte eine Konzessionierung eines privaten Betreibers stattfinden, würde er im Rahmen der Konzessionierung an die Obergrenze des Gebührenrahmens in der entsprechenden Gebührenordnung für die Märkte gebunden. Die Zahlungen der Standgelder würden dann direkt an den privaten Dritten erfolgen.

9. *Wenn Sondernutzungsgebühren nach der Gebührenordnung für die Verwaltung und Benutzung öffentlicher Wege, Grün- und Erholungsanlagen erhoben werden, wie hoch sind diese und sind Spielräume in der Gebührenordnung möglich, sodass den Marktbesckickern keine Mehrkosten entstehen?*

Der Betrag der zu entrichtenden Gebühr würde sich nach der in Anspruch genommenen Fläche in Quadratmeter mal der entsprechenden, nutzungsabhängigen Wertstufe richten. Über die Bemessung der Gebühr würde im Einzelfall entschieden werden.

10. *Ist im Fall einer privatwirtschaftlichen Fortführung der Wochenmärkte eine Ausschreibung erforderlich?*

Die Frage der Ausschreibungspflicht kann erst beantwortet werden, wenn feststeht, wie eine Privatisierung im Einzelnen ausgestaltet werden würde.

11. *Sind bereits Gespräche mit möglichen privaten Betreibern geführt worden?*

*Wenn ja, wann und mit welchen Ergebnissen?*

Ja, es handelte sich um reine Informationsgespräche, die keine Verabredungen zum Ziel hatten.

12. *Sind Gespräche mit den Marktbesckickern geführt worden?*

*Wenn ja, wann und mit welchen Ergebnissen?*

*Wenn nein, warum nicht?*

Nein. Sobald sich Pläne konkretisieren sollten, würden Gespräche mit den Marktbesckickern geführt werden.

13. *Welche Maßnahmen haben das Bezirksamt, die Bezirksversammlung und die Marktbesckicker in den letzten fünf Jahren im Einzelnen unternommen, um die Wochenmärkte zu stärken, und welche Kosten sind hierfür jeweils angefallen? Bitte nach Jahren mit Datum und Kosten au gliedern.*

Das Bezirksamt Bergedorf hat in den Jahren 2009 bis 2012 ein durch die EU geförder tes Projekt ausgeführt, mit dem Marketingmaßnahmen für die Wochenmärkte entwickelt und umgesetzt werden sollten. Eine Zusammenfassung der einzelnen Maßnahmen und Kosten aus dem Abschlussbericht ist der Anlage zu entnehmen. Der pauschale Kostenaufwand zur Kofinanzierung des Projektes belief sich allein für das Bezirksamt auf etwa 63.000 Euro (inklusive Übernahme der nicht förderfähigen Mehrwertsteuerbeträge) zuzüglich der Förderung einzelner Maßnahmen.

Im Übrigen siehe Drs. 20/5642.

Das Bezirksamt verwaltet zudem auf eigene Initiative seit 2006 freiwillig gezahlte Werbemittel der Marktbesckicker (1 Euro/Stand und Markttag) treuhänderisch und hat in diesem Zusammenhang den sogenannten Werbeeuro markt t ä g l i c h bar kassiert, Maßnahmen koordiniert, beauftragt und abgerechnet. Zu den einzelnen Maßnahmen siehe Anlage.

Alle Maßnahmen wurden auf Veranlassung und in Abstimmung mit den Marktbleuten entschieden und ausgeführt.

Die treuhänderische Verwaltung wurde zum 30. Juni 2013 aufgrund der stark rückläufigen Zahlungen gekündigt.

1. Maßnahmen Bezirksamt im Rahmen des Projekts „Wochenmarkt der Zukunft“; pauschale Förderung des Bezirksamtes durch rund 63.000 €, zuzüglich Unterstützung von zwei Maßnahmen in Höhe von 5.349,29 €

Jahr	Maßnahmen	Kosten in €
2009	Ab 01.07.09 aktiver Beginn des Modellprojekts „Wochenmarkt der Zukunft“; Einsetzung der externen Projektmanagerin	
	Kundenzählung	1.179,95
	Beachflags für mobile Außenwerbung	913,21
	Teilnahmekosten für Werbestand am Bergedorfer Landmarkt	134,47
	Anpassung Internetpräsenz Wochenmarkt, Anpassung an entwickelte Wort-Bildmarke	2.688,83
	Aktionsschilder für Wochenmarktbesucher zur Präsentation von Angeboten mit Wort-Bildmarke	142,63
	Einkaufsblöcke als Give-away	3.584,58
	Werbekampagne zur Auftaktveranstaltung „Erntedank auf Ihrem Wochenmarkt“ mit 250 Plakate A0, 100 Plakate A 230.000 Flyern, Teilnahmekarten für Gewinnspiel, 2 Banner, Rabattaktion, Kinderaktion, Kochshows mit Sternekoch, Hüpfburg, Vierländer Trachtengruppe, Bergedorfer Landfrauen, erstmalige Beschaffung Event-Equipment (Zelte, Bänke usw.), Bezahlung von Hilfskräften für Auf- und Abbau und Betreuung, Pressemitteilung	13.322,61
	Präsentation des Projekts auf dem Nahversorgungstag Schleswig-Holsten	89,25
	Weihnachtsaktion auf allen 4 Wochenmärkten (Weihnachtsmann, Gewinnspiel, Weihnachtsdekoration, Rabatt- und Kinderaktion, Verteilung von Give-aways, Pressemitteilung	1.245,00
2010		
	Einweihung der Buswerbung	116,09
	Buswerbung (Gestaltung, Druck und Miete)	18.565,19
	Öffentlichkeitsarbeit durch anteilige Standgebühr für Händler bei Teilnahme am Frühlings- und Ostermarkt, Aufstellung von Werbematerialien an prominenter Stelle,	168,88
	Produktion und Veröffentlichung des Werbefilmes Bergedorfer Wochenmärkte, insbes. Werbung für die Veranstaltung „Frühlingsfreude auf Ihrem Wochenmarkt“	449,40
	Veranstaltung „Frühlingsfreude auf Ihrem Wochenmarkt“ auf allen 4 Wochenmärkten; Verlängerung des Markttages in der Chrysanderstraße am 30. April 2010, Kochshows mit ortsansässigen, renommierten Gastronomen, Gewinnspiel, Kinderaktion, Rabattaktion, Rosen als Give-aways verteilt durch die Bergedorfer Rosenkönigin, Spendenaktion zu Gunsten des Fördervereins Vierländer Ewer e.V. mit öffentlichkeitswirksamer Übergabe auf dem Wochenmarkt Lohbrügge, Auf- und Abbau des Event-Equipments durch Hilfskräfte, Zeitungsanzeige in der BZ mit Rabattcoupons, 250 Plakate, 50.000 Flyer, 2 Banner	7.711,79
	Kooperation mit der Bergedorfer Hafenmeile	0,00
	Infostand zum Thema Bergedorfer Wochenmärkte auf der Wilhelmsburger Radmesse	0,00
	Teilnahme am Seminar des Einzelhandelsverbandes zur Stärkung des Wochenmärkte zwecks Weiterbildung der Projektmanagerin und Einbringung des eigenen Wissens und der Erfahrungen	41,65

Jahr	Maßnahmen	Kosten in €
noch 2010	Veranstaltung der „Fruchtwoche“ auf allen vier Wochenmärkten, Kochshows mit ortsansässigen, renommierten Gastronomen, Gewinnspiel, Kinderaktion, Give-aways, Live-Band, Spendenaktion zu Gunsten des pädagogischen Mittagstisches im Hause Christo mit öffentlichkeitswirksamer Übergabe auf dem Wochenmarkt Bergedorf-West, öffentlichkeitswirksame Übergabe der Preise des Gewinnspiels auf dem Lohbrügger Wochenmarkt, Zeitungsanzeige, Auf- und Abbau des Event-Equipments durch Hilfskräfte, Zeitungsanzeige in der BZ mit Rabattcoupons, 100 Plakate, 45.000 Flyer, 2 Banner	7.123,31
	Öffentlichkeitsarbeit durch anteilige Standgebühr für Händler bei Teilnahme am Bergedorfer Sommerfest, Aufstellung von Werbematerialien an prominenter Stelle	154,70
	Veranstaltung „Gemüsewoche“ auf allen 4 Wochenmärkten, Kochshows mit ortsansässigen, renommierten Gastronomen, Gewinnspiel, Kinderaktion, Give-aways, Attraktionen am Stand des Hamburger Großmarktes, Spendenaktion zu Gunsten der sozialen Beratungsstelle Bergedorf Billstedt mit öffentlichkeitswirksamer Übergabe auf dem Wochenmarkt Bergedorf, öffentlichkeitswirksame Übergabe der Preise des Gewinnspiels auf dem Bergedorfer Wochenmarkt, Zeitungsanzeige, Auf- und Abbau des Event-Equipments durch Hilfskräfte, Zeitungsanzeige in der BZ mit Rabattcoupons, 250 Plakate, 30.000 Flyer, 1 Banner	7.715,59
	Veranstaltung Grillaktion auf dem Lohbrügger Wochenmarkt (Initiative und Organisation durch die Wochenmarkthändler); Kostenbeteiligung an den Werbungskosten	488,09
	Image-Anzeige im Shopping-Ratgeber Bergedorf „Die große Shopping-Vielfalt/Einkaufen in Bergedorf“	526,58
	Image-Anzeige und Werbetext in der Borschüre „Der Schlauberger“	179,39
	Kundenzählung durch Hilfskräfte	330,00
	Obstspenden der Wochenmärkte i. V. mit einem Info-Blatt über Bergedorfer Wochenmärkte anlässlich des Gesundheitstages Bergedorf	0,00
	4-tägiger Infostand in der Hochschule für angewandte Wissenschaften Bergedorf im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit	0,00
	Veranstaltung „Erntedankwoche auf Ihrem Wochenmarkt“ auf allen 4 Wochenmärkten, Kochshows mit ortsansässigen, renommierten Gastronomen, Gewinnspiel, Kinderaktion, Give-aways (Blumen, Obst), Präsentation der Landwirtschaftskammer durch ein Wissensquizz, Werbestand für IGS (vielfältiges Wissen zum Thema Pflanzen), Spendenaktion zu Gunsten der sozialen Beratungsstelle Bergedorf Billstedt mit öffentlichkeitswirksamer Übergabe auf dem Wochenmarkt Lohbrügge, öffentlichkeitswirksame Übergabe der Preise des Gewinnspiels auf dem Wochenmarkt Lohbrügge, Zeitungsanzeige, Auf- und Abbau des Event-Equipments durch Hilfskräfte, Zeitungsanzeige in der BZ mit Rabattcoupons, 100 Plakate, 25.000 Flyer, 1 Banner	6.051,33
	Teilnahme und Präsentation der Wochenmärkte anlässlich der Fleetplatzaktion „Meine Nachbarschaft“	19,04
	Werbetext für das Hamburger Abendblatt	0,00
	Adventssingen von Kindern auf dem Wochenmarkt Bergedorf-West (Organisation durch eine Marktbeschickerin)	32,00
	Professionelles Werbematerial (sog. Roll-up) für den flexiblen Einsatz bei Veranstaltungen, Informations- und Werbeständen	555,44
	Tragetaschen „Shopping-Vielfalt Bergedorf“ in Kooperation mit dem Lohbrügger Einzelhandel	810,99
	Veranstaltung Lohbrügger Shopping-Rund in Kooperation mit BID Alte Holstenstraße und Verein Beschäftigung Bildung e.V.	1.214,93
	Teilnahme am 10-jährigen Jubiläum Wochenmarkt Fleetplatz u.a. durch eine Glücksradaktion	77,70

Jahr	Maßnahmen	Kosten in €
2011		
	Präsentation der 4 Bergedorfer Wochenmärkte zum Thema „Ernährung und Sport“ an 9 Tagen im Jahre 2011	88,13
	Präsentation der Bergedorfer Wochenmärkte an der Tagung „Bio und Regional in Hamburg“	8,00
	Einkaufsblöcke als Give-away	3.376,77
	Bewerbung des Lohbrügger Wochenmarktes in der Info-Broschüre des HVV und des PVGs incl. Coupon	146,80
	Präsentation der Bergedorfer Wochenmärkte beim Lohbrügger Ostereierlauf in Kooperation mit dem BID Alte Holstenstraße und dem Verein Beschäftigung Bildung e.V. incl. Bewerbung (Presse, Flyer, Plakate)	1.004,29
	Öffentlichkeitsarbeit durch anteilige Standgebühr für Händler bei Teilnahme am Frühlingmarkt, Aufstellung von Werbematerialien an prominenter Stelle,	135,10
	monatliche Image-Anzeigen und redaktionelle Texte im Bille Wochenblatt	7.535,33
	Qualifikation der Marktbeschicker durch den Einzelhandelsverband Hamburg, öffentlichkeitswirksame Präsentation der Urkundenübergabe	0,00
	Einkaufstragetaschen als Give-away	5.113,45
	professionelles Werbematerial für Obst (sog. Roll-up) für den flexiblen Einsatz bei Veranstaltungen, Informations- und Werbeständen	567,33
	Veranstaltung einer „Erdbeerpromotion“ auf den Wochenmärkten	462,43
	Öffentlichkeitsarbeit durch anteilige Standgebühr für Händler bei Teilnahme am Bergedorfer Sommerfest, Aufstellung von Werbematerialien an prominenter Stelle	138,01
	Veranstaltung einer „Tomatenpromotion“ auf den Wochenmärkten	436,58
	entwickeln, produzieren und errichten von festen Marktschildern an allen Wochenmarktstandorten	15.563,57
	entwickeln und produzieren von Regionalschildern für die Kennzeichnung regionaler Produkte auf den Wochenmärkten	135,84
	Veranstaltung „Herbstwoche auf Ihrem Wochenmarkt“ auf allen 4 Wochenmärkten, Kochshows mit ortsansässigen, renommierten Gastronomen, Gewinnspiel, Kinderaktion, Give-aways (Blumen, Obst), Präsentation der Landwirtschaftskammer durch ein Wissensquizz, Werbestand für IGS (vielfältiges Wissen zum Thema Pflanzen), Spendenaktion zu Gunsten des Fördervereins Vierländer Ewer e.V. mit öffentlichkeitswirksamer Übergabe auf dem Wochenmarkt Fleetplatz, öffentlichkeitswirksame Übergabe der Preise des Gewinnspiels auf dem Wochenmarkt Lohbrügge, Zeitungsanzeige, Auf- und Abbau des Event-Equipments durch Hilfskräfte, Zeitungsanzeige in der BZ mit Rabattcoupons, 250 Plakate, 30.000 Flyer, 1 Banner	5.205,56
	Präsentation der Wochenmärkte durch Teilnahme an der Fleetplatzaktion „Meine Nachbarschaft“	0,00
	Präsentation der Wochenmärkte an der Lohbrügger Apfelpflückaktion in Kooperation mit dem BID Alte Holstenstraße und dem Verein Beschäftigung & Bildung e. V. mit Gewinnspiel und Give-aways (Äpfel, Heidepflanzen), Bewerbung mit Plakaten und Flyern	383,70
	Öffentlichkeitsarbeit durch anteilige Standgebühr für Händler bei Teilnahme am Bergedorfer Landmarkt, Aufstellung von Werbematerialien an prominenter Stelle	244,41

Jahr	Maßnahmen	Kosten in €
noch 2011	Veranstaltung des 30jährigen Jubiläum des Wochenmarktes Bergedorf-West in Kooperation mit dem ansässigen Einzelhandel z.B.	124,45
	Veranstaltung „Russische Spezialitäten“ auf dem Wochenmarkt Fleetplatz in Kooperation mit dem Verein Beschäftigung und Bildung e.V.	71,40
	Präsentation der Wochenmärkte auf der Gesundheitskonferenz im Rathaus Bergedorf	0,00
	Veranstaltung Lohbrügger Laterne laufen und Feuerfest in Kooperation mit dem BID Alte Holstenstraße und dem Verein Beschäftigung & Bildung e.V.	490,24
	Adventssingen von Kindern auf dem Wochenmarkt Bergedorf-West (Organisation durch eine Marktbeschickerin)	10,00
	Informationsflyer für die Stadtteile Lohbrügge und Allermöhe durch Präsentation der Einzelhändler, Dienstleister und Wochenmärkte	0,00
2012		
	entwickeln und produzieren von Geschenk-Gutscheinen und dazugehörigen Hinweisplakaten	1.034,25
	Rezeptwettbewerb zum Thema „850 Jahre Bergedorf“ in Kooperation mit der Vierländer Küchenwelt, dem Restaurant Dorfkrug und der Staatlichen Gewerbeschule	153,62
	Kundenbefragung, Kundenzählung und Marktbeschickerbefragung im Rahmen der Erfolgsmessung des Projekts	1.190,40
	Präsentation der Bergedorfer Wochenmärkte beim Lohbrügger Ostereierlauf in Kooperation mit dem BID Alte Holstenstraße und dem Verein Beschäftigung Bildung e.V. incl. Bewerbung (Presse, Flyer, Plakate)	864,89
	Im Rahmen der 850-Jahrfeier Bergedorfs unter dem Motto „850 Jahre Bergedorf – Produkte von hier“ wurden in Kooperation der Marktbeschicker, der Vierländer Küchenwelt, des Restaurants Dorfkrug und der Staatlichen Gewerbeschule Rezepte selbst entwickelt und verteilt.	1.814,84
	Öffentlichkeitsarbeit durch anteilige Standgebühr für Händler bei Teilnahme am Frühlingmarkt, Aufstellung von Werbematerialien an prominenter Stelle	45,82
	Image-Anzeige in der Broschüre „850 Jahre Bergedorf“	1.137,85
	Image-Anzeige im Shopping-Ratgeber Bergedorf	526,58
	Image-Anzeige im der Broschüre „Der Schlauberger“	596,19
	Vorstellung von Produkten der Bergedorfer Wochenmärkte im Rahmen des Deutschen Seniorentages	0,00
	Image-Anzeige und Werbetext in der Bergedorfer Neubürgerbroschüre	0,00

## 2. Maßnahmen, finanziert aus dem sog. Werbe-Euro

Jahr	Maßnahmen	Kosten in €
2008		
	Miete für die Mitbenutzung (samstags) des Schulhofs Leuschnerstraße als Kundenparkplatz für den Wochenmarkt Lohbrügge	5.938,00
	Parkhausgutscheine für das Parkhaus Bergedorfer Schloßstraße für den Wochenmarkt Bergedorf	6.900,00
	Jahreskalender für das Jahr 2009 als Give-away für die Kunden	3.308,20
2009		
	Miete für die Mitbenutzung (samstags) des Schulhofs Leuschnerstraße als Kundenparkplatz für den Wochenmarkt Lohbrügge	5.938,00
	Parkhausgutscheine für das Parkhaus Bergedorfer Schloßstraße für den Wochenmarkt Bergedorf	10.783,80
	Jahreskalender für das Jahr 2010 als Give-away für die Kunden	6.193,95
	Einkaufsblöcke als Give-away für die Kunden	4.343,50
	Anteilige Kosten an der Neubürgerbroschüre zur Präsentation der Wochenmärkte	452,20
2010		
	Miete für die Mitbenutzung (samstags) des Schulhofs Leuschnerstraße als Kundenparkplatz für den Wochenmarkt Lohbrügge	5.938,00
	Parkhausgutscheine für das Parkhaus Bergedorfer Schloßstraße für den Wochenmarkt Bergedorf	10791,90
2011		
	Miete für die Mitbenutzung (samstags) des Schulhofs Leuschnerstraße als Kundenparkplatz für den Wochenmarkt Lohbrügge	5.938,00
	Parkhausgutscheine für das Parkhaus Bergedorfer Schloßstraße für den Wochenmarkt Bergedorf	9.450,00
	Jahreskalender für das Jahr 2012 als Give-away für die Kunden	6.421,24
	Öffentlichkeitsarbeit durch anteilige Standgebühr für Händler bei Teilnahme am Herbstmarkt, Aufstellung von Werbematerialien an prominenter Stelle	141,61
	Anpassung der Parkgutschein an die Wort-Bild-Marke	928,20
2012		
	Miete für die Mitbenutzung (samstags) des Schulhofs Leuschnerstraße als Kundenparkplatz für den Wochenmarkt Lohbrügge	5.938,00
	Parkhausgutscheine für das Parkhaus Bergedorfer Schloßstraße für den Wochenmarkt Bergedorf	8.078,29
	Kostenanteil Aktion 30 Jahre Wochenmarkt Bergedorf-West	122,40