

Der Wochenmarkt

Hauszeitung der Deutschen Marktgilde eG Nr. 51/Juni'10

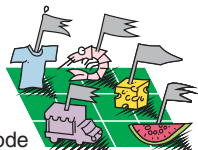
Die Deutsche Marktgilde eG kooperiert mit:



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

Institut zur Erforschung und Förderung des mobilen Handels GmbH

An-Institut der Hochschule Harz, Wernigerode



EMMA

Marketing für Wochenmärkte

Neue Wochenmärkte:

Berlin-Köpenick S. 2

Berlin

Kahl am Main S. 3

Bayern

Hückelhoven-Rathem: S. 3

Ins Zentrum gezogen

Steinhude feiert: S. 4

“Scheunenfest” hat viele Besucher

EMMA startet: S. 5

Frischer Wind für frische Waren

Das Händlerschild: S. 6

Die Auslieferung beginnt

Infoportal-Markthandel: S. 7

Kostenloser Internetservice für Händler und Kunden



Demnächst unterwegs auf den Wochenmärkten — Das Kochevent. Bild: EMMA GmbH

Liebe Leser,

dass es uns in den vergangenen Wochen und Monaten langweilig geworden wäre oder im zweiten Halbjahr noch werden wird, kann man wirklich nicht sagen: Zuerst mussten wir wochenlang Schnee schaufeln und Eis hacken, jetzt halten uns neue Rahmenbedingungen für das Marktgeschehen auf Trab, die dazu führen, dass zusätzliche Informationspflichten erfüllt werden müssen oder ganze Marktordnungen zu überarbeiten sind. Und die Vorbereitungen für unser 25-jähriges Firmenjubiläum und das Marktmeistertreffen im Herbst beanspruchen uns natürlich auch schon.

Aktuell beschäftigen uns — neben der Alltagsarbeit “Wochenmärkte veranstalten” — zwei große Projekte besonders stark: (1) der Auf- und Ausbau des Qualitätsmanagements unserer Märkte und (2) verstärkte Anstrengungen im Bereich Werbung, Öffentlichkeitsarbeit und

Imagepflege des Wochenmarktes, um uns im rauen Wettbewerb des Einzelhandels zu behaupten.

Insbesondere das erste Projekt ist durch eine hohe Komplexität gekennzeichnet. Technische und personelle Anforderungen müssen bei dem neuen “Beschwerdetelefon”, das kurz vor dem Start steht, oder bei dem Infoportal-Markthandel, das bereits seit einigen Tagen läuft, z. B. mit rechtlichen Vorgaben (Stichwort Datenschutz) und wirtschaftlichen Aspekten in Einklang gebracht werden. Welche Überlegungen allein im Vorfeld der Produktion des Händlerschildes, die inzwischen angelaufen ist, angestellt wurden, um das Ganze auch in die Praxis umzusetzen, könnte ganze Ordner füllen.

In dieser Ausgabe wollen wir trotzdem einmal mehr versuchen, Ihnen die Hintergründe und die Ergebnisse unserer Arbeit in Kürze transparent zu machen.

Ihr Dr. Gerhard Johnson

immer aktuell informiert mit dem

DMG-Newsletter

anmelden unter www.marktgilde.de

Marktübernahme in Berlin-Köpenick



Bezirk Treptow- Köpenick

Der Stadtteil Altköpenick (im Berliner Bezirk Treptow-Köpenick) ist durch die Geschichte des findigen Gauners "Hauptmann von Köpenick" weltweit bekannt geworden. Anfang des letzten Jahrhunderts verkleidete sich ein Schuhmacher als Hauptmann, drang in Begleitung von Soldaten ins Rathaus ein, ließ den Bürgermeister verhaften und raubte "offiziell" die Stadtkasse. Diese amüsante wie turbulente Geschichte lockt noch heute viele Touristen zum historischen Schauplatz.

In unmittelbarer Nähe liegt auch der Schloßplatz in der Altstadt, auf dem

jeden Dienstag und Donnerstag der Wochenmarkt errichtet wird.

Die Deutsche Marktgilde hat ihn am 23. März übernommen. Die Berliner, aber auch die vielen Touristen, besuchen und nutzen gerne das bunte Angebot an frischen Lebensmitteln und das erweiterte Sortiment mit Blumen und Pflanzen sowie Korbwaren. Weitere Besuchermagnete sind frische Brötchen, Kuchen, Obst und Gemüse, Spree-waldprodukte in großer Auswahl, frisches Geflügel und Wild, Fleisch- und Wurstwaren, Eier, Fisch, Käse und Molkereiprodukte, Feinkostzeugnisse, selbst die berühmte Berliner Currywurst fehlt nicht.

Auch eine Verbindung zur Geschichte gibt es: Ein Mitglied der aktuellen Köpenicker Hauptmann-garde bietet deftige Mittagsangebote aus der Gulaschkanone.



Die Kunden wurden mit einer Frühlingsblume begrüßt und konnten Einkaufsgutscheine für den Wochenmarkt beim "Köpenick-Quiz" gewinnen.



Die Berliner nutzen ihren Wochenmarkt — neben dem Einkaufen — gerne auch als Treffpunkt.
Bilder Brigitte Weigel

Infos:

Marktzeit: **jeden Di, Do 8.30-17.00 Uhr**
Händlerzahl: **ca. 15**
Platz: **Schloßplatz/Grünstraße**
Ort: **12555 Berlin-Köpenick**
zuständig: **DMG Limb.-Oberfroha**
Marktmeister: **Michael Biedermann**
Internet: **www.berlin.de/ba-treptow-koepenick**

Marktmeister jetzt auch direkt per E-Mail erreichbar

Die DMG ist bei der Verwaltung ihrer 184 wöchentlich stattfindenden Märkte einen großen Schritt weiter gekommen. Durch das neue EDV-System sind jetzt alle über 130 DMG-Marktmeisterinnen und -Marktmeister direkt per E-Mail erreichbar. Wichtige interne Informationen können so schnell, kostengünstig und einfach verteilt werden, aber auch Markthändler können auf direktem Weg mit den "Marktverantwortlichen vor Ort" kommunizieren.



Visitenkarte der Bonner Marktmeisterin

Die jeweilige Adresse setzt sich aus dem (den) ersten Buchstaben des Vornamens, gefolgt von einem Punkt und dem Nachnamen sowie dem obligatorischen **@marktgilde.de** zusammen.

Durch die Umbenennung in Deutsche Marktgilde eG wurden ohnehin neue Visitenkarten für alle DMG-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter notwendig, so konnten auch die neuen E-Mail-Adressen direkt ergänzt werden.

Wunsch geht in Erfüllung: Neuer Wochenmarkt in Kahl am Main



Im bayerischen Kahl am Main ging der Wunsch nach einem Wochenmarkt am 14. April in Erfüllung.

Bild: Thomas Candidus



Gemeinde Kahl am Main

Den meisten Campern ist die idyllische Gemeinde mit ihrer Seenplatte — vor den Toren des Rhein-Main-Gebietes gelegen — ein Begriff, beherbergt sie doch den größten Campingplatz in Bayern. Seit dem

Frühjahr gehört auch ein Wochenmarkt dazu, der die Nahversorgung mit frischen Lebensmitteln, Waren des täglichen Bedarfs und dem erweiterten Sortiment verbessert.

Aus der Bevölkerung wurde der Wunsch nach einem Markt an den Gemeinderat herangetragen. "Der neue Wochenmarkt wird zum Treffpunkt ausgebaut. Wir möchten auch kulturelle Veranstaltungen integrieren, so ist schon die Musikschule

aus Kahl aufgetreten", freut sich Thomas Candidus, der diesen Wochenmarkt neu aufgebaut hat.

Infos:

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

Händlerzahl: **ca. 20**

Platz: **Pfarrer-Lippert-Platz**

Ort: **63796 Kahl am Main**

zuständig: **DMG Bad Orb**

Marktmeister: **Bruno Willmann**

Internet: **www.kahl-main.de**

Ratheimer Wochenmarkt zieht ins Zentrum



Bild: Friedrich Holzhauser

Seit Anfang April können die Ratheimer wieder auf ihrem geliebten Wochenmarkt einkaufen und sich zu einem Plausch treffen. Nach rund einem halben Jahr Pause eröffnete Dieter Geitner (1. stellvertretender Bürgermeister von Hückelhoven) den Wochenmarkt am neuen zentralen Platz im Hückelhovener Stadtteil. Zwischen dem Alten Rathaus und der Kreissparkasse gelegen, erweitert der Markt das innerstädtische Warenangebot und ergänzt den stationären Einzelhandel. Durchschnittlich acht Beschicker — mit einem ausgewogenen wochenmarkttypischen Frischesortiment — bauen immer mittwochs von 8.00-12.30 Uhr den kleinen aber feinen Markt auf. Friedrich Holzhauser vom DMG-Hauptsitz in Eschenburg erklärt dazu: "Viel mehr Händler kann ich auf dem begrenzten Platz auch nicht stellen. Für den einen oder anderen Händler mit Käse, Geflügel, Tee&Gewürzen, Feinkost oder mit erweitertem Angebot bin ich aber noch offen".

Ein großer Vorteil — neben der zentralen Lage — sind ausreichend kostenlose Parkplätze in unmittelbarer Umgebung.

Wochenmarkt in Wunstorf-Steinhude feiert "Scheunenfest"



Strahlender Sonnenschein lud in Steinhude zu einem ausgedehnten Marktbummel beim Scheunenfest ein.

Bild: Kay Even

Vor zehn Jahren wurde das Scheunenviertel in Wunstorf-Steinhude im Rahmen der EXPO in Hannover aufwendig saniert. Die vorher recht maroden Scheunen, die als Ensemble vermutlich schon seit dem 16. Jahrhundert existieren, haben sich seither als "Gute Stube" und Treffpunkt in Steinhude etabliert. Zum Jubiläum Ende Mai gab es ein umfangreiches Programm mit Livemusik, Treckertreffen, Vorträgen und weiteren Veranstaltungen. Auch der DMG-Wochenmarkt, der seit 2006 zum Scheunenviertel gehört, hat mitgefeiert und die vielen Besucher mit kulinarischen Köstlichkeiten verwöhnt. Die große Attraktion — besonders bei den Kindern — waren aber die alten "Schätzchen" wie Deutz-Fahr, Lanz Bulldog oder Holder, alle liebevoll restauriert und fahrbereit.

Marktmeistertreffen in Berlin am 19. und 20. September

Beim ersten Marktmeistertreffen 1993 in Potsdam waren es gerade einmal 20 Marktmeisterinnen und Marktmeister, in diesem Jahr werden über 100 aus ganz Deutschland — zum 25-jährigen Jubiläum in der Hauptstadt Berlin — erwartet. Die kontinuierliche Entwicklung der Deutschen Marktgilde zeigt sich auch ganz deutlich anhand dieser Zahlen.

Schwerpunkte bei dem kommenden Treffen werden insbesondere die Vorstellung der neuen Tochtergesellschaft EMMA-Marketing für Wochenmärkte, die neuen rechtlichen Rahmenbedingungen unserer Aktivitäten (z. B. die Konsequenzen für unsere Marktordnung) sowie die Weiterentwicklung des Qualitätsmanagements (Zusammenhang zwischen Informationspflichtenverordnung, Infoportal Markthandel, Händlerschildern, Service-Telefon usw.) sein.

Aber auch der interessante und lehrreiche allgemeine Erfahrungsaustausch und das gegenseitige Kennenlernen der Marktmeisterin-

nen und Marktmeister untereinander ist wieder sehr wichtig. Wenn mehr als 100 Experten die jeweiligen besonderen Bedingungen "ihres" Wochenmarktes erörtern und schildern, wie sie ein spezielles Problem gelöst haben, welche Ideen sie eingebracht haben, um den Wochenmarkt in der Bevölkerung bekannt zu machen oder aufkommende Probleme zu lösen — dann liegt dort ein Riesenpotenzial an Erfahrung, das es zu nutzen gilt und das zum gegenseitigen Lernen geradezu einlädt.

So fing alles an — die DMG vor 25 Jahren

Präambel

Die Unterzeichner der nachfolgenden Satzung der "DMG Marktgilde e. G." haben in dem Bewußtsein, daß der gesamte Berufsstand des ambulanten Gewerbes und der Schausteller eine einzelfirmenübergreifende Organisation benötigt, eine Genossenschaft gegründet.

Die Unterzeichner stellen fest, daß die seit vielen Jahren auf die Einzelfirmen einwirkenden konjunkturellen Einflüsse und die vorhandene Konkurrenzsituation zum stationären Handel einen Handlungsbedarf hervorrufen. Ein weiterer Grund für die Genossenschaft ist es, daß der Titel IV der Gewerbeordnung in der Fassung vom 01.01.1978 es ermöglicht, daß auf einigen regional begrenzten Gebieten außenstehende Firmen hinsichtlich der zur Verfügungstellung von Marktflächen eine Monopolstellung erreichen und den gesamten Berufsstand in seiner Existenz bedrohen können. Die Lösung dieser Problematiken bedingen eine einzelfirmenübergreifende Tätigkeit.

Die Rechtsform der Genossenschaft wurde als ideal empfunden, um unter den gegebenen Bedingungen den formal notwendigen Rahmen zu schaffen. Diese Genossenschaft steht nicht im Wettbewerb zu den Verbandsvertretungen der Berufsorganisation, sondern soll die notwendige Ergänzung darstellen, da den Verbandsvertretungen ein marktgerechtes Handeln, bedingt durch eine andere Aufgabenstellung, nicht möglich ist.

Erklärter Zweck der Genossenschaft ist, den Erwerb bzw. die wirtschaftliche Basis ihrer Mitglieder mittels gemeinschaftlichen Geschäftsbetriebes zu fördern. Die Mitgliederselbstverwaltung betont dabei die solidarische Selbsthilfe und Selbstverantwortung. Der Nutzen der Mitglieder steht im Mittelpunkt der Genossenschaft.

Siegen, den 22. Oktober 1985

Frischer Wind für frische Waren



Die Planung, Entwicklung und Durchführung von Wochenmärkten wird immer komplexer und anspruchsvoller. Hier sind Spezialisten aus allen betroffenen Bereichen gefordert. Angefangen von den Marktmeistern "vor Ort", über die Niederlassungsleiter (diese kennen ganz genau die "Eigenheiten" jedes Wochenmarktes) bis hin zum DMG-Vorstand und -Aufsichtsrat, in denen Diplomkaufleute, Steuerberater und Rechtsbeistand mitarbeiten. Um den großen, arbeitsintensiven und immer wichtiger werdenden Bereich des Marketings in Zukunft noch mehr zu fördern, wurde diese Mannschaft jetzt um einen weiteren Spezialisten ergänzt: Ralf Piel wird als erfahrener Marketing-Fachmann die Tochtergesellschaft "EMMA Marketing für Wochenmärkte GmbH" leiten, die frischen Wind auf die Marktplätze bringen soll.

"Wir beobachten zwei gegenläufige Trends," meint Ralf Piel, "zum einen der bekanntermaßen immer härter werdende Wettbewerb mit den großen Discountern und zum anderen eine wachsende Zahl von Verbrauchern,



Ralf Piel — der Fachmann von EMMA.

denen die Qualität, Frische und Herkunft Ihrer Lebensmittel sehr wichtig sind und die gerne auf dem Wochenmarkt einkaufen, weil Sie hier ihre Ansprüche erfüllt bekommen. Genau das ist der Ansatzpunkt von EMMA: das überwiegend gute Image, das Wochenmärkte bei den Kunden haben, auch in der breiten Öffentlichkeit bekannt zu machen und langfristig immer wieder zu stärken."

Als Spezialist für Werbung und Marketing leitet Ralf Piel seit 16 Jahren seine eigene Werbeagentur. Er betreut dabei schon seit Jahren Markthändler und Wochenmarktveranstalter. Es wurden ganze Werbekonzeptionen mit Anzeigen, Flyern, Fahrzeugbeschriftungen, Internetauftritten usw. entworfen und erfolgreich umgesetzt.

Marketing für alle Wochenmärkte

„Wir sind sicher, mit Herrn Piel den richtigen Mann für diese Aufgabe gefunden zu haben,“ sagt Prof. Dr. Johnson, Sprecher und Vorstandsvorsitzender der DMG. EMMA hat das Ziel, möglichst viele attraktive Aktionen auf und für Wochenmärkte zu entwickeln und auch selbst durchzuführen. Dabei werden die Aktivitäten auf die speziellen Bedürfnisse und Besonderheiten der Wochenmärkte maßgeschneidert und mit den Beteiligten zusammen durchgeführt.

Kochshow: Start in Hückelhoven

Zu den ersten EMMA-Events gehört eine Live-Koch-Show, deren Premiere am 18. Juni auf dem Hückelhovener Markt ist, gefolgt vom Monheimer Markt am 19. Juni. Vor den Augen der Besucher kocht der prominente Euro-Toques Sterne-Koch Markus Haxter unterstützt vom Moderator Harry Flint. Gekocht wird in einem Zelt direkt auf dem Wochenmarkt mit frischen Zutaten vom Wochenmarkt und nach praktischen Rezeptkarten aus einem besonderen Wochenmarkt-

Kochbuch. Die Marktbesucher werden in den gesamten Prozess aktiv mit einbezogen: Einkaufen mit Markus Haxter, kochen mit Markus Haxter, alles probieren und — wenns geschmeckt hat — später zuhause einfach nachkochen. So halten die positiven Eindrücke der Aktion noch lange an, und der Wochenmarkt bleibt in guter Erinnerung.

viele gute Ideen

In der weiteren Zukunft werden die Aktionen von EMMA ausgeweitet, geplant sind dabei u. a.:

- ⇒ Wochen- und Monatsprojekte für Kindergärten und Schulen zum Thema gesunde Ernährung; mit einem abschließenden Besuch auf dem Wochenmarkt;
- ⇒ mobile Promotion: Ein Moderator stellt auf einer transportablen "Ein-Mann-Bühne" Händler und Ihre Waren vor. Der Marktbesucher wird durch kleine Aufgaben eingebunden und zum Mitmachen motiviert;
- ⇒ der Bauernhof zu Besuch auf dem Wochenmarkt — Lebensmittel aus der Region.

Infos:

EMMA
Marketing für Wochenmärkte GmbH
 Eichenfeldstr. 55
 40764 Langenfeld
 Geschäftsführer: **Ralf Piel**
 Mobilnummer: **0173/9834001**
 E-Mail: **info@emma-marketing.de**
 Internet: **www.emma-marketing.de**

Unsere nächsten "Neuen" sind:

ab 2. Juli '10 **32423 Minden** Fr 14.00-18.00 Uhr
 Di, Do, Sa 8.00-14.00 Uhr

Interessierten Wochenmarkthändlern aus dem "grünen Bereich" bieten wir beim Freitagsmarkt noch freie Standplätze an. An den anderen Markttagen können einzelne Sortimente ergänzt werden. Melden Sie sich bitte bei der DMG-Niederlassung in Lübbecke. Tel.: (05741) 24095-90, Fax: (05741) 24095-92, E-Mail: k.even@marktgilde.de

ab 3. Juli '10 **04539 Groitzsch** Sa 8.00-12.00 Uhr

Interessierten Wochenmarkthändlern mit allen Sortimenten bieten wir auf diesem Markt 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

Das Händlerschild wird ausgeliefert

Das Thema Händlerschilder oder Firmenschilder bewegt die Betroffenen des mobilen Handels seit Jahrzehnten und wurde auch in unserer Hauszeitung schon wiederholt aufgegriffen (zuletzt z.B. in den Ausgaben Nr. 48 und Nr. 49). Gegenstand der z. T. sehr konträr geführten Diskussionen in dem Zusammenhang waren oft unterschiedliche Auffassungen darüber, welche Pflichtangaben auf einem Händlerschild enthalten sein müssen: Name? Komplette Anschrift? Händler argumentierten in Richtung minimaler Auskünfte — weil sonst irgendwelche Ganoven animiert werden könnten, ihre während der Marktzeiten verwaisten Wohnhäuser oder Geschäftsräume aufzusuchen und sich dort "zu bedienen"; die Endkunden, die auf dem Markt einkaufen, und die Verbraucherschützer wollten mehr Informationen, um den Händler/Verkäufer gegebenenfalls eindeutig identifizieren sowie ansprechbar oder haftbar zu machen, wenn es um Reklamationen oder sogar Schadensersatz ging.

neue DL-InfoV

Die neue "Dienstleistungs-Informationspflichten-Verordnung" (DL-InfoV) schafft in dem Zusammenhang eine gewisse Klarheit. Mit der Verordnung bürdet der Gesetzgeber der Wirtschaft erneut besondere Pflichten auf, wenn es um die wirtschaftliche Betätigung — in diesem Fall das Angebot von Dienstleistungen — geht.

Markthändler sind betroffen

Auch Wochenmarkthändler fallen leider in den Anwendungsbereich dieser EU-Richtlinie und müssen sich deshalb zwangsweise mit der Dienstleistungs-Informationspflichten-Verordnung beschäftigen.

DMG entwickelt Händlerschild

Die Deutsche Marktgilde hat auf diese neuen rechtlichen Rahmenbedingungen kurzfristig reagiert. Der Ansatz beruht auf zwei zentralen Bausteinen:

1. Einem attraktiven Händlerschild (auf Basis einer beschichteten Aluminiumplatte), das nicht nur



die formalen Vorgaben erfüllt, sondern zusätzlich eine Werbewirkung entfaltet, indem es durch Sauberkeit, Farbigkeit und Einheitlichkeit die Qualität eines jeden Händlers und des ganzen Marktes nach außen transportiert.

2. Hinweisen auf weitere Informationsmöglichkeiten sowohl zum einzelnen Händler (Infoportal Markthandel) als auch zur Deutschen Marktgilde als Marktveranstalter (mit kostenloser Telefon-Hotline).

Diese Maßnahmen setzen neue Qualitätsmaßstäbe für die DMG-Märkte und deren Händler.

kostenlose Hotline

Mit der kostenlosen Hotline geht die DMG einen deutlichen Schritt weiter und unterstreicht die eigene Serviceorientierung. Wochenmarktkunden können sich unter der Nummer **0800-5890140** melden, sollten sie einmal mit der Warenqualität oder mit einem Händler bzw. dem Wochenmarkt als Ganzes nicht zufrieden sein. Aber auch weitere Anregungen werden unter dieser Nummer gerne entgegen genommen.

praktische Umsetzung

Nach den ersten Ankündigungen zu diesem großen Projekt, die an alle Händler verteilt wurden, sind einige Fragen zur Umsetzung aufgetreten.

Die wichtigsten beantwortet der DMG-Vorstandssprecher Prof. Dr. Gerhard Johnson:

Was kostet mich das Schild?

Prof. Johnson: Jeder Händler auf einem DMG-Markt erhält ein Händlerschild kostenlos. Das solide Schild sollte aber natürlich pfleglich behandelt werden, damit es lange hält und gut aussieht.

Muss ich das Schild aufhängen?

Prof. Johnson: Von den Händlern erwarten wir, dass sie ihr neues Schild aufhängen — aus ihrem eigenen Interesse in Sachen Informationspflichten, aber auch im Interesse des gesamten Marktes. Im Zusammenhang mit dem ebenfalls kostenlosen Infoportal (**www.infoportal-markthandel.de**) bietet die DMG den Händlern auf ihren Märkten einen erheblichen Zusatznutzen, weil sie die neuen Vorschriften nicht anderweitig erfüllen müssen. Die Verpflichtung zum Aushang wird in der nächsten Fassung der Marktordnung verankert werden.

Wie erhalte ich das Schild?

Prof. Johnson: Die aufwendige Produktion der Schilder — in jedem Schild wird der Händlernamen individuell eingedruckt und witterungsbeständig versiegelt — hat gerade begonnen. Die Marktmeister werden die Schilder in den kommenden Tagen auf den DMG-Märkten direkt an die Händler ausgeben.

DMG eröffnet Infoportal für Händler und Kunden im Internet

Auf das Thema "Dienstleistungs-Informationspflichten-Verordnung" sind wir im Rahmen unserer Webseite und mit einem Sondernewsletter an anderer Stelle bereits mehrfach eingegangen. Hier deshalb in Kürze nur noch einmal der Hintergrund, der die Deutsche Marktgilde eG bewegen hat, kurzfristig einen weiteren kostenlosen Service für den Markthandel ins Leben zu rufen:

Am 17. Mai ist die neue „Dienstleistungs-Informationspflichten-Verordnung“ (DL-InfoV) in Kraft getreten. Damit sind Vorgaben der EU-Richtlinie im Hinblick auf Verbraucherschutz, Transparenz und Qualitätspolitik im Dienstleistungsbereich in nationales Recht umgesetzt worden. Ab sofort sind auch alle Wochenmarkthändler verpflichtet, die geforderten Pflichtinformationen wie z. B. Name, Vorname, Adresse, Firma, Rechtsform, Registernummer, Umsatzsteuer-Identifikationsnummer usw. ständig bereit zu halten. Der Markthändler hat mehrere Möglichkeiten, diese Informationen seinen Kunden bereitzustellen. Er kann sie am Marktstand so vorhalten, dass sie dem Kunden leicht zugänglich sind oder — praktischer Weise — elektronisch zur Verfügung zu stellen. Diese Möglichkeit greift das Infoportal-Markthandel.de auf. Verstöße gegen die Verordnung können nach § 146 Abs. 2 Nr. 1, Abs. 3 GewO i.V.m. § 6 DL-InfoV mit einer Geldbuße bis zu 1.000 Euro belegt werden. Daneben dürfte es nur eine Frage der Zeit sein, bis erste teure Abmahnungen von Anwälten an Markthändler erfolgen, die diesen Pflichten nicht nachkommen.

Da sich die Deutsche Marktgilde eG als umfassender Dienstleister für den Wochenmarkt und dabei vor allem für die Händler versteht, hat sie das neue "Infoportal" geschaffen, mit dem jeder Händler (unabhängig, ob er auf einem DMG-Wochenmarkt seine Ware anbietet oder nicht) den neuen Vorschriften nachkommen kann.

Unter der Internetadresse www.infoportal-markthandel.de kann sich jeder Markthändler kostenlos registrieren, sein komplettes Profil eintragen und damit seinen Informationspflichten nachkommen. Alle vom Gesetz geforderten Daten kann er so den Kunden zur Verfügung stellen. Es ist dann ausreichend, dem Kunden die Internetadresse dieser Informationmöglichkeit — z. B. über das neue DMG-Händlerschild — mitzuteilen. Die Deutsche Marktgilde gehört damit zu den Ersten, die überregional und zentral eine solche einfache und praktikable Lösung für die Umsetzung der neuen Vorschriften anbietet. Ein Infoblatt zu diesem Thema wurde in den vergangenen Tagen bereits auf allen DMG-Wochenmärkten von den Marktmeistern an die Händler verteilt, steht aber auch auf der DMG-Homepage unter Presse/Presseinformation: www.marktgilde.de/images_downloads/Haendlerinformation.pdf als pdf-Datei zum Download allgemein zur Verfügung.

Diese folgende Startseite ist der Einstieg in das Infoportal Markthandel. Sie erscheint nach Eingabe von www.infoportal-markthandel.de. Wie aus der Suchmaschine Google bekannt, kann hier über ein einziges Eingabefeld nach Händlern gesucht werden. Die Eingabe von Sternchen – z. B. *Bäck* – führt dabei auch dann zu allen Bäckern und Bäckereien, die unter diesem Begriff registriert sind, wenn die Schreibweise nicht hundertprozentig bekannt ist.

Über den Bereich, der nur für Markthändler reserviert ist, müssen – bevor man etwas finden kann – natürlich zunächst Daten eingegeben werden. Dies erfolgt in zwei Schritten: (1) Zunächst muss sich der Händler über die Schaltfläche **Registrieren** beim Portal anmelden, und wenn die Bestätigung dafür bei ihm eingetroffen ist (an Werktagen i.d.R. innerhalb weniger Stunden per E-Mail), kann er oder sie (2) über die Schaltfläche **Händlerlogin** alle seine bzw. ihre (Pflicht-)Informationen eingeben und später ändern.

Nachdem sich der Händler (mit seiner Händlernummer, die er per E-Mail erhält und seinem frei gewählten Passwort) eingeloggt hat, erscheinen nochmal die von ihm eingegebenen Daten, diese muss man mit einem Klick auf die Schaltfläche **Speichern** endgültig bestätigen. Danach sind alle Daten erfasst und können den Vorschriften entsprechend von Kunden eingesehen werden.

Zwischen den einzelnen Schritten der Registrierung und der Dateneingabe werden dem Nutzer die jeweils notwendigen weiteren Aktionen durch Bildschirmmeldungen und E-Mails erklärt. Wartezeiten dazwischen sind dabei aus organisatorischen und sicherheitstechnischen Gründen ebenso erforderlich, wie die ausdrücklichen Bestätigungen, sich am Portal zu den genannten Bedingungen zu beteiligen, aus datenschutzrechtlichen Gründen.

Infoportal Markthandel

Hier können Sie suchen nach:
Händlernummer, Vorname, Nachname, Firma

Für die Richtigkeit und Vollständigkeit dieser Angaben ist ausschließlich dieser Händler selbst verantwortlich.

Händler-Nummer: 25689
Name: Mustermann
Vorname: Hans
Firma: Hans Blumen
Straße und Hausnr.: Musterweg 123
PLZ, Ort: 12345 Musterstadt
Rechtsform: GmbH
Registergericht: Musterstadt
Registernummer: 987654
E-Mail: Mustermann@markthandel.de
Handynummer: 0171123456789
Umsatzsteuer-ID: 98-7654-321

AGB und sonstige Geschäftsbestimmungen:

Hier ein Beispiel, welche Daten der interessierte Kunde nach erfolgreicher Suche über einen Händler sieht.

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:
23. August 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 Leserschriften, behält sich aber vor, diese gegebenenfalls zu kürzen. Eine Veröffentlichungsgarantie besteht nicht.

ISSN 1617-7347