

Der Wochenmarkt

Hauszeitung der DMG Marktgilde e.G. Nr. 14/September'00

Sie suchen für Ihre Stadt oder Kommune einen kompetenten Partner für den Wochenmarkt?
 Rufen Sie uns an in Eschenburg (Tel.: 02774/91430) oder in der Zweigniederlassung in Limbach-Oberfrohna (Tel.: 03722/73910).
 Wir machen Ihnen gerne einen Vorschlag zur Zusammenarbeit!

Marktübernahme: S. 2
 Radeberg ist jetzt ein DMG-Wochenmarkt

Neue Wochenmärkte: S. 3
 Premiere in Wolfhagen, Übernahme in Hofgeismar

Ingeborg Weick: S. 4
 Der Marktstand - Richtige Kennzeichnung der Waren

Wochenmarktordnung: S. 5
 Marktvertrag an Gesetze angepaßt

DMG initiiert Institut: S. 6
 Zur Erforschung u. Förderung des mobilen Handels

Die DMG plant: S. 7
 Ein Gütesiegel für Wochenmarkthändler

Unsere Standorte: S. 8
 Wichtige Adressen für Sie



DMG-Markt unter der Devise: "Einkaufen von Mensch zu Mensch", sich treffen und plaudern, der neue Hofgeismarer Wochenmarkt.
 Bild: Harald Ciliox

Liebe Leser,

vor kurzem las ich einen Artikel zum Thema "Wissen". Darin standen Aussagen wie "Jeder braucht's. Aber nicht jeder hat's." Oder: "Wissen ist eine wertvolle Ressource. Wird sie nicht gepflegt, geht alles schief." Oder: "Wissen hält nicht länger als Fisch."

Das ist eine Entwicklung, die unser Leben immer stärker (mit) bestimmt: Es wird immer mehr Wissen immer schneller produziert; Wissen veraltet deshalb auch immer schneller; man erstickt fast an der Menge an Wissen, das für eine einzelne Entscheidung zur Verfügung steht.

Gut, daß es auf dem Wochenmarkt zum Teil auch noch ohne Wissen abgeht: Das freundliche Lächeln der Verkäuferin, das von Herzen kommt, kann man letztlich nicht in Seminaren verordnen.

Trotzdem sollten wir uns neuem Wissen nicht verschließen. Jeder Händler sollte wissen, worauf es beim Einkauf seiner Waren oder bei der Kalkulation seiner Preise oder beim Aufbau seines Verkaufsstan-

des ankommt. Für einen Existenzgründer kann die Information "Gold wert" sein, daß ein anderer Markthändler in den Ruhestand geht - und seine etablierten Standplätze an einen Nachfolger abgeben möchte. Für Städte, die überlegen, was sie mit ihrem Wochenmarkt in Zukunft machen sollen, kann es interessant sein, einen Spezialveranstalter kennen zu lernen und sich bei anderen Kommunen zu erkundigen, "wie es mit ihm denn dort so läuft".

Dieses "Wissensmanagement" ist deshalb ja auch Sinn und Zweck unserer Hauszeitung. Mit unserem Marktmeister-Handbuch oder mit Seminaren für Marktmeister (wovon das nächste im Oktober stattfindet) betreiben wir Wissensmanagement. Und es gibt weitere Ideen, wie wir uns in Richtung "Wissensdienstleister" für alle am Wochenmarkt Interessierten weiter entwickeln wollen:

Lesen Sie in diesem Heft, woran wir im einzelnen denken.

Ihr Dr. Gerhard Johnson

Marktübernahme: Radeberg ist jetzt ein DMG-Wochenmarkt



STADT
RADEBERG

Als "Biermetropole" weit über den Freistaat Sachsen hinaus bekannt, hat Radeberg, das 20 Kilometer nordöstlich von Dresden liegt, mehr zu bieten. Neben einer bewegten Geschichte die bis ins 13. Jh. zurückreicht (so wurde die erste Marktsiedlung schon 1289 an der alten Handelsstraße nach Böhmen gegründet) gibt es in Radeberg und Umgebung interessante und sehenswerte Burgen und Schlösser. Schon seit 1412 hat Radeberg Stadtrechte und ist mit seinen rund 19.500 Einwohnern eine aufstrebende Kommune.

Mit sehr umfangreichen, informativen und aktuellen Seiten ist Radeberg im Internet unter der Adresse <http://www.radeberg.de> zu finden. Alle wichtigen Adressen und Termine sind hier vorhanden!

Der Radeberger Wochenmarkt, seit vielen Jahren von der Stadt selbst geleitet, wurde am 1. August in die Hände der DMG Marktgilde e.G. übergeben. Brigitte Weigel von der DMG hat seit 1998 intensive Gespräche mit der Stadtverwaltung geführt und das DMG Konzept für bisher rund 70 erfolgreiche Wochenmärkte in ganz Deutschland vorge-



Gartenbaubetrieb Hecht aus Dresden kommt mit einem großen Sortiment an Obst, Gemüse und Zierpflanzen auf den Wochenmarkt.
Bild: Brigitte Weigel

stellt. Nach ausführlicher Prüfung und Beratung im Stadtrat bekam die DMG den Auftrag als neuer Wochenmarktveranstalter.

Der zentral gelegene Marktplatz in der Altstadt, mit vielen Geschäften, wird dominiert vom Rathaus, das in den Jahren 1767-69 nach dem großen Stadtbrand neu aufgebaut wurde. Hier stellen jeden Dienstag und Freitag, jeweils von 8.00-17.00 Uhr ca. 30 Händler ihre Marktstände auf.

"Im Moment haben wir noch etwas Probleme mit der kontinuierlichen Beschickung einiger weniger Händler, was sich aber negativ auf den

ganzen Wochenmarkt auswirken kann. Auch läßt der Umsatz bei den Händlern am Nachmittag schlagartig nach. Wenn sich das nach der Urlaubszeit nicht ändert, muß über eine Verkürzung der Marktzeit nachgedacht werden. Der Wochenmarkt in Radeberg ist aber etabliert und gehört einfach zum Stadtbild. Ich freue mich auf eine gute Zusammenarbeit mit Radeberg", so Brigitte Weigel in einem ersten Resümee.

Das Angebot ist bei dieser großen Anzahl von Markthändlern natürlich entsprechend und läßt kaum noch Wünsche offen, aber die DMG versucht noch eine weitere Bereicherung der vorhandenen Angebotspalette.

Als neue Marktmeisterin wurde für den Dienstag Bärbel Jaworek und als Marktmeister für den Freitag Wilfried Herbst, der in der Nähe des Marktplatzes wohnt, verpflichtet. Die Einarbeitung hat Brigitte Weigel, wie immer, selbst übernommen, "bei den DMG Wochenmärkten kümmern wir, Heike Golibrzuch und ich, uns um alles, damit wissen wir auch, daß es richtig läuft. Dabei bin ich meist vor Ort und habe den direkten Kontakt mit allen, die zum Wochenmarktgeschehen gehören, und Heike ist hauptsächlich für die Arbeiten im Büro in Limbach - Oberfrohna zuständig."



Jeden Markttag sorgt die Gärtnerei Kaiser aus Weinböhla für bunte Farbkleckse auf dem Wochenmarkt in der Radeberger Altstadt.
Bild: Brigitte Weigel

Neuer Wochenmarkt in Wolfhagen



STADT
WOLFHAGEN

Vor der malerischen Kulisse der Wolfhagener Altstadt war am Freitag den 1. September die Markteröffnung. Umgeben von schönen Fachwerkhäusern und dem alten Rathaus eröffnete Bürgermeister Reinhard Schaake das neue Wochenmarkttreiben. Beim Marktspaziergang mit Magistratsmitgliedern überzeugte sich der Rathauschef vom neuen Angebot für die Wolfhagener Bürger. Der Wochenmarkt soll an die alte Tradition der Bauernmärkte aus früheren Jahren anknüpfen, frische Waren von Mensch zu Mensch anbieten; so auch das Motto des Marktveranstalters, der DMG. "Ich hoffe, daß uns dieser Markt als Ergänzung zum Einzelhandel, als Bereicherung der Stadt und als neues Einkaufserlebnis für unsere Bürger lange erhalten bleibt", so der Wunsch des Rathauschefs.



Flanieren über den neuen Wolfhagener Wochenmarkt.

Bilder: Harald Ciliox

"Mit elf Wochenmarkthändlern ist ein Grundstock hier in Wolfhagen gelegt. Auf diesem schönen Marktplatz können sich aber noch weitere Händler hinzugesellen und das Angebot ergänzen, wir haben noch Plätze frei"; resümierte DMG-Vertreter Harald Ciliox. Jeden Freitag von 14.00-18.00 Uhr wird der Markt vorläufig unter der Leitung

von Marktmeister Günter Seipel aufgebaut. Er wird auch den neuen Marktmeister für Wolfhagen einarbeiten, die DMG spricht schon mit Bewerbern.

Viele Informationen zur Stadt und Umgebung sind auf hervorragenden Seiten im Internet unter der Adresse <http://www.wolfhagen.de> zu finden.

DMG veranstaltet Hofgeismarer Wochenmarkt



STADT
HOFGEISMAR

Mitten in Hofgeismar hat die DMG den Wochenmarkt wiederbelebt. Seit dem 31. August beherrschen immer donnerstags von 14.00-18.00 Uhr Markthändler das Stadtbild. Die Voraussetzungen sind recht gut, mit ausreichend Parkplätzen in der Umgebung - ein großzügiger Marktplatz direkt im Anschluß an die Fußgängerzone - paßt der Markt in die schmalen Gassen der Altstadt. Stadtrat Willi Sieding eröffnete den ersten Markttag und die Kunden kamen zahlreich um das neue Einkaufserlebnis zu testen. Die Markthändler boten auch Probiermöglichkeiten, so konnte vor dem Kauf der beste Käse, die geschmackvollste Wurst oder auch die einge-



Erst probieren, dann kaufen!

legten Oliven getestet werden. Kundenähe zeigte auch die Bäckerei Rode. Mit Handzetteln wurde über Angebote auf dem Wochenmarkt informiert. Darüber hinaus hatte sie Probiermöglichkeiten geschaffen, so daß sich die Wochenmarktbesucher sofort vom guten Geschmack der Brot- und Backwaren überzeugen konnten.

Sehr ausführliche Internetseiten sind unter folgender Adresse <http://www.hofgeismar.de> zu finden.

Neu Neu..

In Hofgeismar

Der

Wochenmarktbäcker

Jeden Donnerstag auf Ihrem Wochenmarkt.



In großer Auswahl:

- ofenfrische Brötchen
- schmackhafte Misch- und Körnerbrote
- frische Waffeln und Kaffee
- Schnitzer Bio Vollwert Backwaren

Körnertüte

2 Mehrkornbrötchen
2 Kürbiskornbrötchen
2 ofenfrische Brötchen

für 2,75

Kassler

1000g 3,95

Sonnenkornbrot

750g 4,45

1 Waffel &

1 Kaffee

für 2,50

Gültig am 31.08.00 - 07.09.00



Wir backen

Schnitzer Bio Vollwert Backwaren:

- Alle Schnitzer Biobrote werden mit Bio Plus Getreide gebacken.
- Das Getreide wird bei uns in der Bäckerei frisch vermahlen
- Das Schnitzer-Vollwertmehl enthält Keimling u. Ballaststoffe.
- Schnitzer Biobrote sind geeignet für Weizenallergiker, und Ernährungsbeuße.

Stammhaus: Tel: 05273/6803 37688 Beverungen / Drenke
www: Baecerei-Rode.de

Der Marktstand - Richtige Kennzeichnung der Waren

von Ingeborg Weick

(Fortsetzung aus "Der Wochenmarkt" Nr.12)

Kennzeichnungsvorschriften ...

auf einem Marktstand müssen gesetzlichen Regeln entsprechen und dienen der Kundeninformation. Die Preisschilder gehören sauber, deutlich und vollständig beschriftet - gleichartig in Größe, Material und mit einheitlichem Stift - an die richtigen Waren, ohne diese zu beschädigen.

Der Verkauf von frischem Obst und Gemüse wird durch Qualitätsnormen reglementiert. Das Besondere dabei ist, daß hier sowohl nationale

als auch EG-Qualitätsnormen nebeneinander gelten. Für die - vom Absatzvolumen her betrachtet - wichtigsten Obst- und Gemüsearten sind die Qualitätsnormen in EG-Verordnungen festgelegt. Für die von ihrem Absatzvolumen her weniger bedeutsame Obst- und Gemüsesorten gibt es Qualitätsnormen in der Handelsklassenverordnung. Die Übersicht zeigt auf, welchen Qualitätsnormen die einzelnen Obst- und Gemüsearten jeweils unterliegen.

Folgende Angaben sollte der Kunde auf dem Preisschild am Marktstand finden:

- ☞ Verkehrsbezeichnung,
- ☞ Herkunft der angebotenen Ware,
- ☞ Verkaufspreis pro 100 g, 1 kg oder Stück,
- ☞ Handelsklasse,
- ☞ Bezeichnung des Kochtypes (nur bei Kartoffeln),
- ☞ Zusatzstoffe, Behandlungstoffe, bei oberflächenbehandelten Früchten.

Gemüse		Obst
Unter die Qualitätsnormen der Handelsklassenverordnung fallen:		
Dicke Bohnen (Puffbohnen)		Johannisbeeren
Rote Bete (Rote Rüben)		Stachelbeeren
Kulturchampignons		Preiselbeeren
Schwarzwurzeln		Heidelbeeren
Knollensellerie	Radies	Brombeeren
Meerrettich	Rettiche	Himbeeren
Feldsalat	Kohlrabi	
Unter die Qualitätsnormen der EG-Verordnung fallen:		
Gemüsepaprika	Knoblauch	Zitrusfrüchte
Krause Endivie	Rosenkohl	Tafeltrauben
Grüne Bohnen	Zwiebeln	Erdbeeren
Bleichsellerie	Chicorée	Aprikosen
Pflückerbsen	Tomaten	Pflaumen ¹⁾
Artischocken	Eskariol	Pfirsiche ²⁾
Blumenkohl	Spargel	Kirschen
Auberginen	Möhren	Birnen
Kopfsalat	Porree	Äpfel
Kopfkohl	Gurken	Kiwis
Zucchini	Spinat	
¹⁾ Einschließlich Mirabellen, Renekloden und Zwetschen		
²⁾ Einschließlich Nektarinen		
Quellen: Anhang der Verordnung über gesetzliche Handelsklassen für frisches Obst und Gemüse und Anhang der Verordnung (EWG) Nr. 1035/72.		

Einteilung der Obst- und Gemüsearten nach Qualitätsnormen.

Kaufanreize schaffen ...

kann der Markthändler durch eine Top-Qualität, eine farblich abgestimmten Präsentation der Waren und korrekte Preis- und Handelsklassenauszeichnung. Es gibt aber eine Vielzahl von weiteren Möglichkeiten, eine angenehme Kaufatmosphäre zu schaffen. Hierzu zählen Dekorationselemente, die die Produkte noch positiver zur Geltung kommen lassen, z. B. Weidenkörbe, Obstkarren, Handwagen oder auch ein Zitronenbäumchen neben Zitronen.

Informationsmaterial zu Produktionsmethoden zur Ware, deren gesundheitlichen Wert, Rezepte oder auch Kostproben, auch Massen- oder doppelte Plazierungen machen Kaufreize aus.

Plakate und großformatige Fotos in Serie nebeneinander aufgehängt, Fotos des Erzeugerbetriebes, aus der Produktion, übersichtlich gestaltete Angebotstafeln, sauber beschriftet, oder auch attraktives Verpackungsmaterial vielleicht mit einem Wiedererkennungszeichen, das auf einheitlichen Schürzen, T-Shirts oder auf Namensschildern erscheint - locken den Kunden an und geben Sicherheit und Vertrauen in den Marktbesicker und die Produkte.

Den Kunden richtig und umfassend beraten zu können ist eine notwendige Qualifikation des Verkäufers. Gerade bei Spezialitäten besteht hoher Beratungsbedarf im Hinblick auf Verzehrsanregungen oder auch Hinweise auf gesundheitsfördernde Inhaltsstoffe.

HKLI	Herkunftsland Deutschland
Feldsalat	
100g 1,29 DM	unbehandelte Ware

Vorbildliches Kennzeichnungsschild am Marktstand.

(Hiermit ist diese Serie beendet)

Wochenmarktordnung: Marktvertrag für Händler angepaßt

Seit dem 1. Juli ist die neue Wochenmarktordnung der DMG Marktgilde e.G. gültig und hat die bisherige vom 14. November 1995 ersetzt. Auf 26 Seiten im DIN A5 Format werden alle Bereiche der Zusammenarbeit zwischen der DMG und den Wochenmarkthändlern auf DMG-Märkten erfaßt.

Diese Wochenmarktordnung, wie auch auf dem Titelblatt zu lesen ist, "Marktvertrag und Teilnahmebedingungen" für die DMG-Wochenmärkte. Als Wochenmarktordnung, die sowohl für die DMG, als auch für jeden einzelnen Wochenmarkthändler auf DMG-Wochenmärkten Gültigkeit hat, bedeutet sie Rechtssicherheit für beide Seiten. Alle Bedingungen, Vorschriften, Rechte und Pflichten sind hier für eindeutig festgelegt.

DMG-Philosophie

In der Präambel auf Seite 3 der neuen Wochenmarktordnung ist die grundlegende "Philosophie" der DMG Marktgilde e.G. in bezug auf Wochenmärkte enthalten:

Alle DMG-Wochenmärkte stehen unter der obersten Devise **Einkauf von Mensch zu Mensch**, der Wochenmarkt als Einkaufserlebnis. Die Neufassung der Wochenmarktordnung wurde durch neue gesetzli-

che Vorschriften, auch zum Vorteil der Markthändlern und ein noch stärkeres Umweltbewußtsein (Lokale Agenda 21), dem sich die DMG verschrieben hat, notwendig. Mittlerweile hat jeder Händler auf DMG-Wochenmärkten diese neue Fassung, die jetzt Grundlage des Marktvertrages ist, vom Marktmeister erhalten.

Neue Gesetze aufgenommen

Die DMG hat schon in der ersten Ausgabe dieser Hauszeitung 1997 (Nr. 1/97 Seite 5) die Zulassung von selbsterzeugten alkoholischen Getränken auf dem Wochenmarkt

Inhaltsverzeichnis	Seite
Präambel	4
§ 1 Genossenschaftliche Einrichtungen	5
§ 2 Markttag, Marktzeit, Marktplatz	6
§ 3 Gegenstände des Wochenmarktverkehrs	7
§ 4 Marktaufsicht, Marktmeister	8
§ 5 Teilnahmeberechtigung	9
§ 6 Marktvertrag, Standplatz	10
§ 7 Beendigung des Marktvertrages	12
§ 8 Stromversorgung	14
§ 9 Verkehrsregelung	15
§ 10 Verkaufseinrichtungen	16
§ 11 Verkaufsordnung	18
§ 12 Verhalten auf dem Wochenmarkt	19
§ 13 Sauberhalten des Marktplatzes	20
§ 14 Schutz der Gesundheit und der Umwelt	22
§ 15 Versicherung	23
§ 16 Haftung	23
§ 17 Standgeld	24
§ 18 Datenschutz	24
§ 19 Maßnahmen bei einem Verstoß gegen die Wochenmarktordnung	24
§ 20 Salvatorische Klausel	25

auf dem Marktplatz ein. Damit wird auch Forderungen der "Lokalen Agenda 21" entsprochen (siehe auch "Der Wochenmarkt" Nr. 13/ Juni '00, Seite 7).

Text im Netz

Der Text der Wochenmarktordnung ist auf den Internetseiten (<http://www.marktgilde.de>) der DMG unter "Neues" enthalten. Somit kann jeder die Wochenmarktordnung einsehen und ausdrucken.

Wir haben zwei Marktmeister verloren

Am 7. August verstarb Herr Reinhard Hennig aus Zscherndorf. Bereits seit dem 1. November 1990 betreute er als hauptberuflicher Marktmeister unsere Märkte in Bitterfeld und Wolfen. Herr Hennig hat direkt nach der "Wende" diese beiden Wochenmärkte mit uns aufgebaut. Ebenfalls am 7. August verstarb Herr Gustl Grimm aus Lahnsstein. Herr Grimm war für die Märkte in Lahnsstein und Vallendar seit Juli 1996 zuständig. Wir verlieren mit Herrn Hennig und Herrn Grimm zuverlässige Mitarbeiter.



Wochenmarktordnung

Marktvertrag und Teilnahmebedingungen
für die Wochenmärkte der
DMG Marktgilde e.G.

Fassung vom 1. Juli 2000

Wir machen Wochenmärkte!

Präambel

Wochenmärkte tragen erheblich zur Attraktivität einer Kommune bei und bereichern damit die Lebensqualität der Menschen. Die Bürger erwarten ein persönliches Einkaufserlebnis im bunten Marktreiben mit vielfältigen Angeboten und direktem Kontakt zu anderen Menschen - sie wollen sich wohlfühlen. Kommunen sind daran interessiert, ihnen diese Möglichkeiten zu bieten und im Sinne der Bürger zu handeln.

Wochenmärkte sind aber auch sichere und existenztragende Arbeitsplätze der Wochenmarkthändler und ihrer Mitarbeiter. Für sie ist es wichtig, daß sie vom Veranstalter gut betreut werden.

Mit der Organisation eines Wochenmarktes sind viele unterschiedliche Stellen befaßt. Für ihr Zusammenwirken muß es eine grundlegende Orientierung und Ordnung geben, damit der Wochenmarkt optimal durchgeführt werden kann:

Die Wochenmarktordnung für die Wochenmärkte der DMG Marktgilde e.G.

Aufgabe der DMG Marktgilde e.G. ist es, alle beteiligten Stellen und Interessen zu koordinieren. Hohe Qualität, seriöse Professionalität und loyale Partnerschaft in alle Richtungen sind die Maximen, die bei dieser Dienstleistung im Vordergrund stehen. Offenheit, Kollegialität und Fairness wird auch von allen Partnern erwartet.

Ziel der DMG Marktgilde e.G. ist es, mit dieser Wochenmarktordnung das Verhältnis von Aufwand und Nutzen für alle Betroffenen (Bürger, Händler, Kommunen und Mitarbeiter) bestmöglich zu gestalten. Das kann nur gelingen, wenn alle bereit sind, die grundsätzlichen „Spielregeln“ zu akzeptieren, zum Wohle des Ganzen.

Unser Wochenmarkt - Einkaufen von Mensch zu Mensch

Die DMG initiiert wissenschaftliches Institut

Das neue "Institut zur Erforschung und Förderung des mobilen Handels an der Hochschule Harz GmbH" in Wernigerode wird in Zusammenarbeit mit der DMG Marktgilde e.G. aufgebaut.

Hintergrund

Einige Zahlen zum mobilen Handel zeigen dessen große wirtschaftliche Bedeutung:

- ⇒ Rund 1 Million Markthändler in Europa.
- ⇒ Das entspricht ca. 3 Millionen Arbeitsplätzen.
- ⇒ Zuzüglich derjenigen bei Lieferanten von Waren, Fahrzeugen, Verkaufsständen, Dienstleistern.
- ⇒ ca. 40.000 regulär betriebene Märkte in Europa.

Als Teilgebiet des Einzelhandels gehört der mobile Handel zu einer grundsätzlich problematischen Branche, die in den letzten Jahren primär durch Konzentration, Verdrängungswettbewerb, Preiskämpfe u.ä. auf sich aufmerksam gemacht hat. Dem mobilen Handel werden aber gerade wegen seiner Traditionen, seiner großen Flexibilität und seiner Andersartigkeit als Alternative zu den anonymen "Konsumtempeln" gute Chancen für die Zukunft eingeräumt. Seine Stärken sind, daß er noch echte Einkaufserlebnisse bietet sowie persönliche Beziehungen zwischen Kunden und Händlern ermöglicht. Er dient als Hoffnungsträger für wohnortnahe Versorgung (insbesondere z.B. auch älterer Menschen) und für die Belebung und Attraktivitätssteigerung der Innenstädte.

Trotzdem gibt es kaum eine wissenschaftliche Beschäftigung mit der Branche, und - wenn ja - nur auf einer sehr abstrakten, unverbindlichen und unorganisierten Ebene, rein sporadisch, oder in einzelnen losgelösten Bereichen. Von den Markthandelsverbänden (BSM - Bundesverband deutscher Schau-steller und Marktkaufleute e.V., DMH - Der Deutsche MarktHandel e.V.) ist bekannt, daß diese sich primär auf ihre politischen Zielsetzungen konzentrieren.

Ziele des Institutes

Aufgrund dieser Situation entstand die Idee, ein wissenschaftliches Institut an einer Hochschule (Hochschule Harz in Wernigerode) zu gründen, das sich speziell dem mobilen Handel widmet. Die Gründungsformalitäten sind in vollem Gang und werden zum Herbst abgeschlossen sein.

Das Institut wird eine einzigartige Einrichtung sein, denn es gibt in ganz Deutschland (und Europa) nichts vergleichbares mit dieser speziellen inhaltlichen Schwerpunktsetzung.

Das neue Institut will Wissen über den mobilen Handel systematisch sammeln, neues produzieren und weitergeben.



Konkret beinhaltet das z.B.:

- ⇒ Statistische Informationen über die Branche suchen, sammeln, systematisieren und aufbereiten,
- ⇒ Marktforschung auf einzelnen Märkten bzw. an einzelnen Standorten durch Erhebung neuer Daten (Befragungen),
- ⇒ Organisation von regionalen Erfahrungsaustausch ("ERFA-") Gruppen,
- ⇒ Seminare für Existenzgründer im mobilen Handel,
- ⇒ Weiterbildungsveranstaltungen für Wochenmarkthändler,
- ⇒ Weiterbildungsveranstaltungen für Kommunen (Mitarbeiter der Marktämter),
- ⇒ Datenbank für Verbände und Fördermitglieder,
- ⇒ international vergleichende Untersuchungen, die aufgrund der Internationalisierung der Beschaffungs- und Absatzmärkte, Außenhandel, Handelsräume

usw. speziell auch für den mobilen Handel immer wichtiger werden (z.B. internationale Märkte der UECA - Union Européenne du Commerce Ambulante oder Seminare wie am 16.5.2000 in Brüssel von der Kommission der Europäischen Gemeinschaft unter dem Titel "Wochenmärkte in Europa: Chancen und neue Entwicklungen" behandelt),

- ⇒ Lehrveranstaltungen zum mobilen Handel als bedeutenden Teilbereich der Dienstleistungsbranche innerhalb der BWL aufbauen,
- ⇒ spezielle Lehrveranstaltungen zu einzelnen Teilbereichen des mobilen Handels entwickeln (z.B. zur Gewerbeordnung),
- ⇒ fast alle Unternehmen des mobilen Handels gehören zur interessanten Zielgruppe der sogenannten "Kleinen und mittleren Unternehmen (KMU)", die in der Vergangenheit im Bereich Forschung und Lehre stark vernachlässigt worden ist,
- ⇒ Existenzgründung: Diese Branche bietet sowohl Möglichkeiten als auch Consultants, die sich auf diesen Bereich spezialisieren.

Rolle der DMG

Aufgrund der schon viele Jahre bestehenden personellen Verbindungen (Dr. Gerhard Johnson ist schon seit 1985 für die DMG Marktgilde e.G. tätig - und seit 1993 als Professor für Betriebswirtschaftslehre an der Hochschule Harz) bot es sich an, das neue Institut über diese Kontakte ins Leben zu rufen. Die DMG Marktgilde e.G. wird ihre umfangreichen Erfahrungen mit in das Institut einfließen lassen sowie neue Forschungen anregen und finanziell unterstützen.

Die Hochschule Harz ist im Internet unter der Adresse <http://www.fh-harz.de> zu finden. Über die weitere Entwicklung wird in diesem Hausmagazin "Der Wochenmarkt" regelmäßig berichtet werden.

Die DMG plant: Ein Gütesiegel für Wochenmarkthändler

Viele Bürger legen großen Wert auf "geprüfte" Sicherheit. TÜV, GS, DIN, die **** einer Hotel-Klassifikation sowie die Kochmützen oder Kochlöffel eines entsprechenden Restaurantführers erleichtern Konsumentscheidungen.

Sicherheit für Kunden

Kunden auf dem Wochenmarkt stehen - insbesondere bei einem neuen Wochenmarkt - auch vor Fragen wie z. B.: Was bietet mir der Händler an? Erhalte ich für mein Geld eine angemessene Qualität? Sind die Waren wirklich frisch? Kann ich - wenn sich zu Hause Mängel zeigen - das Produkt umtauschen? Kann ich mich auf die Beratung im Verkaufsgespräch verlassen? u.a.m. Und alle Veranstalter wünschen sich natürlich nur die besten Beschicker nach dem Prinzip "bekannt und bewährt". Ein gesundes Mißtrauen ist aber durchaus angebracht. Viele können von "schlechten Erfahrungen" berichten, wurden in der Vergangenheit schon einmal enttäuscht oder sogar "über's Ohr gehauen", ist irgendwelchen "Versprechungen auf den Leim gegangen". Gerade den "fliegenden Händlern" haftet dabei - manchmal auch ungerechtfertigterweise - ein nicht so guter Ruf an.

Wochenmarktvorteil für Kunden

Nun hat der Wochenmarkt ja schon einen gewaltigen Vorteil im Vergleich zu anderen Verkaufsformen des Einzelhandels. Man kann die Ware ebenso begutachten wie die Verkaufseinrichtungen oder die Menschen, die die Produkte anbieten. Beim Warenverkauf per Katalog oder via Internet, oft auch in den steril-verpackten Einkaufssituationen im Supermarkt oder aus irgendwelchen Automaten, ist das nicht der Fall.

Anforderungen für Gütesiegel

Freundliches, sauber und adrett gekleidetes Verkaufspersonal in einem neuen, gut beleuchteten Verkaufsanhänger mit deutlicher Waren- und Preisauszeichnung hat da augenscheinlich eine bessere Ausgangsposition als der Konkurrenzhändler mit dreckigen Jeans vor

seinem verrosteten und verbeulten Lieferfahrzeug neben einem heruntergekommenen Marktstand, wo sich auch noch der Abfall für alle sichtbar auftrümt.

Wettbewerbsvorteil für Markthändler mit Gütesiegel

Welche weiteren Kriterien gibt es, die einen "guten" oder "sehr guten" Markthändler von dem "schlechten" unterscheiden? Welche Entscheidungshilfen haben die DMG oder die Städte - als Veranstalter -, wenn sie aus mehreren vorliegenden Bewerbern um einen Standplatz einen auswählen müssen, der dort seine Produkte verkaufen darf? Was sind auf der anderen Seite die Pfunde, mit denen ein Händler als Bewerber "wuchern" kann, um sich positiv von irgendwelchen Scharlatanen abzuheben und die Erfolgschancen auf die Vergabe eines Platzes zu erhöhen?



Entwurf eines Gütesiegels zur Klassifizierung von Wochenmarkthändlern. An hervorragende Händlern können bis zu drei "Marktschirme" vergeben werden.

DMG schafft Standard

Solche und ähnliche Fragen haben die DMG Marktgilde dazu bewogen, ein "Gütesiegel für Markthändler" ins Leben zu rufen und als Auszeichnung an hervorragende Händler auf Wochenmärkten zu vergeben. Das Konzept dieses Gütesiegels sieht vor, daß sich die Händler einem Qualitäts-Check unterziehen. Wer diesen besteht, darf das DMG-Qualitätssiegel (bis zu drei Marktschirme - ähnlich zu den Sternen bei der Hotel-Klassifizierung) für einen bestimmten Zeitraum (z.B. ein Jahr) führen und am Stand anbringen und damit werben.

Folgende Kriterien werden u.a. in die Bewertung einfließen:

- ☞ Sauberkeit
- ☞ Zuverlässigkeit
- ☞ Service
- ☞ Preisauszeichnung
- ☞ Freundlichkeit des Personals
- ☞ Warenpräsentation
- ☞ Zustand der Verkaufseinrichtung
- ☞ Einhaltung gesetzl. Vorschriften
- ☞ Sicherheit
- ☞ Umweltbewußtsein

Jury

In der Jury werden Vertreter der Markthandelsverbände, der CMA, der Hygiene- und Gesundheitsbehörden, der Kommunen und der DMG über die Vergabe des Gütesiegels entscheiden.

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-Fellerdiilln

Druck:

Nickel GmbH Graphischer Betrieb
35716 Ewersbach
Verteilte Auflage: **13.500**
Redaktionsschluß für die nächste Ausgabe: **24. November 2000**

"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 Leserschriften, behält sich aber vor, diese gegebenenfalls zu kürzen. Eine Veröffentlichungsgarantie besteht nicht.