

# Wochenmarkt der Zukunft

Ein Projekt der Leader Region Stadt-Land-Fluss Hamburg

## Was wollen wir erreichen?

Im Rahmen des Modellprojektes ‚Wochenmarkt der Zukunft‘ werden die Wochenmärkte als wichtiger Absatzweg für regionale Produkte gefördert. Über einen Zeitraum von drei Jahren wird mit Hilfe einer Werbekampagne speziell auf die Stärken der Bergedorfer Wochenmärkte und der in der Region erzeugten Produkte hingewiesen. Ziel ist es, durch geeignete Maßnahmen die bisherigen Stammkunden zu halten (85% der Kundschaft, hauptsächlich ältere Familien ohne Kinder). Sie sichern den Erhalt der Wochenmärkte. Gleichzeitig sollen Gelegenheitskäufer (hauptsächlich jüngere Familien mit Kindern) und auch potentielle Neukunden (insbesondere jüngere Familien mit Kindern) motiviert werden, ihre Einkäufe auf einem Wochenmarkt zu tätigen.

## Wie sind wir vorgegangen?

Mithilfe einer wissenschaftlichen Arbeit wurden die Zielgruppen der Bergedorfer Wochenmärkte erfasst und ein Maßnahmenkatalog abgeleitet. Für die Werbekampagne wurde zunächst eine Wort-Bild-Marke (Abb. 1) entwickelt. Ein wichtiger Schwerpunkt der Werbekampagne sind Marketingaktionen, welche direkt auf den Wochenmärkten stattfinden. Diese Aktionen werden mit ausgewählten Werbematerialien (Flyer, Plakate, Anzeigen, Banner, Pressemitteilungen etc.) unterstützt. Dabei stehen regionale Produkte im Vordergrund. Anhand von zuvor ausgewählten Werbemittel wird auf die Marktzeiten, -tage und -standorte hingewiesen.

## Was haben wir erreicht?

Es wurde eine neue Wort-Bild-Marke für die Bergedorfer Wochenmärkte entwickelt. Diese wird von weiteren Hamburger Bezirken übernommen, so dass mit einer einheitlichen Marke gearbeitet werden kann. Zahlreiche Aktionen inklusive begleitender Werbung (z.B. Buswerbung, siehe Abbildung 3) wurden im letzten Jahr umgesetzt. Zu diesem Zwecke wurden auch Kooperationen zwischen ortsansässigen Gastronomen, Einzelhändlern und den Wochenmarktbesuchern eingegangen, um die Effektivität der Maßnahmen zu stärken. Zusätzlich wurden weitere Akteure hinzugezogen, wie z.B. der Blumengroßmarkt Hamburg, die Erzeugergemeinschaft Hamburg und der Hamburger Großmarkt.



Abb.1: Die neue Wort-Bild-Marke der Bergedorfer Wochenmärkte



Abb.2: Kochshow im Rahmen einer Aktion



Abb.3: Einer der drei unterschiedlich designeten Marktbusse

## Ansprechpartner

**Bezirksamt Bergedorf**  
Eileen Louise Hansen  
Wentorfer Straße 38a  
21029 Hamburg

## Finanzen

Projektkosten: 219.708,15 €  
55 % Leader-Mittel: 109.768,29 €  
45% Kofinanzierung durch  
nationale Kofinanzierung : 49.395,73 €  
Projektträger : 40.414,69 €

## Laufzeit

Start: 07/2009  
Ende: 06/2012

# Stadt-Land-Fluss-Hamburg

## Mitmachen und Mitgestalten



Europäischer Landwirtschaftsfonds  
für die Entwicklung des ländlichen  
Raums: Hier investiert Europa in die  
ländlichen Gebiete

