

## ÖFFENTLICHE BESCHLUSSVORLAGE

**Amt/Eigenbetrieb:**

32 Fachbereich Öffentliche Sicherheit und Ordnung

**Beteiligt:**

30 Rechtsamt

**Betreff:**

Ordnungsbehördliche Verordnung über die Regelung besonderer Öffnungszeiten im Advent für den Stadtteil Hagen - Mitte am

**Beratungsfolge:**

24.11.2021 Bezirksvertretung Hagen-Mitte

16.12.2021 Rat der Stadt Hagen

**Beschlussfassung:**

Rat der Stadt Hagen

**Beschlussvorschlag:**

Der Rat der Stadt Hagen beschließt den Erlass der Ordnungsbehördlichen Verordnung über die Regelung besonderer Öffnungszeiten im Advent für den Stadtteil Hagen-Mitte die als Anlage 1 Gegenstand der Vorlage ist.

## Kurzfassung

Die City Werbegemeinschaft beantragt einen verkaufsoffenen Sonntag im Zusammenhang mit dem Hagener Weihnachtsmarkt, der am 19.12.2021 durchgeführt werden soll.

Die Veranstalterin hat dem Antrag einen Plan (aus dem die Veranstaltungsfläche, der Bereich der freigegebenen Verkaufsfläche sowie der Versorgungsbereich ersichtlich werden), einen Lageplan der Weihnachtsmarktfäche, eine Ausführung zum Thema „Weihnachtsmärkte als Wirtschaftsfaktor“, eine Umfrage der GMA zu Weihnachtsmärkten und ein vorläufiges Veranstaltungsprogramm beigefügt.

Außerdem sind der Vorlage die Stellungnahmen der Dienstleistungsgewerkschaft ver.di, des Märkischen Arbeitgeberverbandes e. V., der Industrie- und Handelskammer zu Hagen und des Handelsverbandes Nordrhein-Westfalen Südwestfalen e. V. beigefügt.

## Begründung

Die City Werbegemeinschaft hat beantragt, die Geschäfte im Stadtteil Hagen-Mitte aus Anlass des Hagener Weihnachtsmarktes am 19.12.2021 in der Zeit von 13.00 Uhr bis 18.00 Uhr geöffnet zu halten.

Nach § 6 Abs. 1 LÖG dürfen an jährlich höchstens acht, nicht unmittelbar aufeinanderfolgenden Sonn- oder Feiertagen Verkaufsstellen im öffentlichen Interesse ab 13 Uhr bis zur Dauer von fünf Stunden geöffnet sein.

Ein öffentliches Interesse liegt nach Nr. 1 insbesondere vor, wenn die Öffnung im Zusammenhang mit örtlichen Festen, Märkten, Messen oder ähnlichen Veranstaltungen erfolgt. Eine derartige prägende Veranstaltung stellt der Hagener Weihnachtsmarkt dar.

Der Weihnachtsmarkt ist mit seinen zahlreichen Ständen und Fahrgeschäften zwischen dem Friedrich-Ebert-Platz und dem Adolf-Nassau-Platz weitestgehend ausgebucht und steht wie jedes Jahr unter dem Motto „familienfreundlich“ zu sein. Es wird wie in den vergangenen Jahren neben Bewährtem, z. B. das Riesenrad, auch neue Standangebote geben. Es handelt sich um den 54. Weihnachtsmarkt und dadurch wird schon ausgesagt, dass es sich um eine Traditionsvoranstaltung handelt.

Es wird in diesem Jahr auch wieder ein Kulturprogramm geben, dessen Fixstern auf dem Weihnachtsmarkt wie jedes Jahr die Konzertmuschel sein wird. Es wird ein abwechslungsreiches und weihnachtliches Unterhaltungsprogramm angeboten, dass auf Grund der aktuellen Pandemie an das Hygienekonzept des Hagener Weihnachtsmarktes angepasst wird. Das Bühnenprogramm wird grundsätzlich stark reduziert und den aktuellen Hygiene- und Abstandsregelungen angepasst. Beim Programm wird darauf geachtet, dass keine Menschenansammlungen entstehen.

Weihnachtsmärkte sind wegen ihrer zeitlichen und thematischen Einmaligkeit gerade an Wochenenden gut besucht und damit grundsätzlich geeignet, hauptsächlicher Grund für den Aufenthalt von Besuchern zu sein.

Im Jahr 2015 wurde auf dem Weihnachtsmarkt zuletzt eine Besucherumfrage durchgeführt, die zum Ergebnis hatte, dass 27 % der Befragten nicht aus Hagen kamen, so dass durchaus davon ausgegangen werden kann, dass ein nicht geringer Anteil der Besucher nicht aus Hagen, sondern aus dem Umland kommt. Der Hagener Weihnachtsmarkt zieht somit einen hohen Besucherstrom aus dem Hagener Umland an.

Als Hauptgrund für den Besuch des Weihnachtsmarktes in der Innenstadt wird von 43 % der Befragten das Treffen von Freunden in Verbindung mit Bummeln und Vergnügen angegeben. Während frühere Befragungen ergaben, dass zwischen 60 und 70 % der Befragten die Innenstädte zum Einkaufen besuchen, geben jetzt 37 % Einkäufe bzw. Weihnachtseinkäufe als Grund für den Besuch der Innenstadt und des Weihnachtsmarktes an.

Die Befragungen aus dem Jahr 2015 stützt die Annahme, dass die hohe Besucheranzahl ohne die Ladenöffnung am Sonntag ebenfalls gegeben wäre. Dies wird ebenfalls belegt durch die große Anzahl der Besucher, die in den letzten Jahren den Weihnachtsmarkt auch an den Adventssonntagen besucht haben, was insbesondere durch eine hohe Auslastung der Parkhäuser in der Innenstadt deutlich wird. Sofern die Pandemie es zulässt, wird die Antragstellerin in diesem Jahr eine erneute Besucherbefragung durchführen. Grundsätzlich ist die gesetzliche Forderung, dass der Weihnachtsmarkt im Vordergrund stehen muss, erfüllt.

Grundsätzlich erwartet der Veranstalter ca. 10.000 Besucher am Tag auf dem Hagener Weihnachtsmarkt. Diese Prognose stützt sich nach Einschätzung der Antragstellerin auf die Tatsache, dass es auf Grund der Corona-Pandemie lange Zeit keine Veranstaltungen und Weihnachtsmärkte gab und daher in diesem Jahr ein gesteigertes Interesse am Besuch des Weihnachtsmarktes zu erwarten sei.

Ein enger räumlicher Bezug zwischen der Veranstaltung und den geöffneten Geschäften ist gegeben, da sich die teilnehmenden Geschäfte in direkter Umgebung des Weihnachtsmarktes befinden und somit eine direkte Verbindung bzw. der räumliche Bezug entsteht. Um den räumlichen Bezug deutlicher herauszustellen, wurde der Einzugsbereich der möglichen Verkaufsstellen entsprechend an die Veranstaltungsfläche angepasst. Die vorgenommene Reduzierung der Verkaufsfläche weist darauf hin, dass der Bereich der Ladenöffnung nur auf den Bereich begrenzt ist, in dem die Veranstaltung eine prägende Wirkung hat.

Aufgrund der Vermutungsregel des § 6 Abs. 1 S. 3 LÖG wird das Vorliegen eines Zusammenhangs vermutet, wenn die Ladenöffnung in räumlicher Nähe zur örtlichen Veranstaltung sowie am selben Tag erfolgt. Somit ist das öffentliche Interesse an der ausnahmsweisen Durchführung eines verkaufsoffenen Sonntags aus Anlass des Hagener Weihnachtsmarktes vorliegend gegeben.

Der Antrag einschließlich der Anlagen sowie die Stellungnahmen der zu beteiligenden Stellen sind als Anlagen 2. bis 8.4. beigefügt.

Der Einzugsbereich der Verkaufsstellen umfasst folgendes Gebiet:

Elberfelder Straße (von Konkordiastraße bis Marienstraße), Spinngasse, Goldbergstraße, Marienstraße, Karl-Marx-Straße, Kampstraße, Hohenzollernstraße, Mittelstraße, Dahlenkampstraße und Friedrich-Ebert-Platz

Die durch einen Runderlass des Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen vorgegebenen Eckpunkte als regelmäßige Voraussetzung für eine zulässige Sonntagsöffnung sind erfüllt.

In den mittelständischen Betrieben wird die Verlängerung der Öffnungszeiten durch die Inhaber und Familienangehörigen aufgefangen. Soweit Mitarbeiter beschäftigt werden, erfolgt die Teilnahme auf freiwilliger Basis. Bei Betrieben, in denen die Mitbestimmungsregelungen gelten, müssen Vereinbarungen mit den Betriebsräten über Ausgleichsmaßnahmen erfolgen.

Grundsätzlich ist das Schutzbedürfnis der Angestellten im Einzelhandel auf eine ungestörte Wochenendruhe abzuwegen mit dem dringenden Bedürfnis zur Versorgung der Besucher. Danach ist festzustellen, dass nach Abwägung aller Kriterien der Attraktivitätssteigerung des Stadtteils Hagen-Mitte Vorrang vor dem Schutzbedürfnis einer geringen Zahl von Beschäftigten im Einzelhandel einzuräumen ist.

Die Industrie- und Handelskammer zu Hagen, der Handelsverband NRW Südwestfalen e. V., der Märkische Arbeitgeberverband, der Gemeindeverband Katholischer Kirchen, der Evangelische Kirchenkreis Hagen, die Handwerkskammer Dortmund und die Dienstleistungsgewerkschaft ver.di sind gemäß § 6 Abs. 5 LÖG angehört worden. Die Stellungnahmen sind als Anlagen 8.1. bis 8.4. beigefügt.

Der nordrhein-westfälische Landtag hat am 21.03.2018 das Gesetz zum Abbau unnötiger und belastender Vorschriften im Land Nordrhein-Westfalen – Entfesselungspaket I - beschlossen und damit auch das Ladenöffnungsgesetz NRW – LÖG NRW geändert. Das Gesetz ist am 29.03.2018 in Kraft getreten.

Das neugefasste LÖG NRW regelt die Zulässigkeit von Ladenöffnungen an Sonn- und Feiertagen neu. Ziel der Neuregelung war es, bestehende Rechtsunsicherheiten bei der Festsetzung verkaufsoffener Sonn- und Feiertage zu beseitigen und für die Kommunen eine rechtssichere Möglichkeit zu schaffen, eine ausnahmsweise Ladenöffnung an Sonn- und Feiertagen zu genehmigen.

Zu diesem Zweck hat der Gesetzgeber die Anzahl der zulässigen Ladenöffnungen an Sonn- und Feiertagen zukünftig auf acht (vorher vier) beschränkt.

Hierzu sind folgende Regelungen getroffen worden:

- Die Gemeinden können durch die Verordnung eine Ladenöffnung an jährlich bis zu acht Sonn- und Feiertagen gestatten. Die Festsetzung kann dabei für das gesamte Gemeindegebiet oder bestimmte Bezirke bzw. Ortsteile erfolgen. Dabei dürfen innerhalb der Gemeinde nicht mehr als 16 Sonn- und Feiertage je Kalenderjahr freigeben werden.
- Die Freigabe darf ab 13.00 Uhr und auch dann nur für einen Zeitraum von bis zu fünf Stunden erfolgen.
- Die Freigabe ist bei Freigabe für das gesamte Gemeindegebiet höchsten an einem Adventsonntag zulässig. Erfolgt eine beschränkte Freigabe z. B. auf Bezirke dürfen nicht mehr als zwei Adventsonntage je Gemeinde freigegeben werden. Der 1. und 2. Weihnachtstag, Ostersonntag, Pfingstsonntag, die stillen Feiertage im Sinne des Feiertagsgesetzes NRW, der 01.05, der 03.10 und der 24.12, wenn dieser auf einen Sonntag fällt, sind ausgenommen.

Neben diesen Änderungen hat der Landesgesetzgeber auch die Sachgründe neugefasst, die vorliegen müssen, damit eine Ladenöffnung an Sonn- und Feiertagen zugelassen werden kann. Dabei hat er sich von folgenden Erwägungen leiten lassen:

Das Bundesverfassungsgericht hat in seiner Rechtsprechung (Urteil vom 01.12.2009 - 1 BvR 2857/07, BvR 2858/07, Rn. 152, 156, juris) betont, dass der Landesgesetzgeber verfassungsrechtlich zum Schutz der Sonn- und Feiertage verpflichtet ist.

Dabei muss er beachten, dass die Erwerbstätigkeit in der Regel an Sonn- und Feiertagen ruhen muss; es gilt ein Regel-Ausnahme-Verhältnis. Ausnahmen zum Schutz der Sonn- und Feiertagsruhe sind jedoch zum Schutz höherer, gleichwertiger oder sonstiger gewichtiger Rechtsgüter möglich, solange der Gesetzgeber die Mindestanforderungen an den Sonn- und Feiertagsschutz gewährleistet.

Die grundlegende Neuerung des § 6 Abs. 1 LÖG NRW besteht darin, dass eine Ladenöffnung an Sonn- und Feiertagen zukünftig nicht mehr ausschließlich von einem Anlassbezug abhängig ist. Der Gesetzgeber lässt eine Ladenöffnung an Sonn- und Feiertagen zukünftig vielmehr zu, wenn hierfür ein öffentliches Interesse besteht. Die Sachgründe, die ein öffentliches Interesse darstellen können, hat der Gesetzgeber dabei in § 6 Abs. 1 Nr. 1 bis 5 LÖG NRW beispielhaft näher definiert. Eine solche Regelung entspricht der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts.

Aufgabe der Gemeinde ist es, im Rahmen des Erlasses einer Verordnung zur Zulassung von Ladenöffnungen an Sonn- und Feiertagen das Vorliegen eines öffentlichen Interesses zu prüfen. In diesem Zusammenhang müssen sie insbesondere darlegen und begründen, warum im Einzelfall ein öffentliches Interesse auf Grund eines oder mehrerer der in § 6 Abs. 1 S. 2 Nr. 1 bis 5 LÖG NRW benannten Sachgründe vorliegt. Hierzu ist nach der Rechtsprechung des VG Aachen eine konkrete und einzelfallbezogene Prüfung durch Rat und Verwaltung erforderlich. Es muss für das Gericht nachvollziehbar dargestellt werden, warum gerade an diesem Sonntag ein öffentliches Interesse vorliegt so dass die grundsätzliche



Arbeitsruhe am Sonntag hier ausnahmsweise in der Abwägung weniger schützenswert ist. Allgemeine Erwägungen zum Umsatzinteresse des örtlichen Handels bzw. zur allgemeinen Lage des Handels dürfen dabei ebenso keine Rolle spielen wie das allgemeine Einkaufsinteresse der Kundschaft, da diese Erwägungen an jedem Sonntag gelten. In der Regel dürfte es daher mit größeren Aufwänden verbunden sein, ein solches ausnahmsweise Vorliegen des übergeordneten öffentlichen Interesses ohne Anlassbezug zu begründen.

Auch nach der neuen Rechtslage ist aber auch eine anlassbezogene Sonntagsöffnung weiterhin möglich. Hieran sind ebenfalls strenge gerichtliche Voraussetzungen nach dem Regel-Ausnahme-Prinzip geknüpft. Insbesondere ist es erforderlich, die Bedeutung des Anlasses für die Stadt zu hinterfragen. Nur wirklich prägende Veranstaltungen sind diesbezüglich geeignet. Nähere Ausführungen dazu lassen sich dem Beschluss des VG Aachen sowie der Entscheidung des Oberverwaltungsgericht Nordrhein-Westfalen vom 07.12.2017, Az.: 4 B 1538/17 zum Düsseldorfer Weihnachtsmarkt entnehmen. In jedem Fall ist auch beim Anlassbezug durch Rat und Verwaltung die oben beschriebene Abwägung zwischen dem Interesse an einer Durchführung und der grundgesetzlich geschützten Sonntagsruhe vorzunehmen. Es muss klar werden, dass Hintergrund immer das Regel-Ausnahme-Prinzip sein muss. Verkaufsoffene Sonntage sind möglich. Sie müssen aber gut begründet sein, es muss deutlich werden, dass es sich bei gerade diesem Sonntag um eine Ausnahme und bedeutende Besonderheit handelt.

Die örtliche Ordnungsbehörde muss im Einzelfall prüfen, ob einer oder mehrere der im § 6 Abs. 1 Ladenöffnungsgesetz (LÖG) genannten Sachgründe vorliegt und somit im konkreten Einzelfall die sonntägliche Ladenöffnung gerechtfertigt ist.

**Sachgrund:** Zusammenhang mit örtlichen Festen, Märkten, Messen oder ähnlichen Veranstaltungen (§ 6 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 LÖG)

Die Veranstaltung des Weihnachtsmarktes findet auf dem Friedrich-Ebert-Platz, der Hohenzollernstraße, der Elberfelder Straße, dem Volkspark und dem Adolf-Nassau-Platz statt. Die Verkaufsstellen, die geöffnet werden sollen, befinden sich in der Elberfelder Straße (von Konkordiastraße bis Marienstraße), Spinnasse, Goldbergstraße, Marienstraße, Karl-Marx-Straße, Kampstraße, Hohenzollernstraße, Mittelstraße, Dahlenkampstraße und Friedrich-Ebert-Platz und somit in unmittelbarer Nähe zu dem Veranstaltungsort bzw. der Veranstaltungsfläche.

Ein zeitlicher Zusammenhang ist ebenfalls gegeben. Der Weihnachtsmarkt wird vom 18.11.2021 bis 31.12.2021 und der verkaufsoffene Sonntag soll am 19.12.2021 in der Zeit von 13.00 Uhr bis 18.00 Uhr stattfinden, somit soll eine Ladenöffnung gesetzeskonform für die Dauer von fünf Stunden an einem von vier möglichen Sonntagen - Totensonntag als Stiller Feiertag bleibt unberücksichtigt - während des Weihnachtsmarktes erfolgen. Ein räumlicher und zeitlicher Zusammenhang zwischen der Veranstaltung des Weihnachtsmarktes und der Ladenöffnung ist somit zu bestätigen und das öffentliche Interesse nachgewiesen.

**Sachgrund:** Erhalt, Stärkung oder Entwicklung eines vielfältigen stationären Einzelhandelsangebotes dienen (§ 6 Abs. 1 Satz 2 Nr. 2 LÖG)

Mit der Ladenöffnung soll das gesamtstädtische Ziel der Innenstadtstärkung verfolgt werden.

Weil sich Kundenprofile und Einkaufsgewohnheiten ändern und neue Konkurrenzen auch im Internet entstanden sind, haben insbesondere Stadtteilzentren mit zunehmenden Leerständen zu kämpfen. Der Einzelhandel übernimmt nicht nur die Versorgung der Bevölkerung, sondern ist auch maßgeblicher Wirtschaftsfaktor einer Stadt.

Seit 2015 verfügt die Stadt Hagen über ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept und somit über eine umfassende Grundlage für die strategische Beurteilung und Steuerung des Einzelhandels im Stadtgebiet.

Insgesamt wurden in der Hagener Innenstadt 21 leerstehende Ladenlokale erfasst. Durch die Leerstände wird das Umfeld optisch in Mitleidenschaft gezogen und sind daher nicht allein ein Problem der Immobilieneigentümer. Oberste Priorität sollte es daher sein, bestehende Leerstände abzubauen. Da die Leerstände überwiegend in den Randlagen der Innenstadt liegen, zeigt sich der Rückzug des Handels in diesen Bereichen sehr deutlich. Der anhaltende Qualitätsverlust des Einzelhandels zwischen den Standortbereichen Schwenke und Theaterplatz ist langfristig kaum aufzuhalten. Dieser Bereich übernimmt die Funktion eines Ergänzungsbereiches, in dem verstärkt kundenorientierte Dienstleistungsunternehmen angesiedelt werden können.

„Das stadtentwicklungsrechtliche Ziel sollte es sein, der Innenstadt hinreichend Gestaltungsspielraum zu verschaffen, um im Wettbewerb mit den nichtintegrierten Lagen bestehen zu können. Die eindeutige Orientierung des zentralrelevanten Einzelhandels auf integrierte Lagen innerhalb zentraler Versorgungsbereiche und insbesondere die Innenstadt sollte in Zukunft verstärkt das Leitmotiv der Einzelhandelsentwicklung in Hagen sein.“

(Quelle: CIMA, Seite 38)

Der verkaufsoffene Sonntag ist damit in ein gemeindliches Konzept eingebunden.

Der Weihnachtsmarkt ist eine über die Stadtgrenzen hinaus bekannte attraktive Veranstaltung, die geeignet ist, die Innenstadt Hagen zu beleben und somit den Einzelhandel zu stärken.

**Sachgrund:** Erhalt, Stärkung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche dienen (§ 6 Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 LÖG) und Belebung der Innenstädte, Ortskerne, Stadt- oder Ortsteilzentren dienen (§ 6 Abs. 1 Satz 2 Nr. 4 LÖG)

„Die Innenstadt genießt Entwicklungsriorität. Großflächiger Einzelhandel mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollte ausschließlich innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt als Hauptzentrum und in den als Nebenzentren



ausgewiesenen Zentralen Versorgungsbereichen Boele, Eilpe, Haspe-Zentrum und Hohenlimburg etabliert werden. Die Ansiedlung weiterer Fachgeschäfte und Filialbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten sollte sich an den zentralen Versorgungsbereichen orientieren. Der Entwicklung nicht integrierter Standortagglomerationen sollte entgegengewirkt werden. Damit wird auch dem Ziel 8 des sachlichen Teilplanes großflächiger Einzelhandel zum LEP NRW Rechnung getragen.“ (Quelle: CIMA, Seite 152, Grundsatz)

Der verkaufsoffene Sonntag zum Weihnachtsmarkt am 19.12.2021 ist ein Instrument, um dieses Angebot zu präsentieren und zu bewerben. Die Besucher werden so auf die vielfältigen und besonderen Angebote aufmerksam und können bei Bedarf darauf zurückkommen.

„Innenstädte sind traditionell Orte des Handels. Eine Vielfalt an Geschäften trägt zur Lebendigkeit der Zentren bei. Dabei ist das Beständige am Handel der Wandel. Der Strukturwandel um Einzelhandel drückt sich in einer starken Unternehmens- und Umsatzkonzentration sowie einer enormen Flächenexpansion aus. Der Handel ist und bleibt die Leitfunktion für die Innenstadt. Die Krise der Kauf- und Warenhäuser macht den Zusammenhang zwischen Innenstadt, Einzelhandel und Stadtentwicklung deutlich. Veränderte ökonomische Rahmenbedingungen und ein zu großes Flächenangebot im städtischen Umland gefährden den innerstädtischen Einzelhandel und damit die ökonomische Grundlage der Zentren.“ (Weißbuch Innenstadt – Starke Zentren für unsere Städte und Gemeinden, Seite 18)

In Hagen gibt es außerhalb der Innenstadt inzwischen mehrere Zentren, in denen der Kunde über den Grundbedarf an Lebensmittel hinaus mit Waren versorgt werden kann. „Der Internethandel schafft zusätzliche Konkurrenz zum Einkauf in der Innenstadt. Der Erlebniskauf wird für Innenstädte zunehmend bedeutend. Die Geschäfte laufen nur gut, wenn die Einkaufsatmosphäre insgesamt stimmig ist.“ (Weißbuch, Seite 19)

Wie von der Antragstellerin erläutert, wird durch den verkaufsoffenen Sonntag in der Fußgängerzone der Hagener Innenstadt für die Kunden, die sonst auf andere Einkaufsmöglichkeiten zurückgreifen, ein Anreiz geschaffen, ins Hagener Zentrum zu kommen. Besucher können hier im Hinblick auf die Vielfalt des Angebotes in einer attraktiven Umgebung positive Erfahrungen machen. Diese können dazu führen, dass die Besucher auch außerhalb der verkaufsoffenen Sonntage auf die Einzelhandelsangebote in der Hagener Innenstadt zurückzukommen.

Räumlich erstreckt sich die Veranstaltung auf den Friedrich-Ebert-Platz, Elberfelder Straße, Adolf-Nassau-Platz, Volkspark und Hohenzollernstraße. Mit den genannten Straßen und Plätzen bespielt die Veranstaltung das Zentrum des zentralen Versorgungsbereiches und lockt damit die Besucher in diesen Bereich (Anlage 3).

Somit wirkt sich der verkaufsoffene Sonntag über diesen Tag hinaus auf die Belebung der Innenstadt aus. Belebte Innenstädte sind auch als Wohnstandort attraktiv. Wohnumfeld und Handel können dadurch gestärkt werden. Durch die Attraktivitätssteigerung des Standortes entsteht eine positive Wirkung auf die



Leerstandquote. Geringe Leerstände beugen der Verödung des Stadtteils vor und wirken sich damit wiederum positiv auf die Belebung aus.

Die Citygemeinschaft hat sich zum Ziel gesetzt, durch Veranstaltungen mit Kooperationspartnern aus Handel und Dienstleistungen die Innenstadt attraktiver und lebendiger zu gestalten und somit auch Kunden von außerhalb Hagens anzulocken.

**Sachgrund:** Überörtliche Sichtbarkeit der jeweiligen Kommune als attraktiver und lebenswerter Standort insbesondere für den Tourismus und die Freizeitgestaltung, als Wohn- und Gewerbestandort sowie Standort von kulturellen und sportlichen Einrichtungen steigern (§ 6 Abs. 1 Satz 2 Nr. 5 LÖG)

Die zentralen Einkaufsbereiche stehen überall seit vielen Jahren unter Druck.

Bereits seit den 70er Jahren wurde die grüne Wiese immer mehr zum Wettbewerber der Innenstadt. Dort konnten die Einzelhändler durch die Einführung der Selbstbedienung teures Personal durch mehr preiswerte Flächen ersetzen und der Individualisierung der Gesellschaft durch ein größeres, differenzierteres Warenangebot Rechnung tragen. Und die Kunden, zunehmend motorisiert, bevorzugten autogerechte Standorte. Discounter gewannen immer stärker an Bedeutung und deckten in den Nebensortimenten verstärkt auch innenstadtrelevante Sortimente ab.

Der Verkauf von innenstadtrelevanten Sortimenten wanderte aber nicht nur auf die grüne Wiese ab, sondern sein Anteil an den Konsumausgaben nahm auch insgesamt ab, weil sich die Gesellschaft gewandelt hat. So nimmt der Anteil der 1- bis 2-Personenhaushalte zu und diese Haushalte geben mehr für ihre Wohnung, aber weniger im Einzelhandel aus. Auch ältere Menschen, deren Anteil an der Bevölkerung immer weiter steigt, geben einen geringeren Teil ihrer Renten im Einzelhandel aus als jüngere Menschen. Weniger für Ausgaben im Einzelhandel steht zudem allen Menschen zur Verfügung, weil die Preise für Mietnebenkosten wie Strom, Gas, Abfall usw. überproportional gestiegen sind. Zuletzt haben die Ausgaben für innenstadtrelevante Sortimente wie Textilien und Haushaltsgeräte auch deshalb stagniert, weil es bei diesen Sortimenten Sättigungstendenzen gibt. Hingegen haben die Ausgaben für Mobilität, Kommunikation, Freizeit, Urlaub, Altersvorsorge und Gesundheit an Bedeutung gewonnen. Somit kommen diese Ausgaben der Innenstadt und damit dem Einzelhandel nicht mehr zugute.

Der Internethandel verschärft den Wettbewerb für den innerstädtischen Einzelhandel weiter. So beträgt der Anteil am Gesamtumsatz mittlerweile fast 10 % und der Anteil wird mit zweistelligen Wachstumsraten des Onlinehandels weiterhin steigen. Wurden 2015 noch 77 % des Wachstums im Einzelhandel durch den stationären Einzelhandel erzielt, wurden 2017 bereits 94 % des Wachstums durch den Onlinehandel erwirtschaftet.

Die Stadt Hagen und die HAGEN.AGENTUR sowie ihre Mitstreiter unternehmen erhebliche Anstrengungen, um:

- ein vielfältiges Einzelhandelsangebot zu erhalten und zu stärken,
- den zentralen Versorgungsbereich zu stärken,
- die Hagener Innenstadt zu beleben und
- die überörtliche Sichtbarkeit der Stadt Hagen zu steigern.

Neben Maßnahmen, die die Aufenthaltsqualität steigern, bestehen diese Anstrengungen im Wesentlichen in der Organisation von Veranstaltungen, z. B. Hagen Karibisch, Marktschreier Tage u. ä.. Viele Veranstaltungen dienen allein der Belebung der Innenstadt und der überörtlichen Sichtbarkeit und nicht dem Einzelhandel. So finden diese Veranstaltungen vorwiegend am Wochenende und in den Abendstunden statt, wenn der Einzelhandel geschlossen hat und kein verkaufsoffener Sonntag durchgeführt werden soll.

Insgesamt werden nur für zwei Veranstaltungen in der Hagener Innenstadt ein verkaufsoffener Sonntag beabsichtigt, die dazu dienen, das vielfältige Einzelhandelsangebot sowie den zentralen Versorgungsbereich zu stärken. Diese Veranstaltungen wären „Hagen blüht auf“ und der Weihnachtsmarkt.

Beide Veranstaltungen haben eine lange Tradition und es gelingt ihnen, in großem Umfang Besucher in die Hagener Innenstadt zu ziehen und dies kommt letztlich auch dem Einzelhandel zugute. An den Wochenenden des Weihnachtsmarktes werden hohe Besucherzahlen erwartet, die in erster Linie die Veranstaltung mit den attraktiven Programmpunkten besuchen. Da für den Weihnachtsmarkt bisher keine konkreten Zählungen der Besucher durchgeführt wurden, können keine genaueren Angaben zu den Besucherzahlen angegeben werden.

Die Veranstalterin bietet an, sofern es die aktuelle Pandemielage zulässt, eine Zählung am Tag des verkaufsoffenen Sonntags durchzuführen.

Die Veranstaltung steht jedoch deutlich im Vordergrund, sie ist der Grund, warum die Menschen in die Innenstadt kommen. Als Synergieeffekt wird durch die Besucher der Veranstaltung die Frequenz und damit das Potential des Einzelhandels gesteigert.

Die Veranstaltung findet im Zentrum des zentralen Versorgungsbereichs statt. Die Erlaubnis zur Ladenöffnung beschränkt sich auf diesen zentralen Versorgungsbereich, verschafft diesem dadurch einen Wettbewerbsvorteil und trägt so zur Stärkung dieses Bereiches und eines vielfältigen Einzelhandelsangebotes bei.

### Fazit:

Die Verwaltung ist der Auffassung, dass bereits jeder der dargestellten Sachgründe für sich allein so wichtig ist, dass ausnahmsweise die Ladenöffnung gegenüber der Sonntagsruhe gerechtfertigt ist. Da aber für einen verkaufsoffenen Sonntag am 19.12.2021 mehrere Sachgründe vorliegen, ist von einem gesteigerten öffentlichen Interesse an der Ladenöffnung auszugehen.

### **Wertung der Stellungnahmen:**

Der Handelsverband Nordrhein-Westfalen plädiert ausdrücklich dafür, den Antrag für den verkaufsoffenen Sonntag positiv zu bescheiden, da dies ausdrücklich ein Bekenntnis der Stadt Hagen als Oberzentrum zum regionalen Wettbewerb und so auch für den Einzelhandel und die Stärkung des örtlichen Einzelhandels ist. Es bestehen von Seiten des Handelsverbandes keine Bedenken hinsichtlich der ausnahmsweisen Ladenöffnung.

Der Märkische Arbeitgeberverband erklärt ebenfalls keine Einwände gegen die geplante Ladenöffnung zu haben.

Auch die Südwestfälische Industrie- und Handelskammer zu Hagen hat keine Bedenken gegen die geplante Ladenöffnung. Sie sieht den räumlichen und zeitlichen Zusammenhang zwischen der Veranstaltung und den Geschäften, die geöffnet werden sollen. Außerdem sieht die SIHK die Sachgründe 1, 2, 3 und 5 die das LÖG vorgibt als erfüllt an, so dass ein öffentliches Interesse an der Ausnahme zum Sonn- und Feiertagsgesetz als gerechtfertigt angesehen wird.

Die Dienstleistungsgewerkschaft ver.di teilt in ihrer Stellungnahme mit, dass die anlassstiftende Veranstaltung „Weihnachtsmarkt“ und die detaillierte Veranstaltungsbeschreibung den Sachgründen des § 6 LÖG NRW entspricht. Außerdem sei der räumliche Zusammenhang zwischen der Veranstaltung und beabsichtigten Freigabe von Verkaufsstellen gegeben und sie mit der Rechtsprechung zum räumlichen Zusammenhang konform. Die auf der vorgetragenen Anhörung basierenden Ordnungsbehördlichen Verordnung zur Freigabe der Sonntagsöffnung dürfte nach Auffassung von ver.di rechtlich nicht zu beanstanden sein. Gleichwohl ist ver.di der Überzeugung, dass die Veranstaltung auch ohne Öffnung der Läden am Sonntag stattfinden könnte. Die Geschäftigkeit sei an Sonntagen keine andere als an Werktagen und das LÖG NRW bietet inzwischen eine Ladenöffnung werktags von 24 Stunden. Dies bedeutet für die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer bereits lange Öffnungs- und Arbeitszeiten, so dass es neben den ethischen und religiösen auch aus diesem Grund des arbeitsfreien Sonntages bedarf. Ver.di lehnt die Sonntagsöffnung ab.

Die anderen beteiligten Institutionen haben bis zur Erstellung der Vorlage keine Stellungnahme abgegeben.

Die Einwendungen gegen den verkaufsoffenen Sonntag nimmt die Verwaltung ernst. Sie hat sie geprüft und mit ihren Zielen, die sie mit der Ladenöffnung am 19.12.2021 verfolgt, abgewogen. Die dargestellten Ziele der Ladenöffnung, also insbesondere den Erhalt und die Stärkung des innerstädtischen Einzelhandels und des zentralen innerstädtischen Versorgungsbereichs, die Belebung der Innenstadt über die Veranstaltung „Weihnachtsmarkt“ hinaus und die Attraktivierung der Innenstadt als Freizeit- und Aufenthaltsörtlichkeit - mit den betroffenen Grundrechten der Einwohner und Gäste aus Art. 2 Grundgesetz und der Gewerbetreibenden aus Art. 12 Grundgesetz, hält die Verwaltung für so wichtig, dass die Ladenöffnung am 19.12.2021 ausnahmsweise gerechtfertigt ist.

Die Verwaltung hat den für die Ladenöffnung zulässigen Bereich eng gefasst. Der fragliche Bereich ist in § 2 der Ordnungsbehördlichen Verordnung (Anlage 1) genau benannt. Verkaufsstellen darüber hinaus, die sicher ebenfalls ein Interesse an einer Öffnung am Sonntag hätten, bleiben zur Wahrung des Regel-Ausnahme-Verhältnisses von der Öffnung ausgenommen.

Die überörtliche Anziehung des Standortes Hagen Innenstadt bei Veranstaltungen ist bereits grundsätzlich gegeben.

Die Stadt Hagen präsentiert sich außerdem als attraktive und lebenswerte Stadt im Bereich Tourismus, Kultur und Sport, z. B. durch die ortsansässigen Museen mit wechselnden Ausstellungen oder Führungen, das Freilichtmuseum einschließlich dort stattfindender Veranstaltungen, die Stadthalle mit aktuellen Veranstaltungen, verschiedenen Sportveranstaltungen und Sportarten auf unterschiedlichen Leistungsebenen mit hohem Zuspruch.

Aus den oben aufgeführten Erläuterungen zu den Sachgründen ergibt sich, dass sich die Verwaltung Klarheit über Charakter, Größe und Zuschnitt der Veranstaltung verschafft hat und als Ergebnis der Ermessensentscheidung der Verkaufsoffnung den Vorrang vor der Sonntagsruhe eingeräumt hat.

Zur Durchführung des verkaufsoffenen Sonntages gemäß § 6 Abs. 4 LÖG kann die Ordnungsbehördliche Verordnung über die Regelung besonderer Öffnungszeiten am Sonntag, 19.12.2021 für den Stadtteil Hagen - Mitte beschlossen werden. Es wird daher gebeten, die als Anlage 1 beigelegte Ordnungsbehördliche Verordnung zu beschließen.

### **Inklusion von Menschen mit Behinderung**

Belange von Menschen mit Behinderung

sind nicht betroffen

### **Auswirkungen auf den Klimaschutz und die Klimafolgenanpassung**

keine Auswirkungen (o)

### **Finanzielle Auswirkungen**

Es entstehen weder finanzielle noch personelle Auswirkungen.

gez.

Erik O. Schulz  
Oberbürgermeister

gez.

Sebastian Arlt  
Beigeordneter

## Verfügung / Unterschriften

### Veröffentlichung

Ja

Nein, gesperrt bis einschließlich \_\_\_\_\_

**Oberbürgermeister**

**Gesehen:**

**Erster Beigeordneter  
und Stadtkämmerer**

**Amt/Eigenbetrieb:**

32

30

**Stadtsyndikus**

1

**Beigeordnete/r**

**Die Betriebsleitung  
Gegenzeichen:**

**Beschlussausfertigungen sind zu übersenden an:**

**Amt/Eigenbetrieb:** **Anzahl:**

32

---

---

---

---

---

---

---

---

---

1

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Anlage 1

Aufgrund des § 6 Abs. 1 und 4 des Gesetz zur Regelung der Ladenöffnungszeiten (Ladenöffnungsgesetz - LÖG NRW) vom 16. November 2006 zuletzt geändert durch § 14 umbenannt in § 13 und dabei geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 22. März 2018 (GV. NRW. S. 172), in Verbindung mit § 1 Verordnung zur Regelung von Zuständigkeiten auf dem Gebiet des Arbeits- und technischen Gefahrenschutzes (ZustVO ArbtG) und der Verordnung zur Änderung der Verordnung zur Regelung von Zuständigkeiten auf dem Gebiet des technischen Umweltschutzes vom 27. November 2012 (GV. NRW. S. 622), zuletzt geändert durch VO vom 05. Juli 2016 (GV. NRW. S. 516), und der §§ 1, 27 und 30 des Gesetzes über Aufbau und Befugnisse der Ordnungsbehörden (Ordnungsbehördengesetz - OBG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 13. Mai 1980 (GV. NRW. S. 528), zuletzt geändert durch Artikel 7 des Gesetzes vom 23. Juni 2021 (GV. NRW. S. 762), wird von der Stadt Hagen als örtliche Ordnungsbehörde gemäß Beschluss des Rates der Stadt Hagen vom ..... folgende Ordnungsbehördliche Verordnung erlassen:

### § 1

(1) Verkaufsstellen im Stadtteil Hagen - Mitte dürfen am Sonntag, 19.12.2021 in der Zeit von 13.00 Uhr bis 18.00 Uhr geöffnet sein.

### § 2

Der Bereich des Stadtteils Hagen - Mitte umfasst folgendes Gebiet:

Elberfelder Straße (von Konkordiastraße bis Marienstraße), Spinnngasse, Goldbergstraße, Marienstraße, Karl - Marx - Straße, Kampstraße, Hohenzollernstraße, Mittelstraße, Dahlenkampstraße und Friedrich - Ebert - Platz.

### § 3

(1) Ordnungswidrig handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig im Rahmen der §§ 1 und 2 Verkaufsstellen außerhalb der dort zugelassenen Geschäftszeiten offenhält.

(2) Die Ordnungswidrigkeit kann nach § 12 des Ladenöffnungsgesetzes mit einer Geldbuße bis zu fünftausend Euro geahndet werden.

### § 4

Diese Verordnung tritt eine Woche nach ihrer Verkündung in Kraft.

## Anlage 2



### Antrag

#### Ladenöffnung am Sonntag, den 19.12.2021

- **Anlass: Hagener Weihnachtsmarkt 2021**
- **Zeitraum Hagener Weihnachtsmarkt: 18.11.2021-30.12.2021**
- **Öffnungszeiten:**
  - Mo-Do 11.00-20.30 Uhr**
  - Freitag & Samstag 11.00-21.00 Uhr**
  - Sonntag 12.00-20.30 Uhr**
- **Verortung: Zentraler Versorgungsbereich Hagener Innenstadt**

#### Sonntag, den 19.12.2021, Ladenöffnung 13.00-18.00 Uhr

Am 30.03.2018 ist das neue Ladenöffnungsgesetz NRW (LÖG NRW) in Kraft getreten. Im neu geregelten § 6 Abs. 1 LÖG NRW dürfen Verkaufsstellen an jährlich höchstens 8 Sonn- oder Feiertagen bis zur Dauer von fünf Stunden geöffnet sein. Die Neufassung des LÖG NRW sieht u. a. vor, dass es für verkaufsoffene Sonntage keinen Anlassbezug mehr geben muss. Das öffentliche Interesse für entsprechende Ladenöffnungen soll ausreichen.

Auch wenn bereits der Landesgesetzgeber bei der Neufassung des LÖG NRW die verfassungsrechtlichen Vorgaben zum Schutz der Sonn- und Feiertagesruhe zu beachten und mit anderen verfassungsrechtlichen und sonstigen Belangen abzuwegen hatte (vgl. Gesetzesbegründung DS des Landtags NRW 17/1046, Seite 101 f.), obliegt es den örtlichen Ordnungsbehörden bei ihrer Entscheidung über die Ladenöffnung an Sonn- und Feiertagen, ebenfalls eine Abwägung im Einzelfall vorzunehmen. Dies hat auch deswegen zu geschehen, um dem Regel-Ausnahme-Verhältnis von Sonntagsruhe und Ladenöffnung gerecht zu werden.

Die örtliche Ordnungsbehörde hat im Einzelfall zu prüfen, ob die vom Landesgesetzgeber in § 6 Abs. 1 Satz 2 Nrn. 1 - 5 LÖG NRW aufgeführten Sachgründe tatsächlich einzeln oder kumulativ vorliegen und im konkreten Einzelfall die sonntägliche Ladenöffnung rechtfertigen können. Bei der geplanten Sonntagsöffnung zum Hagener Weihnachtsmarkt sieht die City Gemeinschaft hier die im LÖG NRW aufgeführten Sachgründe 1, 2, 3 und 5 als gegeben an:

Ein öffentliches Interesse nach § 6 Abs. 1 NRW LÖG liegt insbesondere vor, wenn die Öffnung

- gemäß Nr. 1 im Zusammenhang mit örtlichen Festen, Märkten, Messen oder ähnlichen Veranstaltungen erfolgt.

## 1. Räumlicher Bezug

Nach aktueller Rechtsprechung wird eine prägende Wirkung einer Veranstaltung für einen verkaufsoffenen Sonntag nur dann angenommen, wenn ein enger räumlicher bzw. unmittelbarer Bezug bzw. Zusammenhang zwischen Veranstaltung und geöffneten Geschäften besteht.

Der Zentrale Versorgungsbereich ist in der Karte eingezeichnet (rot).

Die angestrebte Ladenöffnung im Zentralen Versorgungsbereich (grün) und die Veranstaltungsfläche (orange) sind im beiliegenden Plan gekennzeichnet. (*Anlage 7*)

Da sich die geöffneten Geschäfte in direkter Umgebung der Weihnachtsmärkte befinden und diese miteinander verbinden ist der direkte räumliche Bezug gegeben.

## 2. Werbemaßnahmen

Die Prägende Wirkung des Weihnachtsmarktes steht mit dem vielfältigen Angebot im Vordergrund der angestrebten Werbemaßnahmen. Der Verkaufsoffene Sonntag wird nicht hauptsächlich beworben.

## 3. Angemessenes Verhältnis

Aus dem Plan wird deutlich, dass die Ladenöffnung nur in den Geschäften angestrebt wird, die unmittelbar an die Veranstaltungsfläche grenzen. Es handelt sich hier um zwei von 6 Sonntagen während des Weihnachtsmarktes. Somit wird deutlich, dass es sich hier um eine Ausnahme handelt.

## 4. Besonderer Charakter des Tages

Mit der Beteiligung von **ca. 70 Ständen und Fahrgeschäften** wird der Weihnachtsmarkt zwischen dem Friedrich-Ebert-Platz und dem Adolf-Nassau-Platz bespielt. Wie immer steht der Hagener Weihnachtsmarkt unter dem Motto „**Familienfreundlich**“. Natürlich darf hier auch das beliebte **Riesenrad** auf dem Friedrich-Ebert-Platz nicht fehlen. Neben Bewährten warten auch neue Stand-Angebote auf die Besucher.

Die Neufassung des Ladenöffnungsgesetzes NRW (LÖG NRW) ermöglicht Verkaufsstellen im Zusammenhang von örtlichen Festen, Märkten, Messen oder ähnlichen Veranstaltungen aufgrund ordnungsbehördlicher Verordnung die Öffnung an bestimmten Sonn- und Feiertagen.

**„Stellten die Weihnachtsmärkte früher vorrangig Warenmärkte dar, die Schaustellern, Handwerkern und Händlern eine Einkommensmöglichkeit boten und die Bevölkerung**

*mit Lebensmitteln für das bevorstehende Weihnachtsfest versorgten (Versorgungsfunktion der Weihnachtsmärkte), steht heute mehr der gesellschaftliche und soziale Aspekt dieser Veranstaltungen im Vordergrund (ideelle Funktion der Weihnachtsmärkte). Sie sind zu Treffpunkten und Orten der Geselligkeit und Kommunikation geworden. Erlebnis, Spaß und Genuss sind dabei Bedürfnisse, die Veranstalter erfüllen müssen. Besinnlichkeit, die Einstimmung auf das eigentliche Weihnachtsfest, Atmosphäre, Attraktionen, Emotionen usw. gewinnen gegenüber der Einkaufsfunktion an Bedeutung und spiegeln sich deutlich in den Motiven der Befragten beim Besuch eines Weihnachtsmarktes wider. Imbiss- und Getränkestände, Kinderkarussells und eine entsprechende kulturelle Umrahmung der Weihnachtsmärkte sind zu Grundvoraussetzungen für einen erfolgreichen Weihnachtsmarkt geworden.“ (Studie: Weihnachtsmärkte als Wirtschaftsfaktor, Bundesverband Deutscher Schausteller und Marktkaufleute e.V.) (Anlage 1)*

## **Programm und Höhepunkte des diesjährigen Weihnachtsmarktes**

### **Besucher**

Veranstaltungen wie Weihnachtsmärkte sind wegen ihrer zeitlichen und thematischen Einmaligkeit gerade an Wochenenden gut besucht und damit grundsätzlich geeignet, hauptsächlicher Grund für den Aufenthalt von Besuchern zu sein.

**„Traditionsveranstaltungen werden in der Regel größere Besucherströme auslösen als erstmalige Veranstaltungen.“**

### **Besucher im innerstädtischen Einzelhandel**

Gemäß einer allgemeinen / überregionalen Studie des Bundesverbandes Deutscher Schausteller und Marktkaufleute e.V. stellen die Aktivitäten „Essen und Trinken“ mit 57,5 Prozent eindeutig die Hauptmotive von Verbrauchern beim Weihnachtsmarktbesuch dar. (Studie: Weihnachtsmärkte als Wirtschaftsfaktor, Bundesverband Deutscher Schausteller und Marktkaufleute e.V.). Für lediglich rund 35 Prozent steht der „Geschenkekauf“ im Vordergrund. Auf dem Hagener Weihnachtsmarkt gehen wir von einer ähnlichen Bewertung aus.

Eine weitere Befragung liefert folgende Erkenntnisse:

**„Als Hauptgrund für den Besuch der Innenstadt stehen Treffpunkt und Vergnügen ganz oben. In Verbindung mit Bummeln und Freunde treffen nehmen ca. 43% diesen „geselligen Anlass“ zum Weihnachtsmarktbesuch an. Für Einkäufe oder gar spezifische Weihnachtseinkäufe besuchen insgesamt ca. 37% die Innenstädte und Weihnachtsmärkte. Frühere Befragungen haben gezeigt, dass 60 – 70% die Innenstädte zum Einkaufen besuchen. In der Weihnachtszeit wandelt sich dieses**

**Bedürfnis offensichtlich etwas.“** (Quelle: Weihnachtsmarktbefragung 2015, GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung und MK Illumination GmbH) (Anlage 4)

Bei der Genehmigung eines verkaufsoffenen Sonntages anlässlich einer Veranstaltung kommt es vielmehr auch auf den Gesamtcharakter und der besonderen Atmosphäre einer Veranstaltung an.

Dies ist im vorliegenden Fall ohne Zweifel ersichtlich. Es handelt sich um ein traditionelles Fest mit zahlreichen Programmpunkten, die sich vom normalen wochentäglichen Leben abhebt. Mit den zahlreichen weihnachtlichen Verkaufsständen, Imbiss- und Getränkeständen, Kinderkarussells und vielfältigen, anderen Programmpunkten, wird das bekannte Bild der Hagener Innenstadt positiv verändert und es entsteht ein anderer Gesamteindruck.

Eine Umfrage zur Besucherstruktur des Weihnachtsmarktes macht deutlich, dass der Weihnachtsmarkt mit seinem Angebot den Charakter des Tages prägt:

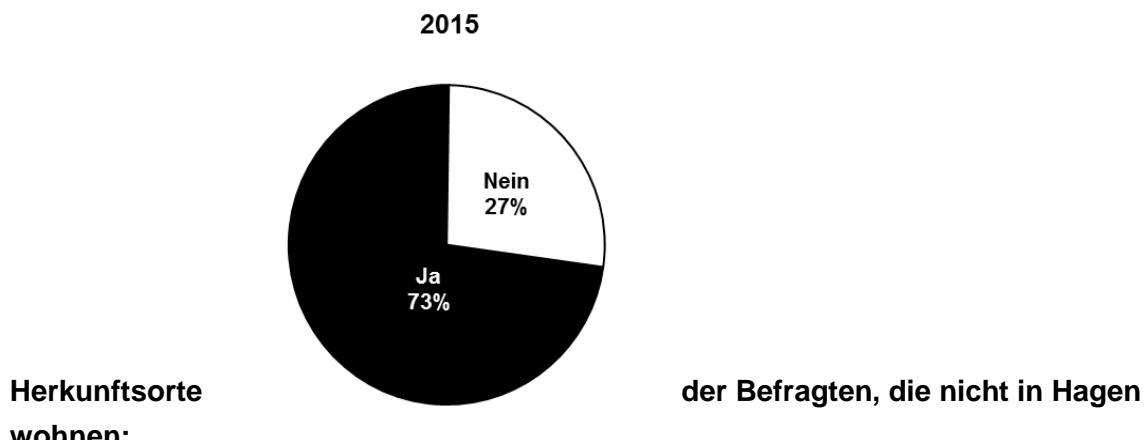
(siehe Anlage 3) (Quelle: Weihnachtsmarkt-Umfrage 2015, Stadt Hagen)

Im Jahr 2015 wurde auf dem Hagener Weihnachtsmarkt eine Besucherumfrage durchgeführt.

- Interviewer waren Auszubildende der Stadt Hagen.
- Interviewtermine waren jeweils Mo bis Fr.
- Ergebnis waren 531 Fragebögen.

Folgende Ergebnisse lassen sich aus dieser Umfrage ableiten

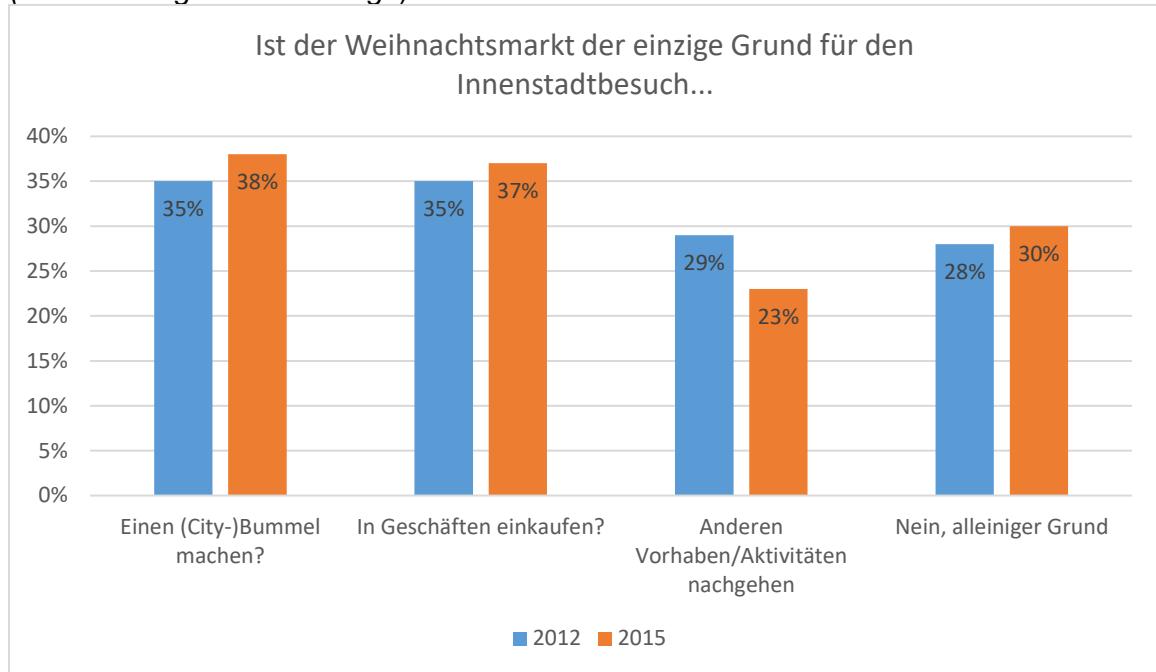
1) Wohnhaft in Hagen...



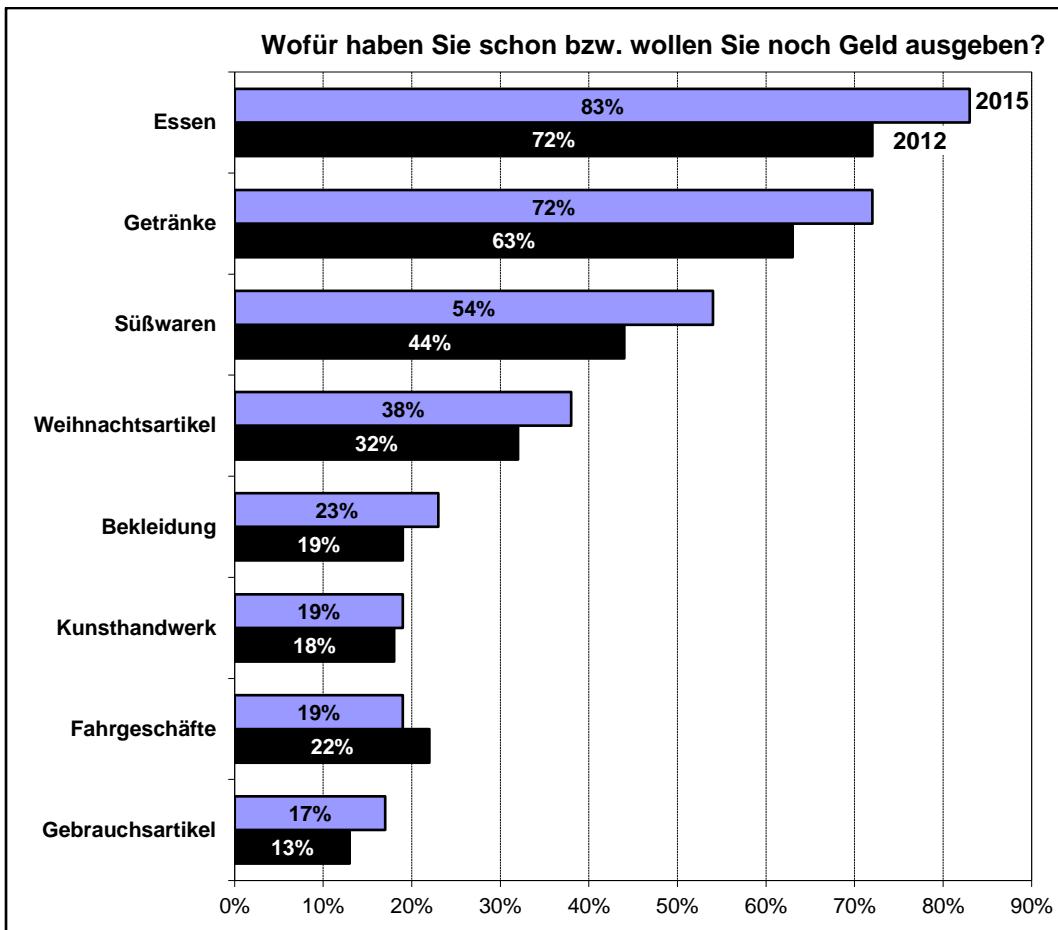
Iserlohn	12%
Gevelsberg	9%
Dortmund	8%
Herdecke	7%
Ennepetal	6%
Lüdenscheid	6%

Breckerfeld	5%
Plettenberg	5%
Wetter	5%
Keine Angaben	63%

- 2) Ist der Weihnachtsmarkt der einzige Grund für den Innenstadtbesuch...  
*(in Anlehnung an die Umfrage)*



- 3) Wofür haben Sie schon bzw. wollen Sie noch Geld ausgeben?



Aufgrund der Erfahrungen aus den letzten Jahren zählt das zweite und dritte Adventswochenende allgemein jedoch eindeutig als der frequenzstärkste Besuchertag der Weihnachtszeit. In Anbetracht dieser Tatsache gehen wir am 19.12.2021 von höheren Besucheranteilen die den Hagener Weihnachtsmarkt besuchen aus.

Ein öffentliches Interesse nach § 6 Abs. 1 NRW LÖG liegt insbesondere vor, wenn die Öffnung:

- gemäß Nr. 2 dem Erhalt, der Stärkung oder der Entwicklung eines vielfältigen stationären Einzelhandelsangebots dient.

## 1. Einbindung des Sonntags in ein gemeindliches Konzept

Bei der angestrebten Ladenöffnung wird das Gesamtstädtische Ziel verfolgt die Innenstadt zu stärken.

**„Stadtentwicklungspolitisches Ziel sollte es sein, der Innenstadt hinreichend Gestaltungsspielräume zu verschaffen, um im Wettbewerb mit den nicht-integrierten Lagen bestehen zu können. Die eindeutige Orientierung des Zentrenrelevanten Einzelhandels auf integrierte Lagen innerhalb Zentraler Versorgungsbereiche und insbesondere die Innenstadt sollte in Zukunft verstärkt das Leitmotiv der Einzelhandelsentwicklung in Hagen sein.“**  
(Quelle: CIMA, Seite 38)

Der Sonntag ist damit in ein Gemeindliches Konzept eingebunden.

## 2. Gefährdungssituation des Einzelhandels

**„Die immensen Strukturveränderungen im Einzelhandel machen vielen Städten zu schaffen. Weil sich Kundenprofile und Einkaufsgewohnheiten ändern, neue Konkurrenzen auf der „Grünen oder Grauen Wiese“ oder im Internet entstanden sind, haben insbesondere Stadtteilzentren mit zunehmenden Leerständen zu kämpfen. Der Einzelhandel übernimmt nicht nur die Versorgung der Bevölkerung, sondern ist darüber hinaus auch maßgeblicher Wirtschaftsfaktor einer Stadt. Einzelhandelsentwicklung ist aber auch immer Stadtentwicklung. Mit ihr werden Stadtstrukturen gesteuert und der Rahmen für zukünftige Versorgungsqualitäten definiert. Seit dem Jahre 2015 verfügt die Stadt Hagen durch das Einzelhandels- und Zentrenkonzept über eine umfassende Grundlage für die strategische Beurteilung und Steuerung des Einzelhandels im Stadtgebiet (siehe Anlage 5).“**

**Insgesamt wurden 21 leerstehende Ladenlokale in der Hagener Innenstadt erfasst. Grundsätzlich sind Leerstände nicht allein ein Problem des Immobilieneigentümers, denn sie führen in aller Regel zu Frequenzverlusten und ziehen ihr Umfeld optisch in Mitleidenschaft. Oberste Priorität sollte daher der Abbau der bestehenden Leerstände in den Hauptfrequenzlagen der Hagener Innenstadt haben. Die Leerstände befinden sich jedoch überwiegend in den Randlagen der Innenstadt. Diese sind ein Beleg für den Rückzug des Handels aus diesen Bereichen. Der anhaltende Qualitätsverlust des Einzelhandels zwischen den Standortbereichen Schwenke und Theaterplatz ist langfristig kaum aufzuhalten. Dieser Bereich übernimmt die Funktion eines Ergänzungsbereiches, in dem auch verstärkt kundenorientierten Dienstleistungsunternehmen etabliert werden können. Das Entwicklungsziel sollte sein, den Einzelhandel zwischen dem Theaterplatz und der RATHAUS GALERIE Hagen bis an den Märkischen Ring zu entwickeln. Hier sollten Leerstände und Fehlnutzungen vermieden werden. Vergnügungsstätten**

*sollten nach Möglichkeit innerhalb der gesamten Innenstadt ausgeschlossen werden.  
Langfristig ist die vorliegende Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt zu überdenken und ggf. im Bereich des Theaterplatzes (bis zur Schwenke) zu modifizieren.“*

### **3. Gesamtstädtische Bedeutung der Innenstadt**

Der Fortschreibung des Einzelhandelsgutachtens für die Stadt Hagen, erstellt von der CIMA aus Köln aus dem Jahr 2015 ist folgendes zu entnehmen:

- *Die Stadt Hagen übernimmt als Oberzentrum die Versorgungsaufgabe für die eigene Bevölkerung sowie des zugehörigen Verflechtungsbereiches mit Gütern des periodischen und des aperiodischen Bedarfs sowie verschiedenen (zentralörtlichen) Dienstleistungen. Im engeren Verflechtungsbereich leben ca. 466.600 Einwohner (vgl. Abschnitt 3 zum Marktgebiet der Stadt Hagen).*
- *In näherer Umgebung zu Hagen sind die Oberzentren Dortmund und Wuppertal sowie die Mittelzentren Witten, Wetter (Ruhr), Herdecke, Iserlohn, Gevelsberg und Ennepetal als wettbewerbsrelevante Einzelhandelsstandorte zu nennen. Im Süden schließen die Grundzentren Breckerfeld, Schalksmühle, Nachrodt-Wiblingwerde an die Siedlungsbereiche der Stadt Hagen an.*

Ein öffentliches Interesse nach § 6 Abs. 1 NRW LÖG liegt insbesondere vor, wenn die Öffnung:

- gemäß Nr. 3. dem Erhalt, der Stärkung oder der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche dient.

**„Die Innenstadt genießt Entwicklungsriorität. Großflächiger Einzelhandel mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollte ausschließlich innerhalb des Zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt (Hauptzentrum) und in den als Nebenzentren ausgewiesenen Zentralen Versorgungsbereichen Boele, Eilpe, Haspe-Zentrum und Hohenlimburg etabliert werden. Die Ansiedlung weiterer Fachgeschäfte und Filialbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten sollte sich an den Zentralen Versorgungsbereichen orientieren. Der Entwicklung nicht integrierter Standortagglomerationen sollte entgegengewirkt werden. Damit wird auch dem Ziel 8 des Sachlichen Teilplanes Großflächiger Einzelhandel zum LEP NRW Rechnung getragen.“** (Quelle: CIMA, Seite 152, Grundsatz 1)

Der verkaufsoffene Sonntag zum Hagener Weihnachtsmarkt am 19.12.2021 ist ein Instrument, um dieses Angebot zu präsentieren und zu bewerben. Die Besucher werden so auf die vielfältigen und besonderen Angebote aufmerksam und können bei Bedarf darauf zurückkommen.

**„Innenstädte sind traditionell Orte des Handels. Eine Vielfalt an Geschäften trägt zur Lebendigkeit der Zentren bei. Dabei ist das Beständige am Handel der Wandel. Der Strukturwandel im Einzelhandel drückt sich in einer starken Unternehmens- und Umsatzkonzentration sowie einer enormen Flächenexpansion aus. Der Handel ist und bleibt die Leitfunktion für die Innenstadt, seine Dynamik ist deshalb auch maßgeblich für die vielen strukturellen Änderungen in der Innenstadt. Die Krise der Kauf- und Warenhäuser macht den Zusammenhang zwischen Innenstadt, Einzelhandel und Stadtentwicklung deutlich. Veränderte ökonomische Rahmenbedingungen und ein zu großes Flächenangebot im städtischen Umland gefährden den innerstädtischen Einzelhandel und damit die ökonomische Grundlage der Zentren.“** (siehe Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (2011): Weißbuch Innenstadt – Starke Zentren für unsere Städte und Gemeinden – Seite 18). (Anlage 3)

Der Einzelhandel in den Innenstädten hat Konkurrenz bekommen.

In Hagen gibt es außerhalb der Innenstadt mehrere Zentren, in denen der Kunde über den Grundbedarf an Lebensmitteln hinaus mit z. B. Kleidung und Elektronik versorgt wird. Der Internethandel schafft zusätzliche Konkurrenz zum Einkauf in der Innenstadt, z. B. bei Bekleidung und Unterhaltungselektronik oder -medien.

Der Erlebniskauf wird für Innenstädte deshalb zunehmend bedeutend. Nur wenn die Einkaufsatmosphäre insgesamt stimmt, laufen die Geschäfte gut. (Weißbuch Seite 19).

Mit dem verkaufsoffenen Sonntag am 19.12.2021 in der Fußgängerzone der Hagener Innenstadt wird auch für die Kunden, die sonst auf andere Einkaufsmöglichkeiten zurückgreifen, ein Anreiz geschaffen, ins Hagener Zentrum zu kommen. Besucher können hier im Hinblick auf die Vielfalt des Angebotes in einer attraktiven Umgebung positive Erfahrungen machen, die dazu führen können, auch außerhalb der verkaufsoffenen Sonntage auf die Einzelhandelsangebote in der Innenstadt zurückzukommen. Dies wirkt sich über den verkaufsoffenen Sonntag hinaus auf die Belebung der Hagener Innenstadt aus. Belebte Innenstädte sind auch als Wohnstandort attraktiv. Wohnumfeld und Handel können dadurch gestärkt werden.

Die Steigerung der Attraktivität eines Standortes wirkt sich positiv auf die Leerstandsquote aus. Geringe Leerstände beugen der Verödung des Stadtteils vor und wirken sich damit wiederum positiv auf die Belebung aus.

Die City Gemeinschaft Hagen hat sich zum Ziel gesetzt durch Veranstaltungen mit Kooperationspartnern aus Handel und Dienstleistungen die Innenstadt attraktiver und lebendiger zu gestalten, um auch Kunden von außerhalb anzulocken.

Ein öffentliches Interesse nach § 6 Abs. 1 NRW LÖG liegt insbesondere vor, wenn die Öffnung:

- gemäß Nr. 5 die überörtliche Sichtbarkeit der jeweiligen Kommune als attraktiver und lebenswerter Standort insbesondere für den Tourismus und die Freizeitgestaltung, als Wohn- und Gewerbestandort sowie Standort von kulturellen und sportlichen Einrichtungen steigert.

Der Makrostandort Hagen ist durch folgende Faktoren gekennzeichnet:

- In der Stadt Hagen leben ca. 188.000 Einwohner.
- Die Stadt Hagen übernimmt als Oberzentrum die Versorgungsaufgabe für die eigene Bevölkerung sowie des zugehörigen Verflechtungsbereiches mit Gütern des periodischen und des aperiodischen Bedarfs sowie verschiedenen (zentralörtlichen) Dienstleistungen. Im engeren Verflechtungsbereich leben ca. 466.600 Einwohner (vgl. Abschnitt 3 zum Marktgebiet der Stadt Hagen).
- In näherer Umgebung zu Hagen sind die Oberzentren Dortmund und Wuppertal sowie die Mittelzentren Witten, Wetter (Ruhr), Herdecke, Iserlohn, Gevelsberg und Ennepetal als wettbewerbsrelevante Einzelhandelsstandorte zu nennen. Im Süden schließen die Grundzentren Breckerfeld, Schalksmühle, Nachrodt- Wiblingwerde an die Siedlungsbereiche der Stadt Hagen an.
- An das überregionale Straßennetz ist Hagen über die Autobahnen A 1 sowie die A 45 hervorragend angebunden, die das Stadtgebiet im Norden und Osten passieren. Die A 46 durchquert den Stadtteil Hohenlimburg in östlicher Ausrichtung. Die ebenfalls viel frequentierten Bundesstraßen 7, 54 und 226 verbinden die Stadt Hagen mit dem überregionalen Verkehrsnetz.
- Die verkehrliche Anbindung der Stadt Hagen an das schienengebundene Netz der Bahn ist zudem als sehr gut zu bewerten. Hagen ist überregionaler ICE- und IC Haltepunkt. Vom Hauptbahnhof Hagen bestehen zudem regelmäßige RE-Anbindungen in die nähere und weitere Region, einschließlich Dortmund, Siegen und Düsseldorf. Darüber hinaus liegt ein dichtes Netz an Stadt- und Regionalbuslinien vor.
- Die Stadt Hagen ist einerseits durch einen kompakten städtischen Siedlungskörper (Bezirke Hagen-Mitte, Hagen-Nord, Hagen- Haspe) und andererseits starker ländlich geprägte Siedlungsbereiche im Süden der Stadt geprägt (Stadtbezirk Eilpe/ Dahl). Der separat gelegene Stadtbezirk Hohenlimburg im Osten des Stadtgebiets ist als eigenständiger Siedlungsbereich einzuordnen.

(Quelle: CIMA 2015)

Die überörtliche Anziehung des Standortes Hagen ist damit bereits grundsätzlich gegeben. Mit dem verkaufsoffenen Sonntag am 19.12.2021 hebt sich Hagen ab und kann die Verpflichtungsintensität zum Einzugsgebiet des Hagener Einzelhandels zu den Nachbargemeinden stärken.

Die geographische Lage Hagens einerseits zum Sauerland und dem direkten Angrenzen an das Ruhrgebiet andererseits macht Hagen mit guter Verkehrsanbindung auch über die direkt angrenzenden Gemeinden hinaus attraktiv.

Der verkaufsoffene Sonntag im Zusammenhang mit einer sehr gut besuchten Veranstaltung ergänzt dies im Hinblick auf Gewerbe und Infrastruktur.

Die City Gemeinschaft sorgt finanziell und personell für Atmosphäre in der Hagener Innenstadt durch eine Weihnachtsbeleuchtung in der City.

***„Mit Blick auf die sozioökonomischen Rahmendaten steht die Stadt Hagen vor erheblichen Herausforderungen. Nur über die konsequente Profilierung als Wohn- und Arbeitsstandort können die erwarteten Schrumpfungstrends aus dem***

***demographischen Wandel etwas abgedeckt werden. Erfreulich ist, dass trotz schwieriger konjunktureller und globaler Rahmenbedingungen (Finanzkrise) die Hagener Wirtschaft eine robuste Entwicklung vorweist. Mit Blick auf die Absicherung attraktiver Wohngebietslagen hat der Erhalt einer wohnungsnahen Grundversorgung eine besondere Bedeutung.“*** (CIMA, Seite 15)

## **8. Schlusswort**

Die hier beantragte Sonntagsöffnungen erfüllt mindestens vier der im Ladenöffnungsgesetz aufgeführten Sachgründe. Ein öffentliches Interesse kann angenommen werden und rechtfertigt somit eine Ausnahme vom verfassungsrechtlichen Sonn-und Feiertagsschutz.

## Anlage 2.1.



### Antrag

#### Ladenöffnung am Sonntag, den 19.12.2021

- **Anlass: Hagener Weihnachtsmarkt 2021**
- **Zeitraum Hagener Weihnachtsmarkt: 18.11.2021-30.12.2021**
- **Öffnungszeiten:**
  - Mo-Do 11.00-20.30 Uhr**
  - Freitag & Samstag 11.00-21.00 Uhr**
  - Sonntag 12.00-20.30 Uhr**
- **Verortung: Zentraler Versorgungsbereich Hagener Innenstadt**

#### Sonntag, den 19.12.2021, Ladenöffnung 13.00-18.00 Uhr

Am 30.03.2018 ist das neue Ladenöffnungsgesetz NRW (LÖG NRW) in Kraft getreten. Im neu geregelten § 6 Abs. 1 LÖG NRW dürfen Verkaufsstellen an jährlich höchstens 8 Sonn- oder Feiertagen bis zur Dauer von fünf Stunden geöffnet sein. Die Neufassung des LÖG NRW sieht u. a. vor, dass es für verkaufsoffene Sonntage keinen Anlassbezug mehr geben muss. Das öffentliche Interesse für entsprechende Ladenöffnungen soll ausreichen.

Auch wenn bereits der Landesgesetzgeber bei der Neufassung des LÖG NRW die verfassungsrechtlichen Vorgaben zum Schutz der Sonn- und Feiertagesruhe zu beachten und mit anderen verfassungsrechtlichen und sonstigen Belangen abzuwägen hatte (vgl. Gesetzesbegründung DS des Landtags NRW 17/1046, Seite 101 f.), obliegt es den örtlichen Ordnungsbehörden bei ihrer Entscheidung über die Ladenöffnung an Sonn- und Feiertagen, ebenfalls eine Abwägung im Einzelfall vorzunehmen. Dies hat auch deswegen zu geschehen, um dem Regel-Ausnahme-Verhältnis von Sonntagsruhe und Ladenöffnung gerecht zu werden.

Die örtliche Ordnungsbehörde hat im Einzelfall zu prüfen, ob die vom Landesgesetzgeber in § 6 Abs. 1 Satz 2 Nrn. 1 - 5 LÖG NRW aufgeführten Sachgründe tatsächlich einzeln oder kumulativ vorliegen und im konkreten Einzelfall die sonntägliche Ladenöffnung rechtfertigen können. Bei der geplanten Sonntagsöffnung zum Hagener Weihnachtsmarkt sieht die City Gemeinschaft hier den im LÖG NRW § 6.1 Nr. 1 aufgeführten Sachgrund als gegeben an:

Ein öffentliches Interesse nach § 6 Abs. 1 NRW LÖG liegt insbesondere vor, wenn die Öffnung

- gemäß Nr. 1 im Zusammenhang mit örtlichen Festen, Märkten, Messen oder ähnlichen Veranstaltungen erfolgt.

## 1. Räumlicher Bezug

Nach aktueller Rechtsprechung wird eine prägende Wirkung einer Veranstaltung für einen verkaufsoffenen Sonntag nur dann angenommen, wenn ein enger räumlicher bzw. unmittelbarer Bezug bzw. Zusammenhang zwischen Veranstaltung und geöffneten Geschäften besteht.

Der Zentrale Versorgungsbereich ist in der Karte eingezeichnet (rot).

Die angestrebte Ladenöffnung im Zentralen Versorgungsbereich (grün) und die Veranstaltungsfläche (orange) sind im beiliegenden Plan gekennzeichnet. (*Anlage 1*)

Da sich die geöffneten Geschäfte in direkter Umgebung der Weihnachtsmärkte befinden und diese miteinander verbinden ist der direkte räumliche Bezug gegeben.

## 2. Werbemaßnahmen

Die Prägende Wirkung des Weihnachtsmarktes steht mit dem vielfältigen Angebot im Vordergrund der angestrebten Werbemaßnahmen. Der Verkaufsoffene Sonntag wird nicht hauptsächlich beworben.

## 3. Angemessenes Verhältnis

Aus dem Plan wird deutlich, dass die Ladenöffnung nur in den Geschäften angestrebt wird, die unmittelbar an die Veranstaltungsfläche grenzen. Es handelt sich hier um einen von 6 Sonntagen während des Weihnachtsmarktes. Somit wird deutlich, dass es sich hier um eine Ausnahme handelt.

## 4. Besonderer Charakter des Tages

Mit der Beteiligung von **ca. 70 Ständen und Fahrgeschäften** wird der Weihnachtsmarkt zwischen dem Friedrich-Ebert-Platz und dem Adolf-Nassau-Platz bespielt. Wie immer steht der Hagener Weihnachtsmarkt unter dem Motto „**Familienfreundlich**“. Natürlich darf hier auch das beliebte **Riesenrad** auf dem Friedrich-Ebert-Platz nicht fehlen. Neben Bewährten warten auch neue Stand-Angebote auf die Besucher.

Die Neufassung des Ladenöffnungsgesetzes NRW (LÖG NRW) ermöglicht Verkaufsstellen im Zusammenhang von örtlichen Festen, Märkten, Messen oder ähnlichen Veranstaltungen aufgrund ordnungsbehördlicher Verordnung die Öffnung an bestimmten Sonn- und Feiertagen.

**„Stellten die Weihnachtsmärkte früher vorrangig Warenmärkte dar, die Schaustellern, Handwerkern und Händlern eine Einkommensmöglichkeit boten und die Bevölkerung**

*mit Lebensmitteln für das bevorstehende Weihnachtsfest versorgten (Versorgungsfunktion der Weihnachtsmärkte), steht heute mehr der gesellschaftliche und soziale Aspekt dieser Veranstaltungen im Vordergrund (ideelle Funktion der Weihnachtsmärkte). Sie sind zu Treffpunkten und Orten der Geselligkeit und Kommunikation geworden. Erlebnis, Spaß und Genuss sind dabei Bedürfnisse, die Veranstalter erfüllen müssen. Besinnlichkeit, die Einstimmung auf das eigentliche Weihnachtsfest, Atmosphäre, Attraktionen, Emotionen usw. gewinnen gegenüber der Einkaufsfunktion an Bedeutung und spiegeln sich deutlich in den Motiven der Befragten beim Besuch eines Weihnachtsmarktes wider. Imbiss- und Getränkestände, Kinderkarussells und eine entsprechende kulturelle Umrahmung der Weihnachtsmärkte sind zu Grundvoraussetzungen für einen erfolgreichen Weihnachtsmarkt geworden.“ (Studie: Weihnachtsmärkte als Wirtschaftsfaktor, Bundesverband Deutscher Schausteller und Marktkaufleute e.V.) (Anlage 2)*

## **Programm und Höhepunkte des diesjährigen Weihnachtsmarktes**

### **Besucher**

Veranstaltungen wie Weihnachtsmärkte sind wegen ihrer zeitlichen und thematischen Einmaligkeit gerade an Wochenenden gut besucht und damit grundsätzlich geeignet, hauptsächlicher Grund für den Aufenthalt von Besuchern zu sein.

*„Traditionsveranstaltungen werden in der Regel größere Besucherströme auslösen als erstmalige Veranstaltungen.“*

**Auf dem Hagener Weihnachtsmarkt erwartet der Veranstalter im Schnitt ca. 10.000 Besucher am Tag.**

**Für dieses Jahr ist es angedacht eine neue Besucherbefragung durchzuführen, um belastbare aktuelle Zahlen stellen zu können.**

**Nach einer langen Zeit ohne Veranstaltungen und Weihnachtsmärkten ist nach der Einschätzung der City Gemeinschaft und der Veranstalter des Hagener Weihnachtsmarktes ein gesteigertes Interesse am Besuch der Weihnachtsmärkte zu erwarten.**

*„Die Weihnachtsmärkte sind für die durch die Coronakrise und den Boom des Onlinehandels ohnehin schwer gezeichneten Innenstädte im zweiten Winter der Krise von existenzieller Bedeutung. Sie schmücken, beleuchten und beleben die zunehmend trister werdenden Innenstädte und bescheren dem stationären Einzelhandel, der Gastronomie und Hotellerie mit dieser Attraktivität viele Gäste.“ (Quelle: Positionspapier vom Deutschen Schaustellerbund e.V.)*

### **Besucher im innerstädtischen Einzelhandel**

Gemäß einer allgemeinen / überregionalen Studie des Bundesverbandes Deutscher Schausteller und Marktkaufleute e.V. stellen die Aktivitäten „Essen und Trinken“ mit 57,5 Prozent eindeutig die Hauptmotive von Verbrauchern beim Weihnachtsmarktbesuch dar. (Studie: Weihnachtsmärkte als Wirtschaftsfaktor, Bundesverband Deutscher Schausteller und Marktkaufleute e.V.). Für lediglich rund 35 Prozent steht der „Geschenkekauf“ im Vordergrund. Auf dem Hagener Weihnachtsmarkt gehen wir von einer ähnlichen Bewertung aus.

**In Hagen ist in diesem Jahr noch eine besondere Situation vorhanden. Wie aus den Medien zu entnehmen ist, wird die Rathaus Galerie Hagen in diesem Jahr keine Öffnung der Galerie schaffen können. Bei einer Öffnung an dem 19.12.2021 zum Verkaufsoffenen Sonntag wird diese aller Wahrscheinlichkeit nach nicht eröffnen können. Die Situation in der Volme Galerie Hagen ist ungewiss.**

Eine weitere Befragung liefert folgende Erkenntnisse:

*„Als Hauptgrund für den Besuch der Innenstadt stehen Treffpunkt und Vergnügen ganz oben. In Verbindung mit Bummeln und Freunde treffen nehmen ca. 43% diesen „geselligen Anlass“ zum Weihnachtsmarktbesuch an. Für Einkäufe oder gar spezifische Weihnachtseinkäufe besuchen insgesamt ca. 37% die Innenstädte und Weihnachtsmärkte. Frühere Befragungen haben gezeigt, dass 60 – 70% die Innenstädte zum Einkaufen besuchen. In der Weihnachtszeit wandelt sich dieses Bedürfnis offensichtlich etwas.“* (Quelle: Weihnachtsmarktbefragung 2015, GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung und MK Illumination GmbH) (Anlage 3)

Bei der Genehmigung eines verkaufsoffenen Sonntages anlässlich einer Veranstaltung kommt es vielmehr auch auf den Gesamtcharakter und der besonderen Atmosphäre einer Veranstaltung an.

Dies ist im vorliegenden Fall ersichtlich. Es handelt sich um ein traditionelles Fest mit zahlreichen Programmpunkten, die sich vom normalen wochentäglichen Leben abhebt. Mit den zahlreichen weihnachtlichen Verkausständen, Imbiss- und Getränkeständen, Kinderkarussells und vielfältigen, anderen Programmpunkten, wird das bekannte Bild der Hagener Innenstadt positiv verändert und es entsteht ein anderer Gesamteindruck.

#### **Standplan (Anlage 4)**

#### **Highlights während des Hagener Weihnachtsmarktes**

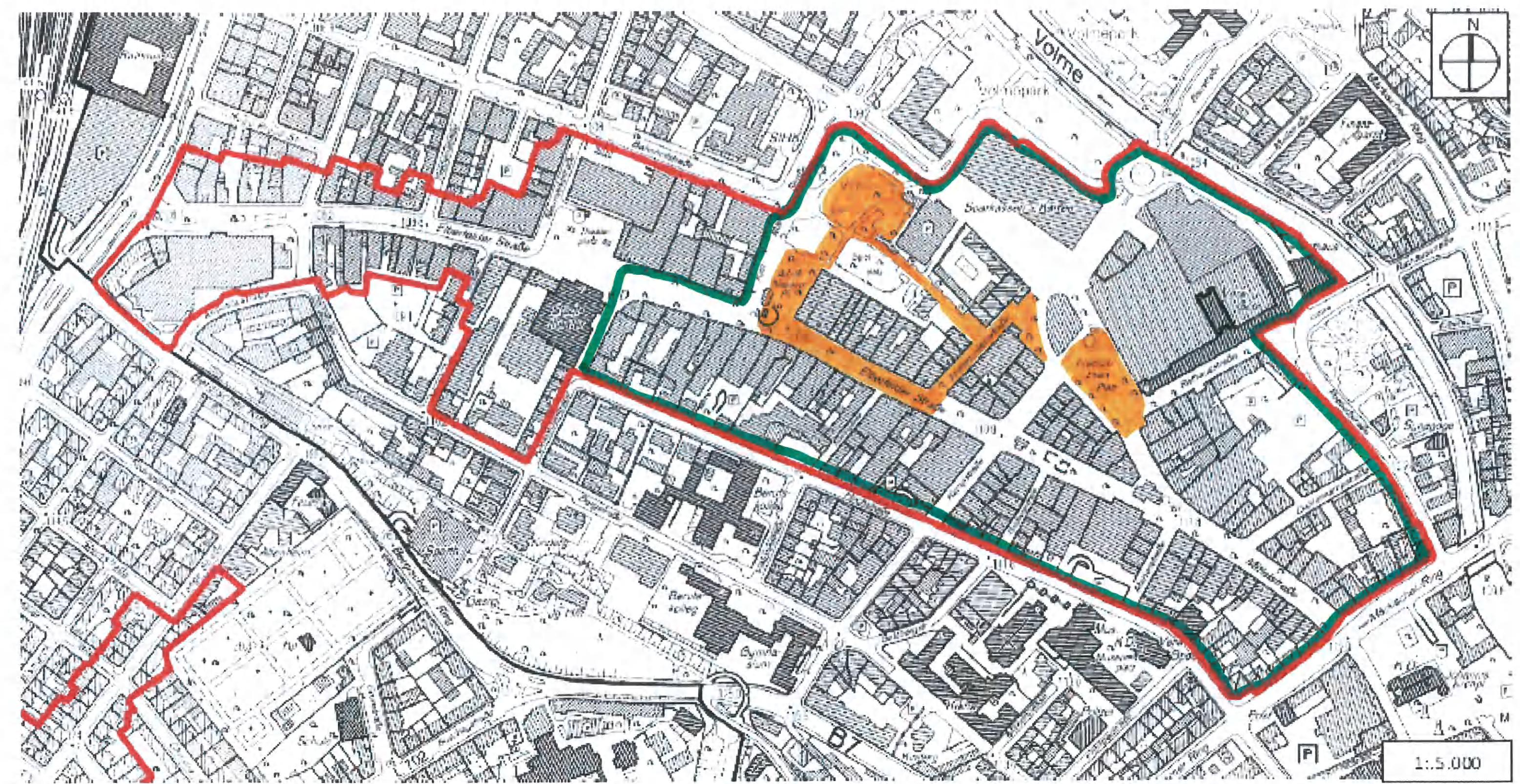
- Einrichtung einer „Bimmelbahn“
- Feuer & Eis Show
- Bummelpass (40 Jahre Jubiläum)
- Kulturprogramm (Anlage 5)
- Italienischer Abend

- Irischer Abend
- Schlagertag
- 23.12.2021 Veranstaltung „Blau unterm Baum“

Aufgrund der Erfahrungen aus den letzten Jahren zählt das zweite und dritte Adventswochenende allgemein jedoch eindeutig als der frequenzstärkste Besuchertag der Weihnachtszeit. In Anbetracht dieser Tatsache gehen wir am 19.12.2021 von höheren Besucheranteilen, die den Hagener Weihnachtsmarkt besuchen aus.

## **8. Schlusswort**

Die hier beantragte Sonntagsöffnungen erfüllt mindestens vier der im Ladenöffnungsgesetz aufgeführten Sachgründe. Ein öffentliches Interesse kann angenommen werden und rechtfertigt somit eine Ausnahme vom verfassungsrechtlichen Sonn- und Feiertagsschutz.



rot = Versorgungsbereich

grün = freigegebener Bereich für den VOS

orange = Veranstaltungsfläche

# Weihnachtsmärkte als Wirtschaftsfaktor

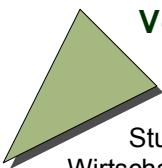
**für Kommunen und Tourismus  
in der Bundesrepublik Deutschland**

**sowie dessen Beitrag zur**

**Leistungssteigerung im mittelständischen  
Schaustellergewerbe und Markthandel**



**Bundesverband Deutscher Schausteller und Marktkaufleute e.V.  
Adenauerallee 48, 53113 Bonn, Tel.: 0228 – 22 40 26, Fax: 22 19 36**

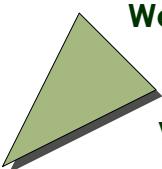


## Vorbemerkung

Im Rahmen der vorliegenden Studie wurde die Bedeutung des Wirtschaftsfaktors Weihnachtsmarkt für Kommunen, mittelständische Betriebe des Markthandels und des Schaustellergewerbes, des Tourismus und des stationären Handels auf Basis eigener Erhebungen und Sekundärdatenanalysen herausgearbeitet. Grundlage der Auswertung waren insbesondere die Befragungen von 1.345 Besuchern auf 10 Weihnachtsmärkten, von 162 kommunalen Veranstaltern in Kommunen über 10.000 Einwohnern und von 125 Händlern bzw. Schaustellern.

Der Bundesverband Deutscher Schausteller und Marktkaufleute e.V. (BSM) ist der Spitzenverband des Reisegewerbes in der Bundesrepublik Deutschland. Er vertritt die Interessen der insgesamt etwa 5.000 Schaustellerbetriebe und über 300.000 Markthändler. Diese Betriebe beschicken mit ihren Geschäften auch die rund 2.500 jährlich in Deutschland stattfindenden Weihnachtsmärkte.

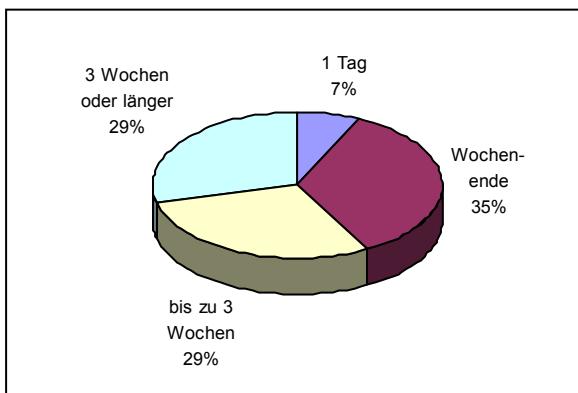
Finanziell gefördert wurde die vom BSM in Auftrag gegebene Studie durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie.



## Weihnachtsmärkte als besondere Veranstaltungen

**2.500 Weihnachtsmärkte** prägten im Jahr 2001 das Stadtbild in über 1.500 Kommunen mit mehr als 10.000 Einwohnern. Das Spektrum reichte dabei von Tages- über Wochenend- bis zu 4-Wochen-Veranstaltungen.

### Dauer der Weihnachtsmärkte



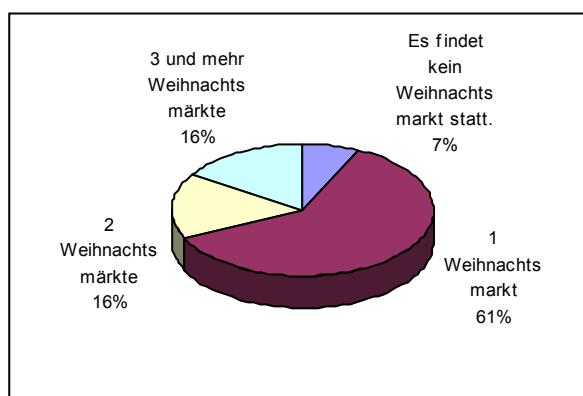
Quelle: imoha - Befragung

**Veranstalter** der Weihnachtsmärkte sind sowohl kommunale oder private Institutionen als auch beliebige Kombinationen kommunaler und privater Veranstalter:

Traditionsreiche Weihnachtsmärkte werden in den meisten Fällen von den Kommunen selbst veranstaltet. Weihnachtsmärkte, die mit dem Aufkommen der Fußgängerzonen entstanden sind, wurden häufig auf Initiative der innerstädtischen Einzelhändler, Werbegemeinschaften oder Verkehrsvereine ins Leben gerufen. Einzelne Schausteller oder Schaustellervereinigungen treten verstärkt als Veranstalter auf, um ihren Mitgliedern ein Wintergeschäft zu ermöglichen.

Für das Jahr 2001 konnte ein Anteil von **29 % kommunal veranstalteter Weihnachtsmärkte zu 71 % privaten Veranstaltungen** ermittelt werden.

### Anzahl veranstalteter Weihnachtsmärkte je Kommune



Quelle: imoha - Befragung

**Weihnachtsmärkte gibt es schon sehr lange**, vorweihnachtliche Jahrmärkte als Vorläufer werden bis ins Mittelalter und in die frühe Neuzeit zurückverfolgt. Ein Großteil der heute bestehenden Weihnachtsmärkte kann jedoch nicht auf eine Tradition zurückgreifen, sondern ist erst in den letzten 30 Jahren – vermehrt durch das Aufkommen der Fußgängerzonen – entstanden. Sehr junge Weihnachtsmärkte existieren seit weniger als 4 Jahren, traditionsreiche Weihnachtsmärkte – etwa der Dresdner Striezelmarkt (1434), der im Jahr 2001 zum 567. Mal stattfand oder der Nürnberger Christkindlmarkt – bestehen seit hunderten von Jahren.

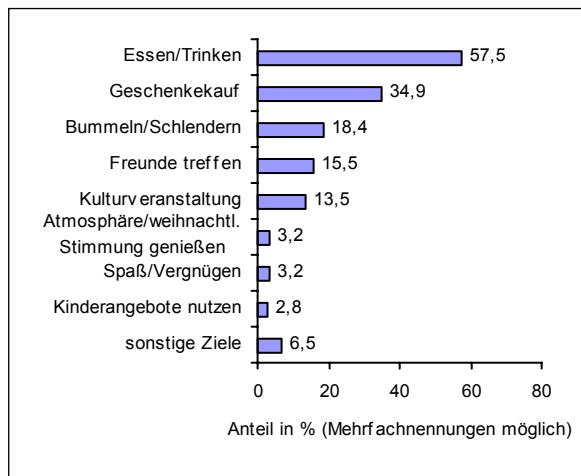
Als Hauptaufgabe der Weihnachtsmärkte wird heute gesehen, im Wettbewerb der Städte und Einkaufsstandorte Käufer anzulocken und eine Corporate Identity der Kommune zu entwickeln. Nicht ohne Grund werden **über 50 % der Weihnachtsmärkte auf den zentralen Plätzen** der Städte und Gemeinden (z.B. Marktplatz, Rathaus- oder Kirchenvorplatz) veranstaltet.

Stellten die Weihnachtsmärkte **früher vorrangig Warenmärkte** dar, die Schaustellern, Handwerkern und Händlern eine Einkommensmöglichkeit boten und die Bevölkerung mit Lebensmitteln für das bevorstehende Weihnachtsfest versorgten (Versorgungsfunktion der Weihnachtsmärkte), steht heute mehr der gesellschaftliche und soziale Aspekt dieser Veranstaltungen im Vordergrund (ideelle Funktion der Weihnachtsmärkte):

Sie sind zu **Treffpunkten** und Orten der **Geselligkeit und Kommunikation** geworden. **Erlebnis, Spaß und Genuss** sind dabei Bedürfnisse, die Veranstalter erfüllen müssen. Besinnlichkeit, die Einstimmung auf das eigentliche Weihnachtsfest, Atmosphäre, Attraktionen, Emotionen usw. gewinnen gegenüber der Einkaufsfunktion an Bedeutung und spiegeln sich deutlich in den Motiven der Befragten beim Besuch eines Weihnachtsmarktes wider.

Imbiss- und Getränkestände, Kinderkarussells und eine ansprechende kulturelle Umrahmung der Weihnachtsmärkte sind zu Grundvoraussetzungen für einen erfolgreichen Weihnachtsmarkt geworden.

### Motive der Weihnachtsmarktbesucher



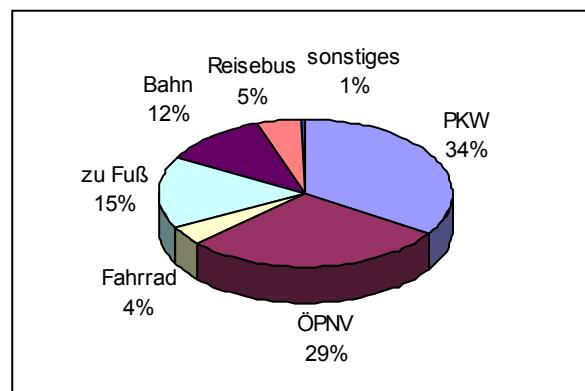
Quelle: imoha - Befragung

### Die Nachfrage auf Weihnachtsmärkten

Für das Jahr 2001 konnten für die 2.500 stattfindenden Weihnachtsmärkte in Städten und Gemeinden über 10.000 Einwohner rund **160 Mio. Besuche** hochgerechnet werden. Dabei ist der überwiegende Teil der Besucher nicht nur einmal auf dem Weihnachtsmarkt anzutreffen – vielmehr werden z.B. 4-Wochen-Veranstaltungen durchschnittlich 4,5 Mal besucht. 71 % der Befragten besuchten mehrere – im Durchschnitt 3 – verschiedene Weihnachtsmärkte, was für die Bedeutung der Weihnachtsmärkte und des Weihnachtsmarkttourismus spricht.

Das am häufigsten genutzte Verkehrsmittel war mit **34 % der PKW**. 29 % nutzten den Öffentlichen Personennahverkehr, 20 % kamen zu Fuß oder mit dem Fahrrad zum Weihnachtsmarkt. Der Bahnteil lag bei 12 %, auf Reisebusse entfielen rund 5 %.

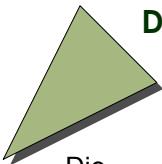
### Verkehrsmittelwahl



Quelle: imoha - Befragung

**Angestellte waren mit etwa 33 % die am stärksten vertretene Berufsgruppe** unter den Weihnachtsmarktbesuchern. Etwas geringer fiel der Anteil von Schülern, Studenten und Auszubildenden aus. Sie waren zu 30 % vertreten. Die drittgrößte Besuchergruppe bildeten Rentner und Pensionäre (11 %).

**Etwa 84 % der Besucher kamen in Begleitung** zum Weihnachtsmarkt. Vor allem an Wochentagen nutzen Berufstätige die Gelegenheit, mit Kollegen die Mittagspause auf dem Weihnachtsmarkt zu verbringen. Auch der Glühwein nach Feierabend erfreut sich großer Beliebtheit.

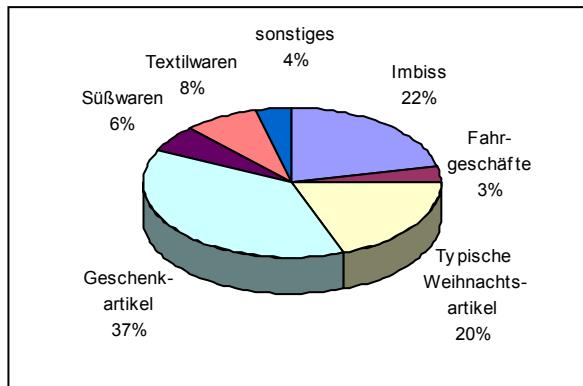


## Das Angebot auf Weihnachtsmärkten

Die Angebotsstruktur auf den Weihnachtsmärkten hat sich zum einen **historisch entwickelt**, wurde zum anderen aber in den letzten Jahren aufgrund veränderter Kundenbedürfnisse vor allem im Weihnachtsartikel- und Kunstgewerbebereich auch erweitert. Bratwurst, Glühwein, Holzspielwaren und Süßwaren gehören zu den traditionell angebotenen Produkten. Später kamen Händler mit Holzhandwerk, Kunstgewerbe, Geschenkartikeln, Schmuck und Textilwaren hinzu.

Durch die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung können die teilweise scharfen Vorwürfe, die Weihnachtsmärkte verkämen immer mehr zu reinen „Fress- und Saufveranstaltungen“, zumindest für den Durchschnitt aller Weihnachtsmärkte entkräftet werden: Der überwiegende Teil des Angebots auf Weihnachtsmärkten wird bestimmt durch **Geschenkartikel und weihnachtstypische Artikel (58 %)**. Getränke- und Imbissstände erreichen zusammen einen Anteil von 22 %.

### Angebotszusammensetzung



Quelle: imoha - Befragung

Durchschnittlich standen im Berichtsjahr 57,4 Stände auf einem Weihnachtsmarkt. Je Stellplatz wurden im Durchschnitt 2,7 Platzanfragen (Bewerbungen) registriert. Nicht-gewerbliche Stände waren zu 20 % vertreten.

Der überwiegende Teil der Weihnachtsmärkte wird durch ortansässige Händler oder Schausteller (32,4 %) bzw. Händler und Schausteller aus der näheren Umgebung (57,4 %) beschickt.

Auf den 2.500 Weihnachtsmärkten wurden **143.500 mobile Verkaufsstände** geschätzt, das entspricht unter Berücksichtigung der Dauer der Weihnachtsmärkte und der Anzahl beschickter Weihnachtsmärkte in etwa **70.000 – meist mobilen – Unternehmen** in Deutschland, die in der Vorweihnachtszeit auf einem oder mehreren Weihnachtsmärkten mit einem oder mehreren Geschäften vertreten sind.

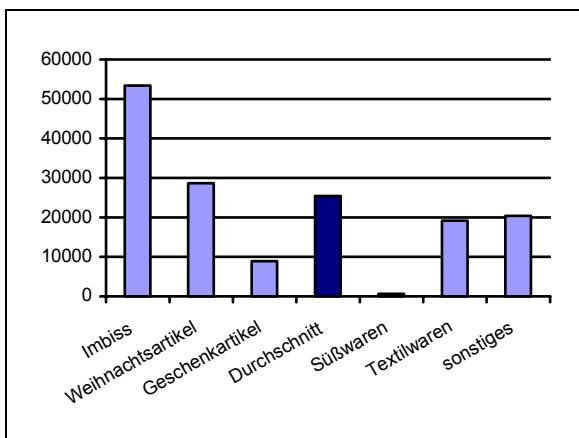
**Auf größeren, mindestens 2 Wochen dauernden Weihnachtsmärkten** werden von den Händlern und Schaustellern durchschnittlich – zumindest zeitweise – 1,8 zusätzliche Mitarbeiter (Aushilfskräfte, Teilzeit-, Vollzeitpersonal) beschäftigt. Das ergibt rein rechnerisch in der Summe schätzungsweise **130.000 zeitweise Beschäftigte** (inkl. Geschäftsinhaber) auf größeren Weihnachtsmärkten.

Für Besitzer der **Weihnachtsmärkte von geringerer Dauer** lagen keine Angaben über die Anzahl beschickter Weihnachtsmärkte und über das zusätzlich angestellte Personal vor. Es wird angenommen, dass jeder Händler oder Schausteller durchschnittlich 4 Weihnachtsmärkte beschickt und zeitweise 1,5 Mitarbeiter beschäftigt. Damit ergeben sich für die kleineren Weihnachtsmärkte folgende Zahlen: 23.000 mobile Unternehmen beschäftigen zeitweise ca. 34.500 Angestellte. In der Summe sind das etwa **57.500 Beschäftigte** auf Weihnachtsmärkten von geringerer Dauer.

Für **alle stattfindenden Weihnachtsmärkte** konnten folgende Beschäftigungseffekte durch Weihnachtsmarkthandel ermittelt werden: **Zusätzlich zu den Geschäftsinhabern (ca. 70.000) finden knapp 118.000 Personen eine zeitweise Verdienstmöglichkeit** als Aushilfs-, Teilzeit- oder Vollzeitkraft in der Vorweihnachtszeit. In der Summe sind das ca. **188.000 Arbeitsplätze**, die zumindest zeitweise für die Dauer der Weihnachtsmarktveranstaltungen gesichert bzw. geschaffen werden.

**Das Weihnachtsgeschäft ist für viele Marktaufleute die wichtigste Einnahmequelle des Jahres.** Einzelnen Aussagen zufolge wird auf den Weihnachtsmärkten bis zu einem Viertel des Jahresumsatzes erwirtschaftet. Besonders gut schneiden dabei **Imbiss- und Glühweinhändler** ab. Der **Durchschnittsumsatz** aller Beschicker auf einer 4-Wochen-Veranstaltung aufgrund der Datenbasis lag bei **25.400 €** (49.651 DM).

### Durchschnittsumsätze in €



Quelle: imoha - Befragung

Den erzielten Umsätzen stehen **Kosten** insbesondere im Bereich Standgebühren und Mieten sowie Personal gegenüber. Außerdem sind natürlich weitere Kosten, wie z.B. Wareneinsatz, Werbekostenumlagen, Strom, Wasser und persönlicher Lebensunterhalt zu berücksichtigen.

## Wirtschaftliche Bedeutung von Weihnachtsmärkten

Weihnachtsmärkte sind **wirtschaftlich von hoher Bedeutung**: Neben den direkten Umsätzen der Besucher auf den Weihnachtsmärkten, die direkt der Existenzsicherung der Händler und Schausteller im Winter dienen, profitieren durch die Veranstaltung auch zahlreiche andere Branchen. Vor allem der örtliche Einzelhandel, aber auch die ansässige Gastronomie und Hotellerie, die Verkehrsbetriebe und andere touristische Leistungsanbieter (Kino, Theater, Museen, sonstige Freizeiteinrichtungen) sowie örtliche Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe profitieren von Weihnachtsmarktveranstaltungen.

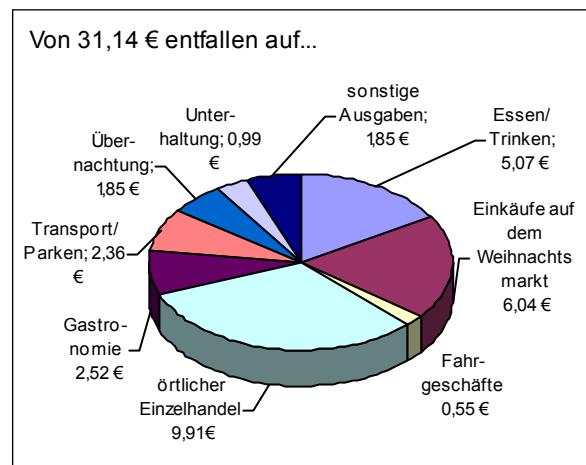
Zwei Drittel der Besucher geben im Zusammenhang mit dem Weihnachtsmarktbesuch Geld in den genannten Bereichen aus. Im **Umfeld der Weihnachtsmärkte** konnten **Gesamtumsätze in Höhe von 3,031 Mrd. €** geschätzt werden, das entspricht **durchschnittlichen Besucherausgaben in Höhe von 19,48 €**, wobei die Hälfte dieser Ausgaben dem örtlichen Einzelhandel zukommt.

Knapp die Hälfte der Weihnachtsmarktbesucher (42,5 %) hält sich **ausschließlich wegen des Weihnachtsmarktes** in der Stadt auf. Ihre Ausgaben, insbesondere in umliegenden Geschäften, gastronomischen Einrichtungen usw., sind allein auf den Weihnachtsmarkt zurückzuführen. Es handelt sich demnach um Umsätze, die es ohne den Weihnachtsmarkt an diesem Standort nicht gegeben hätte. Diese Besuchergruppe setzt durchschnittlich 12,89 € im Umfeld der Weihnachtsmärkte um. In der Summe sind das 854 Mio. € (30 % des Gesamtumsatzes im Umfeld der Weihnachtsmärkte), davon entfallen ca. 356 Mio. € auf den stationären Einzelhandel.

Fast jeder Weihnachtsmarktbesucher gibt **Geld auf dem Weihnachtsmarkt** aus. Im Durchschnitt sind das **11,66 €**, die etwa zu gleichen Teilen für Essen/Trinken und Einkäufe jeglicher Art ausgegeben werden.

Die **Gesamtumsätze der Weihnachtsmarktbesucher** bei Markthändlern, Schaustellern, im örtlichen stationären Einzelhandel, in der Gastronomie und Hotellerie, Anbietern von Verkehrsleistungen und sonstigen touristischen Leistungsanbietern belaufen sich aus den Schätzungen auf eine Höhe von **4,847 Mrd. €**. Durchschnittlich gibt **jeder Besucher 31,14 €** im Rahmen seines Weihnachtsmarktbesuches aus.

### Anteile der Besucherausgaben



Quelle: imoha - Befragung

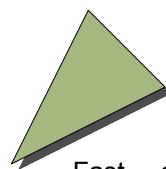
Durch sogenannte **Multiplikatoreffekte** sind die Auswirkungen der primären Ausgaben der Weihnachtsmarktbesucher sehr viel größer. Durch Ausgaben der Besucher werden vor allem in den Vorstufen der Markthändler und der touristischen Leistungsanbieter (Vorleistungen in Form von Gütern (Herstellung und Lieferung von Handelswaren) und Dienstleistungen, wie etwa Lebensmittelhändler, Reinigungen) **zusätzliche Einkommen und Beschäftigung** induziert, die zu Kaufkraftsteigerung und zur Stabilisierung und Stärkung der wirtschaftlichen Situation eines Standortes führen.

Insgesamt ist die Veranstaltung von Weihnachtsmärkten für die Kommunen ein leichtes Überschussgeschäft. Sofern die Kommunen selbst als Veranstalter der Weihnachtsmärkte auftreten, wird ein Großteil der erzielten Einnahmen (überwiegend aus Standgebühren und aus der Vermietung der Verkaufsstände) für die Organisation der Veranstaltung wieder ausgegeben. Allerdings müssen die Kommunen beträchtliche Aufwendungen für die Anschaffung der Verkaufsstände machen, denn die Kosten für diese meist als Holzhäuschen gestalteten Verkaufseinrichtungen sind hoch. Man will also nicht unmittelbar einen Überschuss erzielen, sondern baut auf den Weg der Umwegrentabilität: Über die durch den Weihnachtsmarkt verbesserten bzw. gesicherten Geschäfte der Beschicker, ortsansässigen Händler, Gastronomen, Handwerker usw. profitiert letztlich auch die Kommune.

Die durchschnittlichen Einnahmen der befragten Kommunen betragen 25.910 €, was zu **Gesamteinnahmen aller kommunalen Veranstalter** in Höhe von **18,78 Mio. €** führte. Dem stehen **18,06 Mio. € Gesamtausgaben** gegenüber, durchschnittlich belaufen sich die Ausgaben auf 24.915 €.

Unter der Annahme, dass die Einnahmen und Ausgaben privater Veranstalter mindestens genauso hoch sind, wie die Einnahmen und Ausgaben der kommunalen Veranstalter, ergeben sich direkt aus der Veranstaltung von 2.500 Weihnachtsmärkten **Gesamteinnahmen aller Veranstalter** in Höhe von **64,8 Mio. €** und **Gesamtausgaben aller Veranstalter** in Höhe von **62,3 Mio. €**. Diese wiederum spielen eine gewichtige Rolle für die regionale Wirtschaft. Die Ausgaben der Veranstalter führen zu Einnahmen bei verschiedenen Unternehmen, die somit von der Existenz des Weihnachtsmarktes sowohl in finanzieller Sicht als auch in Bezug auf die Beschäftigung profitieren können. Letztlich erzielen sie Umsätze, die es ohne den Weihnachtsmarkt nicht geben würde.

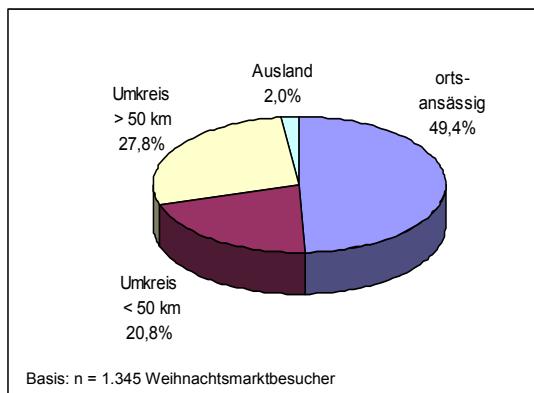
## Die touristische Bedeutung von Weihnachtsmärkten

Fast die Hälfte der Besucher war ortsansässig, jeder fünfte Besucher reiste aus der näheren Umgebung (weniger als 50 km) zum Weihnachtsmarkt an, fast 28 % kamen aus dem Umkreis von über 50 km. **Tages- oder Kurzausflügler aus dem Inland erreichen zusammen einen Anteil von 48,6 %.**

Unterschiede in der Ausstrahlungskraft gab es dabei in Abhängigkeit von der Größe und dem Bekanntheitsgrad der Veranstaltung. Überregional bekannte und bedeutende Weihnachtsmärkte weisen weit überdurchschnittliche Besucherraten bei Einzugsgebieten über 50 km auf: Teilweise über 50 % der Besucher reisen aus weiter entfernten Wohnorten an, was für die hohe Bedeutung von Tagesreisen mit dem Ziel des Weihnachtsmarktbesuches spricht.

**Der Anteil Besucher mit Wohnort im Ausland beträgt 2 %.** Weihnachtsmärkte in grenznahen Gebieten und Weihnachtsmärkte mit überregionaler Ausstrahlung zeichnen sich durch über dem Durchschnitt liegende Anteile von ausländischen Besuchern aus.

### Herkunft der Besucher



Quelle: imoha - Befragung

Weihnachtsmärkte von überregionaler Bedeutung erzielen weit über dem Durchschnitt liegende Anteile an Reisegruppen und Bustouristen.

Knapp 5 % aller Besucher geben an, Übernachtungskosten im Rahmen des Weihnachtsmarktbesuches zu haben. Ihre Umsätze in der Hotellerie beliefen sich auf schätzungsweise 289 Mio. €.

Während ihres Aufenthaltes in der Stadt geben **Tages- oder Kurztouristen** – damit sind die Besucher gemeint, die ihren Wohnort nicht am Standort des Weihnachtsmarktes haben – durchschnittlich 36,30 € auf dem Weihnachtsmarkt bzw. im Umfeld des Weihnachtsmarktes aus. Durch sie werden Gesamtumsätze in Höhe von 3 Mrd. € erzielt, das sind 61 % der Umsätze aller Besucher.



## Werde- und Imageeffekte

Die Werbebudgets überregional bedeutsamer Weihnachtsmärkte liegen weit über 40.000 € - in der Spur sogar deutlich über 150.000 €. Kommunale Veranstalter wenden durchschnittlich 4.200 €, das entspricht 17 % ihrer Gesamtkosten, für Werbemaßnahmen unterschiedlichster Art auf.

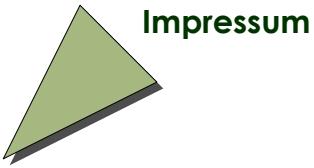
Weihnachtsmärkte als jährlich wiederkehrende Veranstaltungen leisten einen erheblichen Beitrag zur Steigerung der Innenstadtattraktivität und Erhöhung der Lebensqualität der Bevölkerung. Ihnen kommt daher eine wichtige Stellung im Stadt- oder Regionalmarketing zu.

Der Nürnberger Christkindlmarkt ist wohl der bekannteste Weihnachtsmarkt, der imagebildend sowohl bei inländischen als auch bei ausländischen Besuchern für die Stadt Nürnberg, das Bundesland Bayern und Deutschland wirkt.



## Fazit

- (1) Weihnachtsmärkte ziehen jährlich zahlreiche Besucher aus dem In- und Ausland an und gehören für die Bevölkerung mittlerweile zur Adventszeit dazu.
- (2) Die wirtschaftlichen Effekte von Weihnachtsmarktveranstaltungen sind hoch:
  - ⇒ Es werden Umsätze in Milliardenhöhe erzielt.
  - ⇒ Es werden zusätzliche Einkommen und Steuereinnahmen induziert.
  - ⇒ Es werden Arbeitsplätze in erheblichem Umfang – zumindest zeitweise – geschaffen bzw. gesichert.
  - ⇒ Weihnachtsmärkte wirken positiv auf andere Branchen.
- (3) Weihnachtsmärkte beleben die Innenstädte und spielen eine wichtige Rolle im Rahmen des Stadtmarketings. Weihnachtsmärkte leisten einen Beitrag zur Erhöhung der Lebensqualität der Bevölkerung.
- (4) Weihnachtsmärkte bergen ein erhebliches Potenzial im Bus- und Gruppentourismus, sie sind ein wichtiger Bestandteil des Tages- und Übernachtungstourismus im Rahmen des Städtetourismus in Deutschland.



## Impressum

### Auftraggeber:

Bundesverband Deutscher Schausteller und Marktkaufleute e.V.

Adenauerallee 48

D-53113 Bonn

Telefon: 0228 / 22 40 26

Telefax: 0228 / 22 19 36

[www.bsm-lsm.de](http://www.bsm-lsm.de)

[bsm.bonn@t-online.de](mailto:bsm.bonn@t-online.de)



Die Marktstudie „Weihnachtsmärkte als Wirtschaftsfaktor für Kommunen und Tourismus in der Bundesrepublik Deutschland sowie dessen Beitrag zur Leistungssteigerung im mittelständischen Schaustellergewerbe und Markthandel“ wurde gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Berlin.

### Bearbeitung:

IMOHA GmbH – Institut zur Erforschung und Förderung des mobilen

Handels an der Hochschule Harz

Friedrichstraße 57 – 59

D-38855 Wernigerode

Telefon: 03943 / 62 61 13

Telefax: 03943 / 62 61 13

[www.imoha.de](http://www.imoha.de)

[info@imoha.de](mailto:info@imoha.de)



Dokument \\hawis196\\allris\$\\allris-dokumente\\doc\\00\\50\\26\\88-Anlagen\\06\\Anlage 4. - Lageplan der Weihnachtsmarktfla"chen.pdf nicht gefunden

### Anlage 8.3.

Stadt Hagen  
Fachbereich Öffentliche Sicherheit, Verkehr,  
Bürgerdienste und Personenstandswesen  
Postfach 4249  
58042 Hagen

25. Oktober 2021

Ihr Schreiben vom 30.09.2021  
**Ladenöffnungsgesetz NRW**

Sehr geehrte Frau Möbus,

vielen Dank für die Möglichkeit der Anhörung vor Erlass einer ordnungsbehördlichen Verordnung über das Öffnen von Verkaufsstellen im Hagener Stadtteil Mitte am 19. Dezember 2021 in der Zeit von 13:00 Uhr bis 18:00 Uhr.

Aus Sicht der Südwestfälischen Industrie- und Handelskammer zu Hagen bestehen keine Bedenken gegen die Freigabe der Ladenöffnung an diesem Sonntag, soweit die Anforderungen aus § 6 des Gesetzes zur Regelung der Ladenöffnungszeiten in NRW eingehalten werden. Das öffentliche Interesse an der Verkaufsöffnung wird Ihrerseits mit dem im Gesetz aufgeführten Sachgrund Nr. 1 nach § 6 Abs. 1 LÖG NRW begründet. Der räumliche Zusammenhang wird durch die Begrenzung auf das Gebiet der Fußgängerzone hergestellt. Nach Ansicht der Antrag stellenden City Gemeinschaft liegen kumulativ die Sachgründe 1, 2, 3 und 5 vor und rechtfertigen ein öffentliches Interesse an der Ausnahme vom Sonn- und Feiertagsschutz.

Der Argumentation im Antrag können wir folgen. Der räumliche Bezug scheint gegeben. Die Stärkung des stationären Einzelhandelsangebotes, sowie die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sind wichtige Ziele für die Gesamtattraktivität der Stadt Hagen und gerade nach den Lockdowns in Folge der COVID-19-Pandemie sowie der Betroffenheit der Hagener Innenstadt im Zuge der Hochwasser-Katastrophe von besonderer Bedeutung. Nach wie vor sollte auch dem Ziel der überörtlichen Sichtbarkeit der Stadt Hagen hohe Priorität eingeräumt werden, um die Wettbewerbsfähigkeit mit umliegenden Kommunen zu stärken. Auch in diesen Punkten ist die Argumentation der Antragsteller nachvollziehbar.

Mit freundlichen Grüßen



Stephanie Erben

#### Anlage 8.4.

**Von:** Weiskirch, Jürgen <juergen.weiskirch@verdi.de>

**Gesendet:** Freitag, 5. November 2021 12:22

**An:** Möbus, Andrea <Andrea.Moebus@stadt-hagen.de>

**Betreff:** Stellungnahme zur beabsichtigten Freigabe eines verkaufsoffenen Sonntages am 19.12.2021

Sehr geehrte Frau Möbus,

in Ihrem Anhörungsschreiben teilen Sie uns mit, dass Sie den Erlass einer ordnungsbehördlichen Verordnung über das Offthalten von Verkaufsstellen für Sonntag, 19.12.2021, anlässlich des

*"Hagener Weihnachtsmarktes"*

beabsichtigen. Zu der geplanten Sonntagsöffnung nehmen wir folgend Stellung:

Der in Art. 140 GG i.V.m. Art. 139 WRV enthaltene Schutzauftrag an den Gesetzgeber gewährleistet ein Mindestniveau des Sonn- und Feiertagsschutzes. Er statuiert für die Arbeit an Sonn- und Feiertagen ein Regel-Ausnahme-Verhältnis; die typische werktägliche Geschäftigkeit hat an Sonn- und Feiertagen zu ruhen. Die Zulassung von Sonntagsöffnungen kann nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts nur in Abwägung anderer Rechtsgüter mit gleich- oder höherwertigem Verfassungsrang erfolgen.

BVerfG, Urteil vom 01.12.2009 – 1 BvR 2857/07 und 1 BvR 2858/07.

Auch nach der Änderung des LÖG NRW in 2018 ist für eine Ladenöffnung an Sonn- und Feiertagen daher ein besonderer Sachgrund erforderlich. Dieser ist von der zuständigen örtlichen Ordnungsbehörde im jeweiligen Einzelfall zu prüfen und in einer nachvollziehbaren – dokumentierten – Weise zu begründen. Dabei muss die Behörde ermitteln, ob der von ihr angenommene Sachgrund hinreichend gewichtig ist, um die konkret beabsichtigte Ladenöffnung auch hinsichtlich des räumlichen Geltungsbereichs zu rechtfertigen. Bei der Entscheidung muss sie dem verfassungsrechtlichen Regel-Ausnahme-Verhältnis Rechnung tragen. Es reicht also nicht aus, wenn sie einen Sachgrund benennt, dieser muss vielmehr auch hinreichend gewichtig sein, um die Einschränkung des Sonntagsschutzes zu rechtfertigen.

Das Oberverwaltungsgericht NRW hat die sich aus § 6 Abs. 1 LÖG NRW ergebenden Anforderungen jüngst wie folgt konkretisiert:

Die in § 6 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 bis 5 LÖG NRW aufgeführten Sachgründe müssen in besonderer Weise betroffen sein. Weder reicht die bloße Bejahung eines Zusammenhangs zwischen der anlassgebenden Veranstaltung und der Ladenöffnung gemäß § 6 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 LÖG NRW noch ein allgemeiner Verweis auf das Vorliegen der in Abs. 1 Satz 2 Nr. 2 bis 5 normierten Gründe. Denn diese gesetzlich definierten öffentlichen Interessen sind in ihrer Zielrichtung sehr weit gefasst, daher letztlich stets in allgemeiner Weise berührt und insoweit nicht geeignet, einen als solchen für die Öffentlichkeit erkennbaren Ausnahmeharakter der Ladenöffnung zu begründen. Unverändert gilt, dass das bloße Umsatzinteresse der Verkaufsstelleninhaber auch unter einer anderen Bezeichnung eine sonn- oder feiertägliche Ladenöffnung nicht rechtfertigen kann.

Diesen Maßstab auf Ihre geplante Veranstaltung und den beabsichtigten verkaufsoffenen Sonntag zugrunde gelegt, gehen wir zunächst von einer des LÖG NRW und der Rechtsprechung konformen Darstellung aus.

Allerdings ist Ihre Einschätzung zu den Besucherströmen, die Sie zur "Tatsache" erheben recht wagemutig und nicht belegt als da „begründet“ wird: *"Grundsätzlich erwartet der Veranstalter ca. 10.000 Besucher am Tag auf dem Hagener Weihnachtsmarkt. Diese Prognose stützt sich nach Einschätzung der Antragstellerin auf die Tatsache, dass es auf Grund der Corona-Pandemie lange Zeit*

*keine Veranstaltungen und Weihnachtsmärkte gab und daher in diesem Jahr ein gesteigertes Interesse am Besuch des Weihnachtsmarktes zu erwarten sei."*

Die angeführten Erhebungen zum Besucher- oder Kundenverhalten aus 2015 nebst der Studie können zum einen weil 6 Jahre alt und zum anderen gerade wegen der Erfahrungen um die Corona-Pandemie und dessen Auswirkungen nicht herangezogen werden. Gleichwohl unterstellen wir aufgrund eigener Recherche, Berichterstattung der Medien zu früheren "Hagener Weihnachtsmärkten" und Erfahrungen aus unserem Organisationsbereich, dass das Besucherinteresse am Weihnachtsmarkt deutlich größer zu vermuten ist, als das Kaufinteresse.

Die anlassstiftende Veranstaltungen entspricht damit dem im LÖG NRW § 6 Absatz 1 Ziffer1 aufgeführten „öffentlichen Interesse“. Ihre Ausführungen zur rechtlichen Grundlage zur Freigabe eines verkaufsoffenen Sonntagen teilen wir, nicht aber die Begründungen zu LÖG NRW § 6.1 Nr. 2 ff. Diese können getrost entfallen, da bekanntermaßen bislang durch die Rechtsprechung ausschließlich nach LÖG NRW § 6.1 Nr. 1 Verkaufsöffnungen statthaft sind.

Der räumliche Zusammenhang der anlassstiftenden Veranstaltungen und der beabsichtigten Freigabe von Verkaufsstellen sind nach Ihrer Darstellung gegeben. Die Einbeziehung von Straßenzügen über den Bereich der eigentlichen Veranstaltung stellen noch einen mit der Rechtsprechung konformen räumlichen Zusammenhang dar.

Im Entwurf der ordnungsbehördlichen Verordnung ist die Bezugnahme auf das LÖG NRW in Punkt Ordnungswidrigkeit falsch wiedergegeben. Seit 2018 ist der "§ 12 Bußgeldvorschriften" korrekt.

Die auf dieser vorgetragenen Anhörung basierende und beigelegte ordnungsbehördliche Verordnung (Entwurf) zur Freigabe der Sonntagsöffnungen – sollte der Rat der Stadt Hagen diese beschließen - dürfte rechtlich nicht zu beanstanden sein.

Soweit die rechtliche Betrachtung.

Ungeachtet dessen, sind wir der Überzeugung, dass die Veranstaltungen ohne Öffnung der Läden am Sonntag stattfinden können. Die Geschäftstätigkeit ist an Sonntagen ja keine andere als an Werktagen und das LÖG NRW bietet die inzwischen die Ladenöffnung von montags 0:00 Uhr bis samstags 24:00 Uhr. Das bedeutet so schon lange Öffnungs- und Arbeitszeiten für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer. Es bedarf neben den ethischen und religiösen auch unter diesem Gesichtspunkt des arbeitsfreien Sonntages.

Aus diesem Grunde lehnen wir Sonntagsöffnungen ab.

Freundliche Grüße

*Jürgen Weiskirch*  
Bezirksgeschäftsführer

**ver.di Bezirk Südwestfalen**  
*Büro Hagen*  
Hochstraße 117a  
58095 Hagen  
Tel.: 02331 1677-22

*Büro Siegen*  
Koblenzer Straße 29  
57072 Siegen  
Tel.: 0271 23886-19

E-Mail: [juergen.weiskirch@verdi.de](mailto:juergen.weiskirch@verdi.de)

Internet: [suedwestfalen.verdi.de](http://suedwestfalen.verdi.de)

Was haben die Gewerkschaften für uns getan? [Antwort...](#)

**- Zusammenfassung -**

# Der Weihnachtsmarkt zwischen Tradition und Inszenierung? Was erwarten Besucher und Touristen?

## Ergebnisse einer bundesweiten Befragung im Dezember 2015

Von Dr. Eddy Donat, GMA Dresden und Karl-Heinz König, MK Illumination

**In der Weihnachtszeit 2015 wurden bundesweit in 33 Städten ca. 1.000 Personen zu deren Besuchshäufigkeit und -grund von Weihnachtsmärkten sowie deren Einschätzung zur Bedeutung und einer Bewertung von wesentlichen Kriterien interviewt.**

Als Bewertungskriterien wurden vorgegeben:

- Weihnachtliche Stimmung/Atmosphäre,
- Dekorative Beleuchtung/Lichtgestaltung/Weihnachtsbeleuchtung,
- Weihnachtliche Inszenierung der Innenstadt,
- Angebotsvielfalt/Branchenmix,
- Ergänzendes Weihnachtsveranstaltungsangebot und
- Aufenthaltsqualität.

Zusätzliche bzw. weiterführende Fragen wie, „Was gefällt besonders an der Weihnachtsbeleuchtung?“, „Wieviel Geld wurde ausgegeben?“ „Werden Weihnachtsgeschenke eher lokal oder online eingekauft?“ sollten Aufschluss über das Verbraucherverhalten in der Weihnachtszeit geben. Außerdem konnten durch die Frage, welche weiteren Weihnachtsmärkte besucht wurden, die beliebtesten Weihnachtsmärkte identifiziert werden.





*Wurde die Innenstadt oder der Weihnachtsmarkt in diesem Jahr zur Weihnachtszeit besucht? (n=1526)*

Es wurden ca. 1.500 Personen telefonisch angesprochen. Jedoch nur zwei Drittel der Befragten besuchten in der Weihnachtszeit die Innenstadt bzw. den Weihnachtsmarkt. Der **Befragungsumfang von**



**1.014 Probanden** als tatsächliche Innenstadt- und Weihnachtsmarktbesucher garantiert repräsentative Ergebnisse und damit belastbare Aussagen zur Beurteilung von Weihnachtsmärkten. Da die Auswahl der Städte für die telefonischen Interviews gezielt nach Regionen (siehe Karte links) und Stadtgrößenklassen getroffen wurde, kann auch nach diesen Kriterien gruppiert und verglichen werden.

**Als Hauptgrund für den Besuch der Innenstadt stehen Treffpunkt und Vergnügen ganz oben. In Verbindung mit Bummeln und Freunde treffen nehmen als ca. 43% diesen „geselligen Anlass“ zum Weihnachtsmarktbesuch. Für Einkäufe oder gar spezifische Weihnachtseinkäufe besuchen insgesamt ca. 37% die Innenstädte und Weihnachtsmärkte. Frühere Befragungen haben gezeigt, dass 60 – 70% die Innenstädte zum Einkaufen besuchen. In der Weihnachtszeit wandelt sich dieses Bedürfnis offensichtlich etwas.**

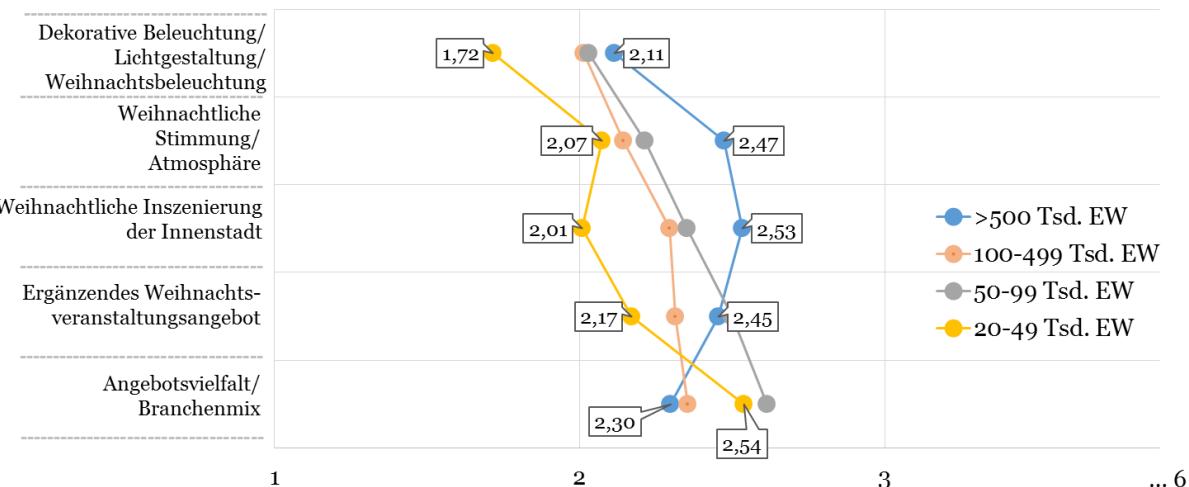


*Was war der Hauptgrund für den Besuch der Innenstadt? (n=977)*

**Dekorative Beleuchtung und Lichtgestaltung auf dem Weihnachtsmarkt wird als wichtigstes Kriterium mit bester Benotung eingeschätzt.** Hinsichtlich ihrer Bedeutung schneidet die dekorative Beleuchtung/Lichtgestaltung/Weihnachtsbeleuchtung mit der Durchschnittsnote 2,01 am besten ab. Es folgen:

- Weihnachtliche Stimmung/Atmosphäre (2,25)
- Weihnachtliche Inszenierung der Innenstadt (2,34)
- Ergänzendes Weihnachtsveranstaltungsangebot (2,38)
- Angebotsvielfalt/Branchenmix (2,42).

Die Skala der Bewertung aller Kriterien ist sehr eng zu fassen. Damit wird deutlich, dass alle Kriterien relativ wichtig sind.

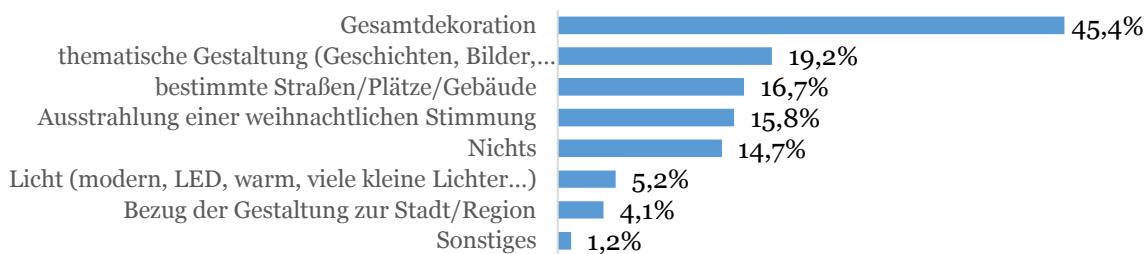


Wie wurden der Weihnachtsmarkt und die weihnachtliche Inszenierung der Stadt hinsichtlich dieser Kriterien bewertet (Schulnoten 1 bis 6, nach Stadtgrößenklassen gruppiert)? (n=979)

Auch in der tatsächlichen Wahrnehmung schneidet die dekorative Beleuchtung/Lichtgestaltung/Weihnachtsbeleuchtung am besten ab. Weiterhin zeigen sich Unterschiede zwischen den Stadtgrößenklassen. Für kleine Städte sind die dekorative Beleuchtung/Lichtgestaltung/Weihnachtsbeleuchtung, weihnachtliche Stimmung/Atmosphäre, weihnachtliche Inszenierung der Innenstadt und das ergänzende Weihnachtsangebot wichtiger.

### Die Gesamtdekoration gefällt den Befragten am meisten an der Weihnachtsbeleuchtung.

Für die Weihnachtsbeleuchtung als wichtigstes und bestbewertetes Kriterium eines Weihnachtsmarktes gaben die Befragten zahlreiche Gründe an, was ihnen besonders gut daran gefällt. Die Gesamtdekoration spielt die wichtigste Rolle (ca. 45%). Weiterhin werden thematische Gestaltungen (ca. 19%), bestimmte Straßen/Plätze/Gebäude (ca. 17%) und die weihnachtliche Stimmung (ca. 15%) sehr positiv wahrgenommen.



*Was gefällt besonders an der Weihnachtsbeleuchtung in der Innenstadt? (n=830)*

### **Es wird mehr Geld für Essen und Trinken als für Einkäufe und Geschenke ausgegeben**

Fast 90% aller Befragten gab an, bis zu 50 EUR für Essen und Trinken auszugeben, jedoch nur ca. 50% der Befragten geben bis zu 50 EUR für Einkäufe und Geschenke aus. Ein großer Teil der Weihnachtsmarktbesucher (ca. 40%) gibt offensichtlich gar nichts für Einkäufe und Geschenke bei einem Besuch aus. Der Vergleich zu den Ergebnissen einer ähnlichen Frage in der Weihnachtszeit 2014 zeigt, dass 2014 vermeintlich viel weniger „gar nichts“ für Einkäufe ausgegeben haben (ca. 25%). Hier wurden jedoch Besucher direkt auf den Weihnachtsmärkten befragt. Offensichtlich lässt sich ein Teil doch noch zum Kauf „verführen“. Bei Ausgaben für Essen und Trinken ist es eher umgekehrt. Knapp 20% konsumierten 2014 gar nichts, 11% meinten im Jahr 2015 nichts auf dem Weihnachtsmarkt zu essen oder zu trinken.

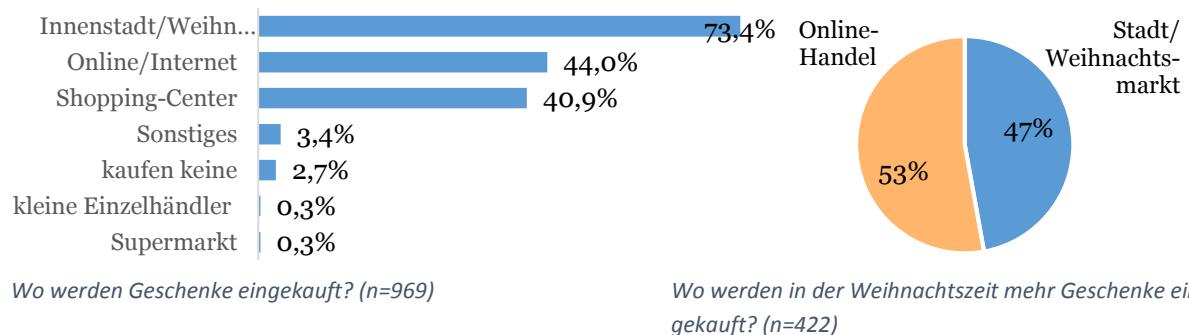
*Vergleich der Ausgaben auf dem Weihnachtsmarkt 2014 und 2015*

	<b>2014</b> (n=290), in %	<b>2015</b> (n=910 bzw. 1014), in %
<b>Einkäufe (in €)</b>		
<b>0</b>	25	42
<b>&gt;0 bis 50</b>	38	48
<b>&gt; 50</b>	37	10
<b>Essen und Trinken (in €)</b>		
<b>0</b>	19	11
<b>&gt;0 bis 50</b>	73	87
<b>&gt; 50</b>	8	2

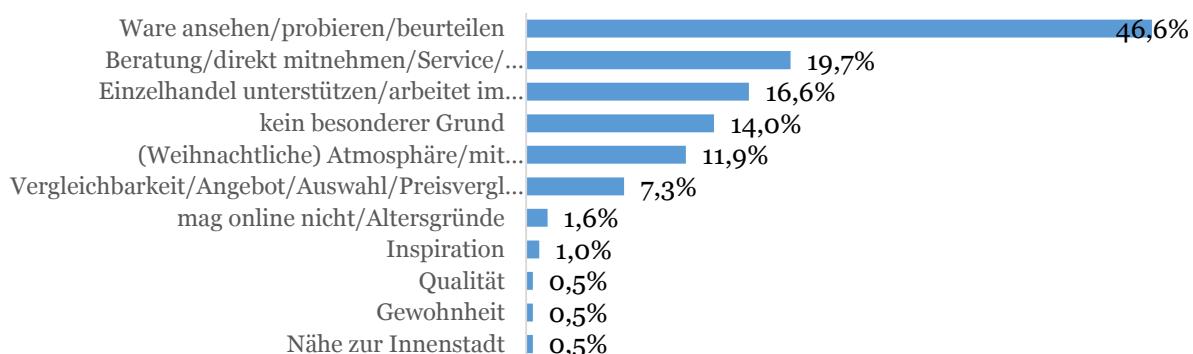
### **Über 50% der Befragten kaufen die Mehrheit ihrer Geschenke im Online-Handel**

Auf die Frage, wo Geschenke zur Weihnachtszeit eingekauft werden, antworteten ca. 73% der Befragten, dass sie Geschenke in der Innenstadt und auf dem Weihnachtsmarkt gekauft haben. Aber auch der Einkauf im Internet/Online und im Shopping-Center wird immer beliebter. Ca. 44% gaben an, auch hier Geschenke einzukaufen. Überraschend ist dann sicherlich das Ergebnis, wo in der Weihnachtszeit

die Mehrheit der Geschenke eingekauft wird, denn schon 53% der Befragten kauften die Mehrheit ihrer Geschenke im Online-Handel.



Dabei gibt es jedoch (noch) viele Gründe, mehr Weihnachtsgeschenke in Geschäften oder auf dem Weihnachtsmarkt zu kaufen. Die Befragten nannten insbesondere den Vorteil, die Ware vor Ort anzusehen/probieren und beurteilen zu können, einen Verkäufer vor Ort zu haben und mit dem Einkauf den Einzelhandel unterstützen zu können.



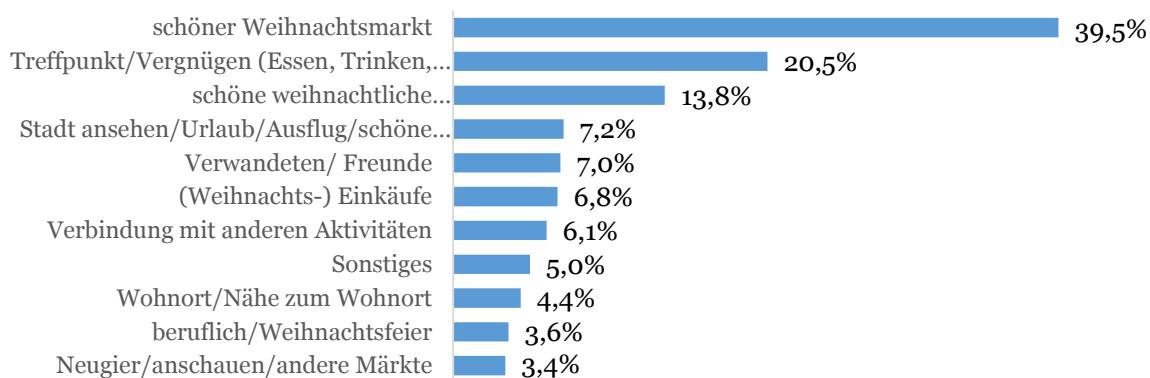
*Aus welchen Gründen werden mehr Weihnachtsgeschenke in Geschäften / auf dem Weihnachtsmarkt gekauft? (n=193)*

### Die beliebtesten Weihnachtsmärkte befinden sich vorrangig in Großstädten – aber nicht nur.

Mit der Frage, welche weiteren Weihnachtsmärkte besucht wurden, sollten die beliebtesten Weihnachtsmärkte zumindest in der jeweiligen Region identifiziert werden. Wenn auch nicht die Herkunft der Besucher für jede Nennung ausschlaggebend ist, so ergaben sich offensichtlich Mehrfachnennungen über die Region hinaus, sodass eine Top Ten der beliebtesten Weihnachtsmärkte gebildet werden kann (Anzahl Nennungen):

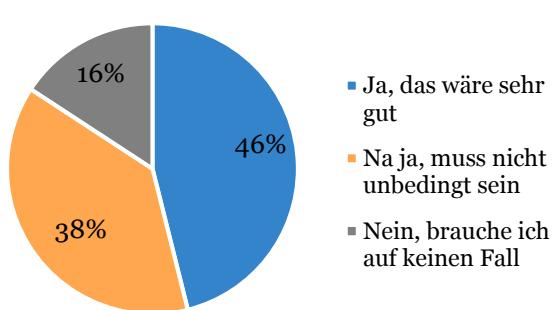
- Erfurt (27)
- Dresden (26)
- Berlin (26)
- Nürnberg (21)
- Leipzig (16)
- Stuttgart (16)
- Frankfurt a. M. (13)
- Jena (11)
- Esslingen (11)
- Friedberg (Bayern) (10)

Viele Großstädte sind sicher genannt worden, weil deren Weihnachtsmärkte aufgrund der Bekanntheit und Attraktivität der Stadt auch überregional besucht werden. Zwei Städte sind jedoch unter den top ten mit unter 100.000 Einwohnern: Esslingen und Friedberg. Diese beiden Weihnachtsmärkte zeichnen sich durch eine besondere Atmosphäre, Kunsthandwerk und Kultur aus. Dazu hat der Weihnachtsmarkt in Esslingen mit seiner historischen Gestaltung unter dem nun schon traditionellen Thema „Esslinger Mittelaltermarkt & Weihnachtsmarkt“ einen besonderen Anreiz. Ebenso zieht der „Friedberger Advent“ durch seine romantische Gestaltung viele Besucher an. Als Hauptgründe für gezielte Besuche von anderen Weihnachtsmärkten wurden deren schöne Ausstrahlung, Treffpunkt zu sein und die weihnachtliche Atmosphäre/Inszenierung angegeben, was gerade diese kleinen Städte für sich nutzen können.

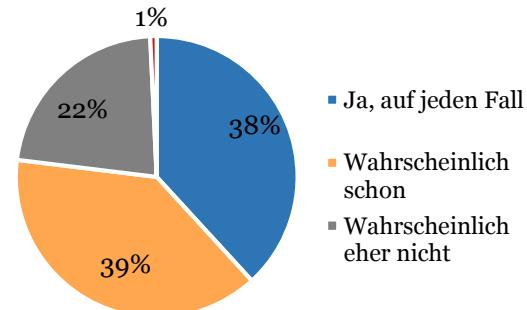


Warum werden Reisen / Besuche zu / von Weihnachtsmärkten gezielt geplant? (n=354)

**Die Befragten sprechen sich für eine Weiterführung nach der Weihnachtszeit als Wintermarkt aus**



Wäre es gut, wenn Weihnachtsmärkte auch nach dem 24.12., z.B. als Wintermärkte weiter gehen würden?  
(n=640)



Würde ein solcher Wintermarkt besucht werden? (n=640)

In einer online gestellten, zusätzlichen Blitzumfrage antworteten 640 Personen, ob sie nach der Weihnachtszeit einen Wintermarkt möchten. Es begrüßt knapp die Hälfte der Befragten eine Weiterführung von Weihnachtsmärkten auch nach dem 24.12., z. B. als Wintermärkte. Sogar drei Viertel der Befragten würde voraussichtlich einen solchen Wintermarkt besuchen.

Wir unterstützen Sie zur Gestaltung individueller, herausragender Weihnachtsmärkte mit toller Atmosphäre und Lichtinszenierung. Unser Angebot für Sie:

**Individuelle Bewertung Ihres Weihnachtsmarktes und Weiterentwicklung von stimmungsvollen Inszenierungen**

- Eine Ergänzung der Befragungsergebnisse mit Ihrer Stadt zur vorhandenen repräsentativen Grundgesamtheit durch gesonderte telefonische Interviews bildet einen Mehrwert zur stadspezifischen Beurteilung und Selbsteinschätzung.
- Die Vergleichsmöglichkeit zum Gesamtdurchschnitt, zu Ihrer Regionen und Stadtgrößenklassen sowie zu einzelnen Städten zeigt Ihre aktuelle Platzierung.
- Umfassende individuelle Beratung zu Planung, Organisation und Weiterentwicklung von Weihnachtsmärkten und weihnachtlichen Inszenierungen der städtischen Geschäftslagen und Plätzen.

**Präsentation der Gesamtergebnisse bei Tagungen und Veranstaltungen sowie in Kommunen**

- Die vollständige Analyse und Interpretation der bundesweiten Befragung zu Weihnachtsmärkten und -beleuchtung wird in Fachreferaten bzw. Vorträgen vorgestellt. Termine dazu sind über die verantwortlichen Verfasser zu erfragen.
- Ergänzung um Erkenntnisse aus vergangenen Befragungen und Best Practice-Beispielen zur Aufwertung oder Neugründung von Weihnachtsmärkten.



**Ihre Ansprechpartner:**



**Karl-Heinz König**  
Leitung Business Development Deutschland MK Illumination GmbH  
Mobil: +49 170 9179529  
k.koenig@mk-illumination.com



**Dr. Eddy Donat**  
Niederlassungsleiter GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Büro Dresden  
Mobil: +49 160 96275592  
eddy.donat@gma.biz

# Anlage 7

## Kulturprogramm 54.Hagener Weihnachtsmarkt

Fr. 19.11.	16:30 Kai Heumann Proyecto Guitarra Latina	17:00 Eröffnung	17:30 Kai Heumann	
Sa. 20.11.	xxxxxxxxxxxxxx x	14:30 DEMAG Bigband	17:00 Andre Wörmann	18:30 Any Beat Counts
So. 21.11	18 Uhr Jesse Lee James	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx
Mo 22.11.	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx
Di 23.11.	xxxxxxxxxxxxxx x	15:30-18:00 Puppentheater	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx
Mi 24.11.	xxxxxxxxxxxxxx x	17:30	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx
Do 25.11.		17:00 Herzblut	18:30 Fragile Matt	xxxxxxxxxxxxxx
Fr. 26.11.	xxxxxxxxxxxxxx	16:00 Chris & Verena	18:30 Matze	xxxxxxxxxxxxxx
Sa. 27.11. Irischer Tag	15:30 Frank Ringer	16:30 An-Spiorad	18:30 Ceili Family	xxxxxxxxxxxxxx
So. 28.11.	14:00 Musikschule Tolksdorf	15:30 Proyecto Guitarra Latina	18:00 & Band	xxxxxxxxxxxxxx
Mo 29.11.	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx
Di. 30.12.	xxxxxxxxxxxxxx x	15:30-17:30 Clown Bubu		xxxxxxxxxxxxxx
Mi 01.12.	xxxxxxxxxxxxxx	17:30 Posaunenchor Dahl	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx
Do 02.12. Schlagertag	16:00	Programm kommt		Ende 20:00
Fr 03.12	xxxxxxxxxxxxxx	16:30 Marokko & Daheim	19:00 Feuer und Eis	xxxxxxxxxxxxxx
Sa 04.12.	xxxxxxxxxx	14:30 Harday*s Jazzband	17:00 Shanty Chor Hagen	18:30 Jasmin
So 05.12.	xxxxxxxxxxxxxx	13:00 Autoharp Singer	15:30 Casanova	18:00 Happy Brass

Kulturprogramm 54.Hagener Weihnachtsmarkt

Mo 06.12.	xxxxxxxxxxxxxx	16:00 Musik Taxi	Nikolaus	
Di 07.12.	xxxxxxxxxxxxxx	15:30-18:00 Puppentheater	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx
Mi 08.12	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx	17:30 CVJM- Posaunenchor	xxxxxxxxxxxxxx
Do 09.12.	xxxxxxxxxxxxxx	16:00	18:30 Björn Nonnweiler	xxxxxxxxxxxxxx
Fr 10.12. <b>Feuerwerk</b>	16:00	17:30 Iserlohner	19:00 Laser Show	19:15 Stadtmusikanten
Sa 11.12.		14:00 Two High	16:30 Chris & Verena	18:30 2you
So 12.12.		13:30 Peter Weisheit	16:00 Blau Weiß Haspe	18:00 Shanty Chor Voerde
Mo 13.12.	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx
Di 14.12.	xxxxxxxxxxxxxx x	15:00-18:00 Clown Bubu	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx
Mi 15.12.	xxxxxxxxxxxxxx	18:00 Stove Corner	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx
Do 16.12.		16:30	18:30	xxxxxxxxxxxxxx
Fr 17.12. <b>Italienische Nacht</b>	15:00	17:00 Nico	19:00 Plan kommt	
Sa 18.12.	14:00 Druckluft	16:30 DEMAG Bigband	19:00 Dan Moses	
So 19.12.	14:30 Andre Wörmann	16:00 Muckefuck	18:30 & Band	
Mo 20.12.	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx
Di 21.12.	xxxxxxxxxxxxxx	15:00 bis 18:00 Puppentheater		
Mi 22.12.			18:00 Stovecorner	
Do 23.12.		16:00 Peter Weisheit		
Fr 24.12.	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx

Kulturprogramm 54.Hagener Weihnachtsmarkt

Sa.25.12.	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxx
So.26.12.		16:00 Chris&Verena		
Mo. 27.12.		17:00 Bummelpass	18:30 Uhr 2You	
Di. 28.12.		17:00	18:30 Any Beat Counts	
Mi. 29.12.		15:30 Hardey's Jazzband	18:00 Marokko & Daheim	
Do.30.12.		16:00 Björn Nonnweiler	18:00 &Band	

EMPFANGSZEIT 14. Oktober 2021 um 16:55:51 MESZ	REMOTE-CSID +49 2931-522910	DAUER 37	SEITEN 1	STATUS Empfangen
DON/14/OKT/2021 16:12	Handelsverb. Südwestf	FAX Nr. :+49 2931-522910		S. 001/001

## Anlage 8.1.



Fax 02331 207 2036

Handelsverband NRW Südwestf. Postfach 52 43 . 59802 Arnsberg

[www.hv-suedwestfalen.de](http://www.hv-suedwestfalen.de)

Stadt Hagen

Fachbereich Öffentliche Sicherheit,  
Verkehr, Bürgerdienste ua59821 Arnsberg  
Brückenplatz 14Frau Andrea Möbius  
Rathaus II Berliner Platz 22  
58095 HagenTel.: 02931 5229-0  
Fax: 02931 5229-10[ehv-arnsberg@t-online.de](mailto:ehv-arnsberg@t-online.de)

14.10.2021

**Erlass einer ordnungsbehördlichen Verordnung über das Offenhalten von Verkaufsstellen aus besonderem Anlass**

**Hier: Anhörung gemäß § 6 Absatz 1 und 4 Ladenöffnungsgesetz NRW  
Ihr Schreiben vom 30.09.2021**

Sehr geehrte Damen und Herren,  
sehr geehrte Frau Möbius,

als Handelsverband NRW Südwestfalen e.V. plädieren wir ausdrücklich dafür, den Antrag in der vorliegenden Fassung positiv zu bescheiden. Dies wäre auch ein klares und unmissverständliches Bekenntnis nicht nur für die Stadt Hagen als Oberzentrum im regionalen Wettbewerb, sondern auch für den Erhalt und die Stärkung des örtlichen Einzelhandels.

Es bestehen unsererseits keine Bedenken hinsichtlich der ausnahmsweisen Ladenöffnung.

Nach diesseitiger Auffassung begründen Ihre Ausführungen erkennbar den Ausnahmecharakter der Ladenöffnung.

Aus diesem Grund begrüßen wir ausdrücklich die von Ihnen geplante Sonntagsöffnung am 19.12.2021.

Mit freundlichen Grüßen

HANDELSVERBAND Nordrhein-Westfalen SÜDWESTFALEN e.V.

für die Geschäftsführung  
  
Karina Brühmann

Sparkasse Arnsberg-Sundern  
Kto.-Nr. 1 059 583, BLZ 466 500 05  
IBAN DE90466500050001059583  
BIC WELADED1ARN

Volksbank Sauerland eG Arnsberg  
Kto.-Nr. 3611 525 600, BLZ 466 600 22  
IBAN DE40466600223611525600  
BIC GENODEM1NEH

Geschäftsführer: Klaus Wilmers  
VR 480 Amtsgericht Arnsberg  
Steuer-Nr.: 303/5980/1985

Anlage 8.2.

Märkischer **Arbeitgeberverband** e.V. • Postfach 2554 • 58595 Iserlohn

Stadt Hagen  
Postfach 4249  
58042 Hagen



**Geschäftsstelle Iserlohn**  
Erich-Nörrenberg-Straße 1 • 58636 Iserlohn  
Tel.: 02371 8291 5 • Fax: 02371 8291 91

**Geschäftsstelle Hagen**  
Körnerstraße 25 • 58095 Hagen  
Tel.: 02331 9221 0 • Fax: 02331 25499  
[info@mav-net.de](mailto:info@mav-net.de) • [www.mav-net.de](http://www.mav-net.de)

6. Oktober 2021  
Gö/F-H

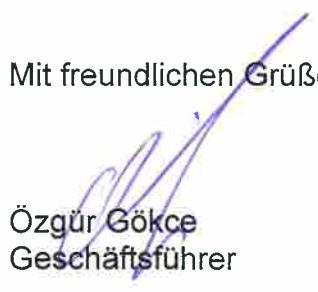
**Erlass einer Ordnungsbehördlichen Verordnung zur Regelung besonderer Öffnungszeiten von Verkaufsstellen an Sonntagen**

Ihr Zeichen: 32/02  
Ihr Schreiben vom 30.09.2021

Sehr geehrte Damen und Herren,

unter Bezugnahme auf Ihr Schreiben vom 30.09.2021 erklären wir, dass wir gegen die Öffnung der Geschäfte in Hagen-Mitte am 19.12.2021 gem. § 6 Abs. 4 Satz 6 LÖG NRW keine Einwände erheben.

Mit freundlichen Grüßen

  
Özgür Gökce  
Geschäftsführer