

Der Wochenmarkt

Hauszeitung der DMG Marktgilde e.G. Nr. 26/September'03

Neue Wochenmärkte: S. 2
Markranstädt und
Bad Liebenwerda

Neuer Wochenmarkt: S. 3
Hannover-Leinhausen

Presseecho: S. 3
Gute Noten für den DMG-
Wochenmarkt in Meppen

Neuer Wochenmarkt: S. 4
Troisdorf übernommen

Ambulanter Handel: S. 4
Schwerpunktthema im
IHK-Journal Koblenz

Stellenangebot: S. 5
Leiter/in Zweigniederlassung
Südwest und Marktmeister/in

**Wochenmarkt Barsing-
hausen: Ergebnis der
ImoHa-Befragungen** S. 6
S. 7⁺
von
Dipl.-Kff. Sylvia Weinert



Offizielle Markteröffnung in Hannover-Leinhausen.

Bild: Peter Steffen

Liebe Leser,

wenn man den jüngsten Meldungen Glauben schenken darf, ist im Einzelhandel "Licht am Ende des Tunnels" zu sehen: Nach mehrjähriger Konsumflaute wächst erstmals wieder die Hoffnung auf eine Trendwende - zwar noch nicht bei allen, aber bei immer mehr Unternehmen. Werbung und Preisnachlässe (bis zu "Rabattschlachten") einerseits und die geplante Vorziehung der Steuerreform andererseits werden als Gründe - auch für Hoffnungen für die nächsten Monate - genannt. Leider profitieren die (i.d.R. ja sehr kleinen) Wochenmarkthändler (noch) sehr wenig von diesem Silberstreif am Horizont. Die Glut-hitze des "Jahrhundertssommers" hat das u.a. verhindert.

Auf der anderen Seite: Alles Positive durch das Aufzählen negativer Folgen sofort wieder nieder zu machen, ist auch der falsche Weg! Der scheint aber vielen leichter zu fallen, als die Einsicht, dass der Fahrstuhl, in dem unsere Gesellschaft bis in die achtziger Jahre nach oben gefahren ist, im Augen-

blick zumindest hängen geblieben ist, wenn nicht nach unten fährt. Der "Zwang zum Weniger" verunsichert, ja lähmt viele. Selbst auf unserem hohen Niveau, so hat es ein Wissenschaftler formuliert, glauben viele plötzlich, "kaum noch zwischen Chancen wählen zu können, sondern nur zwischen Übeln".

Dabei gibt es solche Chancen in jedem Lebensbereich, privat, aber auch im Wochenmarkthandel: Ob bei der Wahl des Urlaubsortes, der Bildung, Gesundheit, Rente, Sortimentszusammenstellung, Auswahl der Standplätze, Werbung, Serviceangebote und und und ... Wir müssen nur wieder den Mut gewinnen, den Kopf nach oben zu nehmen und selbst zu entscheiden. Im Gegenteil finde ich, sind selbstständige Markthändler sogar besonders gut dafür gerüstet, mit dieser Zukunft fertig zu werden: Sie mussten schon immer die Folgen der eigenen (Fehl-)Entscheidungen selbst tragen und konnten sie nicht irgendeinem anderen oder einem anonymen "System" anhängen.

Ihr Dr. Gerhard Johnson

Das kostenlose
"Schwarze Brett":
www.marktgilde.de !

Neuer Wochenmarkt: Markranstädt



Stadt Markranstädt

Vor rund einem Jahr hatte die DMG Marktgilde e.G. ihr Wochenmarktkonzept der Stadt Markranstädt vorgestellt und am 6. Juni war die Premiere des neuen Wochenmarktes. "Auf dem schönen Marktplatz, mit vielen Einzelhandelsgeschäften in der näheren Umgebung, haben wir einen schönen Standort mit gutem Potential", sagte Brigitte Weigel von der DMG. Obwohl es am Eröffnungstag einige Tropfen vom Himmel gab, waren alle sehr zuversichtlich und dann kurz vor Marktschluss richtig zufrieden mit dem Geschäft. DMG-Mitarbeiterin Heike Reichel verteilte Rosen und das Schinkenschätzen fand auch mit ca. 100 Teilnehmern großen Anklang. Das Sortiment ist umfangreich und verschiedene Händler wechseln sich ab und sind so jede zweite Woche vor Ort. Damit wechselt auch das Angebot und die Kunden



Der Wochenmarkt in Markranstädt wird gerne zum Einkaufen und Plaudern genutzt.

wissen im Vorfeld schon, wann ihr "Spezialhändler" auf dem Markt ist. Der wochenmarkttypische "grüne Bereich" ist aber jede Woche vorhanden. Vor Ort sorgt Andreas Lepski als Marktmeister umsichtig für das richtige "Bild" an diesem zentralen Standort.

Infos:

Marktzeit: **jeden Fr 8.30-14.00 Uhr**
Händlerzahl: **ca. 18-20**
Ort: **04420 Markranstädt**
zuständig: **DMG Limb.-Oberfrohna**
Marktmeister: **Andreas Lepski**
Internet: **www.markranstaedt.de**

Neuer Wochenmarkt: Bad Liebenwerda übernommen



Stadt Bad Liebenwerda

Der Wochenmarkt in der Kurstadt Bad Liebenwerda, inmitten des Elbe-Elster-Landes gelegen, gehört seit Jahren zum Stadtbild. Diesen Wochenmarkt hat die DMG Marktgilde e.G. mit seinen beiden Markttagen am 10. Juni aus städtischer Hand übernommen. Übernommen wurden auch die rund 30 Markthändler, die eine gute Versorgung der Marktbesucher mit allen Frischewaren - darunter auch verschiedene regionale Direktvermarkter und Saisonanbieter - sicherstellen. Ergänzt wird dieses Angebot mit ausgewählten Waren des täglichen Bedarfs. Trotzdem haben interessierte Eigenproduzenten, Kleinerzeuger und Direktvermarkter

aus der Region die Möglichkeit, an beiden Tagen einen Standplatz zu erhalten. Markthändler können sich in Limbach-Oberfrohna melden. Als Marktmeisterin wurde Regina Hirschnitz aus Elsterwerda eingesetzt, die an beiden Tagen für eine gute Marktatmosphäre sorgt.

Infos:

Marktzeit: **jeden Di 8.00-16.00 Uhr**
jeden Fr 8.00-13.00 Uhr
Händlerzahl: **ca. 30 je Markt**
Ort: **04921 Bad Liebenwerda**
zuständig: **DMG Limb.-Oberfrohna**
Marktmeisterin: **Regina Hirschnitz**
Internet: **www.badliebenwerda.de**



Blumen soweit das Auge reicht beim Gartenbaubetrieb Thomas Grell aus Lampertswalde.
Bilder: Brigitte Weigel

Neuer Wochenmarkt: Hannover-Leinhausen



**Stadt
Hannover
Stadtteil
Leinhausen**

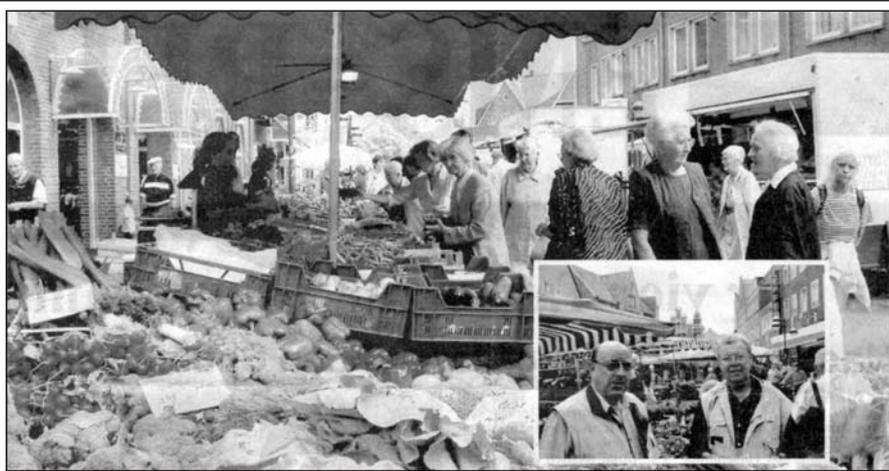
„Ein Markt, auf den wir Leinhäuser lange gewartet haben“ waren die ersten Eröffnungsworte der stellvertretenden Bezirksbürgermeisterin Marion Diener. Mit der „Wohnungsbau Niedersachsen“ hat Wolfgang Even von der DMG-Zweigniederlassung in Hille diesen Wochenmarkt organisiert. „Die Wohnungs-

bau Niedersachsen hat den Marktplatz hervorragend umgebaut und stellt uns das Gelände jetzt für den Wochenmarkt zur Verfügung“, so Wolfgang Even am 21. August, dem ersten Markttag.

Mit dieser neuen Einkaufsmöglichkeit soll die Wohnqualität erhöht werden und es wird auch ein neuer Ort zum Treffen, Plaudern und Schlendern geschaffen.

Künftig können die Leinhäuser jeden Donnerstag von 14.00-18.00 Uhr direkt vor der Haustür frische Waren auf dem Wochenmarkt

Presseecho in Meppen



Der Wochenmarkt lockt mit unterschiedlichsten Angeboten. Im kleinen Bild die beiden Marktmeister Ludwig Ottens (re.) und Heinz-Josef Vortherms. Fotos (3): epr

FrISCHE Blumen und rote Erdbeeren Kunden nehmen Meppener Wochenmarkt gut an

epr. Meppen. Große rote Marktschirme strahlen noch mehr Rot auf die Erdbeeren, machen sie noch verlockender. Über dem ansonsten häufig leeren Meppener Marktplatz liegt der Duft frischer Blumen. Zwischen Käsestand und Ratscafe kosten Kunden mediterrane Früchte und probieren Schafskäse. Es ist Samstag und Wochenmarkt auf dem Meppener Marktplatz.

Seit Juli 2001 wird der Wochenmarkt in der Kreisstadt von der DMG Marktgilde e.G. (www.marktgilde.de/startseite.html) organisiert. Jeden Dienstag und Samstag kümmern sich die beiden Marktmeister Ludwig Ottens und Heinz-Josef Vortherms um bis zu 25 Marktbesucher. Bereits um sechs Uhr beginnt der Standaufbau, bis um Sieben sollen die Stände stehen und der Markt wieder frei von störenden Fahrzeugen sein. Die ersten Kunden, sagt Renate Leidinger am Stand von Fa. Schmidt, Anklam, sind bereits um sieben Uhr da, um frischeste Ware zu erhalten. Gegen zehn Uhr wird es lebhaft an den Ständen und auf dem Markt. Auch das Ratscafe profitiert von den vielen Besuchern des Marktes, kaum ein

Platz unter dem Nordgiebel des Rathauses ist frei. Kein Zweifel: der Wochenmarkt zieht Kundschaft in Meppens „gute Stube“. Das bestätigt auch Marktmeister Ludwig Ottens,



weist aber auch auf Probleme hin, die immer wieder entstehen: „Jeder will den Wochenmarkt, aber keiner vor seiner Tür“. Von Marktständen angeblich verdeckte Werbetransparenz und Werbeauslagen der Marktanlieger seien immer mal wieder Gegenstand von Unstimmigkeiten. Andererseits, so Ottens, würde aber die jetzt

gute Akzeptanz des Marktes zu mehr Kundschaft und Umsatz führen. Probleme haben die beiden Marktmeister, aber auch die Marktbesucher mit den vielen Sonderveranstaltungen

auf dem Marktplatz. Zu häufig müssten die Standorte gewechselt werden, würden Kunden irritiert. Das bestätigt auch Elisabeth Fehrmann von der Fa. Rothaus aus Salzbergen. Immer wieder den Stand an anderer Stelle, in anderer Größe aufzubauen, bereite schon Probleme. Andererseits ist sie mit der Kundschaft aus Meppen

allerdings sehr zufrieden. „Die Kunden sind sehr freundlich, man hat einen sehr guten Kontakt. Zu vielen Stammkunden habe sie ein freundschaftliches Verhältnis aufgebaut. Zufriedenheit strahlt auch Abdel El Filali aus. Er bietet neben Schafskäse griechische Oliven in vielen Variationen und weitere Produkte aus dem Mittelmeerraum an.

„Die Kunden sind immer sehr nett“, berichtet er, und sorgt mit einer kleinen Auswahl zum verkosten dafür, das dies auch so bleibt.

Während dienstags das Angebot an Textilien stärker ist, stehen samstags Frischwaren im Vordergrund. Frisches Fleisch, Obst und Gemüse, natürlich Schnittblumen und Stauden werden in großem Umfang angeboten. Damit, so die Marktmeister, werde das Sortiment in der Innenstadt zu einem umfassenden Angebot ergänzt.

Gegen 13 Uhr findet der Wochenmarkt sein Ende. Hier und da werden noch Schnäppchen gemacht, an einigen Ständen fallen die Preise. Gut eine Stunde später ist aufgeräumt. Die Stadt hat ihre „gute Stube“ wieder sauber und lädt zum Flanieren und Spazieren ein.



Die Kuh Amalie war eine große Attraktion für die „Städter“. Hier konnten sie sich im Landleben versuchen und melken. Bild: Wolfgang Even

kaufen. „Eine gute Ergänzung zu den vorhandenen Geschäften“, meinte auch eine Rentnerin am Käsestand. Der Angebotsschwerpunkt liegt bei den rund 15 Marktbesuchern bei frischen Lebensmitteln.

Neben dem Wochenmarkt lockte zur Eröffnung auch ein attraktives Rahmenprogramm auf den Marktplatz. Während Mic der Clown mit seinen Luftballonfiguren die kleinen Gäste verzauberte, konnten sich neugierige „Städter“ an Amalie der Milchkuh versuchen. Sie mussten dabei aber häufig feststellen, dass das Melken einer Kuh gar nicht einfach ist. Mit Douglas Thornton war ein echter Schotte in traditioneller Tracht mit Dudelsack zu Gast.

Die Hauptattraktion war aber der neue Wochenmarkt. Er wurde den Erwartungen der Händler und der Kunden gerecht und alle hoffen auf eine lange Zukunft des neuen Einkaufserlebnisses.

Infos:

Marktzeit: **jeden Do 14.00-18.00 Uhr**
Händlerzahl: **ca. 15-17**

Ort: **30419 Hannover-Leinhausen**
zuständig: **DMG Hille**

Marktmeister: **Werner Rackwitz**

Internet: **www.hannover.de**

Neuer Wochenmarkt: Troisdorf von DMG übernommen



Stadt Troisdorf

In Troisdorf hat die DMG Marktgilde e.G. die Verantwortung für den Wochenmarkt am 14. Juni übernommen. In Absprache mit den Verantwortlichen der Stadt wurde der Wochenmarkt vom Wilhelm-Hamacher-Platz mitten in die Stadt, in die Fußgängerzone vor dem City-Center verlegt. Diese Verlegung soll die Fußgängerzone aufwerten und für die Geschäfte rechts und links der Fußgängerzone für mehr Publikum sorgen. Die jahrelange Erfahrung der DMG Marktgilde e.G. hat folgende Entwicklung gezeigt: Von der räumlichen Nähe von Wochenmarkt und stationärem Einzelhandel

profitieren auf die Dauer gesehen beide Einzelhandelsformen.

Die Kunden haben sich in den ersten Wochen schnell an den neuen Standort gewöhnt und schlenderten schon zur Premiere an den rund ein Dutzend Marktständen vorbei und nutzten das neue Angebot in der Fußgängerzone. "Hier kann ich alle meine Einkäufe auf engem Raum machen. Den Wochenmarkt nutze ich für die frischen Lebensmittel und den Rest hole ich in den anliegenden Geschäften", so eine Kundin, die gerade als Begrüßungsgeschenk eine Rose bekommen hatte. Kurz zuvor hatte Bürgermeister Manfred Uedelhoven den neuen Wochenmarkt offiziell eröffnet und selbst die ersten Rosen verteilt.

Durch das musikalische Beiprogramm der Happy Dominos mit

Dixie-Jazz und Aktionen für Kinder entwickelte sich der Auftakt zum kleinen Volksfest mitten in der Stadt. Durch die Ferienzeit und die starke Hitze im Juli und August erlebt der junge Wochenmarkt zur Zeit allerdings einen Einbruch. Auf die DMG kommt deshalb erheblich weitere Aufbauarbeit zu. Für Händler aus dem "grünen" Bereich sind noch Standplätze vorhanden. Interessierte Markthändler können sich bei der DMG in Eschenburg melden.

Infos:

Marktzeit: **jeden Di 8.00-13.00 Uhr**
jeden Do 14.00-18.00 Uhr
jeden Sa 8.00-13.00 Uhr

Händlerzahl: **ca. 12 je Markt**

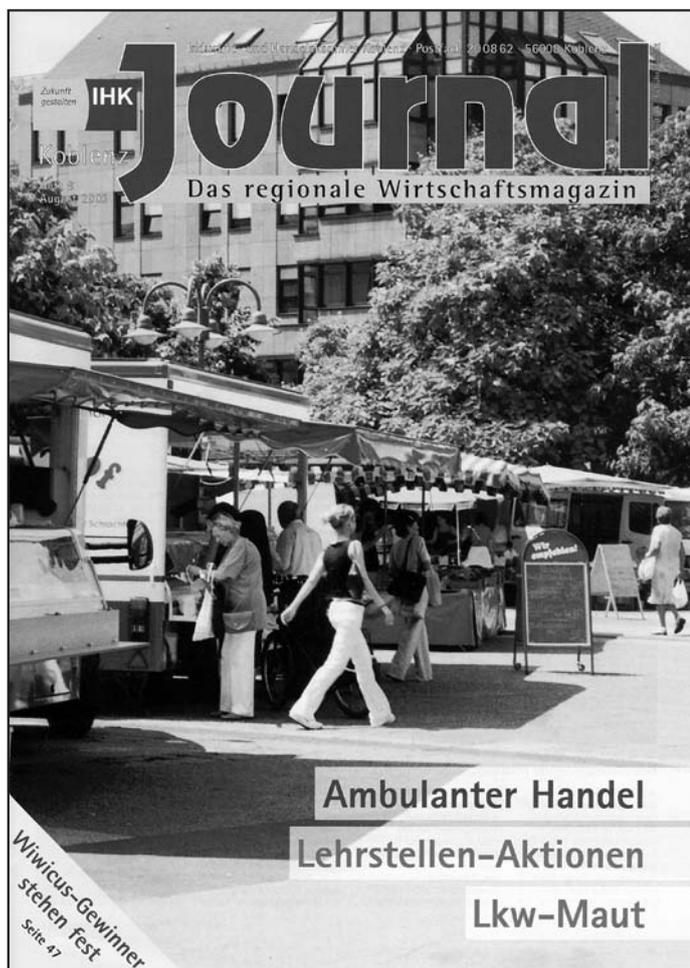
Ort: **53840 Troisdorf**

zuständig: **DMG Eschenburg**

Marktmeister: **Günter Seipel**

Internet: **www.troisdorf.de**

Ambulanter Handel: Schwerpunktthema im IHK-Journal



Im Augustheft "IHK-Journal" hat sich die IHK Koblenz den "ambulanten Handel" als Schwerpunktthema vorgenommen. Im Journal sind folgende Themen angesprochen:

- ⇒ Mobiler Handel - Vitales Einzelhandelsfeld (von Prof. Dr. Gerhard Johnson und Dipl.-Kff. Sylvia Weinert)
- ⇒ Freizeitpartner Direktvertrieb (von Peter Holl)
- ⇒ Mobiler Verkauf - Nomaden des Handels (von Hanno Bender)
- ⇒ Wochenmärkte - Aktivposten von Stadtmarketing (von Rolf Straschewski)
- ⇒ Das Steuerheft im Reisegewerbe (von Rüdiger Stahl)
- ⇒ Mit mobilen Geschäften rollt der Umsatz (von Lothar Geissler)
- ⇒ Mobiler Fischhandel - Zugpferd attraktiver Wochenmärkte (von Jürgen Rieger)
- ⇒ "Der Wochenmarkt hat seinen festen Anteil am Lebensmittel-Einzelhandel" (von Peter Holl)
- ⇒ Neuer Wochenmarkt in Remagen eröffnet (von DMG Marktgilde e.G.)

Das komplette Schwerpunktthema ist auch im Internet verfügbar.

Infos:

Kontakt: **Peter Holl bei der IHK Koblenz**

Telefon: **0261/106-251**, Fax: **0261/106-292**

Email: **holl@koblenz.ihk.de**

Internet: **www.ihk-koblenz.de/journal/08-03/ihk-journal-08-03-schwerpunkt.html#anfang**

Stellenangebote der



Die DMG Marktgilde e.G., größter genossenschaftlicher Veranstalter von Wochenmärkten in Deutschland, wächst weiter. Zur besseren Betreuung der Standorte in den südwestlichen Bundesländern wird deshalb eine weitere Zweigniederlassung im Raum Frankfurt/Darmstadt/Mainz/Wiesbaden aufgebaut. Hierfür suchen wir die/den

Leiter/in der Zweigniederlassung Südwest

Die Aufgaben bestehen in der Akquisition neuer Wochenmärkte, Verhandlungen mit Kommunen, Betreuung von Marktmeistern an unseren bestehenden 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, sind wünschenswert, aber nicht Bedingung. Die Handhabung der Bürosoftware MS Office wird vorausgesetzt.

Gerne werden auch ältere Bewerber, die nach wie vor Interesse an Vertrieb und Organisation, gute Umgangsformen und ein sicheres Auftreten haben, berücksichtigt.

Die DMG Marktgilde e.G. ist größter genossenschaftlicher Veranstalter von Wochenmärkten in Deutschland. Zur Betreuung unserer Standorte in der Mitte Deutschlands (Nordrhein Westfalen, Hessen, Rheinland-Pfalz) suchen wir eine(n) weitere(n)

Marktmeister(in),

der/die uns hilft, als "Springer" die Wochenmärkte in diesem Gebiet zu organisieren und zu verwalten, wenn der örtliche Marktmeister z.B. erkrankt oder in Urlaub ist. Unsere Marktmeister sind unsere wichtigsten Repräsentanten in den Marktstandorten. Sie sind Ansprechpartner für Händler, Bürger, Kommunen und örtlichen Einzelhandel in allen Fragen der Organisation vor Ort. Bei der Lösung von Problemen arbeitet er/sie eng mit der zuständigen Zweigniederlassung der DMG zusammen.

Die Aufgaben bestehen im Wesentlichen in

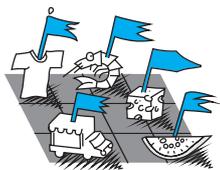
- ⇒ Marktaufsicht auf DMG-Wochenmärkten als Vertretung in verschiedenen Orten
- ⇒ Einweisung und Kontrolle der Markthändler beim Aufbau der Verkaufsstände
- ⇒ Kontrolle der Einhaltung vertraglicher und rechtlicher Vorgaben
- ⇒ Vermeidung von Risiken auf dem Marktplatz
- ⇒ Kassieren der Standgelder
- ⇒ Kontrolle von Abbau und Reinigung
- ⇒ Anlernen von neuen Marktmeistern auf (neuen) Wochenmärkten

Da diese Tätigkeiten zum großen Teil als Springer an wechselnden Einsatzorten zu verrichten sind, ist zeitliche (früher Marktbeginn mit Standplatzvergabe) und räumliche Flexibilität (im Umkreis von ca. 150 km) unabdingbare Voraussetzung.

Wir erwarten eine absolut zuverlässige Persönlichkeit mit sicherem Auftreten und mit Durchsetzungsvermögen. Erfahrungen im Umgang mit Markthändlern, Kommunalverwaltungen und/oder im Einzelhandel sind von Vorteil, aber nicht Bedingung.

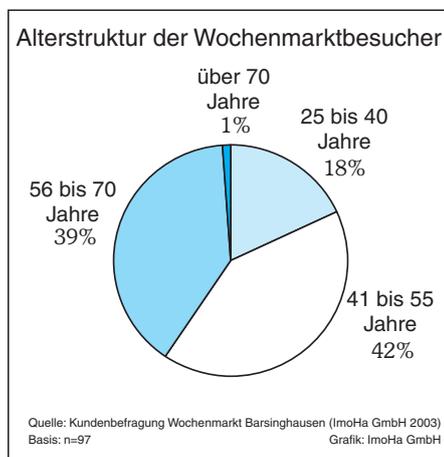
Wochenmarkt Barsinghausen: Ergebnis der ImoHa-Befragung

von Dipl.-Kff. Sylvia Weinert, wissenschaftliche Mitarbeiterin des ImoHa Instituts



Institut zur Erforschung und Förderung des mobilen Handels GmbH

Im Auftrag der DMG Marktgilde e.G., die den Wochenmarkt in Barsinghausen seit dem Jahr 2000 im Auftrag der Stadt organisiert, untersuchte das Institut zur Erforschung und Förderung des mobilen Handels (ImoHa) u.a. Kunden- und Markthändlerstrukturen und ließ den Wochenmarkt anhand verschiedener Kriterien bewerten.



Vorrangig ältere Kundschaft

Insgesamt weist die Altersstruktur der befragten Wochenmarktbesucher einen recht ausgewogenen Altersdurchschnitt aus, auch wenn jüngere Konsumenten eher unterrepräsentiert sind. Nur jeder Fünfte ist jünger als 40 Jahre. Die über 55-Jährigen erreichen einen Anteil von 40 %.

Überwiegende Zahl der Kunden stammt aus Barsinghausen

Die untersuchten Wochenmärkte ziehen hauptsächlich Besucher aus Barsinghausen selbst an: Die durchschnittliche Entfernung der Wohnorte der Befragten zum Wochenmarkt beträgt 2,5 Kilometer. 53,6 % der Kunden geben an, in weniger als 1.000 m Entfernung vom Wochenmarkt zu wohnen. Für sie übernimmt der Wochenmarkt eine wesentliche Funktion als wohnortnahe, zu Fuß erreichbare Einkaufsstätte. Ausnahmen bilden die Besucher mit Wohnorten in fünf und mehr Kilometer Entfernung vom Wochen-

marktstandort. Zum Erreichen des Wochenmarktes sind für die Besucher vorrangig zwei Alternativen von Bedeutung: Über die Hälfte der Kunden kommt zu Fuß zum Wochenmarkt, den PKW nutzen 40 % der Befragten.

Die Hälfte der Kunden kommt regelmäßig zum Markt

Unter den Besuchern des Wochenmarktes in Barsinghausen finden sich sowohl Stammkunden als Gelegenheits- bzw. Zufallskäufer. 49 % der Befragten besuchen den Wochenmarkt regelmäßig oder häufig, wobei der Stammkundenanteil unter den älteren Besuchern höher ausfällt als unter den jüngeren Kunden, die das Angebot des Wochenmarktes - wenn überhaupt - eher gelegentlich oder selten nutzen. Der Wochenmarkt stellt vor allem für die über 55-Jährigen eine feste Einkaufsstätte dar und erfüllt damit auch eine wesentliche Versorgungsfunktion. 42,7 % der Besucher sind gelegentlich auf dem Wochenmarkt anzutreffen. Selten nutzen nur 8,3 % der Besucher das Angebot der Markthändler. Sie zählen eher zur Laufkundschaft, die mehr oder weniger zufällig auf dem Wochenmarkt einkauft. 40 % dieser Kundengruppe sind jünger als 40 Jahre.

Obst und Gemüse in fast jedem Einkaufskorb

Die Antworten auf die Frage nach den gekauften Waren werden

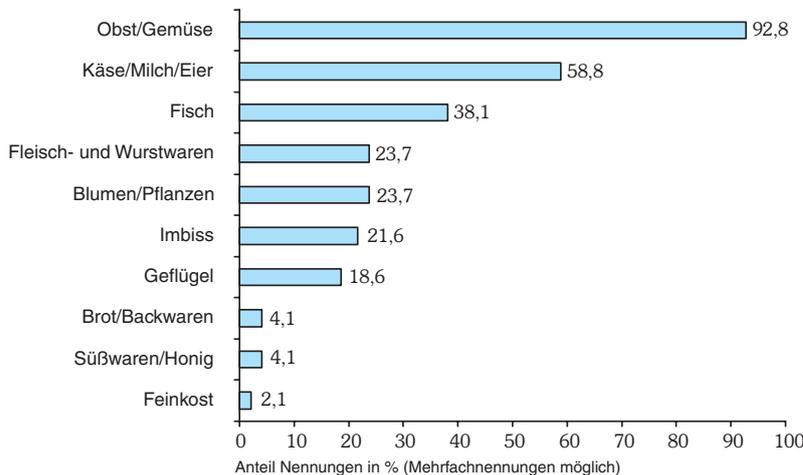
wesentlich von dem vorherrschenden Angebot auf dem Wochenmarkt bestimmt. Die Kunden können natürlich nur das kaufen, was auf dem Wochenmarkt von den Händlern angeboten wird. Grundsätzlich lassen die Aussagen der Befragten den Schluss zu, dass vor allem das vorhandene Angebot an frischen Lebensmitteln beim Besuch des Wochenmarktes gut angenommen wird.

Den größten Zuspruch erfahren dabei die Obst- und Gemüsehändler, die von fast jedem Wochenmarktkunden aufgesucht werden. 92,8 % der Kunden geben an, Obst oder Gemüse auf dem Markt zu kaufen. Jeder Zweite deckt seinen Bedarf an Molkereiprodukten und frischen Eiern.

Überwiegend kleine Einkaufsbeträge

Die Größenordnung der Ausgaben für bereits getätigte bzw. geplante Einkäufe auf dem Wochenmarkt liegt zwischen 5 € und 40 €. Die durchschnittlichen Ausgaben aller Besucher betragen 14,65 €. Da auf Wochenmärkten überwiegend Güter des kurzfristigen Bedarfs (z.B. Lebensmittel) angeboten und nachgefragt werden, überwiegen bei den Einkäufen generell die kleineren Beträge. Auf dem Wochenmarkt in Barsinghausen geben 68 % der Kunden weniger als 15 € aus. Nur 6 % der Kunden tätigen Einkäufe im Wert von über 25 €.

Welche Produkte kaufen Sie hauptsächlich auf dem Wochenmarkt?



Basis: n=97 Quelle: Kundenbefragung Wochenmarkt Barsinghausen (ImoHa GmbH 2003) Grafik: ImoHa GmbH

(Fortsetzung auf Seite 7)

Wochenmarkt Barsinghausen: Ergebnis der ImoHa-Befragung

von Dipl.-Kff. Sylvia Weinert, wissenschaftliche Mitarbeiterin des ImoHa Instituts

(Fortsetzung von Seite 6)

Nach Altersklassen aufgeschlüsselt ergibt sich folgendes Bild: Tendenziell geben die älteren Kunden mehr Geld auf dem Wochenmarkt aus als die jüngere Kundschaft. Die durchschnittlichen Ausgaben der unter 40-Jährigen betragen 12,47 €, für die über 55-Jährigen wurde ein Durchschnittsbetrag von 16,21 € ermittelt.

bedingt durch die Lage in der Fußgängerzone - bemängelt. Vor allem am Samstag würden die Stände zu weit auseinander stehen, wodurch der Markt zu lang und auseinander gerissen wirke.

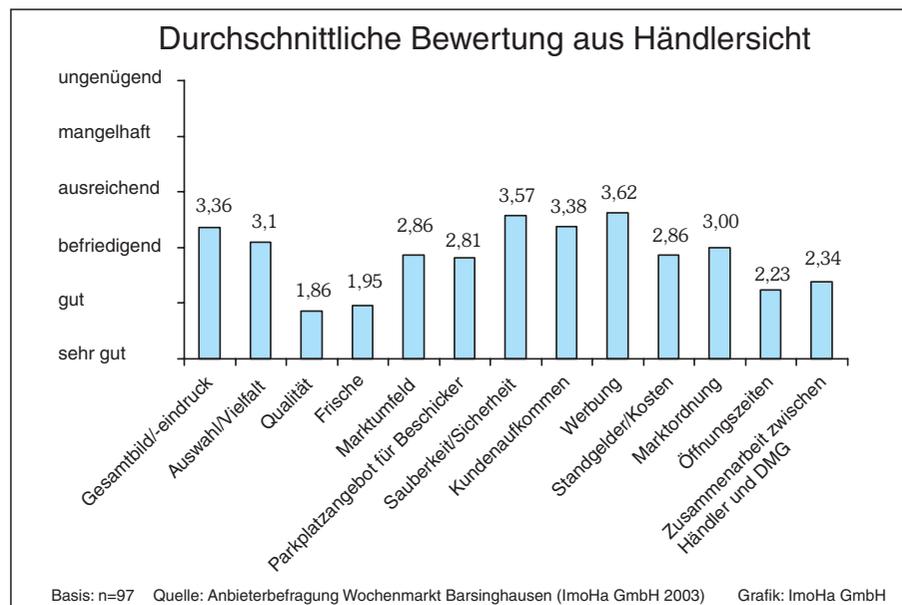
Vereinzelt wird der Wunsch nach mehr Verkaufsständen und größerer Vielfalt geäußert. Angebotslücken bestehen nach Aussage der Kun-

den vor allem in folgenden Bereichen: Fisch, Feinkost, Blumen/Pflanzen, Imbiss und Geflügel.

hausen stattfindenden Wochenmärkte in der vorliegenden Kundenbefragung gut bewertet. Die Kunden erteilen dem Wochenmarkt die Gesamtnote 2,5. Die Kunden schätzen am Wochenmarkt in Barsinghausen vor allem die Qualität und Frische der angebotenen Waren und die Rolle der Veranstaltung als Ort der Kommunikation und Treffpunkt. Die Befragten heben positiv hervor, dass sie auf dem Wochenmarkt die Möglichkeit haben, Menschen zu sehen, zu beobachten, sich mit ihnen zu treffen und zu kommunizieren. Hierin wird deutlich, dass Wochenmärkte nicht nur Versorgungsfunktion, sondern in zunehmendem Maße auch wesentliche soziale und kommunikative Funktionen übernehmen.

Die Befragung hat gezeigt, dass die Wochenmärkte auch deswegen besucht werden, weil sie im Gegensatz zu Supermärkten oder "anonymen Konsumtempeln auf der grünen Wiese" den direkten Kontakt zum Erzeuger bieten. Den Kunden wird die Möglichkeit geboten, sich über die Produkte und deren Herkunft zu informieren. Sie erhalten eine fachkompetente und persönliche Beratung. Die Kunden erteilen den Markthändlern die Note 1,7 - und damit die beste aller abgegebenen Bewertungen.

Wochenmarkt erhält gute Noten
Insgesamt werden die in Barsing-

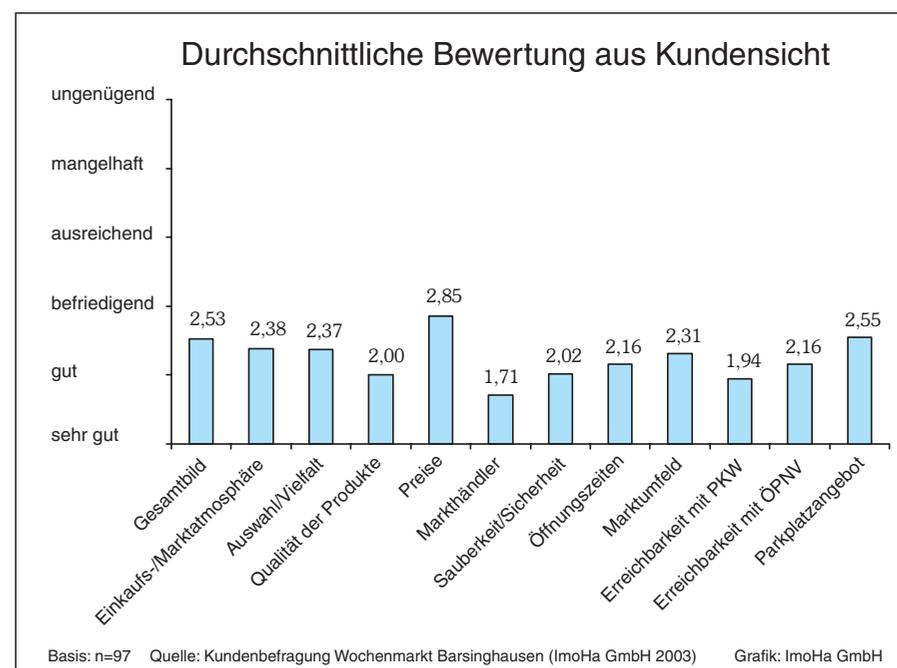


Händler mit Arbeit der DMG zufrieden

Die Markthändler stellen dem Veranstalter des Wochenmarktes insgesamt gute Noten aus (2,34). 61 % der Händler bewerten die Arbeit des Veranstalters mit mindestens "gut". Über die Hälfte der Anbieter, die bereits vor der Marktübernahme im Jahr 2000 auf dem Wochenmarkt verkauften, sind der Meinung, dass sich die Situation durch den Wechsel des Veranstalters von der Stadtverwaltung zur DMG Marktgilde e.G. verbessert hat. Der Marktmeister erhält ebenfalls hervorragende Noten (69,6 % "gut" oder "sehr gut"). Er wird in Bezug auf Freundlichkeit, Verbindlichkeit, Durchsetzungsvermögen und Auftreten von den Händlern geschätzt. Als DMG-Vertreter ist er täglich präsent und kümmert sich hervorragend um ihre Belange.

Nur vereinzelte Kritik und Verbesserungsvorschläge

Sowohl von Händlern als auch Kunden wird die Standanordnung -



Infos zu ImoHa

Infos:

Das **Institut zur Erforschung und Förderung des mobilen Handels GmbH** (ImoHa) wurde 2001 an der Hochschule Harz in Wernigerode gegründet. Es soll, wie der Name schon sagt, den mobilen Handel erforschen und fördern. In Zusammenarbeit und mit Unterstützung vieler Institutionen und Firmen aus dem Bereich des mobilen Handels werden praxisnahe Untersuchungen durchgeführt und daraus resultierende Vorschläge gemacht.

Adresse:

ImoHa GmbH

-An Institut der Hochschule Harz-

Friedrichstr. 57-59

38855 Wernigerode

Dipl. Kff. Sylvia Weinert

Tel.: 03943/626113

Email: info@imoha.de

Internet: www.imoha.de

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: **13.000**

Redaktionsschluss für die nächste Ausgabe:

24. November 2003

"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 Leserschriften, behält sich aber vor, diese gegebenenfalls zu kürzen. Eine Veröffentlichungsgarantie besteht nicht.

ISSN 1617-7347