

Der Wochenmarkt

Hauszeitung der DMG Marktgilde e.G. Nr. 27/Dezember '03

Wochenmarkt Pirna: S. 2

Obst & Gemüse im Winter auf dem Markt

Märkte in Elsterwerda: S. 2

Grüner Markt ist sehr erfolgreich

DMG-Zweigniederlassung: S. 3

Thomas Candidus eröffnet neues Büro "Südwest"

Frohe Weihnachten: S. 3

Wünscht allen die DMG Marktgilde e.G.

Gewerbeordnung: S. 4

Neue Möglichkeiten für den mobilen Handel

Pressespiegel: S. 5

Lob für den Freilassinger Wochenmarkt

Wochenmarkt Bischofs- S. 6

werda: Ergebnis der S. 7

ImoHa-Befragungen

von
Dipl.-Kff. Sylvia Weinert



Der Pirnaer Wochenmarkt, auch im Winter immer gut besucht. Bild: Jürgen Reichel

Liebe Leser,

das Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln, eines der renommiertesten Forschungsinstitute in Deutschland, das sich mit Handelsfragen beschäftigt, stellt in seinen neuesten Mitteilungen fest, dass "ausgefallene und neue Formen der Distribution" von Waren Konjunktur haben. Das Spektrum der angebotenen Waren, das durch Sonderformen distribuiert wird, weitet sich nach seinen Erkenntnissen aus. Auch der (Wochen-) Markthandel zählt in der Systematik dieses Institutes zu den "Sonderformen des Handels". So lautet auch das Titelthema des neuesten Heftes seiner Instituts-Mitteilungen "Handel im Fokus" und für Interessierte eine Fülle von Informationen zu diesem Thema enthält.

Leider hat diese steigende Bedeutung bei anderen Stellen, z.B. den zuständigen Bundesministerien, noch nicht dazu geführt, dass dieser Handelsbereich - im Vergleich etwa zu den Handelsriesen - angemessen unterstützt wird. Obwohl dem Wirtschaftsministerium "bewusst ist, dass die amtliche Statistik kein

vollständiges Bild in diesem Bereich zeichnet", hält man dort die Informationsbasis für ausreichend, "um daraus wirtschaftspolitische Schlussfolgerungen abzuleiten". Als Mittel zum Zweck z.B. zur "Revitalisierung ostdeutscher Innenstädte" - sind die mobilen Händler zwar allerorten willkommen; eine umfassende, eigenständige Erforschung des Wochenmarkthandels wird aber wohl noch auf sich warten lassen.

Leider wird es deshalb wohl auch in absehbarer Zeit immer wieder dazu kommen, dass "der Mohr seine Schuldigkeit getan hat und gehen kann": So beobachten wir mit großer Sorge, wie sorgsam aufgebaute und gut etablierte Wochenmärkte zur "Manövriermasse" sachkundiger Stadtplaner und -marketingmanager degradiert werden. Sie werden in ihrer sensiblen Struktur (z.B. verlässlicher Zeiten und Angebote) zerstört und müssen weichen, wenn irgendwelche anderen "Events" (oft genug hoch subventioniert) auf dem angestammten Marktplatz stattfinden. Logische Folge ist, dass nicht nur Arbeitsplätze im mobilen Handel gefährdet werden, sondern dass das Image insgesamt leidet.

Ihr Dr. Gerhard Johnson

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

Wochenmarkt Pirna: Markthandel an historischer Stelle



Stadt
Pirna

Der Pirnaer Wochenmarkt wird seit 1997 von der DMG-Limbach-Oberfrohna betreut und hat sich zu einem beliebten Treffpunkt und Einkaufserlebnis entwickelt. Der Marktplatz erstrahlt nach den Sanierungsarbeiten der letzten Jahre im historischen Flair, umrahmt von liebevoll restaurierten Gebäuden. Zwar hat die "Jahrhundertflut" im letzten Jahr auch Pirna sehr stark betroffen - die Elbe hat große Verwüstungen angerichtet - die meisten Schäden sind wieder mit einem unermüdlichen Durchhaltewillen beseitigt. Das Wasser stand bis auf den Marktplatz, zwei Wochen lang ist der Markt ganz ausgefallen. Die Markthändler kommen gerne nach Pirna, "wir haben hier eine gute Stammkundschaft und der Marktplatz in der historischen Altstadt ist jetzt richtig gemütlich geworden", so ein Markthändler in Pirna.

Infos:

Marktzeit: **jeden Mi 9.00-17.00 Uhr**
jeden Sa 9.00-13.00 Uhr

Händlerzahl: **ca. 20-25**

Ort: **01796 Pirna**

zuständig: **DMG Limb.-Oberfrohna**

Marktmeister: **Karl-Heinz Krüger (Mi)**
Iris Weyhmann (Sa)

Internet: **www.pirna.de**

Obst & Gemüse im Winter verkaufen



Selbst bei Frost Obst & Gemüse auf dem Wochenmarkt verkaufen, dank gutem Wetterschutz.

Bild: Jürgen Reichel

Hans-Jürgen Rößger und seine Frau Petra sind seit 1974 Wochenmarkthändler. Selbst frostige Temperaturen unter dem Gefrierpunkt halten die beiden nicht davon ab, frisches Obst & Gemüse in großer Auswahl für die Wochenmarktkunden in Pirna anzubieten. "Ich habe mir ein großes Zelt (6x3,5 Meter) gekauft, damit kann ich bei jedem Wetter auf dem Wochenmarkt stehen. Eine kleine Gasheizung sorgt dafür, dass meine Waren keine Frostschäden bekommen und ich natürlich auch nicht in der Kälte stehen muss. Mit den Halogenstrahlern unterm Zelt Dach wird alles freundlich ausgeleuchtet. Die Kosten haben sich rentiert, denn meine Kunden können sich darauf verlassen, dass ich sie an jedem Markttag bediene und so habe ich viele treue Stammkunden", so

Hans-Jürgen Rößger; "ich bin einfach mit Leib und Seele dabei" ergänzt er noch. Er hat damit einen großen Wettbewerbsvorteil gegenüber vielen anderen Händlern mit frostempfindlicher Ware, die diese nicht so schützen können. Bei schlechtem Wetter fällt für diese Händler der Markt einfach mal aus und somit fehlen dann auch die Einnahmen.

Diese Einmalinvestition für Zelt (ca. 1500 €), Heizung (ca. 100 €) und Licht rechnet sich oft schon nach kurzer Zeit und die laufenden Kosten (täglich 10-20 €) sind dabei nicht erheblich. Ein Gewinn an Unabhängigkeit und etwas mehr Gemütlichkeit steht diesen Kosten sowieso gegenüber. Er hat seine Entscheidung nicht bereut und möchte den Wetterschutz auch gar nicht mehr missen.

Märkte in Elsterwerda: Grüner Markt ist sehr erfolgreich



Stadt
Elsterwerda

Im April diesen Jahres wurde der Wochenmarkt in Elsterwerda übernommen, mit einem wöchentlichen Donnerstagsmarkt und einem monatlichen Grünen Markt. In einem ersten Rückblick zeigt sich Brigitte Weigel sehr zufrieden mit der Entwicklung dieses Standortes:

"Unser Konzept für Elsterwerda ist aufgegangen, gerade der Grüne Markt hat sich sehr gut entwickelt - standen doch bei jedem der acht Samstagsmärkte rund 35 Direktvermarkter und Kleinerzeuger auf dem Marktplatz. Dazu hat die Stadt mit der DMG immer wieder ein anderes kulturelles Erlebnis für die Marktbesucher organisiert. Diese kamen auch gerne und sehr zahlreich aus Elsterwerda und der ganzen Umgebung." Auch im nächsten Jahr gibt es wieder einmal samstags im Monat (von April bis November) einen Grünen Markt und noch

können Anbieter regionaler, ländlicher und selbst hergestellter Erzeugnisse einen Standplatz bekommen und damit für noch mehr Warenvielfalt auf dem Markt sorgen.

Infos:

Marktzeit: **jeden Do 8.30-13.00 Uhr**

Händlerzahl: **ca. 30**

Grüner Markt: **einmal Sa im Monat, April-November 8.00-12.00 Uhr**

Händlerzahl: **ca. 35-40**

Ort: **09410 Elsterwerda**

zuständig: **DMG Limb.-Oberfrohna**

Marktmeisterin: **Regina Hirschnitz**

Internet: **www.elsterwerda.de**

DMG-Zweigniederlassung: Neues Büro "Südwest" eröffnet



Thomas Candidus ist für die neue DMG-Zweigniederlassung "Südwest" in Bad Orb verantwortlich.

Bild: Jürgen Reichel

Seit dem 1. November hat die DMG "Zuwachs" bekommen, in Bad Orb übernimmt der 43-jährige Thomas Candidus die neue Zweigniederlassung Südwest. "Die DMG Marktgilde e.G. ist in den letzten Jahren kontinuierlich gewachsen und wir möchten weiterhin eine gute Betreuung aller DMG-Wochenmärkte sicherstellen. Aus diesem Grund haben wir die neue Zweigniederlassung Südwest jetzt eröffnet", so DMG-Vorstandssprecher Dr. Gerhard Johnson.

Seit gut 25 Jahren ist Thomas Candidus beruflich mit dem Thema Lebensmittel sehr eng verbunden und hat dabei viele Bereiche kennen gelernt. "Dieses umfangreiche Wissen möchte ich gerne in meiner neuen Tätigkeit bei der DMG einbringen und Ansprechpartner für Markthändler, Marktmeister und Kommunen sein. Dabei ist eines meiner Ziele, im Süden Deutschlands weitere DMG-Wochenmärkte aufzubauen, da gibt es noch viele mögliche Standorte für Wochenmärkte", so die Vorstellungen von Thomas Candidus.

Er ist in Bad Orb erreichbar unter:

Mittelweg 68a
63619 Bad Orb
Tel.: 06052/9281-06
Fax: 06052/9281-16
Mobil: 0170/7302960
E-Mail: dmg-suedwest@marktgilde.de

Die neue Zweigstelle "Südwest" betreut dabei die folgenden DMG-Wochenmärkte:

Heringen/Werra, Morbach, Frankfurt Nordwest-Zentrum, Dietzenbach, Heusenstamm, Neu-Isenburg/Gravenbruch, Dreieich-Sprendlingen, Rödermark-Urberach, Langenselbold, Erlensee, Bad Soden-Salmünster, Eppstein, Taunustein-Hahn, Eltville, Oestrich-Winkel, Rüdelsheim, Bobenheim-Roxheim, Waghäusel-Wiesenthal, Waghäusel-Kirrlach, Neckarsulm, Freilassing, Neufarn, Roth/Franken, Bad Windsheim, Burglengenfeld.



DMG Marktgilde e.G. - Postfach 1104-35709 Eschenburg

**FROHE
WEIHNACHTEN!**

*Wissen ist Tat,
Wissen ist Erlebnis,
Es beharrt nicht,
Seine Dauer heißt Augenblick.*

Hermann Hesse

Seit nunmehr 18 Jahren beschäftigen sich die Mitarbeiter der DMG Marktgilde e.G. professionell mit der Veranstaltung von traditionellen Wochenmärkten. In dieser Zeit ist es gelungen, ein umfangreiches Wissen zu dieser Thematik aufzubauen.

Dieses Wissen ist allerdings flüchtig. Es bedarf ständiger Anstrengung, das Erworbene zu festigen, zu entwickeln und auch weiter zu geben. Denn das beste Wissen nützt nur wenig, wenn es nicht mit anderen geteilt wird. Das Medium des Teilens ist die Kommunikation. Um dies innerhalb unseres Unternehmens besser zu organisieren, haben wir in diesem Jahr große Anstrengungen unternommen, um unsere Geschäftsprozesse weitgehend über das Internet abzuwickeln. Uns scheint dieses Medium hervorragend geeignet, partiell vorhandenes Wissen unternehmensweit verfügbar zu machen. Die ersten Ergebnisse stimmen uns hoffnungsvoll.

In die wirtschaftliche Zukunft sehen wir ebenfalls zuversichtlich. Der Einzelhandelssektor scheint sich aufzuhellen, der Wochenmarkthandel wird davon profitieren.

Ihnen und Ihrer Familie wünschen wir frohe Festtage und ein glückliches neues Jahr!

Ihre DMG Marktgilde e.G.

Berthold Stahl
Vorsitzender des Aufsichtsrates



Wir machen Wochenmärkte

Vorstand: Prof. Dr. Gerhard Johnson (Sprecher)
Aufsichtsrat: Berthold Stahl (Vorsitzender)

Eingetragen im Genossenschaftsregister
des Amtsgerichts Dillenburg Nr. 107

Gewerbeordnung: Die 3. Novelle ist gut für den Wochenmarkt

Zum 1. Januar 2003 ist das "3. Gesetz zur Änderung der Gewerbeordnung vom 22.08.2002", in Kurzform "3. GewO-Novelle" in Kraft getreten. Die bereits mit der 2. Novelle beabsichtigte Vereinfachung gewerberechtlicher Vorschriften wurde mit der 3. GewO-Novelle verstärkt fortgesetzt. Sie gehört damit zu den Gesetzen, die sich der Aufhebung überflüssiger Bestimmungen verschrieben haben. Dies ist auch dringend notwendig, da der schiere Umfang des Deutschen Wirtschaftsrechts mit seinen im Laufe der Jahre gewachsenen Verfeinerungen selbst Fachleuten den Durchblick erschwert, ganz zu schweigen von den betroffenen Bürgern oder den angesprochenen Unternehmen.

Für den Wochenmarkthandel sind insbesondere folgende Änderungen bedeutsam:

- ⇒ Die Verbotstatbestände für die Ausübung des Reisegewerbes in § 56 GewO wurden überprüft. Dabei wurde der Abs. 1 Nr. 1 d dahingehend geändert, dass künftig "Fertiglesebrillen" auch "reisend", also auch auf Märkten und Ständen verkauft werden dürfen. Der Gesetzgeber sah keine Gefährdung für den Gesundheitsschutz mehr, da solche Brillen als Medizinprodukte ein CE-Kennzeichen tragen müssen und im übrigen auch heute schon im stehenden Gewerbe solche Brillen in Supermärkten per Selbstbedienung erstanden werden können.
- ⇒ Weiterhin wurde das Verbot in § 56 Abs. 1 Nr. 2 c gestrichen, der das Feilbieten und den Ankauf von Bäumen, Sträuchern und Rebenpflanzgut im Reisegewerbe verbot. Der Gesetzgeber sah die Aufrechterhaltung dieses Verbots als nicht mehr erforderlich an, da bei der heutigen Spezialisierung der Produzenten dieser Pflanzen der Verkauf primär über stationäre Vertriebsstrukturen läuft. Auch sei nicht mehr zu befürchten, dass sich mit Wegfall des Verbots Schädlinge und Krankheiten durch

mangelhafte Pflanzen in den betroffenen land-, forst- und weinbauwirtschaftlichen Betrieben ausbreiten können.

- ⇒ Das Verbot in Abs. 1 Nr. 3 b alkoholische Getränke im Reisegewerbe feil zu bieten, wurde weiter eingeschränkt. Parallel zu der Regelung für Wochenmärkte in § 67 Abs. 1 Nr. 1 GewO dürfen nun sämtliche selbst gewonnenen "scharfe" Alkoholika angeboten werden. Dabei wurde die ursprünglich in § 67 GewO enthaltene Beschränkung auf Obst-, Liköre- und Geiste erweitert: Nunmehr dürfen Liköre und Geiste verkauft werden, die nicht nur auf Obst, sondern auch auf allen anderen Pflanzen - wie z.B. Spargel, Walnüssen, Haselnüssen - oder sonstigen landwirtschaftlichen Erzeugnissen - z.B. Eiern (Eierlikör) - basieren. Allerdings schließt das Merkmal "selbstgewonnen" die auf industriellem Wege in Großbetrieben erzeugten Alkoholika aus. Damit soll Winzern und Landwirten die Vermarktung auf der Basis eigener Produkte selbsterzeugter Getränke erleichtert werden (allein in Baden-Württemberg gibt es ca. 25.000 kleine Abfindungsbrennereien), die im traditionellen Verfahren Alkohol-spezialitäten mit regionalem Bezug erzeugen. Dies trägt auch dazu bei, dass das Angebot auf Wochenmärkten für den Verbraucher interessanter und regionalspezifischer gestaltet werden kann.
- ⇒ Schließlich wurde das Verbot der Wanderversteigerungen in Abs. 1 Nr. 3 f ersatzlos aufgehoben. Für die Durchführung von Wanderversteigerungen ist allerdings eine entsprechende Erlaubnis nach § 34 b GewO notwendig. Eine ausschließlich "reisend" ausgeübte Versteigerertätigkeit ist also nicht möglich, sondern nur in Zusammenhang mit einem stehenden Gewerbe.
- ⇒ Der in § 61 a bzw. 71 b neu eingeführte Absatz 1 statuiert für die Bewachung des Reise- und Marktgewerbes eine Auskunftspflicht

des Gewerbetreibenden und ermöglicht der Behörde ein Nachschauerecht. Sie übertragen damit dieselbe Rechtslage wie sie für die Bereiche des stehenden Gewerbes gelten.

Mit diesen Änderungen sind nunmehr auch einige Unterschiede zwischen "festgesetzten" Wochenmärkten und "nicht-festgesetzten" weggefallen. Dies gilt insbesondere für die Zulassung alkoholischer "scharfer" Getränke. Durch diese Erweiterung ist die Chance gegeben, Wochenmärkte für den Verbraucher attraktiver zu gestalten und damit zu fördern.

16 Jahre sind noch nicht genug!



Bild: Jürgen Reichel

Günter Seipel, seit 16 Jahren "Alt"Marktmeister bei der DMG ist zum 2. November offiziell in den Ruhestand verabschiedet worden. So ganz kann er sich von den Wochenmärkten aber noch nicht lösen, wer mit Leib und Seele über so lange Jahre Wochenmärkte betreut hat, schafft den Absprung nicht so einfach. Günter Seipel bleibt der DMG als "Feuerwehrmann" deshalb für die nächste Zeit weiterhin treu. "Ich kann doch meine Märkte nicht einfach so hängen lassen, nur weil ich mit 65 Jahren das Rentenalter erreicht habe", war sein kurzer Kommentar.

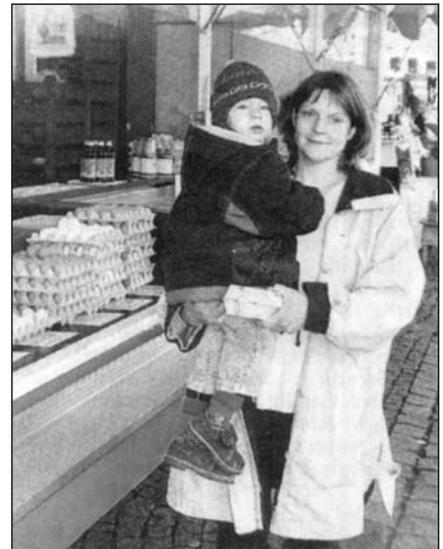
Ein Jahr nach dem Umzug

Grünmarkt floriert in der Flaniermeile

Standbetreiber, Kunden und Geschäftsleute ziehen positive Bilanz



Buntes Gemüse und frisches Obst locken jeden Mittwoch und Samstag viele Besucher in die Fußgängerzone. Fotos: Moser



Für Sohn Armin von Susanna Ruf gibt es am Wochenmarkt immer etwas zu sehen.

FREILASSING (jm) - Der Geruch von würzigem Käse vermischt sich mit dem Duft frisch geräucherten Specks. Buntes Gemüse glänzt neben rotbackigen Äpfeln aus dem eigenen Bauerngarten. Den Grünmarkt gibt es in Freilassing schon lange, um frisches Obst feilschen und gleichzeitig durch die Fußgängerzone flanieren können die Einwohner erst seit einem Jahr. Viele kritische Stimmen ertönten, als der Stadtrat beschloss, dass der Markt vom Rathausplatz in die Hauptstraße umziehen sollte. Beinahe durchwegs positiv fällt hingegen heute die Bilanz der Standbetreiber, Kunden und Geschäftsleute in der Innenstadt aus. Nur beim heiklen Thema Parkplatzsituation scheiden sich nach wie vor die Geister.

Auf einer dicken Leberkäsemmel kauend, genießt Erich Erlinger die Ruhe in der Fußgängerzone. Dem Umzug des Grünmarkts in die Innenstadt kann er nur Gutes abgewinnen: „Viel besser ist es hier. Es fahren keine Autos, es ist gemütlicher und man nimmt sich mehr Zeit für den Einkauf.“ Auch Susanna Ruf freut sich über den neuen Standort. Sie sieht den Wochenmarkt als zusätzlichen Anziehungspunkt in der Innenstadt: „Ich finde der Markt ist jeden Mittwoch und Samstag eine Belebung für die Fußgängerzone. Meistens verbinde ich meinen Einkauf hier, gleich mit einem Geschäftsbummel, manchmal komm ich auch extra her.“ Mit Seitenblick auf ihren kleinen Sohn fügt sie hinzu: „Auch

für Armin gibt es hier immer etwas zu sehen.“ Mit dem Wechsel zum neuen „Marktplatz“ nahm auch die Zahl und das Angebot der Stände zu. „Auf dem Grünmarkt in der Innenstadt bekommt man mittlerweile wirklich fast alles. Auf dem Rathausplatz war das nicht so“, freut sich Johanna Uschner. Die Sorge, keinen Parkplatz in der Innenstadt zu finden, kennt sie nicht. Ganz zentral, mitten in der Fußgängerzone, macht ihr niemand den Stellplatz streitig: „Ich bin immer mit dem Rad unterwegs und hab nie Parkplatzprobleme“, erzählt sie schmunzelnd.

Dass sie ihre großen Einkaufstüten voll mit Kartoffeln, Eiern und Gemüse jetzt manchmal einige hundert Meter weit zum Auto tragen muss, stört Anika Koletic: „Normalerweise komme ich nicht mehr wegen dem Markt hierher, aber heute kaufe ich ausnahmsweise für meinen Enkel ein.“ Dass sich der längere Weg zum Parkplatz direkt auf seine Kunden auswirkt, bemerkt auch Josef Söldenwangen, der seit Jahren frische Eier am Wochenmarkt feilbietet: „Teilweise kommen meine älteren Stammkunden nicht mehr, weil sie so weit schleppen müssen. Die Laufkunden sind dafür aber mehr geworden. Optimal wäre es, wenn die Kunden in der Gewerbagasse parken könnten.“ Hier sollen tatsächlich weitere Kurzzeitparkplätze eingerichtet werden, bestätigt Dr. Ulrich Zeeb, Sachgebietsleiter für Öffentlichkeitsarbeit. Auch eine Öffnung für den Autoverkehr zur Josef-Brendle-Straße ist geplant. „Demnächst fällt der Stadtrat über die Vorschläge eine Entscheidung“, so Zeeb.

Bis auf die schlechtere Parkplatzsituation beurteilen auch die Fieranten den Umzug als positiv: „Im Schnitt hat sich mein Gewinn um zehn Prozent gesteigert. Nur bei schlechtem Wetter läuft es hier nicht gut, beständig ist der Markt leider nicht mehr“, bestätigt Josef Söldenwangen. Erst seit dem Standortwechsel

vor einem Jahr baut Monika Mughal ihren Stand mit Rohmilchkäse und Nahrungsergänzungsmitteln wieder auf. Am Rathausplatz machte sich das Geschäft für sie und ihren Mann nicht bezahlt: „Hier ist es viel besser, hier ist mehr los.“

„Mehr Leute“ kaufen heute auch geräucherten Speck oder frischen Schinken am Metzgerstand von Erika Adamiedtz. Ihrer Meinung nach ist jedoch „die Kaufkraft der Besucher geringer.“

Der belebende Effekt für die Fußgängerzone ließ auch für viele anliegende Geschäfte nicht auf sich warten. Nach ersten Unstimmigkeiten zwischen Geschäftsinhabern und Fieranten profitieren mittlerweile beide Seiten voneinander. „Einige Freilassinger, die früher nie in der Innenstadt waren, entdecken jetzt, was die Fußgängerzone sonst noch zu bieten hat. Mit dem Markt kommen die Leute, und die sind Mittwoch und Samstag entsprechend früh dran“, sind sich Helmut Reinberger und Traudl Reinecke vom Bekleidungsgeschäft „Top Chic“ einig. Noch besser fällt die Bilanz zu einem Jahr Grünmarkt von Seiten des Tchibo-Geschäftes aus: „Wir merken Mittwoch und Samstag den Besucheraufschwung schon gewaltig“, bestätigt Mitarbeiterin, Brigitte Schreiner. Ihrem Glück auf die Sprünge helfen, versuchen Lotto-Spieler vor allem am Wochenende sehr zahlreich. Ein Besucheraufschwung am Mittwoch und Samstag bemerkte Lottogeschäft Scheid-Mitarbeiterin Ellen Burisch nicht: „Bei uns geht es Samstag immer zu, der Wochenmarkt hat sich auf unser Geschäft nicht erheblich ausgewirkt.“

Aus dem „Freilassinger Anzeiger“ vom 18./19. Oktober 2003

Infos:

Marktzeit: **jeden Mi 8.00-13.00 Uhr**
jeden Sa 8.00-13.00 Uhr

Händlerzahl: **ca. 10 (Mi), ca. 18 (Sa)**

Ort: **83395 Freilassing**

zuständig: **DMG Bad Orb**

Marktmeister: **Konrad Saller**

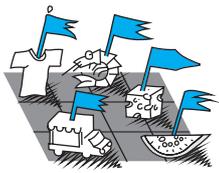
Internet: **www.freilassing.de**



Dem würzigen Käse am Tiroler Stand kann Anika Koletic nicht widerstehen.

Wochenmarkt Bischofswerda: Ergebnis der ImoHa-Befragung

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



Institut zur Erforschung
und Förderung des
mobilen Handels GmbH

Der Wochenmarkt in Bischofswerda ist gut. Die Gesamtnote 2,1 geben Kunden, Markthändler und Stadtverwaltung der wöchentlich stattfindenden Veranstaltung. Dies ist das Ergebnis der Marktuntersuchung durch das Institut zur Erforschung und Förderung des mobilen Handels (ImoHa) an der Hochschule Harz in Wernigerode.

Im Auftrag der DMG Marktgilde e.G., die den Wochenmarkt in Bischofswerda seit 1995 im Auftrag der Stadt organisiert, wurden in den vergangenen Wochen u.a. Kunden- und Markthändlerstrukturen untersucht sowie Kaufverhalten und Einkaufsmotive analysiert. In persönlichen Gesprächen ließ das Institut den Wochenmarkt anhand verschiedener Kriterien bewerten. Verglichen mit bundesweiten Zahlen ergibt sich für den untersuchten Wochenmarkt eine recht typische Altersstruktur: Besonders ältere Menschen wissen den Markt als Ort der Kommunikation und als Treff-

punkt zu schätzen. 54 % der befragten Kundschaft sind älter als 55 Jahre, jüngere Konsumenten dagegen eher seltener vertreten.

Die meisten Kunden kommen aus der näheren Umgebung

Die Wochenmarktkunden wohnen in durchschnittlich 2,5 km Entfernung vom Wochenmarkt. Dabei gibt mehr als die Hälfte der Kunden an, in weniger als 1 km Entfernung vom Wochenmarkt zu wohnen. Für sie übernimmt der Wochenmarkt eine wesentliche Funktion als wohnortnahe, zu Fuß erreichbare Einkaufsstätte. Knapp 17 % der Kunden haben ihren Wohnort in 5 und mehr Kilometer Entfernung vom Wochenmarktstandort.

Zum Erreichen des Wochenmarktes spielen für die Besucher vorrangig die nicht-motorisierten Alternativen eine Rolle: 67 % der Kunden kommen zu Fuß oder mit dem Fahrrad zum Wochenmarkt, mit dem eigenen PKW erreicht nur jeder Vierte das Einkaufsziel.

Stammkunden und Gelegenheitskäufer kommen zum Markt

Unter den Besuchern des Wochenmarktes in Bischofswerda finden sich sowohl Stammkunden als auch

Gelegenheits- bzw. Zufallskäufer. 59 % der Befragten besuchen den Wochenmarkt regelmäßig und 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. Jeder vierte Kunde ist gelegentlich auf dem Wochenmarkt anzutreffen. Selten nutzen 15 % der Besucher das Angebot der Markthändler. Sie zählen eher zur Laufkundschaft, die mehr oder weniger zufällig auf dem Wochenmarkt einkauft. Die Hälfte dieser Kundengruppe ist jünger als 40 Jahre.

Frische Lebensmittel hauptsächlich auf dem Einkaufszettel

Die Auswahl und Vielfalt auf dem Wochenmarkt wird mit durchschnittlich 2,35 bewertet. Dabei lassen die Aussagen der Befragten den Schluss zu, dass vor allem das vorhandene Angebot an frischen Lebensmitteln sowie Blumen und Pflanzen gut angenommen wird.

Gute Noten für Schiebocks Wochenmarkt

Kunden und Händler loben die Atmosphäre / Kindersachen und Spielsachen auf der Wunschliste / Bestehendes Sortiment soll erhalten bleiben

Im Auftrag der Deutschen Marktgilde e.G. hat das Institut zur Erforschung und Förderung des mobilen Handels an der Fachhochschule Harz in Wernigerode die Kunden und Händler des Bischofswerdaer Wochenmarktes befragt. Die Ergebnisse liegen vor.

Von Helga Koch

Insgesamt bewerten über 80 Prozent der Kunden den Bischofswerdaer Wochenmarkt mit gut bis sehr gut. 90 Prozent vermissen nichts beim Sortiment, genauso hoch ist der Anteil derjenigen, die ihn als gute Ergänzung zu den Einzelhandelsgeschäften im Stadtzentrum betrachten. Von 99 Prozent der Besucher erhielten die Händler gute bis sehr gute Noten: Die persönliche Beratung beim Kauf wird geschätzt. „Der überwiegende Teil der Besucher vom Bischofswerdaer Wochenmarkt kommt aus der Stadt selbst, und zwar zu Fuß und aus einem Umkreis von einem knappen Kilometer“, sagt Brigitte Weigel, Prokuristin der Zweigniederlassung Limbach-Oberfrohna der Marktgilde e.G. aus Eschenburg. Statistisch gesehen sind das 59 Prozent, während ein Viertel der Kunden mit

dem Pkw und aus einem Umfeld von fünf, sechs Kilometern und jeweils acht Prozent mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder Fahrrad zum Markt fahren.

Interessant sei die Altersstruktur, findet die Prokuristin. Sechs Prozent sind jünger als 24 Jahre, je 20 Prozent zwischen 25 und 40 bzw. 41 und 55 Jahre, 31 Prozent sind zwischen 56 und 70 Jahre und 23 Prozent über 70 Jahre alt. „Die über Siebzيجjährigen kommen fast jeden Freitag zu Fuß, versorgen sich mit frischen Lebensmitteln und nutzen den Markt als Treffpunkt.“ Als Zentrum der Kommunikation sei er vor allem auch für Hausfrauen, Rentner oder Arbeitslose wichtig. Statistisch gibt jeder Fünftel weniger als fünf Euro, jeder Vierte zwischen 15 und 20 Euro und jeder Siebte mehr auf dem Wochenmarkt aus. Auch die Geschäfte ringsum profitieren vom Markt.

Knapp 70 Prozent der Befragten geben an, frisches Obst und Gemüse zu kaufen, 63 Prozent holen dort Blumen und Pflanzen. „Erstauslich ist, dass 47 Prozent der Besucher Textilien verschiedener Art kaufen“, sagt Brigitte Weigel. 42 Prozent kaufen Fleisch und Wurst, 28 Prozent Fisch, 27 Prozent Käse



Diese drei Frauen sahen sich gestern am Gemüsestand um. Der Wochenmarkt hilft, am Freitag Bischofswerdas Innenstadt zu beleben.

und Milchprodukte, ebenso viele Geflügel, 24 Prozent Brot und Backwaren. Niedriger liegt der Anteil bei Imbiss oder Haushaltswaren. „Neun von zehn Marktkunden sind mit

dem bestehenden Angebot zufrieden. Wir achten darauf, im Frischbereich das Angebot stabil zu halten und wollen das volle Sortiment sichern.“ Sie wolle anregen, dass die

Textilhändler künftig auch Übergrößen anbieten, wie es ein Besucher gewünscht hat. Kinderkleidung und Spielwaren, ebenfalls von je einem Befragten als fehlend genannt, liefern erfahrungsgemäß schlecht auf Wochenmärkten, versichert die Prokuristin, die 27 Märkte in den neuen Bundesländern betreut.

Auch die 25 befragten Händler, von denen viele seit 1995 regelmäßig freitags nach Bischofswerda kommen, haben überwiegend gute Noten vergeben. Allerdings schätzen 56 Prozent von ihnen das Kundenaufkommen als eher befriedigend ein, nur jeder Dritte ist mit der Anzahl der Kunden zufrieden. Eine der Stärken des Wochenmarktes bestehe im guten Verhältnis und der guten Zusammenarbeit mit Marktmeister Klaus Grundmann, sagt Brigitte Weigel.

Am Bischofswerdaer Wochenmarkt werde sich künftig nicht viel ändern. Der Lebensmittelbereich solle in Umfang und Sortiment bestehen bleiben, eventuell gebe es demnächst mal wieder Werbeaktionen und ein bisschen Kultur. „Wir werden auch mal wieder Einkaufsgutscheine verlosen“, kündigt Brigitte Weigel an.

Wochenmarkt Bischofswerda: Ergebnis der ImoHa-Befragung

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

(Fortsetzung von Seite 6)

Den größten Zuspruch erfahren die Obst- und Gemüsehändler, die von zwei Dritteln der Wochenmarktkunden aufgesucht werden. 63 % der Kunden geben an, Blumen oder Pflanzen auf dem Markt zu kaufen. Jeder Zweite nutzt das Angebot der Textilwarenhändler. Bei der Frage nach fehlenden Waren ergibt sich eine hohe Zufriedenheit mit dem bestehenden Angebot. Die Befragten nennen nur vereinzelt Waren, die auf dem Markt zusätzlich oder in größerer Vielfalt angeboten werden sollten, so z.B. Haushaltswaren, Geschenkartikel und Kindersachen.

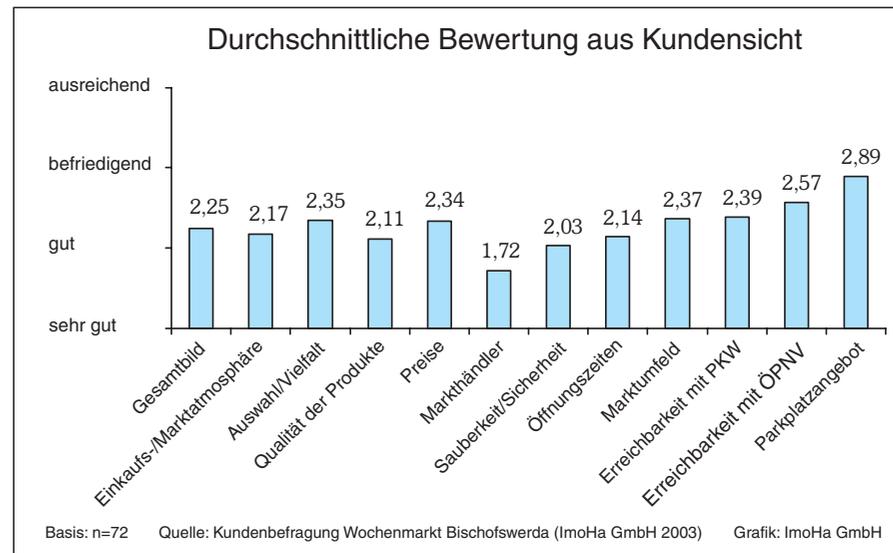
14,54 € werden im Durchschnitt ausgegeben

Die Größenordnung der Ausgaben auf dem Wochenmarkt liegt zwischen 2 € und 40 €. Die durchschnittlichen Ausgaben aller Besucher betragen 14,54 €. 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 Bischofswerda geben 60 % der Kunden weniger als 15 € aus. Nur 7 % der Kunden tätigen Einkäufe im Wert von über 25 €.

Nach Altersklassen aufgeschlüsselt ergibt sich folgendes Bild: Tendenziell geben die über 40-jährigen Kunden mehr Geld auf dem Wochenmarkt aus als die Kundschaft unter 40 Jahre. Die durchschnittlichen Ausgaben der unter 40-Jährigen betragen 11,76 €, für die über 40-Jährigen wurde ein Durchschnittsbetrag von 15,54 € ermittelt.

Organisation durch die DMG erhält gute Noten

Die Markthändler stellen dem genossenschaftlich organisierten Veranstalter des Wochenmarktes - der DMG Marktgilde e.G. - insgesamt gute Noten aus (2,33). Drei Viertel der Händler bewerten die Arbeit des Veranstalters mit mindestens "gut". Die Betreuung im Hinblick auf die Zusammenarbeit zwischen den Händlern und dem Veranstalter wird mit 2,28 bewertet. Der Marktmeister erhält ebenfalls durchweg "gute" bis "sehr gute"



Noten. Er wird in Bezug auf Freundlichkeit, Verbindlichkeit, Durchsetzungsvermögen und Auftreten von den Anbietern mit der Note 1,08 bewertet.

Stadt lobt Arbeit der DMG

Durchweg positiv wird die Arbeit der DMG Marktgilde e.G. auch von kommunaler Seite beurteilt. Sehr zufrieden zeigen sich die Verantwortlichen der Stadt, die sich aus Gründen der Kosteneinsparung in der Verwaltung für die Marktüberlassung an die DMG entschieden hatten.

Gute Gesamtnoten

Insgesamt wird der in Bischofswerda stattfindende Wochenmarkt in der vorliegenden Befragung gut bewertet. Kunden, Händler und Stadtverwaltung erteilen der Veranstaltung die Note 2,1.

Die Kunden schätzen am Wochenmarkt in Bischofswerda vor allem die Qualität und Frische, die Auswahl und Vielfalt der angebotenen Waren, die Atmosphäre und die Rolle der Veranstaltung als Ort der Kommunikation und Treffpunkt. Die Befragten heben positiv hervor,

dass das Gesamtbild und die Marktatmosphäre stimmen, der Wochenmarkt eine gute Einkaufsatmosphäre bietet und das Angebot eine gute Ergänzung zum stationären Einzelhandelsangebot im Umfeld des Marktes darstellt.

Einkaufserlebnis Wochenmarkt

Die Befragung hat auch 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 deshalb den Markthändlern die Note 1,72 - und damit die beste Bewertung.

Auch die befragten Händler, von denen viele schon seit 1995 regelmäßig am Marktgeschehen teilnehmen, haben überwiegend gute Noten vergeben. Sie zeigen sich vor allem mit der Arbeit des Veranstalters und der Betreuung durch den Marktmeister zufrieden.

Unsere nächsten "Neuen" sind:

Ende März '04 **26802 Moormerland** Do 7.00-13.00 Uhr
 Ende März '04 **31020 Salzhemmendorf** Mi 7.00-13.00 Uhr

Interessierten Wochenmarkthändlern mit allen Sortimenten bieten wir auf diesen Märkten freie Standplätze an. Melden Sie sich bitte in Hille (Tel.: 05703/5209-80, Fax: 05703/5209-82).

Neue Mitarbeiterin



Seit dem 1. November gibt es eine neue freundliche Stimme am Telefon der DMG in Eschenburg. Bürokauffrau Gerlinde Benner ist zuständig für organisatorische Abläufe und Verwaltung der DMG, sie ist aber auch Ansprechpartnerin für Marktmeister und Händler.

Bild: Jürgen Reichel

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:
16. Februar 2004

"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