

# Der Wochenmarkt

Hauszeitung der DMG Marktgilde e.G. Nr. 39/Dezember '06

Mitglied im:



**Neue Wochenmärkte:**  
**Bous** S. 2  
 Saarland  
**Poing**  
 Bayern

**Bitterfeld:** S. 3  
 Bundespräsident Horst  
 Köhler zu Besuch

**Remagen:** S. 3  
 Herbstlicher Wochenmarkt

**IHK-Tagung in Münster:** S. 4  
 Erfolgreiche Wochen-  
 märkte - das lebendige  
 Herz einer Stadt S. 5

**Erfolgreiche Wochenmärkte:** S. 5  
 Erfahrungen aus der  
 Industrie - Fachreferat  
 von Lothar Geißler S. 7

**Frohe Weihnachten:** S. 7  
 Wünscht allen die  
 DMG Marktgilde e.G.

**WUWM-Konferenz:** S. 7  
 "Markets in Partnership"

Das kostenlose "Schwarze Brett":  
[www.marktgilde.de](http://www.marktgilde.de)



Bundespräsident Horst Köhler besuchte den DMG-Wochenmarkt in Bitterfeld.

Bild: Andreas Stedtler

### Liebe Leser,

wer hätte das gedacht: Da überschlagen sich zum Jahresende doch fast die guten Nachrichten aus dem wirtschaftlichen Bereich! Die Arbeitslosenzahlen sind deutlich gesunken, der Finanzminister hat das "Luxusproblem" unerwartet hoher Steuereinnahmen, die lange bemängelte Kaufzurückhaltung der Konsumenten wird aufgegeben und trägt zur Belebung der Binnenkonjunktur bei, die Reform der Unternehmenssteuer wird von der Großen Koalition relativ geräuschlos über die Bühne gebracht ...

So kann es im neuen Jahr weitergehen — könnte man meinen. Wenn dem bloß nicht die überproportional hohe Belastung gerade des mobilen Handels entgegen stünde! Der ADAC mit seiner Überschrift "Autofahrer als Staats-Sanierer" weist darauf z.B. fundiert hin. "Unsere Mobilität wird immer teurer." Von der "Kostenspirale ohne Ende", die z.B. durch explodierende Kraftstoffpreise, Autobahngebühr, Änderungen im Steuerrecht usw. verursacht wird, sind naturgemäß unsere Wochen-

markthändler besonders direkt und hart betroffen. Das Dilemma: Noch nie war Mobilität im Hinblick auf Flexibilität und Sicherung von Einkommen wichtiger — aber eben auch noch nie teurer.

Immerhin bleibt die Hoffnung, dass die genannte Schlagzeile nicht noch umformuliert werden muss in "Der Wochenmarkt als Staats-Sanierer". Die DMG Marktgilde wird ihre Standgelder auch im kommenden Jahr weitgehend stabil halten. Und wenn der Eindruck nicht trügt, den ich auf mehreren Fachveranstaltungen, an denen ich teilgenommen habe, gewinnen konnte, dann setzt sich bei immer mehr Verantwortlichen die Einsicht durch, dass der Wochenmarkt nicht nur "gemolken" werden darf. Er sollte vielmehr eher als "zartes Pflänzchen" gehegt und gepflegt werden, um z.B. der "bunten Langeweile", und dem "Filialisten-Einerlei" mit seiner "keimfreien Ästhetik" auf Dauer eine Alternative entgegen halten zu können. Das wünsche ich mir zu Weihnachten und für das neue Jahr — und Ihnen, liebe Leser, auch!

Ihr Dr. Gerhard Johnson

## Neuer Wochenmarkt: Bous von DMG neu aufgebaut



### Gemeinde Bous

Am vorletzten Augusttag war Wochenmarktpremiere für die rund 7400 Einwohner der saarländischen Gemeinde Bous. Nur gerade einen Monat vorher wurde die Einführung des Wochenmarktes einstimmig vom zuständigen Ausschuss beschlossen und nur vier Monaten vom ersten Kontakt mit Bous startete der neue Wochenmarkt.

Bei den Verantwortlichen der Gemeinde gab es die Gedanken an einen Wochenmarkt schon längere Zeit. Im Herbst des vergangenen Jahres wurden die Einwohner mit einem Fragebogen (Standort, Angebot, Marktzeit, ...) aufgefordert, ihre Wünsche zu einem Wochenmarkt mitzuteilen. Bürgermeister Stefan Louis nahm das Projekt "Wochenmarkt" selbst in die Hand. "Ich persönlich vertrete die Ansicht,



Von den Bürgern gewünscht und auch gut angenommen, der neue Wochenmarkt in der saarländischen Gemeinde Bous. Bild: Dagmar Jolly

dass mit der Durchführung eines Wochenmarktes eine Belebung und Aufwertung unseres Ortskernes erfolgen wird und Synergieeffekte für die ortsansässigen Gewerbetreibenden eintreten werden," war seine Meinung in einem Infotext zum Fragebogen.

#### Infos:

Marktzeit: **jeden Mi 8.00-13.00 Uhr**  
Händlerzahl: **ca. 14**  
Platz: **Marktplatz hinter dem Rathaus**  
Ort: **66359 Bous**  
zuständig: **DMG Bad Orb**  
Marktmeisterin: **Karin Mollet-Behnke**  
Internet: **www.bous.de**

## Neuer Wochenmarkt: Poing von DMG übernommen



Selbstvermarkter aus der näheren Umgebung, wie hier der Hans Hof, sind bei den Kunden auf dem Poinger Wochenmarkt sehr beliebt. Bild: Johannes Dziemballa

### Gemeinde Poing

Neuer Wochenmarktstandort, neuer -betreiber und mehr Markthändler. Geblieben sind viele der alteingesessenen Beschicker und die Kun-

den haben sogar noch zugenommen. Am 15. September hat DMG-Niederlassungsleiter Thomas Candidus den nur wenige Kilometer östlich von München gelegenen Wochenmarkt übernommen. "Der neue Markt hat nur Vorteile. Hier ist mehr Platz, und mit dem nahe gelegenen S-Bahnhof kom-

men Marktkunden aus dem Umfeld schnell und einfach zum Wochenmarkt," erklärt er den Umzug.

Auf dem neuen Marktplatz — mit der doppelten Anzahl Anbietern — können sich jetzt die Bürger von Alt-Poing und Poing-Süd zum Einkaufen und einem gemütlichen Plausch treffen. In der Mitte sind Tische und Bänke aufgestellt. Marktmeisterin Anita Richter kennt "ihren" Markt schon seit acht Jahren, sie startete mit einem Imbiss, den sie nach dem Umzug nicht mehr betreibt. Eigentlich wollte sie ganz aufhören, kommt aber vom Wochenmarkt nicht weg und übernimmt als Marktmeisterin die Betreuung vor Ort.

#### Infos:

Marktzeit: **jeden Fr 10.00-14.00 Uhr**  
Händlerzahl: **ca. 18-20**  
Platz: **Marktplatz im neuen Ortszentrum**  
Ort: **85586 Poing**  
zuständig: **DMG Bad Orb**  
Marktmeisterin: **Anita Richter**  
Internet: **www.poing.de**

## Bitterfeld: Bundespräsident Horst Köhler zu Besuch



### Stadt Bitterfeld

Am 11. Oktober traf Bundespräsident Horst Köhler mit seiner Gattin Eva Luise Köhler zu einem Besuch in Bitterfeld ein. Die Region Bitterfeld hat einen großen Strukturwandel hinter sich, geprägt von hoher Arbeitslosigkeit und Abwanderung. So langsam scheint aber eine Umkehr in Sicht. Es siedeln sich neue Firmen an, die das vorhandene gute Ausbildungspotenzial der Menschen rund um Bitterfeld wieder nutzen.

Auf dem Programm des Bundespräsidenten stand — neben vielen anderen Stationen — auch ein Rundgang über den DMG-Wochenmarkt der Stadt. Ständig von Menschentrauben umlagert, genoss Horst Köhler die persönliche Atmosphäre des Wochenmarktes und suchte immer wieder den direkten Kontakt mit den Bürgern.

Im Gespräch mit Jugendlichen auf dem Marktplatz sagte er: "Sie haben



*Auch auf dem Marktplatz suchte Bundespräsident Horst Köhler, in Begleitung seiner Gattin Eva Luise Köhler, immer wieder das persönliche Gespräch. Hier mit dem Markthändler Mohammad Ashraf Gondal.*

Bild: Brigitte Weigel

Ideen, sie tun was, sie lassen sich nicht hängen, und es zeigt sich Erfolg". Den Markthändler Mohammad Ashraf Gondal, der aus Pakistan stammt, fragte Horst Köhler: "Sind Sie zufrieden in Deutschland und fühlen Sie sich hier wohl?", was der Markthändler mit einem uneingeschränkten "Ja" beantwortete.

#### Infos:

Marktzeit: **jeden Mi 8.00-16.00 Uhr**  
**jeden Fr 8.00-16.00 Uhr**

Händlerzahl: **jeweils ca. 45**

Platz: **Marktplatz**

Ort: **06749 Bitterfeld**

zuständig: **DMG Limb.-Oberfrohna**

Marktmeister: **Ralf Wanderer**

Internet: **www.bitterfeld.de**

#### Unser nächster "Neuer" ist:

ab 5. Januar '07

32791 Lage

Di, 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.

## Remagen: Herbstlicher Wochenmarkt

Am letzten Wochenmarkttag im September konnten sich die Remagener Marktkunden auf herbstliche Impressionen auf "ihrem" Markt freuen. Kulinarisches Schmankerl war dabei der frische Zwiebelkuchen mit Federweißer, der an alle Besucher verteilt wurde. In guter Zusammenarbeit — die den Remagener Markt auszeichnet — hatten die Markthändler, die Stadt Remagen und die DMG mit der Marktmeisterin Andrea Giesecke diese Attraktion auf die Beine gestellt. "Eine gute Werbung für den Wochenmarkt, die sogar noch hervorragend schmeckt, da bekomme ich Lust auf's Einkaufen", freute sich eine Kundin, nachdem sie das große Stück Zwiebelkuchen genüsslich verzehrt hatte.



Bild: Jutta Plewa

# IHK-Tagung in Münster: Erfolgreiche Wochenmärkte

- das lebendige Herz einer Stadt (Zusammenfassung der IHK Nord Westfalen)



Großes Interesse an Wochenmärkten und deren positiven Auswirkungen auf die Lebensqualität in den Innenstädten gab es bei der IHK-Tagung. Bilder: Borco-Höhns

Die wirtschaftliche Bedeutung von Wochenmärkten wird nach Ansicht der Industrie- und Handelskammer (IHK) Nord Westfalen stark unterschätzt. „Sie geht weit über die direkt auf dem Markt getätigten Umsätze hinaus“, sagte IHK-Vizepräsident Hans Dieler in Münster vor den mehr als 120 Teilnehmern einer Fachveranstaltung über die Zukunftschancen von Wochenmärkten am 11. September. Besonders der Einzelhandel in angrenzenden Einkaufsstrassen profitiere von der Anziehungskraft der Wochenmärkte, erklärte Dieler, der dies als Einzelhändler in den verschiedenen Städten, in denen er Kaufhäuser betreibe, selbst spüren könne.

Mehr als 3000 Wochenmärkte gibt es in Deutschland, davon etwa 650 in Nordrhein-Westfalen. Regelmäßig kommen zahlreiche Menschen in die Stadtzentren, wo die Händler ihre Stände und Wagen aufbauen, um vor allem frische Lebensmittel zu verkaufen. „Das ist Erlebniseinkaufen, bringt Atmosphäre in die Stadt und höhere Lebensqualität“, unterstrich Dieler, der auch Handelsausschussvorsitzender der IHK Nord Westfalen ist. „Wochenmärkte bereichern die Stadt — kulturell und wirtschaftlich“, resümierte er.

„Jegliche Handelsform, die wir heute kennen, hat ihre Wurzeln im Markthandel“, stellte Dieler den historischen Stellenwert heraus, der während der Tagung immer wieder auch als Erklärung für die emotionale

Bindung der Verbraucher herhalten musste. „Aber lange geschichtliche Wurzeln allein machen eine Branche noch nicht zukunftsfähig“, betonte der Kaufmann. Dazu bedürfe es ständig neuer Ideen und Produkte sowie der Verbesserung von Service-Leistungen.


Die Erfolgsfaktoren von Wochenmärkten standen deshalb im Mittelpunkt der von IHK und Borco-Höhns GmbH & Co. KG organisierten Tagung, die mit über 120 Teilnehmern restlos ausgebucht war. Experten aus Theorie und Praxis erläuterten die Bedingungen für einen funktionierenden Wochenmarkt, gaben Tipps zur Präsentation und Werbung sowie für eine fruchtbare Zusammenarbeit aller am

## Programm

- |       |  |
|-------|--|
| 10.00 | <b>Begrüßung</b><br>Hans Dieler, IHK-Vizepräsident   |
| 10.15 | <b>Bedeutung der Wochenmärkte für den innerstädtischen Einzelhandel</b><br>Bettina Kittel                              |
| 10.45 | <b>Wochenmarkt aus Verbrauchersicht</b><br>Dr. Peter Schnell / Birthe Linden, M.A.                                     |
| 11.15 | Pause  |
| 11.30 | <b>Wochenmarkt als Stadtmarketing</b><br>Bernadette Spinnen  |
| 12.00 | <b>Erfolgsfaktoren aus der Sicht eines kommunalen Marktbetreibers</b><br>Peter Joppa                                   |
| 12.45 | Mittagsimbiss  |
| 13.45 | <b>Kommunal oder Privat: Erfolgsfaktoren aus der Sicht eines privaten Marktbetreibers</b><br>Prof. Dr. Gerhard Johnson |
| 14.30 | <b>Erfahrungen aus der Industrie</b><br>Lothar Geißler   |
| 15.15 | Pause  |
| 15.30 | <b>Gemeinsam für das "Einkaufszentrum Wochenmarkt". Kooperation der Markthändler</b><br>Ralf Tillmanns                 |
| 16.15 | <b>Podiumsdiskussion</b><br>Leitung: Prof. Dr. Gerhard Johnson   |

Markt Beteiligten. „Nach unseren Recherchen wurde in Nordrhein-Westfalen dazu noch keine Veranstaltung durchgeführt“, erklärte Dieler das große Interesse.



In den Pausen wurden die Informationen der Fachreferate im persönlichen Gespräch - v.l. Prof. Dr. Gerhard Johnson, Birthe Linden und Prof. Dr. Peter Schnell - noch vertieft. 

# IHK-Tagung in Münster: Erfolgreiche Wochenmärkte

- das lebendige Herz einer Stadt (Zusammenfassung der IHK Nord Westfalen)

(Fortsetzung von Seite 4)

In Zeiten sinkender Anteile des Einzelhandelsumsatzes am privaten Verbrauch, steigender Konkurrenz neuer Vertriebsformen sowie zunehmender Verkaufsflächen "auf der grünen Wiese" könnten Wochenmärkte als Instrument der Revitalisierung von Innenstädten dienen, meinte Bettina Kittel, Handelsreferentin im nordrhein-westfälischen Wirtschaftsministerium. Die Märkte ergänzten vorhandene Sortimente und steigerten die Attraktivität einer Stadt, sprächen aber auch neue Kundengruppen an und seien dadurch ein "wichtiger Kaufkraftbringer".

Positive Zukunftsaussichten bescheinigten den Wochenmärkten auch Dr. Peter Schnell und Birthe Linden vom Institut für Geografie der Universität Münster, die das Marktgeschehen aus Verbrauchersicht analysierten. Das Fazit ihrer Umfrage auf dem Markt am Dom in Münster: Auch angesichts der jüngsten Lebensmittelskandale steigt das Interesse an frischen und qualitativ hochwertigen Lebensmit-

tern von Direktanbietern. Zudem sei der Wochenmarkt ein Treffpunkt mit besonderem Flair, ein zentraler Standort, dessen Besuch sich leicht



Prof. Dr. Gerhard Johnson erläuterte die Faktoren eines erfolgreichen Wochenmarktes sowie die Vor- und Nachteile einer Marktprivatisierung. Bild: Borco-Höhns

mit anderen Aktivitäten in der Stadt verbinden lasse.

Einen Überblick über die entscheidenden Faktoren für den erfolgreichen Betrieb eines Wochenmarktes gab Prof. Dr. Gerhard Johnson. Neben den ebenso freundlichen wie kompetenten Händlern nannte er den ausgewogenen Branchenmix und den regionalen Bezug des Marktes, der über die Selbsterzeuger aus der Region gestärkt werde. Aber: "Auch Wochenmärkte laufen nicht von allein!", mahnte er, "sie brauchen einen Kümmerer!", der zum Beispiel auch auf das gute Erscheinungsbild achtet. Johnson erörterte zudem das Pro und Contra der möglichen Privatisierung.

## Erfolgreiche Wochenmärkte - das lebendige Herz einer Stadt

Die Vorträge der IHK-Tagung vom 11. September 2006 gibt es als pdf-Dateien im Internet unter: [www.ihk-nordwestfalen.de/handel/Erfolgreiche\\_Wochenmaerkte.php](http://www.ihk-nordwestfalen.de/handel/Erfolgreiche_Wochenmaerkte.php)

## Erfolgreiche Wochenmärkte: Erfahrungen aus der Industrie

Fachreferat auf der IHK-Tagung von Lothar Geißler

Nachfolgend einige Auszüge aus dem Vortrag von Lothar Geißler anlässlich der IHK-Tagung am 11. September in Münster. Er ist geschäftsführender Gesellschafter des Fahrzeugwerks Borco-Höhns GmbH & Co. KG, einem führenden Hersteller von Verkaufsfahrzeugen für den mobilen Handel und damit auch immer ganz nah am Wochenmarktgeschehen. Es wurde die Vortragsform beibehalten.

Wochenmärkte sind die älteste und gleichzeitig schönste Einkaufsmöglichkeit für frische Lebensmittel in der deutschen Handelslandschaft. Käufer verbinden mit ihnen frische und gesunde Lebensmittel, persönlichen Kontakt und sie lieben die besondere gediegene Marktatmosphäre. Nur mit Nachlässigkeit und hartnäckigem Ignorieren von Kundenwünschen lässt sich das Image des Wochenmarktes beschädigen.

Als am erfolgreichen Marktgeschehen Interessierte und Beteiligte hat uns die heutige Veranstaltung zusammengeführt. Erfolg und Misserfolg, positive und negative Entwicklung von Wochenmärkten liegen heute nah beieinander. Ich wünsche mir sehr, dass wir gemeinsam nicht nur heute, sondern auch auf Folgeveranstaltungen und in engerer Vernetzung das Bewusstsein für die Erfolgsfaktoren von Märkten weiter öffnen und dabei möglichst auch den letzten am "Einkaufszentrum Wochenmarkt" Beteiligten erreichen und mitnehmen können.

Das Titelbild meines Vortrages öffnet zunächst ein kleines Fenster zur erfolgreichen Seite des Marktgeschäftes, wie wir es von Flensburg bis zum Bodensee erleben können, überall dort, wo Rahmenbedingungen für erfolgreiches Marktgeschäft stimmen und Markthändler die

Erfolgsbausteine ihres Geschäftes beherrschen. Vergessen wir nicht: "Man kann nur von den Besten lernen!"

Vielerorts stoßen wir aber auch auf das krasse Gegenteil dieses Erfolgsbildes. Woran liegt das? Natürlich kann man die Analyse wissenschaftlich betreiben. Standort, Einzugsgebiet, Wettbewerbssituation, Kaufkraft usw. Man kann Sie aber auch ganz einfach durchführen, in dem man dieses "Einkaufszentrum für frische Lebensmittel" — und das ist der Schwerpunkt eines erfolgreichen Marktes, mit den Augen eines Kunden betrachtet. Die Sensibilität beim Einkauf von frischen Lebensmitteln hat auf Verbraucherseite deutlich zugenommen. Wenn sich Verbraucher von Märkten oder Händlern abwenden, hat dies oftmals ganz offensichtliche Gründe.

(Fortsetzung auf Seite 6)

# Erfolgreiche Wochenmärkte: Erfahrungen aus der Industrie

Fachreferat auf der IHK-Tagung von Lothar Geißler

(Fortsetzung von Seite 5)

Dass in einem Umfeld dramatischen Wettbewerbs, wie wir ihn im deutschen Lebensmittelhandel haben, zögerliches Handeln oder gar Stillstand automatisch einen Rückschritt bedeutet, kann man auf vielen Wochenmärkten wahrnehmen.

Mehr als 3.300 Wochenmärkte gibt es z.Zt. in Deutschland, die ein- oder zweimal pro Woche — wenige auch noch häufiger — stattfinden und sich zu stolzen ca. 250.000 Markttagen summieren. Etwa 50.000 Markthändler finden hier ihre Existenz oder zumindest einen wichtigen Vertriebszweig für Ihr Geschäft. Mindestens 15.000 Sonderfahrzeuge sind als mobile Läden nur auf Wochenmärkten im Einsatz.

Mit keiner anderen städtischen Veranstaltung lässt sich 52 Wochen im Jahr mehr Kaufkraft auf die Beine und Leben in die Stadt bringen, als mit einem gepflegten, funktionierenden Markt.

Welchen Problemen oder verpassenen Chancen wir täglich begegnen, ist hier auszugsweise zusammengestellt. Jeder Punkt für sich muss noch kein K.O.-Kriterium sein, aber häufig kommen mehrere zusammen. Bei Betrachtung des Gesamtmarktes nach zu lösenden Problemfeldern, tauchen die nachfolgenden Punkte immer wieder auf, in die ich jeweils kurz einsteigen möchte.

## **Parkmöglichkeiten und Gebühren**

In innerstädtischen Lagen ein nahe liegendes Thema. Nicht jede Stadt hat Tiefgaragen unter Ihren Marktplätzen zu bieten. Eine zwar Gebühren reduzierende, aber in vielen Städten funktionierende Lösung ist die sog. Brötchentaste, die Parkautomaten einen kostenlosen Parkbon für 15-bis 20-minütigen Einkauf entlockt.

## **Anpassung der Öffnungszeiten**

Die ursprünglichen Marktzeiten, meist von 7.00-12.00 Uhr, sind nicht mehr zeitgemäß. Viele Märkte haben sich durch Veränderung der Zeiten, vor allem Verlängerung in die Mittagszeit, bereits erfolgreich angepasst.

## **Gewinnung jüngerer Kunden**

Hier ist zum einen wichtig, was für die Kinder passiert. Ob sie es spannend oder langweilig finden, mit den Eltern einkaufen zu gehen. Erwiensnermaßen beeinflussen die Kinder sehr stark, wo die Eltern einkaufen gehen. Wenn der Nachwuchs sich auf dem Markt nicht mehr wohlfühlt, wird er wohl als zahlender Kunde auch später für den Markt nicht zu begeistern sein. Gastronomische Einrichtungen können zur Auflockerung und Erfolgssteigerung des Marktes manchmal Wunder wirken. Sie können gerade auch jüngeres Marktpublikum anziehen und binden. Neben Geschäften der Imbissgastronomie sind es in jüngster Zeit



Lothar Geißler referierte über die Wochenmarkterfahrungen eines Herstellers von Verkaufsfahrzeugen. Bild: Borco-Höhns

auch Coffee-Shops, die zum Verweilen einladen. Wo soll man sich sonst aufhalten, wenn man in Ruhe das Marktgeschehen beobachten möchte? Sie können ja schlecht beim Metzger stehen bleiben.

## **Gemeinsame Aktionen/ Begleitprogramm**

Die Vielfalt der Möglichkeiten, die sich hier bietet, um immer wieder den Wochenmarkt interessant und noch besuchenswerter zu machen, ist nahezu unerschöpflich. Verbindungen mit Kunst und Kultur, Aktionen für Kinder, die Einbindung örtlicher Vereine. Wer hier Ideenmangel hat oder Hilfestellung bei der Umsetzung benötigt, kann Spezialagenturen engagieren, die sich auf Programme für Wochenmärkte verstehen. In jedem Fall sollte man sich davon verabschie-

den, dass Aktionen auf Wochenmärkten viel Geld kosten müssen.

## **Anordnung der Stände**

Zum Thema Standanordnung hat das DSSW in seinem Wochenmarktleitfaden gute Hinweise gegeben. Der Kunde sucht auch auf Wochenmärkten Orientierung. Die Stammhändler müssen feste Plätze haben und die Branchen sollten nicht auseinander gerissen werden. Vor allem — und das gehört indirekt zum Thema — hat kein Marktteilnehmer vor Ende der offiziellen Marktzeit den Platz zu verlassen. Für die Verantwortlichen in Städten und bei den Veranstaltern ist die richtige Platzierung immer wieder ein Thema, das es auf den Prüfstein zu stellen gilt. Sie geht oftmals einher mit der Beschaffenheit und Infrastruktur eines Marktplatzes. Weniger Poller, dafür bessere und versenkbare Einrichtungen für die Energieversorgung, die eine individuellere Standanordnung ermöglicht. Auch hier gibt es Profis, die sich mit Planung und Ausführung von Marktinfrastruktur auskennen.

## **Gemeinsam für das "Einkaufszentrum Wochenmarkt"**

Echte Gemeinsamkeit mit dem Ziel, das "Einkaufszentrum Wochenmarkt" zusammen zum Erfolg zu führen und erfolgreich zu bleiben, ist selten anzutreffen. Liebe Verantwortliche für Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung: Wochenmärkte sind Wirtschaftsförderung pur. An Markttagen ist Leben in der Stadt und den Stadtteilen, die sich auf den übrigen örtlichen Einzelhandel positiv auswirkt. Auch unsere Politiker haben dies längst erkannt. Liebe Markthändler: Es ist nicht Aufgabe der Städte und Gemeinden, sich Gedanken über die wirtschaftliche Vermarktung Ihres Wochenmarktes zu machen, sondern höchstens, diese nach Kräften zu unterstützen. Hier ist mehr Beteiligung, mehr Machen statt Zerreden und Blockieren angesagt. Ich sage dies in aller Deutlichkeit, obwohl ich die eigentlichen Adressaten heute nicht treffe. Denn die haben auch an Veranstaltungen wie der heutigen kaum Interesse.

(Fortsetzung auf Seite 7)

# Erfolgreiche Wochenmärkte: Erfahrungen aus der Industrie

Fachreferat auf der IHK-Tagung von Lothar Geißler

Fortsetzung von Seite 6

Die Erfolgsstandards für ein mobiles Geschäft sind so einfach zu beschreiben, dass man Sie kaum aufschreiben mag. Jeder Baustein, der fehlt, bedeutet verpasste Chancen, weniger Umsatz und Ertrag und vor allem für das gesamte "Einkaufszentrum Wochenmarkt" eine ungenutzte Chance für das positive Image.

Darüber hinaus wird das Thema Verbraucherschutz künftig einen noch deutlich höheren Stellenwert bekommen, als dies z.Zt. der Fall ist. Das Bundesland Niedersachsen hat hierauf als erstes mit Verfahrenshinweisen für die Kontrolle auf

Wochenmärkten reagiert, die allen Veterinärbehörden der Landkreise zugänglich sind und durchaus Vorbildcharakter für einheitliche Hygienekontrollen in Deutschland haben könnten.

Zum Abschluss meiner Ausführungen noch einige kritische Anmerkungen und Anregungen, die auch als Gemeinschaftsaufgabe zu verstehen sind:

⇒ Wenn der Wochenmarkt und seine Mitspieler nicht auf Qualität, Attraktivität und strikte Kundenorientierung setzen, hat er in der heutigen Handelsszene keine Existenzberechtigung

mehr — denn dann ist er weder billig noch attraktiv.

- ⇒ Kommunen, die — aus welchem Grund auch immer — nicht die fachliche Kompetenz für Marktorganisation und -betreuung haben oder — vielleicht aus Kostengründen — nicht mehr haben, sollten über eine Privatisierung nachdenken.
- ⇒ Der richtige Branchenmix und die der Kaufkraft angemessene Zahl von Händlern der jeweiligen Branche ist einer der wichtigen Erfolgsfaktoren für das "Einkaufszentrum Wochenmarkt".
- ⇒ Händler, die sich der Gemeinschaftsaufgabe Wochenmarkt verweigern oder sogar das Marktgeschehen beschädigen — hierfür gibt es reichlich Beispiele — wären aus einem gemanagten Einkaufszentrum längst rausgeflogen. Lassen sie es nicht soweit kommen, dass wenige Marktteilnehmer Ihnen die Suppe versalzen.

Ich wünsche Ihnen und uns allen eine glückliche Hand bei der weiterhin positiven Gestaltung von erfolgreichen Wochenmärkten.

## WUWM Konferenz "Markets in Partnership"

Am 10. Oktober trafen sich über 130 Teilnehmer aus 26 Ländern zur Konferenz "Märkte in Partnerschaft", die der Bremer Großmarkt ausrichtete. Es wurden Themen wie "Traditioneller Einzelhandel im Vergleich zu Handelsketten", "Internationale Lebensmittelstandards", "Recycling und Marktabfälle", ... besprochen. Ein Besuch des neuen Bremer Großmarktes stand ebenfalls auf dem Tagungsprogramm.

Im Rahmen dieser internationalen Konferenz konnte Prof. Dr. Johnson das genossenschaftliche Konzept der bundesweiten Veranstaltung von Wochenmärkten durch die DMG Marktgilde e.G. darstellen. Die Großmärkte widmen sich schon seit einiger Zeit den Wochenmarkthändlern, die aus Ihrer Sicht eine wich-

tige Zielgruppe sind. Eine vorsichtige Hochrechnung belegt, dass der gesamte Wareneinkauf, den alle Wochenmarkthändler auf den über hundert DMG-Wochenmärkten bei Großmärkten tätigen, einen bedeutenden zweistelligen Millionenbetrag pro Jahr ausmachen.

Allein schon die Tatsache, dass DMG-Vorstandssprecher Johnson sich in der Gesellschaft von Marktverantwortlichen aus großen europäischen Metropolen befand (Paris, Wien, Kopenhagen), die ebenfalls über ihre Erfahrungen zur Organisation von Wochenmärkten berichteten, zeigt, dass die DMG Marktgilde e.G. mit ihrer Arbeit inzwischen hohe Beachtung findet.

### WUWM Konferenz "Markets in Partnership"

Weitere Infos zur Konferenz gibt es im Internet:  
<http://wuum.org/wuum/main/news.asp?ID=396>

## 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](mailto: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:  
**16. Februar 2007**

"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**



DMG Marktgilde e.G. Postfach 1104 35709 Eschenburg

FROHE

WEIHNACHTEN

*"Wir müssen dass, was wir denken, sagen.  
Wir müssen dass, was wir sagen, tun.  
Wir müssen dass, was wir tun, dann auch sein."*  
Alfred Herrhausen

"An ihren Früchten sollt Ihr Sie erkennen", so das Bibelzitat aus Matthäus 7 Vers. 16, auf dem die Aussage von Alfred Herrhausen vielleicht basiert, sagt aus, dass das Tun auch vom Ergebnis aus betrachtet werden muss. Es reicht nicht aus, nur zu denken und nur zu sagen, sondern Erkanntes auch umzusetzen und zu leben. Authentizität ist gefordert.

Die nach wie vor äußerst schwierige Situation im kleinteiligen Einzelhandel der Innenstädte wird von uns seit Jahren aufmerksam registriert, die daraus resultierenden Folgen für die Bürgergesellschaft analysiert und über unsere Hauszeitung "Der Wochenmarkt", die mit einer Auflage von über 13.000 Stück wichtige Entscheidungsträger in der gesamten Bundesrepublik erreicht, publiziert. Auch setzen wir uns mehr und mehr für das Thema Wochenmarkt in überregionalen Gremien und Symposien ein; versuchen darzustellen, dass ein attraktiver Wochenmarkt zwar kein Allheilmittel ist, aber eine wichtige Funktion zur Belebung der Innenstadt innehat. Unsere praktische Arbeit bei der Organisation und Veranstaltung von traditionellen Wochenmärkten lebt diesen Anspruch und bietet nicht nur über tausend Familien Arbeitsplätze und Einkommen im Markthandel, sondern fördert auch das soziale Klima in der Örtlichkeit des Marktplatzes in positivem Sinne. Das ist unsere Aufgabe, dieser versuchen wir gerecht zu werden.

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

Ihre DMG Marktgilde e.G.

Berthold Stahl  
Vorsitzender des Aufsichtsrates



Alfred Herrhausen wurde am 30. Januar 1930 in Essen geboren. Nach seinem Studium an der Universität Köln und verschiedenen beruflichen Stationen wurde er ab 1971 als ordentliches Vorstandsmitglied der Deutschen Bank AG berufen, seit 1985 fungierte er als von seinen Vorstandskollegen gewählter Sprecher des Vorstandes. Am 30. November 1989 wurde Alfred Herrhausen von RAF-Terroristen in Bad Homburg v.d.H. ermordet. Die gemeinnützige Alfred Herrhausen-Gesellschaft ist das internationale Forum der Deutschen Bank. Sie sucht Spuren der Zukunft in der Gegenwart und führt Menschen zusammen, die sich für die Zivilgesellschaft engagieren. Weitere Informationen sind im Internet unter [www.alfred-herrhausen-gesellschaft.de](http://www.alfred-herrhausen-gesellschaft.de) einzusehen.

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

Eingetragen im Genossenschaftsregister  
des Amtsgerichts Wetzlar Nr. 304

Mitglied im:



Wir machen Wochenmärkte