

26. Januar 2016

STUDIE

Ist der Münstermarkt ein Zukunftsmodell für den Einzelhandel?

Die Hamburger Hafencity-Universität untersucht, wie Einzelhandel erfolgreich sein kann – und kam dafür auch nach Freiburg.



Der Freiburger Münstermarkt lockt täglich etwa 10000 bis 15000 Menschen an.
Foto: Michael Bamberger

"Der Münstermarkt mit seiner jahrhundertelangen Geschichte ist sicherlich ein Modell von Handel, von dem man heute viel lernen kann." Stefan Kreutz, wissenschaftlicher Mitarbeiter im Bereich Projektentwicklung und Projektmanagement in der Stadtplanung an der Hamburger Hafencity-Universität (HCU), macht deutlich, dass sich der Abstecher nach Freiburg gelohnt hat. Am Montagabend fand im Historischen Kaufhaus am Münsterplatz eine Diskussionsrunde statt, bei der Kreutz vor rund zwei Dutzend Zuhörern gemeinsam mit Franziska Pankow und Thomas Barth von der Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG (FWTM) besprach, was den Münstermarkt in Freiburg besonders macht. Moderiert wurde das Gespräch durch den Autor Thomas Böhm. Es ist Teil des von der Bundesregierung subventionierten Forschungsprojekts "Gute Geschäfte machen", das untersucht, wie es stationären Einzelhändlern gelingen kann, in Zukunft ökonomisch zu bestehen.

Dabei gab es sowohl für Kreutz und Böhm als auch fürs Publikum einiges zu lernen. Interessant aus Freiburger Perspektive war insbesondere der besorgte Hinweis von FWTM-Marktleiter Thomas Barth, dass sich die Fälle häufen, in denen langjährige Marktbesucher auf der Nordseite, also vor allem Gemüsebauern, sich entschließen, den Betrieb an den Nagel zu hängen, teilweise nach Generationen. "Die niedrigen Preise für Lebensmittel und der Aufwand für die Bedienung des Marktes passen da manchmal nicht mehr zusammen", so Barth.

Nichtsdestotrotz sei der Markt ein Magnet, betonte Franziska Pankow, Abteilungsleiterin für Tourismus, Kongresse und Events bei der FTWM. An 326 Tagen pro Jahr locke er 10 000 bis 15 000 Menschen an und befruchte damit auch den stationären Handel in der Innenstadt und die Gastronomie. Das beeindruckte Böhm: "Wenn ich in meiner Heimat im Ruhrgebiet erzähle, dass es in Freiburg täglich Markt gibt, dann kommen die aus dem Staunen nicht heraus. Bei uns geht das nur ein-, maximal zweimal pro Woche."

Ein Erfolgsgeheimnis des Münstermarkts, das wurde ebenfalls klar, ist zudem die Kommunikation zwischen Kunde und Händler. Das schaffe langfristige Beziehungen und erhöhe die Chance auf Zusatzumsätze, so Franziska Pankow. Das nehmen Kreutz und Böhm nach Hamburg mit – und dass man zu Feldsalat auch Sunnewirbele sagen kann.

Autor: hos