

Der Wochenmarkt

Hauszeitung der Deutschen Marktgilde eG Nr. 50/März'10

Die Deutsche Marktgilde eG 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



Winterberg: S. 2
Wochenmarktstand durch
Marco Polo ausgezeichnet

Karneval in Bonn: S. 2
Händler und DMG spen-
dieren Berliner für den Markt

Interaspa 2010: S. 3
Chancen für Vermarktung
auf Wochenmärkten

Discounter gebremst: S. 4
Kommunen und Gerichte
reagieren

Winter auf dem Markt: S. 5
Tricks und Tipps der
Händler gegen die Kälte

Umsatzsteuer: S. 6
7 % oder 19 % beim Imbiss
— EuGH entscheidet

DMG investiert: S. 7
Neue Software erleichtert
Mitarbeitern die Verwaltung

25 Jahre DMG: S. 7
Ein Blick zurück



So langsam hält der Frühling auch auf den Märkten Einzug. Bild: Friedrich Holzhauser

Liebe Leser,

heute ist ein kleines Jubiläum fällig: Sie halten die 50. Ausgabe unserer Hauszeitung "Der Wochenmarkt" in der Hand!

Zahlreiche Themen rund um den Wochenmarkt haben wir in den vergangenen Jahren darin behandelt: Marketing-Sonderaktionen, Entwicklungen der rechtlichen Rahmenbedingungen, Hygienevorschriften, Steuerfragen u.a.m. Hinweise auf die Entwicklung unserer Genossenschaft, insbesondere auf neue oder von Kommunen als Veranstalter übernommene Märkte (und damit neue Existenzchancen für Markthändler), machten dabei naturgemäß einen gewissen Schwerpunkt aus.

Über den Jahreswechsel hinweg habe ich mich einmal etwas intensiver mit der Berichterstattung über das Wochenmarktgeschehen in der "sonstigen" Presse beschäftigt. Drei Themenbereiche sind mir dabei besonders aufgefallen:

Erstens die häufige Verlegung von Wochenmärkten zugunsten von Weihnachtsmärkten. Irgendwie hatte ich das Gefühl, Markthändler wurden teilweise als "Händler zweiter Klasse" behandelt und beliebig in irgendeine Ecke abgeschoben.

Zweitens gab es zahlreiche Artikel über die Aufgabe von Markthandels-geschäften aufgrund des Alters der Geschäftsinhaber. Diese hatten oft über Jahrzehnte einem Wochenmarkt die Treue gehalten, aber keinen Nachfolger gefunden. Damit wird ein deutliches Schlaglicht auf eine Entwicklung unserer gesamten Branche geworfen, die nicht nur bedauerlich, sondern längerfristig sogar bedrohlich ist: Über junge, neue Händler, die entstandene Lücken auffüllen und eine positive Perspektive bieten, habe ich keinen einzigen Artikel gefunden!

Drittens war — natürlich — das winterliche Wetter ein großes Thema. Allen Klimawandel- und Erderwärmungsdiskussionen zum Trotz haben Schnee und Frost im Zusammenhang mit Wochenmärkten für reichlich Gesprächsstoff geführt. Vereiste Marktflächen oder durch Schneeberge blockierte Stellflächen waren z. B. oft die Folge. Dabei fallen die Artikel im Rheinland schon bei 3 bis 4 Zentimetern Schneehöhe oft deutlich dramatischer aus als in den Mittelgebirgen oder gar im Erzgebirge oder am Alpenrand bei 50 Zentimetern. Lehrreich in dem Zusammenhang, wie Markthändler sich und ihre Ware vor der Kälte schützen (siehe Seite 5).

Ihr Dr. Gerhard Johnson

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

Winterberg: Grillstand von Marco Polo ausgezeichnet

EMPFOHLEN VON
MARCO POLO
 Die Reiseführer
 2009/2010 **mit Insider Tipps**

„Ich war ganz überrascht, als ein Brief mit dem Aufkleber — Empfohlen von Marco Polo — und dem Text im neuen Reiseführer über meinen Grillstand auf dem Winterberger Wochenmarkt bei mir ankam. Es ist gar nicht so einfach, bei dem großen gastronomischen Angebot in Winterberg bestehen zu können. Die Wochenmarktkunden, ob Einheimische oder die vielen Gäste, lieben das Marktreiben unter freiem Himmel“, erklärte „Grillchef“ Egon Werth. Die Stammkunden auf dem Wochenmarkt des sauerländischen Kur- und Wintersportortes wussten es schon immer — bei Egon gibt's die beste Brat- und Currywurst weit

und breit und hervorragende hausgemachte Eintöpfe aus der Gulaschkanone. Die „Empfehlung“ von Marco Polo bestätigt es jetzt. Egon Werth ist seit über einem Jahrzehnt Stammhändler und betreibt bei Wind und Wetter jeden Samstagvormittag zusammen mit seiner Ehefrau und einem guten Freund den Grillstand.

WINTERBERG

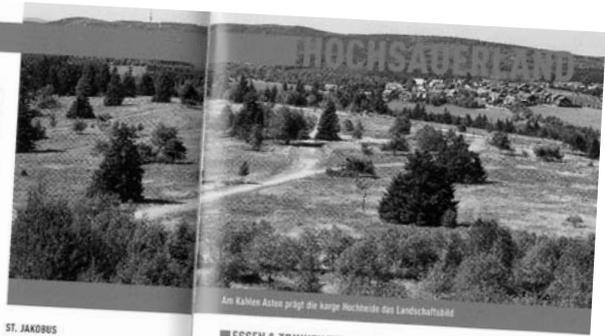
ERHUISBRÜCKE, eine Sommerdelikatessen- und Bierpark versuchen auf dem *Erhaisberg Kuppe*, das Schlimmste für Winterberg zu verhindern. Langeweile.

SEHENSWERTE
ASTENTURM
 Einer der höchsten Punkte des Sauerlands mit grandioser Aussicht. Zwar ist der Kahlle Astenturm mit seinen 841 m nicht der höchste Berg in NRW — das ist der 2 m höhere Langenberg an der Grenze zu Hessen —, der Turm hebt Sie aber auf 862 m. Im Innern befinden sich ein Naturkundemuseum (Schwerpunkt ist die nahe Hochfläche mit ihrem Naturschutzgebiet), ein Hotel und zwei Restaurants. Tgl. (Nov-Mai) 9-18 Uhr | www.kahler.astenturm.de

BOBBARR
 Die weltbesten Rodler, Bob- und Skeletonpiloten rasen jedes Winter durch den 11,6 km langen Weltcup-Eiskanal mit bis zu 140 km/h. Über die Hausbahn der Bob-Olympiasiegerin Sandra Kiriasis am Winterberg gleitet regelmäßig auch der Wok von Stefan Raab. Im Sommer Fährten über die abgetaute Bahn. *Erhaisberg Kuppe* | Führungen Di, Mi, Fr 14 Uhr. Treffpunkt Pavillon der Sommerdelikatessen | www.erhaisbergkuppe.de

HILLENSTRASSE
 In dem stillen Altstadtsträßchen, das sich bogengleich um St. Jakobs legt, steht das älteste Haus der Stadt (Nr. 24). Wie auf dem schwarzen Fachwerkgiebel zu lesen ist, wurde es nach dem Stadtbrand von 1759 zum zweiten Mal erbaut.

> www.marcpolo.de/sauerland



ESSEN & TRINKEN
ANTE GASTRONOMIE IM LANDRAUM
 Mit dem Namen Ante verbindet man im Sauerland vornehmlich Holz geschnitten, geölt oder zu Pellets gepresst. Deutlich mehr ist davon finden Sie im Gastrobläser des Untereichsens im Ortsteil Züschen. Das Ambiente ist modern, aber warm und gemütlich. Die junge Mannschaft kocht und serviert Regionales wie Meditteranes, die Tropfen aus der wohl größten Weinreife der Region (süddeutsche internationale Anbaugeschichte können auch gekauft werden). Große Terrasse. *Nahelbadweg 120 | Winterberg-Züschen | Tel. 0278/92 97 96 | www.ante-gastro.com*

GRILLSTAND EGON WERTH
 Wenn Egon Werth grillt, stehen die Winterberger Schlinge. Jeden Samstag, reichlich ab 19 Uhr auf dem Marktplatz vor „Mexx“ seine Bratwurst. **WISPERE**
 Die Adresse für den berühmten Einkehrsweg. Zünftige Hütchen, im Kamin kribbelt das Feuer, dazu die obligatorische Musikbesetzung „Möppis“ heißt in Wirklichkeit Klaus Walle und betreibt die Hütte am Poppenberg seit mehr als 35 Jahren. *In der Büte 32, Tel. 0278/719 73 | im Winter bei Skihütten, Mai-Juli und Sept.-Okt. Fr So 11-18 Uhr | www.bei-moepis.de*

NODELHAUS
 Ein wenig abseits des Winterberger Trubels bekommen Sie hier in der Altstadt feine Pasta serviert. Wahlweise sind die Teigwaren rot, grün, weiß oder schwarz. Die Decken im denkmalgeschützten ehemaligen Café Möhren hängen tief, der große

Auszug aus dem aktuellen Marco Polo Reiseführer „Sauerland“, der Egon Werth's Grillstand als „Insider Tipp“ führt. Bilder: Marco Polo

Händler und DMG spendieren Berliner auf dem Bonner Markt

DMG ist jetzt in Wikipedia



Tanja II. verwöhnte die Bonner mit Berlinern

Das war so ganz nach dem Geschmack der närrischen Gaumen. Altstadt-Prinzessin Tanja II. zeigte im karnevalistischen Endspurt ein Herz für die Jecken und verteilte samt Gefolge der rot-grünen Senatoren auf dem Bonner Marktplatz 500 süß gefüllte Gratis-Berliner. Spendiert wurden die Leckerreien von den Bonner Wochenmarkthändlern und der Deutschen Marktgilde eG. Foto: Hübner-Stauf



Seit Kurzem ist die Deutsche Marktgilde eG mit einem eigenen Eintrag in der bekanntesten freien Enzyklopädie im Internet, „Wikipedia“, vertreten. Aktuell ist eine Übersicht zur Geschichte und der Arbeit der DMG eingestellt, weitere Informationen und Bilder werden ergänzt.

Infos:
 Internet: de.wikipedia.org/wiki/Deutsche_Marktgilde

Aus dem „EXPRESS Bonn“ vom 16. Februar 2010

DMG-Niederlassung nach Lübbecke umgezogen



Niederlassungsleiter Kay Even räumt die letzten Akten im neuen Büro wieder ein.
Bild: Wolfgang Even

Seit Anfang des Jahres ist die Niederlassung Nord, die für die DMG-Wochenmärkte in Niedersachsen und im nördlichen Nordrhein Westfalen zuständig ist, umgezogen. Bisher war Niederlassungsleiter Kay Even in Hille erreichbar und ist jetzt mit dem Büro wenige Kilometer weiter nach Lübbecke gezogen.

Kay Even ist froh, jetzt endlich eine bessere Internetanbindung nutzen zu können: "Die meiste

Kommunikation — egal ob mit den Städten, Marktmeistern, Händlern oder der DMG-Zentrale in Eschenburg — läuft über das Internet, das ist ein schneller Zugang sehr wichtig. Hier in Lübbecke haben wir fast die 20-fache Geschwindigkeit, das erleichtert unsere Arbeit ungemein". Ein weiteres Argument für den Umzug sind die modernen Büroräume mit entsprechender Infrastruktur, und nebenbei liegt die neue DMG-Niederlassung auch näher am Wohnort des Niederlassungsleiters und seiner Mitarbeiterin Susanne Habbe.

Hier die neue Adresse:

Tischlerstr. 10

32312 Lübbecke

Tel.: 05741/24095-90

Fax: 05741/24095-92

Interaspa, auch für Direktvermarkter und Marktbeschicker

2010
inter
aspa

Die Fachmesse für Spargel, Gemüse
Beerenobst und Direktvermarktung

Die internationale Fachmesse "Interaspa — Fachmesse für Spargel, Gemüse, Beerenobst und Direktvermarktung" fand am 13. und 14. Januar 2010 erstmals in Hannover statt. 254 internationale Aussteller, darunter führende Unternehmen und Hersteller aus den Spezialgebieten für Direktvermarktung, Spargel, Gemüse und Beerenobst waren vertreten und zeigten ihre Neuheiten. Sie waren dabei erster Ansprechpartner für die rund 3100 Fachbesucher. Ein Schwerpunkt für Direktvermarkter und Marktbeschicker war die Sonderausstellung zur professionellen Warenpräsentation. Auch diese Händler müssen sich ständig weiterentwickeln, wenn sie trotz der Konkurrenz durch Regionaltheken und Bioprodukte in Supermärkten für Kunden weiterhin attraktiv sein wollen. Die Interaspa bot vielfältige Anregungen für erfolgreiche Vermarktungskonzepte. Weitere Kernpunkte waren der Ausstellungsbereich mit Maschinen, Geräten, Hilfsmitteln sowie Dienst-



Spitzenkoch Thomas Bühner vom Restaurant "la vie" aus Osnabrück informierte sich auch in der Sonderausstellung zur professionellen Warenpräsentation, die sich besonders an Marktbeschicker und Direktvermarkter richtete. Bild: Asparagus GmbH

leistungen, die der Landwirt benötigt, um seine Produkte selbst verarbeiten und vermarkten zu können. Dazu gehörten Verpackungen ebenso wie Kühlung, Waagen, Kassen, Werbung sowie Laden- oder Marktstandeinrichtung und Beleuchtung.

Das wichtige Thema "Warenpräsentation" wurde in der "Ideenausstellung" auf Sonderflächen in den Mittelpunkt gerückt. Gezeigt wurden

viele Vorschläge zur besseren Warenpräsentation. Hier erhielten die Besucher von den Fachausstellern viele neue Anregungen, wie mit einfachen und kostengünstigen Mitteln tolle Produkte auch toll präsentiert werden können.

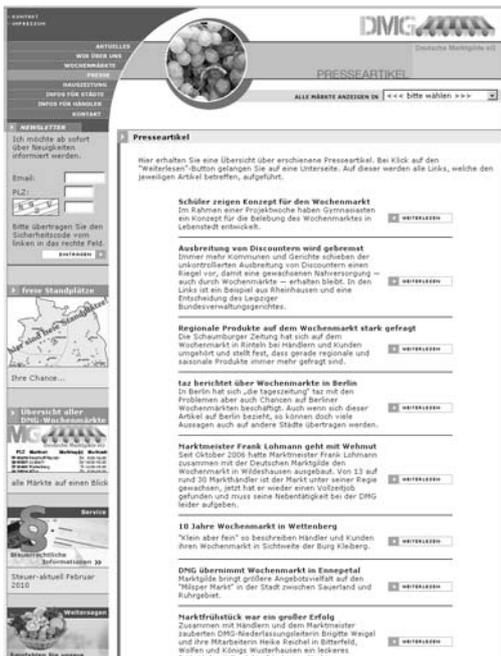
Infos:

nächste Interaspa: **12./13. Januar 2011**

Veranstalter: **Asparagus GmbH**

Internet: **insteraspa.de**

Links zu Presseartikeln jetzt neu auf DMG-Homepage



Unser neues Internetangebot: Links zu interessanten Presseartikeln, die sich mit Themen rund um den Wochenmarkt auseinandersetzen.

Auch im Wochenmarktgeschehen spielt das Internet eine immer größere Rolle, wenn es um Informationen, Meinungen, Vorschriften, Tipps, u. a. geht. Hier kann ganz aktuell und mit wenig Aufwand Wissenswertes rund um das ganze Thema allen Internetnutzern bereitgestellt werden. Mehr und mehr berichten dementsprechend auch Tageszeitungen, Magazine, Verbände, Kommunen und Behörden "online" über Wochenmärkte und alles was dazu gehört.

Die Deutsche Marktgilde eG ist auch schon seit 14 Jahren im Internet mit allerlei Informationen vertreten und baut dieses kostenlose Angebot immer weiter aus. Wir haben jetzt auf unserer Homepage

eine kleine Auswahl von Berichten — die wir selbst bei anderen gefunden haben — per Link allen Interessierten zugänglich gemacht. Durch den Link erfolgt die Weiterleitung auf die Originalseite.

Da nicht alle Berichte (die wir selbst verlinkt haben) auch über einen längeren Zeitraum im Netz stehen, kann es schon einmal passieren, dass ein Link nicht (mehr) funktioniert, und wir selbst stoßen sicher auch nicht auf alle interessanten Artikel. Deshalb sind wir für jeden Hinweis auf solche "toten" Links und auf weitere Artikel immer dankbar. Diese bitte per E-Mail an den Redakteur der Deutschen Marktgilde eG, Jürgen Reichel senden:

j.reichel@marktgilde.de

Dieser neue Bereich der Presseartikel ist ein Unterpunkt des Bereiches "Presse" auf der DMG-Homepage: www.marktgilde.de.

Ungebremste Discounterausbreitung wird eingedämmt

Mehr und mehr Kommunen, aber auch Gerichte, sehen die Gefahr einer ungebremsten Ausbreitung von Discountern (vielfach im städtischen Außenbereich) für den gewachsenen, alteingesessenen stationären Einzelhandel und auch für die Wochenmärkte. Nach Abwägung aller Vor- und Nachteile der Neuan siedlung eines Discounters wird immer öfter dagegen entschieden. Kann doch ein neuer "Billiganbieter" — auf längere Sicht gesehen — das "Aus" von kleinen Selbstständigen, liebenswerten „Tante Emma Läden“ und dem mobilen Handel bedeuten. Damit einhergehend ist auch der Verlust von Vielfalt und weniger Nahversorgung sowie der Verlust von ganzen Existenzen vorprogrammiert. Und die — gerade beim Wochenmarkt so wichtige — kommunikative Funktion eines sozialen Treffpunktes wird ein Discounter kaum erfüllen können (wollen).

So entschied z. B. auch das Leipziger Bundesverwaltungsgericht am 17. Dezember 2009 in zwei Verfahren gegen die Klage von zwei Discountern. Die Städte München und Köln hatten den Discountern die

Genehmigung für neue Filialen verweigert (Az.: BVerwG 4 C 1.08 und 4 C 2.08 - 17. 12. 2009).

Hier ein Auszug aus der Pressemitteilung: "Das Bundesverwaltungsgericht hat die Auffassung der Vorinstanzen bestätigt und klargestellt, dass auch solchen Einkaufsbereichen eine Funktion als zentraler Versorgungsbereich zukommen kann, die ein im Wesentlichen fußläufig erreichbares Einzugsgebiet haben und der Nahversorgung dienen".

Im Kölner Fall wurde die Entscheidung des Oberverwaltungsgerichts bestätigt, lediglich den Münchner Fall verwiesen die Leipziger Richter zur "erneuten Würdigung der tatsächlichen Umstände" zurück an den Verwaltungsgerichtshof.

Weitere Informationen zu diesem Urteil sind auf den Internetseiten des Bundesverwaltungsgerichts (www.bverwg.de) im Bereich der Pressemitteilungen (Nr. 92/2009, 17.12.2009) zu finden.

Unsere nächsten "Neuen" sind:

ab 23. März '10 **12555 Berlin-Köpenick** Di, Mi, Do, Fr 8.30-17.00 Uhr
Interessierten Wochenmarkthändlern und Kleinerzeugern mit den Sortimenten Frischeartikel, Bio- und Ökoprodukte bieten wir auf diesen Märkten freie Standplätze an. Melden Sie sich bitte bei der DMG-Niederlassung in Limbach-Oberfrohna. Tel.: (03722) 7391-0, Fax: (03722) 7391-13, E-Mail: b.weigel@marktgilde.de

ab 14. April '10 **63796 Kahl am Main** Mi 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: t.candidus@marktgilde.de

Tricks und Tipps der Markthändler gegen die Kälte



Mehrere Schichten Kleidung und extra warme Socken gegen die Kälte vom Boden übereinander, dazu immer wieder einmal ein warmer Tee, sind für Daniela Lülldorf und Dennis Bergmann auf dem Bonner Wochenmarkt unerlässlich. Bilder: Achim von Arnim

Die Kältewelle in diesem Winter — mit viel Schnee und oft arktischen Temperaturen im zweistelligen Minusbereich — hat ganz Deutschland getroffen. Jeder musste mit starken Verkehrsbehinderungen klarkommen und viele werden bei der nächsten Heizkostenabrechnung an die Kälte erinnert.

Nur ganz wenige waren aber Tag für Tag ganz direkt diesem Winter ausgesetzt, und das über Monate. Markthändler, die von morgens bis abends im Freien stehen, lassen sich etwas gegen die Kälte einfallen. Wir haben deren Tipps und Tricks gegen die Kälte gesammelt und immer wieder gehört, dass die meisten ihren Job trotz Kälte nicht gegen einen in der warmen Fabrikhalle tauschen würden. Der direkte Kontakt zu den Kunden sorgt für einen kurzweiligen und abwechslungsreichen Arbeitstag, und der nächste Sommer kommt bestimmt. Hier einige der Empfehlungen, was man gegen die Kälte tun kann:

- ⇒ dicke Pullis und Liebestöter
- ⇒ Angora-Unterwäsche
- ⇒ Winterstiefel
- ⇒ vier Hosen übereinander: eine Leggings, darüber eine Thermo-hose, eine Jeans und meine Arbeitshose
- ⇒ Skiunterwäsche
- ⇒ beim Hähnchengrill aufwärmen
- ⇒ Schuhe mit dicken und wärmenden Sohlen
- ⇒ in jedem Schuh zwei spezielle Thermosohlen
- ⇒ der Heizlüfter hilft bei klammen Fingern

- ⇒ anziehen nach dem Zwiebelprinzip: mehrere Schichten Hosen, Hemden und Pullover
- ⇒ die Front mit Klarsichtfolie zukleben und nur ein kleines Fenster zum Durchreichen der Sträube offen lassen
- ⇒ einfach warmarbeiten
- ⇒ Stirnband: Ohren müssen wegen der Wärmeabgabe geschützt werden
- ⇒ fünf Paar Socken in zu großen Schuhen sind bei uns keine Seltenheit
- ⇒ nicht lange auf einer Stelle stehen bleiben
- ⇒ Glühwein — für mich selbst und für die Kunden
- ⇒ kleine Läufer auf die kalten Pflastersteine
- ⇒ das beste Rezept ist Humor, denn wir frieren schließlich gemeinsam

- ⇒ gegen kalte Hände helfen warmes Wasser und ein trockenes Tuch
- ⇒ mein Grill für das Geflügel heizt gut und beschert mir 50 Grad Wärme am Rücken
- ⇒ Schal, Mütze und ab und an gibt es einen warmen Tee
- ⇒ Moonboots
- ⇒ heißer Tee, Wollmütze, Schal und Winterjacke gehören zur Grundausrüstung
- ⇒ Wattejacken
- ⇒ keine engen Hosen anziehen, da muss Luft zwischen, sonst wird's kühl
- ⇒ Stiefelheizung und ein sonniges Gemüt
- ⇒ zusätzliches Vorzelt
- ⇒ Marktmeister und Kunden mit heißem Kaffee und warmem Gebäck bei Laune halten



Solche Schneemassen, wie hier in Bitterfeld, behinderten die Wochenmärkte fast überall ganz extrem. Bild: Brigitte Weigel

Umsatzsteuersatz beim Imbiss auf dem Prüfstand des EuGH

eine Aktualisierung von Steuerberater Berthold Stahl



Am Gerichtshof der EU in Luxemburg soll über den Umsatzsteuersatz von Imbissen auf deutschen Wochenmärkten entschieden werden Bild: Wikipedia User: Cornischong

Bereits mehrfach haben wir an dieser Stelle berichtet, dass im Zusammenhang mit der Festlegung des richtigen Umsatzsteuersatzes (7 % bzw. 19 %) bei Imbissbetrieben hohe Abgrenzungsschwierigkeiten auftreten. Auf die Artikel in "Der Wochenmarkt" Nr. 47 (S. 4) und Nr. 33 (S. 5 u. S. 6) verweisen wir. Diese können Sie, falls Ihnen die Zeitung nicht mehr vorliegt, auf der Homepage der Deutschen Marktgilde eG einsehen.

Nun gibt es Neues zu berichten. Gleich zwei Umsatzsteueresenate des Bundesfinanzhofes haben jetzt vier Fälle dem Europäischen Gerichtshof in Luxemburg (EuGH) zur Entscheidung vorgelegt, weil sie bei dem Verkauf von frisch zubereiteten Nahrungsmitteln grundsätz-

lichen Klärungsbedarf mit EU-rechtlichen Vorgaben sehen.

Streitfrage seit Jahren

Dabei wirft der Bundesfinanzhof die Grundsatzfrage auf, wie der Begriff "Nahrungsmittel" im Anhang H Kategorie 1 der Richtlinie 77/388/EWG auszulegen ist. Der Bundesfinanzhof will geklärt wissen, ob unter Nahrungsmittel auch Speisen und Mahlzeiten fallen, die zum sofortigen Verzehr hergestellt oder aufbereitet werden (oder ob nur im Handel vertriebene Lebensmittel und Speisen begünstigt sind). Für den Fall, dass der EuGH zu dem Ergebnis kommt, dass der Begriff "Nahrungsmittel" erfüllt ist (was erwartet werden kann), möchte der Bundesfinanzhof

auch wissen, wie im Einzelnen zwischen begünstigten Lieferungen und nichtbegünstigten sonstigen Leistungen abzugrenzen ist. Dabei lässt der Bundesfinanzhof (und dies lässt hoffen) Zweifel an der bisherigen Beurteilung erkennen, derzufolge etwa allein einfache Verzehr- vorrichtungen, wie Ablagebretter oder Ähnliches, schädlich sein können.

hohe Erstattungen winken

Die vom Bundesfinanzhof dem EuGH vorgelegten Fragen sind von grundlegender Bedeutung für alle Imbissstände auf Wochenmärkten. Es ist dringend anzuraten, dass alle Umsatzsteuerbescheide (auch die der Vorjahre) bis zur Klärung rechtlich "offen" gehalten werden. Im negativen Fall könnte theoretisch zwar auch eine "Verböserung" (Schlechterstellung) die Folge sein, nämlich wenn der Nahrungsmittelbegriff enger als bislang ausgelegt wird. Dann wird es aber vertrauensschützende Übergangsregelungen des deutschen Gesetzgebers geben müssen. Im Positiven Fall winken hohe Erstattungen.

DMG wartet auf Entscheidung

Sobald die Entscheidung des EuGH zu dieser Umsatzsteuerproblematik gefallen ist, wird auch die Deutsche Marktgilde eG aktuell wieder darüber berichten. Diese Unsicherheit betrifft die Händler auf unseren Wochenmärkten ja schon seit Jahren, und einzelne Gerichte in Deutschland haben immer wieder unterschiedlich entschieden.

Mikrokredite auch für Wochenmarkthändler möglich

Bekannt geworden sind die sogenannten Mikrokredite durch Muhammad Yunus, der 1976 in Bangladesch ein solches Programm initiierte und 2006 dafür den Friedensnobelpreis erhielt. In Entwicklungsländern werden diese Mikrokredite (wenige Euro bis unter 1000 Euro) an Kleinstunternehmer vergeben und sind sehr populär geworden. Sie haben die Wirtschaft dort enorm gestärkt. Die Bundesregierung hat — mit

Blick auf die Wirtschaftskrise — dieses Modell auch für Deutschland beschlossen und Anfang des Jahres die Bochumer GLS Bank beauftragt, solche Mikrokredite für Kleinunternehmer in Deutschland zu vergeben. Da auch Wochenmarkthändler in der Mehrzahl den Kleinunternehmen zuzuordnen sind und genauso wie Existenzgründer immer mehr Probleme haben, bei Banken einen Kredit zu erhalten, ist das eine neue Chance.

Der neue „Mikrokreditfonds Deutschland“ hat ein Volumen von 100 Mio. Euro. Es können maximal 20.000 Euro Kredit je Einzelfall bei einer Laufzeit von bis zu drei Jahren und anfangs 7,5 % Zinsen vergeben werden. Verteilt werden diese Kredite von der — auch als Ökobank bekannten — GLS Bank über regionale Mikrofinanzinstitute.

Infos:

Internet: mikrokreditfonds.gls.de

DMG investiert — neue Software erleichtert Verwaltung

EDV — Ende der Vernunft — so interpretieren leidgeprüfte Anwender, aber auch EDV-Spezialisten, die drei Buchstaben, die unser Leben sowohl im privaten als auch im geschäftlichen Bereich immer mehr bestimmen, gern, zumindest dann, wenn es wieder einmal irgendwelche Problemchen gibt.

große Datenmengen

Dass EDV bei der Organisation und Verwaltung von 111 Standorten und mehr als 9.300 Markttagen jährlich "trotzdem" unverzichtbar ist, weil dabei riesige Datenmengen anfallen — und sorgfältig verarbeitet werden müssen — wird jedem unmittelbar einleuchten: Das fängt bei den Namen, Adressen, Telefonnummern, E-Mail-Adressen usw. der Kontaktpersonen in den Städten und Gemeinden an, mit denen Gespräche über die evtl. Übernahme oder Einrichtung eines neuen Wochenmarktes geführt werden. Dazu gehören u. a. auch die Ansprechpartner in den lokalen Tageszeitungen, um Werbung zu machen, oder die Namen und Anschriften von Lebensmittelhygiene, Reinigungsunternehmen, usw. Es geht weiter über die Beschreibung des Marktplatzes mit seiner Infrastruktur (Strom- und Wasserversorgung, Absperrvorrichtungen für fließenden Verkehr usw.) und seinem gesamten Umfeld (Toilettenanlagen, An- und Abfahrtmöglichkeiten, Parkplätze für Händlerfahrzeuge und Kunden). Natürlich müssen auch die Stammdaten aller Händler (aktuell 13860)

detailliert aufgezeichnet werden, damit z. B. schnell ein neuer Besucher für einen Wochenmarkt gefunden werden kann. Neben Name, Firma, allen Kontaktalternativen zur schnellen Kommunikation vor allem deren Warenangebot, Entfernung um den Firmensitz, in der Märkte beschickt werden, Art und Größe der Verkaufseinrichtung, Strombedarf u. v. a. m. Alles natürlich unter strikter Beachtung der datenschutzrechtlichen Vorschriften (dafür hat die DMG eine externe Datenschutzbeauftragte bestellt). Erst recht muss — gegenüber dem Finanzamt — über jeden kassierten Standgeldbetrag Rechenschaft abgelegt werden können, was im Klartext z. B. heißt, dass im Jahr 2009 z. B. rund 133.000 Händlerkontakte ("Standgeldquittungen") dokumentiert werden mussten.

Vernetzung notwendig

Um diesen Riesenberg an "Verwaltungskram" zu bewältigen, wird bei der Deutschen Marktgilde — natürlich — schon seit Langem auf eine Vielzahl von EDV-Lösungen zurückgegriffen. Das Office-Paket von Microsoft, das sicher jedem mehr oder weniger bekannt ist, bildete mit seinen Möglichkeiten der Textverarbeitung, der Tabellenkalkulation und der Datenbank lange Zeit das Rückgrat der Arbeit. Dazu kam nach und nach immer stärker das Internet und damit die Verknüpfung der einzelnen Arbeitsplätze in ganz Deutschland. Die rasante Entwicklung sowohl der Hard- als auch der

Software drohte uns manchmal fast zu überholen, das eine oder andere Mal haben wir uns gefragt, ob die EDV eher Fluch oder Segen ist. Trotzdem konnten wir uns dieser Entwicklung nicht verschließen.

spezielle Lösung

Vor Kurzem ist in dem Zusammenhang wieder einmal ein großer Schnitt notwendig geworden. Sowohl die Kapazität der nach und nach immer weiter entwickelten Datenbanken als auch die Integration des "Flickenteppichs" aus mehreren Insellösungen einzelner Programme über das Internet waren an ihre Grenzen gestoßen. Nun gab es (leider) keine Lösung, die man für unsere Geschäftstätigkeit der bundesweiten Organisation von Wochenmärkten "von der Stange" kaufen könnte. Seit mehr als zwei Jahren wurde deshalb eine grundsätzlich neue Basis gesucht, konzipiert, auf unsere Bedürfnisse angepasst (allein in Programmierarbeiten wurden mehr als 50.000 Euro investiert) — und am Anfang des Jahres nach einer Schulung aller Mitarbeiter installiert.

Zwei größere Softwarepakete arbeiten jetzt — für unsere Aufgaben individuell angepasst und integriert — zusammen: Unser neues Datenbankprogramm ist mit seiner Spezialisierung auf Adressenverwaltung und Kommunikation Marktführer für professionelles Kunden- und Kontaktmanagement im Mittelstand. Eine betriebswirtschaftliche Software erledigt alles, was mit der Abrechnung der Standgelder, mit statistischen Auswertungen, der Übergabe an die Finanz und Lohnbuchhaltung zu tun hat.

neue Möglichkeiten

Ein besonderes Kennzeichen, das in Zukunft die Aquirierung weiterer Händler erheblich erleichtern wird, ist z. B. die sogenannte "Geocodierung". Dabei wird jeder Händleradresse ihre Koordinate zugeordnet, und auf Knopfdruck können dann z. B. die mobilen Bäcker im Umkreis um einen (neuen) Marktstandort gefunden werden. Ein weiterer Knopfdruck ermöglicht es, ausgewählte Adressen aus diesem Fundus darauf aufmerksam zu machen

(egal ob per SMS oder E-Mail oder Fax oder den guten alten Brief), dass in einem bestimmten Ort an einem bestimmten Wochentag noch ein Standplatz zu vergeben ist.

alle im Netz

Dadurch, dass alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (demnächst bis hin zu den Marktmeistern) über das Internet einen direkten Zugang zu den Informationen "ihres" Marktes haben, z. B. Abrechnungsdaten direkt eingeben können, wird die Kommunikation schneller, Doppelarbeit vermieden, und die Unternehmenszahlen sind immer aktuell. Sowohl für alle in der internen Verwaltung, aber auch für die Niederlassungsleiter mit ihren Außenkontakten zu Kommunen und Händlern haben wir jetzt wieder eine moderne Plattform, die beste Voraussetzungen für unsere zukünftige Arbeit in Richtung optimaler Wochenmarktveranstaltung bietet.

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: 13.500

Redaktionsschluss für die nächste Ausgabe:
31. Mai 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

25 Jahre Deutsche Marktgilde eG

Amtsgericht		in des Verh.		Güter Nr. unter Nr.		eingetragen worden:	
Nr. der Eintragung	a) Name b) Sitz des Vereins	Vorstand Liquidatoren	Redaktionsleiter (Satzung, Vertretung, Auflösung, Entziehung der Rechtsfähigkeit, Konkurs usw.)	e) Tag der Eintragung und Unterschrift f) Bemerkungen			
1	a) DMG Marktgilde eG b) Eschenburg c) Gegenstand des Unternehmens ist: 1) die Organisation von Wochenmärkten, Ausstellungen und Märkten in Sinne des Titels IV der Gewerbeordnung in der Fassung vom 1. Januar 1974, insbesondere die Sicherung und Bewahrung von entsprechenden Flächen für ihre Mitglieder; 2) Durchführung von Handelsgeschäften (Ankaufsvorhaben); 3) Organisation und Durchführung von gemeinsamen, den Mitgliedern dienenden Vorhaben; 4) Abrechnung von anderen Dienstleistungen für die Mitglieder.	Die Hauptversammlung jedes Mitglieds ist auf 200,- € mit beschränkt. a) Kaufmann Jürgen Mees, Hildesheim b) Kaufmann Ulrich Hochberg, Niederrieschbach	Der Status ist am 22. Oktober 1985 errichtet. Die Genossenschaft wird jeweils vertreten durch zwei Vorstandsmitglieder oder durch ein Vorstandsmitglied in Gemeinschaft mit einem Treuhänder. Die Jahresabschluss der Genossenschaft erfolgen unter ihrer Firma in Fachblatt für Absatzgewerbe und Handel "Der Käufer".	a) 17. Dez. 1985 (V.i.S.d.P.) Justizinspekt. b) Status Nr. 14-32 000.			

Bestätigung der amtsgerichtlichen Eintragung der Genossenschaft als erstes "Lebenszeichen" der Deutschen Marktgilde eG (noch als DMG Marktgilde eG) von 1985. Im Herbst soll dieses Jubiläum aus Anlass der turnusmäßig stattfindenden Tagung aller Marktmeister der Deutschen Marktgilde gebührend gefeiert werden.