

Der Wochenmarkt

Hauszeitung der DMG Marktgilde e.G.

Nr. 32/März'05

Neuer Wochenmarkt: S. 2

Hainichen ist erster neuer DMG-Markt in 2005

Königs Wusterhausen: S. 2

DMG wieder für Markt verantwortlich

Wochenmarkt Bitterfeld: S. 3

Wieder unter der DMG-Leitung

NWZ Frankfurt: S. 3

Wochenmarkt wieder am alten Platz

Wochenmarkt Garbsen: S. 4

Verlegung sorgt für neuen Aufschwung

Erfolg auf dem Markt: S. 5

Fortsetzung aus Nr. 31: "Händler haben´s in der Hand"

Wochenmarkt Winterberg: S. 6

Ergebnis der ImoHa-Befragungen S. 7
von
Dipl.-Kff. Sylvia Weinert



Trotz dieser Schneemassen wird in Winterberg der Markt aufgebaut. Bild: Dieter Kriesten

Liebe Leser,

über Weihnachten hatte ich ein ganz schlechtes Gewissen! Hatte ich doch in der letzten Ausgabe an dieser Stelle das vollmundig angekündigte und herbeigesehnte Weihnachtsgeschäft im Vergleich zu hochkarätigen Verbandssprechern aus dem Einzelhandelsbereich eher pessimistisch eingeschätzt.

Zunächst waren die Meldungen dann ja tatsächlich überraschend gut. War damit also endlich der Stimmungsumschwung beim Konsumentenverhalten geschafft? Nein! Erst in den letzten Tagen kommt die Wahrheit ans Licht: "Weihnachtsgeschäft 2004 war ein Desaster" kann man da lesen, oder "Die hochfliegenden Weihnachtshoffnungen des Einzelhandels haben sich nicht erfüllt". Das statistische Bundesamt berichtet jetzt von einem Umsatzrückgang von 2,3% im Monat Dezember, obwohl es im Vergleich zum Vorjahr sogar einen Verkaufstag mehr gab. So niedrig war der Dezemberumsatz noch nie in den vergangenen 10 Jahren! Der Einzelhandelsumsatz insgesamt lag im Jahr 2004 um 1,6% unter dem Niveau von 2003 und schrumpfte damit im dritten Jahr in Folge.

Doch genug mit dem Blick in die Vergangenheit. Richten wir unsere Konzentration auf die Gegenwart und die Zukunft: Wie jedes Jahr, haben die mobilen Händler (und damit auch wir als Veranstalter) in den ersten Wochen mit besonders schwierigen Verhältnissen zu kämpfen. Regen und Wind, vielerorts Frost und Schnee, beeinträchtigen unsere Wochenmärkte z.T. gravierend. Die Wochenmarktkunden, überwiegend ja ältere Menschen, trauen sich bei Schnee und Glatteis nicht aus dem Haus, also fehlen den Händlern die Umsätze. Gefährliche Anfahrtswege, Schäden durch Sturm an der Ausrüstung oder durch Regen und Frost an den Warenbeständen kommen hinzu, genau so wie erhöhte Betriebskosten durch Strom und Gas für Licht und Heizung. Da kann man natürlich verstehen, dass einige Händler in dieser Zeit in den wohlverdienten (wenn überhaupt etwas Geld dafür zurück gelegt werden konnte) Urlaub entfliehen. Er sei Ihnen gegönnt! Ab März/April machen wir dann gemeinsam wieder "richtig Dampf", um die positiven Signale, die ifo-Geschäftsklimaindex und GfK-Konsumgüterindex senden, endlich Realität werden zu lassen.

Ihr Dr. Gerhard Johnson

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

Neuer Wochenmarkt: Erster neuer DMG-Markt in 2005



Stadt Hainichen

Der Wochenmarkt von Hainichen ist in diesem Jahr der erste, der zu den über 90 DMG-Standorten in ganz Deutschland neu hinzugekommen ist. Mit der Premiere am 5. Januar hat die DMG Marktgilde e.G. zwei Markttage zu den rund 145 Markttagen, die wöchentlich veranstaltet werden, hinzubekommen.

Hainichen ist eine schöne Kleinstadt mit ca. 10.000 Einwohnern und acht Ortsteilen. Am Fuß des Erzgebirgsvorlandes liegt die Stadt strategisch günstig zwischen den drei sächsischen Großstädten Dresden, Chemnitz und Leipzig. Durch die neue Anbindung an die Autobahn 4 im Dezember letzten Jahres hat sich die Infrastruktur sehr verbessert.

Der Wochenmarkt in Hainichen hat Tradition und wird von den Einwohnern, wie auch Besuchern der geschichtsträchtigen Stadt gerne genutzt.

Kontakte wegen der Privatisierung des städtischen Marktes hat die DMG-Niederlassung in Limbach-Oberfrohna schon seit 1993 mit der Stadt, und so ist Brigitte Weigel, Prokuristin der Niederlassung, auch



Seit Januar wird der Wochenmarkt in Hainichen mit seinen zwei Markttagen von der DMG Marktgilde e.G. durchgeführt.
Bilder: Brigitte Weigel

stolz, dass sich ihr Konzept durchgesetzt hat. "An jedem der beiden Markttage bieten 30-35 mobile Händler ein umfangreiches Warensortiment auf dem Gellert- und Lutherplatz, in Sichtweite des Rathauses an. Wir möchten den Frischbereich noch etwas stärken und bieten einige freie Standplätze an. Händler aus diesem Bereich können sich bei uns melden", so Brigitte Weigel am ersten Markttag. Als Marktmeister werden Michael Geißler und seine Frau Brigitte an den beiden Markttagen eingesetzt.

Sie sorgen dafür, dass die Besucher in Ruhe ihrem Verkaufsgeschäft nachgehen können und die Kunden einen ansprechenden Wochenmarkt vorfinden.

Infos:

Marktzeit: **jeden Mi 8.30-15.00 Uhr**
jeden Sa 8.30-12.00 Uhr

Händlerzahl: **jeweils ca. 30**

Ort: **09661 Hainichen**

zuständig: **DMG Limb.-Oberfrohna**

Marktmeister: **Michael Geißler,**
Brigitte Geißler

Internet: **www.hainichen.de**

Wochenmarkt Königs Wusterhausen: DMG wieder verantwortlich



Stadt Königs Wusterhausen

Seit Mai 1999 organisiert die DMG Marktgilde e.G. den Königs Wusterhausener Wochenmarkt. Jeweils dienstags und freitags in der Bahnhofstraße verkaufen vorwiegend Händler mit Frischeprodukten ihre Waren. Der Donnerstagsmarkt am Fontanecenter bietet den Marktbesuchern neben den Frischeartikeln zusätzlich noch Waren des täglichen Bedarfs.

Im Januar 2004 hatte die Stadt kurzfristig die Marktorganisation für den Dienstmarsmarkt selbst übernommen. Seit Beginn des Jahres ist die DMG aber wieder mit der Durchführung aller drei Markttage in Königs Wusterhausen beauftragt.

Infos:

Marktzeit: **jeden Di 8.30-16.00 Uhr**
jeden Do 8.30-16.00 Uhr
jeden Fr 8.30-16.00 Uhr

Händlerzahl: **ca. 18 (Di), ca. 15 (Do),**
ca. 25 (Fr)

Ort: **15711 Königs Wusterhausen**

zuständig: **DMG Limb.-Oberfrohna**

Marktmeister: **Waltraud Utzt**

Internet:

www.koenigs-wusterhausen.de

Wochenmarkt Bitterfeld: Wieder unter der DMG-Leitung



Stadt Bitterfeld

Seit Anfang des Jahres ist die DMG Marktgilde e.G. wieder der Ausrichter des Bitterfelder Wochenmarktes. In den Jahren 1990 bis Ende 2001 hat die DMG diesen Markt aufgebaut und ist jetzt, nach einem kurzen "Zwischenspiel" eines privaten Veranstalters, wieder in Bitterfeld verantwortlich. Mit jeweils ca. 50 Markthändlern mittwochs und freitags zählt er zu den größeren Wochenmärkten der DMG.

Der Frischemarkt am Samstag (nur von März bis Oktober) mit ausschließlich "grünen" Produkten und aktuell nur fünf Händlern, ist dabei das "Sorgenkind" von Brigitte Weigel. "Hier muss ich noch Aufbauarbeit leisten, hoffe aber im Laufe des Jahres die Händleranzahl zu steigern. Nach dem Winter ist der Neuanfang mit dem Frischemarkt



Der Bitterfelder Wochenmarkt gehört wieder zur "DMG-Familie".

Bild: Brigitte Weigel

nicht so einfach. Wir geben aber so schnell nicht auf und sind über jeden Händler, der hier seinen Umsatz machen kann, froh" so die Niederlassungschefin von Limbach-Oberfrohna.

Der erfahrene Marktmeister Ralf Wanderer betreut den großen Bitterfelder Wochenmarkt.

Infos:

Marktzeit: **jeden Mi 8.00-17.00 Uhr**

jeden Fr 8.00-16.00 Uhr

jeden Sa 7.00-12.00 Uhr

Frischemarkt von März bis Oktober

Händlerzahl: **ca. 50 (Mi, Fr), ca. 5 (Sa)**

Ort: **06749 Bitterfeld**

zuständig: **DMG Limb.-Oberfrohna**

Marktmeister: **Ralf Wanderer**

Internet: **www.bitterfeld.de**

NWZ: Wochenmarkt wieder am alten Platz



NordWestZentrum EINFACH GROSSARTIG.

Nach drei Jahren Umbauzeit kann der DMG-Wochenmarkt am NordWestZentrum Frankfurt seit dem 9. Februar wieder auf dem angestammten Walter-Möller-Platz aufgebaut werden. "Obwohl die Händler durch die Bauarbeiten in das Nidaforum umziehen mußten und teilweise bis zu 50 % Umsatzrückgang hatten, haben sie größten-

teils durchgehalten. Für die Rückverlegung haben wir ganz schön kämpfen müssen, jetzt stehen sie wieder im direkten Besucherstrom", so Thomas Candidus von der DMG-Niederlassung in Bad Orb.

Infos:

Marktzeit: **jeden Mi 9.00-18.00 Uhr**

Händlerzahl: **ca. 20 (Mi)**

Ort: **60439 NordWestZentrum (Ffm.)**

zuständig: **DMG Bad Orb**

Marktmeister: **Reinhold Diegel**

Internet: **www.nordwestzentrum-frankfurt.de**

Marktmeister verabschiedet



Nach fast 15-jähriger Marktmeistertätigkeit für die DMG in Zehdenick und Löwenberg verabschiedete Brigitte Weigel, DMG-Niederlassung in Limbach-Oberfrohna, am 16. Dezember Günter Groth mit einem Präsentkorb und einer "Marktmeisterurkunde".

Als "Cheforganisator" hat sich Günter Groth über all die Jahre mit viel Engagement und ohne auf die Uhr zu schauen um "seine" Märkte gekümmert. Nachfolgerin für den Markt in Zehdenick donnerstags ist Christa Krumbin und für Löwenberg sind es im 14-tägigen Rhythmus Erich Schumacher und Burkhard Rücker. Bild: Brigitte Weigel



Bild: Reinhold Diegel

Wochenmarkt Garbsen: Verlegung sorgt für neuen Aufschwung



Stadt Garbsen

Jeder, der etwas mit Wochenmärkten zu tun hat, kennt das Problem: Auch wenn alle äußeren Voraussetzungen stimmen, kann man nie vorhersagen, ob ein neuer Markt ein Erfolg wird oder nicht. War der Start erfolgreich, werden die ersten bedrohlichen Anzeichen (sinkende Kundenzahl, Abwandern einzelner Händler) wenig beachtet, Händler und Marktbetreiber handeln nach der Devise "Augen zu und durch, es wird schon wieder besser". Hinzu kommt für den Marktbetreiber, dass die bestehenden Verträge ihn an den Platz binden, für die Beschicker spielt der Markt gerade noch seine Kosten ein und ein anderer Platz steht derzeit nicht als Alternative zur Verfügung. So dümpelt der Markt vor sich hin - zusätzliches Geld für die Werbung bringt kurzfristig Erfolg, aber an der grundlegenden Situation ändert sich nichts.

Ähnlich war die Situation in Garbsen auf dem Rathausplatz beim Donnerstagsmarkt: Trotz hervorragender technischer Ausstattung, größter Anstrengungen von Händlern und DMG Marktgilde e.G. und einem wunderschönen Platz wollte sich der Erfolg nicht einstellen. So mußte in Garbsen eine andere Lösung gefunden werden.



Ein Feuerspucker imponiert den Marktbesuchern nach der Verlegung auf den Kastanienplatz.
Bild: Markus Holz

In dieser Situation haben sich Beschicker, Stadt und DMG zu einer für alle zunächst schmerzlichen, im Endergebnis aber erfolgreichen Aktion entschlossen: Der Markt wurde verlegt - mitten in ein Wohngebiet. Er liegt jetzt direkt an einer Hauptverkehrsstraße auf dem Kastanienplatz. Dies verlangte von der Stadt erhebliche Kompromissbereitschaft und von den städtischen Mitarbeitern eine Menge Zusatzarbeit. Die technischen Voraussetzungen sind dabei am neuen Platz nicht so gut und auch der Raum für die Händler ist eng begrenzt.

Durch diese Verlegung entstehen auch der DMG erhebliche Zusatzkosten. Die Marktbeschicker mussten in die Organisation mit eingebunden werden, auf Grund der

höheren Kosten musste das Standgeld angehoben werden. Dank der guten Zusammenarbeit, einer großen Portion Verständnis für die jeweilige Situation der anderen Partner und eines erheblichen zusätzlichen Arbeitsaufwandes von allen Seiten, konnten die meisten Probleme dennoch im Vorfeld geklärt werden.

Schon die Eröffnung am 6. Januar zeigte, dass sich dieser Aufwand gelohnt hat, die Kunden kamen in Scharen und die Händler freuten sich über's gute Geschäft. Unser Marktmeister, Günter Klouth, hat sich an diesem Tag selbst übertroffen: Besorgen und Aufbau von Glücksrad, Popcornstand, Einweisung der Marktbeschicker, Einsatz des Jongleurs und die tausend Fragen der Kunden und Händler, technische Probleme mit der Stromzufuhr - einfach toll wie er diese Probleme gemeistert hat.

Im Ergebnis sind alle zufrieden - Kunden, Stadt, Beschicker und DMG. Die nächsten Wochen haben, bei schlechtem Wetter aber fast durchgängig hoher Besucherzahl, gezeigt, dass die Entscheidung für den neuen Standort richtig war.

Unsere nächsten "Neuen" sind:

ab 12. März '05 **27793** Wildeshausen Sa 8.00-13.00 Uhr
(neuer Start nach der Winterpause)

ab 18. März '05 **31515** Wunstorf Fr 7.00-14.00 Uhr

ab 7. April '05 **30982** Pattensen Do 14.00-18.00 Uhr

ab 11. Mai '05 **27374** Visselhövede Mi 8.00-13.00 Uhr

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

ab 3. März '05 **35321** Laubach Do 14.00-18.00 Uhr

ab 7. April '05 **64832** Babenhausen Do 14.00-18.00 Uhr

Interessierten Wochenmarkthändlern mit allen Sortimenten bieten wir auf diesen Märkten freie Standplätze an. Melden Sie sich bitte bei der DMG-Niederlassung in Bad Orb; Tel.: (06052) 9281-06, Fax: (06052) 9281-16.

Infos:

Marktzeit: **jeden Do 14.00-18.00 Uhr**
jeden Fr 14.00-18.00 Uhr

Händlerzahl: **ca. 13 (Do), ca. 22 (Fr)**

Ort: **30823 Garbsen**

zuständig: **DMG Hille**

Marktmeister: **Günter Klouth**

Internet: **www.garbsen.de**

Erfolg auf dem Wochenmarkt: Händler haben´s in der Hand

Fortsetzung der Erfahrungen von Wolfgang Even, DMG-Niederlassung Hille

In meinem letzten Beitrag ("Der Wochenmarkt" Nr. 31, S. 4) habe ich dargestellt, dass der Wochenmarkt nicht zuletzt auch eine Showbühne ist, auf der sich jeder Einzelne präsentieren muss, wenn er Erfolg haben will. Stille Zurückhaltung ist da wenig gefragt. Erst, wenn der Kunde seinen Verkäufer mit Namen kennt (meistens mit Vornamen) und sich schon morgens auf den Marktbesuch und das Gespräch mit seinem Verkäufer freut, kann man auch auf Dauer mit einem Erfolg auf dem Markt rechnen. Das braucht - bei den als stur geltenden Norddeutschen - oft viele Monate. "Schneller" geht es, wenn man sich, wie neulich von mir beobachtet, lautstark quer über den Markt mit einem anderen Marktteilnehmer streitet. Dann erkennt der Marktkunde gleich das geistige Niveau dieses Händlers und kann bei nächster Gelegenheit einen Bogen um diesen Stand oder besser noch um den gesamten Markt machen.

Jeder ist verantwortlich

Was ich damit sagen will - das Erscheinungsbild des Einzelnen entscheidet über den ganzen Markt! **Jeder Einzelne** - angefangen von dem Gurkenstand bis zum superschicken Käsestand, von der Imbissbude bis zum Marktmeister (mit neuer DMG-Jacke), entscheidet über das Aussehen und das Ansehen des Marktes. Das setzt sich fort bei der Ansprache des Kunden, geht weiter über das Gespräch mit dem und über den Standnachbarn und endet noch lange nicht beim Äußeren des Verkaufswagens. Jeder Marktteilnehmer weiß, welche Bedeutung ein gut aufgebauter Blumenstand für das Bild des Wochenmarktes hat, - warum behandelt er dann seinen eigenen Verkaufswagen so lieblos? Da werden locker 80.000 € für einen Verkaufswagen ausgegeben aber einmal einen Eimer und Schwamm zur Hand zu nehmen und die Front oder Seiten des Wagens abzuwischen ist zu viel Arbeit? Da werden lautstark die ("horrenden") Preise der letzten Urlaubsreise ausgetauscht - aber das Geld für eine neue Plane ist nicht vorhanden?

Gehen Sie an einem Donnerstag, Freitag oder Samstag über einen beliebigen Markt und Sie werden sehen, was ich meine: Am Obststand sind die Planen ausgefranst und die leeren Kisten liegen bunt durcheinander an der Seite. Der Fischstand ist innen zwar pieksauber aber selbst Blinde würden ihn am Geruch erkennen - mal wieder vergessen, auch die Abflüsse mit Essig oder Zitrone zu spülen! Am Imbissstand liegen die Pappen herum und das benutzte Fett würde den Geruchstest auch nicht mehr überstehen. Der Obststand unseres "Freundes" A. hat die Handelsklassen vergessen und am Käsestand fehlt das Inhaberschild.

Habe ich übertrieben? Vielleicht, soweit es die Häufung der Fälle angeht. Wenn Sie als Beschicker oder Marktmeister aber mal ganz ehrlich zu sich selbst sind, werden Sie alle die dargestellten Beispiele auch schon mal auf Märkten festgestellt haben. Nicht bei sich selbst - selbstverständlich!

Zusammen für ein gutes Bild in der Öffentlichkeit sorgen

Letztlich kommt es aber nicht darauf an, ob diese Fälle in der geschilderten Häufung auftreten. Entscheidend ist, dass sie überhaupt auftreten. Gerade auf dem Markt gilt der alte Grundsatz der Obsthändler: "Ein fauler Apfel verdirbt die ganze Kiste." Kaum einer spricht ausdrücklich darüber, wenn Sie Ihren Stand hervorragend pflegen oder wenn Ihre Mitarbeiter saubere und firmenspezifische Kleidung (neudeutsch: "Corporate Identity") tragen und, neben der Verkaufsraumpflege, auch das Fahrzeug zwischendurch mal von außen abwaschen. Das wird als Mindeststandard heute ganz einfach stillschweigend vorausgesetzt! Wenn aber ein Händler (natürlich immer nur der Nachbar) schlechtes Fett verwendet, ist nicht nur die Presse, sondern auch die Überwachungsbehörde wochenlang an "Ihrem" Markt interessiert. Das Fazit in der Öffentlichkeit: Nicht auf dem Markt einkaufen, die kriegen die Hygiene-probleme nie in den Griff! Die stetige Präsenz und Qualifi-

kation als Marktmeister und vor allem das Engagement als Marktbeschicker haben bisher verhindert, dass solche Fälle im Bereich der DMG Marktgilde e.G. aufgetaucht sind. Das bedeutet aber nicht, dass sie nicht an anderen Stellen vorgekommen sind oder dass wir in unserer Wachsamkeit bei diesen Dingen nachlassen dürften.

Was bleibt als Fazit?

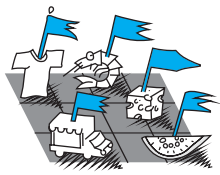
Als Marktbeschicker tragen Sie nicht nur Verantwortung für sich selbst, sondern für den gesamten Markt!

- ⇒ Schlampereien in der Außendarstellung sind keine lässlichen Sünden, sondern ein klarer Verstoß gegen die Interessen aller Marktteilnehmer!
- ⇒ Ihr Fahrzeug muss nicht das super Luxusmodell sein - ein Putztuch ist oft wichtiger als die automatische Hydraulik!
- ⇒ Ständige, kritische Kontrolle vor allem Ihres eigenen Marktstandes ist eine Grundvoraussetzung für Ihren Erfolg auf dem Markt!
- ⇒ Versuchen Sie Ihren Stand mit den Augen Ihres Kunden und auch mit den Augen eines kritischen Reporters zu sehen!
- ⇒ Gönnen Sie sich Ihren Urlaub - aber denken sie dabei auch mal daran, wem Sie diesen Urlaub - neben Ihrem Arbeitseinsatz - verdanken! Investieren Sie auch mal in eine neue Plane oder eine neue Lackierung!
- ⇒ Natürlich trägt der Marktmeister die Verantwortung für den Gesamtmarkt - aber unterstützen Sie ihn in Ihrem eigenen Interesse bei dieser nicht immer leichten Arbeit!

Der Wochenmarkt hat eine gute Chance, wenn es ihm gelingt, Service und Qualität nach außen darzustellen! Im Hinblick auf die persönliche, direkte Kundenansprache und die qualifizierte und engagierte Beratung hat er im Vergleich mit den immer größer und steriler werdenden Verkaufsmaschinen des Handels sicher die besseren Karten. Nutzen Sie diese Chance!

Wochenmarkt Winterberg: Ergebnis der ImoHa-Befragung

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



Institut zur Erforschung und Förderung des mobilen Handels GmbH

Vor dem Hintergrund einer konsequenten Kundenorientierung hat die DMG Marktgilde e.G. eine Untersuchung zur Ermittlung der Kundenzufriedenheit und Marktakzeptanz in Auftrag gegeben. Die Befragung auf dem Wochenmarkt in Winterberg diente in erster Linie dazu, Schwächen der Veranstaltung zu finden, um diese abzustellen, aber auch Stärken zu entdecken, um diese auszubauen.

Die Wochenmarktbesucher wurden rein zufällig ausgewählt und mittels standardisiertem Fragebogen mit offenen und geschlossenen Fragen zu den folgenden Inhalten befragt:

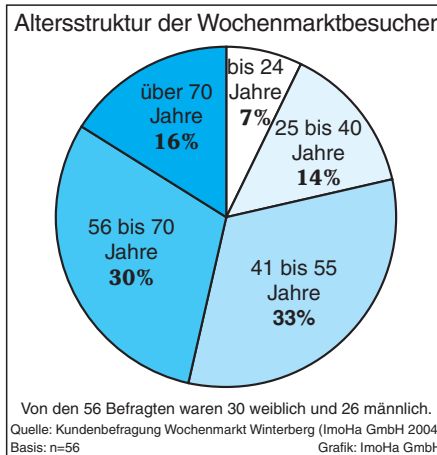
- ⇒ Besucherverhalten (Motive, Besuchshäufigkeit, Verkehrsmittelwahl, Ausgaben auf dem Wochenmarkt)
- ⇒ Bewertung des Angebots und der Auswahl auf dem Wochenmarkt
- ⇒ Stärken und Schwächen des Wochenmarktes (u.a. Erreichbarkeit, Auswahl, Marktumfeld)
- ⇒ Demographische Angaben.

Die Befragung der Kunden fand im September (sehr schlechtes Wetter -Wind, Regen, kalt- wenige Händler) und Oktober 2004 an 2 Samstagen von 9 Uhr bis ca. 14 Uhr statt.

Struktur der Marktbesucher

Verglichen mit bundesweiten Zahlen ergibt sich für den untersuchten Wochenmarkt eine recht typische Altersstruktur: Auf dem Wochenmarkt sind eher Kunden der oberen Altersklassen zu finden. 46% der befragten Kundschaft sind älter als 55 Jahre, jüngere Konsumenten dagegen eher selten vertreten.

53,6% der Befragten sind weiblich, 46,4% sind männlich. Auf Grund des Anteils, den Urlauber und Touristen an den Wochenmarktbesuchern haben, ist zu erkennen, dass diese für den Winterberger Wochenmarkt von wirtschaftlicher Bedeutung sind.

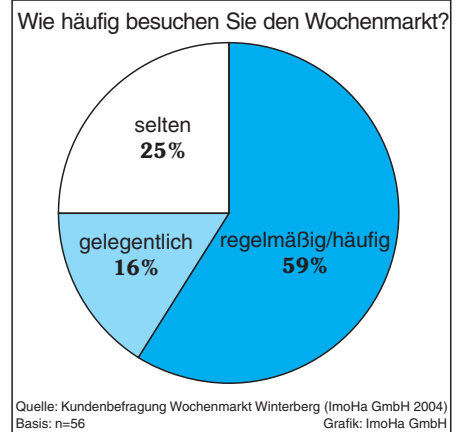


Einzugsbereich

Der Einzugsbereich eines Wochenmarktes gibt Aufschluss über seine Funktion hinsichtlich der Versorgungsreichweite. Wochenmärkte weisen eine hohe regionale Bedeutung für die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs - und insbesondere frischen Lebensmitteln - auf. Sowohl die Beobachtungen der Interviewer als auch die Aussagen der Markthändler deuten auf eine hohe Anziehungskraft des Marktes auch auf die Urlauber und Touristen (überwiegend aus Holland und dem Rheinland) hin, die sich in Winterberg aufhalten. Teile dieses Kaufkraftpotentials fühlen sich durch den Winterberger Wochenmarkt in den Zentrumsbereich angezogen und gehalten. Die durchschnittliche Entfernung der Wohnorte der Befragten zum Wochenmarkt beträgt 18 Kilometer. 43% der Kunden geben an, in weniger als 1.000 Meter Entfernung vom Wochenmarkt zu wohnen. Für sie übernimmt der Wochenmarkt eine wesentliche Funktion als wohnortnahe, zu Fuß erreichbare Einkaufsstätte. Jeder vierte Befragte hat seinen Wohnort in 20 und mehr Kilometer Entfernung vom Wochenmarktstandort. Die Wahl des Verkehrsmittels korrespondiert mit dem Einzugsbereich des Wochenmarktes. Einheimische und Urlauber, die sich für eine begrenzte Zeit in Winterberg aufhalten, kommen fast ausschließlich zu Fuß oder mit dem Fahrrad zum Wochenmarkt. Mit dem eigenen PKW kommen diejenigen Kunden, deren Wohnort mehr als 20 Kilometer vom Wochenmarkt entfernt liegt.

Besuchshäufigkeit

Die Besuchshäufigkeit der Marktkunden gibt Aufschluss über die Bedeutung des Wochenmarktes als Versorgungsquelle. Regelmäßig besuchte Märkte können als fester Bestandteil des Einzelhandelsangebotes in der Stadt das bestehende Angebot mit frischen Lebensmitteln zum Teil direkt vom Erzeuger ergänzen und zur Verbesserung und/oder Sicherung der Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs beitragen. Jeder Verbraucher bestimmt durch sein Einkaufsverhalten, welches Angebotsniveau fußläufig erreichbar bleibt und ob ein Wochenmarkt dauerhaft bestehen kann. Unter den Besuchern des Wochenmarktes in Winterberg finden sich sowohl Stammkunden als auch Gelegenheits- bzw. Zufallskäufer. 58,9% der Befragten besuchen den Wochenmarkt regelmäßig oder häufig. Die Stammkunden kommen zu 91% aus der näheren Umgebung.



Inanspruchnahme des Angebots

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 des Imbiss- sowie Fischhändlers beim Besuch des Wochenmarktes gut angenommen wird. Im Bereich der frischen Lebensmittel erfährt der Obst- und Gemüsehändler den größten Zuspruch, der von jedem zweiten

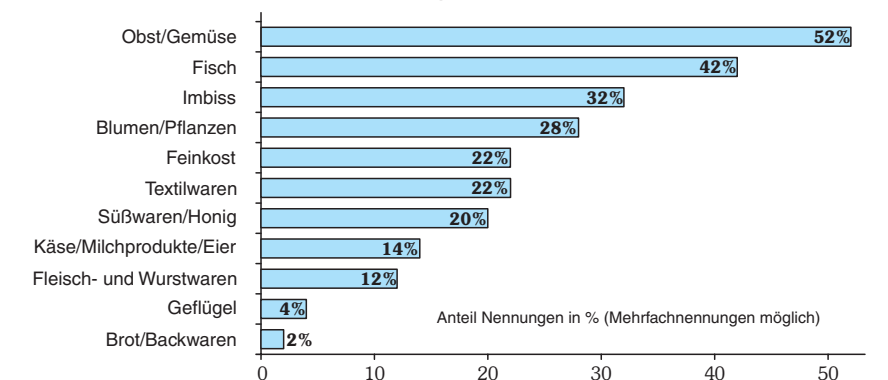
(Fortsetzung auf Seite 7)

Wochenmarkt Winterberg: Ergebnis der ImoHa-Befragung

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

Fortsetzung von Seite 6

Welche Produkte kaufen Sie hauptsächlich auf dem Wochenmarkt?



Basis: n=50 (keine Angabe=6) Quelle: Kundenbefragung Wochenmarkt Winterberg (ImoHa GmbH 2004) Grafik: ImoHa GmbH

Wochenmarktkunden aufgesucht wird. 28% der Kunden geben an, Blumen und Pflanzen auf dem Wochenmarkt zu kaufen.

Interessanter scheint die Kombination mit der Frage nach den fehlenden oder vermissten Waren. Viele Befragte machten auch hierzu eine Angabe. Sie nennen vor allem Waren aus dem Bereich der frischen Lebensmittel, die auf dem Markt zusätzlich oder in größerer Vielfalt angeboten werden sollten:

- ☞ Obst/Gemüse
- ☞ Fleisch- und Wurstwaren
- ☞ Käse/Milch/Eier/Geflügel
- ☞ Brot/Backwaren

Die Besucher sind aber mit dem bestehenden Angebot insgesamt zufrieden. Dies korrespondiert in etwa mit der Bewertung der Auswahl und Vielfalt auf dem Markt.

Beurteilung des Wochenmarktes

Die Beurteilung der Einkaufsstätte durch die Besucher hängt stark von der Qualität des Wochenmarktes an sich und der Marktumgebung ab, die wiederum von verschiedenen Aspekten bestimmt werden und das Einkaufsverhalten sowie die Besuchshäufigkeit beeinflussen:

- ☞ Atmosphäre und Gesamtbild des Wochenmarktes
- ☞ Art und Zusammensetzung des Angebotes (Auswahl, Vielfalt, Qualität, Preis)
- ☞ Markttage und Öffnungszeiten Standort/Umfeld und Erreichbarkeit des Wochenmarktes
- ☞ Auftreten der Händler usw.

Insgesamt ergibt sich für den Wochenmarkt in Winterberg eine zufriedenstellende Beurteilung (2,83): 60% der befragten Wochenmarktbesucher beurteilen die jeweils samstags stattfindende Veranstaltung als "gut" oder "sehr gut". 7% bewerten das Gesamtbild des Wochenmarktes als "befriedigend". Diese Einschätzung wird bestätigt durch die Beurteilung der "Einkaufs-/Marktatmosphäre". 63% der Kunden empfinden diese als "gut" oder "sehr gut" (durchschnittliche Bewertung: 2,31).

Qualität und Preise

Das Qualitätskriterium als Einkaufsmotiv trifft auf den überwiegenden Teil der Befragten zu: 80% der Marktkunden geben an, auf dem Wochenmarkt einzukaufen, weil es dort gute Qualität gibt. Auch über die Qualität der angebotenen Produkte sind sich die Kunden einig. Sie wird von 78% als "gut" oder "sehr gut" eingeschätzt (durch-

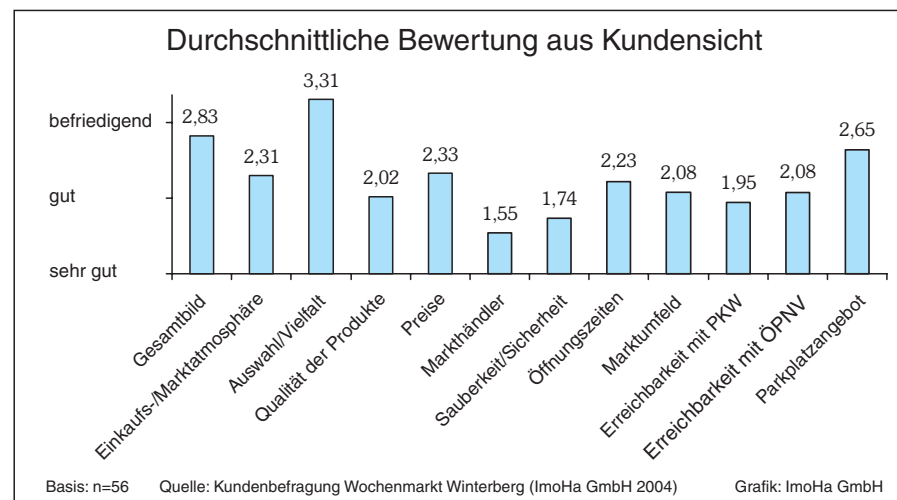
schnittliche Bewertung: 2,02). Jeder dritte befragte Marktkunde lehnt die Aussage ab, auf dem Wochenmarkt einzukaufen, weil es dort preiswert ist. Für 56,4% der Befragten sind die günstigen Preise wesentliches Kriterium für den Einkauf auf dem Wochenmarkt. Die Preise werden durchschnittlich mit 2,33 bewertet. 67,3% der Befragten empfinden die Preise als "gut" oder "sehr gut". Die restlichen Befragten schätzen die Preise als zu hoch ein.

Markttage und Öffnungszeiten

Der Wochenmarkt in Winterberg findet einmal wöchentlich (jeweils samstags) in der Zeit von 9 Uhr bis 14 Uhr statt und wird in dieser Form von den Befragten angenommen. Mit den Öffnungszeiten am Markttag zeigen sich 70% der Kunden zufrieden (2,23).

Stationärer Handel profitiert

Das Umfeld des Wochenmarktes (Parkplatzsituation, umliegende Geschäfte, Sauberkeit, Ruhemöglichkeiten/Sitzgelegenheiten) wird im Durchschnitt mit 2,08 bewertet, wobei knapp drei Viertel der Marktkunden diesem Kriterium die Noten "gut" oder "sehr gut" geben. Für jeden Vierten ist das Marktumfeld nur "befriedigend" oder schlechter. Der Aussage "Der Markt ist eine gute Ergänzung zu den Geschäften ringsum" stimmen fast 70% der befragten Marktkunden zu. Immerhin 50% der Befragten sagten "Den Einkauf auf dem Markt verbinde ich mit Einkäufen in den umliegenden Geschäften". Die Bewertung des



Parkplatzangebotes im Umfeld des Wochenmarktes ergab die Note 2,65. 56% zeigen sich mit der Parkplatzsituation zufrieden. Für knapp 24% ist das Angebot "befriedigend". 12% bezeichnen die Situation als "mangelhaft" oder "ungenügend". Die Sauberkeit und Sicherheit auf dem Wochenmarkt und in dessen Umfeld empfinden 91% der Befragten als mindestens "gut". Die durchschnittliche Bewertung liegt bei 1,74.

Beurteilung der Händler

Bei der Beurteilung der Markthändler spielt neben dem Auftreten und der Freundlichkeit auch die Beratungsfähigkeit und Fachkenntnis eine entscheidende Rolle. Die Marktkunden erteilen den Händlern die Note 1,55. Die Bewertung liegt bis auf zwei Ausnahmen im "sehr guten" bis "guten" Bereich der Beurteilungsskala (95,9%).

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@marktgitde.de
Internet: http://www.marktgitde.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: 13.200

Redaktionsschluss für die nächste Ausgabe:
20. Mai 2005

"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