

Der Wochenmarkt

Hauszeitung der DMG Marktgilde e.G. Nr. 6/September '98

Es gibt Zuwachs in: S. 2
Heringen, Kierspe
und Bingen

Ein ganz "neuer" Markt: S. 3
Schwerte hat ihn wieder

Unterwegs für die DMG: S. 3
Brigitte Weigel
und ihre Arbeit

Wichtige Tips: S. 4
Steuern sparen durch
Investitionen

Es gibt Verbesserungen: S. 4
Positives für Händler!

Unser Recht: S. 5
Abschleppen vom
Wochenmarktgelände!

Marketing: S. 6
Tips zur besseren
Warenplatzierung!

Gerichtsentscheidung: S. 7
Verpackungssteuer
ist rechtswidrig!

Unsere Standorte: S. 8
Wichtige Adressen für Sie



Heringens Wochenmarkt in bester Lage vor dem Rathaus.

Bild: Thomas Klemm

Liebe Leser,

was bleibt von diesem Sommer an Erinnerungen haften? Das schlechte Wetter, das mäßige Abschneiden der deutschen Mannschaft bei der Fußball-WM, ... Zumindest bei mir überwiegen auf den ersten Blick die nicht ganz so positiven Eindrücke.

Und auch auf den Märkten ist von großem Optimismus nicht viel zu spüren. Immer mehr Händler müssen aufgeben, weil ihre Einnahmen die Kosten nicht decken. Neue Interessenten für frei gewordene Standplätze - insbesondere Existenzgründer, die einmal richtig frischen Wind bringen würden - gibt es so gut wie gar nicht. Die sinkende Kaufkraft verlagert sich nach wie vor von der Innenstadt auf die grüne Wiese. Ein neues Grundsatzurteil des Oberverwaltungsgerichtes in Münster, das dieser Tendenz entgegenwirken soll, kann allenfalls als kleiner Hoffnungsschimmer angesehen werden.

Trotzdem hat es natürlich keinen Zweck, den Kopf in den Sand zu

stecken. Immerhin laufen die meisten unserer Märkte noch relativ gut, das bestätigen uns Händlerkollegen, die auch auf anderen Märkten stehen immer wieder. Da zahlen sich unsere verstärkten Werbeanstrengungen, angemessene Standgelder sowie der Einsatz unserer örtlichen Marktmeister aus. Auch die Tips, die wir im Rahmen dieser Hauszeitung liefern, wie Steuer- und Rechtstips oder auch (wie in dieser Ausgabe wieder) Tips zum Marketing, tragen hierzu ein wenig bei. Immer mehr Kommunen vertrauen uns deshalb ihre Wochenmärkte an, wie die Übernahmen bzw. Neueröffnungen belegen. Diese Erfolge basieren zunehmend auf den guten Referenzen von denjenigen Städten, mit denen wir schon längere Zeit zusammenarbeiten. So gesehen, war der Sommer eigentlich gar nicht schlecht! In diesem Sinne wünsche ich wieder viel Spaß beim Lesen.

Ihr Dr. Gerhard Johnson

Es gibt Zuwachs in: Heringen, Kierspe und Bingen



STADT HERINGEN

“Wir erhoffen uns mit den Marktgildepromis eine Belegung unseres Wochenmarktes. Aus Personal- und Kostengründen waren wir dazu selbst kaum noch in der Lage”, so Bürgermeister Rolf Pfromm beim ersten Markttag am 4. Juni unter der neuen DMG-Leitung.

Heringens Wochenmarkt findet jeden Donnerstag vor seinen Amtsstuben statt, somit weiß Bürgermeister Pfromm ganz genau, wovon er spricht.

Das Angebot hat sich schon jetzt etwas ausgeweitet, so ist ein Tee- und Gewürzhändler und ein Bäcker hinzugekommen. Dank den rund 11 Markthändlern ist das Warenangebot fast komplett mit frischem Obst und Gemüse, Fisch, Fleisch und Wurst, Feinkost, Blumen und Pflanzen und einem Imbißstand. Trotzdem ist für weitere Wochenmarkthändler, vorzugsweise aus der näheren Umgebung Heringens, donnerstags von 8.00 Uhr bis 13.00 Uhr noch ein Plätzchen vorm Rathaus frei. Nähere Informationen gibt's bei der DMG in Eschenburg (Tel.: 02774/91430).

Die DMG Marktgilde e.G. hat sich auch hier zum Ziel gesetzt, mit einem größeren Angebot mehr Wochenmarktkunden anzulocken und so die Attraktivität des Heringer Wochenmarktes zu steigern.



Großer Andrang beim ersten “DMG-Markttag” in Bingen.

Bild: Bernadette Heim



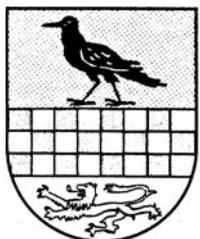
STADT BINGEN AM RHEIN

Mit der Übernahme des Binger Wochenmarktes durch die Marktgilde gab es auch einen Umzug auf den neu gestalteten “Bürgermeister-Neff-Platz”, Bingen's neues Schmuckstück. Schon beim ersten Wochenmarkt auf dem neuen Marktplatz gab es für zwei Selbstvermarkter eine große Überraschung: Bereits um 11 Uhr mußten sie schon wieder ihre Stände schließen! Sie konnten “ausverkauft” melden. Aber auch die anderen 15 Wochenmarkthändler hoffen, daß der neue Marktplatz in Zukunft das hält, was die “Premiere” am 8. Juli

versprochen hat: Reger Handel und gute Umsätze mittwochs und samstags von 8.00 Uhr bis 12.00 Uhr.

Beim Samstagmarkt drei Tage später wurde der neue Platz dann mit einer Übergabefeier offiziell von Oberbürgermeisterin Birgit Collin-Langen mit Brot und Salz eingeweiht. Für Bingen's Bürger ist der neue Marktplatz zu einem Treffpunkt und Einkaufsparadies geworden. Das Angebot ist umfangreich, mit vielen frischen Waren und Spezialitäten aus südlichen Ländern, aber auch direkt von heimischen Selbst-erzeugern.

Auch wenn einige Kunden durch den Umzug jetzt einen weiteren Weg haben, wollen sie den Wochenmarkt dennoch nicht mehr missen und nehmen diesen Nachteil in Kauf. Ein kleines Problem sind die fehlenden Parkplätze in unmittelbarer Nähe zum Marktplatz.



STADT KIERSPE

Marktmeister Friedrich Giesecke war mit dem ersten Markttag unter der DMG Regie am 3. Juni ganz zufrieden, “wir haben das Angebot hier in Kierspe noch etwas ergänzt und ich sehe doch recht viele zufriedene

Gesichter, sowohl bei den Händlern, als auch bei den Wochenmarktkunden.” Als “alter Hase” und Fachmann weiß er, wovon er spricht. Es ist nicht sein erster Wochenmarkt, dem er etwas auf die Beine hilft und wird bestimmt auch nicht sein letzter bleiben.

Auf dem Montigny-Platz im sauerländischen Kierspe stehen jetzt jeden Mittwoch rund 9 Wochenmarkthändler mit ihrem gut sortierten Angebot. Die Kiersper Stadtverwaltung als bisheriger Organisator

hatte - wie viele andere Städte - auch das Problem, daß Zeit und Geld fehlten, sich richtig professionell um das Marktgeschehen zu kümmern. Auch die Kontakte zu neuen Markthändlern, zur Belegung und Erweiterung des Wochenmarktes, waren nicht gegeben.

Als Lösung boten sich die Wochenmarktpromis der DMG aus Eschenburg an. Immerhin werden jetzt unter der DMG Flagge 60 Marktstandorte in ganz Deutschland betrieben.

Ein ganz "neuer" Wochenmarkt in Schwerte



Stadt Schwerte

Bürgermeisterin Ursula Sobelat eröffnete persönlich den ersten Westhofener Wochenmarkt, mit dem Wunsch, daß dieser neue Markt an die alte Tradition anknüpft. Vor fast zwanzig Jahren hatte es schon einmal einen Wochenmarkt in Westhofen gegeben, der aber langsam eingeschlafen ist.

Geht es nach dem ersten Ansturm am 13. August, so stehen die Zeichen sehr gut. Hunderte Wochenmarktkunden stürmten regelrecht auf die 16 Händler ein und sorgten für guten Absatz. Schon im Vorfeld hat sich der neue Wochenmarkt bis nach Holland herumgesprochen. Der holländische Käsehändler Jan van Loon hatte von der Neueröff-

nung des Westhofener Marktes bei einem Urlaub in Winterberg auf dem dortigen Wochenmarkt erfahren und sich flugs bei der DMG gemeldet. Dann hatte er auch noch das Glück, aus rund 50 Bewerbern für diesen attraktiven Standort ausgewählt zu werden.

Jeden Donnerstag von 8.00 Uhr bis 13.00 Uhr steht er jetzt am "alten Marktplatz" mit seinen Käsespezialitäten frisch aus Holland. Er besucht mit seinen Mitarbeiteren über 60

Wochenmärkte in Deutschland und weiß aus seiner Erfahrung, daß ein erster Ansturm sich wieder legt und sich dann langsam ein "Stammublikum" bildet, das regelmäßig auf dem Wochenmarkt einkauft. Nur so hat der Wochenmarkt auf Dauer die Chance zu bestehen.

Die Westhofener jedenfalls nutzen diesen Markt nicht nur ausgiebig zum Einkaufen, auch beim Plaudern mit Bekannten und Nachbarn verging die Zeit wie im Fluge.

Unsere nächsten "Neuen" sind:

ab 17. September	65232 Taunusstein-Hahn	Do 14.00-18.00Uhr
ab 17. September	63820 Elsenfeld	Do 14.00-18.00 Uhr
ab 24. September	68753 Waghäusel-Wiesental	Do 8.00-13.00 Uhr
ab 25. September	68753 Waghäusel-Kirrlach	Fr 8.00-13.00 Uhr

Interessierten Wochenmarkthändlern bieten wir auf diesen Märkten neue Standplätze an. Melden Sie sich bitte telefonisch bei unserer Hauptverwaltung in Eschenburg (Tel.: 02774/91430)

Unterwegs für die DMG, Birgitte Weigel



Brigitte Weigel zeigt den Standort der Zweigniederlassung auf der Landkarte.

Bild: Jürgen Reichel

Seit August 1990 kümmert sich Brigitte Weigel um die DMG-Wochenmärkte in den neuen Bundesländern. Als Leiterin der DMG-

Zweigniederlassung in Limbach-Oberfrohna ist die 48-jährige, gelernte mathematisch-technische Assistentin, seit 1992 tätig. 1997 erhielt sie Prokura und ist für zweiundzwanzig Wochenmarktstandorte verantwortlich.

"Für die DMG bin ich im Jahr zwar fast 50.000 Kilometer auf den Straßen unterwegs, aber ich habe trotzdem viel mit Menschen zu tun. Meine Aufgaben bei der Betreuung von bestehenden Märkten und der Akquisition von neuen Märkten sind sehr umfangreich und sorgen immer wieder für Abwechslung. Ich werde Tag für Tag immer wieder neu gefordert und habe neue Probleme zu lösen. Aber gerade das macht mir sehr viel Spaß."

Zum Arbeitsbereich von Brigitte Weigel gehören dabei neben den kaufmännischen Tätigkeiten im Limbacher Büro vor allem die Betreuung und Einarbeitung von Marktmeistern und der ständige Kontakt mit den Kommunen als

"Partner" der DMG. Gerade hier zahlt sich die Kontinuität ihrer Arbeit aus, "die Amtsleiter in den Stadtverwaltungen haben über die Jahre immer mich als Ansprechpartner, das schafft Vertrauen". Aber auch die kleinen und großen Probleme der Marktmeister müssen schnell und unbürokratisch gelöst werden, seien es kurzfristige Marktverlegungen, Planung und Durchführung von Sonderveranstaltungen oder Standortprobleme mit Händlern.

Wichtige Voraussetzungen für diese Arbeit sind neben einem guten Organisationstalent - es gibt fast täglich Situationen wo schnell gehandelt werden muß - eine gehörige Portion Durchhalte- und Durchsetzungsvermögen.

Ein Blick in den vollen Terminkalender von Brigitte Weigel bestätigt dies, so muß sie mal eben für zwei oder drei Tage hoch in den Norden Deutschlands um erste Gespräche über einen neuen Wochenmarkt direkt "vor Ort" zu führen.

Steuern sparen durch Investitionen

Das Bundesministerium der Finanzen hat eine neue Abschreibungstabelle veröffentlicht.

Bei der Abschreibung (AfA) kann wahlweise die "lineare" Abschreibung oder die "degressive" gewählt werden. Der Unterschied zwischen beiden Methoden liegt in der jährlich gleichen Abschreibungshöhe bei der "linearen" Abschreibung (Anschaffungswert verteilt auf die Nutzungsdauer) und bei anfangs höheren Abschreibungsbeträgen durch die "degressive" Abschreibung. Dabei entspricht die "degressive" Methode dem dreifachen Betrag der linearen, aber maximal 30% des Anschaffungswertes.

Vorteile haben kleine und mittlere Betriebe. Diese werden zusätzlich gefördert mit einer Abschreibung nach § 7g EStG in Höhe von bis zu 20%. Voraussetzung dafür ist, daß die Wirtschaftsgüter mindestens zu 90% betrieblich genutzt werden, neu und beweglich sind und mindestens ein Jahr im Unternehmen bleiben.

Die Tabelle zeigt beispielhaft ausgewiesene Nutzungsdauern für alle Investitionen, die seit dem 30.06.97 erfolgten.

Die Steuerberater Stahl/Kolb in 35713 Eschenburg werden Ihnen bei Fragen behilflich sein (Tel. 02774/91300).

Wirtschaftsgut	Nutzungsdauer (Jahre)	lineare AfA	degressive AfA
Hallen, (herkömmlich Bauweise)	20	5%	15%
Hallen, (Leichtbauweise)	10	10%	30%
Lager, Hochregale- (herkömmliche Bauweise)	10	10%	30%
Container (Bau-, Büro-, Transport-, Wohn-)	8	12%	30%
Verkaufsbuden und -stände	5	20%	30%
Verkaufszelte	4	25%	30%
Lastkraftwagen	7	14%	30%
Personenkraft- und Kombiwagen	5	20%	30%
Wohnwagen, Wohnmobile	6	17%	30%
Anhänger, Wechselbauten	8	12%	30%
Panzerschranke, Tresore	20	5%	15%
Notstromaggregate	15	7%	21%
Heiß-/Kaltluftgebläse, Klimageräte (mobil)	8	12%	30%
Kühlschränke	8	12%	30%
Raumheizgeräte (mobil)	5	20%	30%
Kühleinrichtungen	5	20%	30%
Hochdruckreiniger (Dampf- und Wasser-)	5	20%	30%
Industriestaubsauger	4	25%	30%
Waagen (Obst-, Gemüse-, Fleisch- u.ä.)	8	12%	30%
Folienschweißgeräte	10	10%	30%
EC-, Kreditkartenleser	5	20%	30%
Geldzählgeräte, Registrierkassen	5	20%	30%
Büromöbel	10	10%	30%
Personalcomputer, Notebooks, Drucker	4	25%	30%
Monitore, Faxgeräte	5	20%	30%
Autotelefon, Handy	4	25%	30%

Nutzungsdauer und Abschreibungssätze ausgewählter Wirtschaftsgüter für Händler.

Verbesserungen für Wochenmarkthändler sind Gesetz!

Das "Zweite Gesetz zur Änderung der Gewerbeordnung und sonstiger gewerberechtlicher Vorschriften vom 16. Juni 1998" tritt endlich zum 1. Oktober 1998 in Kraft.

Für alle Wochenmarkthändler ergeben sich daraus folgende Neuerungen (siehe auch unsere Forderungen in "Der Wochenmarkt 1/97" S.5, Am "Ball"):

(1) **Alkoholische Getränke**, die aus selbstgewonnenen Erzeugnissen des Weinbaus, der Landwirtschaft oder des Obst- und Gartenbaus hergestellt werden, dürfen auf Wochenmärkten verkauft werden. Auch ist der Zukauf von Alkohol zur Herstellung von Obstlikören und Obstgeisten erlaubt.

(2) Der allgemeine Verkauf von Erzeugnissen aus Edelmetallen (wie Gold, Silber, Platin) bleibt auf dem Wochenmarkt zwar weiterhin verboten, **bei Silberschmuck** hat der Gesetzgeber aber eine Ausnahme gemacht. Silberschmuck darf bis zur Wertobergrenze von 80 DM ab Oktober auf Wochenmärkten angeboten werden.

(3) Eine kleine aber dennoch sehr wichtige Änderung hat es auch beim **Anschriftenzwang** gegeben. Der Wochenmarkthändler muß jetzt nicht mehr wie bisher seine Adresse am Marktstand anbringen. Damit haben es mögliche Einbrecher etwas schwerer, leerstehende Wohnungen von Wochenmarkt-

händlern während der Marktzeiten zu plündern.

Mit den zusätzlich erlaubten Produkten kann sich jetzt die Attraktivität des Wochenmarktes steigern, davon profitieren auch alle anderen Sortimente. Auch wenn diese Verbesserungen lange auf sich haben warten lassen, so ist es doch ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung, das Tagesgeschäft von Wochenmarkthändlern nicht immer wieder durch kleinliche und teilweise auch unsinnige Vorschriften zu erschweren. Die DMG Marktgilde wird weiter für die Belange der Händler am Ball bleiben und auch weiterhin regelmäßig informieren.

Abschleppen vom Wochenmarktgelände

von Rechtsassessor Andreas Giersbach

Die anhaltende Parkplatzknappheit bringt eine zunehmende Zahl von Parkverstößen mit sich, von denen auch die Straßen und Plätze, die für die Durchführung von Wochenmärkten vorgesehen sind, nicht verschont bleiben. Fahrzeuge, die auf diesem Gelände abgestellt werden, behindern in erheblichem Maße den Aufbau und Ablauf des jeweiligen Marktes. Schnelle Abhilfe ist in solchen Fällen durch den Marktmeister vor Ort geboten.

Diese wird am effektivsten durch das Abschleppen der verbotswidrig abgestellten Fahrzeuge erreicht. Um dabei möglichst kein Risiko einzugehen (auf den Kosten sitzen zu bleiben oder sogar Schadensersatz leisten zu müssen), sind einige rechtliche Grundlagen zu beachten, die im folgenden kurz dargestellt werden.

Die Rechtslage

Das jeweilige Marktgelände wird von der DMG entweder privatrechtlich angemietet oder im Wege einer straßenrechtlichen Sondernutzung von den Kommunen zur Verfügung gestellt. In beiden Fällen darf man davon ausgehen, daß die Vorschriften des Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB) über den Besitzschutz, insbesondere § 859 BGB, greifen. Für die Dauer des Wochenmarktes besteht ein Besitzrecht der DMG an dem Gelände!

Die DMG hat auf der Grundlage dieser Vorschriften das Recht, Fahrzeuge, die das Besitzrecht hindern, abschleppen zu lassen. Dabei muß die Polizei nicht direkt eingeschaltet werden, die zur Hilfeleistung in diesen Fällen i.d.R. nicht verpflichtet ist. Ein Abschleppunternehmen kann direkt beauftragt werden, die Störung (das störende Fahrzeug) zu beseitigen. Probleme bei der Abwicklung dieses Auftrages lassen sich am besten vermeiden, wenn ein seriöses Unternehmen (z.B. mit Versicherungsschutz für evtl. Schäden am Fahrzeug) beauftragt wird. Zwischen der DMG und diesem Unternehmen kommt ein Vertrag zustande. Der Halter oder Fahrer des abgeschleppten Fahrzeuges wird dagegen nicht Vertragspartner.

Gerade wenn der Marktplatz auf einem öffentlichen Parkplatz eingerichtet wird, ist sicherzustellen, daß **entsprechende Schilder früh genug auf das Park-/Halteverbot während der Wochenmarktzeit aufmerksam machen**. Als Zusatz kann der Hinweis angebracht werden, daß verbotswidrig parkende Fahrzeuge kostenpflichtig abgeschleppt werden.

Marktmeister muß handeln

Die DMG (in Vertretung durch ihren Marktmeister) muß nach der Regelung des BGB sofort ihr Recht verteidigen. Allerdings wird in der Rechtsprechung teilweise ein Abwarten, evtl. auch eine Suche nach dem Fahrer/Halter verlangt. Da sich dies im Einzelfall gerade beim Aufbau des Marktes als problematisch erweist, empfiehlt es sich generell, den Abschleppvorgang zügig einzuleiten. Sollte sich jedoch der Fahrer/Halter noch in der Nähe aufhalten oder leicht zu ermitteln sein (Fahrzeug eines Wochenmarkthändlers oder angrenzenden Ladengeschäftes), ist er zunächst zum Wegfahren aufzufordern, bevor durch das Beauftragen des Abschleppunternehmens Kosten entstehen.

Abschleppkosten

Da die DMG Auftraggeber für das Abschleppen ist, hat sie auch die Kosten zu tragen. Es ist aber weitgehend anerkannt, daß diese

Kosten von dem Fahrer/Halter zurückverlangt werden können.

Nach dem Abschleppen wird sich der Fahrer/Halter jedoch i.d.R. zunächst an das Abschleppunternehmen wenden, um dort seinen Wagen abzuholen. Dieser Zeitpunkt ist für den Ersatz der Kosten am günstigsten. Deshalb empfiehlt es sich, den Anspruch auf Kostenerstattung an den Abschleppunternehmer abzutreten, damit dieser ihn gegenüber dem Fahrer/Halter geltend machen kann. Er hat dann ein eigenes Zurückbehaltungsrecht an dem Fahrzeug bis zum Ausgleich der Kosten.

Abschleppen lassen!

Es ist noch darauf hinzuweisen, daß es wie auch immer ausgestaltetes Einparken oder Einbauen des Falschparkers in den Wochenmarkt (wie z.B. durch das Errichten von Ständen um das Fahrzeug herum) nicht von den Rechten der DMG nach dem BGB gedeckt ist. Noch problematischer wird es, wenn selbst "Hand angelegt wird" um das Fahrzeug zu beseitigen. Ein solches Vorgehen ist also keine Lösung, evtl. kommen sogar Schadenersatzansprüche des Fahrers/Halters in Betracht.

Also: Abschleppen lassen ist immer richtig, wenn eine entsprechende Beschilderung (Park-/Halteverbot) des Wochenmarktplatzes vorhanden ist!

Die Verkehrssicherungspflicht auf Wochenmärkten BGB § 823 Abs.1

Der weite Bereich der Verkehrssicherungspflicht auf Wochenmärkten beschäftigt immer wieder die Gerichte. Nachfolgend ein Urteil des OLG Jena vom 5.8.97(3 U 1489/96 - NZV 98,28):

(1) Betreibt eine Gemeinde einen Wochenmarkt als öffentliche Einrichtung, so hat sie nicht nur gegenüber den Besuchern, sondern auch gegenüber den Anliegern und Marktbesuchern sowie deren Personal die Amtspflicht, bei der Zuweisung der Stellplätze vermeidbare Gefahren auszuschließen.

(2) Die Marktmeisterin der Gemeinde ist neben dem Standinhaber dafür verantwortlich, daß das Vordach eines Verkaufstandes nicht in den Luftraum einer Straße ragt.

(3) Fährt ein LKW gegen das Vordach eines verkehrsgefährdend aufgestellten Marktstandes, so haften Standinhaber und marktbetreibende Gemeinde im Verhältnis zum LKW-Fahrer als Haftungseinheit gesamtschuldnerisch zu einem Drittel: den Standinhaber trifft jedoch im Innenverhältnis zur Gemeinde die alleinige Haftung.

“Wochenmarkt und Marketing”: Platzierung auf zwei Ebenen!

Jeder Wochenmarkthändler weiß, daß es auf einem Marktplatz “1a” und “1b” **Standplätze** gibt. Um die besten Plätze entbrennen nicht selten Auseinandersetzungen, die manchmal nicht nur mit Worten und Argumenten ausgetragen werden.

Was macht die Bereiche der Platzierung im Marketing für Händler so wichtig?

Zunächst ist festzustellen, dass wieder **zwei Ebenen** (Marketing für den ganzen Wochenmarkt einerseits und jeden einzelnen Händler andererseits) unterschieden werden müssen: Ein attraktiver Stand am Eingang eines Marktplatzes, der Passanten, z.B. in einer angrenzenden Fußgängerzone, als Blickfang dient und diese auf den Wochenmarkt “zieht”, kommt natürlich dem gesamten Markt zugute. Wir als Veranstalter sind deshalb bemüht, dem Marktpublikum eine solche Warenplatzierung - z.B. einen gut sortierten Obst- und Gemüsestand - als Magneten anzubieten.

Andere Prinzipien richten sich auf:

- ⇒ eine Steuerung des Kundenstromes (“Rundlauf”, wie in einem Supermarkt),
- ⇒ keine gleichen Produkte direkt nebeneinander,
- ⇒ zuverlässige Beschicker stehen immer
- ⇒ auf dem gleichen Platz,
- ⇒ Einblickmöglichkeiten von außen in den gesamten Marktbereich (keine abweisenden Rückfronten von geschlossenen Verkaufsfahrzeugen, die wie eine Wagenburg wirken).

Wir bemühen uns, die zur Verfügung stehende Fläche mit den

vorhandenen bzw. interessierten Beschickern im Sinne des übergeordneten Ganzen optimal zu belegen, um damit die Attraktivität zu steigern.

Im fairen Umgang zwischen Veranstalter und allen Beschickern muß in diesem Zusammenhang auch akzeptiert werden, daß ein “neuer” Beschicker natürlich nicht beim ersten Erscheinen auf einem Markt

Im Prinzip wirken sich diese Überlegungen natürlich schon viel früher bei der Suche nach dem besten Marktplatz in einer Kommune aus:

Wo sind schon Kunden vorhanden (andere Einzelhandelsgeschäfte, Dienstleistungsbetriebe, ...), wo kommen viele Menschen vorbei (Bushaltestellen oder Bahnhof in der Nähe, Fußgängerzonen), wo gibt es gute Parkplatzbedingungen -

wo können wir, die DMG Marktgilde e.G., den Wochenmarkt mit seinem gesamten Warenangebot optimal platzieren und gestalten?

Kommen wir zur **zweiten Ebene**: Die Händler, die über den ihnen zugewiesenen Standplatz am meisten “meckern”, sind oft diejenigen, die ihren eigenen Marktstand bzgl. der Warenplatzierung und Optik des Standes, am wenigsten **“im Griff haben”**.

Einfache **Platzierungsregeln**, die in gut organisierten Einzelhandelsgeschäften selbstverständlich angewendet werden (siehe Kasten), sind bei ihnen unbekannt oder werden nicht beachtet.

Die Schuld an ihren **schlechten Umsätzen** tragen immer die anderen!

Dabei bietet gerade die Warenplatzierung ein gutes Beispiel dafür, wie man selbst als Händler mit einfachen Mitteln Marketing betreiben kann und damit auch den Umsatz steigert!

Tips zur besseren Warenplatzierung

- ⇒ Waren übersichtlich platzieren.
- ⇒ die Hauptaufmerksamkeit des Verbrauchers richtet sich auf die Mitte der Warengruppen bzw. des Warenträgers (Verkaufstisch).
- ⇒ in die Hauptsichtzone des Kunden gehören die Artikel mit maximalem Ertrag, mittlerer Preislage.
- ⇒ die übrigen Artikel der Warengruppe werden oberhalb und unterhalb der Hauptsichtzone angeordnet.
- ⇒ beim Nebeneinander (“horizontale Platzierung”) muß es heißen: Von teuer nach billig und von groß nach klein! Das bedeutet: Steht der Kunde vor dem Stand, so stehen rechts die teuren Artikel.
- ⇒ vom Kundenstrom aus gesehen: “Magnetartikel” an das Ende des Standes.
- ⇒ Packungsbild bzw. informative Seite nach vorn bzw. oben.
- ⇒ die Preisauszeichnung (nach gesetzlichen Vorschriften) muß vollständig sein und mit den Preisangaben auf den Hinweisschildern übereinstimmen.
- ⇒ Zugang und Blick zur Ware müssen mühelos sein.
- ⇒ beim Nachfüllen die Warenanordnung beibehalten.
- ⇒ Aktionsplatzierungen (“Sonderangebote” außerhalb ihrer Stammpplatzierung) eignen sich, dem Geschäft eine besondere Ausstrahlung von Aktivität zu geben und beim Kunden eine Vorstellung besonderer Aktualität zu wecken.
- ⇒ gute Beleuchtung unterstützt die Warenplatzierung, der Kunde fühlt sich vom Angebot “angezogen”.
- ⇒ beweglicher Blickfang lockt ebenfalls den Kunden an.
- ⇒ Probiermöglichkeiten einrichten, evtl. Rezepte und weitere schriftliche Informationen zu den Waren bereithalten.

einen Anspruch auf den besten Platz erheben kann.

Wenn tatsächlich einmal ein herausgehobener Standplatz frei wird, muß man sich diesen Platz erst **“erarbeiten”**: Durch **Zuverlässigkeit** und **Akzeptanz** beim Marktpublikum und den Händlerkollegen über einen längeren Zeitraum.

Arbeiten Sie doch an diesen Tips mit und sagen Sie uns die Bereiche, die Sie persönlich interessieren, wir warten auf ihre Vorschläge!

(Fortsetzung folgt in der nächsten Ausgabe!)

Verpackungssteuer ist rechtswidrig!

Das Bundesverfassungsgericht in Karlsruhe hat die Verpackungssteuer auf Einweggeschirr in einer Entscheidung als verfassungswidrig eingestuft.

Den Startschuß für diese Verpackungssteuer auf Einweggeschirr hatte die Stadt Kassel 1992 gegeben. Durch die Karlsruher Entscheidung wurde diese Steuer als von Beginn an für ungültig erklärt und somit müssen alle Kommunen, die eine solche Steuer erhoben haben, alle Gelder wieder zurückzahlen. Immerhin haben über 40 Kommunen eine Verpackungssteuer erhoben und weitere 150 waren "auf dem besten Weg dahin".

Mit ihrer Entscheidung haben die Karlsruher Richter dem immer neuen Erfinden von Besteuerungsgrundlagen (zur eigenen Sanierung) erstmal einen Riegel vorgeschoben. Gleichzeitig wurde aber auch erklärt, daß aus ordnungspolitischen Gründen eine regional begrenzte Steuer von Kommunen erhoben werden darf. Im Fall der Verpackungssteuer auf Einweggeschirr widersprach diese aber dem abfallrechtlichen Kooperationsprinzip des Bundes und ist dadurch verfassungswidrig und von Beginn an für ungültig anzusehen. Die Rückzahlungspflicht ist aber nur bei noch offenen Verfahren zwingend.

Dr. Jürgen Möllering, M.C.J.
Rechtsanwalt
Leiter der Rechtsabteilung



Deutscher
Industrie-
und
Handelstag

DMG Marktgilde e.G.
z.Hd. Herrn Jürgen Reichel
Simmersbacher Str. 12

35713 Eschenburg

Durchwahl: 104-320
Bonn, 04.08.98
VI/JM/Gp

Beitrag „Verbesserungen bei den Beiträgen zur IHK sind in Sicht“ in Ihrer Hauszeitung

Sehr geehrter Herr Reichel,

von der IHK Magdeburg wurden wir auf die im Betreff genannte Veröffentlichung hingewiesen. Grundsätzlich begrüßen wir natürlich, daß Sie auf die Entwicklungen im IHK-Beitragsrecht - insbesondere auch auf die zwischen dem Bundesverband Deutscher Schausteller und Marktkaufleute e.V. und dem DIHT geschlossene Vereinbarung - hinweisen. Ich muß allerdings der Ordnung halber zwei kleine Einschränkungen machen: Einmal betrifft die genannte Vereinbarung nur den Grundbeitrag, nicht aber die Umlage. Da letztere auf der Basis des auf den jeweiligen IHK-Bezirk entfallenden Zerlegungsanteils am Gewerbebeitrag erhoben wird, liegt insoweit auch keine Mehrfachbelastung vor. Die zweite Einschränkung geht dahin, daß die genannte Vereinbarung gegenüber der einzelnen IHK aus rechtlichen Gründen keine Bindungswirkung entfalten kann. Das ist wichtig in bezug auf Ihre Empfehlung, ggf. Rechtsmittel einzulegen, wenn dem Markthändler von mehreren IHKn Beiträge abverlangt werden. Soweit mir bekannt ist, halten sich aber alle Industrie- und Handelskammern an die vom DIHT geschlossene Vereinbarung.

Mit freundlichen Grüßen

Adenauerallee 148
D-53113 Bonn

Postfach 14 46
D-53004 Bonn

Telegrammschrift
„Handelstag“

e-mail: jmoeller
@bonn.diht.ihk.de

Telefon (0228) 104-320 / 321
Telefax (0228) 104-330



Hallo

Herr Bürgermeister!

Haben Sie schon einmal daran gedacht, die Organisation Ihres Wochenmarktes in unsere Hände zu legen?

Fordern Sie uns!

Ihre Ansprechpartner sind:

Herr Dipl. Kaufmann Harald Ciliox in Eschenburg (Tel. 02774/9143-0) und Frau Brigitte Weigel in Limbach-Oberfrohna (Tel. 03722/7391-0).

Wir sind für ihre Kommune da!

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:

Jürgen Reichel
35716 Mandeln

Lithos:

Andre Dietermann
35708 Haiger-Fellerdilln

Druck:

Nickel GmbH Graphischer Betrieb
35716 Ewersbach

Verteilte Auflage: **6500**

Redaktionsschluß für die nächste Ausgabe: **16. November 1998**

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

Der Nachdruck ist gegen Übersendung eines Belegexemplars möglich.

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