

Der Wochenmarkt

Hauszeitung der DMG Marktgilde e.G. Nr. 35/Dezember'05

Elsterwerda: S. 2

Herbstmarkt – Alle zogen an einem Strang

Vorgestellt: S. 3

Die "gute Seele" der DMG-Niederlassung in Hille

Frohe Weihnachten: S. 3

Wünscht allen die DMG Marktgilde e.G.

9. Marktmeistertreffen: S. 4

Über 80 Marktmeister trafen sich auf Einladung der DMG Marktgilde e.G. in Bad Hersfeld zum Erfahrungsaustausch und zur Schulung

Verbraucher auf dem S. 6

Land leiden unter S. 7

mangelnder Nahversorgung:
Zusammenfassung der Studie des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) von Roland Stuhr

www.marktgilde.de: S. 7

Frischer "DMG-Wind" aus dem Internet



Gespannt verfolgen die rund 80 Marktmeisterinnen und Marktmeister die Ausführungen von Prof. Dr. Gerhard Johnson zur Zukunft der Wochenmärkte. Bild: Annegrete Stahl

Liebe Leser,

was hatten wir für einen "Goldenen Oktober"! Man konnte sich – bis weit in den November hinein – nicht nur an den wunderbaren bunten Bildern in der Natur, sondern auch an den Bildern auf den Wochenmärkten satt sehen: Bei überwiegend optimalem Marktwetter zeigten viele Märkte, warum sie meines Erachtens die einzige echte Alternative zu den vielen anderen Einzelhandelsformen sind: Eine solche Einkaufs-Atmosphäre können noch so viele Scheinwerfer und High-Tech-Einkaufseinrichtungen nicht zaubern. Wir sollten diese schönen Bilder so lange wie möglich vor Augen haben oder im Herzen bewahren, damit sie uns helfen, über das inzwischen eingelehrte triste Herbst- bzw. Winterwetter – und die damit leider oft auch verbundenen schlechteren Marktzeiten – hinweg zu kommen.

Auch unser diesjähriges Marktmeistertreffen stand unter einem guten Stern. Bis auf wenige Tage genau 20 Jahre nach der Gründung der

DMG Marktgilde e.G. nahmen mehr als 80 Marktmeisterinnen und Marktmeister an der Tagung teil: Beleg dafür, dass die Idee der Wochenmärkte lebt und zumindest unter der Obhut unserer Genossenschaft in dieser Zeit gut gediehen ist. Mein Dank geht an dieser Stelle an alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Ansprechpartner in den Kommunen sowie natürlich auch an alle Wochenmarkthändler, die uns zum Teil ja auch schon seit vielen Jahren die Treue halten.

Wenn jetzt noch – nach dem langen Gezerre der Koalitionsverhandlungen in Berlin – endlich die Rahmenbedingungen für das Wirtschaften und die einzelnen Konsumenten klar und kalkulierbar werden, dann bin ich überzeugt, dass wir selbst in Zeiten eines riesigen Waren(haus)-überangebotes auf der einen Seite 2006 ein gutes (Markt-)Jahr vor uns haben: Denn auf der anderen Seite wird die bisher zu beobachtende große Kaufzurückhaltung bei größerer Sicherheit zumindest zum Teil aufgegeben werden.

Ihr Dr. Gerhard Johnson

Das kostenlose
"Schwarze Brett":
www.marktgilde.de !

Elsterwerda: Herbstmarkt – Alle zogen an einem Strang



Stadt
Elsterwerda

„Gemeinsam sind wir stark“ – haben sich Gewerbeverein, Citymanager und die DMG Marktgilde e.G. in der rund 10.000 Einwohner zählenden Stadt Elsterwerda gesagt: Es folgte der erste gemeinsame Herbstmarkt und ein großer Erfolg dieser Initiative. Der „grüne Markt“ der DMG wurde ausnahmsweise auf den Sonntag verlegt und auch der Gewerbeverein lockte mit einem verkaufsoffenen Sonntag und vielen weiteren Höhepunkten.

Bei strahlender Herbstsonne stellte sich am 9. Oktober schnell eine Volksfestatmosphäre ein. Es hatte sich schnell „rumgesprochen“, dass in der südbrandenburgischen Stadt etwas los ist, und die Besucher strömten aus allen Himmelsrichtungen. „Es ist eine schöne Kombination von grünem Markt und den Geschäften in Elsterwerda und es macht Spaß, am Sonntag hier zu Schlendern und Einkaufen zu können“, so eine Hausfrau, die mit Mann und Kindern unterwegs war.

Eine große Attraktion die nur durch die gute Zusammenarbeit aller in Elsterwerda möglich wurde und bestimmt wiederholt wird.

Infos:

Marktzeit: **jeden Do 8.30-13.00 Uhr**

Händlerzahl: **ca. 25-30**

grüner Markt: **von April-November jeden 2. Sa im Monat 8.00-13.00 Uhr**

Händlerzahl: **ca. 35-40**

Ort: **09410 Elsterwerda**

zuständig: **DMG Limb.-Oberfrohna**

Marktmeisterin: **Regina Hirschnitz**

Internet: **www.elsterwerda.de**

Einige Highlights an diesem Tag!
ab 11 Uhr verkaufsoffener Sonntag

- Weinverkostung
- Apfel-Schaupressen
- Angebote von „Campina“
- Ausstellung von Apfel- und Kartoffelsorten
- Herbstmodenschau
- Pilzberatung mit Olly Lottermoser
- Hundevorführung
- Vorführung von Klöppelarbeiten
- Streichelzoo
- Rummel
- Bastelstraße u.v.m.

Kürbiswettbewerb
Wer hat den größten, dicksten Kürbis?

Mit freundlicher Unterstützung der DMG Marktgilde e.G. Gewerbeverein Elsterwerda e.V.
Aus dem „Wochenkurier LIB“ vom 5.10.05

„Auf alle Fälle ein zweites Mal!“

Herbstmarkt bleibt keine Eintagsfliege

ELSTERWERDA. Die gelungene Premiere des 1. Elsterwerdaer Herbstmarktes hat die Organisatoren hungrig auf weitere Veranstaltungen gemacht. Die RUNDSCHAU sprach mit Brigitte Weigel von der Deutschen Marktgilde e.G. (DMG).

In Elsterwerda war man noch Tage nach dem Markt des Lobes voll. Wie fiel ihr Fazit aus? Äußerst positiv. Das war ein rundum gelungener Markt. Aus unserer Sicht sollte es auf alle Fälle wieder einen Herbstmarkt geben. Die Zusammenarbeit mit dem Gewerbeverein und der Stadt war prima.

Also jetzt regelmäßig gemeinsame Aktionen?

Ich denke, man darf das nicht überstrapazieren. Einen gemeinsamen Markt im Herbst halte ich für ausreichend. Zumal wir ja in Elsterwerda die regelmäßig stattfindenden Grünen Märkte an den Sonnabenden haben.

Man hört, die gibt es so nur in Elsterwerda?

Stimmt, in dieser Form ja. Ansonsten finden diese Märkte anderswo nur wochentags statt.

Die DMG hat mit Verkaufsaaktionen reichhaltig Erfahrungen.

Wir betreiben Märkte an über 100 Standorten in ganz Deutschland. Ich bin für den Osten von Mecklenburg-Vor-

pommern bis Thüringen verantwortlich. Und wir haben wirklich nur einen Grünen Markt am Sonnabend – nämlich den in Elsterwerda.

Noch mal zurück zur Elsterwerdaer Premiere. Waren eigentlich alle Händler glücklich, am Sonntag ihre Waren feilbieten zu dürfen?

Das hat schon ein bisschen Überredungskunst gekostet. Ich musste auch auf sieben Händler, unter anderem mit Schaf- und Kaninchenprodukten sowie die Hofmolkerei, verzichten, weil die sich schon für den großen ostelbischen Markt bei Pülswerda angemeldet hatten. Also: Für das nächste Jahr müssen wir länger vorplanen, um die Termine besser zu koordinieren.

Aber die Händler haben insgesamt gut verkauft, oder?

Ja schon. Am besten aber wohl die Imbissstände, denn der Markt hatte ja fast Volksfestcharakter. Die Gärtnereien sind ein wenig auf der Strecke geblieben.

Einen Markt gibt es in diesem Jahr noch im November.

Genau, und zwar am 12., also vorm Volkstrauertag und Totensonntag. Dann werden vor allem Grabgestecke dominant sein. Die Gärtnereien kommen dann sicher noch einmal zum Zug.

Es fragte Frank Claus.



Besucheransturm beim 1. Herbstmarkt in Elsterwerda. Und inzwischen scheint sicher: Es wird eine Neuauflage geben. Foto: mc

Aus der „Lausitzer Rundschau/Elbe-Elster-Rundschau“ vom 18.10.05

Vorgestellt: Die "gute Seele" der DMG-Niederlassung in Hille



"Die Arbeit mit und für die Marktmeister macht mir einfach Spaß und ich habe den Eindruck, als ob die Marktmeister mir helfen wollen, damit alles organisatorisch noch besser läuft. Vor allem jetzt, nachdem man sich auf der Marktmeistertagung auch einmal persönlich kennen gelernt hat, ist manches natürlich noch einfacher geworden", so Susanne Habbe zur Aufgabe bei der DMG.

Bild: Wolfgang Even

Seit März 2003 ist Susanne Habbe der gute Geist in der DMG-Niederlassung in Hille und damit auch der "rechte Arm" von Wolfgang Even. Egal ob einer der Marktmeister mal wieder einen Termin vergessen hat oder die Flugblätter für Salzhemmendorf noch nicht angekommen sind – Susanne Habbe macht das schon. Ob reguläre Arbeitszeit oder auch mal sonntags – wenn es sein muss, macht sie auch das für "Ihre" Marktmeister und für "Ihr" Büro. "Als Teilzeitmitarbeiterin muss ich – wie die Marktmeister – einfach flexibel sein."

Nach der Ausbildung zur Einzelhandelskauffrau folgte eine Weiterbildung im Steuerbüro, die sie erfolgreich als Steuerfachangestellte abschloss.



DMG Marktgilde e.G. - Postfach 1104-35709 Eschenburg

FROHE WEIHNACHTEN!

*"Eine Sache, welche vielen gehört,
wird schlechter verwaltet als eine Sache,
die einem Einzelnen gehört"*
Aristoteles

Die Bundesrepublik Deutschland hat eine neue Bundesregierung und – erstmals – eine Kanzlerin. Der Wahlkampf war geprägt von zwei Grundlinien. Die bürgerlichen Parteien reklamierten für sich und damit für uns alle das Ziel, die individuelle Freiheit jedes Einzelnen zu stärken und gleichzeitig mehr persönliche Verantwortung von Jedermann einzufordern. Die eher sozial oder sozialistisch geprägten Parteien vertraten ein Gegenmodell, nämlich eine stärkere Betonung des Staates und seiner Aufgaben und damit einhergehend eine umfassendere soziale Absicherung der Bürger.

Die Bundestagswahl wurde als Richtungswahl apostrophiert, der Wähler hat sich allerdings weder für das eine noch das andere entschieden. Die jetzige Koalitionsvereinbarung beinhaltet insofern konsequent Elemente beider Grundrichtungen; auch wenn diese – nicht nur vordergründig – zum Teil unvereinbare Gegensätze beinhaltet. Nun ist "sowohl als auch" die Maxime. Wir werden Zeugen der kommenden spannenden Entwicklung sein.

Auf die Veranstaltung von Wochenmärkten übertragen, machen wir uns die Lehre von Aristoteles zu Eigen. Wir sind zutiefst davon überzeugt, dass wir als Genossenschaft traditionelle Wochenmärkte wesentlich besser gestalten können als eine relativ anonyme öffentliche Verwaltung; weil wir uns nur um die eine Sache kümmern. Dies wird – nicht zuletzt im Interesse der betroffenen Marktteilnehmer – zunehmend in Kommunen auch so gesehen.

Freuen wir uns also auf weitere Städte, die der DMG Marktgilde e.G. die Wochenmärkte in ihre betreuende Hand geben.

Ihnen und Ihrer Familie wünschen wir frohe Festtage und ein glückliches neues Jahr!

Ihre DMG Marktgilde e.G.

Berthold Stahl
Vorsitzender des Aufsichtsrates

Vorstand: Prof. Dr. Gerhard Johnson (Sprecher)
Aufsichtsrat: Berthold Stahl (Vorsitzender)

Eingetragen im Genossenschaftsregister
des Amtsgerichts Dillenburg Nr. 107

Bundesverdienstkreuz für Marktmeister

Friedhelm Gülicher bekam am 17. November das Bundesverdienstkreuz von Landrat Friedel Heuwinkel angesteckt. Er ist seit Jahren in Horn-Bad Meinberg in vielen Vereinen ehrenamtlich tätig und immer ein verlässlicher Ansprechpartner, fast jeder kennt und schätzt ihn. Auch auf dem DMG-Wochenmarkt in "seiner" Stadt, den er seit 2001 betreut, ist er durch seine klare, sehr direkte, vor allem aber verlässliche Art bekannt.



*Friedhelm Gülicher (links) mit dem
Bürgermeister von Horn-Bad Meinberg,
Eberhard Block (rechts) bei der offiziellen
Verleihung des Bundesverdienstkreuzes.*

Bild: Christine Federschmid

Wir machen Wochenmärkte

9. Marktmeistertreffen: Über 80 Marktmeister kamen

Zum zweiten Mal war das in Deutschland zentral gelegene Städtchen Bad Hersfeld Ziel für ein Marktmeistertreffen der DMG Marktgilde e.G. Trotzdem hatten einige Marktmeisterinnen und Marktmeister eine weite Anreise, umspannen die Wochenmärkte doch inzwischen einen Raum, der von Demmin/Malchin/Torgelow im Nordosten, Moormerland und Meppen im Nordwesten, Pirna und Bischofswerda im Südosten sowie Freilassing (unmittelbar an der österreichischen Grenze zu Salzburg) im Süden begrenzt wird. Entsprechend groß war das „Hallo“ in den unterschiedlichsten Mundarten, als sich die über 80 Teilnehmer nach längerer Zeit wieder einmal persönlich begrüßen konnten.

20 Jahre Arbeit für den Wochenmarkt

DMG-Vorstandssprecher Prof. Dr. Gerhard Johnson wies in seiner Einleitung zu der Tagung auf das genau 20-jährige Bestehen der

DMG Marktgilde e.G. hin und zeigte insbesondere den Neuen im Kreis der Teilnehmerinnen und Teilnehmer dieser „Jubiläumsveranstaltung“ einige wesentliche „Meilensteine“ aus der Unternehmensgeschichte auf: Die „Geburtswehen“ in der Siegerlandhalle (am 22. Oktober 1985) wurden dabei noch einmal genauso angesprochen wie die ersten Märkte (Hennef und Langenselbold – die übrigens noch heute sehr erfolgreich von der DMG veranstaltet werden) oder die ersten Mitarbeiter.

DMG wächst langsam

Schon 1990 wurde die erste Niederlassung in Limbach-Oberfrohna gegründet und kann also – mit inzwischen 15 Jahren – auch ein kleines Jubiläum feiern. Weitere große Projekte waren das Marktmeisterhandbuch (1. Aufl. 1995, 2. Aufl. 1999), die EDV-Organisation des Rechnungswesens (ab 1997) zur täglichen Aktualität der Finanzzahlen, der Internet-Auftritt (ab



Vorstandssprecher Prof. Dr. Gerhard Johnson zeigt Probleme aus der Praxis bei der Standgeldberechnung auf.

1997) oder die Hauszeitung „Der Wochenmarkt“, die seit ihrem ersten Erscheinen im Juni 1997 incl. der vorliegenden 35. Ausgabe bislang

DMG

Marktgilde e.G.

Eschenburg • Limbach-Oberfrohna • Hille • Bad Orb

20 Jahre

1985-2005



20 Jahre

1985-2005



Jubiläumsbild mit Marktmeisterinnen, Marktmeistern, Mitarbeiterinnen, Mitarbeitern der Niederlassungen und dem Vorstand, die zusammen das 20-jährige Bestehen der DMG Marktgilde e.G. beim Treffen in Bad Hersfeld feierten.

Bilder: Jürgen Reichel

(Fortsetzung auf Seite 5)

9. Marktmeistertreffen: Über 80 Marktmeister kamen

über 460.000 Kontakte zu Händlern, Kommunen und sonstigen am Wochenmarkt Interessierten hergestellt hat.

Marktmeisterhandbuch

Inhaltlich stand bei der Schulung und dem Erfahrungsaustausch diesmal das druckfrische, neu aufgelegte Marktmeisterhandbuch im Mittelpunkt. Persönliche Erfahrungen der Marktmeister und Niederlassungsleitungen aus vielen tausend Veranstaltungstagen der vergangenen Jahre sind in diese 3. Auflage genauso eingeflossen, wie veränderte rechtliche Rahmenbedingungen oder Trends im Einzelhandel. Einige Beispiele für neu aufgenommene Stichworte, die den Marktmeistern bei ihrer täglichen Arbeit eine Handlungshilfe geben sollen, sind: Elektrische Anlagen,



Gerade die Pausen wurden von den Teilnehmern intensiv zum persönlichen Meinungsaustausch genutzt.

Bilder: Jürgen Reichel

lich demonstrierte eine Medienagentur, die zurzeit an der Neuge-



Marktmeister Hans Kilp brachte seine "vor Ort"-Erfahrungen in die Diskussion ein.

Erfolgsfaktoren für mobile Markthändler, Fischkennzeichnung, Infektionsschutzgesetz, Lebensmittelhygiene, Lebensmittelüberwachung, Saisonangebote, Trinkwasser u.a.m.

Praktische Hilfestellungen

Ein besonderer Schwerpunkt wurde dem Thema "Ausmessen" der von den Händlern in Anspruch genommenen Standfläche bzw. -länge gewidmet. Um eine einheitliche Bemessungsgrundlage und damit die Standgeldgerechtigkeit unter allen Händlern eines Marktes zu gewährleisten, wurde an zahlrei-

chen Beispielen grafisch verdeutlicht, welche Prinzipien dabei gelten müssen.

Am zweiten Tag standen erfolgreiche Sonderaktionen im Mittelpunkt, die auf verschiedenen Wochenmärkten der DMG durchgeführt wurden. Sie zeigten, wie durch besonderes Engagement – insbesondere auch einzelner Marktmeister – die Attraktivität von Märkten in das Bewusstsein breiter Bevölkerungsschichten getragen werden kann.

Neuer Internetauftritt der DMG

Zum Abschluss der Tagung schließ-



Stefan Hoffmann von der Agentur Eckpunkt zeigte moderne Kommunikationsmöglichkeiten durch den neuen Internetauftritt der DMG.

Verbraucher auf dem Land leiden unter mangelnder Nahversorgung

Zusammenfassung der Studie des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) von Roland Stuhr

Der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv) in Berlin hat das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) 2004 mit einer Studie zur Nahversorgung im ländlichen Raum mit Waren des täglichen Bedarfs beauftragt. Anlass für die Studie war der Eindruck, die Versorgungssituation im ländlichen Raum entwickle sich aufgrund des Rückzugs des Einzelhandels aus der Fläche, zunehmend zum Nachteil der Bevölkerung.

Mit der Studie wurde beabsichtigt, die Situation der Nahversorgung zu analysieren und im Hinblick auf die besonders betroffenen Bevölkerungsgruppen zu untersuchen. In Fallstudien wurden Regionen in Brandenburg, Niedersachsen und Rheinland-Pfalz untersucht. Die Ende Juni 2005 vorgestellten Ergebnisse bestätigten die Ausgangsvermutung: Der Rückzug des Einzelhandels aus der Fläche hat die "Wahlfreiheit" vieler Verbraucher stark eingeschränkt.

Zentrale Ergebnisse der Studie:

⇒ Immer mehr Orte im ländlichen

Raum verfügen nicht mehr über stationäre Einkaufsstätten. Die Situation wird sich in Zukunft noch weiter verschärfen.

⇒ Der Wandel des Lebensmitteleinzelhandels – Konzentration und Rückzug aus der Fläche – trifft verschiedene Verbrauchergruppen höchst unterschiedlich: Die mobilen Teile der Bevölkerung können die Preis- und

Qualitätsvorteile des großflächigen Einzelhandels nutzen. Weniger mobile Verbraucher werden ausgeschlossen.

⇒ Abwanderung und Überalterung der Bevölkerung werden die Probleme der Nahversorgung noch vergrößern.

oder Supermärkte behindertengerecht ausgestattet sind, andererseits aber die Fahrt zum nächsten Geschäft mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu einer Tagesreise wird. Viele Menschen macht die fehlende Nahversorgung erst zu Behinderten.

Zahlen und Fakten im Überblick:

Ländliche Regionen: Immer weniger Menschen leben auf dem Land

In Deutschland leben gegenwärtig rund zwölf Millionen Menschen in ländlichen Gebieten. Damit lebt nur noch knapp jeder siebte Bundesbürger in einem Gebiet mit weniger als 100 Einwohnern pro Quadratkilometer. Anfang der neunziger Jahre war es noch jeder fünfte Deutsche.

Konzentration im Einzelhandel: Immer weniger verkaufen immer mehr

Der Konzentrationsprozess wird sich voraussichtlich noch weiter beschleunigen: Während 2002 nur 62 Prozent des Umsatzes im Lebensmitteleinzelhandel auf die fünf größten Unternehmen entfielen, so sind für 2010 bereits 82 Prozent prognostiziert. (Quelle: IÖW)

Weniger Läden, größere Strecken: Das Auto wird immer wichtiger

Der Einkauf wird zunehmend mit dem Auto erledigt. Wurden noch 1982 mehr als 50 Prozent der Wege zu Fuß oder mit dem Rad (Öffentlicher Personenverkehr 12 Prozent) bestritten, so haben diese Verkehrsmittel gegenwärtig nur noch einen Anteil von etwa einem Drittel. Der Anteil von Bus und Bahn ging von zwölf auf sieben Prozent zurück. (Quelle: IÖW)

Die Einkaufsmobilität wächst: Wer nicht fahren kann, hat Pech

Immer größere Geschäfte, immer mehr Preisdruck, immer weitere Strecken: Im Strukturwandel des Lebensmitteleinzelhandels verstärken sich die Faktoren gegenseitig – wer niedrige Preise oder eine große Auswahl sucht, nimmt dafür immer weitere Wege in Kauf. Insgesamt legen die Verbraucher für das Einkaufen immer weitere Strecken zurück: Die Kilometerzahl für Einkaufsfahrten verdoppelte sich von 1982 bis 2002 von 219 Millionen Personenkilometer auf 444 Millionen Personenkilometer am Tag. Dadurch verstärkt sich gerade in dünn besiedelten Gebieten der Druck auf die Geschäfte, die weder besonders günstig sind noch besonders viel Auswahl bieten. Gleichzeitig brauchen Discounter oder Einkaufszentren im Preiswettbewerb immer größere Einzugsgebiete. Das Ergebnis: Aus vielen Orten zieht sich der Lebensmittelhandel zurück. Wer kein eigenes Auto hat oder selbst nicht mehr fahren kann, verfügt meist auch über wenig Kaufkraft und ist damit doppelt betroffen. (Quelle: IÖW)

Mangelnde Nahversorgung wird zum sozialen Problem

Die mangelnde Nahversorgung wird zunehmend auch zum sozialen Problem – für ältere Menschen, Menschen mit Behinderungen oder Verbraucher mit geringer Kaufkraft, stellen die großen Entfernungen oft ein kaum überwindbares Problem dar. Insoweit ist es wenig hilfreich, wenn einerseits immer mehr Busse

wird, ist in weitaus geringerem Maße gewährleistet. Dies zeigt, dass der "mündige Verbraucher", der souverän zwischen dem Discounter, dem Supermarkt, dem Hofladen und dem Bioladen wählen kann, auf dem Land häufig eine Fiktion ist. Der Verbraucher hat nicht nur keine Wahl, er kann froh sein, wenn er überhaupt noch nahe seines Wohnorts einkaufen kann.

Kartellrechtliche Bewertung

Als kontraproduktiv für die Nahversorgung bewertet der Verbraucherzentrale Bundesverband das deutsche Kartellrecht: Demzufolge wird funktionierender Wettbewerb angenommen, wenn in einem Radius von 20 Kilometern oder 20 bis 30 Fahrminuten unterschiedliche Lebensmittelgeschäfte angesiedelt sind. Diese Vorgabe stellt auf durchschnittliche Verbraucher ab, die als Fahrzeugbesitzer mobil sind. Diese Verbraucher können bei entsprechendem Aufwand wenigstens ein Geschäft für den Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs erreichen. Die Erreichbarkeit unterschiedlicher Läden, wie sie bei der Abgrenzung des relevanten Marktes unterstellt

Verbraucher auf dem Land leiden unter mangelnder Nahversorgung

Zusammenfassung der Studie des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) von Roland Stuhr

(Fortsetzung von Seite 6)

Diese Wettbewerbspraxis hat insbesondere in den achtziger Jahren zu einem Konzentrationsschub auf der Unternehmensebene geführt. Dadurch wurden auch wettbewerbsfähige regionale Anbieter übernommen oder vom Markt verdrängt. Der Konzentrationsprozess traf nicht nur weniger konkurrenzfähige Anbieter ("Tante-Emma-Läden"), sondern auch leistungsfähige mittelständische Unternehmen.

Fallstudien: Region Trier, Nienburg/Weser, Prignitz

Die Nahversorgungs-Studie des Verbraucherzentrale Bundesverbandes hat die Situation von vier Landkreisen in drei Regionen näher untersucht. Die Landkreise Daun,

Bitburg-Prüm (beide Region Trier), Nienburg/Weser (Niedersachsen) und Prignitz (Brandenburg) stehen stellvertretend für die ländlich geprägten Landkreise in ganz Deutschland. Im Landkreis Daun in Rheinland-Pfalz verfügen 74 der 109 Gemeinden über keinerlei Nahversorgungseinrichtungen mehr. Damit sind 70 Prozent der Gemeinden mit einem Drittel der Bevölkerung ohne einen einzigen Laden – und dies gilt selbst für Bäcker oder Fleischer. In neun von zehn Gemeinden, in denen insgesamt mehr als die Hälfte der Bevölkerung des Landkreises lebt, gibt es keine Lebensmittelgeschäfte mehr, die größer als 100 Quadratmeter sind. Zum Vergleich: Die Verkaufs-

fläche kleiner Lebensmittelgeschäfte liegt unterhalb von 400 Quadratmetern; die von Discountern bei rund 800 Quadratmetern. Der Lebensmitteleinzelhandel ist in diesem Landkreis ausschließlich auf die größeren Gemeinden konzentriert. Diese Situation lässt sich auf alle vier untersuchten Regionen übertragen: Zwischen 40 und 60 Prozent der Einwohner der vier Landkreise leben in Gemeinden, in denen es keinen Einzelhandel mehr gibt. Praktisch nicht existent ist teilweise auch die Anbindung an Bus und Bahn: In zahlreichen Gemeinden existieren nur sporadische Verbindungen. Wer kein Auto hat, ist damit vom Einzelhandel abgeschnitten.

www.marktgilde.de: Frischer "DMG-Wind" aus dem Internet

Seit Anfang Dezember ist die DMG Marktgilde e.G. mit der neuen, völlig überarbeiteten und erweiterten Präsentation im Internet vertreten.

Neu ist unter anderem, dass die Internetseiten nun nach den 3 Zielgruppen der Marktgilde – den Wochenmarktbesuchern, Händlern und Kommunen – getrennt ist. So ist es möglich, jedem Besucher genau auf seine Wünsche zugeschnittene Informationen bereitzustellen. Die Besucher können sich über die Wochenmärkte in ihrer Umgebung informieren, erfahren alle notwendigen Einzelheiten vom Standort über die Marktzeiten bis hin zu den Kontaktdaten. Kommunikation und Service wird im gesamten Auftritt groß geschrieben. So können interessierte Besucher jederzeit mit der DMG Kontakt aufnehmen, Kleinanzeigen aufgeben oder sich im Forum an Diskussionen beteiligen. Weiterhin ist es möglich, sich für einen E-Mail Newsletter einzutragen, der in Zukunft die entsprechende Zielgruppe regelmäßig über Neuigkeiten informiert.



Im Bereich für Händler und die Kommunen wurde ein Rundgang geschaffen, der die DMG Marktgilde e.G. ausführlich vorstellt und Möglichkeiten der Zusammenarbeit zeigt.

Um den Internetauftritt immer aktuell und somit für die Besucher interessant zu halten, wurden die neuen Webseiten mit einem Content-Management-System ausgestattet. Dadurch ist es möglich, dass die Mitarbeiter der DMG die Seiten selbstständig aktualisieren.

"Die Implementierung eines Content-Management-Systems kommt

für uns einem Quantensprung gleich. Für unsere Kunden bedeutet dies, dass sie in der Zukunft mit ständig aktuellen Informationen rechnen können und wir steigern die Effizienz. Das System ist zudem so benutzerfreundlich, dass keine aufwendigen Schulungsmaßnahmen nötig sind," so DMG-Vorstands-sprecher Prof. Dr. Gerhard Johnson.

Umgesetzt wurde der neue Internetauftritt von der eckpunkt Medienagentur aus Erfurt (www.eckpunkt.de). Die in den Bereichen Internet

und Werbung tätige Agentur hat bereits eine langjährige Erfahrung in der Erstellung umfangreicher datenbankbasierter Internetpräsenzen. "Das Internet bietet heutzutage riesige Möglichkeiten, um die DMG Marktgilde e.G. noch besser bei den Zielgruppen bekannt zu machen", so eckpunkt-Geschäftsführer Stefan Hoffmann. "Das Potenzial dieser Internetpräsentation ist mit dem aktuellen Stand aber bei weitem noch nicht ausgeschöpft, für die Zukunft sind noch einige Erweiterungen geplant."

Ausführliche Informationen folgen!

Infos:

"Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs im ländlichen Raum": ist der Titel der Studie des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) die im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbandes erstellt wurde. Eine Zusammenfassung gibt es unter: www.vzbv.de.

Roland Stuhr ist Referent für Wirtschaftsrecht, Handel und Wettbewerb im Verbraucherzentrale Bundesverband.

Ulrich Petschow ist der Leiter der Umweltökonomie/Umweltpolitik beim Institut für ökologische Wirtschaftsforschung, www.ioew.de, das diese Studie erstellt hat.

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: info@marktgilde.de
Internet: <http://www.marktgilde.de>

Redaktion:

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

Gestaltung und Herstellung:

freelancer
Jürgen Reichel
35716 Mandeln

Druck:

Pulverich-Druck GmbH
35708 Haiger-Fellerdilln
Verteilte Auflage: **13.200**

Redaktionsschluss für die nächste Ausgabe: **17. Februar 2006**

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

Der Nachdruck ist nur mit folgender Quellenangabe: "Der Wochenmarkt", Hauszeitung der DMG Marktgilde e.G. 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