

Der Wochenmarkt

Hauszeitung der DMG Marktgilde e.G. Nr. 8/März '99

Zwei neue Märkte: S. 2
 Marktübernahmen in
 Seelze und Aßlar

Marktportrait: S. 3
 Unser Wochenmarkt
 in Sandersdorf

Neue Märkte demnächst: S. 3
 Wir wachsen weiter!

Euro (€): S. 4
 Teil 2 unserer
 Euro-Serie +

Aktuelle praktische Tips S. 5
 für die schrittweise
 Umstellung!

Marktmeistertreffen: S. 6
 Dem Erfolg mit
 Methode nachhelfen! +

Ingeborg Weick zeigt´s: S. 7
 Ein guter Standaufbau
 bringt mehr Umsatz!

Aktuell: S. 7
 DMG-Markt jetzt auch in
 Königs Wusterhausen

Unsere Standorte: S. 8
 Wichtige Adressen für Sie



Regine sorgte bei der Marktmeister-Tagung für Unterhaltung. Bild: Friedrich Holzhauser

Liebe Leser,

Hand auf's Herz: Wer von Ihnen hat im vergangenen Jahr einmal etwas für sich und seine Arbeit in dem Sinn getan, daß es über das reine Tagesgeschäft hinausging? Z. B. ein Seminar besucht, bei dem es um "Arbeitstechniken", "Selbstmanagement", "Kundenbindung" oder "Motivation von Mitarbeitern" ging? Oder eine Tagung, wo Sie sich mit Berufskollegen austauschen konnten? Nach Gesprächen mit unseren Kunden und Partnern habe ich folgenden Eindruck: Man wird von den kurzfristigen und routinemäßig anfallenden Aufgaben so erschlagen, daß man gar keine Lust dazu hat, zusätzlich noch einen Abend oder ein Wochenende "dranzuhängen"; oder einen normalen Arbeitstag zu "investieren" - schließlich bleibt entweder die normale Arbeit liegen, oder man kann es sich ganz einfach nicht leisten, auf einen Tag Einnahmen zu verzichten. Außerdem findet man nicht das "richtige" Angebot oder es ist zu teuer. Es gibt eine ganze Reihe von Ausreden und

Entschuldigungen, also wurstelt man lieber weiter vor sich hin ...

Dabei ist es sicher nur gut, wenn man sich ab und zu einmal intensiv mit seiner persönlichen und beruflichen Situation auseinandersetzt. Manchmal benötigt man auch nur den richtigen Tip, um Defizite und Fehlentwicklungen - oder auch spezifische Stärken zu erkennen. Schließlich bewirkt ein Meinungsaustausch mit anderen, die vergleichbare Probleme lösen wollen, schon "Schub" für die eigene Arbeit. Es gibt auch Untersuchungen, daß insgesamt nur knapp ein Viertel aller guten Ideen direkt in der Firma entstehen, drei Viertel dagegen außerhalb!

Einen kleinen Beitrag in diese Richtung will auch diesmal wieder unsere Hauszeitung leisten. Nehmen Sie sich die Zeit, um die folgenden Informationen auf sich wirken zu lassen. Vielleicht ist ja auch für Sie die eine oder andere kleine Idee dabei, die Ihnen in der Tagesarbeit weiterhilft.

Ihr Dr. Gerhard Johnson

Marktübernahmen in Seelze und Aßlar



Der Seelzer Markttag ist schon immer sehr beliebt; eine gute Startposition für die DMG Marktgilde e.G. Bild: Friedrich Holzauer



Eigentlich könnte die Übernahme des Seelzer Wochenmarktes durch die DMG Marktgilde in einem Handbuch für Wochenmärkte als Musterbeispiel aufgeführt werden. In kurzer Zeit war die Übernahme des Wochenmarktes unterschriftsreif. Dank der konstruktiven Zusammenarbeit mit der Seelzer Stadtverwaltung vergingen von dem ersten Kontakt bis zur Übernahme am 15. Januar gerade sieben Monate. Das ist für "Marktverhandlungen" mit Städten und Gemeinden eine relativ kurze Zeit.

Mit diesem Wochenmarkt wird nun der "weiße" Fleck Niedersachsen langsam auch mit DMG Wochenmärkten besiedelt.

Gemäß der "Marktdevise" der Wochenmarktmacher aus Eschenburg: "Bewährtes erhalten und Gutes ergänzen", soll auch im niedersächsischen Seelze das gewohnte Erscheinungsbild des Wochenmarktes erhalten bleiben und vielleicht noch neue Produkte hinzukommen, auch das Standgeld bleibt wie bisher. Ausschlaggebend für die Übergabe des Seelzer Wochenmarktes waren vor allem die hohen Verwaltungskosten des Marktes für die Stadtkasse und das

professionelle Management der über 60 Wochenmärkte in Deutschland unter der DMG-Führung. Auf die DMG Marktgilde e.G. wurde die Stadtverwaltung durch die Hauszeitung "Der Wochenmarkt" aufmerksam.

Im verkehrsberuhigten Bereich, beim Rathaus, liegt der Seelzer Wochenmarkt, strategisch sehr günstig. Mit aktuell 14 Händlern ist das Warenangebot für den Wochenmarkt auch schon sehr gut abgedeckt, großen Zulauf hat dabei ein Imbissverkäufer auf dem Markt. Die Standfläche, die für den Wochenmarkt zur Verfügung steht, ist mit diesen Stammhändlern fast komplett gefüllt. "Wir möchten den Seelzer Wochenmarkt als einen weitgehend 'grünen' Markt mit einem umfassenden Angebot von meist frischen Lebensmitteln weiterführen und vielleicht können wir die vorhandene Produktpalette noch ein wenig ergänzen", so Friedrich Holzauer von der DMG zu den weiteren Zielen in Seelze. Marktmeister Thomas Schlabititz kann direkt aus seiner Wohnung den Wochenmarktaufbau beobachten, wohnt er doch direkt am Marktplatz.

Der Markttag, immer Freitags von 13.00-18.00 Uhr, ist auch erhalten geblieben. Als Nächstes wird ein neuer Wochenmarkt im Ortsteil Letter von der DMG aufgebaut.



Stadt Aßlar

Auf dem Aßlarer Backesplatz fiel am 8. Januar der Startschuß für die Marktübernahme. Zur DMG-Marktpremiere war Bürgermeister Roland Esch, Sport- und Kulturamtsmitarbeiter Bruno Muskat und, als direkt für den Wochenmarkt zuständig, Eberhard Lenz, Leiter des Gewerbeamtes, gekommen. Gemeinsam mit Friedrich Holzauer von der DMG wurde das neue "DMG-Zeitalter" eröffnet.

Der Aßlarer Bürgermeister hat mit der Übergabe des Marktes in die Hände der DMG den Wunsch geäußert, das Warenangebot und damit auch die Händleranzahl auszuweiten, aber auch die bisherige Tradition zu wahren. Durch die Erfahrung aus Marktstandorten in ganz Deutschland soll die DMG Marktgilde e.G. auch die Aßlarer Innenstadt mit dem Wochenmarkt attraktiver machen. Bei den momentan zwischen acht und neun Besuchern fehlen noch die Bereiche Obst und Gemüse, Käse, oder auch Fleisch und Wurst. Interessierte Händler können sich noch bei der DMG-Zentrale in Eschenburg melden und den Markt freitags von 8.00-18.00 Uhr ergänzen.

Dieser "rein grüne" Markt, wie er von den Stadtvertretern gewünscht wurde, hat aber auch schon Spezialitäten wie Frischfisch, Feinkost und sogar Stallkaninchen im Angebot.

Vor Ort auf dem Aßlarer Backesplatz vertritt Marktmeister Rudolf Zander die Eschenburger "Marktmacher" und steht beim Auf- und Abbau, aber auch bei allen anderen Fragen, den Händlern mit Rat und Tat zur Seite.



Marktportrait: Unser Wochenmarkt in Sandersdorf

Sandersdorf, mit über 7000 Einwohnern das größte "Dorf" in Sachsen-Anhalt, liegt in der ehemaligen Chemieregion Bitterfeld/Wolfen. Dieser Wirtschaftszweig ist auch nach wie vor einer der Hauptarbeitgeber. Schon vor fast 700 Jahren (1310) zum ersten Mal urkundlich erwähnt, unterteilt sich Sandersdorf heute neben dem historischen Dorf in zwei Siedlungsgebiete mit Einfamilienhäusern, zwei Neubaugebiete und ein kleines Gewerbegebiet. In den letzten Jahren wurde der größte Teil des Ortes komplett saniert.

das Marktgeschehen sehr", so Brigitte Weigel von der DMG. Freitags dagegen sind es etwas weniger, die ihre Waren anbieten. Da bietet sich zum Wochenausklang für neue Händler noch die Chance, das Angebot zu ergänzen, Standplätze sind noch vorhanden.

Die Spezialitäten - Fleisch- und Wurstwaren - aus eigener Produktion von Fleischermeister Paul Lehmann aus Jeßnitz, der den Markt seit Eröffnung beschickt, finden trotz starker Konkurrenz ihre Käufer. Seinen festen Standplatz, den er in



Marktmeister Franz Spengler

Bild: Franz Spengler

Organisatorische Unterstützung findet er - auch schon seit mehr als 5 Jahren - bei unserem Marktmeister Franz Spengler aus Glebitzsch. Neben seinen Hobbys (Garten und Hund) ist dem rüstigen Rentner, Opa und Uropa der Wochenmarkt in Sandersdorf in dieser Zeit ans Herz gewachsen. Auch wenn er früher in seinem Beruf als Motorschlosser und Techniker in der landwirtschaftlichen Instandhaltung kaum etwas mit solchen Dienstleistungsaufgaben oder mit dem Handel zu tun hatte, macht ihm seine neue Tätigkeit sehr viel Spaß. Franz Spengler möchte heute den ständigen Kontakt mit den Händlern und der DMG-Zweigniederlassung in Limbach-Oberfrohna nicht mehr missen. So hat sich über die Jahre eine vertrauensvolle Zusammenarbeit herausgebildet, die ihre Früchte trägt - hoffentlich irgendwann auch einmal wieder auf einem etwas zentraleren Platz für den Wochenmarkt.



Fleischerei Lehmann, Stammhändler in Sandersdorf seit der Wochenmarkteröffnung.

Bild: Paul Lehmann

Unser relativ kleiner Marktplatz liegt hier in einem der Neubaugebiete, wegen fehlender Platzalternativen leider etwas am Außenrand. Der DMG-Wochenmarkt wurde schon 1993 eröffnet und war im ersten Jahr zentral im Ort. Mit bis zu 30 Händlern erlebte der Markt bei dieser zentralen Lage auch seine Blütezeit. Nach der Bebauung des zentralen "Marktplatzes" fand der Umzug in das Neubaugebiet statt und die Händlerzahl sank. Trotzdem spielt der Wochenmarkt eine besondere Rolle im Rahmen der Nahversorgung. Das wissen sowohl die Kunden, die zum Teil einen weiten Weg in Kauf nehmen müssen, als auch die Händler zu schätzen.

Immerhin hat Sandersdorf zwei Markttage in der Woche. Mittwochs ist der Wochenmarkt mit 10-15 Händlern gut versorgt. "Es gibt immer wieder ein neues Gesicht auf dem Markt zu finden, diese 'operativen' Beschicker bereichern dabei

Sandersdorf (wie auch auf dem DMG-Wochenmarkt in Wolfen) hat, hebt er hierfür als besonders wichtigen Erfolgsfaktor hervor.

Unsere nächsten "Neuen" sind:

ab 15. April	63322 Rödermark-Urberach	Do 14.00-18.00 Uhr
ab 21. April	30918 Seelze-Letter	Mi 14.00-18.00 Uhr
ab 22. April	34613 Schwalmstadt-Ziegenhain	Do 8.00-13.00 Uhr
ab 28. April	53894 Mechernich	Mi 14.00-18.00 Uhr
ab 6. Mai	53340 Meckenheim	Do 8.00-13.00 Uhr
ab 8. Mai	48231 Warendorf	Sa 8.00-13.00 Uhr
ab Ende Mai	15711 Königs Wusterhausen	drei Markttage

genaue Daten zu Königs Wusterhausen lagen bis Redaktionsschluß noch nicht fest und können in Limbach-Oberfrohna erfragt werden!

Interessierte Wochenmarkthändler (aus allen Produktbereichen) können sich auf diesen Märkten noch für freie Standplätze bewerben. Melden Sie sich bitte telefonisch in Eschenburg (Tel.: 02774/9143-0) bzw. Limbach-Oberfrohna (Tel.: 03722/7391-0).

Der Euro ist da: Was müssen Wochenmarkthändler beachten?



Welche wichtigen Änderungen bringt die Einführung des Euro für den Wochenmarkt mit sich?

Bei der Beantwortung dieser Frage müssen folgende Bereiche untersucht werden:

- ⇒ Organisation
- ⇒ Einkauf
- ⇒ Vertrieb/Marketing
- ⇒ Rechnungswesen
- ⇒ Personal
- ⇒ Finanzwesen

Im zweiten Teil unserer "Euro-Serie" sollen die ersten drei Bereiche angesprochen werden, da diese Punkte schon jetzt eine große Bedeutung für die praktische Arbeit haben. Denn die Umstellung auf den Euro geht jeden an, es führt kein Weg daran vorbei. Das Ausmaß der Umstellung wird aber meist erst bemerkt, wenn erste Fragen auftauchen, die gelöst werden müssen. Schon jetzt können Rechnungen im Bankzahlungsverkehr in der neuen Währung gezahlt werden. **Der Euro ist da!**



Organisation

Grundsatz: Der Eurofahrplan ist **Chefsache!**

Haben Sie einen eigenen Zeitplan für die Umstellung festgelegt?

Sowohl für die Überprüfung als auch für die Umsetzung von Strategien und Teilzielen müssen Zeitpläne festgelegt werden. Ein solcher Zeitplan könnte z. B. folgendes beinhalten:

- ⇒ Gespräche mit Geschäftspartnern über die Modalitäten der Umstellung.
- ⇒ Mitteilung über den geplanten Zeitpunkt der Umstellung an Geschäftspartner.
- ⇒ Druckaufträge für neue "Euro"-Formulare, Mitarbeiterinformationen usw.
- ⇒ Maßnahmen zur Kundeninformation.
- ⇒ Beginn und Dauer einer eventuellen doppelten Preisauszeichnung.
- ⇒ Umstellung des Zahlungsverkehrs auf den Euro (schrittweise oder zu einem Stichtag).
- ⇒ Umstellung der Lohnzahlungen.

Organisatorische Vorhaben?

Überprüfen Sie alle bestehenden Organisationsvorhaben (z.B. neue Kassen, Preisauszeichnungsgeräte, Formulare usw.) darauf, ob diese den neuen Anforderungen entsprechen.

Formulare, Belege, Lieferscheine?

Durch die Währungsumstellung werden wahrscheinlich die meisten "Vordrucke" unbrauchbar. Ermitteln Sie frühzeitig, welche dieser Unterlagen den neuen Anforderungen nicht entsprechen und erneuert werden müssen.

Welche Kontakte sind wichtig?

Stimmen Sie sich mit Lieferanten und Partnern ab, um die Umstellung anzugleichen. Denken Sie auch daran, mit Ihrer Bank und Ihrem Steuerberater zu sprechen.

Wie werden Mitarbeiter informiert/geschult?

Spätestens mit der Einführung des Euro-Bargeldes werden alle Mitarbeiter mit der neuen Währung arbeiten müssen. Besondere Bedeutung kommt dabei der Schulung von Mitarbeitern mit Publikumsverkehr zu.

Investitionsmittel für die Umstellung?

Beziehen Sie in Ihre Umstellungsplanung rechtzeitig die erforderlichen Neuinvestitionen für z.B. neue Waagen, Kassen, ... ein.

Umstellungszeitpunkt?

Bei der Entscheidung, wann Sie auf die neue Währung Euro umstellen wollen, müssen Sie sorgfältig alle Vor- und Nachteile abwägen. Im Wochenmarkthandel sprechen viele Gründe für eine Umstellung zum 1. Januar 2002. Dann sind die neuen Euro-Scheine und -Münzen im Umlauf und müssen als Zahlungsmittel akzeptiert werden. Eine frühere Umstellung hätte zur Folge, daß alle Systeme auf zwei Währungen ausgelegt sein müssen, eine Barzahlung in Euro aber noch nicht möglich ist. Intern, im Zahlungsverkehr über Banken, kann aber schon eine schrittweise Umstellung bzw. ein Nebeneinander der beiden Währungen erfolgen.



Einkauf

Lieferantenpreise?

Der Euro kann im Bereich des Einkaufs einige Vorteile bieten:

- ⇒ Einkaufspreise lassen sich einfacher EWU-weit vergleichen (alle Preise in einer Währung).
- ⇒ Informationssuche wird einfacher und billiger.
- ⇒ Wettbewerb von Lieferanten nimmt zu.

(Fortsetzung auf Seite 5)

(Fortsetzung von Seite 4)

- ⇒ Bankspesen werden günstiger.
- ⇒ Grenzüberschreitende Zahlungen werden einfacher und schneller.
- ⇒ Unsicherheiten bei der Kalkulation verringern sich (keine "Währungsturbulenzen").



Vertrieb/Marketing

Markchancen-Marktrisiken?

Mit der gemeinsamen Währung kommen die teilnehmenden Staaten dem Ziel eines grenzfreien Binnenmarktes ein großes Stück näher. Um die Chancen zu nutzen und Ihre Risiken dabei zu minimieren, sollten Sie sich mit folgenden Fragen auseinander setzen:

- ⇒ Können zusätzliche Anbieter auf meinen angestammten Märkten auftreten?
- ⇒ Kann ich neue Marktchancen nutzen?

Wettbewerber?

Haben Sie sich über potentielle neue Wettbewerber kundig gemacht? Berücksichtigen Sie dabei auch Wettbewerber, die in anderen Gebieten die Nachfrage mit anderen Lösungen abdecken. Der Wettbewerber kann auch auf Ihr angestammtes Gebiet drängen.

Euro-Buchgeld?

Seit dem 01.01.1999 können Unternehmen im Buchgeldbereich freiwillig auf den Euro umstellen, da die Banken die notwendigen Voraussetzungen geschaffen haben. Laut Auskunft der Banken werden bestehende Konten bis zum 31.12.2001 grundsätzlich in DM geführt, soweit nicht bereits zwischen 01.01.1999 und 31.12.2001 die Bank beauftragt wird, das jeweilige Konto auf Euro umzustellen.

Überweisungsaufträge können seit dem 01.01.1999 wahlweise in DM oder in Euro erteilt werden, und zwar unabhängig davon, auf welche der beiden Währungen das Konto lautet. Bei Überweisungseingängen wird der Betrag dem Empfänger in seiner jeweiligen Kontowährung gutgeschrieben, unabhängig davon, ob der Auftrag ursprünglich in DM oder Euro erteilt wurde. Das gleiche gilt bei Einreichung eines Schecks bzw. einer Lastschrift zugunsten des eigenen Kontos. Der Scheck- bzw. Lastschriftengegenwert wird dann in der betreffenden Kontowährung gutgeschrieben. Bei dieser Umrechnung dürfen keine Gebühren erhoben werden.

Preisauszeichnung?

Ab dem 01.01.2002, dem geplanten Tag der Ausgabe von Euro-Banknoten und Münzen, sollen möglicherweise (für maximal sechs Monate) im Geschäftsverkehr mit Endverbrauchern Preise doppelt ausgedruckt werden,

also in DM und in Euro. Obwohl zum jetzigen Zeitpunkt nicht von einer Änderung der Preisangabenverordnung auszugehen ist und damit der Gesetzgeber auf Zwangsmaßnahmen zur doppelten Preisauszeichnung voraussichtlich verzichten wird, sollten Sie dennoch auf eine entsprechende Verfügung vorbereitet sein. Unabhängig davon, ob es zu einer solchen Regelung kommt, sollten Sie überlegen, ob Sie bereits zu einem früheren Termin die Doppelauszeichnung vornehmen, um Ihren Kunden die Gewöhnung an die neuen Preise zu erleichtern. Möglicherweise erzielen Sie dadurch Wettbewerbsvorteile. Überlegen Sie,

- ⇒ welcher Aufwand für Sie damit verbunden ist,
- ⇒ welche Geräte Sie zur doppelten Preisauszeichnung benötigen,
- ⇒ wie Sie bei der Erstellung von Werbematerial und Preislisten vorgehen.

Bargeldumstellung?

Mit der Ausgabe von Euro-Bargeld am 01.01.2002 kommen umfangreiche Umstellungsaktivitäten im Bargeldsystem auf Sie zu. Von diesen Umstellungen sind u. a. folgende Systeme betroffen:

- ⇒ Kartenlesegeräte
- ⇒ Preisauszeichnungsgeräte
- ⇒ Registrier- und Scannerkassen (evtl. mit Doppelwährungsfunktion)
- ⇒ Geldsortiermaschinen
- ⇒ Waagen mit Preisausgabe

Falls Sie solche benutzen, setzen Sie sich frühzeitig mit den Herstellern in Verbindung und suchen nach Lösungsmöglichkeiten, nicht immer ist eine Neuanschaffung notwendig, vielleicht ist ja auch eine Modifizierung möglich. Durch die hohen Umstellungszahlen kann es zu Lieferengpässen und Wartezeiten bei Neuanschaffung oder Modifizierung kommen.

Euro-Preise?

Häufig werden die neuen Euro-Preise bei direkter Umrechnung mit dem festgelegten Umrechnungskurs die bisherige "Optik" verlieren. Bei dem Umrechnungskurs von **1 Euro = 1,95583 DM**, kostet dann ein mit 5,99 DM ausgewiesenes Produkt 3,06 Euro. Stellen Sie daher fest, ob Sie die Umstellung durch Aufrundungen zu Preiserhöhungen nutzen können oder ob Sie aufgrund Ihrer Marktstellung zu Abrundungen gezwungen sind. Möglicherweise können Sie auch durch sinnvolle Anpassungen, wie einer Änderung von Packungsgrößen (z. B. 2 statt 3 Socken je Pack), Nachteile der Euro-Umstellung ausschalten.



(Die Euro-Serie wird fortgesetzt!)

Marktmeister-Tagung: Dem Erfolg mit Methode nachhelfen!



Aufsichtsratsvorsitzender Berthold Stahl erläutert die DMG-Ziele für 1999.

Am 7. und 8. März trafen sich rund 60 Marktmeister aus ganz Deutschland zur 5. Marktmeister-Tagung der DMG Marktgilde in Kassel. Beim jährlichen Erfahrungsaustausch standen organisatorische Neuerungen und die gemeinsamen Planungen für die kommende Hauptsaison auf den Wochenmärkten im Vordergrund; der gesellige Teil, mit einem Plausch unter Kollegen, kam auch in diesem Jahr nicht zu kurz.

Rückblick

Zunächst berichtete die Geschäftsführung über die Umsetzung der Anregungen, die beim letzten Treffen erarbeitet wurden: Die hausinterne **Händlerdatenbank** ist wesentlich ausgebaut worden und leistet inzwischen - insbesondere bei der Einrichtung neuer Märkte - eine komfortable Hilfe bei der Händlersuche. An Standorten, wo noch einzelne Produkte fehlten, konnten über die Datenbank schon wiederholt neue Händler gefunden werden, um das Angebot zu ergänzen. Als "Neuheit" wurde eine **"Umsatzdatenbank"** vorgestellt. Darin ist die Entwicklung von Standgeldeinnahmen und Händlerzahlen je Markt erfaßt. Diese neue Datenbank unterstützt die langfristige Planung und Kontrolle der einzelnen Märkte, z. B. auch im Hinblick auf weitere Sonderaktionen und **Werbemaßnahmen**. Gerade dieser Bereich ist im vergangenen Jahr von der Eschenburger Zentrale wie auch der Zweigstelle in Limbach-Oberfrohna sehr stark ausgebaut

worden. Wenn auch nicht immer der erwünschte Erfolg damit verbunden war, so regte doch gerade dieser Punkt zu lebhaften Diskussionen darüber an, was man in Zukunft alles noch besser machen kann. Alle Kritiker, besonders unter den Wochenmarkthändlern, konnten von den Marktmeistern aber in der Regel mit der Tatsache, daß woanders so gut wie nichts in Sachen Werbung für den Wochenmarkt läuft, zufrieden gestellt werden.

Die DMG-Präsentation im **Internet** sowie die Entwicklung der Hauszeitung **"Der Wochenmarkt"**, die überall auf sehr gute Resonanz stößt und in der Auflage (jetzt über 7800) stark ausgeweitet wurde, rundeten den Überblick über das abgelaufene Geschäftsjahr und die jüngsten Aktivitäten und Entwicklungen der Genossenschaft ab.

Ein neuer Verband

Es folgte eine kurze Vorstellung des neuen Bundesverbandes DMH (**"Der Deutsche Markthandel"**), der sich "die Wahrnehmung und Förderung der wirtschaftlichen, beruflichen und sozialen Interessen des mobilen Handels" als oberstes Ziel gesetzt hat. Der Präsident des DMH, Herr Arnd Baggen, der als Gast eingeladen war, vermittelte den Marktmeistern anschaulich, daß es eine Reihe gemeinsamer Interessen und Berührungspunkte bei DMG und DMH gibt (z. B. ein Qualitätssiegel für Händler, das der Verband evtl. entwickeln will). Inwiefern man sich in Zukunft gegenseitig

ergänzen bzw. unterstützen kann, soll in den nächsten Monaten abgeklärt werden.

Zum Abschluß des ersten Tages bewies Marktfrau Regine mit ihrer hervorragenden Vorstellung, daß sie nicht nur bei Sonderveranstaltungen auf den Wochenmärkten, sondern auch in geschlossenen Räumen für gute Stimmung sorgen kann. Während des gemeinsamen Abendessens sorgte das musikalische Talent für beste Unterhaltung.



Marktfrau Regine ließ auch beim gemütlichen Teil der Tagung keine Langeweile bei den Teilnehmern aufkommen.

Bilder: Friedrich Holzhauser

Fachfrau mit Praxistips

Der zweite Tag stand ganz im Zeichen der praktischen Arbeit vor Ort auf den Wochenmärkten und den begleitenden Maßnahmen.

Als "Fachfrau" war Ingeborg Weick gekommen um den Teilnehmern praxisnahe Tips zur Warenpräsentation zu geben. **Landwirtschaftsdi- rektorin Ingeborg Weick** ist bei der staatlichen Lehr- und Forschungsanstalt für Landwirtschaft, Weinbau und Gartenbau in Neustadt an der Weinstraße für den Bereich Direktvermarktung zuständig.

(Fortsetzung auf Seite 7)

(Fortsetzung von Seite 6)

Sie zeigte den Marktmeistern an einem Obst & Gemüsestand, den unser Händler (Firma Curland aus Eltville) mitgebracht hatte, welche Punkte beim Aufbau unter Marketinggesichtspunkten wichtig sind. Es war ihr Ziel, zu zeigen, wie die Waren optimal präsentiert werden können. Mit einem sauberen und attraktiv gestalteten Stand kann der Händler mehr Umsatz erreichen. Die Präsentation von Ingeborg Weick war überzeugend. Spontan kam von den Marktmeistern die Anregung, eine solche Informations- und Schulungsveranstaltung den Händlern vor Ort anzubieten.

Der weitere Erfahrungsaustausch wurde über Stichworte aus dem - druckfrisch in 2. Auflage mit 118

Seiten vorgelegten - DMG-Marktmeisterhandbuch angeregt und geführt.

Gesetzliche Änderungen wurden gegenüber der 1. Auflage verarbeitet und weitere wichtige Sachverhalte neu aufgenommen und aktualisiert. Es zeigte sich, daß dieses wichtige Arbeitsmittel bei den Marktmeistern einen hohen Stellenwert hat und sie in der täglichen Arbeit gut unterstützt.



Ausblick

Marketing wurde dann noch einmal groß geschrieben, als es um die Vorstellung des Werbeplans und die Sonderaktionen für 1999 ging. Es kann dabei natürlich nichts gegen den Willen der Händler unternommen werden, weil solche Aktivitäten nur dann erfolgreich sind, wenn "alle an einem Strick ziehen".

Die Vorstellungen und Anregungen der Beschicker (incl. der Bereitschaft zu einer Kostenbeteiligung) werden deshalb zur Zeit in einer Befragung gesammelt, um daraus konkrete Aktionen zu entwickeln. Die Marktmeister boten dabei an, sich mehr um diese Planungsaufgaben und die Kommunikation zwischen der DMG und den Händlern zu kümmern.

tuell +++ aktuell +++ akt

Kurz vor Redaktionsschluß konnte Prokuristin Brigitte Weigel von der DMG Zweigniederlassung in Limbach-Oberfrohna eine "Neuakquisition" melden. Sie hat sich in Königs Wusterhausen gegen starke Konkurrenz durchgesetzt. Nachfolgend Ausschnitte der Pressemitteilung der Stadtverwaltung:

Stadtverwaltung Königs Wusterhausen
Hauptamt - Pressestelle/ Öffentlichkeitsarbeit, Tel. (03375) 27 32 25
Presseinformation vom

10.3.99

Neuer Marktbetreiber steht fest

Mit der DMG Marktgilde e.G. (Sitz Eschenburg, Zweigstelle Limbach-Oberfrohna) übernimmt ein langjährig und bundesweit präsen- ter, erfahrener Marktveranstalter voraussichtlich ab Ende Mai die private Betreuung des Marktes in Königs Wusterhausen.

"Die Marktgilde ging als Sieger aus einem öffentlichen Teilnehmerwettbewerb der Stadt hervor, weil sie das überzeugendste Konzept anzubieten hatte. Es orientiert sich ganz realistisch an unseren örtlichen Voraussetzungen und reagiert flexibel, aber nachvollziehbar auf von der Stadt gegebene Rahmenbedingungen", begründet die Dezernentin für öffentliche Sicherheit und Ordnung, Schulverwaltung, Kultur, Soziales, Petra Brunne, die Entscheidung der Jury, die sich aus vier Stadtverordneten und drei Mitarbeitern der Verwaltung zusammensetzte.

18 Bewerber vor allem aus den Ländern Brandenburg und Berlin hatten ursprünglich ihr Interesse an der Marktbetreibung bekundet.

Die Marktgilde möchte versuchen, voraussichtlich 3 mal wöchentlich den Markt an wechselnden Plätzen - am Nottekanal, am Fontane-Center, und am Stadtbrunnen - zu betreiben. Dabei soll das Profil eines Frischemarktes betont werden und vorwiegend Produkte aus dem Landkreis Dahme-Spreewald angeboten werden. Die Marktgilde als neuer Betreiber des Wochenmarktes versicherte gegenüber der Stadt, mit allen Markthändlern, die gegenwärtig am Nottekanal ihre Waren anbieten, Gespräche über die Beteiligung am neuen Wochenmarkt zu führen.

Damit das Angebot - vor allem frische Waren wie Lebensmittel von Selbsterzeugern aus dem Dahme-Spreewald - auf diesen Wochenmärkten noch umfangreicher wird, werden Händler gesucht. Interessenten können sich bei der DMG-Zweigniederlassung (Tel.: 03722/7391-0) melden.

Impressum

Herausgeber:

DMG Marktgilde e.G.
Simmersbacher Str. 12
35713 Eschenburg
Telefon: (0 27 74) 91 43-0
Telefax: (0 27 74) 91 43-33
E-mail: D.M.G.@T-Online.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

Lithos:

Andre Dietermann
35708 Haiger-Fellerdilln

Druck:

Nickel GmbH Graphischer Betrieb
35716 Ewersbach
Verteilte Auflage: **7800**
Redaktionsschluß für die nächste Ausgabe: **17. Mai 1999**

"Der Wochenmarkt" wird kostenlos, in vierteljährlicher Erscheinungsweise, vertrieben. Artikel, insbesondere namentlich gekennzeichnete Beiträge, geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder.

Der Nachdruck ist gegen Übersendung eines Belegexemplars möglich.

Die Redaktion wünscht sich Leserzuschriften, behält sich aber vor, diese gegebenenfalls zu kürzen. Eine Veröffentlichungsgarantie besteht nicht.