

DER WOCHENMARKT

Nr. 83 // September 2024 // 28. Jahrgang

Die Hauszeitung der Deutschen Marktgilde eG

Neue Website
marktgilde.de – S. 3

Der DV – Dialog-Plattform für
integrierte Stadtentwicklung
und Wohnen – S. 10 und S. 11

Unsere neuen Märkte –
Eisenhüttenstadt – S. 12

Die Unternehmenswebsite
der Deutschen Marktgilde
erstrahlt im neuen Glanz...

Seit mehr als 75 Jahren enga-
giert sich der Deutsche Ver-
band für Wohnungswesen...

An der unmittelbaren Gren-
ze zu Polen liegt Eisen-
hüttenstadt. Wie der...



Wochenmarkt und
Beschicker präsentieren
sich im Internet
– S. 4 und S. 9

LIEBE LESERINNEN UND LESER



Sebastian Stahl (l.)
und Ingo Johnson (r.),
Vorstand Deutsche Marktgilde eG

Was kann der Wochenmarkt von Olympia lernen?

In den vergangenen Monaten haben mehrere große Sport-Events die Massen bewegt: Fußball-Europameisterschaft in Deutschland, Tour de France, Tennisturnier in Wimbledon – und als Krönung die Olympischen Spiele in Paris. Insbesondere letzteren werden im Nachhinein nahezu überdimensionale Kräfte und Auswirkungen bescheinigt. *„Frankreich schien vor den Olympischen Spielen erschöpft von der politischen Uneinigkeit im Land. Doch die Veranstaltungen von Paris haben gezeigt, dass die Menschen der Grande Nation zusammen vieles erreichen können. Die Franzosen haben gewagt und gewonnen. Die Franzosen haben der Welt und vor allem sich selbst bewiesen, was sie erreichen können, wenn sie an einem Strang ziehen.“* (Julia Borutta, ARD-Paris)

Setzen Sie in diesem Zitat doch einfach einmal „Stadtverwaltung“ oder „Wochenmarkt“ an die Stelle von „Frankreich“ oder „Franzosen“ oder „Menschen“. Kann das nicht ein Wegweiser für den Wochenmarkt der Zukunft sein?

Das Fazit anderer Quellen hebt einhellig die verbindende Kraft des Sports hervor. Vielfältige Athleten, Sportarten, Sportstätten, Zuschauer, Helfer und Organisatoren haben zum Erfolg des Großen und Ganzen beigetragen.

Wochenmärkte haben eigentlich eine ähnliche Grundstruktur und auch das Erfolgspotential: Vielfalt liefern die Händler (Athleten) mit ihren individuellen Angeboten, die Marktplätze sind oft ähnlich zentral und damit attraktiv wie das Beach-Volleyballstadion in Paris, und das Marktpublikum ist i.d.R. genauso interessiert wie das Sportpublikum.

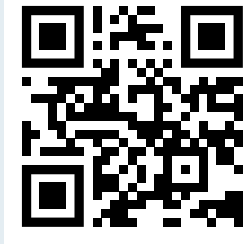
Wie kommen wir also näher an die Beantwortung der Eingangsfrage? Eventuell durch einen weiteren Vergleich mit dem Sport. Zielstrebigkeit, Mut, Disziplin und Ausdauer haben sich vielfach für die Athleten ausgezahlt. Das sind, zusammen mit der Bereitschaft, immer wieder an die eigenen Grenzen zu gehen, Eigenschaften, die auch in der Arbeitswelt Basis für Erfolge sind – auch für Markthändler (siehe unsere neueste Beschickervorstellung). Zahlreiche Ältere haben einen solchen Mara-

thon auf dem Wochenmarkt über 30 oder 40 Jahre absolviert. In ein paar Jahren gehen viele von diesen „Baby-Boomern“ allerdings in Rente. Mit ihnen geht auch viel Know-How und Erfahrungswissen. Aufgrund der immer größer werdenden Herausforderungen empfehlen Experten – wie im Sport – insbesondere die Stärken und Talente der Akteure richtig einzusetzen. Dafür sollten, wie im Spitzensport, auch neue Trainingsprogramme und Geschäftsmodelle eingesetzt werden, um sich den verändernden äußeren Rahmenbedingungen anzupassen und wettbewerbsfähig zu bleiben. Marketing, Digitalisierung, Social Media, „integrierte Stadtentwicklung“ und bargeldloses Zahlen wären hier als Ansatzpunkte zu nennen. Zu diesen Aspekten liefern wir wieder neue Ideen.

Sebastian Stahl Ingo Johnson
Sebastian Stahl und Ingo Johnson
(Vorstand Deutsche Marktgilde eG)

NEUE WEBSITE MARKTGILDE.DE

Hier geht es zur
neuen Unternehmenswebsite
der Deutschen Marktgilde:



www.marktgilde.de

Die Unternehmenswebsite der Deutschen Marktgilde erstrahlt im neuen Glanz; einige werden es sicher schon bemerkt haben. Wer die Domain www.marktgilde.de aufruft, wird ab sofort nicht nur mit einem stimmungsvollen Wochenmarktbild empfangen, sondern auch bereits mit ersten wichtigen Informationen rund um das Unternehmen und die Zusammenarbeit versorgt.

Wir wissen um die Schnellebigkeit der heutigen Zeit und haben für Sie die Themen so sortiert, dass Sie über das Menü schnell zu Ihrem eigenen Bereich gelangen, ob Beschicker oder Platz-eigentümer. Dort finden Sie übersichtlich alle wichtigen Informationen.

Neu ist auch die Standortübersicht, die Ihnen beim Besuch der Seite immer wieder begegnen wird und die Wochenmärkte inkl. der Marktzeiten und auch der Ansprechpartner tagesaktuell automatisch ausspielt.

Schauen Sie sich gerne um und nutzen die stets präsenten Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme. Wir freuen uns auf Ihren Anruf oder Ihre E-Mail. Viel Spaß beim Stöbern!



DER WOCHENMARKT AUF SOCIAL MEDIA

Im Zuge der Neukonzeption des Social Media Bereichs eröffneten wir zu Beginn des Jahres Kanäle für die Kundenmarke Treffpunkt Wochenmarkt sowie ein Unternehmensprofil auf Instagram.

Neben dem übergeordneten Account für alle Märkte etablieren wir derzeit zusätzlich Profile für einzelne Märkte, wie z.B. Bonn, Lutherstadt Wittenberg, Kaufbeuren oder Bochum. Diese eignen sich ideal für lokal spezifische Inhalte sowie allgemein interessierende Themen wie Nachhaltigkeit, praktische Tipps zum Einkauf oder Rezeptideen mit Wochenmarktprodukten. Der bereits seit dem Jahr 2022 bestehende Instagramkanal der Dresdner Wochenmärkte zeigt, wie dies aussehen kann.

Warum die Nutzung der Online-Plattform auch für den traditionsreichen Wochenmarkt von Vorteil ist, verrät Kirsten Heckmann (Marktleiterin Wochenmarkt Wildeshausen). Sie selbst postet innerhalb einer Facebook Wochenmarktgruppe regelmäßig Beiträge über das Marktgeschehen, stellt Beschicker oder das Sortiment vor und ermutigt auch die Händler, selbst aktiv zu werden: *„Es ist wichtig, dass auch die Beschicker Social Media als Werbepattform nutzen. Ich animiere gerne die anderen dazu, beispielsweise besondere Angebote zu posten, denn wenn sich alle beteiligen, entsteht ein lebhafter und familiärer Austausch“*, sagt Marktleiterin Heckmann. Auch auf die Art der Inhalte kommt es an. *„Die Nutzer möchten nicht nur reine*

Informationen und Fakten erhalten, sondern auch anschauliche Fotos und Videos, quasi ‚aus dem Alltag heraus‘“, rät sie und versorgt regelmäßig die Gruppe mit vielseitigem Input.

Social Media hat den großen Vorteil des persönlichen Kundenkontakts. In Kooperation mit städtischen und Beschicker-Profilen lassen sich zudem interessierte Nutzer in der Region direkt ansprechen; gemeinsam wird höhere Reichweite erzielt.

Dies ist möglich über gegenseitige Erwähnungen und Verlinkungen. Alle Beiträge, Reels und Storys mit der Verlinkung unserer Kanäle werden vom Team der Deutschen Marktgilde und EMMA geteilt. So entsteht eine weitere kostenfreie Werbemöglichkeit. *„Ich freue mich immer, wenn die Beschicker der Wochenmärkte unseren Kanal verlinken und unterstützen durch sie das Teilen der Beiträge. Auch Videos vom Markt oder bei ihnen vor Ort auf den Höfen oder Gärtnereien werden von mir erstellt und kostenfrei veröffentlicht. Damit der Kanal weiter wächst, wurde eine Kooperation mit dem Online-Magazin „So lebt Dresden“ abgeschlossen. Erste Aktionen sind bereits auf [wochenmarkt_dresden](#) zu sehen und weitere folgen“*, erklärt Madeleine Megyesi-Lukaß, Niederlassungsleiterin Dresden.

Lassen Sie uns kollektiv den Wochenmarkt auch einer jüngeren Zielgruppe schmackhaft machen und folgen Sie uns in den Sozialen Medien.

Folgen, liken, teilen

Gemeinsam den Wochenmarkt in den sozialen Medien stark machen.

So finden Sie die Profile:

Einfach QR Code für Hauptprofile scannen oder [treff.woma_bochum](#), [treff.woma_wittenberg](#), [treff.woma_bonn](#), [treff.woma_kaufbeuren](#), [wochenmarkt_dresden](#) eingeben.



[treffpunkt_wochenmarkt](#)



[deutsche-marktgilde](#)



DER WURST
GROßHANDEL.DE



Sie suchen ein neues Produkt für den Markt?

Schon mal an mediterrane Salami gedacht?! Wer ist nicht verrückt danach?
Unsere Produkte eignen sich als Ergänzung zu Ihrem Sortiment, aber auch und vor allem als eigenständiges Produkt, mit dem Sie problemlos ein gutes Einkommen erzielen können.

Wir bieten Ihnen die leckersten und besten Produkte an! Und eine gute Beratung mit Unterstützung.

Über uns

Unser Unternehmen wurde im Jahr 2012 gegründet und wir haben uns mittlerweile einen Namen als Lieferant für den Markthandel in den Niederlanden, Deutschland und Belgien gemacht. Unser Sortiment umfasst momentan mehr als 100 verschiedene Sorten luftgetrockneter Salami aus Frankreich, Spanien und Italien.

Egal, ob Sie Ihr Sortiment erweitern wollen, oder eine neue Einnahmequelle finden möchten - wir stehen für Sie bereit.

Die Vorteile unserer Produkte

- ✓ Super Qualität
- ✓ Gute Umsätze
- ✓ Hohe Gewinnmargen
- ✓ Viele Verkaufsmöglichkeiten auf Märkten und Veranstaltungen
- ✓ Geringe Investitionen & kleine Preise
- ✓ Lange Haltbarkeit
- ✓ Schnelle Lieferung aus unserem eigenen Lager
- ✓ gute Fachberatung ...

Sind Sie neugierig geworden?

Nehmen Sie Kontakt mit uns auf oder sehen Sie sich mal um in unser Webshop.
Auf www.derwurstgrosshandel.de können Sie sich unverbindlich anmelden als Neukunde.
Wir sind erreichbar auf: info@derwurstgrosshandel.de / Telefonisch 0031-413-530257
Wir sprechen Deutsch!



Besuchen Sie
unsere Website



WIR STELLEN VOR



**ALEX WOLF –
NIEDERLASSUNGS-
LEITER HANNOVER**

Voller Engagement übernahm Dirk Dieter vorübergehend die Vertretung der Niederlassung Hannover. Nach einigen Monaten der Neuausrichtung übergab er im Juli 2024 den Staffelnstab an Alex Wolf, der sich künftig mit Elan dem Ausbau und der Weiterentwicklung der Wochenmärkte widmen wird.

Der zweifache Familienvater bringt wertvolle Erfahrung aus dem Einzelhandel mit, insbesondere im Frischebereich, fokussiert auf Obst und Gemüse. Mit Herzblut widmete er sich dort dem Qualitätsmanagement, und so lag der Wechsel zum Wochenmarkt mit seinen frischen und qualitativ hochwertigen Produkten nahe.

Auch die Welt der Logistik ist ihm vertraut und gab ihm einen Einblick in die Herausforderungen hinsichtlich Organisation und Transport der teils empfindlichen Marktwaren.

In Langenhagen beheimatet, ist er immer schnell vor Ort um den persönlichen Kontakt zu den Ansprechpartnern auf dem Markt und in den Kommunen zu pflegen.



**TANJA DEBUS –
INNENDIENST
HANNOVER**

Mitte August 2024 wurde das zuständige Team für die Region Hannover wieder komplettiert. Tanja Debus unterstützt seitdem Herrn Wolf bei allen organisatorischen Themen rund um die Wochenmärkte im Nordwesten des Landes. Nicht nur ihre Aufgabe als Familienmanagerin mit zwei Kindern im schulpflichtigen Alter sorgt bei ihr für ausgeprägte organisatorische und kommunikative Fähigkeiten. Auch ihre vorangegangene Tätigkeit als Badplanerin und Beraterin kommt ihr im Aufgabenfeld des Innendienstes zugute. Die kreative Ader, die bei der planerischen Gestaltung zum Einsatz kam, bereichert jetzt Haus sowie Hobby und natürlich auch das neue Aufgabengebiet.

„Ich freue mich über die neue Herausforderung in der Marktgilde und darauf, eine gute Unterstützung im Team zu sein“, so blickt Tanja Debus vor ihrem Start auf ihre Zukunft bei der Deutschen Marktgilde.

MARC WAGNER – NIEDERLASSUNGSLEITER BOCHUM

Das Jahr 2024 startete für die Deutsche Markt-
gilde mit der Übernahme der Bochumer
Wochenmärkte. Wie wir in der Ausgabe Nr. 82
berichteten, galt es hier, Herausforderungen in
Chancen zu verwandeln. Dieser Aufgabe und
der Festigung und Ausweitung der Bochumer
Wochenmärkte nahm sich im Februar ein neues
Gesicht der Marktgliederiege an.

Marc Wagner, gebürtiger Dortmunder, bringt
langjährige Erfahrung im Eventbereich mit,
von Festivals bis hin zu Veranstaltungstouren
für Unternehmen. Mit den eingeschränkten
Möglichkeiten in der Coronazeit folgten neue
Herausforderungen im Abrechnungswesen
einer Seniorenresidenz. Doch das Veranstal-
tungswesen steckt nach wie vor in seiner DNA
und so zog es ihn raus an die frische Luft und
auf die Bochumer Märkte. Auch den Wechsel
von Nachttaube zu frühem Vogel scheute er nicht
und steht heute den Beschickern und Marktlei-
tern schon in der Früh bei allen Herausforde-

rungen zur Seite. Täglich reist er von Markt zu
Markt und sorgt so für eine direkte Kommuni-
kation und gute Verständigung untereinander
– hat er die Verständigung unterschiedlicher
Kulturen doch mit seiner Deutschen und
Schweizer Staatsbürgerschaft schon in die
Wiege gelegt bekommen.



**Wir wünschen allen neuen Kolleginnen und Kollegen viel Erfolg und
Glück bei ihren neuen Aufgaben.**

Ihr Kontakt zu den neuen Kolleginnen und Kollegen:

Marc Wagner
Tel.: 02774 9143-710
Mobil: 0171 4157443
Mail: m.wagner@marktgilde.de

Alex Wolf
Tel.: 02774 9143-301
Mobil: 0175 5885106
Mail: a.wolf@marktgilde.de

Tanja Debus
Tel.: 02774 9143-300
Mail: t.debus@marktgilde.de



© Verbraucherzentrale
Sachsen-Anhalt

VERBRAUCHERZENTRALE NUTZT WOCHENMARKT ALS PLATTFORM FÜR DEN DIREKTEN DIALOG

Der Wochenmarkt ist seit jeher ein Ort des persönlichen Austauschs und damit einhergehend des vertrauten Miteinanders – Vertrauen in den Menschen, der hinter der Theke steht, sowie Transparenz bezüglich der gekauften Produkte. Diese beiden Punkte stehen ebenso bei der Verbraucherzentrale Sachsen-Anhalt im Fokus; Aufklärung für bestmögliche Transparenz und schlussendlich Vertrauen für die zu treffenden Entscheidungen. Dahingehend liegt die Kombination Wochenmarkt und Verbraucherzentrale auf der Hand. Dies dachte sich auch die Verbraucherzentrale Sachsen-Anhalt. Nach mehrmaligen Teilnahmen am Wochenmarkt Lutherstadt Wittenberg rief Josefine Pönicke, u.a. zuständig für Netzwerk- und Öffentlichkeitsarbeit der Verbraucherzentrale, in diesem Jahr eine Wochenmarkttour ins Leben.

An sechs Terminen von April bis Juni hatte das Team in Wittenberg, Dessau-Roßlau, Wolfen, Merseburg sowie Burg viel Wissenswertes zur Lebensmittelberatung, Finanzdienstleistungsberatung, allgemeinem Verbraucherrecht und Pflegerechtsberatung mit im Gepäck. Am 9. Oktober können sich dann die Bürger Bitterfelds noch über das geballte Wissen freuen. Auf dem Markt konnten viele Fragen beantwortet werden und für tiefer gehende Gespräche, die einen Blick in die Systeme erforderten, erhielten die Besucher die Infos zur nächstgelegenen Beratungsstelle.

Wer jetzt eben kurz innegehalten hat und den Bereich der „Pflegerechtsberatung“ noch nicht in Verbindung mit der Verbraucherzentrale bringen konnte, erhält unter www.verbraucherzentrale-sachsen-anhalt.de viele weitere Informationen. „Im Jahr 2019 als Projekt ins Leben gerufen, gehört dieser Bereich seit 2023 zum festen Repertoire in Sachsen-Anhalt. Gemeinsam mit der Verbraucherzentrale in Rheinland-Pfalz sind wir Vorreiter in diesem Gebiet, gibt es das Angebot andernorts bisher noch nicht. Gerade in diesem Bereich ist die schnelle und unkom-

plizierte Hilfe wichtig; strömen doch meist die ganzen organisatorischen Fragen und emotionalen Hürden plötzlich auf die Betroffenen ein“, berichtet Josefine Pönicke.

Am Stand beschäftigten die Besucher vorwiegend die Fragen nach dem Kauf der richtigen Milch, der aktuellsten Heizkostenabrechnung und auch die Prüfung der Abrechnung des Pflegedienstes. Freudig überrascht war das Team immer wieder über den Besuch der Schüler aus der Gegend, die ihre Pause nutzten und drängende Fragen stellten. Hier drehte sich natürlich vieles um die Frage nach dem richtigen Girokonto, was es zur Eröffnung eines solchen benötigt und Wissenswertem vor dem Start in Ausbildung und Studium.

Grundlegend besteht die Aufgabe darin, präventiv aufzuklären. „Ich muss meine Rechte kennen, um sie durchzusetzen. Das ist für uns ein wichtiger Leitsatz. Daher freuen wir uns sehr, wenn unsere Angebote nach außen getragen werden, z.B. in städtischen Amt- und Informationsblättern, damit alle Interessierten sich informieren können und im Fall der Fälle die Kontaktdaten schnell zur Hand haben“, erklärt Josefine Pönicke.

Kontakt:

Verbraucherzentrale
Tel. 0345 29 27 800 Mail: vzsa@vzsa.de

Pflegerechtsberatung
Beratungstelefon: 0800 100 3711
Beratungszeiten: MO/DO/FR 9-12 Uhr
DI 14-18 Uhr



© Verbraucherzentrale
Sachsen-Anhalt

BESCHICKERVORSTELLUNG



Mit Leib und Seele
Gemüsebauer und
Markthändler

Wer wir sind:

Gartenbau Naumann steht seit 1990 für vielfältige Kulturen an Gemüse in Dresden. Mit 11 Angestellten betreiben wir derzeit eine Gärtnerei, einen Hofladen und verkaufen das saisonale Angebot auf dem Markt am Schillerplatz.

Warum wir den Wochenmarkt schätzen:

Der Wochenmarkt bedeutet für uns mehr Flexibilität und Unabhängigkeit gegenüber einem Ladengeschäft. Eine höhere und differenzierte Kundenfrequenz bietet die Möglichkeit, die eigene Ernte in größeren Mengen abzusetzen und vielseitige Kundengruppen anzusprechen, ob Stammkunden, Laufkunden, Jung oder Alt. Herausfordernd ist hier, sich auf schwankende Wetterbedingungen einzustellen und dabei auf Qualität und Frische der Produkte achtzugeben. Auch die langen Arbeitstage sind mit einem hohen Kraftaufwand verbunden.

Wie wir werben:

Zur Bewerbung unserer Angebote nutzen wir sowohl Print als auch Digitales. Von der lokalen Zeitung mit besonderen, regionalen Themen über Flyer auf dem Markt bis hin zur eigenen Website und Social Media. Die Website ermöglicht einen umfassenderen Einblick in den Betrieb und eine schnelle Information sowie Kontaktmöglichkeit für Kunden.

Social Media, als das jüngste Medium, gibt uns die Freiheit, den Alltag des Unternehmens transparent und dynamisch zu zeigen. Wir erreichen eine jüngere Zielgruppe und zeigen, wie abseits des Marktstandes gearbeitet wird. Alltagssituationen können schnell festgehalten und sogar live ausgestrahlt werden. Der Blick hinter die Kulissen ermöglicht einen persönlichen und nahbaren Eindruck.

Wer wir sind:

Tacos Mexican Streetfood, wurde 2024 gegründet und hat seinen Standort in Rheinbach. Wir sind spezialisiert auf authentische mexikanische Tacos und Burritos. Mit frischen und hochwertigen Zutaten möchten wir unseren Kunden ein unverwechselbares Geschmackserlebnis bieten und die mexikanische Küche in der Region bekannter machen.

Warum wir den Wochenmarkt schätzen:

Er bringt zwar Herausforderungen mit sich (Transport, Einhaltung von Kühlketten, Wetterbedingungen), der direkte Kundenkontakt ermöglicht uns aber den wichtigen Austausch und gibt uns wertvolles, unmittelbares Feedback, das uns hilft, unser Angebot kontinuierlich zu verbessern. Die lebendige und freundliche Atmosphäre des Marktes passt perfekt zu unserem Konzept und trägt zur Authentizität unserer Marke bei. Zudem fördert die Teilnahme am Wochenmarkt die Regionalität, indem wir lokale Produkte nutzen und Netzwerke stärken.

Wie wir werben:

Für unser Geschäft nutzen wir verschiedene Medien. Unsere Website ist essentiell, um eine starke Online-Präsenz zu gewährleisten, Kunden zu informieren und Kontaktmöglichkeiten anzubieten. Social Media ist für uns unverzichtbar, da es uns ermöglicht, eine breite Reichweite zu erzielen, die Kundenbindung zu stärken und direkt mit unseren Kunden zu kommunizieren. Vor Ort setzen wir auf Plakate und Flyer. Zudem nutzen wir Online-Plattformen, auf denen Bewertungen und Empfehlungen helfen, Vertrauen bei potenziellen Kunden aufzubauen und neue Gäste zu gewinnen.

Wir freuen uns darauf, unsere leckeren Tacos und Burritos weiterhin auf dem Wochenmarkt anzubieten und unsere Kunden mit authentischer mexikanischer Küche zu begeistern.



© Tacos Mexican Streetfood

Wir stellen vor

DER DV – DIALOG-PLATTFORM FÜR INTEGRIERTE STADTENTWICKLUNG UND WOHNEN

Seit mehr als 75 Jahren engagiert sich der Deutsche Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e.V. in Deutschland und der EU. Kathrin Senner gibt Einblicke in die Arbeit und beleuchtet wichtige Maßnahmen einer attraktiven Innenstadtentwicklung.

Frau Senner, viele kennen den DV bereits, wie würden Sie die Aufgabe des Verbandes für Personen beschreiben, die noch keine Berührungspunkte hatten?

Der Verband fungiert als Dialog-Plattform für integrierte Stadtentwicklung und Wohnen mit dem Ziel, nachhaltige, zukunftsfähige Städte für alle zu schaffen. Wir bringen lokale Vertreter aus Politik, Wirtschaft, Stadtgesellschaft etc. zusammen und ermöglichen den übergreifenden Austausch. Unterschiedliche Perspektiven sollen dabei Gehör finden und zusammengeführt werden. Wichtig ist uns, dass wir kein Interessenverband

sind und somit neutral fungieren. Wir setzen uns ganzheitlich für eine nachhaltige Stadt- und Wohnraumentwicklung mit gemeinwohlorientierter Entwicklung ein.

Was begeistert Sie persönlich an Ihrer Arbeit?

Meine Arbeit im Verband beinhaltet ein sehr breites Themenspektrum. Dadurch komme ich immer wieder in den Austausch mit unterschiedlichsten Akteuren. So erweitern wir nicht nur unser Beratungsspektrum, ich kann auch selbst immer wieder dazulernen und neue Facetten entdecken. Dies alles, mit einem sehr engagierten und tollen Team, bereitet mir Freude.

Beschreiben Sie uns kurz die aktuellen Schwerpunkte Ihrer Arbeit.

Aktuelle politische und gesellschaftliche Themen, die wir derzeit aus der Presse kennen, beschäftigen natürlich auch uns und beein-

flussen den Fokus der derzeitigen Arbeit. Dabei nehmen wir die Transformation der Innenstädte mit Fokus auf eine stärkere Gemeinwohlorientierung und bezahlbaren Wohnraum genauso auf, wie einen praxisnah umzusetzenden Klimaschutz. Inkludiert wird hier nicht nur die Sicht auf die Entwicklung in Deutschland, sondern auch die europäische Stadt- und Raumentwicklung. Daher haben wir auch in Brüssel ein Büro mit drei Mitarbeitern, unsere Gelegenheit, ganz nah dran zu sein, Themen grenzüberschreitend direkt aufnehmen und uns dafür einsetzen zu können.

Die letzten Jahre sind geprägt von viel Veränderung. Können Sie uns benennen, was für Sie die überraschendste Entwicklung der letzten Jahre war?

Mich hat es wirklich überrascht, wie stark die Krisen der letzten Jahre die (vermeintlich) stabilen Strukturen ins Wanken gebracht haben und wie nachhaltig diese Entwicklung ist. Wobei wir hier sehen, dass sowohl negative als auch positive Veränderungen daraus resultieren. Für alle sichtbar ist natürlich die Verödung der Innenstädte, die durch Corona und Kriege noch weiter vorangetrieben wurde. Positiv zu sehen ist jedoch die Entwicklung der Arbeitswelt durch z.B. Flexibilisierung von Arbeitsmodellen.

Auf welche Punkte sollten Kommunen jetzt den Fokus legen, um lebenswerten Wohnraum für die Zukunft zu schaffen?

Wir raten Kommunen dazu, sich noch breiter aufzustellen, sowohl was die Nutzung des Raums angeht als auch bei den Partnern. Die

Exkursion durch die Mannheimer Innenstadt im Rahmen des Netzwerktreffens des Bundesprogramms „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“





© Vlada Stcholkina

Stadtlabor in Offenbach im Rahmen der Vernetzungsinitiative „Gemeinsam für das Quartier“

letzten Jahre haben gezeigt, dass der Schaden umso größer ist, je geringer das Portfolio.

Zudem halten wir es für wichtig, gerade jetzt in attraktive Strukturen zu investieren. Das Projekt „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ ist hier zu nennen. Innerhalb des Projektes wird der Austausch gefördert, jeder kann von dem Wissen der anderen profitieren und einige Punkte übernehmen. Wie sagt man so schön, „das Rad muss nicht immer neu erfunden werden“.

Welche Rolle spielt aus Ihrer Sicht der Wochenmarkt im Zuge der Innenstadtentwicklung?

Wochenmärkte sind ebenfalls im genannten Projekt inkludiert. Sie stärken die Nahversorgung und verknüpfen die regionale Wirtschaft über das Angebot regionaler Produkte. Zusätzlich stellen sie einen Ort der Begegnung dar und sorgen so für lebhaftere Innenstädte und Zentren.

„Gemeinsam für das Quartier“ ist eines der Projekte des DV. Können Sie uns hier etwas mit reinnehmen?

Gestartet ist das Projekt im Jahr 2020 und wird bis heute aktiv von meinen Kolleginnen und Kolle-

gen betreut. Wie der Name schon sagt, geht es darum, einen gemeinschaftlichen Nutzen für das Quartier zu schaffen. Hier verbinden wir Akteure der Immobilienwirtschaft mit Wohlfahrtsorganisationen und Akteuren aus Bildung, Kreativwirt-



© Lidia-Tirri

Zur Person:

Kathrin Senner hat Ihre Zeit beim DV im Jahr 2016 als Projektleiterin begonnen und ist heute als Geschäftsführerin tätig. Privat genießt sie es, bei Gelegenheit samstags über den Wochenmarkt zu schlendern und frische Kräuter für die heimische Küche einzukaufen. Im Herbst genießt sie die Wochenmarktprodukte am liebsten in einem aromatischen Kürbiscurry.

schaft und Kultur. Ideen der einzelnen Akteure werden ausgetauscht und unterschiedliche Standpunkte aufgenommen. Gemeinschaftlich wird anschließend besprochen, wie man dies zusammenführen und gemeinsam nutzen kann. Dazu werden verschiedene Formate (Reallabore, Workshops usw.) durchgeführt.

Umnutzung von Großimmobilien ist hier derzeit ein großes Thema, wie z.B. leer stehende Warenhäuser. Aber auch die Frage danach, wie neue Akteure in die Innenstadt gebracht werden können, beispielsweise Bildungseinrichtungen oder Bibliotheken.

Der Fokus sollte immer auf der gemeinschaftlichen Erarbeitung liegen, um konkrete Handlungsstränge zu entwickeln. Denn die Immobilienwirtschaft hat ein anderes Interesse als die Wohlfahrtsorganisation oder die Kulturschaffenden.

Vielen Dank für die offene Beantwortung der Fragen. Welchen Tipp können Sie unseren Lesern zum Schluss noch mitgeben?

Wir stellen immer wieder fest, wie vielfältig unsere Arbeit und die Anliegen der unterschiedlichen Akteure sind. Eine Blaupause für alle gibt es nicht, dafür sind alle zu individuell und die Erfolgsfaktoren können überall unterschiedlich sein. Wichtig ist dennoch, dass Kommunen voneinander lernen können und sollen. Suchen Sie den Dialog mit den Akteuren in Ihrer Kommune und mit anderen Kommunen.

UNSERE NEUEN MÄRKTE

EISENHÜTTENSTADT

An der unmittelbaren Grenze zu Polen liegt Eisenhüttenstadt. Wie der Name schon verrät, ist die Geschichte geprägt von der Verarbeitung des nützlichen Metalls. Doch nicht nur harter Stahl gehört zum Stadtbild, sondern auch viele frische und regionale Lebensmittel, die jeden Dienstag und Donnerstag auf dem Wochenmarkt angeboten werden.

Seit April 2024 hat die Stadt die Marktbetreuung in die Hände der Deutschen Marktgilde gelegt. In enger Zusammenarbeit mit der Stadt soll Gutes beibehalten und weniger Gutes verbessert werden.

Alle bisherigen Beschicker sind dem Marktgeschehen treu geblieben, und so finden Woche für Woche immer wieder ca. 15 Händler und Erzeuger aus der Region den Weg nach Eisenhüttenstadt.

Stand der April noch im Zeichen der organisatorischen Umstellung, gab es im Mai die erste Besonderheit für die Marktbesucher. Sie konnten an einer Marktrallye teilnehmen und ihr Wissen über die Stadt gewinnbringend einsetzen. Alle Gewinner konnten sich über beste Produkte der lokalen Beschicker freuen, Bekanntes genießen und neue Produkte für sich entdecken.

© Dr. Frank Howest –
Stadt Eisenhüttenstadt



Gemeinsam mit den Vertretern der Stadt ging es anschließend in die Planung der Werbemaßnahmen, um bei Bürgern und Touristen die Lust auf frische und regionale Produkte zu wecken. Dabei wurden beiderseits Einblicke in den aktuellen Stand der Zusammenarbeit gegeben und sowohl für die Presse als auch für Besucher der städtischen Website www.eisenhuettenstadt.de veröffentlicht.

„Inzwischen ist ein sogenanntes Marktflair zu spüren, der Wochenmarkt ist zum Treffpunkt und ein Ort der Kommunikation für seine Kunden geworden. Die Bedeutung des Wochenmarktes als Wirtschaftsfaktor für die Innenstadt bzw. insbesondere die Lindenallee ist merklich erkennbar.“

Dr. Frank Howest
SB Wirtschaftsförderung

Ein Flyer mit allen wichtigen Wochenmarktdaten, Beschicker- und Sortimentsübersicht soll schon vor dem Marktbesuch die Vielfalt und tollen Angebote aufzeigen und wird vor Ort an stark frequentierten Plätzen wie der Touristinfo oder dem städtischen Museum und der Bibliothek zur Mitnahme ausgelegt. Für alle, die eher digital unterwegs sind, veröffentlichen Stadt und Deutsche Marktgilde alle wichtigen Informationen auf den Social Media Kanälen und der neu gestalteten Marktwebsite. Beide Seiten arbeiten gemeinsam an der Attraktivitätssteigerung des Wochenmarktes und hoffen, so neue Beschicker sowie neue Kunden für das Marktgeschehen in Eisenhüttenstadt begeistern zu können.

OBERTSHAUSEN

Im Herzen Hessens gelegen, bietet Obertshausen beste Voraussetzungen zum Leben und Arbeiten. Doch eines fehlte den Bürgern des hessischen Städtchens; ein Wochenmarkt. Der Wunsch wurde gehört und die Vertreter der Stadt setzten sich mit der Deutschen Marktgilde in Verbindung, um den Gedanken „Wochenmarkt“ in die Tat umzusetzen.

Erfahrene Mitarbeiter auf beiden Seiten begaben sich gemeinschaftlich auf die Suche nach dem passenden Marktgelände, dem geeigneten Wochentag und regionalen Anbietern, die den Markt mit Leben füllen sollten. So kristallisierte sich in der Planungsphase im Jahr 2023 der 3. Mai 2024 als Starttermin heraus. Passend zum allgemeinen Aufblühen der Marktsaison in Deutschland.

Gestartet wurde mit vier Beschickern mit einem Angebot von hochwertigem Geflügel, frischem Obst und Gemüse, köstlichen Weinspezialitäten bis hin zu Feinkostspezialitäten. Nach dem erfolgreichen Startschuss gesellte sich noch ein Coffe Bike hinzu und füllt den kleinen aber charmanten Meininger Platz somit weiter aus.

„Mit einer attraktiven Vielfalt an Beschickern und Waren will Obertshausen den Wochenmarkt als feste Größe in der Stadt etablieren und zeigt sich über die ersten Monate sehr zufrieden.“

Der Wochenmarkt zusammen mit dem monatlich stattfindenden After-Work-Angebot ist zu einem neuen Treffpunkt in der Stadt geworden. Die Idee, den Meininger Platz in der Nähe des Bahnhofs zu beleben, hat geklappt, aber es liegt auch noch Arbeit vor uns.“

Manuel Friedrich

Bürgermeister Obertshausen

Auch der Verein Stadtmarketing war aktiv in die Planung involviert und ergänzt immer am ersten Freitag im Monat den Wochenmarkt mit

einem After-Work-Event. Ab 17 Uhr heißt es dann, den Markt gesellig ausklingen zu lassen; begleitet wird dieses Zusammentreffen mit Musik und einer schmackhaften Getränke- und Imbissauswahl.

Medial wurde die Planungsphase und Eröffnung aktiv unterstützt. So gestattete die Stadt Obertshausen in ihren Pressemeldungen immer wieder Einblicke in den aktuellsten Planungsstand. In enger Absprache wurden zudem Social Media Beiträge sowie die Gestaltung von Bannern und Flyern erfolgreich umgesetzt. Ist die Bewerbung des Wochenmarktes für viele ein wichtiger und offensichtlicher Baustein, sollten aber auch die Rahmenbedingungen direkt vor Ort nicht außer Acht gelassen werden. Neben der Aufstockung der Stromanschlüsse und der Versetzung von Sitzgelegenheiten gehört in Obertshausen ein neu erworbener Lagercontainer dazu. Dieser beherbergt nicht nur wichtiges Equipment für das Marktgeschehen, sondern fungiert auch als Werbefläche für den Wochenmarkt und das After-Work-Event.

Finanziert wurde das Projekt anteilig durch das Förderprogramm „Zukunft Innenstadt“.



STADT
OBERTS
HAUSEN



STADTMARKETING
OBERTSHAUSEN





© Gemeinde Großbeeren

Exotischer Blumenhandel in Großbeeren

GROSSBEEREN

Am 13. April fiel der Startschuss für den neuen Wochenmarkt in Großbeeren. Mit einer attraktiven Vielfalt an Beschickern und Waren soll sich der Wochenmarkt als feste Größe in der Gemeinde etablieren. Damit dies auch gelingt, wurden die Bürger und Bürgerinnen vorab mittels Onlineumfrage in die Planung einbezogen. Nach der Umfrage, an der sich über 700 Bürger beteiligten, hat sich der Samstagvormittag als beliebtester Termin herauskristallisiert. Dieser Termin ermöglicht es auch Berufstätigen, das bunte Markttreiben zu genießen und sich mit hochwertigen, regionalen Produkten einzudecken. Mittlerweile bereichern unterschiedlichste Angebote das Marktgeschehen. Frisches Obst und

Gemüse ist hier eines der beliebtesten Angebote, aber auch regionale Fleisch- und Wurstwaren, Backwaren sowie Käsespezialitäten finden großen Anklang. Besonders ist auch das Süßwarenangebot und der große Wagen, randvoll gefüllt mit Blumen- und Pflanzen, der alle vier Wochen seine Klappe auf dem Rathausplatz öffnet.

HETTSTEDT

Wochenmärkte sind verknüpft mit den besten Angeboten aus der Region, Frische, Qualität und natürlich auch Tradition. So ist es auch in Hettstedt. Zweimal wöchentlich finden sich hier die Händler des Wochenmarktes rund um das Bergbaudenkmal ein. Damit dies auch so bleibt und der Wochenmarkt in die Zukunft geführt wird, hat die Stadt Hett-

stedt entschieden, den Wochenmarkt in die Hände eines privaten Veranstalters zu legen. Mit Beginn des Septembers übernimmt die Deutsche Marktgilde die Veranstaltung des Mittwochs- und Freitagsmarktes, auf dem derzeit ca. 80 % Frischeangebote aus der Region zu finden sind.

Jetzt heißt es, die Kupferstadt und ihre regionalen Anbieter noch besser kennenzulernen und den Wochenmarkt auf die lokalen Bedürfnisse hin weiterzuentwickeln.

WURZEN

Wurzen, das Tor zum sächsischen Heide-land. 30 Kilometer östlich von Leipzig gelegen, genießen die Bewohner ein Leben mit vielfältigen Möglichkeiten. Die Geburtsstadt des Schriftstellers, Malers und Kabarettisten Joachim Ringelnatz bietet nicht nur Kunst, sondern auch eine Altstadt, die mit ihrer Schönheit und der 1050-jährigen Geschichte besticht. Die Verbindung von Stadt und Land ist hier überall zu spüren und so liegt es nur nahe, auch die Ernte der Umgebung ins Zentrum zu holen. Im Herzen der Stadt findet man jeden Mittwoch sechs bis zehn Beschicker aus der Region auf dem Wochenmarkt. Seit 1. Mai wurde die Betreuung des Wochenmarktes in die Hände der zuständigen Niederlassungsleiterin Katrin Schiel gelegt. „Der Marktplatz ist der ideale Ort für das Marktgeschehen. Denn nicht nur der Wochenmarkt profitiert von dem zentralen Platz, sondern auch die Geschäfte, kulturellen sowie gastronomischen Einrichtungen in den angrenzenden Straßen und Gässchen“, berichtet Katrin Schiel.

Wochenmarkt auf dem Rathausplatz Großbeeren



© Gemeinde Großbeeren

WOCHENMARKT IN AKTION



© Stefan Bosse

Oberbürgermeister Stefan Bosse und Eva-Maria Kamrad beim Marktfrühstück in Kaufbeuren

MARKTFRÜHSTÜCK IN GEISLINGEN, WALDKRAIBURG UND KAUFBEUREN

Duftender Kaffee und lecker belegte Brötchen mit frischen Zutaten vom Wochenmarkt, das ist das Rezept für ein gemütliches Marktfrühstück. Dieses gab es als kleines Dankeschön – sogar kostenlos – für die Marktbesucher in Geislingen an der Steige, Waldkraiburg und Kaufbeuren. Bei jedem Einkauf an einem Marktstand erhielten sie eine Wertmarke für Kaffee oder eine belegte Brötchenhälfte. „Mit dem Marktfrühstück möchten wir unseren Wochenmarktkunden eine Freude bereiten und ihnen für ihre Treue danken“, so Eva-Maria Kamrad, die in Kaufbeuren sogar Oberbürgermeister Stefan Bosse begrüßen konnte.

10-JÄHRIGES JUBILÄUM DREIEICH

Der Dreieicher Wochenmarkt auf dem Egenberger Parkplatz im Stadtteil Sprendlingen wurde vor 10 Jahren als Ergänzung zum beliebten Donnerstagsmarkt in der Breslauer Straße eingeführt. Gerade für Berufstätige ist das Einkaufen am Samstagmorgen attraktiv und so hat sich das Frischeangebot hervorragend etabliert. Zusammen mit der Stadt Dreieich gab es am 27. April zum Jubiläum einen besonderen Tag im Rahmen der Aktion „Dreieich blüht auf“. Dazu verteilte die Wirtschaftsförderung der Kommune Samentüten mit einer bunten Mischung bienenfreundlicher Blühpflanzen, und der Wochenmarkt feierte mit Kinderschminken, frischen Brezeln, Grillgut und Wein. Mit weiteren Aktionen beteiligte sich die angrenzende Gastronomie und der stationäre Einzelhandel. Das gemeinsame Ziel: Die Innenstadt soll attraktiver werden!

Nützlich und wunderschön: Die bunte Bienenweide



Beliebt bei Aktionen, das Wochenmarkt-Glücksrad

ACHTSAMKEITSTAGE IN DER LUTHERSTADT WITTENBERG

Wochenmärkte haben neben der Nahversorgung mit frischen und regionalen Lebensmitteln immer auch soziale Funktionen als Treffpunkt und Kommunikationsort. Daher war es keine Frage, dass sich der Marktgilde-Markt auf dem Arsenalplatz an den „Achtsamkeitstagen“ in der Lutherstadt Wittenberg beteiligt. Über 30 Vereine, Gruppen und Initiativen stellten sich und ihre Angebote im nahegelegenen Stadthaus vor. Das Wochenmarktteam brachte als besondere Aktion ein Glücksrad mit. An diesem durften die Besucher kostenlos drehen und konnten mit etwas Glück einen schönen Preis gewinnen.



Es geht nicht nur um ihre Zukunft! Juan und Brendon von der Europaschule Köln verteilen Infomaterial zu Umweltschutz und nachhaltigem Einkaufen

EUROPASCHULE AUF WOCHENMARKT BONN

Der Einkauf auf dem Wochenmarkt ist ohnehin umweltschonender und nachhaltiger im Vergleich zum Supermarkt. Dazu verzichten die Bonner Markthändler zusätzlich auf viele Einwegverpackungen aus Kunststoff und bieten ein großes Sortiment regionaler Produkte mit kurzen Transportwegen an. Dass aber noch viel mehr – auf der Seite der Marktbesucher – möglich ist, darauf wiesen zwei Schüler der Europaschule am 18. Juni in Bonn hin. Zum „Sozialen Tag“, an dem bundesweit über 60.000 Schüler in das Arbeitsleben „reinschnuppern“, haben sich Juan und Brendon den Bonner Wochenmarkt ausgesucht. Hier konnten sie neben den interessanten Aufgaben der Beschicker auch vieles rund um die Wochenmarktorganisation kennenlernen und selbst aktiv an ihrem Infostand über noch mehr Umweltschutz beim Einkaufen informieren. Dazu verteilten sie kostenlos die beliebten, wiederverwendbaren Wochenmarkttaschen der Deutschen Marktgilde und gaben wertvolle Tipps zu einem noch nachhaltigeren Einkauf.

50 JAHRE WOCHENMARKT BARSINGHAUSEN

Seit rund zwei Generationen besteht das Einkaufserlebnis Wochenmarkt in Barsinghausen, ein schöner Grund, die 50 Jahre ausgiebig zu feiern!

Am 8. August ging es in der Fußgängerzone los und zwei Tage später beim Samstagsmarkt auf dem Europaplatz weiter. Im Mittelpunkt der vielen Aktionen standen die Marktbesucher, so konnten sich die kleinen Gäste auf einer Hüpfburg austoben oder beim Kinderschminken fantasievoll bemalen lassen. Für die Erwachsenen gab es ein Musikprogramm und als Höhepunkt fünf gut gefüllte Präsentkörbe bei der beliebten Marktrallye zu gewinnen. Viele Sitzmöglichkeiten auf dem Europaplatz luden zum Verweilen bei Kaffee und Leckereien ein. Spannende Vorfürhungen von Polizei und Feuerwehr rundeten das große Jubiläum ab.

FRÜHLINGSMARKT MIT MARKTRALLYE IN SPREMBERG

Zu Beginn des Frühlingmarktes lachte die Sonne und lud zum Einkaufen und Genießen ein. Selbst die weniger frühlingshaften Regenschauer, die sich im Laufe des Markttages immer mal zeigten, hielten die Marktkunden nicht davon ab, am Glücksrad mit einem Dreh einen schönen Preis zu ergattern und bei der Marktrallye ihr Wissen zu Spremberg zu testen. Immerhin lockten fünf gut gefüllte Wochenmarkttaschen – mit frischen Produkten der Marktbesicker – als Hauptgewinne.

„Bereits der Samstag-Sondermarkt im letzten Herbst war ein großer Erfolg, daher habe ich mich auch im Frühling wieder über viele neue und bekannte Gesichter hier auf dem Marktplatz gefreut“, so Dirk Dieter, Berliner Niederlassungsleiter der Deutschen Marktgilde.

Glückliche Gewinner bei der Marktrallye in Spremberg mit Niederlassungsleiter Dirk Dieter (rechts)



v. l. n. r.: Andreas Böhmann (RegioOutlet Grimma), die Pfarrer Markus Wendland und Torsten Merkel, Harald Bieling (Geschäftsführer Diakonie Leipziger Land)



LECKERE SUPPE LÖFFELN UND GLEICHZEITIG ETWAS GUTES TUN

Diakonie lud in Grimma zum Essen und sammelte Spenden

Passantinnen und Passanten auf dem Marktplatz der Muldenstadt konnten jetzt wieder das Angenehme mit dem Nützlichen verbinden. Die Diakonie Leipziger Land hatte hier zu „Grimma nimmt Platz“ eingeladen – eine gute Tradition seit 2018. Serviert wurden die rund 150 Portionen Soljanka und Kartoffelsuppe von prominenten Gesichtern wie den Pfarrern Torsten Merkel und Markus Wendland sowie Diakonie-Geschäftsführer Harald Bieling und Andreas Böhmann, Unternehmer und Sponsor aus Grimma. Sie schwangen die Suppenkelle im Rahmen der Haus- und Straßensammlung der Ev.-Luth. Landeskirche Sachsen. Wer wollte, konnte für sein Mittagessen eine Spende geben. In nur ein- einhalb Stunden kamen mehr als 240 Euro zusammen. Verwendungszweck war diesmal die Wohnungsnotfallhilfe.

„Das Problem ist nicht so sichtbar wie in großen Städten, aber bei steigenden Mieten und hoher Inflation auch auf dem flachen Land immer drängender“, sagte Sozialarbeiter Eric Dörschel von

der Diakonie Leipziger Land. Um das Thema in den Fokus zu rücken, hatte er mit Teamleiterin Claudia Gündel einen Info-Stand über die Beratungsangebote für Menschen aufgebaut, die in Gefahr stehen, ihr Obdach zu verlieren. Hier entsponnen sich viele Gespräche. An den Tischen ringsum genoss man vor allem, bei feinstem Mai-Wetter und Live-Musik gemeinsam Mittag zu essen.

Manche kamen zufällig vorbei und folgten spontan der Einladung der freundlichen Herren an der Ausgabe, die mit „Wie hätten Sie’s denn gern“ oder „Noch ein Käffchen gefällig?“ die Menschen sehr zuvorkommend bedienten und mit witzigen Sprüchen z. B. über „sächs’sche Erdäpfel“ unterhielten. Frank Dienst und Sandra Spitzl kamen gezielt aus Wurzengereicht. „Das könnte es bei uns auch mal geben“, sagten sie. Matthias Costantin findet, dass die Stadt grundsätzlich eine Suppenküche gut gebrauchen könnte.

„Grimma nimmt Platz“ ist da ein guter Anfang, den auch die Deutsche Marktgilde eG Jahr für

Jahr gern unterstützt. Sie stellt den Standplatz zur Verfügung – kostenfrei, denn Suppe für den guten Zweck sei doch „eine schöne Ergänzung, wenn man den Wochenmarkt besucht“, erklärte Niederlassungsleiterin Katrin Schiel: „Man sieht doch praktisch täglich, wo es in der Gesellschaft hakt, solche Projekte sind da wichtiger denn je“. Von Anfang an im Boot ist auch die Diakonie-Tochter Diakos Service Gesellschaft Grimma GmbH, aus deren Küche im Altenpflegeheim „Hedwig Bergsträßer“ die Suppen kamen. Auf dem Markt wurden diese unisono gelobt: „Das schmeckt ja wie zu Hause!“

Text: Diakonie Leipziger Land

Auf dem Bonner Wochenmarkt ist immer was los. TV-Dreh für „Galileo: Food Detectives“ im Juli (ProSieben)



Finsterwalder Sänger unterhalten auf dem Wochenmarkt und gratulieren den Gewinnern der Marktrallye



Besucher bestaunen Gyrocopter auf dem Wochenmarkt Neubrandenburg



Wirtschaftsförderung berät mit Infobike auf dem Wochenmarkt Bochum Dr.-Ruer-Platz



Feierlichkeiten zum Umzug des Donnerstagsmarktes in Minden auf den Marktplatz



IHRE ANSPRECHPARTNER FÜR DEN WOCHENMARKT



Alle Standorte inklusive der Marktzeiten und -tage präsentieren wir für Kunden und Marktinteressierte auf www.treffpunkt-wochenmarkt.de

NIEDERLASSUNG HANNOVER

Davenstedter Straße 60
30453 Hannover
✉ hannover@marktgilde.de
☎ 02774 9143-300
Alex Wolf
☎ 0175 5885106
☎ 02774 9143-301
✉ a.wolf@marktgilde.de

NIEDERLASSUNG BOCHUM

Herner Str. 299
44809 Bochum
✉ bochum@marktgilde.de
☎ 02774 9143-700
Marc Wagner
☎ 0171 4157443
☎ 02774 9143-710
✉ m.wagner@marktgilde.de

NIEDERLASSUNG KÖLN

Charlottenstraße 61
51149 Köln
✉ koeln@marktgilde.de
☎ 02774 9143-700
Prokurist Martin Rosmiarek
☎ 0160 92620559
☎ 02774 9143-701
✉ m.rosmiarek@marktgilde.de

HAUPTSITZ

Simmersbacher Straße 12
35713 Eschenburg
✉ info@marktgilde.de
☎ 02774 9143-100

NIEDERLASSUNG BAD ORB

Frankfurter Straße 2
63619 Bad Orb
✉ badorb@marktgilde.de
☎ 02774 9143-400
Prokurist Peter Keil
☎ 0151 12136580
☎ 02774 9143-401
✉ p.keil@marktgilde.de

NIEDERLASSUNG BERLIN

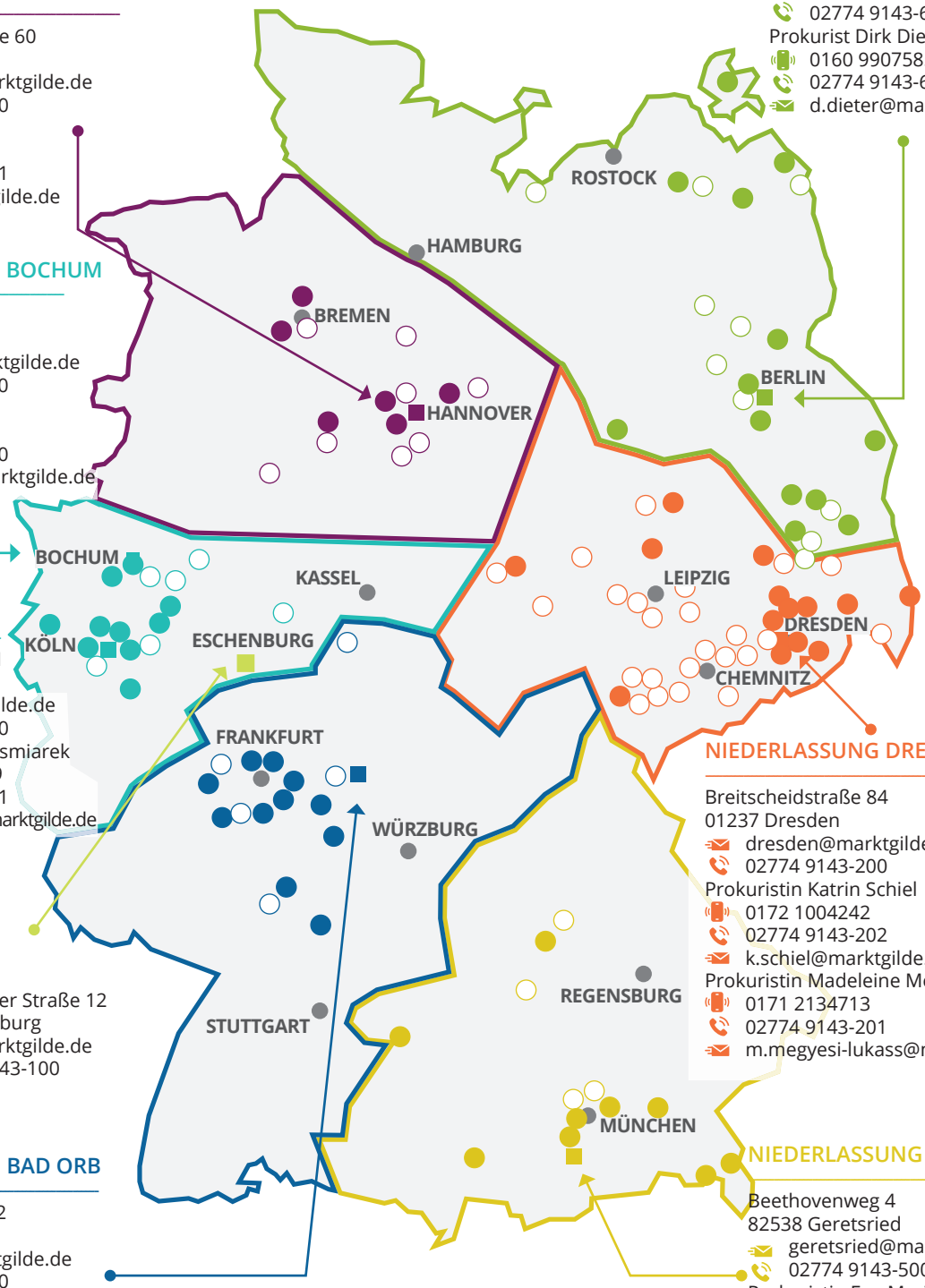
Landsberger Allee 394
12681 Berlin
✉ berlin@marktgilde.de
☎ 02774 9143-600
Prokurist Dirk Dieter
☎ 0160 99075854
☎ 02774 9143-601
✉ d.dieter@marktgilde.de

NIEDERLASSUNG DRESDEN

Breitscheidstraße 84
01237 Dresden
✉ dresden@marktgilde.de
☎ 02774 9143-200
Prokuristin Katrin Schiel
☎ 0172 1004242
☎ 02774 9143-202
✉ k.schiel@marktgilde.de
Prokuristin Madeleine Megyesi-Lukaß
☎ 0171 2134713
☎ 02774 9143-201
✉ m.megyesi-lukass@marktgilde.de

NIEDERLASSUNG GERETSRIED

Beethovenweg 4
82538 Geretsried
✉ geretsried@marktgilde.de
☎ 02774 9143-500
Prokuristin Eva-Maria Kamrad
☎ 0151 52720830
☎ 02774 9143-501
✉ e.kamrad@marktgilde.de



● = Website online
○ = Website in Planung

DIE DEUTSCHE MARKTGILDE – IHRE STARKE PARTNERIN FÜR DEN WOCHENMARKT

Gemeinsam mit Ihnen gestalten wir ein individuelles Konzept für Ihren Wochenmarkt. Ob ganzheitlich von der Einsetzung einer professionellen Marktleitung und -verwaltung über die Beschickersuche bis hin zum „Marketing für den Wochenmarkt“ – oder arbeitsteilig organisiert, wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit Ihnen!

Sehen Sie hier mögliche Konzepte:

	Konzept 1 – ganzheitlich		Konzept 2 – arbeitsteilig	
	Sie	Wir	Sie	Wir
1. Beschickerakquise	-	●	-	●
2. Einstellung einer Marktleitung	-	●	-	●
3. Organisation am Markttag	-	●	-	●
4. Verwaltung intern	-	●	-	●
5. Planung/Durchführung von Veranstaltungen/Aktionen	-	●	●	-
6. Planung/Umsetzung von Werbemaßnahmen digital/print	-	●	●	-

Sie möchten die Hauszeitung „Der Wochenmarkt“ künftig digital erhalten?
Dann nutzen Sie jetzt die Gelegenheit und melden sich unter dem nachfolgenden Link
an oder scannen Sie den QR-Code: bit.ly/marktgilde-newsletter



Impressum

Herausgeber:

Deutsche Marktgilde eG
Simmersbacher Straße 12
35713 Eschenburg
Telefon: 02774 9143-100
info@marktgilde.de
www.marktgilde.de

Redaktion:

EMMA Marketing für Wochenmärkte GmbH

Konzeption und Gestaltung:

EMMA Marketing für Wochenmärkte GmbH,
35713 Eschenburg

Druck:

w3 print+medien GmbH & Co. KG,
35578 Wetzlar

28. Jg. | Nr. 83

Verteilte Auflage: 12.000

„Der Wochenmarkt“ wird kostenlos, in halbjährlicher 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® zertifiziertem Papier Circleoffset White 80g (aus 100% Altpapier) gedruckt. Das Holz dafür stammt aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern, kontrolliert nach den strengen Richtlinien des Forest Stewardship Council® (FSC®)



Folgen Sie uns auf Facebook und Instagram

Facebook: DeutscheMarktgildeG
Instagram: deutsche_marktgilde

