

Der Wochenmarkt

Hauszeitung der DMG Marktgilde e.G.

Nr. 37/Juni'06

Neue Wochenmärkte:

Teterow Mecklenburg-Vorpommern	S. 2
Wietze Niedersachsen	S. 3
Steinhude Niedersachsen	S. 3
Monheim-Baumberg Nordrhein-Westfalen	S. 4

Vorgestellt: Ute Küster unterstützt DMG-Niederlassung Bad Orb	S. 4
--	-------------

Neue Märkte demnächst: Wir wachsen weiter!	S. 4
--	-------------

Kurz berichtet: Wochenmärkte in Hennef, Burscheid, Hückelhoven	S. 5
---	-------------

Aktionen auf dem Markt: Brasilien und ein Kindergarten zu Gast	S. 6
--	-------------

Neue Vorschriften: Allergenkennzeichnung ist jetzt Pflicht!	S. 7
--	-------------



Der "Freie Kindergarten und der Waldkindergarten Neckarsulm e.V." waren vor Ostern zu Gast auf dem Wochenmarkt.
Bild: Thomas Candidus

Liebe Leser,

an einem Thema kommt man in diesen Tagen einfach nicht vorbei: Der FIFA-Fußball-WM! Aber, was hat die mit dem Wochenmarkt zu tun? Nun, wenn man genau hinschaut, eine ganze Menge.

Da gibt es z.B. auf vielen zentral gelegenen Marktplätzen die Übertragung der Spiele auf Großbildleinwänden. Auch auf einigen "unserer" Marktplätze finden solche Veranstaltungen statt. Das bedeutete für die DMG Marktgilde als Veranstalter in den zurückliegenden Wochen z.B. Mehrarbeit an Gesprächen mit den Kommunen und erhöhten Organisationsaufwand, um die betroffenen Wochenmärkte — auf Ausweichplätzen — trotzdem aufrecht zu erhalten. Natürlich gibt es auch in unseren Reihen Sport- und insbesondere Fußballinteressierte (zu denen ich mich persönlich auch zähle) und wir wollten auf keinen Fall als Querulanten oder sogar Blockierer eines hoffentlich tollen Fußballfestes angesehen werden. Wir haben uns aber — genau so natürlich — für die Interessen

unserer Händler eingesetzt und i.d.R. erreicht, dass deren Existenzgrundlage nicht durch den kompletten Ausfall mehrerer Marktstage gefährdet wird.

So können wir immerhin mit vielen anderen hoffen, dass die gute Stimmung, die unsere Nationalmannschaft hoffentlich möglichst lange verbreiten wird, auch auf die Kauflust der Besucher aus aller Welt und der gesamten Bevölkerung überspringt. Anzeichen für eine gewisse Zuversicht im Einzelhandel gibt es immerhin in den letzten Wochen schon. Und nachdem der Moloch FIFA eine deftige Gerichtsschlappe in Sachen Werbung mit der WM einstecken musste, eröffnen sich auch für Wochenmarkthändler kurzfristig weitere Möglichkeiten, diese Chancen zu nutzen. Für viele (große) Unternehmen ist dieser Zug wegen der zeitlichen Knappheit zwar schon abgefahren. Gerade deshalb können die kleinen mobilen Händler aber wieder einmal ihre Flexibilität beweisen und hieraus einen Wettbewerbsvorteil ziehen.

Ihr Dr. Gerhard Johnson

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

Neuer Wochenmarkt: In Teterow ist jetzt DMG verantwortlich



Stadt Teterow

Genau in der Mitte von Mecklenburg-Vorpommern - in der Mecklenburgischen Schweiz - liegt Teterow. Auf dem Marktplatz ist dieser Mittelpunkt sogar markiert. Erste Siedlungsspuren wurden auf ca. 3000 Jahre vor Christus datiert, und die Stadtrechte wurden schon 1235 verliehen.

Seit April wird dieser "ganz zentrale" Wochenmarkt von der DMG-Niederlassung in Limbach-Oberfrohna betreut. "Den Verantwortlichen in Teterow hat unsere Organisation und unser Engagement beim Nachbarmarkt in Malchin gut gefallen und so kam von der Stadt eine Anfrage nach Limbach-Oberfrohna. Mit der Übernahme möchten wir die Wochenmarkttradition weiterführen, aber auch unsere eigene DMG-Philosophie — Einkaufen von Mensch zu Mensch — einbringen. Erfüllt der Wochenmarkt doch eine wichtige Versorgungs- und Kommunikationsfunktion", sagte Niederlassungsleiterin Brigitte Weigel bei der offiziellen Übernahme.

Ein Teil der Markthändler ist auch freitags in der Nachbarstadt Malchin und arbeitet schon seit Jahren gut mit der DMG Marktgilde e.G.



Selbstvermarkter, wie der Kleinerzeuger Lehne, sind auch auf dem Teterower Wochenmarkt gerne gesehen.

zusammen: Gute Voraussetzung für den neuen DMG-Markt in Teterow. Brigitte Weigel möchte das Angebot noch ergänzen und hat schon einen neuen Bäcker auf den Markt der rund 10.000 Einwohner zählenden Bergingstadt (benannt nach der weltweit bekannten Grasrennbahn) geholt. Sollten einmal Produkte auf dem Marktplatz fehlen, versucht Brigitte Weigel adäquaten Ersatz dafür zu finden. Sehr hilfreich sind dann die guten Kontakte, die von der Niederlassungsleiterin über viele Jahre zu Händlern in den neuen Bundesländern aufgebaut wurden.

Rund 20 Marktbesuchern bietet

der historische Marktplatz Standflächen, dabei müssen die beiden von der DMG eingestellten Marktmeister Rudolf Schulz und Karl-Heinz Stöltzel auch darauf achten, dass weder der Hechtbrunnen noch der geografische Mittelpunkt des Bundeslandes zugebaut werden. Besonderes Augenmerk muss der Einhaltung der Marktöffnungszeiten geschenkt werden, da einzelne Händler gerne vor 14.00 Uhr abbauen möchten, aber andere bis 17.00 Uhr verkaufen wollen. Hier ist das Durchsetzungsvermögen der Marktmeister besonders gefragt. Im nahen Rathaus können die Marktmeister ein Zimmer im Ordnungsamt mitbenutzen, um ihre Büroarbeit an den Markttagen direkt vor Ort zu erledigen.

Während der Donnerstagsmarkt fast ausgebucht ist, können interessierte Händler dienstags noch freie Standplätze über die DMG-Niederlassung in Limbach-Oberfrohna bekommen.



"Frische und Qualität sind Trumpf", auch auf dem neuen DMG-Wochenmarkt in Teterow.
Bilder: Brigitte Weigel

Infos:

Marktzeit: **jeden Di 8.30-14.00 Uhr**
jeden Do 8.30-14.00 Uhr

Händlerzahl: **jeweils ca. 18-22**

Platz: **Marktplatz**

Ort: **17166 Teterow**

zuständig: **DMG Limb.-Oberfrohna**

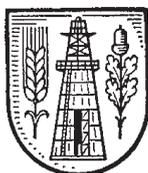
Marktmeister: **Rudolf Schulz (Di)**
Karl-Heinz Stöltzel (Do)

Internet: **www.teterow.de**

Neuer Wochenmarkt: Wietze von DMG aufgebaut



Auf 18 Metern Länge — einem der längsten Marktstände auf DMG-Wochenmärkten — bietet die Firma Wiedenroth Obst&Gemüse in Wietze an. In der Saison kommen viele Produkte vom eigenen Hof. Bild: Wolfgang Even



Gemeinde Wietze

Bei typischem Aprilwetter fand die Eröffnung des neuen Wietzer Wochenmarktes statt, auch Hagel-schauer konnten weder Händler noch Besucher abschrecken. "Ich hoffe, dass dieser Wochenmarkt auch auf Dauer von der Bevölkerung angenommen wird", meinte Wietzes Bürgermeister Wolfgang

Klußmann bei der Premiere am 4. April. Die letzten beiden Versuche der Stadt verliefen nach wenigen Wochen im Sande. Eine Attraktion des Wochenmarktes ist der mit 18 Metern Länge riesige Obst-&Gemüse-Stand des Marktbeschickers und Selbsterzeugers Wiedenroth aus Müden-Oertze. Direkt am Rathaus werden die etwas mehr als ein Dutzend Marktstände immer dienstags aufgebaut. So wenig bekannt die norddeutsche Gemeinde ist, so hat sie doch ihren Besuchern etwas Besonderes zu

bieten, das "Deutsche Erdöl-museum" ist hier beheimatet, und das nicht ohne Grund: Immerhin wurde hier das weltweit erste Erdöl 1858 bei einer Bohrung gefördert. Eine Gedenktafel weist darauf hin.

Infos:

Marktzeit: **jeden Di 8.00-13.00 Uhr**
Händlerzahl: **ca. 13-18**
Platz: **Am Rathaus**
Ort: **29321 Wietze**
zuständig: **DMG Minden**
Marktmeisterin: **Maritta M' Dellal**
Internet: **www.wietze.de**

Neuer Wochenmarkt: Steinhude übernommen



Im Steinhuder Scheunenviertel sorgt der Markt für Andrang.

Bild: Wolfgang Even

SMT

Steinhuder Meer Tourismus

"Wir wollen uns auf das touristische Kerngeschäft konzentrieren", sagte Willi Rehbock, Geschäftsführer der Steinhuder Meer Tourismus GmbH, bei der Übergabe an die DMG am 6. Mai in Steinhude. Dass die DMG viel

von Wochenmärkten versteht, zeigt die positive Entwicklung des Marktes in der Kernstadt Wunstorf, der seit gut einem Jahr unter DMG-Regie von 33 auf mittlerweile bis zu 60 Händler angewachsen ist. Der Steinhuder Markt wird im Scheunenviertel — dem touristischen Zentrum — aufgebaut. Hier haben historische Scheunen aus der Umgebung — liebevoll restauriert —

einen neuen Platz gefunden und werden als Museen, Gaststätten, Bildungseinrichtungen oder als Andenkenläden genutzt. "Dieser Wochenmarkt stellt für Marktmeister und Händler eine große Herausforderung dar, bietet aber auch eine gute Chance. Das Ambiente stimmt und wir müssen mit hoher Qualität und gutem Service überzeugen", so sieht DMG-Niederlassungsleiter Wolfgang Even seine Aufgaben. Direkt am beliebten Steinhuder Meer gelegen, zieht der Wunstorfer Stadtteil viele Gäste und damit auch Wochenmarktbesucher an.

Infos:

Marktzeit: **jeden Sa 8.00-14.00 Uhr**
Händlerzahl: **ca. 23**
Platz: **Scheunenviertel**
Ort: **31515 Wunstorf-Steinhude**
zuständig: **DMG Minden**
Marktmeister: **Klausjürgen Lübking**
Internet: **www.steinhuder-meer.de**

Neuer Wochenmarkt: Monheim-Baumberg ist DMG-Markt



Nach der erfolgreichen Übernahme des Wochenmarktes in der Kernstadt Monheim Anfang des Jahres ist die DMG Marktgilde e.G. seit 31. März auch für den Standort im Stadtteil Baumbach verantwortlich. Zur Premiere am neuen Standort, dem Aldi-Parkplatz an der Geschwister-Scholl-Straße konnte Friedrich Holzauer 15 Marktstände präsentieren. "Die Verlegung vom alten Marktplatz — der seit 1974 genutzt wurde — war anfangs etwas umstritten, hat sich aber als gut herausgestellt. Bisher gab es nur rund zehn Händler, jetzt haben wir das Angebot um 50% gesteigert", so der Prokurist vom DMG-Hauptsitz in Eschenburg. Durch die DMG sind Feinkost-Spezialitäten, Textilien, Lederwaren und Unterwäsche hinzugekommen.

In einer Umfrage unter den Baumbacher Bürgern hatte Oliver Brügge von der städtischen Wirtschaftsförderung einen Zuspruch für den Umzug festgestellt. "Wir haben hier einen Einkaufsmittelpunkt mit Wochenmarkt, Discounter und Einkaufszentrum geschaffen", resümiert Brügge. Auch die stellvertretende Bürgermeisterin Wally Hengsberger sieht die Stadt in der Entscheidung für den neuen Standort und den neuen Ausrichter bestätigt: "Die Kunden sind zahlreich auf den Wochenmarkt gekommen, sind zufrieden und können auf kleinem Raum ihre Einkäufe erledigen". Ähnlich zuversichtlich sind die meisten Händler, profitieren sie doch auch von den Kunden, die im Discounter oder Einkaufszentrum waren und dann noch über den Wochenmarkt schlendern und hier ebenfalls zugeifen.

Infos:

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

Händlerzahl: **ca. 15**

Platz: **Aldi-Parkplatz an der Geschwister-Scholl-Straße**

Ort: **40789 Monheim-Baumberg**

zuständig: **DMG Eschenburg**

Marktmeister: **Dirk Stechmann-Krohne**

Internet: **www.monheim-am-rhein.de**



Bild: Stefan Pollmanns/Lokal Anzeiger

Offizieller Marktrundgang mit Wally Hengsberger, Oliver Brügge, Marion Warden und Friedrich Holzauer nach der Verlegung und Übernahme durch die DMG.

Vorgestellt: Ute Küster unterstützt DMG-Niederlassung in Bad Orb



"Ich freue mich auf die neue Herausforderung und auf eine gute Zusammenarbeit".

Bild: Thomas Candidus

Seit Anfang Mai unterstützt die gelernte Bürokauffrau Ute Küster die DMG-Niederlassung in Bad Orb. Sie kümmert sich um die anfallenden Büroarbeiten und betreut die DMG-Niederlassung bei den vielen

montags, dienstags und freitags Vormittag in der Niederlassung tätig und damit auch zusätzliche Ansprechpartnerin für Händler, Marktmeister und Kommunen, wenn es um den Wochenmarkt geht.

"vor Ort" Terminen von Niederlassungsleiter Thomas Candidus.

Eine Vorbereitung auf die Besonderheiten der "Wochenmarktbetreuung" erfolgte in der DMG-Niederlassung in Limbach-Oberfrohna.

Als Teilzeitkraft ist Ute Küster immer

Unsere nächsten "Neuen" sind:

ab 2. Juni '06

31319 Sehnde

Fr 8.00-13.00 Uhr

Interessierten Wochenmarkthändlern mit allen Sortimenten bieten wir auf diesem Markt freie Standplätze an. Melden Sie sich bitte bei der DMG-Niederlassung in Minden; Tel.: (05734) 969-444, Fax: (05734) 969-545.

ab 2. Juni '06

91757 Treuchtlingen

Fr 14.00-18.00 Uhr

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

Wochenmarkt Burscheid: Marktverlegung findet Zustimmung



Bild: Friedrich Holzhauser

Die Verlegung vom Burscheider Marktplatz, der eigentlich als Parkplatz genutzt wird, in die angrenzende Einkaufsstraße soll dem zuletzt schwach besuchten Markt neuen Auftrieb geben. Die Kunden äußerten sich meist positiv zur Verlegung: "Jetzt können wir wieder auf dem Marktplatz parken und dann durch die Einkaufsstraße flanieren und sowohl auf dem Wochenmarkt als auch in den Geschäften einkaufen", war die überwiegende Meinung.

Wochenmarkt Hennef: 20-jähriges Jubiläum wurde gefeiert

Seit 20 Jahren ist die DMG-Marktgilde e.G. erfolgreicher Veranstalter des Hennefer Wochenmarktes. In den 20 Jahren wuchs dieser von 15 Händlern auf das Doppelte und die Markttag haben sich sogar verdreifacht. Begonnen wurde mit dem Donnerstag, nach drei Jahren kam der Samstag dazu und weitere drei Jahre später folgte der Dienstag als Markttag.

Gefeiert wurde am 6. Mai mit besonderen Angeboten der Händler und einem bunten Rahmenprogramm. Unter den Kunden wurden Einkaufsgutscheine verlost.



Bild: Friedrich Holzhauser

Wochenmarkt Hückelhoven: Präsentkörbe wurden verlost



Bild: Jürgen Laaser

In Hückelhoven überreichte Bürgermeister Bernd Jansen (l.) mit DMG-Prokurist Friedrich Holzhauser (r.) zwei gut gefüllte Präsentkörbe an die Gewinnerinnen Helga Jackels und Anita Claus zusammen mit Marktmeisterin Anita Kandemir und Birgit Froese (v.l.) von der Stadtmarketing GmbH.

Im April konnten alle Marktbesucher einen Losabschnitt ausfüllen und bei den Wochenmarkthändlern abgeben. Die Markthändler haben zusammen mit der DMG Marktgilde e.G. die Präsentkörbe mit Waren vom Markt zusammengestellt und mit einem Blumenstrauß am zweiten Markttag im Mai an die beiden glücklichen Gewinnerinnen überreicht.

Wochenmarkt Eppstein: Brasilien zu Gast

Da staunten die Wochenmarktbesucher nicht schlecht am 12. Mai, ihr geliebter Wochenmarkt hatte ein ganz anderes "Kleid" übergezogen. Brasilien war zu Gast und hatte auch gleich den strahlenden Sonnenschein und die gute Laune mitgebracht.

In Zusammenarbeit mit dem brasilianischen Kulturverein "Requinte events" aus Karben hatte Thomas Candidus von der DMG-Niederlassung Bad Orb eine bunte Auswahl von Marktständen mit brasilianischen Produkten auf den Wochenmarkt geholt. Ausnahmsweise startete das Markttreiben mit dem südamerikanischen Akzent schon um 9.00 Uhr, die angestammten Wochenmarkthändler kamen aber, wie immer, erst zum traditionellen Marktbeginn um 14.00 Uhr.

Unter dem Motto "Made in Brazil" stellten Brasilianer ihre Produkte vor. "Wir wollen ein Stück unserer Kultur und des Lebensgefühls unserer Heimat vorstellen und den Besuchern näher bringen", so Maria de Barros-Bruckner. Flavia Brodtkorb aus dem nahen Königstein geht mit ihrer Boutique "Bikini-Deluxe" noch einen Schritt weiter. Sie unterstützt mit ihren Produkten verschiedene Sozialprojekte im



Mit brasilianischem Flair und Lebensgefühl wurde beim Eppsteiner Wochenmarkt auf die Fußball Weltmeisterschaft eingestimmt. Bild: Thomas Candidus

Heimatland. Diese Produkte sind alle Handarbeit und mit dem Verkauf wird die Lebensgrundlage von vielen Familien rund um die Hauptstadt Brasilia gesichert. Weiter im Angebot hatten die Südamerikaner Kleidung, Dessous, Bettwäsche, Tischdekorationen, Sportbekleidung, Accessoires, Lederwaren, verschiedene künstlerische Handar-

beiten. Speisen und Getränke nahmen einen weiteren Schwerpunkt ein, ist das brasilianische Nationalgetränk, der Caipirinha auch hierzulande in Mode gekommen, zählen Meeresfrüchte auf einer Maniok-Torte oder schwarze Bohnen mit scharfer Salsa noch immer zu den unbekannteren Exoten.

Wochenmarkt Neckarsulm: Kindergärten stellen sich vor



Der Freie Kindergarten und der Waldkindergarten e.V. nutzten gerne die Möglichkeit, sich und ihre Arbeit auf dem Wochenmarkt zu präsentieren. Bild: Thomas Candidus

"Wir möchten sozialen und gemeinnützigen Organisationen auf unseren Wochenmärkten die Möglichkeit geben, sich der Öffentlichkeit vorzustellen", erklärte DMG-Nieder-

lassungsleiter Thomas Candidus zur Aktion "Kindergarten auf dem Wochenmarkt". Diese Chance nutzten am 5. April der Freie Kindergarten und der Waldkindergarten

e.V. in Neckarsulm. Die kleinen Gäste hatten — geschützt unter einem Marktzelt — ihre Stühle und Tische mitgebracht und bemalten Eier und bastelten für Ostern.

Die Erzieherinnen boten frischen Kaffee und von den Eltern der Kinder selbst gebackenen Kuchen an. Den Erlös möchten die beiden Kindergärten in dringend benötigtes Spielzeug investieren. Bei den fast winterlichen Temperaturen auf dem Wochenmarkt war der warme Kaffee ein Renner. Daneben wurde auch über das Betreuungsangebot in den Kindergärten informiert. Am späteren Nachmittag kamen dann auch die Eltern der kleinen Sprösslinge auf einen Kaffee und einen Plausch vorbei, das Elternengagement ist den Erzieherinnen sehr wichtig.

Neue Vorschriften: Allergenkennzeichnung jetzt Pflicht!

Personen, die an Lebensmittel bedingten Allergien leiden, können in einem Bereich etwas aufatmen: Die wichtigsten Allergie auslösenden Lebensmittel und Zusatzstoffe müssen seit dem 25. November letzten Jahres gekennzeichnet werden. Bedeutung hat die Änderung der "Verordnung über die Kennzeichnung von Lebensmitteln" für den Verkauf von Lebensmitteln in "Fertigverpackungen". Die Abgabe von loser Ware, auch wenn sie in eine "Transportverpackung" gefüllt wird, ist von der Verordnung nicht betroffen. Ob es sich um eine "Fertigverpackung" handelt, regelt § 6 des Gesetzes über das Mess- und Eichwesen.

Kennzeichnungspflicht von Lebensmitteln in Fertigverpackungen

In der Zutatenliste, im Produktnamen oder in einem gesonderten Hinweis müssen Stoffe aufgeführt werden, die in Europa die häufigsten Allergien auslösen. Zu diesen Stoffen gehören: **glutenhaltiges Getreide, Fisch und Krustentiere, Eier, Milch, Erdnüsse und Schalenfrüchte (die meisten Nüsse), Sellerie, Senf, Sesam, Soja sowie Schwefeldioxid** (bzw. Sulfite ab einer Konzentration von 10 Milligramm pro Kilogramm/Liter).

Allergiepotenzial

Allergiebetreffene können jetzt bei jedem Lebensmittel erkennen, ob für sie persönlich eine potenzielle Gefahr von dem Produkt ausgeht. Auch muss vermerkt sein, ob ein "Vorprodukt" Bestandteile dieser allergieauslösenden Stoffe enthält, bzw. als Hilfsstoff genutzt wurde. Dann ist ein genauer Hinweis für den Hersteller verpflichtend, z. B. wenn das verwendete Pflanzenfett Allergiepotenzial (z. B. Erdnussbutter) trägt. Hinter Sammelbezeichnungen wie "Gewürze" oder "Würzmischung" darf sich kein Sellerie oder Senf mehr verstecken, diese beiden Stoffe müssen eindeutig aufgeführt sein.

Keine 25% Regel, jetzt 2% Regel!

Weggefallen ist die 25 % Regel, nach der bisher einzelne Zutaten (meist Vorprodukte) von Lebensmit-

teln nicht aufgeführt werden mussten, wenn davon weniger als 25 % im Lebensmittel enthalten war. So war es ausreichend, bei einer Suppe mit Wursteinlage (weniger als 25% Wurstanteil in der Suppe) die genaue Bezeichnung der Wurst aufzuführen, deren einzelne Zutaten mussten jedoch nicht zwingend genannt werden.

Nach der neuen Vorschrift müssen jetzt grundsätzlich alle Bestandteile aufgeführt werden. Als Ausnahme ist geblieben eine 2% Regel, d. h. finden sich weniger als 2% eines "Vorproduktes" später im Endprodukt und handelt es sich um ein lebensmittelrechtlich genau definiertes Produkt (Fruchtsaft und Fruchtnektar, Konfitüren und ähnliche Erzeugnisse, Kakao- und Schokoladenerzeugnisse, Kräuter und Gewürzmischungen, Jodsalz) so ist die "Verkehrsbezeichnung" auf der Zutatenliste ausreichend.

Zutaten: Shrimps gefangen im Nordatlantik (40%), Wasser, pflanzliches Öl, Zucker, Weinesig, Gewürze, Senf, Eigelb, Säuerungsmittel (Citronensäure), Kräuter, Speisesalz, Weinbrand, pflanzliches Eiweiß (Soja), Speisestärke, Milcheiweiß. Kann Spuren von Weizen, Sellerie und Fisch enthalten.

Beispiel einer Zutatenliste für einen Krabbensalat eines Fischhändlers. Die blauen Markierungen deuten hier auf allergenes Potential hin.

Auswirkungen auf dem Markt

Die meisten Wochenmarkthändler sind "reine" Händler, d. h. sie kaufen ihre Waren beim Großhandel oder direkt beim Erzeuger ein und verkaufen sie dann an den Endverbraucher weiter. Dabei verlassen sie sich auf die Herstellerangabe. Gegenüber dem Wochenmarktkunden sind sie allerdings selbst für die richtige Auszeichnung ihrer Waren verantwortlich. Bei Obst & Gemüse sind die vorgeschriebenen "Verkehrsbezeichnungen" ausreichend. Ein Apfel oder eine Tomate benötigt kein Zutatenverzeichnis, der Produktbegriff ist selbsterklärend. Anders sieht es bei Händlern aus,

die Käse & Milchprodukte, Brot & Backwaren, Erzeugnisse aus Eiern, Wurst & Fleischprodukte, Feinkost oder Fisch im Angebot haben. Wenn diese Produkte in Fertigverpackungen abgegeben werden, muss in der Zutatenliste über das allergene Potenzial aufgeklärt werden. Die Informationen sind bei Handelsware vom Hersteller auf der Fertigverpackung aufzudrucken.

Schwieriger hat es beispielsweise der Feinkosthändler, der seine Produkte (z. B. Fleischsalat) selbst herstellt und in einer Fertigverpackung anbietet. Er muss selbst auf das mögliche Allergierisiko seines Produktes hinweisen und alle Zutaten entsprechend den rechtlichen Vorschriften einzeln ausweisen. So ein Imker, der seinen Honig z. B. mit Nüssen verfeinert und auf dem Wochenmarkt anbietet, er muss durch Aufdruck auf dem Etikett die Kunden auf das "Allergiepotezial" der Nüsse hinweisen.

In der Praxis wird das Umfüllen von Ware aus größeren Behältnissen in wenige (max. 5-6 Stück) kleinere Verkaufsportionen (z. B. 125 g Schalen) nicht als "Fertigverpackung", sondern als "Transportverpackung" angesehen. Es empfiehlt sich aber, bei dem örtlichen Veterinär- und Lebensmittelüberwachungsamt nachzufragen, wie die dortige Meinung im Einzelfall ist.

Die neue Verordnung ist nicht nur eine bürokratische Belastung für den Markthändler, er hat die Gelegenheit, durch eine fundierte Beratung des Kunden mehr zu bieten, als die Konkurrenz der Einkaufstempel auf der "grünen Wiese". Es ist also eine Möglichkeit der Profilierung und damit eine Chance des Verkaufs "von Mensch zu Mensch", die genutzt werden kann.

Wo gibt es Informationen?

Bei Zweifeln, was wirklich auf diese Zutatenliste gehört oder Fragen, wie diese Zutatenliste auszusehen hat, ist eine Information beim zuständigen Veterinär- und Lebensmittelüberwachungsamt unerlässlich. Nachdem die neue Verordnung jetzt bereits ein halbes Jahr in Kraft ist, werden sich die Kontrollen der Ämter auf diesem Gebiet verstärken.

Infos:

Die "Verordnung über die Kennzeichnung von Lebensmitteln" ist im Internet unter www://bundesrecht.juris.de/bundesrecht/lmkv/gesamt.pdf zu finden. Dort widmet sich im Vierten Abschnitt die Anlage 3 den "Zutaten, die allergische oder andere Unverträglichkeitsreaktionen auslösen können". Das Eichgesetz findet sich im Internet unter:

<http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/eichg/gesamt.pdf>.

Viele Informationen rund um Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft bietet auch der **aid Informationsdienst** in Zusammenarbeit mit dem gleichnamigen Bundesministerium unter: www://aid.de an.

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:
18. August 2006

"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