



Dienstanweisung

Zur Bewertung eines Standortes als Marktfläche für die Markthallen München

Stand: Oktober 2016

Inhaltsverzeichnis

Teil 1: Allgemeiner Teil

1. Zielsetzung und Begriffsdefinitionen.....	3
1.1 Zielsetzung; Bedeutung; Rechtscharakter.....	3
1.2 Begriffsdefinitionen; Abkürzungen.....	3
2. Geltungsbereich.....	3
3. Rechtsvorschriften; rechtliche Grundlagen.....	3

Teil 2: Bewertung eines Standortes als Marktfläche in der Landeshauptstadt München

4. Grundsätzliches.. ..	4
5. Verfahren.....	4
5.1 Inhalt der Rahmenbedingungen für die Verwaltung der Münchner Wochen- und Bauernmärkte	4
5.2 Gewährleistung eines Grundsortiments.....	5
5.3 Infrastruktur.....	5
5.4 Kundenpotential und Standortvoraussetzungen.....	5
5.5 Räumliche Eignung für Wochen- und Bauernmärkte.....	6
6. Bewertung.....	7
7. Umsetzung Prüfungs- und Wertungsverfahren.....	8
8. Inkrafttreten.....	8

Teil 1: Allgemeiner Teil

1. Zielsetzung und Begriffsdefinitionen

1.1 Zielsetzung; Bedeutung; Rechtscharakter

Diese Dienstanweisung ist eine innerdienstliche Vorschrift nach Ziffer 1.1 Abs. 1 der Allgemeinen Geschäftsanweisung der Landeshauptstadt München (AGAM). Ziel ist es, Kriterien für die Qualifizierung von potentiellen Marktstandorten festzulegen. Dadurch wird ein erhöhter Verwaltungsaufwand vermieden und die Händlerschaft der mobilen Märkte wird vor einem unzumutbaren wirtschaftlichen Risiko geschützt.

Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Markthallen München gibt es eine verbindliche Handlungsgrundlage zur Bewertung von vorgeschlagenen Marktstandorten im Bereich der Landeshauptstadt München an die Hand, um eine effektive, transparente, rechtssichere Auswahlentscheidung zu gewährleisten.

1.2 Begriffsdefinitionen; Abkürzungen

1. WL	= Erste/r Werkleiter/in
2. WL	= Zweite/r Werkleiter/in
MHM	= Markthallen München
MHM-KIM/L	= Markthallen München, Kaufmännisches Immobilienmanagement, Leitung
MHM-IM/L	= Markthallen München, Immobilienmanagement, Leitung
WOM	= Wochenmarkt
BM	= Bauernmarkt
KVR	= Kreisverwaltungsreferat
KVR-IV-BD	= Kreisverwaltungsreferat- Branddirektion
BAU	= Baureferat
SWM	= Stadtwerke München
OVK	= Hausanschlusskasten
UF	= Unterflurverteiler

2. Geltungsbereich

Diese Dienstanweisung gilt für die Markthallen München, Eigenbetrieb der Landeshauptstadt München.

Sie regelt das Verfahren zur Ermittlung und Auswahl geeigneter Marktstandorte in der Landeshauptstadt München, welche neu vorgeschlagen werden. Die Dienstanweisung ist auch anzuwenden bei Verlegungen von Marktstandorten, sei es vorübergehend wie auch dauerhaft.

3. Rechtsvorschriften; rechtliche Grundlagen

Diese Dienstanweisung basiert auf den folgenden Rechtsvorschriften und Regelungen:

- Betriebssatzung für die Markthallen München
- Dienstanweisung für die Werkleitung der Markthallen München
- Rahmenbedingungen zur Errichtung der Münchner Wochen- und Bauernmärkte

Die Auswahlentscheidung von Marktstandorten ist i.d.R. Angelegenheit der laufenden Verwaltung der MHM und obliegt damit dem/r 2. WL/-in der MHM bzw. den Bediensteten der MHM, an welche diese Aufgabe delegiert wurde (vgl. § 4 Abs. 2 der Betriebssatzung für die MHM i.V.m. § 4 Abs. 1 Nr. 5 der zugehörigen Dienstanweisung für die Werkleitung der MHM). In besonders konfliktträchtigen und/ oder politisch bedeutsamen Einzelfällen ist die/der 1. WL einzubinden.

Teil 2: Bewertung eines Standortes als Marktfläche in der Landeshauptstadt München

4. Grundsätzliches

Von der Landeshauptstadt München werden derzeit an 40 Standorten 32 städtische Wochen- und 10 Bauernmärkte veranstaltet. Die Nachfrage nach weiteren Märkten im gesamten Stadtgebiet ist steigend. Anfragen und Anregungen kommen aus der Bevölkerung, aus den Reihen der Politik und dem Bereich der Stadtplanung.

Zurückzuführen ist die stetige Nachfrage nach Märkten u. a. auf Skandale in der Lebensmittelbranche der letzten Jahre und das intensiv gestiegene Bewusstsein für gesunde Ernährung. Daneben ist für die Kundinnen und Kunden ein Markt eine Plattform der Kommunikation und des sozialen Kontaktes und spielt im öffentlichen Raum eine bedeutende Rolle.

Die stetige und steigende Nachfrage nach neuen Marktstandorten führte dazu, dass bereits seit längerer Zeit unter Einbeziehung verschiedener Organisationseinheiten der Landeshauptstadt München und einigen Fachbehörden regelmäßig verschiedene Grundvoraussetzungen bei der Errichtung und Umstrukturierung von Wochen- und Bauernmärkten geprüft werden. Es ist daher zweckmäßig, diese Grundvoraussetzungen als einheitliche verbindliche Rahmenbedingungen für alle Beteiligten festzusetzen, welche beim Verfahren mitwirken.

Die Schaffung einer verbindlichen Rahmenvorgabe trägt außerdem wesentlich dazu bei, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Stadtverwaltung den Umgang mit und die Bearbeitung von Standortanfragen zu erleichtern. Zudem werden Entscheidungen der Verwaltung wirtschaftlich nachvollziehbar, transparent und zielgerichtet, insbesondere gegenüber den Antragstellerinnen und Antragstellern und gegenüber der Landeshauptstadt München im übergeordneten Rahmen dargestellt. Die Markthallen München als Veranstalter der Märkte haben, besonders im Hinblick auf Steuerungsmöglichkeiten zur Nutzung des gesamten Potentials von Wochen- und Bauernmärkten und der Erfüllung des Versorgungsauftrages für die Münchner Bevölkerung, ein hohes Maß an Verantwortung. Als Organisationseinheit der Landeshauptstadt München sind die Markthallen München zugleich verpflichtet, nach den Grundsätzen des Rechtsstaatsprinzips, der Verhältnismäßigkeit und des Gleichheitsgebotes zu handeln. Der Fokus liegt neben dem Grundgedanken der Daseinsvorsorge, auch auf dem Prinzip der Ökonomie (Wirtschaftlichkeitsprinzip) als ein Handlungsgrundsatz der öffentlichen Verwaltung.

Die Abbildung der Grundvoraussetzungen in Rahmenbedingungen können auch bei bestehenden Wochen- und Bauernmärkten herangezogen werden.

5. Verfahren

5.1 Inhalt der Rahmenbedingungen für die Verwaltung der Münchner Wochen- und Bauernmärkte

Ziel ist es, Kriterien für die Qualifizierung von potenziellen Marktstandorten festzulegen.

Märkte bestehen aus einzelnen freien Händlern, welche Produkte zum Verkauf anbieten (mobiler Markthandel). Die Händler werden nicht subventioniert. Wenn sich der jeweilige Standort als nicht rentabel erweist, wird der betroffene Händler in der Regel seine Teilnahme am Markt aufgeben. Ein Markt ist nur mit einem breiten Warenangebot für die Händler/innen wie auch für deren Kundschaft attraktiv.

Deshalb sind für einen funktionierenden Marktstandort verschiedene **Grundvoraussetzungen** erforderlich.

5.2 Gewährleistung eines Grundsortiments

Ein Markt benötigt ein Grundsortiment, damit dem Verbraucher eine ausgewogene Mischung geboten wird. Dazu zählen Fleisch- und Wurstwaren, Backwaren, Geflügel-Eier-Nudeln, Käse, Fisch, Obst und Gemüse, Blumen, Honig und Marmelade, südländische Spezialitäten und zusätzlich verschiedene Angebote an Imbiss. In erster Linie sind Händlerinnen und Händler mit dieser Sortimentspalette zu etablieren. Bereits zur Abdeckung des Grundsortimentes ist die Anzahl von mindestens acht bis zehn Beschickerinnen und Beschickern erforderlich. Ein funktionsfähiger Wochenmarkt muss grundsätzlich ein Angebot ab acht Ständen aufwärts umfassen, damit eine ausreichende Angebotsvielfalt und Ausstrahlungskraft erzeugt wird. Beim künftigen Planungsverfahren ist dieser Umstand zu berücksichtigen, da eine dementsprechend große Fläche auszuweisen ist. Die Vielfältigkeit von Produkten führt nicht zwangsläufig zu einer Konkurrenz der Händlerinnen und Händler untereinander, sondern bietet den Kundinnen und Kunden eines Marktes größere Auswahlmöglichkeiten, was durchaus gewünscht und begrüßt wird.

5.3 Infrastruktur

Für eine ordnungsgemäße Veranstaltung eines Marktes ist eine Versorgung mit Strom unentbehrlich. Benötigt wird ein Hauptverteilerschrank (OVK), aus welchem die individuell notwendigen Stromquellen versorgt werden. Damit aus städtebaulicher Sicht attraktive und ohne Hindernisse gestaltete Flächen und Plätze entstehen, sind Stromquellen in Form von Senkomaten (Unterflurverteiler) zu installieren. Größe und Anzahl derer ist abhängig von der Größe des Marktes und der benötigten Kapazität an Strom (Wechsel- oder Starkstrom 16 und 32 Ampere).

Für die Händler und Händlerinnen müssen sanitäre Einrichtungen zur Verfügung stehen. Grundsätzlich sollen diese getrennte Kabinen (m/w) und fließendes Wasser mit dem notwendigen Equipment, wie Seife und Einmal-Handtücher, aufweisen. Derzeit erfolgt die Versorgung mittels Gestellung mobiler Toilettencontainer. Dazu wird auf der Marktfläche ggf. zusätzlich Fläche benötigt. Liegt ein Marktplatz im Bereich von öffentlichen Einrichtungen, wie z. B. Kirchen, Kulturhäuser o. ä., ist zu prüfen, ob anstelle von mobilen ggf. eine Nutzung stationärer sanitärer Einrichtungen möglich ist.

Sämtliches anfallendes Schmutzwasser ist in das städtische Kanalnetz einzuleiten. Fällt fetthaltiges Abwasser an, z. B. von einer Wurstbraterei, muss dieses, bevor es in die Kanalisation entsorgt wird, mit einem Fettabschneider nach DIN-EN 1825 und DIN 4040-100 behandelt werden.

Die Aufenthaltsqualität eines Platzes, auf welchem ein Markt veranstaltet wird, spielt eine große Rolle. Dazu dienen in erster Linie Standorte mit bereits vorhandenen Versorgungsstrukturen oder deren Ansiedlung wie Einzelhandelsläden, kleinere Gewerbe- und Gastronomiebetriebe, ggf. ein Angebot an kulturellen Veranstaltungen und soziale Einrichtungen, wie z. B. Kindergärten. Allerdings sind diese Voraussetzungen individuell zu prüfen, da die Örtlichkeit und die nähere Umgebung des Quartiersplatzes dabei eine wesentliche Rolle spielen.

5.4 Kundenpotential und Standortvoraussetzungen

Ein Marktstandort darf sich nicht im näheren Umkreis mehrerer anderer mobiler Märkte befinden. Dies gilt insbesondere für Bereiche außerhalb des Stadtzentrums. Die echte Marktkundschaft in einem Stadtviertel ist ein eingeschränkter Personenkreis. Kundinnen und Kunden aus anderen Stadtbezirken sind grundsätzlich nicht die Regel. Treten mehrere Standorte in Konkurrenz zueinander, müssen die Märkte sich die Kaufkraft der ansässigen Marktkundschaft teilen. Dies führt letztendlich dazu, dass ein Marktstandort in seiner Existenz gefährdet wird. Allerdings sind diese Voraussetzungen individuell zu prüfen, da die Örtlichkeit und die nähere Umgebung des Quartiersplatzes dabei eine Rolle spielen.

In der Regel werden Märkte halbtags (Verkaufszeit von 8.00 Uhr – 12.00 Uhr oder 13.00 Uhr – 18.00 Uhr) an einem Tag der Woche (Dienstag – Samstag) veranstaltet. Abweichend davon können Märkte auch ganztags (Verkaufszeit von 10.00 - 19.00 Uhr) veranstaltet werden. Allerdings ist in jüngster Vergangenheit festzustellen, dass Vormittagsmärkte rückläufig sind. Zur Etablierung

von Märkten ist deshalb eine Untersuchung des näheren Umfeldes unentbehrlich. Dabei ist insbesondere der Fokus auf die Einwohnerstruktur zu richten und für die Beurteilung der Belegung eines Quartierszentrums eine Erhebung von gewerblichen Betrieben und deren Bedeutung vorzunehmen.

Die Belegung der Quartierszentren wochentags ist ein wichtiger Aspekt. Die Ansiedlung von kleineren wie auch größeren Gewerbeeinheiten, Schulen, Kindergärten und Kindertagesstätten, trägt wesentlich zur Belegung bei und entfaltet eine gegenseitige Wechselwirkung mit einem Markt. Der Charakter eines Marktes ist geprägt durch die Gestaltung der Quartiersumgebung, wodurch ein besonderer Charme und hohe Aufenthaltsqualität geboten werden kann. Eine reine Wohnbebauung führt zwangsläufig zu sogenannten „Schlafsiedlungen“, da die Bewohnerinnen und Bewohner in der Woche außerhalb des Wohnortes ihrer Erwerbstätigkeit nachgehen, und somit als Marktkunden nicht „zur Verfügung“ stehen.

Ein Markt muss an einem Standort ganzjährig veranstaltet werden und keinen Veranstaltungen, wie Weihnachts- oder Flohmärkten, weichen müssen. Gerade die Vorweihnachtszeit ist sehr umsatzstark. Dieser Zeitraum kompensiert in der Regel schwächere Verkaufsperioden (z. B. Ferienzeit).

Im Umkreis des fußläufigen Bereiches sollen sich keine städtebaulichen Barrieren (z.B. von Fußgängern unüberwindbare Straßen, Bahnlinien etc.) befinden. Ungehinderte Erreichbarkeit eines Marktstandortes ist wesentlicher Faktor für die Kundenfrequenz. Märkte in neuen Quartierszentren sollen übergreifend aus den angrenzenden Stadtvierteln verkehrlich (ÖPNV) gut erreichbar sein. Bestehende wie auch neu entstehende Querverbindungsnetze mit öffentlichen Verkehrsmitteln sind zu schaffen bzw. auszuweiten und der Öffentlichkeit publik zu machen.

Nicht nur im Stadtviertel des Veranstaltungsortes eines Marktes, sondern vor allem in den angrenzenden Quartierszentren, ist mit Hinweisen die Bevölkerung auf nahe liegende Marktveranstaltungen aufmerksam zu machen. Im Zuge der Öffentlichkeitsarbeit wird immer wieder festgestellt, dass es viele Bewohner/innen gibt, die über Marktveranstaltungen nicht informiert sind. Zu den bereits bestehenden guten Informationsnetzen, wie z. B. die Homepage der LH München, Inserate in den Stadtteilanzeigen, Facebook etc., kann das Informationsangebot durch Aushänge in den Informationseinrichtungen des Bezirksausschusses oder öffentlichen Gebäuden, Postwurfsendungen etc., zukünftig ergänzt werden.

5.5 Räumliche Eignung für Wochen- und Bauernmärkte

Für eine Marktveranstaltung werden Flächen für die Aufstellung und das Rangieren von ca. acht bis zehn Marktständen benötigt, um das Grundsortiment abzudecken.

Dabei muss die Freihaltung von Anleiterzonen für die Feuerwehr und Durchfahrten für Einsatzfahrzeuge der Rettung bei Aufstellung der Verkaufswägen/Einrichtungen berücksichtigt werden. Auch auf Flächen für die Einrichtung von temporären sanitären Anlagen ist zu achten. Dies ist mit dem Referat für Stadtplanung und Bauordnung bei städtebaulichen Entwicklungsplanungen oder durch das Baureferat bei der Neu- oder Umgestaltung von Plätzen abzustimmen.

Ideal ist ein Platz, auf dem Verkaufsfahrzeuge bzw. Verkaufseinrichtungen kreisförmig, gegenüber oder in einer U-Form aufgestellt werden können. Ein in sich geschlossener Markt auf einem Platz bietet ein abgerundetes Marktbild und wird erfahrungsgemäß besser von der Bevölkerung angenommen. Daneben kann ein Markt auch über Eck etabliert werden, was zumeist bei Aufstellung der Verkaufsfahrzeuge bzw. Verkaufseinrichtungen auf der Straße mit Verkauf zum Gehweg erfolgt. Dabei sollten folgende Punkte Beachtung finden:

- Die Marktfläche sollte eine Einheit bilden. Grundsätzlich sind Ein-/Ausfahrten, Feuerwehranfahrtszonen, Halteverbotszonen und dergleichen freizuhalten.
- Sperrungen von Straßen, nur damit in Richtung Fahrbahnmitte verkauft werden kann, sind nicht möglich. Wird zum Bürgersteig hin verkauft, darf zwischen dem Verkaufsstandplatz und Bürgersteig kein Radweg oder Baumgraben liegen.

- Ein breiter Bürgersteig wird benötigt, damit genügend Raum für die Kundschaft und die Fußgänger, für Kinderwagen und für Rollstuhlfahrer geboten wird und durch die an den Verkaufsfahrzeugen angebrachten Klappen keine Behinderung entsteht.
- Der fließende Verkehr darf nicht durch einen Markt behindert werden. Es muss hinter den Verkaufsfahrzeugen/Verkaufseinrichtungen gemäß StVO mindestens eine Fahrbahnbreite von 3 Metern verbleiben.
- Fallen zu Marktzeiten Parkplätze weg, ist dies frühzeitig vor Beginn des Marktes im Marktbereich durch Halteverbotsbeschilderung auszuweisen, damit für die geänderte Nutzung des Areals die rechtliche Grundlage gebildet wird, welche zum Abschleppen oder ggf. Umsetzen von parkenden Fahrzeugen berechtigt.
- Unabhängig von der Anordnung der Verkaufsfahrzeuge bzw. Verkaufseinrichtungen muss die Oberfläche aus Gründen der Lebensmittelhygiene versiegelt oder gepflastert sein, damit Verunreinigungen leicht beseitigt werden können.
- Weiterhin ist eine Tragfähigkeit der Oberfläche von bis zu 12 Tonnen erforderlich, da viele Verkaufsfahrzeuge entsprechend den rechtlichen Anforderungen mit Kühltheken, kleinen Kühlräumen und Behältnissen für Frisch- und Abwasser ausgestattet und dementsprechend schwer sind.
- Der konkrete Standbereich der Verkaufsfahrzeuge ist, wenn möglich, frei von Hindernissen, wie Bäumen mit niedriger Aufastung, Bänken, Laternen, etc., zu halten.
- Liegt ein Marktbereich z. B. im Innenhof von Gebäuden, ist ein gebührender Abstand zu Fenstern, Eingängen und Mauern zu halten. Hier gilt richtungsweisend ein Maß von 1,5 Meter.
- Der Bereich der Zufahrt ist barrierefrei und entsprechend breit zu halten (Radius). Bäume und Sträucher im Zufahrtsbereich bilden Hindernisse.
- Da hohe Straßenkanten zu Beschädigungen an den Reifen der Verkaufsfahrzeuge bzw. Verkaufseinrichtungen führen, sollten diese entsprechend niedrig gehalten werden.

6. Bewertung

Zur Prüfung der Eignung von Flächen in der Landeshauptstadt München (öffentlich oder privat) wird der Standortvorschlag auf Konformität mit den Rahmenbedingungen zur Errichtung von Marktstandorten untersucht.

Die Bewertung umfasst vier Hauptkriterien, welche jeweils einzelne Voraussetzungen beinhalten. Um die Eignung festzustellen, sind grundsätzlich die Hauptkriterien mit den einzelnen Voraussetzungen zu prüfen (*siehe Anlage 1*).

Voraussetzungen welche mit * gekennzeichnet sind, müssen für die Etablierung eines Marktes zwingend vorhanden sein. Ist eine dieser zwingenden Voraussetzung nicht erfüllt, ist die Bewertung beendet, d.h. der Standortvorschlag ist abzulehnen. Ausgenommen davon ist Punkt 3 des Bewertungsbogens. Hierbei gilt eine positive Bewertung als Ausschlussgrund.

Die Prüfung von weiteren Eignungsmerkmalen wird nicht betrieben. Ein Vier Augen-Prinzip ist bei der Bewertung nicht erforderlich, da für die Ausschlussgründe kein Ermessensspielraum vorliegt.

Es handelt sich dabei um folgende zwingende Voraussetzungen in den Hauptkriterien:

1. Gewährung Grundsortiment:

Mindestens acht Beschickerinnen und Beschicker müssen am vorgeschlagenen Standort etabliert werden können.

2. Infrastruktur:

Die Versorgung der Verkaufsfahrzeuge/ einrichtungen mit Strom muss gewährleistet sein

3. Kundenpotential und Standortvoraussetzung:

Im näheren Umkreis dürfen sich keine weiteren Märkte befinden. Zum näheren Umkreis zählt, insbesondere in den Außenbezirken, der Bereich des Quartierszentrums, oder, je nach Größe des Quartierszentrums, für welches der Standortvorschlag erfolgt, die angrenzenden Quartierszentren (fußläufiger Bereich).

4. Räumliche Eignung

Die Fläche muss einen befestigten und leicht zu reinigenden Untergrund aufweisen.

7. Umsetzung Prüfungs- und Wertungsverfahren

Bei der Untersuchung von neuen Marktstandorten prüfen die MHM zukünftig die oben dargestellten Grundvoraussetzungen in aufgeführter Reihenfolge gemäß dem Bewertungsbogen. Ist bereits eine der Grundvoraussetzungen nicht gegeben, kann ein Markt nicht wirtschaftlich betrieben werden. Die Prüfung weiterer Eignungsmerkmale wird dann nicht weiter betrieben.

Bei Errichtung und wesentlicher Umgestaltung von Wochen- und Bauernmärkten ist die Mitwirkung einer Vielzahl von Fachbehörden der Stadtverwaltung, wie des Kreisverwaltungsreferates (Verkehrsbehörde, Branddirektion, Bezirksinspektion), des Baureferates (Hoch- und Tiefbau), des Kulturreferates, des Planungsreferates sowie der Bezirksausschüsse, erforderlich. Auch andere Fachbehörden außerhalb der Stadtverwaltung der LH München, z. B. die Polizei, sind am Verfahren zu beteiligen. Stellungnahmen aller Beteiligten zum geplanten Vorhaben sind unabdingbar und werden von den MHM im Zuge eines Anhörungsverfahrens eingeholt, wenn die dargestellten Grundvoraussetzungen gegeben sind.

Das Prüfverfahren bzw. Vorgehen zur Bewertung der Eignung von Marktstandorten ist mit den beteiligten Dienststellen und Behörden abgestimmt.

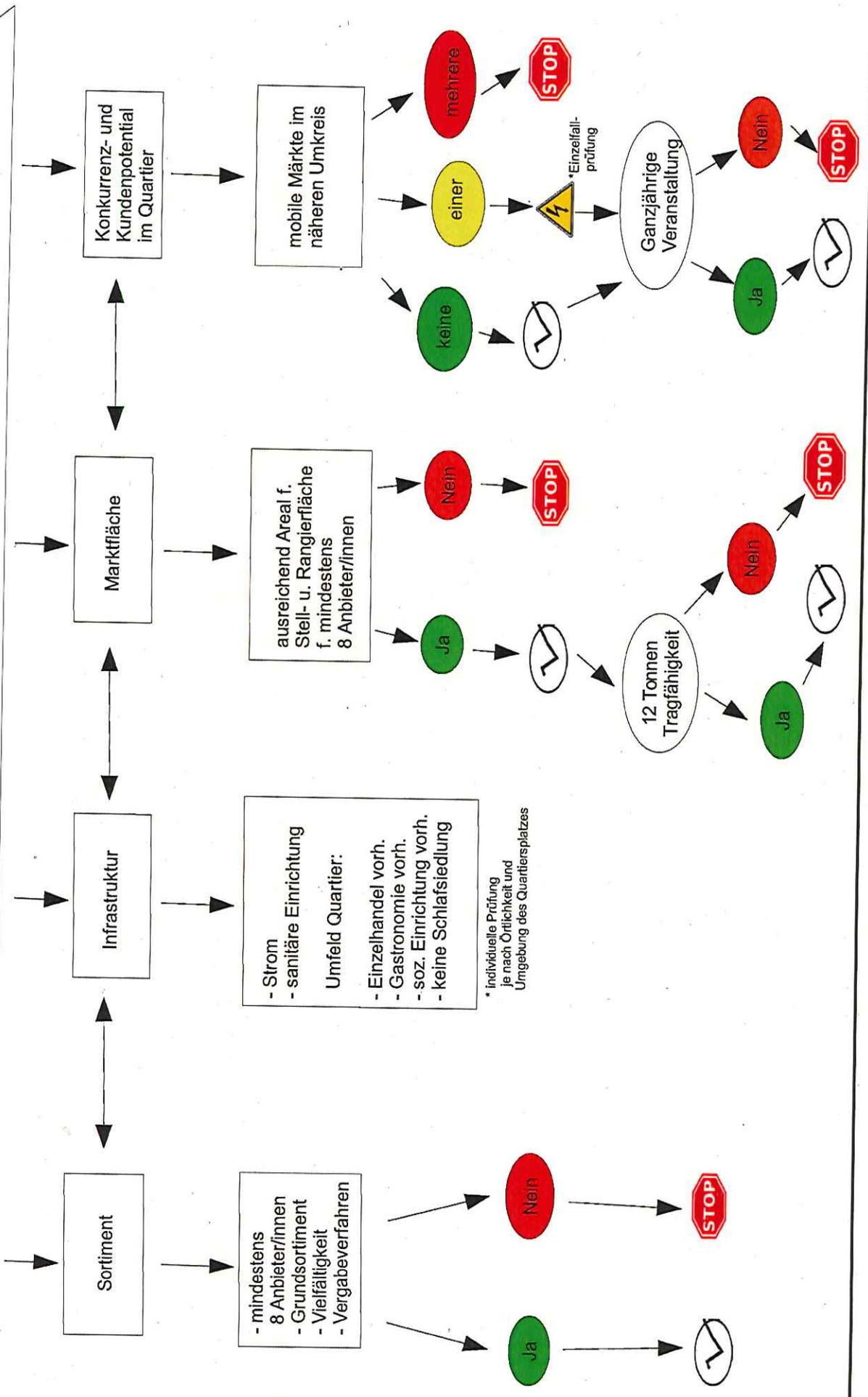
Die Regelung gilt, neben zukünftigen, auch für bereits bestehende Marktstandorte, sofern diese von einer dauerhaften Standortverlegung, z. B. wegen Rückgang der Umsatzzahlen, Baumaßnahmen etc., betroffen sind.

8. Inkrafttreten

Diese Dienstanweisung tritt am Tag der Unterzeichnung durch die/den 1. WL in Kraft und ist allen Beschäftigten der MHM zur Kenntnis zu geben.

München, 17. 11. 16

Rahmenbedingungen für die Etablierung eines tragfähigen Wochen- und/oder Bauernmarktes



* individuelle Prüfung je nach Örtlichkeit und Umgebung des Quartiersplatzes

Bewertungsbogen - Standorteignung als Marktfläche

Standort:

Bewerter:

Fläche geeignet:	Wertung
1: Gewährleistung Grundsortiment * Abdeckung Grundsortiment/Angebotsvielfalt:	weniger als 8 Anbieter
2: Infrastruktur am Standort * Stromversorgung sanitäre Einrichtung Ansiedlung Einzelhandelsläden Ansiedlung Gastronomie Ansiedlung sozialer Einrichtungen Angebote kultureller Veranstaltungen	Keine Möglichkeit Installation OVK mobile Gestellung keine vorhanden nicht vorhanden keine nicht vorhanden
3: Kundenpotential und Standortvoraussetzung * Marktstandorte im Umkreis Einwohnerstruktur nähere Umgebung Belegung/ Gewerbeansiedlung nähere Umgebung ganzjährige Veranstaltung Erreichbarkeit ÖPNV	vorhanden gemischt vorhanden kein Gewerbe eingeschränkt gegeben nicht erschlossen
4: Räumliche Eignung des Standorts Flächengröße (mit Rangierfläche) Feuerwehr und Rettungszonen * Flächenbeschaffenheit - Oberfläche Flächenbeschaffenheit - Tragfähigkeit Hindernisse auf der Fläche	ausreichend - siehe Nr. 1 Plantafel und Beschilderung vor Ort nicht befestigt unter 12 Tonnen vorhanden (Bänke, Bäume, Brunnen etc.)

Die mit * gekennzeichneten Voraussetzungen in den Hauptkriterien gelten als Ausschlussgrund, wenn die Wertung negativ ausfällt!
Ausnahme: Punkt 3 = Ausschlussgrund bei positiver Wertung
Bereits bei einem Ausschlussgrund kann kein Markt etabliert werden!