

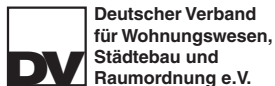


Der Wochenmarkt

Hauszeitung der DMG Marktgilde e.G.

Nr. 48/Juni '09

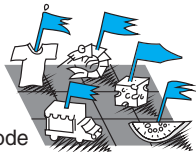
Die DMG Marktgilde e.G. ist Mitglied im:



Deutscher Verband
für Wohnungswesen,
Städtebau und
Raumordnung e.V.

Institut zur Erforschung
und Förderung des
mobilen Handels GmbH

An-Institut der Hoch-
schule Harz, Wernigerode



Neue Wochenmärkte:

Burg S. 2
Sachsen-Anhalt

Hofgeismar S. 2
Hessen

Wächtersbach S. 3
Hessen

Langenselbold: S. 3

Wochenmarkt in
der Hessentagsstadt

Tagungen: S. 4

Wochenmärkte im Fokus
von Veranstaltungen

Wochenmarktfilm: S. 4

Filmemacher erhält
Auszeichnung

Energie auf dem Markt: S. 5

DMG investiert in sichere
Stromversorgungen

Novellierte VerpackungsV: S. 6

Verkaufsverpackungen
müssen zertifiziert sein

Firmenschilder: S. 7

Rechtsanwalt Christian
Mäßen stellt klar



Wochenmarkt auf dem Hessentag in Langenselbold — Tausende schlendern durch die Hessentagsstadt 2009.
Bild: Thomas Candidus

Liebe Leser,

ich habe den Eindruck, die Wochenmärkte befinden sich im Aufwind! Und das liegt nicht nur an der Jahreszeit. Denn dass nach dem für unsere Breitengrade doch harten Winter sowohl die Händler als auch die Kunden ins Freie drängen und die Sonnenstrahlen auch beim Einkaufen genießen, das ist saisonal bedingt ja fast "normal". Die von Spargel oder Erdbeeren oder Pflanzen und Blumen überquellenden Marktstände sind aber oft auch eine echte Augenweide.

Ich stelle aber fest, dass sich zusätzlich auch die "Großwetterlage" zugunsten der "Marke Wochenmarkt" verändert bzw. auch schon verändert hat: Im Rahmen der unterschiedlichsten Veranstaltungen zum Stadtmarketing, zum Einzelhandelsbereich insgesamt, zum Wertewandel usw. taucht immer häufiger "unser" Wochenmarkt auf! Mehrere Industrie- und Handelskammern haben beispielsweise dieses Thema in den vergangenen Wochen aufgegriffen oder planen für den Herbst weitere Veranstaltungen. Diese stehen teilweise ganz im Zeichen des

Wochenmarktes oder fügen ihn als "Standortfaktor" oder "Frequenzbringer" zumindest in die größeren Zusammenhänge von Stadtentwicklung, Attraktivitätssteigerung der Innenstädte, Erhöhung der Lebensqualität usw. ein.

Sieht man etwas genauer hin, dann gibt es zahlreiche weitere Angebote, die die Arbeit der Markthändler in Details unterstützen und in ihrer Qualität anheben können: Trainingstipps für Verkäufer, Existenzgründung für mobile Händler oder Qualitätsmanagement im Lebensmittelbereich sind nur einige Beispiele hierfür.

Fazit: Im Vergleich zu den "Großen" der Einzelhandelsbranche — man nehme nur den Überlebenskampf bzw. die Pleiten der großen Warenhäuser in der jüngsten Vergangenheit —, die sich eindeutig im Abwind befinden, sollten wir versuchen, den Aufwind zu nutzen. Die Zeichen der Zeit stehen gar nicht so ungünstig. Das bestätigt auch der brandaktuelle "Deutschlandtrend" auf Basis einer Infratest Dimap-Umfrage: Die Deutschen kaufen am liebsten bei kleinen Händlern und auf Wochenmärkten ein!

Ihr Dr. Gerhard Johnson

immer aktuell informiert mit dem
DMG-Newsletter
anmelden unter www.marktgilde.de

Burger Wochenmärkte mit neuem Themenmarkt ergänzt



Stadt Burg

Nach der gelungenen Premiere des neuen "Grünen Marktes" in Burg am 4. April — der ganz im Zeichen des bevorstehenden Osterfestes stand — konnten sich auch zum 2. Themenmarkt am 2. Mai wieder zahlreiche Besucher von den leckeren und vielfältigen Angeboten der Händler aus der Region überzeugen. Von Balkon- und Beetpflanzen über Naturkost-Bioproducte, frisch gebratene Forellen, frischen Spargel, hausgemachte Crêpes, Honigprodukte, Räucherkäse, Backwaren, bis hin zu spanischer Keramik, Softeis und leckeren Imbissangeboten. Es war fast alles vertreten, was den Gaumen und das Herz erfreut. Getreu dem Motto: "Fit in den Frühling" bereicherten kulturelle Angebote, wie u. a. eine kleine Bauchtänzerin und eine Westerntanzgruppe sowie der Regionalverband Burg des Naturschutzbundes (NABU) das Marktgeschehen.



Auch leckere Marmelade — direkt vom Selbsterzeuger — kann auf dem neuen Themenmarkt in Burg vor dem Kauf probiert werden.
Bild: Brigitte Weigel

Die Initiatorin des "Grünen Marktes", Monika Ferchland, moderierte den Markt selbst, stellte Händler mit ihren Angeboten vor und kündigte die kulturellen Events an. Bis einschließlich November diesen Jahres, einmal monatlich jeweils am ersten Samstag, gibt es diesen neuen Themenmarkt auf dem Rolandplatz.

Infos:

Marktzeit: **April-November einmal monatl. Sa 8.00-14.30 Uhr**
Händlerzahl: **ca. 20**
Platz: **Rolandplatz**
Ort: **39288 Burg**
zuständig: **DMG Limb.-Oberfrohna**
Marktmeister: **Hans Vallendar**
Internet: **www.stadt-burg.de**

Neuer Wochenmarkt in Hofgeismar erfolgreich gestartet



Stadt Hofgeismar

Im nördlichsten Hessen hat die DMG Marktgilde e.G. einen neuen Wochenmarkt eröffnet. In Hofgeismar — dem sympathischen Städtchen an der Deutschen Märchenstraße — wird jetzt Donnerstagsnachmittags auf dem Töpfermarkt und in der angrenzenden Marktsowie Mühlenstraße das neue Einkaufserlebnis mit gut einem Dutzend Marktständen aufgebaut. Zusammen mit Birgit Flint von der "Gemeinschaft für Handel und Gewerbe Hofgeismar e.V." konnte der neue Wochenmarkt in kurzer Zeit realisiert werden. Bei der Eröffnung überzeugten sich Vertreter der Stadt (Politik, Magistrat, Verwaltung



Die neuen Marktstände passen hervorragend ins Stadtbild. Bild: Friedrich Holzhauser

und Gewerbetreibende) vom neuen Einkaufsangebot und der Erste Stadtrat Andreas Willig wünschte dem Markt "viel Erfolg für die Zukunft".

Die Kunden freuten sich über die frischen Produkte und besonders über Spezialitäten wie Wild, Feinkost, Frucht- und Kräuterliköre aus eigener Herstellung, Kräuter und

Tees sowie Waren eines Bioland-Anbieters.

Infos:

Marktzeit: **jeden Do 14.00-18.00 Uhr**
Händlerzahl: **10-12**
Ort: **34369 Hofgeismar**
zuständig: **DMG Eschenburg**
Marktmeister: **Jörg Mogge**
Internet: **www.hofgeismar.de**

Neues Markttreiben in der Messestadt Wächtersbach



Großes Interesse am neuen Wochenmarkt zeigten die offiziellen Vertreter der Stadt.

Bild: Lutz Lindner



Stadt Wächtersbach

“Endlich ist so weit: Der schöne Marktplatz wird mit Leben und dem, was schon der Name sagt — Markt — ausgefüllt”, klang es bei der ersten Besichtigung. Bürgermeister Rainer Krätschmer eröffnete am 8. Mai zusammen mit Kolleginnen und

Kollegen aus Verwaltung und Politik die neue Attraktion und wünschte sich “eine Belebung der Altstadt durch den neuen Wochenmarkt”. Susanne Turlach (Erste Stadträtin) war sehr zufrieden, dass nach “zeitintensiver Planung jetzt der Startschuss gefallen ist”. Lars Wendt (Vorsitzender des Verkehrs- und Gewerbevereins) sieht im Wochenmarkt “die Chance, mehr Kunden und damit mehr Kaufkraft in die Läden der Altstadt zu bekommen”.

Die Kunden freuten sich, bei strahlender Sonne über den Markt zu schlendern und an den Ständen mal was Neues probieren zu können. Hatte es geschmeckt, landete es auch bald im Einkaufskorb.

Infos:

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

Händlerzahl: **10-12**

Ort: **63907 Wächtersbach**

zuständig: **DMG Bad Orb**

Marktmeister: **Thomas Candidus**

Internet: **www.stadt-waechtersbach.de**

Tausende auf dem Wochenmarkt der Hessentagsstadt 2009



Mitten im Hessentagstrubel von Langenselbold bot der Wochenmarkt auch ein geschütztes Plätzchen zum Verweilen.

Bild: Thomas Candidus

Der Hessentag ist eines der größten kulturellen Ereignisse im Jahreskalender des zentralen Bundeslandes. Vom 5.-14. Juni war Langenselbold die Hessentagsstadt. Dazu gehörte auch der DMG-Wochenmarkt am Donnerstag. Extra verlängert bis 18 Uhr, konnten auch viele Regenschauer und stürmischer Wind Tausende Besucher nicht abhalten, durch die Marktstände in der Gartenstraße zu schlendern. Die Händler hatten sich gut vorbereitet auf den Ansturm. Neben besonderen Angeboten hatten sie vor allem etwas für die hungrige Kundschaft mitgebracht, die dann gut gestärkt das umfangreiche Hessentagsprogramm in Angriff nehmen konnte. “Das war eine gute Werbung für das Einkaufserlebnis Wochenmarkt”, hörte man am Abend.

Wochenmärkte im Fokus von Veranstaltungen



Bilder: Pressestelle Hochschule Harz

Großes Interesse am Thema "Wochenmarkt" — hier beim Vortrag von Prof. Dr. Johnson an der Hochschule Harz in Wernigerode.

In den vergangenen Wochen gab es mehrere Informations- und Diskussionsveranstaltungen, die sich in wesentlichen Teilen mit Wochenmärkten befasst haben. Herausragend vielleicht die Veranstaltung der IHK Hannover am 11. Mai 2009 unter dem Motto "Wochenmärkte: Ein starker Standortfaktor", die gut besucht war und Vorträge von Experten aus Verwaltungen, Industrie und Dienstleistungsunternehmen rund um den Wochenmarkt präsentierte. Damit wurde eine Serie von ganztägigen Veranstaltungen fortgeführt, die auch schon in Münster, Duisburg und Wiesbaden regen Zuspruch gefunden hat. Die IHKs in Hamburg und Lübeck pla-

nen für den Herbst und das kommende Jahr ähnliche Veranstaltungen. Und auch die IHK Lüneburg-Wolfsburg hatte eine Veranstaltung mit dem Tenor "Wochenmärkte als Frequenzbringer für die Innenstädte" im Mai bereits im Programm. In Erfurt war das Thema Wochenmarkt am 7. Mai Bestandteil der 7. Tagung der Wirtschaftsförderer in der Region, die von der dortigen IHK dem Thema "Attraktivitätssteigerung von Städten" gewidmet war. Neben allgemeinen Überlegungen zur wirtschaftlichen Belegung von Kleinstädten, Einzelhandelskonzepten als Entscheidungshilfe für künftige Handelsansiedlungen, der (baulichen) Gestaltung von

Geschäftsstraßen oder Stadtfesten als Zugpferd für die Wirtschaft trug unser Vorstandsmitglied Prof. Dr. Johnson in dem Zusammenhang mit seinem Vortrag über die Bedeutung des mobilen Handels als Wirtschaftsfaktor für die Städte zur Diskussion bei.

Der demographische Wandel stand im Mittelpunkt einer Veranstaltung im Rahmen der "Generationen-Hochschule" der Hochschule Harz in Wernigerode. Mehr als 200 !!! Senioren (und etliche Vertreter aus örtlichen Verwaltungen) aus der näheren und weiteren Umgebung des Harzortes interessierten sich für die Behauptung von Prof. Johnson: "Wochenmärkte. Einkaufen von Mensch zu Mensch — nicht nur für Ältere". Letztlich lief er damit (natürlich) bei den Teilnehmern offene Türen ein. Denn gerade die Älteren schätzen neben der Nahversorgungsfunktion auch den sozialen "Zusatznutzen" von Wochenmärkten. Sie sind jederzeit bereit, auch gegenüber der jüngeren Generation, z. B. ihren Kindern und Enkelkindern, zu beteuern, wie wichtig ihnen dieses kleine Stückchen Mehr an Lebensqualität ist — und dass sie diese Weisheit des Alters auch den Jungen möglichst früh ans Herz legen möchten.

Wochenmarktfilm erhält Auszeichnung



Bild: Karl Piepenbrock



Bild: Kurt Holtmann

Der Filmemacher Alfred Manderla (links) wurde im Frühjahr beim Landesfilmfestival NRW mit dem 3. Platz und dem Sonderpreis des Kreises Soest ausgezeichnet. Vorgestellt hat er seinen Film unter dem Titel "Profis leiten Wochenmärkte" in der Kategorie "Lokalchronik". Im letzten Jahr besuchte er, zusammen mit zwei weiteren Kameraleuten, den DMG-Markt in Wunstorf. Sie drehten über mehrere Tage eine Dokumentation darüber, was es heißt, erfolgreich einen Wochenmarkt zu organisieren. Der Film betrachtet den Wochenmarkt aus allen wichtigen Perspektiven und lässt Kunden, Markthändler, stationäre Einzelhändler, Marktmeister und Stadtverwaltung über ihre Erfahrungen mit dem Markt und der DMG Marktgilde e.G. sprechen. Aus vielen Stunden Material entstand ein 17-minütiger Film rund um den Wunstorfer Markt. Städte und Gemeinden, die Interesse an dem Wochenmarktkonzept der DMG haben, können diesen Film kostenlos bei der DMG anfordern. (Tel.: 02774/9143-0, E-Mail: info@marktgilde.de)

Energie auf dem Markt: DMG investiert in Stromversorgung



Bild: Thomas Candidus
Langenselds Marktmeister Wolfgang Pest stellt den Stromanschluss für die Händler zum Marktbeginn her.

Für Wochenmarkthändler ist es notwendige Voraussetzung, für Kommunen ist es ein Kostenfaktor und für die DMG Marktgilde e.G. ist es eine wichtige Serviceleistung: die Stromversorgung auf dem Wochenmarkt. In den letzten Jahren hat die DMG in diesem Bereich viel auf den Märkten investiert. Ohne Elektrizität können Händler mit leicht verderblichen Waren im Sommer keinen Markt beschicken. Die Kühlung der Produkte muss gewährleistet sein; eigentlich ist fast jeder Beschicker auf die Energie aus der Steckdose angewiesen. Die meisten Kassensysteme und Waagen funktionieren ja auch nicht ohne Strom, ebenso wenig die Beleuchtung des Marktstandes oder Verkaufsfahrzeuges.



Bild: Brigitte Weigel
Beispiel eines Handverteilers auf dem Markt in Königs-Wusterhausen.

Viele Kommunen, vor allem in den neuen Bundesländern, haben in den letzten Jahren ihre Marktplätze aufwendig erneuert und damit auch die Infrastruktur verbessert. Vielfach muss sich aber die DMG in Eigenregie um eine sichere und zuverlässige Stromversorgung kümmern, dabei hat jeder Standort andere Voraussetzungen. In Königs-Wusterhausen z. B. bringen die DMG-Marktmeister an jedem der drei Markttag "Handverteiler" mit und schließen so jeden Beschicker an. In der Hessentagsstadt Langenseld wurden bei der Erneuerung der Gartenstraße (hier steht der Wochenmarkt) zwei Verteilerkästen im Auftrag der DMG installiert. Allein hier hat die DMG mehr als 10.000 € investiert. Wartungs- und Prüfkosten kommen jährlich hinzu.

Kilometer Stromleitungen neu verlegt und an vorhandene "Elektranten" (versenkbare Steckdosen) angeschlossen. Nach dem Bedarf jedes einzelnen Händlers wurde die Kapazität ausgelegt. Insgesamt wurden sechs Anschlüsse mit Drehstrom (400 V) und weitere 18 Versorgungsleitungen für normalen Wechselstrom (230 V) erstellt. Jeder Händler ist jetzt einzeln abgesichert und verfügt über einen Stromzähler im Verteilerkasten (an Reserveanschlüssen und Reserveleitungen wurde auch gedacht). Da der Bonner Markt von Montag bis Samstag durchgängig stattfindet, musste die neue Verteilung am marktfreien Sonntag aufgebaut werden. Für die DMG ist das ein Teil des eigenen Marktconzeptes "Wochenmarktorganisation aus einer Hand"!



Bilder: Friedrich Holzauer
Im neuen Stromverteilerkasten, in der Tiefgarage unter dem Bonner Wochenmarkt, hat jeder Markthändler seinen eigenen Anschluss mit Sicherung und Zähler.

In Bonn waren die Investitionen der Marktgilde nochmal um einiges höher: Es wurden rund 40.000 € ausgegeben. Dafür kann jetzt der nordwestliche Teil des Wochenmarktes eine modernisierte Stromverteilung nutzen. Die Firma Elektro Hönighausen-Gebertz GmbH hat eine neue großzügige Verteilung in der Tiefgarage unter dem Wochenmarkt aufgebaut und über 1,4

Damit wird den Kommunen Arbeit abgenommen, die Kosten des Stromverbrauchs rechnet der Marktmeister direkt und verursachungsgerecht mit jedem Händler ab. Wenn die DMG so in die Infrastruktur investiert, muss natürlich eine gewisse Investitionssicherheit gewährleistet sein. Gerade die hohen Beträge können sich nur über Jahre amortisieren.

Unser nächster "Neuer" ist:

ab 18. Juni '09 74177 Bad Friedrichshall Do 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, E-Mail: dmg-suedwest@marktgilde.de

Novellierte Verpackungsverordnung betrifft auch den Wochenmarkt

Mit der neuesten Novelle (Fünfte ÄndVO vom 2. April 2008, vollständig in Kraft seit 1. April 2009), hat die Verpackungsverordnung (VerpackV) mehr Bedeutung für den Markthändler erhalten. Jede an Endverbraucher ausgegebene Verpackung (Tüten, Taschen, Becher, Einwickelpapier, Gläser, Menüschalen, ...) muss nach dieser Gesetzesnovelle bei einem dafür zugelassenen dualen System lizenziert sein.

Serviceverpackung

Wichtig ist die Unterscheidung von Verpackungen in Verkaufs- oder Serviceverpackung nach § 3 Abs. 1 Satz 2 VerpackV:

Verkaufsverpackungen im Sinne der Verordnung sind auch Verpackungen des Handels, der Gastronomie und anderer Dienstleister, die die Übergabe von Waren an den Endverbraucher ermöglichen oder unterstützen (Serviceverpackungen) sowie Einweggeschirr.

Eine Serviceverpackung muss in der Verkaufsstelle mit Ware befüllt

und persönlich an den Endverbraucher übergeben werden. Diese kann und sollte durch den Lieferanten des Markthändlers vorlizenziiert sein und auf der Rechnung auch als solche ausgewiesen werden. Damit entfällt die eigene bzw. direkte Beteiligung des Händlers an einem dualen System! Geregelt ist das u. a. in § 6 Abs. 1 VerpackV:

Hersteller und Vertreiber, die mit Ware befüllte Verkaufsverpackungen, die typischerweise beim privaten Endverbraucher anfallen, erstmals in den Verkehr bringen, haben sich zur Gewährleistung der flächendeckenden Rücknahme dieser Verkaufsverpackungen an einem oder mehreren Systemen nach Absatz 3 zu beteiligen. Abweichend von Satz 1 können Vertreiber, die mit Ware befüllte Serviceverkaufsverpackungen im Sinne von § 3 Abs. 1 Nr. 2 Satz 2, die typischerweise beim privaten Endverbraucher anfallen, erstmals in den Verkehr bringen, von den Herstellern oder Vertreibern oder Vorvertreibern dieser Serviceverpackungen verlan-

gen, dass sich letztere hinsichtlich der von ihnen gelieferten Serviceverpackungen an einem oder mehreren Systemen nach Absatz 3 beteiligen.

Danach sollten fertig verpackte Waren (z. B. Erdbeeren in Schale, Olivenöl in der Flasche, ...), die der Händler unverändert (von seinem Lieferanten = Erstinverkehrbringer) an seine Wochenmarktkunden verkauft, in lizenzierten Verpackungen übergeben werden. Damit entfällt für ihn auch hier in der Regel die Lizenzierungspflicht. Jeder Markthändler muss sich also z. B. von seinem (Erdbeer-)Lieferanten schriftlich bestätigen lassen, dass dessen Verkaufsverpackungen lizenziert sind.

etwas höhere Kosten

Letztendlich ändert sich für den Händler wenig. Er muss jetzt auf die Lizenzierung seiner Verpackungen achten (Bestätigung seines Lieferanten). Die Kosten beim Verpackungsmaterial werden evtl. etwas steigen, da jetzt auch Serviceverpackungen lizenziert sein müssen. Markthändler bekommen fachlichen Rat bei der zuständigen IHK.

Kleines "Leckermaul"



Bild: Brigitte Weigel

Die leckeren Angebote auf dem Limbacher Wochenmarkt werden nicht nur von den Bürgern geschätzt: Es hat sich mittlerweile auch unter den tierischen Kunden herumgesprochen, dass beim Fleischer, dem Grillhähnchen und Fischhändler so manch prima "Happen" heruntergereicht wird. Kater Felix kommt seit Jahren jeden Dienstag und Freitag pünktlich um 7.00 Uhr auf den Wochenmarkt und reiht sich geduldig in die Warteschlange ein, bis er "an der Reihe" ist. Hat er seine Leckerbissen erhalten und ist satt, verschwindet er wieder. Dabei weiß das kleine "Leckermaul" ganz genau, an welchem Wochenmarkttag welcher seiner favorisierten "Futterbeschaffer" wo auf dem Marktplatz steht.

DMG-Marktordnung regelt

Auf den DMG-Märkten gilt nach der DMG-Marktordnung außerdem unverändert: Aller Abfall, ob Verkaufs- oder Serviceverpackung oder Sonstiges (z.B. Obst- und Gemüse, ...) muss von jedem Händler selbst entsorgt bzw. an seinen Lieferanten zurückgeben werden. Der Marktplatz muss zum Marktschluss besenrein sein.

Die Auswirkungen der novellierten Verpackungsverordnung auf den Wochenmarkt und die Erklärungen dazu haben wir intensiv recherchiert. Wir können aber bei der Komplexität des Themas keinerlei Haftung übernehmen.

Informationen zur neuen Verpackungsverordnung (inkl. der kompletten Textfassung) gibt es beim Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit unter:
www.bmu.de/abfallwirtschaft/verpackungsverordnung/doc/5882.php

Weitere Informationen und rechtliche Grundlagen hat auch die IHK unter:
www.ihk-ve-register.de/

Firmenschilder am Marktstand

eine Erläuterung der gesetzlichen Vorschriften von Rechtsanwalt Christian Mäßen

§ 15 a GewO verpflichtete Gewerbetreibende, die eine offene Verkaufsstelle oder eine offene Betriebsstätte haben, ihren Familiennamen mit mindestens einem ausgeschriebenen Vornamen und, wenn für sie eine Firma im Handelsregister eingetragen ist, außerdem ihre Firma an der Außenseite oder am Eingang in deutlich lesbarer Schrift anzubringen. Die Pflicht zur Namensanbringung dient hauptsächlich dem Verbraucherschutz. Der Kunde soll die Möglichkeit haben, sich über die Identität seines Geschäftspartners zu informieren, um z. B. Reklamationen geltend zu machen. Außerdem soll die Verfolgung öffentlicher Belange (z. B. eine Anzeige wegen fehlender Preisaus-

zeichnung) oder wettbewerbsrechtlicher Ansprüche von Konkurrenten durch die Identifizierbarkeit erleichtert werden. Der "alte" § 15 a GewO galt nur für das stehende Gewerbe; für das Reisegewerbe gab es eine inhaltsgleiche Verpflichtung in § 56 a Abs. 1 Satz 2 GewO. Beide Vorschriften waren jedoch auf festgesetzte Veranstaltungen nach Titel IV der GewO wie Wochenmärkte nicht anwendbar, sondern entfielen auf Grund der sog. Marktprivilegien. Dafür bestimmte § 70 b GewO die entsprechende Anwendung von § 15 a GewO, verpflichtete also die Wochenmarkthändler zur Anbringung des Vor- und des Familiennamens sowie ggf. der Firma in lesbarer Schrift am Marktstand.

Gesetzeslücke

Durch das im März 2009 in Kraft getretene Dritte Mittelstandsentlastungsgesetz wurde § 15 a GewO ersatzlos aufgehoben. In der Gesetzesbegründung wird dazu angeführt, die Anbringung des Namens des Gewerbetreibenden an offenen Betriebsstätten stelle eine Selbstverständlichkeit im heutigen Geschäftsverkehr dar; der Gewerbetreibende habe selbst ein Interesse, seinem Kunden bzw. Geschäftspartner die für Geschäftsbeziehungen erforderlichen Grunddaten wie Name und Firma mitzuteilen. Die für das Reisegewerbe sowie die für Wochenmärkte und Ausstellungen geltenden Vorschriften blieben aber unangetastet: § 56 a Abs. 1 Satz 2 GewO gilt nach wie vor, ist aber auf Wochenmärkte weiterhin nicht anwendbar, und § 70 b GewO verweist jetzt auf eine Norm, die es nicht mehr gibt. Der Gesetzgeber scheint diese Normen bei der Novellierung übersehen zu haben. Hier besteht also Nachbesserungsbedarf. Folge dieses Versehens ist, dass Verstöße gegen die Verpflichtung zur Angabe von Namen und Firma in lesbarer Form von der zuständigen Behörde nicht mehr als Ordnungswidrigkeit geahndet werden können (obwohl auch der entsprechende Bußgeldtatbestand in § 146 Abs. 2 Nr. 10 GewO nicht aufgehoben wurde). Außerdem dürfte eine Kündigung eines Marktvertrages wegen Verstoßes gegen eine gesetzliche Vorgabe insoweit nicht in Betracht kommen.

Wochenmarktordnung regelt Firmenschilder

Allerdings gilt für die Beschicker eines Wochenmarktes in aller Regel eine Wochenmarktordnung des Veranstalters (in Form einer kommunalen Satzung oder als private Allgemeine Geschäftsbedingungen). Diese Wochenmarktordnungen verpflichten häufig die Markthändler, an ihren Verkaufseinrichtungen an gut sichtbarer Stelle ihren Familiennamen mit mindestens einem ausgeschriebenen Vornamen in deutlich lesbarer Schrift anzubringen; Markthändler, die eine Firma führen, haben zusätzlich ihre Firma

in der bezeichneten Weise anzubringen. Die Wochenmarktordnungen werden Grundlage und Bestandteil der einzelnen Marktverträge. Zudem enthalten schriftliche Marktverträge häufig ausdrücklich vergleichbare Verpflichtungen. Diese aus dem Marktvertrag oder der Wochenmarktordnung resultierende Pflicht der Beschicker bleibt trotz der Aufhebung von § 15 a GewO und der gewerberechtlich unklaren Rechtslage wirksam. Die Einhaltung kann vom Veranstalter durchgesetzt und Verstöße können geahndet werden, bis hin zur Kündigung des Marktvertrages. Die Anbringung von Name und Firma bleibt also in aller Regel auf Wochenmärkten Pflicht.

Christian Mäßen ist Fachanwalt für Verwaltungsrecht in der Kanzlei Hümmerich legal in Bonn.

www.huemmerich-legal.de

Firmenschilder auf DMG-Märkten

ein Kommentar von Vorstandssprecher Prof. Dr. Gerhard Johnson

Für uns als Veranstalter haben Firmenschilder eine weit über die juristischen Minimalerfordernisse bzw. -vorschriften hinausgehende Bedeutung: Natürlich ist die schnelle und eindeutige Identifizierung des Händlers für die DMG Marktgilde e.G. auch konkreter Verbraucherschutz. Darüber hinaus ist die Angabe des Namens aber z. B. gelebte Umsetzung des Mottos aller unserer Wochenmärkte: "Einkaufen von Mensch zu Mensch". Denn der Händler im Verkaufswagen oder hinter den Auslagen des Marktstandes ist in den allermeisten Fällen ja identisch mit dem Firmeninhaber, er ist i. d. R. auch persönlich anwesend und damit persönlich ansprechbar. Der Händler hat i. d. R. auch nichts zu verbergen, er kennt im Gegenteil seine Stammkunden sogar oft nicht nur beim Namen und spricht sie also persönlich an — sondern er kennt darüber hinaus auch noch einen großen Teil ihrer Lebensgeschichte. Die "Firma" — der Name eines Kaufmannes — hat darüber hinaus eine erhebliche Werbewirkung, wird nicht umsonst auffällig auf den Verkaufsfahrzeugen oder sonstigen Verkaufseinrichtungen platziert sowie auf den Tüten, Taschen und dem Einwickelpapier immer wiederholt, um imagebildend zu wirken und

eine Kundenbindung aufzubauen. Hauptziel eines solchen "Markenmanagements" ist es, das eigene Produkt von den Produkten der Konkurrenz abzuheben bzw. das eigene Unternehmen von den Wettbewerbern zu differenzieren. Dadurch soll die Marke dem Verbraucher zu mehr Orientierung unter den Angeboten verhelfen und Vertrauen ausstrahlen. Dahinter steht die Erkenntnis, dass eine Marke einen höheren Wiedererkennungswert hat und der Verbraucher mit einer Marke charakteristische Eigenschaften oder Leistungen verbindet.

Auch wir als Veranstalter machen uns vor diesem Hintergrund schon lange Gedanken um die Entwicklung unserer Marke "DMG-Wochenmarkt". Die aktuelle Diskussion um die Novellierung der GewO haben wir deshalb zum Anlass genommen, um auf allen unseren Märkten ein einheitliches Firmenschild einzuführen. Damit wollen wir unterstreichen, dass wir uns als Veranstalter in der Verantwortung sehen, dass wir — gemeinsam mit unseren Händlern — mit und auf unseren Wochenmärkten Qualität anbieten wollen.

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:

Druck- und Verlagshaus Weidenbach
GmbH & Co. KG, 35683 Dillenburg
Verteilte Auflage: 14.000

Redaktionsschluss für die nächste Ausgabe:
20. Oktober 2009

"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