

Der Wochenmarkt

Hauszeitung der DMG Marktgilde e.G. Nr. 22/September'02

Jahrhundertflut: S. 2

DMG Marktgilde e.G. hilft vor Ort mit Geldspenden!

Neue Wochenmärkte: S. 3

Dinklage übernommen, Eppstein neu

Neue Wochenmärkte: S. 4

Hückelhoven erweitert, Wesseling übernommen

Imoha-Umfrage (Teil 2): S. 5

Händler bei Borco-Höhns Ausstellung befragt

Umsatzraub: S. 5

Marktschreier verursachen Umsatzverluste

Imoha-Studie: S. 6

Weihnachtsmärkte als Wirtschaftsfaktor

S. 7

Neue Märkte demnächst: S. 7

Wir wachsen weiter!

Stellenangebot: S. 7

Leiter/in der neuen Zweigniederlassung Nord gesucht

Immer ganz aktuell:
DMG im Internet
www.marktgilde.de



Liebe Leser,

vor kurzem habe ich einige interessante Daten über Wochenmärkte als Verkaufsstätten - im Vergleich zu anderen Einkaufsmöglichkeiten - gefunden:

- ⇒ Etwa 4% der Gesamtumsätze der analysierten Frischwarengruppen (Gemüse, Fleisch, Obst, Käse, ...) wurden im Jahr 2000 auf Wochenmärkten erzielt.
- ⇒ Je größer die Orte/Städte sind, um so mehr geben die Haushalte für Lebensmittel auf Wochenmärkten aus. Bei Orten über 500.000 Einwohner ca. 6,7%.
- ⇒ Für die Warengruppe Obst allein betrachtet lag der Anteil bei knapp 8%, für Gemüse über 9% und für Eier sogar über 10%.
- ⇒ Das Käuferprofil auf Wochenmärkten weist deutlich auf ältere Menschen (zwei Drittel über 50 Jahre) mit überdurchschnittlichem Nettoeinkommen hin.
- ⇒ Einstellungen zu Ernährung und Einkauf, die das Verhalten von Wochenmarktkunden prägen, lassen sich mit Begriffen wie "anspruchsvoll", "genießen", "naturbelassen" und "Frischeorientierung" beschreiben.

Ich denke, solche Daten liefern eine Reihe von wertvollen Ansatzpunkten, wie und wo der Wochenmarkt seine Stärken nutzen kann und sollte. Selbst wenn die Konkurrenz durch andere Einkaufsstätten wie kleine Fachgeschäfte, Verbrauchermärkte, Discountmärkte, Hausverkauf und Verkaufswagen oder Erzeuger teilweise übermächtig erscheint, so können sich Wochenmärkte mit ihrem besonderen Flair



Brigitte Weigel übergibt Geldspende an den Schulleiter Helmut Arndt der Mittelschule in Flöha. Bild: Heike Golibruch

bei entsprechendem Management nicht nur behaupten, sondern sogar an Boden gewinnen. Zumindest an einigen Stellen ist uns das schon ganz gut gelungen.

Voraussetzung dafür ist aber, dass diese traditionsreiche Handelsform nicht durch Bürokratie und Politik unnötig benachteiligt wird. Nur als Lückenfüller mit allen möglichen Einschränkungen bei Marktplätzen, Warenangebot, Öffnungszeiten usw. betrachtet (siehe auch Umsatzraub durch "Marktschreier-Wettbewerb", Seite 5) oder auch als "Haushaltssanierer" mit unangemessen hohen Standgeldern und Gebühren missverstanden und dann noch lieblos verwaltet - das hält der beste Markt nicht aus!

Leider gibt es auch hierfür viele Beispiele!

Ihr Dr. Gerhard Johnson

Jahrhundertflut: - DMG hilft in Flöha, Meißen und Pirna

Große Teile Sachsens und Sachsen-Anhalts versanken im August in einer Jahrhundertflut. Auch einige unserer Wochenmarktstandorte, die sich entlang großer Flüsse, wie Elbe, Mulde und Zschopau befinden, waren unmittelbar von dieser Katastrophe betroffen. In Flöha und Pirna konnte ein bzw. zwei Wochen gar kein Wochenmarkt stattfinden, da die gesamten Stadtzentren, einschließlich der Marktplätze, überflutet waren. Bis heute haben die Städte und Kommunen mit den Folgen wie Schlamm, Müll und Unrat zu kämpfen. Teilweise sind sogar Bereiche der lebensnotwendigen Infrastruktur zerstört worden.

Unsere Wochenmarktstandorte der Städte Meißen, Glauchau, Meerane und Roßlau hatten große Probleme durch gesperrte Straßen und Brücken, so dass auch hier nur ein eingeschränkter Marktbetrieb möglich war. Hinzu kam, dass viele Markthändler, die ja meist aus der näheren Umgebung stammen, selbst sehr stark von der Flutkatastrophe betroffen waren und die Wochenmärkte nicht beschicken konnten. Auch die Kunden hatten kaum Chancen auf den Markt zu kommen. Aber selbst auf den Märkten, die stattfanden, war die Kaufkraft wegen der Flutkatastrophe und der unübersehbaren Folgen sehr stark beeinträchtigt. Viele Kunden wagten sich gar nicht aus ihren Häusern; sie hatten verständlicherweise andere Sorgen.

Wochenmärkte fielen aus

Durch das immer höher steigende Wasser war auch die Kommunikation mit den am stärksten betroffenen Städten sehr schwierig. Das Festnetz war stellenweise über Tage ausgefallen oder gestört und das Mobilfunknetz überlastet. Somit hatte selbst Brigitte Weigel von unserer Zweigniederlassung Probleme zu erfahren, welche Märkte wie stark vom Hochwasser betroffen waren. Nur über die eingerichteten Notrufnummern der Rettungsdienste/Feuerwehren waren wir imstande uns ein Bild davon zu machen, welche Märkte stattfinden konnten und in welchem Umfang. Unsere Zweigniederlassung in

Absender: DMG Marktgilde e.G. Föhrenisplatz 4/I 09272 Lins.-Oberf.		Nur zur Verrechnung		Deutsche Bank 24 Aktiengesellschaft	
Zahlen Sie gegen diesen Scheck		— Dreihundertfünfzig —		DE	
Betrag: Euro, Cent		Betrag in Buchstaben		Betrag: Euro, Cent	
350.-				EUR 350.-	
Bitte verwenden Sie den anhängenden Scheck wie folgt:		noch Betrag in Buchstaben an		oder Überbringer	
Rechnung(en) vom/Nr.		Mittelschule Flöha Augustusburger Str. 87 09557 Flöha		Lins.-Oberf., 05.09.02 Ausstellungsort, Datum	
Spende				Brigitte Weigel Unterschrift des Ausstellers	
0102 03002 00 8 01		Scheck-Nr. <input checked="" type="checkbox"/> Konto-Nr. <input checked="" type="checkbox"/> Betrag <input checked="" type="checkbox"/> Bankleitzahl <input checked="" type="checkbox"/> Text <input checked="" type="checkbox"/>		177258011	
				870700241 011	
Bitte dieses Feld nicht beschriften und nicht bestempeln					

Eine von drei Geldspenden, mit der die DMG geholfen hat.

Limbach-Oberfrohna meisterte in enger Zusammenarbeit mit den Marktmeistern der betroffenen Standorte vor Ort die Situation - Händler wurden soweit wie möglich informiert und teilweise auf andere DMG Märkte "umgeleitet". Auf der Homepage der Stadt Pirna (<http://www.pirna.de>) sind viele Bilder von der Flutkatastrophe zu finden, ebenso Informationen zur Hilfe für die Betroffenen.

DMG spendet Geld

Nach der überstandenen Flutkatastrophe beteiligte sich auch die DMG Marktgilde e.G. mit Geldspenden am Wiederaufbau. So hat die DMG in den drei am stärksten betroffenen Marktstandorten Flöha, Meißen und Pirna geholfen. Die Mittelschule Flöha/Plauke bekam am 5. September einen Scheck über 350,- € von Brigitte Weigel, Leiterin der Zweigniederlassung in Limbach-Oberfrohna, überreicht. Der Schulleiter Helmut Arndt möchte damit zerstörte Lehrmittel ersetzen. Am 11. September übergab Brigitte Weigel 300,- € an die Hochwasserhilfe der Stadt Meißen. Ein Kuratorium leitet das Geld an eine Schule, einen Kindergarten o.ä. weiter. Am gleichen Tag erhielt das Amt für Bildung, Jugend und Soziales der Stadt Pirna 350,- €, dieses Geld soll in die durch das Hochwasser schwer geschädigte Stadtbibliothek fließen.

"Dies ist zwar nur der berühmte Tropfen auf den heißen Stein, aber wir von der DMG Marktgilde e.G.

fühlen uns verpflichtet zu helfen. Nur gemeinsam können wir das Zerstörte wieder aufbauen. Es muss einfach jeder dazu beitragen", erklärte Brigitte Weigel, die das ganze Ausmaß der Zerstörung durch eigene Anschauung erfahren hat.

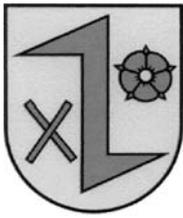
Wichtige Informationen für die betroffenen Händler

Nach unserem aktuellen Wissensstand gibt es keine Entschädigung für Umsatzausfälle von Händlern. Staatliche Hilfe gibt es aber für zerstörte Waren, Marktstände, Fahrzeuge, Büroeinrichtung - also alles, was zum Geschäftsbetrieb gehört. Dazu können sich die Händler beim BSM (Bundesverband Deutscher Schausteller und Marktkaufleute e.V.) im Internet unter <http://www.bsm-lsm.de> informieren. Alle wichtigen staatlichen Hilfen sind auf den Internetseiten des BMWi (Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie) unter <http://www.bmwi.de> zu finden.

Steuerrechtlich kommen vor allem folgende Maßnahmen in Betracht: Steuerstundung, Aussetzung von Vollstreckungsmaßnahmen und Herabsetzung von Vorauszahlungen. Genaue Informationen erteilen die obersten Finanzbehörden der betroffenen Länder:

Sächsisches Staatsministerium der Finanzen, Tel. 0351/564-4320;
Ministerium der Finanzen des Landes Sachsen-Anhalt, Tel. 0391/567-1296;
Thüringer Finanzministerium, Tel. 0361/3796-210.

Neue Wochenmärkte: Dinklage übernommen - Eppstein neu



Stadt Dinklage

Der Dinklager Wochenmarkt hatte, wie auch bei vielen anderen Städten, mit dem Problem der sinkenden Attraktivität zu kämpfen. Es kamen immer weniger Besucher und damit begann ein "Teufelskreislauf". Die Umsätze der Händler gingen zurück, so dass der Markt für einen Teil der Händler nicht mehr rentabel war. Es sank somit die Händlerzahl und in Folge auch die Zahl der Kunden, weil das Angebot fehlte. Mit der Übergabe des städtischen Wochenmarktes an die DMG Marktgilde e.G. hofft die Stadt ihren Bürgern wieder einen guten Markt bieten zu können. Der Wunsch der Dinklager nach einer attraktiven Innenstadt ist auch im Gästebuch der Internetseiten immer wieder zu finden. Die Homepage der Stadt selbst ist zu erreichen unter: <http://www.dinklage.de>.

Am 22. August wurde erstmals unter der Leitung der DMG der neue - alte

Wochenmarkt veranstaltet. Geblieben ist die Zeit, donnerstags von 14.00-18.00 Uhr, geändert hat sich aber der Platz. Der Markt ist vom Rathausvorplatz auf den Rathausplatz umgezogen und schon beim ersten Markt konnte Harald Ciliox von der DMG die Zunahme von sechs auf zehn Händler verkünden. Hinzugekommen ist ein Käsestand, ein Metzger und ein Feinkosthändler. Ein weiterer Ausbau des Angebots mit neuen Produkten ist aber noch geplant. Die Stadt hat sich auf

Wunsch der Händler mit der DMG in Verbindung gesetzt. Ausschlaggebend für die endgültige Marktvergabe an die DMG war neben den Referenzen aus den Nachbarstädten Cloppenburg, Wildeshausen und Twistringen (alles DMG Märkte) vor allem aber der sehr gute Kontakt der DMG zu den Händlern.

In den ersten Wochen hat Marktmeister Johannes Steffen, für Cloppenburg zuständig, den Aufbau übernommen und die Marktmeisterin Petra Niehaus eingearbeitet.



Neue Hoffnung in Dinklage - der Markt hat Zukunft.

Bilder: Harald Ciliox



Stadt Eppstein

Mit dem neuen Wochenmarkt ist ein weiterer Markt im Ballungsraum Rhein-Main eröffnet worden. In seiner Eröffnungsrede am 30. August betonte Bürgermeister Ralf Wolter die Gründe für den neuen Wochenmarkt: "Wir möchten die guten alten Zeiten wieder zurückholen. Die Bürger haben sich in zwei Befragungen ganz deutlich für einen Wochenmarkt ausgesprochen und sogar konkrete Wünsche zum Sortiment gemacht", nachzulesen auch auf der Eppsteiner Homepage unter <http://www.eppstein.de>.

Mit rund zehn Ständen ist auf dem Wernerplatz in der Altstadt - zusammen mit den anliegenden Einzel-

handelsgeschäften - jetzt eine gute Versorgung garantiert. "Der Wochenmarkt bereichert unser Leben hier", war vielerorts von Besuchern zu hören. Und die Bürger nahmen ihren neuen Wochenmarkt sehr gut an - zur Premiere waren die Händler mit den Umsätzen zufrieden.

Bis sich der Wochenmarkt etabliert hat, ist Marktmeister Günter Seipel freitags von 14.00-18.00 Uhr zuständig. Er wird auch seinen Nachfolger, wie schon an vielen anderen neuen DMG Standorten, gut auf die Arbeit vorbereiten.



Zufriedene Kunden und Händler gab es zur Premiere in Eppstein.

Neue Wochenmärkte: Wesseling und Hückelhoven



Der Wesselingener Wochenmarkt ist mit der DMG gewachsen.

Bilder: Harald Ciliox



Stadt Wesseling

Mit der Übernahme des Wesselingener Wochenmarktes wird das DMG

Wochenmarktnetz im Rheinland, so auch im Kölner Raum etwas dichter. Die gute Qualität der von der DMG veranstalteten Wochenmärkte spricht sich immer mehr herum.

Am 6. September fand der städtische Wochenmarkt erstmals unter der Verantwortung der DMG statt. Die vorhandenen 19 Marktbe-

schicker wurden noch um fünf neue ergänzt und damit mehr Angebot und Vielfalt geschaffen. Ergänzt wurde mit einem Metzger, Obst+Gemüse, Käse, mediterrane Spezialitäten und einem Crêpes Imbiss.

„Wir stehen schon seit rund sechs Jahren mit der Stadt Wesseling in Kontakt und Stück für Stück hat unser Konzept die überzeugt“, resümierte Harald Ciliox von der Marktgilde. „Es war in all den Jahren und vor allem jetzt bei der Übernahme eine gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit dem Ordnungsamt“, fügte er noch hinzu.

Auch hier wird der „alte Hase“ Günter Seipel als Marktmeister für den Aufbau und die Einarbeitung seines Nachfolgers eingesetzt.

Marktzeit ist immer freitags von 8.00-13.00 Uhr auf dem Rathausplatz am Beginn der Fußgängerzone.

Aktuelle Informationen rund um die Stadt Wesseling sind im Internet von der offiziellen Homepage unter <http://www.wesseling.de> abrufbar.

Stadt Hückelhofen

HÜCKELHOVEN

ZUKUNFT ZWISCHEN RHEIN UND MAAS

Nach der erfolgreichen Übernahme der beiden Hückelhovener Wochenmärkte im April diesen Jahres hat die DMG den Wunsch der Bürger nach einem neuen „grünen“ Wochenmarkt erfüllt. Dieser wurde am 3. September eröffnet, nachdem vor allem die Karstadt AG, aber auch die rund um den Platz ansässigen weiteren Einzelhändler eine Belegung gewünscht hatten.

In enger Zusammenarbeit mit dem Gewerbeverein und den ansässigen Einzelhändlern stellte Diplomb Kaufmann Harald Ciliox von der DMG ein ausgewogeneres und ansprechendes „grünes“ Sortiment zusammen.



Der neue „grüne“ Wochenmarkt auf dem Karstadt-Vorplatz passt sich harmonisch an.

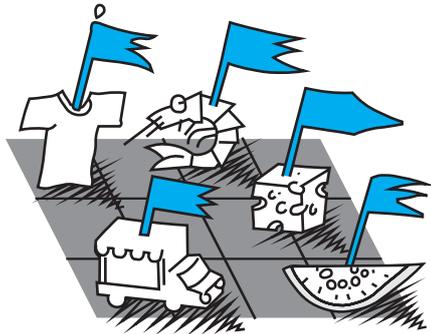
Mit 13 Anbietern ist der Platz gut gefüllt und die Hückelhovener Bürger können frische Lebensmittel und Blumen immer dienstags von 8.00-12.30 Uhr auf dem Karstadt-Vorplatz erwerben.

Als Marktmeister setzt die DMG Rolf Trippler ein, er betreut auch den Rommerskirchener Wochenmarkt. Hückelhofen ist im Internet unter <http://www.hueckelhoven> zu finden.

Imoha-Umfrage: Händler bei Borco-Höhns Ausstellung befragt

von Prof. Dr. Gerhard Johnson und Dipl.-Kff. Sylvia Weinert

(Fortsetzung aus "Der Wochenmarkt" Nr. 21)



Institut zur Erforschung und Förderung des mobilen Handels GmbH

Bereits in der letzten Ausgabe der Hauszeitung "Der Wochenmarkt" (Nr. 21) haben wir über Ergebnisse der Besucherbefragung anlässlich der Frühjahrsschau der Fahrzeugwerke Borco-Höhns GmbH + Co. KG berichtet. Hier noch einmal die wichtigsten Ergebnisse im Überblick: Die befragten mobilen Händler, die vorrangig regionale Wochenmärkte beschicken, sind durchschnittlich seit über 15 Jahren im mobilen Handel tätig. Sie nutzen für den Verkauf in erster Linie Verkaufsanhänger. Personalbedarf wird überwiegend mit Familienangehörigen gedeckt.

EDV überwiegend für Bürokommunikation und Buchhaltung genutzt

Zwei Drittel der befragten mobilen Händler gaben an, in ihrem Unternehmen Computer, Laptop und

sonstige Medien zur Unterstützung ihrer Geschäftsprozesse zu nutzen. Der größte Anteil entfällt auf diejenigen Händler, die EDV für die Bürokommunikation (Briefe, Rechnungen etc.) einsetzen (84,5 %). Drei Viertel der Befragten gaben an, EDV in der Buchhaltung zu nutzen. Der Anteil Internet-Nutzer (eigene Homepage, Email usw.) beträgt 62 %, 41 % der Befragten setzen EDV für Homebanking ein. Händler, die ihre Produkte im Internet verkaufen bzw. Bestellungen im Internet aufgeben, erreichen einen Anteil von 6,9 %.

Qualität, Personal und Hygiene ausschlaggebend für den Erfolg eines mobilen Händlers

Das wichtigste Kriterium für den Erfolg eines mobilen Händlers ist nach Aussage der Befragten die Qualität der Ware. 93,5 % der Befragten setzen die Qualität auf den 1. oder 2. Rang.

An die zweite Stelle der Rangordnung setzen die Befragten das

Personal und geben an, vor allem auf die Qualifikationen, das Auftreten und die Kundenfreundlichkeit der im Kundenkontakt stehenden Personen zu achten.

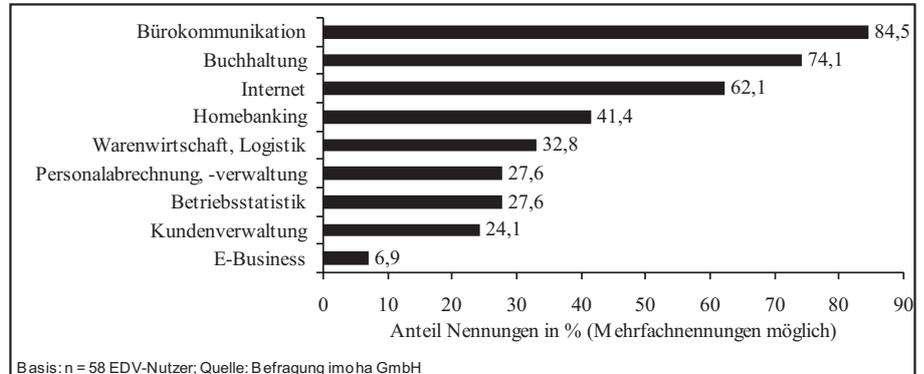
Am drittichtigsten erscheint den Befragten die Hygiene im Verkaufsbereich. Viele nennen diesen Faktor zudem als Grundvoraussetzung für erfolgreichen Handel.

Die Kriterien Preise / Preispolitik und Standort der Händler werden im Durchschnitt auf Platz 4 gesetzt.

Resümee

Auch wenn es sich bei den befragten Besuchern sicher nicht um einen repräsentativen Querschnitt aller Markthändler handelt, stellt die Untersuchung doch einen kleinen Baustein im Bemühen der IMOHA GmbH dar, die bestehenden Informationslücken im mobilen Handel nach und nach zu schließen.

Informationen rund um die Institutsarbeit können dem Internetangebot unter <http://www.imoha.de> entnommen werden.



Wofür nutzen die Markthändler die EDV in Ihrem Unternehmen?

Umsatzraub durch "Marktschreier-Wettbewerbe"

Wochenmärkte sind in aller Regel nach § 69 GewO festgesetzte Veranstaltungen, die auf Dauer zu bestimmten Tagen und auf bestimmten Plätzen rechtlichen Bestandsschutz genießen. Diese Wochenmärkte sind eine zum Teil Jahrzehnte bzw. sogar Jahrhunderte lange Tradition. Sie sind in der Bevölkerung bekannt, etabliert und stellen neben der Versorgungsfunktion einen wichtigen sozialen Treffpunkt dar. Diesen hart erarbeiteten Standortvorteil machen sich zunehmend kommerzielle Veranstalter mit

"Marktschreier-Wettbewerben" zu Nutze. Sie ziehen mit einer geschlossenen Truppe über die Lande, treten an einzelne Kommunen heran, "winken" mit einem Obolus und flups, haben sie den Wochenmarktplatz besetzt. Die etablierten, in aller Regel ortsansässigen Wochenmarkthändler werden verdrängt. Diese und ihre Mitarbeiter zahlen somit den Gewinn der "Marktschreier" mit eigenen Umsatzausfällen. Gerade in der momentan schwierigen Einzelhandelsituation, unter denen auch die

Wochenmarkthändler leiden, ist so ein Umsatzraub durch die "Marktschreier" nicht mehr zumutbar. Mit den Verbänden, z. B. dem Bundesverband Deutscher Schausteller und Marktkaufleute, ist zu fordern, dass diese rechtswidrige Praxis nicht weiter um sich greift und eingedämmt wird. An die kommunalen Behörden wird appelliert, die berechtigten Interessen der Wochenmarkthändler zu berücksichtigen. Jede Verlegung und jeder Ausfall gefährden den Wochenmarkt in seiner Existenz.

Imoha-Studie: Weihnachtsmärkte als Wirtschaftsfaktor

von Prof. Dr. Gerhard Johnson und Dipl.-Kff. Sylvia Weinert

“Weihnachtsmärkte als Wirtschaftsfaktor für Kommunen und Tourismus in der Bundesrepublik Deutschland sowie dessen Beitrag zur Leistungssteigerung im mittelständischen Schaustellergewerbe und Markthandel”, so der komplette Titel der Studie, wurde von der IMOHA GmbH vorgelegt.

Im Rahmen der Studie wurde die Bedeutung des Wirtschaftsfaktors Weihnachtsmarkt vor allem auf Basis eigener Erhebungen herausgearbeitet und in einem nun vorliegenden Ergebnisbericht dokumentiert. Grundlage der Auswertung waren insbesondere Besucherbefragungen auf verschiedenen Weihnachtsmärkten, Befragungen repräsentativ ausgewählter Kommunen und Händler- bzw. Schaustellerbefragungen. Auftraggeber der Studie war der Bundesverband Deutscher Schausteller und Marktaufleute e.V. (BSM), der die Interessen der insgesamt etwa 5.000 Schaustellerbetriebe und über 300.000 Markthändler vertritt. Finanziell gefördert wurde die Studie durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie.

Weihnachtsmärkte beleben die Innenstädte und erhöhen die Lebensqualität der Bevölkerung

2.500 kommunal oder privat veranstaltete **Weihnachtsmärkte** prägten im Jahr 2001 in der Vorweihnachtszeit das Stadtbild in über 1.500 Kommunen mit mehr als 10.000 Einwohnern.

Während sehr junge Weihnachtsmärkte seit weniger als 4 Jahren existieren, werden traditionsreiche Weihnachtsmärkte, etwa der Dresdner Striezelmarkt oder der Nürnberger Christkindlmarkt, seit hunderten von Jahren veranstaltet. Als ihre Hauptaufgabe wird heute gesehen, im Wettbewerb der Städte und Einkaufsstandorte Käufer anzulocken und eine Corporate Identity der Kommune zu entwickeln. Nicht ohne Grund fanden **über 50 % der Weihnachtsmärkte auf den zentralen Plätzen** der Städte und Gemeinden statt.

Beim Besuch von Weihnachtsmärkten steht heute mehr der gesellschaftliche und soziale Aspekt im Vordergrund: Weihnachtsmärkte sind zu **Treffpunkten** und Orten der **Geselligkeit und Kommunikation** geworden. Die Studie belegt, dass Besinnlichkeit, die Einstimmung auf das eigentliche Weihnachtsfest gegenüber der Einkaufsfunktion an Bedeutung gewannen. **Erlebnis, Spaß und Genuss** sind dabei Bedürfnisse, die Veranstalter erfüllen müssen. Imbiss- und Getränkestände, Kinderkarussells und kulturelle Rahmenprogramme sind zu Erfolgsfaktoren der Weihnachtsmarktveranstaltungen geworden. Die teilweise scharfen Vorwürfe, die Weihnachtsmärkte verkämen immer mehr zu reinen “Fress- und Saufveranstaltungen”, konnten zumindest für den Durchschnitt aller Weihnachtsmärkte entkräftet werden: Der überwiegende Teil des Angebots wurde bestimmt durch **Geschenkartikel und weihnachtstypische Artikel (58 %)**. Getränke- und Imbissstände erreichten zusammen einen Anteil von 22 %.

Weihnachtsmärkte ziehen jährlich zahlreiche Besucher aus dem In- und Ausland an

Über **160 Mio. Besuche** konnten die Weihnachtsmärkte in Deutschland im Jahr 2001 verzeichnen, wobei z.B. 4-Wochen-Veranstaltungen durchschnittlich 4,5 Mal

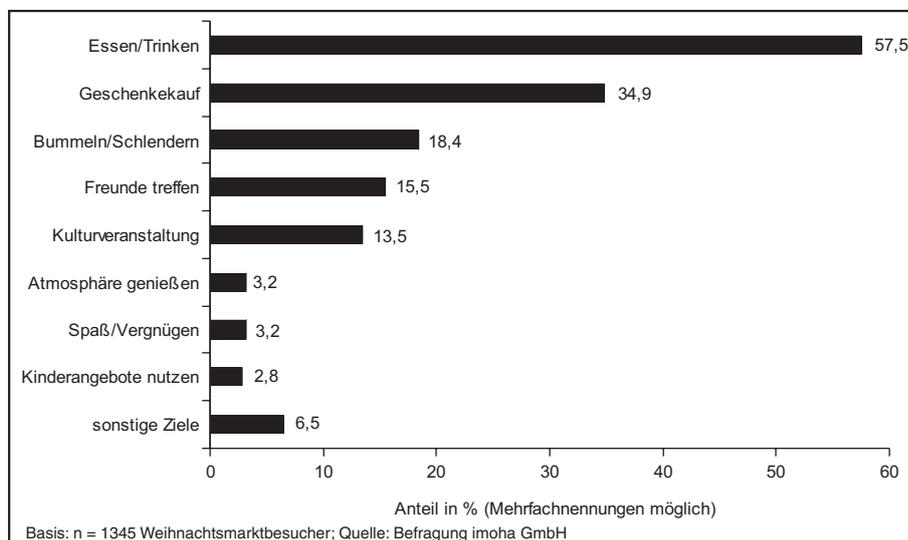
besucht wurden. 71 % der Befragten besuchten mehrere, im Durchschnitt 3 verschiedene, Weihnachtsmärkte.

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 Bahnanteil lag bei 12 %, auf Reisebusse entfielen rund 5 %.

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

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

Tages- oder Kurzausflügler aus dem Inland erreichten einen Anteil von 48,6 %. Der Anteil ausländischer Besucher betrug 2 %, wobei festgestellt wurde, dass dieser Anteil auf Weihnachtsmärkten in grenznahen Gebieten und auf Weihnachtsmärkten mit überregionaler Ausstrahlung weit höher ausfiel.



Motive der Weihnachtsmarktbesucher.

(Fortsetzung auf Seite 7)

Imoha-Studie: Weihnachtsmärkte als Wirtschaftsfaktor

von Prof. Dr. Gerhard Johnson und Dipl.-Kff. Sylvia Weinert

(Fortsetzung von Seite 6)

Die wirtschaftlichen Effekte von Weihnachtsmarktveranstaltungen sind hoch und vielfältig

Weihnachtsmärkte sind **wirtschaftlich von hoher Bedeutung**: Neben den 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. Durchschnittlich gab **jeder Besucher 31,14 €** im Rahmen seines Weihnachtsmarktbesuches aus. Daraus ergaben sich für das Jahr 2001 **Gesamtumsätze der Weihnachtsmarktbesucher** bei Markthändlern, Schaustellern, im örtlichen stationären Einzelhandel, in der Gastronomie und Hotellerie, bei Anbietern von Verkehrsleistungen und sonstigen touristischen Leistungsanbietern in Höhe von **4,847 Mrd. €**. 61 % dieser Umsätze wurden durch Tages- und Kurztouristen erzielt, die während ihres Aufenthaltes in der Stadt durchschnittlich 36,30 € ausgaben. Auf den 2.500 Weihnachtsmärkten wurden für das Jahr 2001 **143.500 mobile Verkaufsstände** geschätzt,

das entsprach in etwa **70.000 - meist mobilen - Unternehmen** in Deutschland, die auf einem oder mehreren Weihnachtsmärkten mit einem oder mehreren Geschäften vertreten waren. **Zusätzlich zu den Geschäftsinhabern 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.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass durch die Veranstaltung von Weihnachtsmärkten jährlich

- ⇒ Umsätze in Milliardenhöhe erzielt werden
- ⇒ zusätzliche Einkommen und Steuereinnahmen induziert werden
- ⇒ zahlreiche Arbeitsplätze - immerhin zeitweise - geschaffen bzw. gesichert werden.

Weitere Informationen können den Internetseiten der IMOHA GmbH unter www.imoha.de entnommen werden.

Unsere nächsten "Neuen" sind:

ab 2. Oktober '02 **16548** Glienicke/Nordbahn Mi 10.00-17.00 Uhr

Für diesen Markt werden noch Markthändler aus folgenden Bereichen gesucht: Spreewalderzeugnisse, Untertrikotagen, Strumpfwaren, Kleinkleiderwaren, 50-Cent-Artikel, Haushaltswaren, Modeschmuck.

Interessierte Markthändler melden sich bitte per Telefon oder Fax in Limbach-Oberfrohna (Tel. 03722/7391-0, Fax: 03722/7391-13).

ab 2. November '02 **83395** Freilassing Mi, Sa 8.00-12.30 Uhr

Interessierten Wochenmarkthändlern bieten wir auf diesen Märkten freie Standplätze an. Melden Sie sich bitte per Fax in Eschenburg-Eibelshausen (Fax: 02774/9143-33).

In Eigener Sache

Die DMG Marktgilde e.G. wächst seit ihrer Gründung im Jahre 1985 stetig, dies hat jetzt auch Konsequenzen für unsere Hauszeitung "**Der Wochenmarkt**". Schon in den letzten Ausgaben platze die Seite 8 mit den DMG Wochenmarktstandorten immer mehr aus den "Nähten". Jetzt haben wir "angebaut": Die Seiten 7 und 8 haben eine halbe Seite als Klappseite hinzubekommen. Damit haben wir Platz für die Präsentation weiterer Standorte geschaffen und auch etwas mehr Raum erhalten für Informationen für unsere Partner. Wir hoffen auch in Zukunft mit unserer Hauszeitung "**Der Wochenmarkt**" immer ganz nah am "Ohr" des (Wochen-) Marktes zu sein. Für Kritik, Anregungen aber auch Lob sind wir immer dankbar!

Ihre Redaktion

Impressum

Herausgeber:

DMG Marktgilde e.G.
Simmersbacher Str. 12
35713 Eschenburg
Telefon: (0 27 74) 91 43-0
Telefax: (0 27 74) 91 43-33
E-mail: info@marktgilde.de
Internet: <http://www.marktgilde.de>

Redaktion:

Prof. Dr. Gerhard Johnson (v.i.S.d.P.)
Jürgen Reichel

Gestaltung und Herstellung:

freelancer
Jürgen Reichel
35716 Mandeln

Druck:

Pulverich-Druck GmbH
35708 Haiger-Fellerdilln
Verteilte Auflage: **12.500**

Redaktionsschluss für die nächste Ausgabe:
25. November 2002

"**Der Wochenmarkt**" wird kostenlos, in vierteljährlicher Erscheinungsweise, vertrieben. Artikel, insbesondere namentlich gekennzeichnete Beiträge, geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder.

Der Nachdruck ist nur mit folgender Quellenangabe: "**Der Wochenmarkt**", **Hauszeitung der DMG Marktgilde e.G.** und Übersendung eines Belegexemplars erlaubt.

Die Redaktion wünscht sich Leserzuschriften, behält sich aber vor, diese gegebenenfalls zu kürzen. Eine Veröffentlichungsgarantie besteht nicht.

ISSN 1617-7347

Stellenangebot der DMG Marktgilde e.G.



Die DMG Marktgilde e.G., größter privater Veranstalter von Wochenmärkten in Deutschland, wächst weiter. Zur besseren Betreuung der Standorte in den nördlichen Bundesländern wird deshalb eine weitere Zweigniederlassung im Großraum Hannover aufgebaut. Hierfür suchen wir die/den

Leiter/in der Zweigniederlassung Nord

Die Aufgaben bestehen in der Akquisition neuer Wochenmärkte, Verhandlungen mit Kommunen, Betreuung von Marktmeistern an

unseren Marktstandorten, Organisation und Marketing.

Erfahrungen der Bewerber/innen im kfm. Bereich, speziell im Außendienst und bevorzugt im Bereich Dienstleistung und/oder im Zusammenhang mit der öffentlichen Verwaltung, Vertragsabschlusssicherheit und EDV-Kenntnisse sind wünschenswert, aber nicht Bedingung.

Gerne werden auch ältere Bewerber, die Interesse an Vertrieb und Organisation, gute Umgangsformen und ein gepflegtes Äußeres haben, berücksichtigt.

Schriftliche Bewerbungen bitte an:

DMG Marktgilde e.G.
Simmersbacher Str. 12
35713 Eschenburg

Wir machen Wochenmärkte