

Der Wochenmarkt

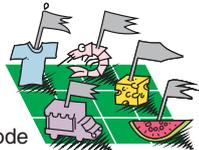
Hauszeitung der Deutschen Marktgilde eG Nr. 49/Dezember'09

Die Deutsche Marktgilde eG ist Mitglied im:



Institut zur Erforschung und Förderung des mobilen Handels GmbH

An-Institut der Hochschule Harz, Wernigerode



Neue Wochenmärkte:

Burgstädt Sachsen	S. 2
Bad Friedrichshall Baden-Württemberg	S. 3
Berenbostel Niedersachsen	S. 3
Ennepetal Nordrhein-Westfalen	S. 4

Marktfrühstück: S. 2

Aktionen in Bitterfeld, Wolfen und Königs Wusterhausen

Marktjubiläen: S. 4

10 Jahre Wetttemberg, S. 4
20 Jahre Niederkassel S. 5

Neuer Name: S. 6

DMG Marktgilde e.G. heißt jetzt Deutsche Marktgilde eG

Mehr Qualität: S. 7

Neues Händlerschild und neues Service-Telefon

Auf neuem Stand: S. 7

DMG-Mitarbeiter und Vorstand werden geschult



Mehr Qualität auf dem Wochenmarkt — neues Firmenschild und neues Service-Telefon.

Liebe Leser,

rechtzeitig zum 25-jährigen Firmenjubiläum, das wir im kommenden Jahr feiern können, gehen mehrere große "Baustellen" unserer Arbeit ihrer Vollendung entgegen:

Das offensichtlichste Ergebnis ist das einheitliche Firmenschild für die Markthändler auf unseren Märkten, das wir in den vergangenen Monaten entworfen haben und das in den kommenden Wochen in die Produktion geht. Es stellt nicht nur einen wichtigen Baustein hin zu einer eigenen Marke "DMG-Wochenmarkt" dar und trägt damit zur neudeutsch so bezeichneten "Corporate Identity" unseres Unternehmens bei. Darüber hinaus soll es uns — über das neue Service-Telefon — einen großen Schritt in unserem Bemühen um Qualität auf unseren Märkten voran bringen.

Dagegen eher fast unbemerkt haben wir auch unseren Namen geändert: Die offizielle Firmierung unserer Genossenschaft lautet ab sofort: **Deutsche Marktgilde eG.**

Die Satzung wurde entsprechend angepasst und vollzieht damit einen Schritt formal nach, der in den letzten Jahren umgangssprachlich von vielen Gesprächspartnern ohnehin schon vorweggenommen worden ist.

Ebenfalls eher "hinter den Kulissen" unserer bundesweiten Organisations- und Verwaltungsarbeit wurde die zweite Generation eines maßgeschneiderten webbasierten EDV-Programms in Betrieb genommen. Es schafft die Basis für die Bewältigung der immer umfangreicheren Verwaltungsarbeiten auf der einen Seite und für den Service zu allen unseren Geschäftspartnern durch noch bessere Kommunikation auf der anderen Seite auch für die Zukunft.

Sie sehen: Wir haben uns von der Krise nicht entmutigen lassen, sondern wichtige Weichenstellungen für die Zukunft vorgenommen. Wir wollen auch in den nächsten 25 Jahren erfolgreich Wochenmärkte machen!

Ihr Dr. Gerhard Johnson

immer aktuell informiert mit dem

DMG-Newsletter

anmelden unter www.marktgilde.de

Burgstädter Samstagsmarkt erfolgreich gestartet



Sehr gut besucht — der erste grüne Samstagsmarkt in Burgstädt. Bild: Brigitte Weigel



Stadt Burgstädt

Bei der Planung zum ersten grünen Samstagsmarkt für Burgstädt war DMG-Niederlassungsleiterin Brigitte Weigel — die normalerweise immer versucht selbst Unmögliches in die Tat umzusetzen — etwas skeptisch und fragte sich: "Kann ein

dritter Markttag in Burgstädt, einen gemischten Wochenmarkt gibt es ja schon dienstags und donnerstags, bestehen?"

Um diese Frage zu klären, organisierte sie am 12. September und am 10. Oktober den grünen Markt. Der stationäre Einzelhandel rund um den historischen Marktplatz beteiligte sich ebenfalls und nutzte die Gelegenheit mit Sonderangeboten "vor der eigenen Tür": So boten die beiden Marktapotheken kleine Probierhäppchen an, die Gaststätte

Naumann servierte Prosecco, und der "Kirchbäck" baute einen schönen Stand mit Brot und Brötchen direkt neben seiner Eingangstür auf. Ein gutes Dutzend Händler hatte ein vielfältiges Frischesortiment im "Gepäck". Sie boten den zahlreichen Kunden Käse und Molkereiprodukte, Obst und Gemüse, Obst-säfte, Blumen und Pflanzen, Frisch-fisch und vor Ort geräucherten Fisch, Gewürze, Fleisch- und Wurst-konserven (auch aus Direktver-marktung), Knödelprodukte, Brot, Brötchen und Kuchen sowie Pferde-spezialitäten. Händler, die auch in der Woche in Burgstädt stehen, berichteten sogar von vielen "neuen Gesichtern".

Kunden wie Händler waren sehr zufrieden und so stehen schon die neuen Termine für das nächste Jahr.

Infos:

Marktzeit: **April-November**
jeden 2. Sa monatl. 8.00-13.00 Uhr
 Händlerzahl: **ca. 15**
 Platz: **Marktplatz**
 Ort: **09217 Burgstädt**
 zuständig: **DMG Limb.-Oberfrohna**
 Marktmeister: **Dietmar Teubel**
 Internet: **www.burgstaedt.de**

Marktfrühstück kommt sehr gut an

"Wochenmärkte sind mehr als ein Ort des Handels, die Kunden erwarten auch ansprechende Aktionen", erklärte DMG-Niederlassungsleiterin Brigitte Weigel im Sommer und hatte auch gleich die richtige Idee dazu: ein Marktfrühstück!

Ende August startete sie mit ihrer Mitarbeiterin Heike Reichel, den Marktmeistern und der Unterstützung der Marktbesucher das erste "Event" in Bitterfeld. Früh morgens sammelten sie bei den Händlern frische Lebensmittel (aus deren Sortimenten) und zauberten daraus ein leckeres Büffet. Die Kunden waren sehr überrascht: "Das gibt es alles auf unserem Wochenmarkt?", "Von welchem Händler kommt denn dieser Käse, der ist so gut, den muss ich kaufen!"

Mit Erfolg, aber auch dem gleichen Arbeitseinsatz, ging es in Wolfen und Königs Wusterhausen weiter.



Zugreifen erwünscht! In Bitterfeld, Wolfen und Königs Wusterhausen überzeugten sich die Kunden vor Ort auf dem Marktplatz — beim kostenlosen Marktfrühstück — was ihr Wochenmarkt so alles bietet. Bild: Brigitte Weigel

Neuer Markt in Bad Friedrichshall eröffnet

Heut ist es soweit,
erzählt es weiter Ihr Leut,
in der ganzen Stadt und überall,
ab heute ist Wochenmarkt
in Bad Friedrichshall.

Diskussionen, Agenda 21, Workshop,
die Gesprächsergebnisse waren alle top.
So hat der Gemeinderat unverdrossen,
die Einführung dieses Wochenmarkts
beschlossen.

Ziel von HGV, Verwaltung und Gemeinderat,
Belebung der Mitte unserer Stadt.

Bio-Landes und Herrmanns Honig fein,
Laitenbergers Obst und Gemüse,
das muss sein,
Hornsteins Eier und auch Nudel,
von Ullrichs gib'ts dazu noch Pute.

Jurak Molkereiprodukte und
von Kohlers Weine für den Durst,
Häfeles Frischfleisch und noch Wurst.
Sirgiovanni italienisch und Scherbaum Brot,
da bist du platt,
Jürgens nationale Spezialitäten und
Helgas Hofladen in unserer Stadt.

Obst das gibt es hier von Haag.
Nicht vergessen:

Wochenmarkt immer Donnerstag.
Drum wünsch ich heut vor allen Dingen
dem Markt am Rathaus ein gutes Gelingen.

Wir stoßen mit den Gläsern an,
dass aufgeht unser aller Plan.
Erzählt es weiter überall
ab heut ist Wochenmarkt in Friedrichshall.
von *Bürgermeister Peter Dolder*



Bürgermeister Peter Dolder begrüßte persönlich die Kunden und Händler mit einem Marktgedicht und spendierte Orangensaft und Sekt.

Bild: Thomas Candidus



Stadt Bad Friedrichshall

Strahlender Sonnenschein, ein wunderschöner Marktplatz, 16 Markthändler und zur Begrüßung ein Marktgedicht, Orangensaft und Sekt vom Bürgermeister — das sind die "feinen Zutaten" zur Eröffnung des neuen DMG-Wochenmarktes in Bad Friedrichshall. In kurzer Zeit

konnte die Deutsche Marktgilde dem Wunsch des Stadtoberhauptes Peter Dolder nachkommen und ein neues ansprechendes "Freiluft-Einkaufserlebnis" im nördlichen Schwaben präsentieren.

Infos:

Marktzeit: **jeden Do 14.00-18.00 Uhr**
Händlerzahl: **10-14**
Platz: **Rathausvorplatz**
Ort: **74177 Bad Friedrichshall**
zuständig: **DMG Bad Orb**
Marktmeisterin: **Petra Hornstein**
Internet: **www.friedrichshall.de**

Garbsen hat mit Berenbostel jetzt dritten DMG-Wochenmarkt



Stadt Garbsen- Berenbostel

Mitte September startete im Garbsener Stadtteil Berenbostel ein neuer DMG-Markt. Auf dem Platz vor dem Hochhaus und in der Wilhelm-Reime-Straße stehen gut ein Dutzend Beschicker. Zur Premiere überzeugte sich auch Garbsens Bürgermeister Alexander Heuer von dem neuen Einkaufserlebnis, dass die DMG auf die Beine gestellt hat.

Zustande gekommen ist dieser Markt auf Betreiben des neuen Eigentümers des Hochhauses und der Stadt Garbsen, die einerseits

die Nahversorgung der Berenbosteler Bevölkerung ergänzen wollten und andererseits den Platz — der bisher meist ungenutzt war — mit einer für den Stadtteil förderlichen Verwendung aufwerten möchten. Die Immobiliengesellschaft, die das Hochhaus am Kronsberg verwaltet, stellt auch einen Teil der Fläche sowie die notwendige Stromversorgung für den Wochenmarkt zur Verfügung. In guter Zusammenarbeit mit der Stadt und dem Hochhauseigentümer stellte DMG-Niederlassungsleiter Kay Even ein ansprechendes Sortiment zusammen, "ich habe aber noch Möglichkeiten der Ausweitung. Für zusätzliches Angebot kann ich noch freie Stellplätze anbieten".

Damit ist die Deutsche Marktgilde jetzt für drei Wochenmärkte in

Garbsen verantwortlich. Seit vielen Jahren werden die erfolgreichen, wenn auch sehr unterschiedlichen Märkte in Altgarbsen und Garbsen auf der Horst von Günter Klouth geleitet. Er ist auch mit Norbert Taeger (Marktmeister in Wunstorf am Dienstag und in Steinhude) kommissarisch als Marktmeister für diesen neuen Markt eingesetzt bis, ein neuer Marktmeister für Berenbostel eingearbeitet ist.

Infos:

Marktzeit: **jeden Mi 14.00-18.00 Uhr**
Händlerzahl: **10-15**
Platz: **Wilhelm-Reime-Straße 2**
Ort: **30827 Garbsen-Berenbostel**
zuständig: **DMG Hille**
Marktmeister: **Günter Klouth/
Norbert Taeger**
Internet: **www.garbsen.de**

Ennepetaler Markt gehört jetzt zur Deutschen Marktgilde



Stadt Ennepetal

“Erste Gespräche mit den Verantwortlichen der Stadt zur Wochenmarktübernahme gab es schon seit Längerem — im Frühjahr ging alles dann ganz schnell. In einer guten Zusammenarbeit mit Brigitte Drees (Geschäftsführerin der Citymanagement GmbH) und Sabine Schüler-Bültmann vom Ordnungsamt haben wir die bisherigen Stammhändler übernommen und zusätzliche Angebote mit sieben neuen geschaffen”, erklärte DMG-Prokurist Friedrich Holzauer zufrieden bei der Marktgilde Premiere Ende August in Ennepetal.

Froh über das Markttreiben zeigte sich auch Bürgermeister Michael Eckhardt, der besonders die Händler und Kunden lobte, die in den vergangenen Jahren dem Markt — trotz einiger Schwierigkeiten — die Treue gehalten haben: “Ich hoffe, unser Marktplatz macht auch in Zukunft seinem Namen alle Ehre und ist ein Treffpunkt für alle”. Begleitet wurde er von Mitarbeitern der Stadtverwaltung und Vertretern aller Parteien, sogar Landrat Arnim Brux überzeugte sich beim Marktrundgang von der neuen Angebots-



Buntes Programm zur Wochenmarktübernahme in Ennepetal — der Kindergarten Himmelsleiter begeisterte mit seinem Regenbogentanz. Bild: Ralf Sichelschmidt

vielfalt im Herzen der Stadt zwischen Sauerland und Ruhrgebiet. Mit der Übernahme hat die Deutsche Marktgilde das Freilufteinkaufserlebnis vom “Milsper Marktplatz” auch auf die angrenzende Fußgängerzone ausgeweitet. Vor allem der Frischebereich ist gestärkt worden. Ergänzt wurden: Obst & Gemüse, Feinkost, Schlesische Wurst, Gewürze, Honig, Blumen & Pflanzen und als Imbiss ein Hähnchengrill. Mittlerweile gibt es auch Kurzwaren, Tischdecken und Waren des täglichen Bedarfs.

Der Ennepetaler Siegfried Schluszas wurde als neuer Marktmeister von der DMG engagiert und gründlich vom “Altmarktmeister” Günter Seipel vorbereitet.

Infos:

Marktzeit: **jeden Do 7.00-13.00 Uhr**

Händlerzahl: **20-24**

Platz: **Milsper Marktplatz/
Fußgängerzone**

Ort: **58256 Ennepetal**

zuständig: **DMG Eschenburg**

Marktmeister: **Siegfried Schluszas**

Internet: **www.ennepetal.de**

Wettenberger Wochenmarkt feierte 10-jähriges Jubiläum



Bild: Friedrich Holzauer

Frisch vom Markt in die Pfanne — Hobbykoch Dieterich Emde zeigte, was sich aus dem Wochenmarktangebot zaubern lässt, und die Kunden ließen es sich schmecken.

Wettenbergs Bürgermeister Gerhard Schmidt erinnert sich noch genau, wie er vor über zehn Jahren mit der Idee eines Wochenmarktes im Ortsteil Krofdorf auch auf Widerstand stieß. Heute sind alle froh und wollen den “kleinen aber feinen” Markt vorm Rathaus und in Sichtweite der Burg Gleiberg nicht mehr missen.

“Ich bin fast jeden Freitag auf dem Sorguesplatz, hier weiß ich ganz genau, was ich bekomme”, freut sich eine Kundin. Sie hatte bei der Verlosung Glück gehabt und lässt sich den gewonnenen Einkaufsgutschein beim Familienbetrieb Heil in exotische Früchte und extra scharfe Chilischoten tauschen.

Seit 20 Jahren DMG-Markt in Niederkassel

In 20 Jahren hat die Deutsche Marktgilde eG den kleinen Wochenmarkt von anfangs drei bis vier Anbietern auf mittlerweile ein gutes Dutzend ausgebaut. Zum runden Jubiläum kamen auch Bürgermeister Stephan Vehreschild und Renate Heimann vom Ordnungsamt zu einem Marktrundgang vorbei. Die DMG hatte den Drehorgelspieler "Orjels Winn" für den "guten Ton" engagiert, und die Kunden freuten sich bei einer Verlosung über Präsentkörbe, gefüllt mit dem Besten frisch vom Markt. "Manche Händler kommen schon seit zwei Jahrzehnten regelmäßig auf den Marktplatz, aber es gibt auch immer wieder mal eine Anfrage von einem neuen Händler nach einem freien Standplatz, der Markt läuft gut", freut sich Friedrich Holzhauser von der DMG in Eschenburg.



Ist in den letzten 20 Jahren zu einem festen Bestandteil des Stadtbildes geworden — der Wochenmarkt auf dem Niederkasseler Marktplatz. Bild: Friedrich Holzhauser

Händler für einen Tag



Ihren Projekttag "Gesunde Ernährung" verbrachten Grundschüler der Kreuzberg-schule aus Lengsdorf auf dem DMG-Wochenmarkt in Bonn. Bevor sich die "Nachwuchsmarkthändler" hinter die Marktstände stellten, konnten sie sich bei einem Frühstück — mit Allerlei frisch vom Markt — persönlich von der Qualität und Frische der angebotenen Produkte überzeugen und sich für den harten Arbeitsalltag stärken. Dann ging es in kleinen Gruppen zu den verschiedenen Händlern, und der Markthandel wurde ganz praktisch erlebt. "Es ist schon anstrengend, hier zu stehen, aber mir macht es viel Spaß, Kunden die Äpfel in die Tüte zu packen und anschließend das Geld dafür zu bekommen", erklärte stolz eine Schülerin in einer etwas zu großen weißen Schürze. Bild: Inge Golchin-Far



Deutsche Marktgilde eG · Postfach 1104 · 35709 Eschenburg

FROHE WEIHNACHTEN

"Das Leben besteht aus Doppelpässen"
Dr. Markus Merk — Fifa-Schiedsrichter

Schon 1967 formulierte der amerikanische Psychologe Stanley Milgram: Jeder kennt Jeden, über höchstens 6 Ecken. Zeichnet man nämlich ein Netz, das Bekannte, Freunde, Kollegen und Verwandte verbindet, so sind nur 5 weitere Mittelsmänner — oder Netzknotten — erforderlich, um jeden beliebigen Menschen zu erreichen. Vom isländischen Eisfischer zum asiatischen Reisbauern, vom amerikanischen zum russischen Präsidenten, wie berühmte Beispiele lauten.

Aber welche Bedeutung hat es im Alltag, dass wir vernetzt sind und in Netzwerken leben? In Netzen, die uns mit Gütern, Dienstleistungen und Kontakten versorgen. Ein solches Netz werden wir rund um das Thema "Wochenmarkt" aufbauen. Es soll alle wichtigen Marktakteure untereinander und mit dem Marktkunden verbinden und zwischen Ihnen Doppelpässe ermöglichen. Damit werden wir dem Wochenmarkt eine stärkere Stellung in der harten Wettbewerbssituation mit anderen Einzelhandelssystemen verschaffen. Unser neues EDV-System ist das technische Mittel dazu. Also: Schaffen wir den nötigen Raum für Doppelpässe, um für den Wochenmarkt die erforderlichen Treffer zu erzielen.

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

Ihre Deutsche Marktgilde eG

Berthold Stahl
Vorsitzender des Aufsichtsrates

Vorstand: Prof. Dr. Gerhard Johnson (Sprecher)
Aufsichtsrat: Berthold Stahl (Vorsitzender)
Eingetragen im Genossenschaftsregister
des Amtsgerichts Wetzlar Nr. 304
Kapital § 8a GenG 300.000,00 Euro
USt.-IdNr: DE112603681

Mitglied im:
DV Deutscher Verband
für Wohnungswesen,
Städtebau und
Raumordnung e.V.

Institut zur Erforschung und Förderung des
mobilen
Handels GmbH
An-Institut der Hochschule Harz, Wernigerode



Wir machen Wochenmärkte

DMG wird zu Deutsche Marktgilde eG

eine Anmerkung von Vorstandssprecher Prof. Dr. Gerhard Johnson



Deutsche Marktgilde eG

Die Firma — der “Name” eines Unternehmens — hat aus vielen Gründen eine große Bedeutung: Unter diesem Namen betreiben Kaufleute — und nur diese sind nach deutschem Handelsrecht dazu berechtigt — ihre Geschäfte oder leisten ihre Unterschriften, unter diesem Namen können sie klagen oder verklagt werden. Ähnlich wie die Wahl der Rechtsform (in unserem Fall also der “eG” für “eingetragene Genossenschaft”) zählt die Wahl der Firma zu den strategischen Basisentscheidungen — insbesondere bei allen Existenzgründungen. Denn wegen ihrer öffentlichen Signalwirkung erhofft man sich natürlich möglichst viele positive Außenwirkungen.

ursprüngliche Namensfindung

Natürlich haben auch vor über 25 Jahren die Gründungsväter dieser Genossenschaft lange überlegt, mit welchem Namen man der Öffentlichkeit anzeigen kann, was das neue Unternehmen ist — und in Zukunft machen will. Die Suche in der Vergangenheit lieferte in dem Zusammenhang die zentrale Idee: Im Mittelalter gab es nämlich sogenannte “Gilden”, Zusammenschlüsse von Kaufleuten einer Stadt oder einer Gruppe fahrender Händler zum Schutz und zur Förderung gemeinsamer Interessen (ähnlich wie die “Zünfte” bei den Handwerkern). Diese Beschreibung traf das Anliegen der Gründer incl. der Grundidee der gewählten Rechtsform Genossenschaft so genau, dass man sich schnell einig war: “Gilde” musste auf jeden Fall im Namen vorkommen! Kam noch die Präzisierung “Markt” davor — und fertig war der Kern der Firma.

hohe Ziele

Schnell setzten Wortspiele um diesen zentralen Namensbestandteil ein: Einige Visionäre unter den beteiligten Händlern scheuten sich schon damals nicht, “Deutsche

Marktgilde” vorzuschlagen. Sie wurden von den rechtlichen Beratern allerdings schnell aus ihren Träumen auf den Boden der Tatsachen zurück geholt. Denn u. a. ist bei der Namensgebung streng darauf zu achten, dass nicht der falsche Eindruck erweckt wird, es handele sich um ein größeres Unternehmen als es dem tatsächlichen Geschäftsumfang entspricht. Und wie will ein geplantes, noch nicht einmal gegründetes und mit konkreten Geschäften aktives Unternehmen nachweisen, dass es deutschlandweit tätig ist?

DMG wird zum Markenzeichen

Die irgendwann im Rahmen solcher Überlegungen kreierte Kurzbezeichnung **DMG** (für “**D**eutsche **M**arkt**G**ilde”) wurde aber nicht ganz fallen gelassen, sondern “nur” ersatzweise — heute können wir sagen: für 24 Jahre — mit “**D**ie **M**arkthändler**G**enossenschaft” etwas anders interpretiert, wenn nachgefragt wurde. Aus dieser “Notlüge” ist über die vielen Jahre dann aber das geworden, das für viele heute im täglichen Sprachgebrauch als Kurzbezeichnung fast ausschließlich verwendet wird und sich im Bereich Wochenmärkte sicher zu so etwas wie einem kleinen “Markenzeichen” entwickelt hat.

Namenszusatz “Deutsche” ist berechtigt

Weil die DMG inzwischen an weit mehr als 100 Standorten in Deutschland Wochenmärkte betreibt und weil sich außerdem die Rechtsprechung in Sachen Firmierung stark weiterentwickelt hat, wollten wir es aber kurz vor unserem 25-jährigen Jubiläum jetzt wissen: Stehen der Anerkennung der “richtigen” Langform von DMG noch immer irgendwelche Einwände entgegen? Das Ergebnis dieser Prüfungen: Weder aus handelsrechtlicher noch wettbewerbs-

rechtlicher Sicht gibt es irgendwelche Bedenken! Die Beurteilung der Zulässigkeit einer Firma richtet sich — wie nahezu immer im Wettbewerbsrecht nach der Verbraucher-Erwartung. Während die Verwendung des Zusatzes “Deutsche XXX” nach Kriegsende noch eine Sonderstellung in Bezug auf Deutschland, z. B. durch eine Beteiligung des Staates, erforderte, genügt für die Zulässigkeit heute in der Regel, dass das Angebot des Unternehmens nicht auf bestimmte Regionen beschränkt ist, sondern deutschlandweit gilt. Zusätzlich wird gefordert, dass der Firmensitz sich in Deutschland befindet und das Unternehmen auch sonst in Ausstattung und Umsatz auf den deutschen Markt ausgerichtet ist. Das alles ist in unserem Fall völlig unstrittig.

ein Ziel ist erreicht

Nachdem dieses Ergebnis der Prüfung vorlag, mussten zahlreiche Folgeschritte bedacht und koordiniert werden: So musste etwa ein Beschluss der Generalversammlung über die Namensänderung gefasst werden (was einstimmig der Fall war); diese Satzungsänderung musste über einen Notar beim Registergericht angemeldet werden; alle Drucksachen, angefangen bei den Visitenkarten aller Mitarbeiter und dem Briefpapier bis hin zum Webauftritt oder den neuen Firmenschildern für die DMG-Markthändler musste entsprechend angepasst werden. Auch wenn die auf den ersten Blick vielleicht “kleine” Änderung der Firma solche umfangreichen (und natürlich auch kostenintensiven) Folgen hatte, war es für Vorstand und Aufsichtsrat unserer Genossenschaft keine Frage, diesen Schritt zu gehen. Die Vision der Gründerväter ist damit — wenn auch erst nach fast einem viertel Jahrhundert — Realität geworden: Nach erfolgter Satzungsänderung heißt unsere Genossenschaft ab sofort ganz offiziell: Deutsche Marktgilde eG!

Die Kurzform DMG, die z. B. im grafisch gestalteten Unternehmenslogo steht, bleibt davon unberührt.

Neue DMG-Firmenschilder für Händler

Corporate Identity — schon wieder ein Begriff aus dem englischen bzw. amerikanischen Sprachraum, der als Oberbegriff über eine weitere große Baustelle unserer Genossenschaft in den letzten Monaten und Jahren geschrieben werden kann: Die "Unternehmensidentität" oder "Unternehmenspersönlichkeit" soll die Gesamtheit der Charakteristika eines Unternehmens widerspiegeln. Viele unterschiedliche Facetten, die wir auch in dieser Hauszeitung immer wieder angeschnitten haben, machen die CI — wie man auch kurz sagt — aus. Die Firma (siehe hierzu Seite 6) gehört dazu genauso wie das Logo, ein bestimmter Schriftzug oder eine Farbe des Briefpapiers und der Visitenkarten, unsere Marktordnung u. v. a. m. Allgemein formuliert, ist der abgestimmte Einsatz von Verhalten, Kommunikation und Erscheinungsbild nach innen und außen gefragt.

Und genau darauf zielt unser neues Firmenschild ab (Titelbild).

Es soll vor allem

- ⇒ die Zugehörigkeit (sowohl eines ganzen Marktes als auch jedes einzelnen Händlers) zur "Familie" der Deutschen Marktgilde eG und damit zu deren Zielen und Werten dokumentieren,
- ⇒ die individuelle und persönliche Beziehung unterstreichen, die den Unterschied des Wochenmarktes zu den stereotypen und anonymen Läden der großen Einzelhandelskonzerne ausmacht,
- ⇒ Qualität sichern,
- ⇒ Transparenz ermöglichen.

Unzählige Varianten von Entwürfen mit einzelnen Textbausteinen, Farbkombinationen, Materialien, Drucktechniken und -kosten, Befestigungstechniken usw. wurden in

den zurückliegenden Monaten entworfen, diskutiert, wieder verworfen, ... Anbieter, Varianten und Kosten zur Einrichtung eines kostenlosen Service-Telefons wurden recherchiert, verglichen und die notwendigen organisatorischen Voraussetzungen dafür geschaffen. Besonders wichtig war uns während all dieser Planungen der Informationsgehalt einerseits und die Akzeptanz bei den Markthändlern andererseits. Auch die Haltbarkeit eines solchen "Aushängeschildes" war uns natürlich wichtig. Jetzt liegt das Ergebnis vor, und die Umsetzung des gesamten Projektes kann beginnen: Die Druckerei erhält bis ca. Mitte/Ende November die Namen und Händlernummern für den individuellen Eindruck auf die Schilder. Zum Anfang des kommenden Jahres soll dann der Versand (über die Marktmeister hin zu den Händlern) beginnen.

möglich. Zusätzlich werden über die detaillierten Daten weitere Auswertungen möglich, um zukünftige Entwicklungen zu steuern.

Neben den erheblichen Investitionen in Lizenzen und Dienstleistungen durch Berater und Programmierer durften natürlich bei einer so umfassenden und grundlegenden Entwicklung auch die Mitarbeiter, die mit diesem neuen "Handwerkszeug" arbeiten, nicht vergessen werden. Die verantwortlichen Entwickler und Programmierer der DMG-Anpassungen, wurden systematisch alle Neuerungen und Handhabungen an praktischen Beispielen demonstriert und eingeübt. Bis alle Feinheiten des jetzt installierten Programms von den Mitarbeitern in der täglichen Praxis voll ausgeschöpft werden können, werden aber sicher trotzdem noch viele Stunden Arbeit mit dem Programm ins Land gehen.

DMG-Mitarbeiter drücken die "Schulbank"

In der EDV-Welt gibt es täglich Neuerungen — die nicht alle sinnvoll sind — einige sind aber unerlässlich und so muss auch die Deutsche Marktgilde eG ihre Software regelmäßig auf den neuen Stand bringen und dann heißt es für alle, die mit dieser Software arbeiten, mal wieder die Schulbank drücken.

ERP (Enterprise Resource Planning) in Verbindung mit CRM (Customer Relationship Management) hießen die Zauberworte, die im Mittelpunkt einer zweitägigen Schulung der hauptamtlichen DMG-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter standen. Das Zusammenwachsen von EDV-Programmen, die einerseits primär der internen Verwaltung und Planung dienen, mit solchen, die andererseits primär die Gestaltung und die Pflege der laufenden Beziehungen zu den Kunden zum Ziel haben, stand dabei im Mittelpunkt.

neue Kommunikationmöglichkeiten sinnvoll nutzen

Mit dem Programm "genesisWorld" der CAS Software AG hat die DMG



Mitarbeiter der DMG werden auf die umfangreichen neuen Möglichkeiten der eingesetzten Software vorbereitet.

Bild: Gerhard Johnson

sich dabei für den Marktführer solcher Lösungen im Mittelstand entschieden. Es ermöglicht nicht nur die systematische Erfassung und beliebige Selektion aller Adressen (Kommunen, Händler, Marktmeister, Pressevertreter, Reinigungsunternehmen usw.), sondern unterstützt schon in seiner Standardausführung insbesondere eine schnelle Kommunikation zwischen allen Beteiligten: Sowohl Einzel- oder Serienbriefe und Faxnachrichten, vor allem aber die neuen Möglichkeiten von E-Mails oder SMS-

Mitteilungen können aus dem System heraus problemlos erstellt und verschickt werden.

Programmierer passen an

Weil die speziellen Anforderungen für uns als bundesweiter Wochenmarktveranstalter einzigartig sind, mussten trotzdem zahlreiche individuelle Anpassungen programmiert werden. Die Eingabe der umfangreichen Abrechnungsdaten von weit über 8.000 Markttagen bzw. von über 120.000 Händlerkontakten pro Jahr ist jetzt mit weniger Aufwand

Impressum

Herausgeber:

Deutsche Marktgilde eG
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:
23. Februar 2010

"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 Deutschen Marktgilde eG 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