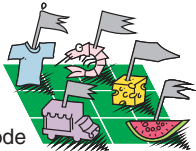


Der Wochenmarkt

Die Deutsche Marktgilde eG kooperiert mit:



Institut zur Erforschung
und Förderung des
mobilen Handels GmbH
Institut an der Hoch-
schule Harz, Wernigerode



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

Neue Wochenmärkte:	
Kleinostheim (Bayern)	S. 2
Dreieich-Sprendlingen (Hessen)	S. 2
Ober-Mörlen (Hessen)	S. 3
Trostberg (Bayern)	S. 3

Jahresendspurt:	S. 4
Letzte Aktionen für 2013 auf Wochenmärkten	

"Herbsttour":	S. 5
Herbstliche Aktionen sorgen für volle Marktplätze	

Das besondere Angebot:	S. 5
Frische Bio-Milch zum Zapfen	

Rezepttütenaktion:	S. 6
Studentinnen testen neues Verkaufskonzept	

Marktleiterschulung:	S. 7
Über 100 Marktgilde-Mitarbeiter in Radebeul	+ S. 8



Für mehr als 100 Marktgilde-Mitarbeiter war in Radebeul bei Dresden "Schulbankdrücken" angesagt.
Bild: Jürgen Reichel

Liebe Leser,

welch gutes Image Wochenmärkte "im Prinzip" haben, kann man in letzter Zeit u. a. wieder einmal am Verhalten der großen Konkurrenten sehen: Dass die einschlägigen Verkaufsabteilungen mit "Frischemarkt", "Obst- und Gemüsemarkt" oder sogar "Wochenmarkt" plakatiert werden, gibt es ja schon lange. Dass die Warenpräsentation in Form von imitierten Marktständen erfolgt, ist ebenfalls weit verbreitet. Neuerdings springen die Supermärkte und Discounter aber auch inhaltlich — nach der Bio-Welle — als Trittbrettfahrer wieder einmal auf einen Trend auf, der eigentlich nur zum Wochenmarkt passt und eine seiner ureigenen Stärken ist: Regionalität.

Die Branchenriesen Edeka und REWE beispielsweise appellieren an tiefverwurzelte Gefühle, Sehnsüchte und Werte der Menschen. Sie bewerben ihre entsprechenden Angebote deshalb z. B. mit sehr emotionalen Schlagworten wie "Aus Liebe zur Heimat", "Mein Land", "Unser Hof" o. ä. Offensichtlich ist den Konzernen ein Dorn im Auge, dass Wochenmärkte gerade aufgrund der Lebensmittelskandale der

vergangenen Jahre, die sie ja aufgrund ihrer Mengen- und Preispolitik mit befördert haben, Pluspunkte durch Regionalität sammeln konnten.

Diverse Umfragen und Studien kommen nicht umsonst zu dem Schluss, dass Verbraucher Eier, Milchprodukte, Fleisch, Obst und Gemüse am liebsten vom Bauern "um die Ecke" wollen. Die Herkunft der Lebensmittel wird zunehmend wichtiger als die ständig verfügbare Vielfalt. Viele Verbraucher sind bereit, auf bestimmte Produkte zu verzichten, weil diese in einigen Monaten nicht regional produziert werden können.

Dazu kommen Argumente wie mehr Transparenz und Ehrlichkeit, Frische, kurze Lieferwege, Wissen um die Herkunft und vor allem Förderung der lokalen Wirtschaft.

Frage ist: Wie lange bleiben die Überschriften bei den Großen ehrlich? Immerhin macht sich das Bundeslandwirtschaftsministerium schon Gedanken, ob mit einer neuen Kennzeichnung "Regionalfenster" Transparenz geschaffen werden kann.

Ihr Dr. Gerhard Johnson

Wochenmarkt in Kleinostheim hatte Premiere



Gemeinde Kleinostheim

Ganz schnell füllte sich zur Wochenmarktpremiere am 20. September das Pausenhofgelände der Dr.-Albert-Liebmann-Schule (Brentanoschule) in Kleinostheim. Die Händler hatten alle Hände voll zu tun, ihre frischen Produkte an die Frau und den Mann zu bringen.

Gemeinsam mit Bürgermeister Hubert Kammerlander eröffnete Marktgilde-Niederlassungsleiter Uwe Lorey den Wochenmarkt in der bayerischen Gemeinde. In seiner Ansprache betonte Kammerlander: "Die Ortsmitte von Kleinostheim soll künftig jeden Freitagnachmittag zu einem Einkaufszentrum Wochenmarkt werden." Das Angebot mit Obst und Gemüse aus kontrolliertem integriertem Anbau, frischen



Bild: Uwe Lorey

Viel Andrang gab es zur Marktpremiere in Kleinostheim auch beim Obsthof Wolf.

und geräuchertem Fisch, Käse, Fleisch und Wurst aus Unterfranken, Fruchtweine, Edelbrände, Essig und Öle, feine Pasta-Spezialitäten und hausgemachtes Pesto, Meeresfrüchte, Oliven und vegane Aufstriche und nicht zu vergessen gute Produkte aus "Fairer Handel" laden dazu ein.

Infos:

Marktzeit: **Fr 14.00-19.00 Uhr**

Händlerzahl: **ca. 10**

Platz: **Pausenhof der Dr. Albert-Liebmann-Schule (Brentanoschule)**

Ort: **63801 Kleinostheim**

zuständig: **Marktgilde Bad Orb**

Marktleitung: **Bruno Willmann**

Internet: **www.kleinostheim.de**

Dreieich-Sprendlingen hat jetzt auch einen Samstagsmarkt



Bürgermeister Dieter Zimmer (Mitte) eröffnet mit Uwe Lorey (rechts) das Markttreiben auf dem Egenberger Parkplatz.

Bild: Reinhold Diegel



Stadt Dreieich

Dreieich-Sprendlingen hat am 5. Oktober mit dem neuen Samstagsmarkt "Wochenmarktzuwachs" erhalten. "Als Ergänzung zum Donnerstagmarkt, der vormittags

stattfindet, hat dieser Samstagstermin gute Chancen sich ebenfalls zu etablieren und die Innenstadt zu beleben", wünschte sich Bürgermeister Dieter Zimmer in seiner Eröffnungsansprache. "Für Berufstätige ist es samstags einfacher, die frischen und regionalen Produkte beim Markthändler ihres Vertrauens einzukaufen", ergänzte Uwe Lorey von der Marktgilde.

Trotz regnerischem Herbstwetter kamen viele Besucher und probierten interessiert das neue Angebot. Musikalisch sorgte die Band Jazz Classics für eine gute Einkaufsunterhaltung. Boten zur Premiere sieben Händler ihre Frischeprodukte an, konnte die Marktgilde mittlerweile Beschicker mit den Sortimenten Obst & Gemüse und Feinkost ergänzen. Weitere Händler mit attraktiven Wochenmarkt-Angeboten haben ihr Interesse für Dreieich-Sprendlingen angemeldet. Die Betreuung vor Ort hat der erfahrene Marktleiter Reinhold Diegel übernommen, der schon seit Jahren für weitere Marktgilde-Märkte im Rhein-Main-Gebiet verantwortlich ist.

Infos:

Marktzeit: **Sa 9.00-15.00 Uhr**

Händlerzahl: **ca. 10**

Platz: **Egenberger Parkplatz, Hauptstraße 37**

Ort: **63303 Dreieich-Sprendlingen**

zuständig: **Marktgilde Bad Orb**

Marktleitung: **Reinhold Diegel**

Internet: **www.dreieich.de**

Jeden Dienstag grüner Wochenmarkt in Ober-Mörlen

Der Wettergott meinte es besonders gut: Bei strahlendem Sonnenschein wurde am 22. Oktober der grüne Wochenmarkt im malerischen Schlosshof in Ober-Mörlen eröffnet. Bereits vor dem offiziellen Beginn des Wochenmarktes füllte sich der Wochenmarkt, die Ober-Mörlener konnten es kaum erwarten. Und so dauerte es nicht lange, bis die ersten Besucher mit gut gefüllten Marktgilde-Einkaufstaschen im angrenzenden Café "Schlossgeist"

beim Plausch mit Nachbarn das bunte Treiben im Schlosshof und den herrlichen Sonnennachmittag genossen.

Bürgermeister Jörg Wetzstein, der gemeinsam mit dem Niederlassungsleiter der Marktgilde, Uwe Lorey, den Wochenmarkt eröffnete, freute sich über die gelungene Premiere. "Ich wünsche uns allen, dass der Wochenmarkt hier vor der Schlosskulisse eine dauerhafte Bereicherung der Nahversorgung

unserer Gemeinde werden möge", rief er den Besuchern zu.

Diese zeigten sich begeistert vom umfangreichen Frischeangebot: herzhaftes Brot und Backwaren, leckerer Käse, Ober-Mörlener Wildspezialitäten, gutes Obst und Gemüse, frisches Geflügel und Landeier, schmackhafte Fleisch- und Wurstspezialitäten, süße Fruchtseccos und -säfte und gute Weine. Eine reichhaltige, jahreszeitliche Blumen- und Pflanzenauslage rundet das Angebot ab.

Die Besucher konnten beim Dreh am Glücksrad die beliebten Marktgilde-Einkaufstaschen und weitere Sachpreise gewinnen. Drei Präsentkörbe, gefüllt mit Produkten vom Wochenmarkt und gestiftet von den Händlern, gingen an glückliche Gewinner eines Rätsels zur Geschichte von Ober-Mörlen.



Herrliches Wochenmarktflair mit leckeren Produkten vor historischer Kulisse — das gibt es jetzt auch jeden Dienstag auf dem Schlosshof in Ober-Mörlen. Bild: Uwe Lorey

Infos:

Marktzeit: **Di 14.00-18.00 Uhr**

Händlerzahl: **ca. 10-12**

Platz: **Schlosshof**

Ort: **61239 Ober-Mörlen**

zuständig: **Marktgilde Bad Orb**

Marktleitung: **Kevin Scheibel**

Internet: **www.ober-moerlen.de**

Marktgilde organisiert Neustart in Trostberg



Stadt
Trostberg

"Regionale, frische, beste Qualität und ganz nah beim Kunden" so lautet eine Vorgabe für den neuen grünen Wochenmarkt im bayerischen Trostberg. Das Einzelhandelsentwicklungskonzept der malerischen Kleinstadt hatte einen Marktumzug in die Innenstadt empfohlen, und die Deutsche Marktgilde eG erhielt den Auftrag für den neuen Standort, da die Stadt gleichzeitig ihren Wochenmarkt in professionelle Hände übergeben wollte. Bürgermeister Karl Scheid begrüßte zum Neustart am Vormarkt zusammen mit Marktgilde-Niederlassungsleiterin Eva-Maria Kamrad alle Fieranten persönlich.



Im Stadtzentrum angekommen — Wochenmarktneustart in Trostberg. Bild: Eva-Maria Kamrad

Die Händler- und Besucherzufriedenheit nach den ersten Markttagen zeigt, dass die Innenstadt perfekt für den Wochenmarkt geeignet ist. Der anliegende stationäre Einzelhandel profitiert auch von der zusätzlichen Laufkundschaft, die den Wochenmarkt besucht.

Infos:

Marktzeit: **Sa 7.00-13.00 Uhr**

Händlerzahl: **ca. 10-12**

Platz: **Am Vormarkt**

Ort: **83308 Trostberg**

zuständig: **Marktgilde Geretsried**

Marktleitung: **Eva-Maria Schwitteck**

Internet: **www.trostberg.de**

Jahresendspurt der Wochenmarktaktionen



Bild: Eva-Maria Kamrad

Treuchtlingens Bürgermeister Werner Baum (Mitte) verteilte zum 5-jährigen Wochenmarktjubiläum in der Bahnhofstraße "Striezel" an die zahlreichen Marktbesucher. Es hatte sich schnell in der Thermenstadt im Naturpark Altmühltal herumgesprochen, dass es auf dem Wochenmarkt etwas zu feiern gab. Dazu bedankten sich die Fieranten mit extra Angeboten bei den treuen Kunden, und von der Marktgilde gab es die beliebten und stabilen Mehrweg-Wochenmarkttaschen und weitere attraktive Gewinne beim Glücksrad. "Unser Wochenmarkt hat sich gut entwickelt in den letzten Jahren, ich komme gerne zum Einkaufen", freut sich eine Kundin beim Marktfest.

"Wenn ich groß bin, werde ich auch Wochenmarkthändler", so tönte es beim Aktionstag "Gesunde Ernährung" auf dem Bonner Wochenmarkt von so manchem "Nachwuchshändler". "Hier können die Schülerinnen und Schüler der Waldschule Bonn ganz praktische Erfahrungen mit gesunder Ernährung sammeln", freute sich Marktgilde-Marktleiterin Inge Hankammer. Zusammen mit den Markthändlern, der Klassenlehrerin Sabine Münstermann und Ernährungswissenschaftlerin Fatemeh Rahi wurde die Aktion organisiert. Dazu gehörte ein gesundes Frühstück auf dem Marktplatz sowie das Erriechen und Erfühlen von verschiedenem Obst, Gemüse und Kräutern. Ganz besonders freuten sich die jungen Gäste darauf, selbst an den Marktständen mit anpacken zu dürfen, wie hier am Obst- & Gemüsestand von Jörg Flierenbaum.



Bild: Inge Hankammer



Bild: Detlev Biering

Anfang September baute Marktgilde-Niederlassungsleiterin Brigitte Weigel (links) mit ihrem Mitarbeiter Frank Hadan (Mitte) das Glücksrad bei der Sonderaktion auf dem Meißener Wochenmarkt auf, immerhin sollten 120 Rosen, 150 Einkaufsgutscheine und 300 Wochenmarktstofftragetaschen an die Kunden "gebracht" werden. Schon um 10.30 Uhr waren diese Vorräte unterm großen Marktvolk verteilt. "Herbstmarkt von A-K — wie Apfel bis Kürbis", war das Aktions-Motto Anfang Oktober auf dem riesigen Wochenmarkt in Dresdens Lingnerallee. Zur Kürbischätzaktion spendeten die Händler kistenweise Äpfel, Zierkürbisse, essbare Kürbisse, Birnen, Pflaumen, Blumen uvm. aus ihrem Frische-Sortiment. So erhielt jeder Teilnehmer einen schönen Gewinn.

“Herbsttour” auf Marktgilde-Wochenmärkten

Die Herbsttour führte den Frische-Moderator Harry Flint diesmal auf die Wochenmärkte in Rösrath-Hoffnungsthal, Monheim und Bonn. Bestens ausgestattet mit hunderten Einkaufsgutscheinen von den Markthändlern und genügend grünen Marktgilde-Mehrwegekaufstaschen kam er ganz schön “ins Schwitzen”, beim Auftrag alles an die vielen Marktkunden als kleines Dankeschön zu verteilen. “Mit solchen Aktionen werden immer wieder neue Kunden auf den Wochenmarkt aufmerksam, das bestätigen mir auch die Händler”, sieht sich Marktgilde-Prokurist Friedrich Holzhauser bestätigt.



Bild: Friedrich Holzhauser



Bild: Uwe Lorey

“Kulinarisches auf dem Wochenmarkt” hieß das Motto am 19. Oktober in Hammelburg. Dazu gab es — wie hier auf dem Bild zu sehen — Obst & Gemüse aus der Region frisch von Baum und Feld. Besonders lecker war das herbstliche Menü von Ralf Sachs, dem passionierten Koch und Gewürzhändler aus Thüngen, bestehend aus: Kürbis-Currysuppe mit Crevetten, geschmortem Diebacher Landschwein mit Spitzkohl und hausgemachten Semmelplätzchen sowie Zweierlei von der Lindacher Zwetschge. Das ließen sich die vielen Marktbesucher nach ihrem Einkauf gut schmecken.

FrISCHE Bio-Milch zum Zapfen auf dem Wochenmarkt

Auf dem Oberschleißheimer Wochenmarkt gibt es seit diesem Sommer etwas Besonderes: Frische Milch zum Zapfen aus dem Milchkfass. Am Wochenmarktstand der Alztaler Hofmolkerei können die Kunden wie früher mit ihrer Milchkanne oder jedem beliebigen Gefäß ihre Milch direkt vom Bauern holen und müssen dabei nicht aufs Land fahren.

Die Familie Obereisenbuchner betreibt auf ihrem Biohof mit

50 Milchkühen — die im Sommer Tag und Nacht auf der Weide grasen dürfen — eine kleine Hofmolkerei. Darin wird die frisch gemolkene Milch früh morgens, bevor es auf den Markt geht, vorschriftsmäßig pasteurisiert und in Edelstahlfassern

ins Marktmobil gepackt. Die Kurzzeiterhitzung ist Vorschrift, jedoch wird die Milch nicht homogenisiert und standardisiert. Außerdem werden in der hofeigenen Molkerei leckerer Joghurt mit und ohne Früchte, sowie Butter & Buttermilch, Quark, Crème fraîche, Schlagsahne, Mozzarella, Scamorza und ganz neu auch Ricotta produziert. Für alle Produkte gilt, dass sie handwerklich auf traditionelle und absolut naturbelassene Weise ohne Zusätze hergestellt werden. So wird z. B. der Mozzarella mit lebenden Kulturen gesäuert, anstatt mit der ansonsten üblichen Zitronensäure. Genau das schätzen die Kunden, ebenso wie die frische Pasta, welche in Zusammenarbeit mit einer jungen Nudelmanufaktur im Sortiment ist.

Franz Obereisenbuchner junior ist ökologischer Landwirtschaftsmeister und Molkereifachmann. Die Alztaler Hofmolkerei liegt im Land-



Hier kást der Chef und verkauft auch auf dem Markt noch selbst. Bilder: Alztaler Hofmolkerei

kreis Altötting direkt an der Alz und kann nach Terminvereinbarung gerne besichtigt werden.

(www.alztaler-hofmolkerei.de)

Rezepttütenaktion auf Marktgilde-Wochenmarkt in Monheim

Im stationären Einzelhandel hat sich die Idee "alles für ein Gericht in einer Tüte" schon etwas etabliert, für den Wochenmarkt ist es aber noch weitgehendes Neuland. Marktfrisch, alle wichtigen Zutaten für ein leckeres Essen für zwei Personen portionsgerecht in einer wiederverwendbaren Einkaufstasche.



Hochschule Niederrhein
University of Applied Sciences

Das war eine Idee von Studentinnen des interdisziplinären Langfristprojektes "König Kunde". Sie studieren an der Hochschule Niederrhein (Fachbereich Oecotrophologie) und untersuchen seit einiger Zeit die Kundenzufriedenheit auf dem Marktgilde-Wochenmarkt in Monheim.



Eine Tüte — fast alles drin für ein leckeres Gericht.

Mit tatkräftiger Unterstützung der Markthändler und der Marktgilde wurde die Rezepttütenaktion geplant. Am 19. Oktober stand der Praxistest auf dem Monheimer Wochenmarkt an: Ein Marktstand, der vom Gemüsehändler stammt, musste aufgebaut werden. Die Rezepte für die Gerichte "Kürbissuppe" und "Kartoffel Blumenkohl Curry" wurden vorher ausprobiert und gedruckt. Friedrich Holzhauer von der Marktgilde in Eschenburg spendierte die Einkaufstaschen, und Info-Flyer informierten schon zwei Wochen vorher über die Aktion. Frisch von den Markthändlern gab es die Zutaten (Ingwer, Kürbis, Blumenkohl, Zwiebel, ...), die passend mit dem jeweiligen Rezept in die Tüte kamen. Pünktlich um 8 Uhr warteten die Studentinnen gespannt auf die ersten Kunden, und die kamen dann auch in Scharen!



Viel Andrang und großes Interesse herrschte am Rezepttütenstand der Studentinnen auf dem Monheimer Wochenmarkt.

Bilder: Friedrich Holzhauer

"Gut, dass wir alles richtig vorbereitet hatten, bei dem Ansturm hätten wir keine Zeit mehr dafür gehabt. Die Kunden wollten auch viel zur Aktion selbst wissen, wir haben viele gute Gespräche geführt", war ein erstes Resümee der "Nachwuchsmarkthändlerinnen". Die Aktion soll natürlich auch wissenschaftlich ausgewertet werden, dafür gab es einen Fragebogen, den die Studentinnen bei jedem Kunden ausfüllten. Die Wochenmarktkunden freuten sich über das neue Angebot und wollten gleich wissen "gibt es jetzt öfter solche Rezeptaktionen auf dem Markt?" und lobten die Aktion: "Ich bin immer gerne auf den Markt

gegangen, aber das hat echt noch gefehlt!" Weit vor Marktschluss um 13 Uhr waren die vorbereiteten 120 Rezepttüten komplett ausverkauft. Eine genaue wissenschaftliche Auswertung des interdisziplinären Langfristprojektes "König Kunde", mit Hinweisen wie die Attraktivität des Wochenmarktes, vor allem bei jüngeren Kunden gesteigert werden kann, soll noch folgen.

Infos:

Das "ILP - König Kunde" am Fachbereich Oecotrophologie der Hochschule Niederrhein betreuen Prof. Dr. Detlef Hebel und Prof. Dr. Claudia Neu.

www.hs-niederrhein.de/oecotrophologie

Neue Mitarbeiterin in der Dresdner Niederlassung



Jenny Nagel unterstützt als neue Mitarbeiterin die Marktgilde-Niederlassung in Dresden.

Bild: Jürgen Reichel

Von der Dresdner Niederlassung aus werden 43 Marktstandorte der Deutschen Marktgilde eG betreut. Um alle damit im Zusammenhang stehenden Tätigkeiten kompetent, zeitnah und zuverlässig bewältigen zu können, wurde mit Jenny Nagel

jetzt eine junge Mitarbeiterin zusätzlich ins Team geholt. Sie bringt als ausgebildete Kauffrau für Bürokommunikation beste Voraussetzungen mit, um mit der zur Verfügung stehenden modernen Technik alle anfallenden Büroarbeiten zu bewältigen. Darüber hinaus wird sie als "Schaltzentrale" zwischen den an der Wochenmarktorganisation Beteiligten (Zentrale, Niederlassung, Marktleitungen auf den Marktplätzen vor Ort, Kommunen) dafür sorgen, dass alle notwendigen Informationen schnellstens ausgetauscht werden und so zu einem reibungslosen Ablauf der Verwaltungsprozesse beitragen.

Über 100 Marktgilde-Mitarbeiter bei Schulung in Radebeul



Die Deutsche Marktgilde kann sich auf einen immer größeren und gut geschulten "Mitarbeiterstab" verlassen. Bilder: Jürgen Reichel

Der Veranstaltungsort für dieses große hausinterne Treffen von Marktleitungen aus ganz Deutschland war diesmal nicht von ungefähr gewählt: Seit fast zwei Jahren veranstaltet die Deutsche Marktgilde eG an zehn Standorten die Wochenmärkte in der Landeshauptstadt Dresden. Und inzwischen wurde auch die gesamte Niederlassungsleitung für die östlichen Bundesländer innerhalb Sachsens von Limbach-Oberfrohna nach Dresden verlegt. Als Ergänzung zu den inhaltlichen Schwerpunkten der Tagung konnten im Rahmen einer Exkursion deshalb von den Teilnehmern auch mehrere Marktplätze unmittelbar in Augenschein genommen werden, u. a. die Lingnerallee, wo die Marktgilde mit teilweise über 170 Händlern an jedem Freitag einen der größten Wochenmärkte Deutschlands betreibt. Allein der logistische Aufwand in der Aufbau- und Abbauphase ist bei einer solchen Beschickerzahl gewaltig. Ebenso will der Ersatz eines Händlers, der kurzfristig ausfällt (z. B. wegen Krankheit) wohl organisiert sein.

sehr zufrieden mit Marktgilde

Dirk Hilbert, Erster Bürgermeister und Beigeordneter für Wirtschaft in der Landeshauptstadt, zeigte in seinem Grußwort die gute Entwicklung Dresdens in den vergangenen Jahren auf. Er betonte die Schuldenfreiheit der Stadt und ihre wirtschaftliche Leistungsfähigkeit aufgrund zahlreicher besonders

leistungsstarker Wirtschaftsbereiche und Unternehmen. Damit einher geht eine Bevölkerungsentwicklung, die u. a. durch hoch qualifizierte und auch junge Gruppen gekennzeichnet ist. Diese finden in Dresden ein hochwertiges Umfeld mit hoher Lebensqualität vor. Dazu tragen auch die Wochenmärkte ihren Teil bei. Der Bürgermeister betonte, dass sich diese nach der Vergabe



Dirk Hilbert, Dresdens Erster Bürgermeister, begrüßt die Marktgilde-Mitarbeiter.

an die Deutsche Marktgilde sehr positiv entwickelt haben und dass die Erwartungen, die die Stadt an die Konzessionsvergabe geknüpft hatte, voll erfüllt wurden. Er bedankte sich für die gute Zusammenarbeit aller Beteiligten.

Neues für Marktleitungen

Im Hauptteil der Schulung und des Erfahrungsaustauschs der mehr als 100 Teilnehmerinnen und Teilneh-

mer ging es einerseits um die Entwicklungen auf den Märkten vor Ort, andererseits um Planung und Umsetzung innerbetrieblicher Schwerpunkte und Abläufe. Der Wettbewerbs- und Kostendruck, der sowohl auf die Markthändler, aber auch auf die Marktgilde als Veranstalter wirkt, soll durch eine Reihe von Maßnahmen bewältigt werden. Flexible Verträge, in denen Händler ihre Verkaufseinheiten, die individuellen Beschickungszeiten, den Beschickungsrhythmus usw. nahezu beliebig definieren können, sollen z. B. zur Rationalisierung der Verwaltungsabläufe auf beiden Seiten beitragen.

individuelle Standpreise

Auch Überlegungen zu einer Preisdifferenzierung (z. B. Tageshändler/Vertragshändler, Saisonpreise, Rabatte bzw. Boni für Ganzjahreshändler oder Selbsterzeuger und Händler mit unterschiedlichem (Sommer, Winter) oder besonders großem Platzbedarf — wie z. B. bei Obst- und Gemüsehändlern oder Gärtnereien in der Hochsaison) wurden vorgestellt. Einheitliche Bemessungsgrundlage für die Standgeldberechnung soll nach und nach die tatsächlich durch eine Verkaufseinheit belegte Fläche des Marktplatzes werden. Hierdurch sollen nicht transparente Standgelder und letztlich Ungerechtigkeiten im Händlervergleich beseitigt werden, die sich in der Vergangenheit durch sehr unterschiedliche Standtiefen (bei gleichen berechneten

Marktleitungen erhielten viele Infos



Besuchen Sie uns
auch auf Facebook



Aufsichtsratsvorsitzender Berthold Stahl stellt die Vorteile für Händler bei den Verträgen vor.

Standlängen = "laufende Meter Verkaufsfreie" ergeben haben. Die neue Wochenmarktordnung für alle Märkte der Deutschen Marktgilde, die u. a. in diesem Punkt angepasst wurde und als eine Art "Allgemeine Geschäftsbedingung" ab 1. September 2013 für alle Beschicker gültig ist, wurde vor diesem Hintergrund noch einmal besonders erläutert. Praktische Konsequenz hieraus ist natürlich zunächst — leider — eine einmalige Mehrarbeit für die Marktleitungen, weil alle Verkaufseinheiten ganz neu vermessen werden müssen. Im zweiten Schritt müssen von den Niederlassungen dann die neuen Preise je Quadratmeter kalkuliert werden, um über das Produkt aus Menge x Preis zum Standgeld zu kommen. In dem

Zusammenhang wurde insbesondere verdeutlicht, dass der neue Preis je Quadratmeter natürlich niedriger ist als der (alte) Preis je laufendem Meter. So sollen Standgelderhöhungen weitestgehend vermieden werden.

Umsatzsteuer auf Marktplätzen

Auch die schwierige Materie, warum die Marktgilde in Zukunft die Umsatzsteuer auf das Standgeld berechnen wird, wurde anhand von Zahlenbeispielen des Zusammenhangs zwischen "Umsatzsteuer" (= Mehrwertsteuer), "Vorsteuer", "Einnahmen", "Kosten", "Durchlaufenden Posten" usw. erklärt. Entsprechende Städte- und Händlerinformationen werden in dem Zusammenhang bereitgestellt.

neues Konzept für Mitarbeiterschulung geplant

Aufgrund der stetig gestiegenen Teilnehmerzahlen an den Tagungen der letzten Jahre denken wir für die Zukunft evtl. an ein neues "Format". Denn bei weit über 100 Teilnehmerinnen und Teilnehmern kann in den zwei Tagen natürlich nicht mehr jeder zu Wort kommen. Die besonders wertvollen Potentiale eines gegenseitigen Erfahrungsaustauschs bleiben so zumindest teilweise ungenutzt — auch wenn diese Chance am Abend in zahlreichen kleineren Runden natürlich ausgiebig genutzt wurde. Aber auch hier müssen wir uns weiterentwickeln. Möglicherweise sind etwas kleinere "Regionalkonferenzen" (z. B. je Niederlassung) ein Schritt, der uns diesbezüglich weiterbringt.

Impressum

Herausgeber:

Deutsche Marktgilde eG
Simmersbacher Str. 12
35713 Eschenburg
Telefon: 02774 9143-100
Telefax: 02774 9143-109
E-Mail: info@marktgilde.de
www.marktgilde.de

Redaktion:

Prof. Dr. Gerhard Johnson (v.i.S.d.P.)
Jürgen Reichel

Gestaltung und Herstellung:

freelancer, Jürgen Reichel,
35716 Dietzhölztal

Druck:

Druck- und Verlagshaus
Weidenbach GmbH & Co. KG,
35683 Dillenburg

Verteilte Auflage: 14.500

Redaktionsschluss für die nächste Ausgabe: 21. Februar 2014

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 der 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

Der Wochenmarkt wird auf FSC®-Mix zertifiziertem Papier gedruckt. Das Holz dafür stammt aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern, kontrolliert nach den strengen Richtlinien des Forest Stewardship Council® (FSC®).



Schwerpunkt des "Abendprogramms" war der Austausch von Wochenmarkterfahrungen unter den Marktleitungen aus ganz Deutschland.

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