

Der Wochenmarkt

Hauszeitung der DMG Marktgilde e.G.

Nr. 33/Juni '05

Königs Wusterhausen: S. 2

Frühjahrsaktion belebt den Wochenmarkt

Neue Wochenmärkte:

Pattensen S. 2

Niedersachsen

Wunstorf S. 3

Niedersachsen

Visselhövede S. 3

Niedersachsen

Laubach S. 4

Hessen

Babenhause S. 4

Hessen

Breckerfeld S. 5

Nordrhein-Westfalen

Wochenmarkt Borken: S. 5

Seit 10 Jahren DMG-Markt

Imbissbude als "Restaurant":

7% oder 16% Umsatzsteuer?

S. 5+6

Zukunft Einzelhandel: S. 7

Innovative Konzepte der Nahversorgung



10 Jahre DMG-Markt in Borken, das wurde gefeiert.

Bild: Friedrich Holzhauser

Liebe Leser,

wer jeden Tag mit Wirtschaft zu tun hat und sich aktiv damit auseinandersetzt, der kommt in den letzten Wochen nicht um die "Kapitalismuskritik" herum, die SPD-Chef Müntefering angestoßen hat. Seine Vorwürfe der "international wachsenden Macht des Kapitals" und der "totalen Ökonomisierung eines kurzatmigen Profit-Handelns" sowie insbesondere der Vergleich von Finanzinvestoren mit "Heuschreckenschwärmen" haben hohe Wellen geschlagen. Die Reaktionen gingen — quer durch alle politischen Parteien — von "Entsetzen" (Gesamtmetall-Chef Kannegiesser) bis zum klaren Schuldeingeständnis von Topmanagern, dass es "schreckliche Beispiele in der Managerkaste" gebe, "die in ihrer Gier sämtliche Verantwortung beiseite gelassen haben" (Edzard Reuter, früherer Daimler-Vorstandschef). Sogar das Grundgesetz mit der dort verankerten Sozialverpflichtung des Eigentums (Art. 14, Absatz 2) wird bemüht und die Grundfesten unserer (sozialen?) Marktwirtschaft werden in Frage gestellt.

Bestehen Zusammenhänge dieses "großen" Themas zur Branche Einzelhandel, zum Wochenmarkt, zu unserem Unternehmen? Ich denke, man kann über vielfältige sinnieren: Konzentration, Einkaufsmacht der großen Handelsketten, Konkurrenzkampf, Wachstumszwang, Verödung der Innenstädte, Nahversorgung mit Lebensmitteln (siehe auch Seite 7). Man kann sicher auch über die Standgelder "philosophieren". Benimmt sich die DMG Marktgilde wie ein Heuschreckenschwarm, der unter kurzfristiger Profitmaximierung alles abgrast — und dann in der nächsten Stadt einen Markt veranstaltet? Jeder, der unser Unternehmen kennt, weiß, dass das nicht der Fall ist! In den inzwischen 20 Jahren unserer Existenz haben wir bewiesen, dass wir langfristig orientiert und sozial verantwortlich handeln. Das müssen inzwischen auch die Verbandsvertreter notieren, die wissen, dass die genossenschaftlichen DMG-Standgelder zum Teil deutlich unter denen von Kommunen und verbandseigenen Veranstaltungen liegen.

Ihr Dr. Gerhard Johnson

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

Königs Wusterhausen: "Frühling — es ist Pflanzzeit"



**Stadt
Königs
Wusterhausen**

"Frühling — es ist Pflanzzeit" war das Motto der Sonderaktion auf dem Königs Wusterhausener Wochenmarkt am 22. April. Zum Schlendern und Einkaufen lud nicht nur das schöne Frühlingswetter ein, Beet- und Balkonpflanzen, Gehölze und Schnittblumen für Haus und Garten gab es in großer Fülle auf dem Markt in der Bahnhofstraße.

Neben den rund zwei Dutzend Stammhändlern konnte Brigitte Weigel mit den drei Gärtnereien Kerstin Albrecht und Manfred Genz aus Königs Wusterhausen, sowie der Gärtnerei Marina und Michael Zech aus dem nahen Gräbendorf einen Themenmarkt aufbauen. "So eine riesige Auswahl an Blumen und Pflanzen gab es hier noch nie", freute sich eine Kundin, die gerade beim Pflanzen-Quiz auch noch einen von zwölf Gutscheinen für den Wochenmarkt gewonnen hatte.

Lutz Lehmann überraschte die ersten 100 Kundinnen mit einer roten Rose und verteilte kunstvoll



Heike Reichel (rechts) vom DMG-Büro in Limbach-Oberfrohna führte ein Pflanzen-Quiz mit den Wochenmarktbesuchern durch.

Bild: Brigitte Weigel

aus Luftballons modellierte Tiere an die vielen Marktbesucher.

"Ich bin sehr zufrieden mit der Resonanz dieser Sonderaktion und auch die meisten Händler haben gute Geschäfte gemacht. Wir haben den Wochenmarkt wieder ins Gespräch gebracht", so Brigitte Weigel — Leiterin der DMG-Niederlassung in Limbach-Oberfrohna.

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. 17 (Do), ca. 20 (Fr)**

Ort: **15711 Königs Wusterhausen**

zuständig: **DMG Limb.-Oberfrohna**

Marktmeister: **Waltraud Utzt**

Internet:

www.koenigs-wusterhausen.de

Neuer Wochenmarkt: Pattensen von DMG übernommen



Die Aufgaben der Ordnungsämter werden immer vielfältiger und die personelle Decke wird im Gegenzug immer dünner. Das war auch ein wichtiger Grund für die Stadt Pattensen, ihren Wochenmarkt am 7. April in die Hände der DMG Marktgilde e.G. zu legen.

Der Wochenmarkt in der südlich von Hannover gelegenen Kleinstadt mit rund 15.000 Einwohnern (incl. der Stadtteile) besteht schon lange und die Einbrüche, die durch die Ansiedlung eines Discounters kurzfristig aufgetreten waren, konnten zwi-

schzeitig wieder aufgefangen werden. Von der Kundenstruktur hat der Markt in Pattensen eine grundlegende Basis und Kaufkraft.

Zugpferde dieses Marktes sind vor allem das Obst-, Gemüse- sowie das Blumenangebot. Auch das andere Kernprogramm des Wochenmarktes wird regelmäßig nachgefragt. Es fehlen aber noch die besonderen Dinge, die oft erst den Reiz eines Marktes ausmachen. Für Händler, die ein "besonderes" Sortiment wie Honig, landestypische regionale Spezialitäten, andere Besonderheiten oder Waren aus dem "Non Food" führen, gibt es noch freie Standplätze. Schade ist, dass in unmittelbarer Marktumgebung noch nicht genügend Parkplätze zur Verfügung

stehen, viele Kunden bedauern dies. Auch die Marktbesucher müssen dadurch längere Wege in Kauf nehmen. In Zusammenarbeit mit der Stadt sollen während der Marktzeit aber noch zusätzliche Parkplätze geschaffen werden.

Bei der Übernahme durch die Marktgilde konnte das bisherige Standgeld nicht nur gehalten werden, den Händlern wurde darüber hinaus eine dreijährige Standgeld-Garantie zugesichert.

Infos:

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

Händlerzahl: **ca. 11**

Ort: **30982 Pattensen**

zuständig: **DMG Hille**

Marktmeister: **Egon Frank**

Internet: **www.pattensen.de**

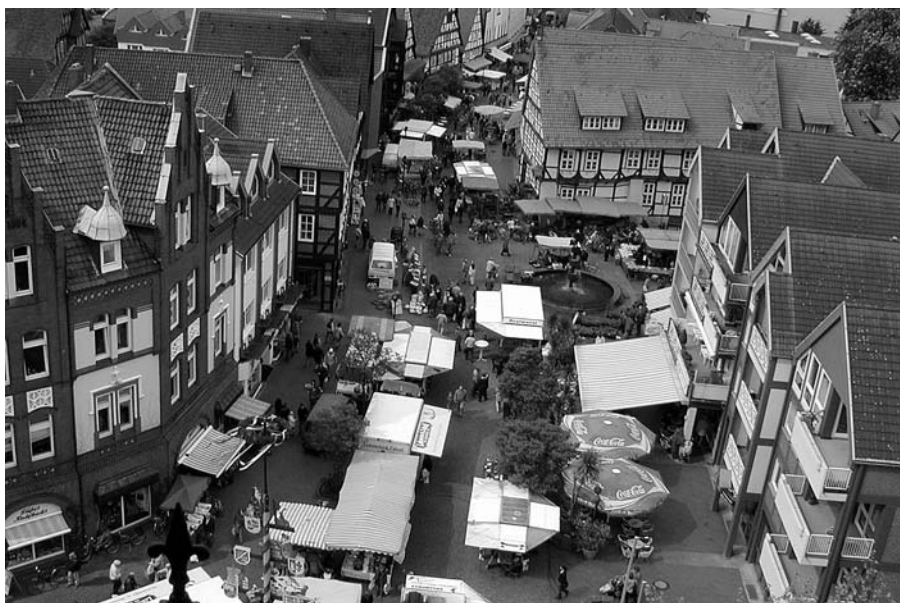
Neuer Wochenmarkt: Wunstorf wurde übernommen



Stadt Wunstorf

Der Wochenmarkt in Wunstorf hat eine lange Tradition. Früher einmal außerhalb der Innenstadt gelegen, wurde er vor einigen Jahren direkt ins Zentrum — zwischen aufwendig restaurierte alte Fachwerkhäuser — verlegt. Dieser Umzug hat nicht nur dem Markt gut getan, auch für den örtlichen Einzelhandel ist der Markttag zum umsatzstärksten Tag der Woche geworden.

Die Besonderheit dieses Marktes liegt zweifellos nicht nur darin, dass er sich praktisch durch die gesamte Innenstadt zieht — es ist vor allem die Vielfalt, die dieser Markt bietet. Ob Altländer Obst oder afrikanische Kunst, ob frisch gegrillte Ente oder russische Spezialitäten. Hier gibt es für jedes Angebot auch ein ausreichendes Kundenpotential. Die Markthändler kommen sehr gerne in



Wochenmarkt in Wunstorf — soweit das Auge reicht.

Bild: Günther Weiß

das Städtchen zwischen Hannover und dem Steinhuder Meer. Es sind keine Standplätze mehr frei, aber noch viele Interessenten da.

Die Übernahme durch die DMG erfolgte am 18. März. „Unser Ziel ist es, den erreichten hohen Standard zu festigen“, erklärt Wolfgang Even.

Infos:

Marktzeit: **jeden Fr 8.00-14.00 Uhr**

Händlerzahl: **ca. 50**

Ort: **31515 Wunstorf**

zuständig: **DMG Hille**

Marktmeister: **Günther Weiß**

Internet: **www.wunstorf.de**

Neuer Wochemarkt: Visselhövede von DMG neu aufgebaut



Treffpunkt auf dem Wochenmarkt, jetzt auch in Visselhövede.

Bild: Wolfgang Even



Stadt Visselhövede

Der Wunsch nach einem Wochenmarkt besteht in Visselhövede schon seit geraumer Zeit. Die Stadt hatte in der Vergangenheit verschiedene Anläufe dazu selbst unternom-

men. Jetzt wurde die DMG Marktgilde e.G. beauftragt, hier einen kleinen aber stabilen Wochenmarkt aufzubauen.

Visselhövede — im Herzen der Heide gelegen mit 15 Stadtteilen und rund 11.500 Einwohnern — liegt von der vorhandenen Kaufkraft gesehen etwa an der unteren Grenze der Orte, in denen ein Wochenmarkt bestehen kann.

Entsprechend schwer war die Suche nach geeigneten Marktbeschickern, denn einige der angesprochenen Händler hatten bereits schlechte Erfahrungen während der bisherigen Versuche, hier einen Markt zu etablieren, gesammelt.

„Allen Widerständen zum Trotz ist es uns gelungen, einen schönen Wochenmarkt aufzubauen. Der Markteingang liegt in der Nähe des größten Kaufhauses der Stadt; der Markt läuft aus in einem Rondell. Elf Händler waren von Anfang an dabei, drei weitere konnten bereits in der zweiten Woche dazu gewonnen werden. „Der Markt kann eine gute Zukunft haben, wird er entsprechend genutzt“, so Wolfgang Even, Leiter der DMG-Niederlassung.

Infos:

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

Händlerzahl: **ca. 14**

Ort: **27374 Visselhövede**

zuständig: **DMG Hille**

Marktmeister: **Peter Degen**

Internet: **www.visselhoevede.de**

Neuer Wochenmarkt: Laubach neu aufgebaut



Stadt Laubach

„Zu einer lebendigen und attraktiven Altstadt gehört ein Wochenmarkt dazu!“, so die einstimmige Meinung in Laubach. Es gab schon mal einen Markt, davon ist aber nur eine Markthändlerin übrig geblieben. Den Auftrag für den neuen Wochenmarkt bekam Thomas Candidus — DMG-Zweigstellenleiter in Bad Orb. Bürgermeister Claus Spandau, Klaus Hövel von der Laubacher Tourismus GmbH und Günther de Voss vom Gewerbeverein zogen bei diesem Projekt an einem Strang, es geht ja auch um „ihre“ Stadt. Dass ein Wochenmarkt das Stadtbild bereichert, ist allen klar, aber

dass er darüber hinaus auch Vorteile für Fremdenverkehr und ortsansässigen Händler bringt, stellt Thomas Candidus heraus. „Wir haben, wie immer bei unseren Märkten, den stationären Einzelhandel mit eingebunden. Ein ortsansässiger Feinkosthändler, mit eigenem Olivenanbau in Italien, ist schon am Markt beteiligt“. Gestartet wurde am 3. März, jeden Donnerstag kommen jetzt rund 14 Händler mit dem wochenmarkttypischen Frischesortiment. Wird der Wochenmarkt gut angenommen, steht einer Erweiterung nichts im Wege, noch ist Platz.



Bürgermeister Claus Spandau (Mitte) kauft selbst ein.

Bild: Günter Werk

Infos:

Marktzeit: **jeden Do 14.00-18.00 Uhr**
Händlerzahl: **ca. 14**
Ort: **35321 Laubach**
zuständig: **DMG Bad Orb**
Marktmeister: **Ewald Gerullis**
Internet: **www.laubach-online.de**

Neuer Wochenmarkt: Babenhausen mit neuem Einkaufserlebnis



„Die Bürger wollen einen Wochenmarkt mit frischen Produkten in Babenhausen haben!“, das ist die Kernaussage einer Befragung. In einem Projekt haben Schüler der Joachim-Schumann-Schule 2002/03 über ein halbes Jahr lang eine Befragung in Babenhausen durchgeführt und diese Ergebnisse hat die DMG Marktgilde e.G. in den

Neuaufbau des Wochenmarktes einfließen lassen. Ein erster Wochenmarkt, der 2001 von der Stadt gestartet wurde, konnte sich trotz des ausdrücklichen Bürgerwunsches nicht durchsetzen und nach gut zwei Jahren blieben immer mehr Händler einfach weg. Nun hofft Thomas Candidus von der DMG — auch mit Hilfe der umfangreichen genossenschaftsinternen Händlerdatenbank — der Stadt Babenhausen ein dauerhaftes „Einkaufserlebnis Wochenmarkt“ bieten zu können.

Der neue Wochenmarkt wurde auf den zentralen Marktplatz verlegt und die Marktzeit mit 14.00-19.00 Uhr auch den Bedürfnissen von Berufstätigen angepasst.

Bürgermeister Reinhard Rupprecht, Wilfried Müller als Geschäftsführer der AG Stadtmarketing und Marktmeister Gunther Junkert sahen bei der Neueröffnung am 7. April eine gute Zukunft für das Markttreiben, wurde der neue Wochenmarkt doch den Wünschen der Bürger entsprechend eingerichtet.

Mit aktuell rund zehn Marktbeschickern bietet das Sortiment von Obst&Gemüse, Backwaren, Wurstwaren, Fisch, Blumen ein solides Wochenmarktangebot. Dieses wird alle vier Wochen mit Naturheilmitteln und Tee bzw. mit einem Bürstenbinder ergänzt. Neue Händler, die das Angebot erweitern wollen, finden noch einen freien Standplatz.

Infos:

Marktzeit: **jeden Do 14.00-19.00 Uhr**
Händlerzahl: **ca. 10**
Ort: **64832 Babenhausen**
zuständig: **DMG Bad Orb**
Marktmeister: **Gunther Junkert,**
Manfred Teufel
Internet: **www.babenhausen.de**



Bild: Stadt Babenhausen

Offizielle Eröffnung mit (v.l.) Reinhard Rupprecht, Gunther Junkert und Wilfried Müller.

Neuer Markt: Breckerfeld übernommen



Stadt Breckerfeld

Horst Hoffmann übergab als stellvertretender Bürgermeister am 3. Juni offiziell den Breckerfelder Wochenmarkt an die DMG. Der Wochenmarkt hat sich in den letzten 24 Jahren zu einem Treffpunkt und Einkaufserlebnis entwickelt und das ist auch die Philosophie der DMG Marktgilde e.G. "Einkaufen von Mensch zu Mensch" ist das DMG-Motto. "Neben den bislang neun Händlern haben wir noch vier neue Beschicker für Breckerfeld gewin-

nen können und weitere zwei haben ihr Interesse signalisiert", so DMG-Prokurist Friedrich Holzhauser bei der Übernahme.

Zahlreiche kostenlose Parkplätze im direkten Marktumfeld sowie kompetente und zuverlässige Händler sind die Grundlage für den Markterfolg im sympathischen Städtchen zwischen Sauerland und Ruhrgebiet.

Infos:

Marktzeit: **jeden Fr 14.00-18.00 Uhr**
Händlerzahl: **ca. 15**
Ort: **58339 Breckerfeld**
zuständig: **DMG Eschenburg**
Marktmeister: **Wilhelm Doerr**
Internet: **www.breckerfeld.de**



"Schlendern und Kaufen" auf dem Breckerfelder Wochenmarkt. Bild: Friedrich Holzhauser

10 Jahre Markt

BORKEN

"Klein aber fein" — so kann der Borkener Wochenmarkt charakterisiert werden. Seit nunmehr zehn Jahren gelingt es der DMG Marktgilde e.G., immer donnerstags ein attraktives Markttreiben mit einem ausgewogenen Sortiment in der Borkener Innenstadt auf die Beine zu stellen. Ein Angebot, das gerade von der Stammkundschaft gerne zum Einkaufen genutzt wird. "Ich wünsche dem Markt weiterhin gutes Gelingen", so Stadtrat Friedhelm Knigge in der Rede zum Jubiläum. Am 2. Juni wurde das zehnjährige Bestehen gefeiert, die Marktkunden wurden mit Rosen begrüßt, Präsentkörbe und Sachpreise wurden verlost, die Kinder der Kindertagesstätte Metzen-Tannen traten auf, ein Drehorgelspieler spielte und sammelte für SOS-Kinderdörfer.

Große Markttreue im letzten Jahrzehnt haben auch die Beschicker Otmar Hoffmann (Direktvermarkter mit Hausmacherprodukten) und Günther Döring (Imkereiprodukte und Wein) gezeigt, sie sind seit Beginn dabei.

Infos:

Marktzeit: **jeden Do 8.00-13.00 Uhr**
Händlerzahl: **ca. 8**
Ort: **34582 Borken/Hessen**
zuständig: **DMG Eschenburg**
Marktmeister: **Peter Diehl**
Internet: **www.borken-hessen.de**

Imbissbude als "Restaurant": 7% oder 16% Umsatzsteuer?

von Berthold Stahl, Steuerberater, Rechtsbeistand und vereidigter Buchprüfer

Die Oberfinanzdirektion Hannover hat in einer Verfügung vom 13. Dezember 2004 (S-7100 - 441 - StO 171) die Auffassung der Finanzverwaltung zur Umsatzbesteuerung von Restaurationsumsätzen zusammengefasst. Für alle Imbissbetriebe, die auf Wochenmärkten Speisen zum Verzehr an Ort und Stelle vertreiben, hat die Kenntnis und Beachtung der Meinung der Finanzverwaltung hohe wirtschaftliche Bedeutung. Es geht nämlich um die Frage, ob die Umsätze dem Steuer-

satz von 7% oder 16% unterliegen. Zu unterscheiden ist, ob es sich bei der Leistung des Unternehmers um eine bloße "Lieferung" von Speisen handelt oder ob weitere Dienstleistungen erbracht werden, die dem Ganzen das Gepräge eines "Restaurants" geben.

Definition "Restaurant"

Speisen und Getränke werden zum Verzehr an Ort und Stelle abgegeben, wenn sie nach den Umständen der Abgabe dazu bestimmt sind, an

einem Ort verzehrt zu werden, der mit dem Abgabeort in einem räumlichen Zusammenhang steht, und wenn besondere Vorrichtungen für den Verzehr an Ort und Stelle bereitgehalten werden. So definiert die Finanzverwaltung einen Restaurantbetrieb und wendet auf diesen den Steuersatz von 16% an. Daneben hat der Bundesfinanzhof durch verschiedene Urteile den Dienstleistungscharakter von Restaurationsleistungen klargestellt. Nach diesen Urteilen ist eine als Restaurant-

Imbissbude als "Restaurant": 7% oder 16% Umsatzsteuer?

von Berthold Stahl, Steuerberater, Rechtsbeistand und vereidigter Buchprüfer

☞ (Fortsetzung von Seite 5)

betrieb zu beurteilende Abgabe von Speisen und Getränken zum Verzehr an Ort und Stelle gegeben, wenn der Unternehmer neben der Lieferung von Nahrungsmitteln noch Dienstleistungen im sog. Darreichungsbereich ausführt.

1. "besondere Vorrichtungen"

Besondere Vorrichtungen sind nur solche Gegenstände, die nach ihrer Art und Beschaffenheit ausschließlich dem Verzehr zu dienen bestimmt sind, also z.B. Tische (auch Stehtische), Verzehrrheken, Wandbretter und ähnliche Ablagevorrichtungen. Anders als Verkaufstheken und -tresen stehen sie in keinem Zusammenhang mit der Warenübergabe. Der Verzehr an Ort und Stelle setzt voraus, dass der Ort des Verzehrs in einem räumlichen Zusammenhang zum Abgabeort steht. Auf das Vorhandensein von Sitzgelegenheiten kommt es nicht an. Unerheblich ist auch, ob die besonderen Vorrichtungen sich in geschlossenen Räumen, Zelten oder im Freien befinden.

Es kommt grundsätzlich nicht darauf an, wer die besonderen Vorrichtungen bereithält. Werden die Vorrichtungen vom leistenden Unternehmer bereitgehalten, liegt in jedem Falle ein Restaurantbetrieb und damit eine nicht begünstigte sonstige Leistung vor. Stellt ein anderer die Vorrichtungen zur Verfügung, ist von einem Restaurationsumsatz auszugehen, sofern der leistende Unternehmer ersichtlich weitere Dienstleistungen im sog. Darreichungsbereich (siehe Ziffer 3) ausführt.

2. Speiselieferungen zum ermäßigten Steuersatz von 7%

Eine zum ermäßigten Steuersatz ausgeführte Lieferung von Nahrungsmitteln ist nur anzunehmen, wenn der Unternehmer sich auf das bloße Liefern der Speisen beschränkt, die Speisen also in Mitnahmeverpackungen "außer Haus" abgibt, oder bei der Lieferung von Speisen, die zum Verzehr an Ort und Stelle geeignet sind, weder über eigene Verzehrvorrichtungen verfügt, noch am Ort des Verzehrs Serviceleistungen erbringt.

3. Restaurationsleistungen zum allgemeinen Steuersatz von 16%

Werden Speisen nach den Umständen der Abgabe zum sofortigen Verzehr geliefert, liegt eine zum allgemeinen Steuersatz von 16% ausgeführte Restaurationsleistung immer dann vor, wenn der Unternehmer Verzehr- und Ablagevorrichtungen bereithält bzw. dem Kunden zur Verfügung stellt oder weitere Dienstleistungen im sog. Darreichungsbereich erbringt. Hierzu zählen z. B. das Servieren von Speisen sowie das Reinigen der Tische, Stühle oder des Geschirrs.

Gegenüber der bisherigen Rechtslage ist nicht mehr darauf abzustellen, durch wen oder in wessen Interesse die besonderen Vorrichtungen bereitgehalten werden. Bei Prüfungen der Finanzbehörden werden die Prüfer also besonders die Betriebe ins Visier nehmen, die neben der Lieferung der Speisen Stehtische, Ablagebretter, großzügig dimensionierte Verkaufstheken oder ähnliches nutzen können, die den Verzehr an Ort und Stelle ermöglichen.

Voraussetzungen für 7% Steuer

Speiselieferungen zum ermäßigten Steuersatz von 7% sind nur noch in folgenden Fällen anzunehmen:

- ☞ Der Unternehmer verkauft generell Speisen ohne Verzehr- und Ablagevorrichtungen z. B. Würstchen auf Papptellern.
- ☞ Der Unternehmer verkauft zubereitete Speisen zum Teil in Mitnahmeverpackungen. Die Steuerermäßigung greift in diesem Fall auch dann, wenn der Unternehmer über Verzehr- und Ablagevorrichtungen verfügt, die aber beim Verkauf in Mitnahmeverpackungen vom Kunden nicht genutzt werden. In diesem Fall hat der Unternehmer die Pflicht, dem Prüfer Aufzeichnungen vorzulegen, an welchen Tagen wie viele Kunden mit welchen Umsätzen dieser Art bedient wurden. Nur dann können die verschiedenen Umsätze nachvollziehbar getrennt werden. Der Prüfer wird natürlich auch die Einkaufsmenge der Mitnahmeverpackungen

als Indiz für seine Beurteilung heranziehen. Eine unklare Beweisführung geht immer zu Lasten des Unternehmers.

- ☞ Schwierig sind die Fälle zu beurteilen, in denen die Kunden Sitzplätze oder Stehtische von anderen Betrieben (Nachbarimbiss) zum Verzehr nutzen. In diesen Fällen wird der hohe Steuersatz zur Anwendung kommen, wenn der Unternehmer neben der Lieferung der Speisen noch weitere "Darreichungen" wie z.B. Reinigung der "fremden" Tische usw. erbringt. Immer vorteilhaft ist eine regelmäßige Fotodokumentation der Verhältnisse vor Ort, um diese später nachweisen zu können. Auch muss der Unternehmer damit rechnen, dass solche Dokumentationen von der Finanzverwaltung selbst bereits lange Zeit vor der Prüfung (und vom Unternehmer unbemerkt) angefertigt werden.

Resümee

Es ist wie immer. Ziemlich einfache Angelegenheiten werden äußerst kompliziert, sobald sich Steuerrechtler damit beschäftigen. Und das finanzielle Risiko trägt halt der Unternehmer. Im Zweifel: Fragen Sie Ihren Steuerberater, zumal die mit der obigen Thematik verbundenen Rechtsfragen im Fluss sind. So hat das Finanzgericht Köln in einem aktuellen Beschluss vom 14.1.2005 (8-V-5111/04) ernsthafte Zweifel an der Auffassung der Finanzverwaltung geäußert. Das Finanzgericht ist der Meinung, dass die ergänzenden Darreichungsleistungen auch als eine Nebenleistung zur steuerermäßigten Essenslieferung betrachtet werden können und beruft sich dabei neben einer interpretationsfähigen Entscheidung des europäischen Gerichtshofs vom 2.5.1996 (C-231/94) auch auf verschiedene Literaturmeinungen. Wir werden hoffentlich Klarheit bekommen. Denn gegen den Beschluss des Finanzgerichts Köln hat die Finanzverwaltung Beschwerde beim Bundesfinanzhof eingelegt (BFH V-B-26/05). Die Entscheidung ist für den Winter 2005/06 zu erwarten.

Zukunft Einzelhandel: Innovative Konzepte der Nahversorgung

Tagungsbericht aus Dortmund von Dr. Gerhard Johnson

„Innovative Konzepte der Nahversorgung“ war der Titel einer Großveranstaltung der Stadt Dortmund am 4. März 2005 im Rahmen ihres „Masterplans Einzelhandel“. Ausgangspunkt war die Erkenntnis, dass die Zeiten, in denen der Lebensmittelladen „um die Ecke“ eine Selbstverständlichkeit war, längst vorbei sind. Vor dem Hintergrund einer zunehmend älteren und damit tendenziell weniger mobilen Gesellschaft gewinnen jedoch fußläufig erreichbare Einzelhandels- und Nahversorgungsangebote an Bedeutung.

Dortmunder Beispiel

Der Rat der Stadt Dortmund hat mit dem „Masterplan Einzelhandel“ im Mai 2004 einen Orientierungsrahmen für die Entwicklung des Einzelhandels der Stadt Dortmund beschlossen. Mit dem in diesem Masterplan enthaltenen Nahversorgungskonzept wird das Ziel verfolgt, die gewachsenen Zentren zu schützen und die Nahversorgung mit Lebensmitteln sicher zu stellen. Gleichzeitig zeigt es Versorgungslücken auf, die geschlossen werden sollen. In der Veranstaltung wurden vorhandene Konzepte einer ergänzenden Lebensmittel-Nahversorgung und Rahmenbedingungen für deren Realisierung vorgestellt und diskutiert. Ziel war es, Wege für eine Sicherstellung der Lebensmittel-Nahversorgung, d.h. konkret mit fußläufiger Erreichbarkeit, zu entwickeln. Die gewonnenen Erkenntnisse sollen im Laufe des Jahres in Workshops auf die Dortmunder Gegebenheiten übertragen und die Ergebnisse der interessierten Öffentlichkeit im November 2005 vorgestellt werden.

Konzepte aus einem Guss

Zunächst stellte Stadtrat Ullrich Sierau den Masterplan Einzelhandel vor. Die Stadt wurde früh aktiv. Bereits 1999 beschloss der Rat ein gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept mit dem Tenor: „Keine Neuansiedlung von Einzelhandel auf Gewerbegebieten, stattdessen Stärkung der Innenstadt und der vorhandenen Nebenzentren“. Folgende vier Einzelhandelskon-

zepte bilden zusammen den Masterplan Einzelhandel:

- ⇒ Das gesamtstädtische Einzelhandelskonzept für Dortmund.
- ⇒ Das landesweit erste regionale Einzelhandelskonzept für das östliche Ruhrgebiet, welches das Dortmunder Prinzip gemeinsam mit 18 Nachbarkommunen fortschreibt.
- ⇒ Das Nahversorgungskonzept für Dortmund, welches das gesamtstädtische Einzelhandelskonzept angesichts der enormen Veränderungen im Lebensmitteleinzelhandel konkretisiert.
- ⇒ Das Konzept für drei Dortmunder Sondergebietsstandorte.

Im Rahmen der Umsetzung dieser Konzepte spielt ein so genannter „Konsultationskreis“ eine zentrale Rolle. Er berät alle Einzelhandelsvorhaben, d.h. Ansiedlungen, Nutzungsänderungen und Erweiterungen und formuliert unter Anwendung der Vorgaben des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes Empfehlungen an die Dortmunder Planungsverwaltung sowie die Gremien des Rates der Stadt.

Was ist Nahversorgung?

Dr. Robert Weitz vom Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) hielt einen sehr interessanten Vortrag mit dem Titel „Versorgungslücken in der Lebensmittelversorgung — Handlungsbedarf und Handlungsmöglichkeiten“. Danach präziserte er, was man unter Nahversorgung zu verstehen hat: **Die Mehrheit aller Deutschen wünscht sich, dass der Weg zum nächsten Versorger nicht weiter als 500 Meter (oder ca. 10 Minuten Fußweg) ist. Eine solche Nahversorgung ist ein höchst erwünschtes Stück Lebensqualität — auf das allerdings leider immer weniger Menschen zugreifen können.** Zunächst waren es einzelne Dörfer, wo der letzte Laden geschlossen hatte. Dann kamen vereinzelt entlegene Stadtteile hinzu. Anfang der 90er Jahre waren es die Dörfer und Weiler in den dünn besiedelten ostdeutschen Räumen, die keinen

Ersatz für ihren HO-Laden gefunden hatten. Inzwischen gibt es in fast jeder Stadt jeder Größe Areale, in denen die Nahversorgung in der Definition der fußläufigen Erreichbarkeit nicht mehr gewährleistet ist. „Leider gibt es kein Recht auf Nahversorgung. Sie ist nicht einklagbar“, stellte der Referent fest, darüber entscheiden vielmehr primär die Planer mit ihren Marktanalysen und die Kommunalpolitiker. Die Differenzierung der Verbraucherwünsche lässt darüber hinaus Erscheinungsformen jenseits des traditionellen Lebensmitteleinzelhandels (Tankstellenshops, Kioske, Fastfood, Bioläden, aber auch Märkte) stark wachsen.

ImoHa-Studie aus Karlsruhe

Von den im Folgenden vorgestellten kommunalen Konzepten und Handlungsstrategien zur Sicherung der Nahversorgung (u.a. „Regionalläden“, Kleinflächenkonzepte, Bring-service, Interneteinkauf) war aus dem Blickwinkel des Wochenmarktes insbesondere der Vortrag von Stefan Rastetter aus der Stadt Karlsruhe von Bedeutung. Er referierte über die mobile Lebensmittel-Nahversorgung. Zusammen mit ImoHa - Institut zur Erforschung und Förderung des mobilen Handels hatte die Wirtschaftsförderung der Stadt eine Untersuchung durchgeführt, die insbesondere die Chancen von Wochenmärkten und „Rollenden Supermärkten“ aufzeigt, zur Nahversorgung beizutragen.

Fazit

Eine sehr interessante Veranstaltung, die Vorbildcharakter für zahlreiche andere Kommunen bzw. Regionen haben sollte. Bedauerlich allerdings, dass keine Verbandsvertreter aus dem Bereich des mobilen Handels vor Ort waren. Dadurch wurde leider einmal mehr eine gute Chance verpasst, um vor zahlreichen Experten für die verstärkte Beachtung und Integration dieser traditionsreichen Einzelhandelsform zu werben. Gut organisierte Wochenmärkte können zur Nahversorgung mehr beitragen, als es zur Zeit vielen Verantwortlichen bewusst ist.

Infos:

„Masterplan Einzelhandel“ ist die Reaktion der Stadt Dortmund auf die immer größeren Problemen im Einzelhandel und den damit verbundenen Veränderungen, die auch die Lebensqualität in den Städten beeinflussen. Zuständig ist: Stadt Dortmund, Stadtplanungsamt, Stadtrat Ullrich Sierau, Umwelt- und Planungsdezernent, Rathaus, Friedensplatz 1, 44122 Dortmund.

Weitere Infos dazu gibt es im Internet unter: www1.dortmund.de/themen/planenundbauen/subthemen/stadtplanungsamt/einzelhandel.jsp

Ein weiterer Ansprechpartner zum Themenkomplex ist auch: Dr. Robert Weitz, HDE — Hauptverband des Deutschen Einzelhandels, Am Weidendamm 1A, 10117 Berlin, Tel. 030/726250-28, Internet: www.hde.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: **13.200**

Redaktionsschluss für die nächste Ausgabe: **19. August 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 Leserzuschriften, behält sich aber vor, diese gegebenenfalls zu kürzen. Eine Veröffentlichungsgarantie besteht nicht.

ISSN 1617-7347