

# Der Wochenmarkt

Die Deutsche Marktgilde eG kooperiert mit:

**EMMA**

Marketing für Wochenmärkte

Institut zur Erforschung  
und Förderung des  
mobilen Handels GmbH  
Institut an der Hoch-  
schule Harz, Wernigerode



**DV** Deutscher Verband  
für Wohnungswesen,  
Städtebau und  
Raumordnung e.V.

## Neuer Wochenmarkt:

**Radeburg** S. 2  
(Sachsen)

## Das besondere Angebot: S. 3

Olivenbauer und Wochen-  
markthändler aus Berufung

## Erfolgreiche Märkte: S. 4

Ideen und Tipps beim  
Workshop der IHK Cottbus S. 5

## Facebook: S. 5

Marktgilde, immer aktuell,  
im sozialen Netzwerk

## Modernes Design: S. 6

Wochenmarktfrische auf  
unserer neuen Homepage

## Messeauftritte: S. 7

Land & Genuss in Frankfurt  
Frühjahrsschau Borco-Höhns

## Einfacher für Händler: S. 8

Feste Verträge und  
bargeldlose Zahlungen



Verkaufen und Kaufen auf dem Wochenmarkt — bei der Messe "Land & Genuss" informiert wir über beides.  
Bild: Kendra Johnson

## Liebe Leser,

"Vertrauen ist ein Wert, der zählt" — diese Überschrift fiel mir vor kurzem in der Pressemitteilung über eine neue Studie der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft e. V. (DLG) mit dem Titel "Transparenz bei Lebensmitteln aus Verbrauchersicht"\* besonders auf.

Gefragt nach den wichtigsten Kriterien beim Kauf von Lebensmitteln rangieren die Aspekte "Frische" (95 %) und "Preis" (81 %) demnach an erster Stelle. Bereits auf dem dritten Platz folgt aber "Vertrauen" als wichtiges Entscheidungskriterium (78 %) bei der Auswahl von Lebensmitteln, gefolgt von den Themen "Herkunft", "Nährwerte" und "Regionalität". "Vertrauen" ist den befragten Verbrauchern demnach u. a. auch wichtiger als "Kontrolle" (62 %) und "Transparenz" (62 %).

In der letzten Zeit vergeht ja kaum ein Tag, an dem nicht über irgendwelche Vertrauenskrisen oder einen Vertrauensverlust gesprochen wird: in die Banken, in die Politik, in die Regierung, in die EU, in das Gesundheitswesen, in die Altersversorgung ..., Vertrauensverlust aber — für den Wochenmarkt von besonderer Bedeutung — auch und immer wieder in Lebensmittel und Lebensmittel-Erzeugung. Die Lebensmittel-

skandale der vergangenen Wochen und Jahre lassen grüßen!

Kein Wunder deshalb, dass negative Medienberichte bei den Deutschen inzwischen deutlich mehr Vertrauen genießen als positive. Zwei Drittel vertrauen einer negativen, rund 50 % dagegen nur einer positiven Berichterstattung. Wochenmärkte — das zeigen nicht nur der aktuelle "Pferdefleischskandal", sondern auch die jedem noch in guter Erinnerung befindlichen BSE, Gammelfleisch, EHEC und Co. — kommen dabei im Vergleich zur gesamten Lebensmittelbranche aber immerhin überdurchschnittlich gut weg.

Wie kann man Vertrauen aufbauen? Vertrauen basiert auf gemachten Erfahrungen, auch wenn es nicht immer die eigenen sind. Dazu zählen z. B. Verbrauchertests und freiwillige Kontrollen durch unabhängige Testinstitute (wie Verbraucherzentrale oder Foodwatch). Sie sind die "Vertrauensstifter" unserer Zeit.

Werbung und Kommunikation, nicht nur für die Lebensmittelprodukte der einzelnen Händler, sondern auch für den Wochenmarkt als Ganzes, kann — richtig gemacht — ebenfalls Vertrauen aufbauen. Auch hieran werden wir weiterhin arbeiten!

**Ihr Dr. Gerhard Johnson**

\* Die Studie ist gegen eine Schutzgebühr von 75 Euro (zzgl. MwSt.) bei der Agentur taste! ([www.taste.de](http://www.taste.de)) oder bei der DLG (E-Mail: [G.Oppenhaeuser@DLG.org](mailto:G.Oppenhaeuser@DLG.org)) erhältlich. Diese Meldung sowie ausgewählte Charts zur Studie finden Sie auch als Download unter [www.DLG.org/presse](http://www.DLG.org/presse) bei Ernährungswirtschaft.

## Neuer Marktgilde-Wochenmarkt in Radeburg



Selbst bei Schneetreiben kommen die Radeburger gerne auf ihren Wochenmarkt zum Plausch und Frischeeinkauf. Bild: Brigitte Weigel



### Stadt Radeburg

Mit Radeburg hat die Deutsche Marktgilde einen weiteren Wochenmarkt in Sachsen gewinnen können und im Großraum Dresden das Engagement verstärkt. Nach ersten Gesprächen mit dem Ordnungsamt im September letzten Jahres und der Vorstellung des Marktgilde-Konzeptes durch die Niederlassungsleiterin Brigitte Weigel kam im Dezember der Auftrag. Seit dem 13. Februar ist die Marktgilde jetzt für den Radeburger Wochenmarkt verantwortlich.

Nördlich von Dresden liegt die "Heinrich-Zille-Stadt" Radeburg, die durch den größten karnevalistischen Umzug Sachsens nicht nur den vielen "Narren" bestens bekannt ist. Auf dem schönen Marktplatz im Stadtzentrum bauen rund 25 Marktbesucher ein richtiges Einkaufserlebnis auf. Den rund 8.000 Einwohnern wird das wochenmarkttypische frische Grundsortiment geboten, es gibt aber auch verschiedene regionale Spezialitäten. Beliebt sind Spreewaldprodukte, Honig, Pilze, Kräuter und Tee, Natur- und Gesundheitsprodukte, und es gibt sogar Büffelspezialitäten aus der Region. Saiso-

nales Obst und Gemüse wird, sobald vorrätig, regelmäßig ergänzt. Auch das erweiterte Sortiment ist gut vertreten: Angefangen von den Waren des täglichen Bedarfs über Textilien, Schuhe und Taschen, bis hin zu Tonträgern, Modeschmuck und Spielwaren reichen die Produkte. Das Imbissangebot kann sich ebenfalls sehen lassen, hungrig muss kein Besucher den Marktplatz verlassen; hierfür sorgen z. B. Grillhähnchen oder deftige Eintöpfe aus der Feldküche.

"Wir haben einen gut eingeführten Markt mit Tradition übernommen, den Großteil der Marktbesucher kenne ich von den anderen Markt-

gilde-Märkten in der Umgebung. Ich freue mich auf die gute Zusammenarbeit mit den Stammhändlern", so sieht Niederlassungsleiterin Brigitte Weigel den neuen Standort.

Eine Werbeaktion — mit Frischemoderator Harry Flint — auf dem Radeburger Wochenmarkt ist im Frühling, Mitte Mai, geplant.

#### Infos:

Marktzeit: **Mi 9.00-14.00 Uhr**

Händlerzahl: **ca. 25**

Platz: **Marktplatz**

Ort: **01471 Radeburg**

zuständig: **Marktgilde Dresden**

Marktleitung: **Peter Künemund**

Internet: **www.radeburg.de**

## Bitte vormerken: Marktmeisterschulung

Alle Marktleitungen der Deutschen Marktgilde eG, die vor Ort einen Wochenmarkt betreuen, sollten sich schon jetzt den 13. und 14. Oktober 2013 in ihren Terminkalender eintra-

gen. In Dresden-Radebeul treffen sich dann wieder alle Marktgilde-Mitarbeiter zur traditionellen Schulung und Fortbildung.

#### Unsere nächsten "Neuen" sind:

ab 20. März **36205 Sontra** Mi 8.00-13.00 Uhr  
ab 6. April **97762 Hammelburg (grüner Markt!)** Sa 9.00-15.00 Uhr

Interessierten Wochenmarkthändlern (vor allem aus dem Frischebereich) bieten wir bei diesen neuen Standorten noch freie Standplätze. Melden Sie sich bitte bei der Marktgilde-Niederlassung in Bad Orb.

Tel.: 06052 9281-06, Fax: 06052 9281-16, E-Mail: u.lorey@marktgilde.de

## Olivenbauer und Wochenmarkthändler aus Berufung

“Olivastra Seggianese” schmeckt am besten pur, also nachträglich über das fertige Essen geträufelt. Oder wie es die Italiener lieben: Ein frisches Ciabatta bzw. Bruschetta in ein Schälchen mit Olivenöl und etwas Meersalz getunkt, dann kommen alle Aromen des fruchtigen Olivenöls besonders gut zum Ausdruck. Carl Wenning muss es wissen, denn er kultiviert die alte Bergolivensorte “Olivastra” auf rund vier Hektar im Hochland der Toskana. Die bis zu 800 Jahre alten Olivenbäume geben ein würziges, frisches Öl, und die gesamte Familie wird für die Herstellung nach traditioneller Methode eingespannt. Seine kaltgepressten Öle verkauft der “Olivenbauer” inzwischen auf ausgesuchten Wochenmärkten bis hin zum Polarkreis im finnischen Rovaniemi. Alle paar Monate ist er auch auf dem Lingnermarkt der Marktgilde in Dresden zu finden, das nächste Mal wird im Mai sein, dann warten seine Stammkunden schon sehnsüchtig!



Olivenbauer und Markthändler aus Passion. Das hochwertige Öl aus eigenem Anbau verkauft er auf Wochenmärkten, wie hier im finnischen Rovaniemi. Bild: Carl Wenning

Wann er welche Wochenmärkte beschickt, finden die Kunden auf der Homepage unter: [www.cwluce.de](http://www.cwluce.de) Hier gibt es auch viele interessante Informationen rund um das Olivenöl, z. B. wie die Oliven geerntet und gepresst werden und wie der Architekt und Lichtdesigner überhaupt zu den Olivenbäumen gekommen ist.

In seinem netten Gästebuch finden sich dann auch solche Einträge:

Geschrieben am Aug 10th, 2012

Sehr geehrter Herr Wenning,

mir geht leider Ihr herrliches Olivenöl "Olio al limone" zur Neige. Wann sind Sie wieder in Dresden? Bald herrscht der Ölnotstand bei mir. Bitte um Antwort.

Viele liebe Grüße

## Vorgestellt: Die 30 schönsten Wochenmärkte in Rhein-Main



Kleine Bücherauswahl des Cocon Verlages mit starkem regionalen Bezug.

Beliebte und schöne Wochenmärkte stellt Angelika Bork in ihrem neuen Buch vor. Als Redakteurin des Hessischen Rundfunks berichtet sie regelmäßig von und über Wochenmärkte. Diese Erfahrungen hat die

Fachjournalistin und leidenschaftliche Wochenmarktkundin gesammelt und in einem lesenswerten Buch veröffentlicht. Sie porträtiert die nach ihrer Ansicht 30 schönsten Wochenmärkte im Rhein-Main-

Gebiet. Zu jedem Markt finden sich alle wichtigen Daten wie Markttag(e) und Zeit(en), eine kurze Übersicht zur Kommune und, garniert mit einladenden Bildern, werden einzelne Markthändler mit ihren Spezialitäten vorgestellt. Marktfrische Kochrezepte ergänzen das 216 Seiten starke “Wochenmarktbuch”. Enthalten sind auch die Marktgilde-Wochenmärkte in Langenselbold und Heusenstamm. Der Cocon Verlag hat einen regionalen Themenschwerpunkt: Hier kann so manches “Schmankerl” entdeckt werden, wie z. B. “Hessen Tapas” oder “Hessen Käse” mit vielen Informationen und leckeren Rezepten sowie den Bezugsquellen.

### Infos:

“Die 30 schönsten Wochenmärkte in Rhein-Main” gibt es zum Preis von 14,80 EUR  
ISBN: 978-3-86314-229-2  
CoCon Verlag Hanau  
e-mail: [kontakt@cocon-verlag.de](mailto:kontakt@cocon-verlag.de)  
[www.cocon-verlag.de](http://www.cocon-verlag.de)

## Workshop "Erfolgreicher Wochenmarkt" — IHK Cottbus

Die IHK Cottbus nahm die Ergebnisse ihrer Untersuchung "Wochenmärkte in Südbrandenburg" zum Anlass, dieses Thema in seinem größeren Zusammenhang mit Einzelhandel und Infrastruktur weiter zu verfolgen. Im Jahr 2011 waren anonyme Tester auf zwölf Marktplätzen der Region unterwegs, um diese aus Kundensicht zu analysieren. Die Ergebnisse — auch wenn sie nur auf Momentaufnahmen einzelner Markttage beruhen — waren nicht gerade berauschend: Die Erfolgspotentiale, die Wochenmärkten grundsätzlich von Kunden bescheinigt werden (Frische, Qualität, Regionalität, Einkaufserlebnis, Kommunikation usw.), werden auf den untersuchten Märkten i. d. R. bei weitem nicht ausgeschöpft.

Hauptmängel, die laut Studie ausgemacht wurden, fangen schon im Vorfeld des Marktgeschehens an. Wann ist eigentlich Markttag und wie sind die Öffnungszeiten? Welche Händler sind (heute) da und was haben sie im Angebot? Auch die Präsentation und die Hygienebedingungen wurden von den Testern u. a. bemängelt. Das "erschreckende" Fazit (laut forum — dem Brandenburger Wirtschaftsmagazin Nr. 12/2012): "Die Marktbetreiber verspielen in großem Maßstab ihre Chancen, Kunden zu gewinnen und zu halten. Denn einmal abgeschreckte Kunden kommen so schnell nicht wieder."

Mehr als 30 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus Kommunen, (Markt-) Handel und sonstigem Gewerbe waren der Einladung nach Lübbenau gefolgt, um sich gemeinsam darüber auszutauschen, was man an dieser Situation zum Positiven ändern kann, welche Ideen und Tipps zum erfolgreichen Wochenmarkt führen können.

Unser Vorstandssprecher, Prof. Dr. Gerhard Johnson, war von den Organisatorinnen der IHK, Fachbereichsleiterin Katrin Erb und Handelsreferentin Nadin Kilian, gebeten worden, mit dem Thema "Bedeutung der Wochenmärkte für den innerstädtischen Einzelhandel und bessere Vermarktung" in die Veranstaltung einzuführen. Er ordnete zu diesem Zweck den Wochenmarkt-



"Heimspiel" für die Mitarbeiter der Deutschen Marktgilde eG, die auch im Veranstaltungsort Lübbenau (Spreewald) den Wochenmarkt betreibt (v. r.): Hannelore Walpuski (Marktleitung Lübbenau), Brigitte Weigel (Leiterin der Marktgilde-Niederlassung Dresden), Prof. Dr. Gerhard Johnson, Frank Böttner (Stellvertretender Bürgermeister/Amtsleiter Haupt- und Ordnungsamt der Stadt Calau), Konrad Wachsmuth (Centermanager, Einkaufscenter Kolosseum Lübbenau).  
Bild: Bernd Marx

handel zunächst in die Handelslandschaft mit ihren übergeordneten Problemen ein (Überkapazitäten, ruinöser Wettbewerb, "Grüne Wiese", Kaufhaussterben, neue Handelsformen wie Shoppingcenter oder E-Commerce, usw.). Diese wirken sich auf Wochenmärkte genauso negativ aus wie die nicht gerade berauschende Ausgangslage, die heutzutage in zahlreichen Innenstädten vorzufinden ist (Leerstände von Gewerberaum, abnehmende Wohnbevölkerung, Sicherheit, Verunreinigungen und Vandalismus u. v. a. m.). Demgegenüber nehmen sich Idealvorstellungen von Vorzeige-Innenstädten oft aus wie "fromme Wünsche": Sie sollen "multifunktionale Stätten" sein, "Orte der Begegnung, des Austausches und der Identifikation", "Spiegelbild lebendiger und zukunftsorientierter Gesellschaften", "Mittelpunkte des städtischen Lebens" sowie "alltägliche Handels- und Lebensräume" ... Gute Wochenmärkte können, so Prof. Johnson in seinem weiteren Vortrag, zumindest einige bescheidene, wenn nicht sogar wesentliche Beiträge leisten, um die Realität in Innenstädten diesen Idealvorstellungen anzunähern. In puncto Einkaufsmöglichkeiten beispielsweise, demjenigen Kriterium, das laut Verbraucherbefragungen mit weitem Abstand am wichtigsten für eine attraktive Innenstadt ist, hat ein Wochenmarkt folgende Bedeutung:

- ⇒ Wohnortnahe Versorgung durch ergänzende Qualitäts- und Frischeangebote
- ⇒ Oft die einzige Möglichkeit, regionale Produkte zu erwerben
- ⇒ Abbau von Angebotslücken des stationären Einzelhandels
- ⇒ Einkaufs"alternative" — an der frischen Luft
- ⇒ Kompetente Beratung in inhabergeführten Marktgeschäften
- ⇒ Hält Kaufkraft im Ort/in der Innenstadt
- ⇒ deutliche Synergiepotenziale/Kopplungskäufe in der Umgebung des Marktes

Aber auch bei anderen Bewertungskriterien für eine attraktive Innenstadt haben Wochenmärkte einiges zu bieten: Etwa im Bereich der Gastronomie (vielfältige kleine Imbissangebote, zunehmend Convenience-Angebote aus regionalen Produkten oder beliebte wöchentliche Abwechslung für Berufstätige in der Mittagspause). Bunte Verkaufsstände bringen darüber hinaus Farbe und Bewegung in oft eintönige, graue Betonlandschaften. Dass Wochenmärkte sogenannte "Frequenzbringer" und "Imageträger" für die Innenstadt sind, damit Lebendigkeit und Atmosphäre ausstrahlen, ist inzwischen vielfach durch Studien belegt — und wurde von den Teilnehmern in Lübbenau

# „Ideen und Tipps“ für erfolgreiche Wochenmärkte

☞ (Fortsetzung von Seite 4)

einhellig bestätigt. Und auch das Kultur- und Freizeitangebot einer Stadt kann wesentlich bereichert werden. Der geruhsame Bummel über einen Wochenmarkt und die damit verbundenen Kommunikationsmöglichkeiten und sozialen Kontakte gehören nicht nur bei Urlaubern fast zum Standardprogramm einer Stadtbesichtigung, sondern für viele Bewohner zum Einläuten des Wochenendes, Sonderaktionen bieten nicht nur Unterhaltung, sondern auch zahlreiche Informationen (z. B. für Schulklassen oder Kindergärten). Diese Wirkungen entfalten Wochenmärkte heute allerdings nicht mehr automatisch und von allein. Damit die beschriebenen Stärken zum

Tragen kommen, müssen bestimmte Eckpfeiler für ein tragfähiges Wochenmarktgerüst gegeben sein. Insbesondere müssen die Rahmenbedingungen stimmen, der politische Wille „pro Wochenmarkt“ muss eindeutig sein und darf nicht durch Parteiengezänk oder sonstige Interessenkonflikte zerredet werden. Die Politik muss die Bedeutung des Wochenmarktes erkennen und sehen, warum er wertvoll ist: Mit keiner anderen Maßnahme werden auf relativ einfache Art und Weise 52 Mal im Jahr so viele Menschen in die Innenstadt geholt! In ihn zu investieren, z. B. durch einen zentralen Marktplatz mit entsprechender Infrastruktur, macht sich deshalb indirekt schon in kurzer Zeit vielfach

bezahlt. Nur wenn dieser wichtigste Eckpfeiler solide und stark ist, können die weiteren Eckpfeiler (z. B. attraktives Angebot, professionelle Verwaltung, spezielles Marketing) auf Dauer zu einem insgesamt starken Fundament eines Wochenmarktes zusammenwachsen. Aufgrund des großen Interesses in der Runde plant die IHK Cottbus für die Zukunft weitere Veranstaltungen und Serviceangebote rund um das Thema Wochenmarkt. Da beispielsweise spezielle Weiterbildungsangebote für mobile Händler und ihr Verkaufspersonal schon lange auch in unserem Interesse liegen, wird die Deutsche Marktgilde solche Aktivitäten natürlich nach ihren Möglichkeiten unterstützen.

## www.facebook.de/DeutscheMarktgildeeG



werden Sie unser Fan auf Facebook!

Die Deutsche Marktgilde eG ist jetzt auch im sozialen Netzwerk Facebook vertreten. Alle aktuellen News rund um die von uns betreuten Wochenmärkte und weitere interessante Meldungen zum Wochenmarkt werden auf Facebook veröffentlicht. Finden Sie uns über die Suchfunktion von Facebook, einfach „Deutsche Marktgilde“ eingeben, oder direkt unter: [www.facebook.de/DeutscheMarktgildeeG](http://www.facebook.de/DeutscheMarktgildeeG).

Über unsere Homepage können Sie uns „Empfehlen“ und damit Fan unserer Seite werden. Schenken Sie uns ein „Gefällt mir“! So finden Sie dann auf Ihrer persönlichen Facebook-Startseite alles rund um den Wochenmarkt. Geben Sie uns ein Feedback zu den jeweiligen Posts unserer Chronik, kommentieren und diskutieren Sie über unsere Beiträge. Wir freuen uns über Ihre Meinung. „Teilen“ Sie unsere News über Ihre eigene Seite oder direkt auf den Seiten von Freunden, um auch diese für den Wochenmarkt zu begeistern. Mit Facebook möchten wir für alle Wochenmarktteilnehmer und Interessenten eine Plattform schaffen, die einen intensiven Austausch ermöglicht, vernetzt und alle über das aktuellste Marktgeschehen informiert. So bleibt der Wochenmarkt im Gespräch!

**Deutsche Marktgilde eG**  
22 „Gefällt mir“-Angaben · 6 sprechen darüber

Unternehmen  
Wir machen Wochenmärkte!

Info

Fotos

„Gefällt mir“-Angaben

Höhepunkte

**Deutsche Marktgilde eG**  
27. Februar

Heute geht's los: Die Land und Genuss Messe in Frankfurt, Halle 1, öffnet um 12 Uhr ihre Tore für alle Geniesser! Wir freuen uns mit allen anderen Ausstellern zusammen auf Ihren Besuch!

Gefällt mir · Kommentieren

Alfred Jeurink gefällt das.

**Deutsche Marktgilde eG** hat einen Link via twitterfeed geteilt.  
25. Februar

**Neuer Marktgilde-Wochenmarkt in Radeburg gestartet**  
bit.ly

Trotz Schneetreiben und ausklingender Karnevalszeit haben die Radeburger ihren Wochenmarkt besucht. Seit 13. Februar (Aschermittwoch) ist jetzt die

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

**Deutsche Marktgilde eG** hat einen Link via twitterfeed geteilt.  
12. Februar

**Erlebnismesse Land & Genuss 2013 in Frankfurt**  
bit.ly

Sie lieben frische und hochwertige Lebensmittel.

Aktuelle Beiträge anderer Nutzer auf Deutsche Marktgilde eG Alle anzeigen

**Alfred Jeurink**  
Herzliche Grüße aus Hammelburg im Fränkischen Saaletal. Au...  
2 · 16. Februar um 08:18

**Frank Denecke**  
Willkommen auf Facebook und liebe Grüße von Natur Pur Me...  
1 · 3. November 2012 um 14:54

Weitere Beiträge

„Gefällt mir“-Angaben

**Land & Genuss**  
Veranstaltung · Nahrung & Lebensmittel  
Gefällt mir

**Deutsche Marktgilde eG** hat einen Link geteilt.  
21. Februar

**Steuer-aktuell Februar 2013**  
www.marktgilde.de

In Zusammenarbeit mit der Steuerkanzlei Stahl und Kolb (Eschenburg) bieten wir jetzt regelmäßig wichtige Neuerungen, Urteile und Vorschriften zu diesen Themen an. Die Informationen sind für alle nützlich, die sich mit steuerrechtlichen Fragen beschäftigen (müssen).

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

# Relaunch – Neue Webseiten [www.marktgilde.de](http://www.marktgilde.de)



Neue, frische Startseite der Marktgilde Homepage.

Die Deutsche Marktgilde eG ist bereits seit 1997 mit eigenen Webseiten im Internet vertreten. Seitdem werden dort alle Wochenmärkte, die unter ihrer Regie veranstaltet werden, mit den wichtigsten Eckdaten präsentiert (Marktplätze, Markttage, Öffnungszeiten, Marktleitung, Referenzadressen, Umfeld des Wochenmarktplatzes u. a. m.). Auch die Entwicklung der Genossenschaft seit der Gründung im Jahr 1985 und ihre Arbeitsweise wird natürlich allen Interessierten auf diese heute unverzichtbare Art und Weise zugänglich gemacht. Viele zehntausende von Klicks auf diese Seiten zeigen, dass hiervon auch rege Gebrauch gemacht wurde.

Bei der rasanten Entwicklung des WorldWideWeb ist es nicht verwunderlich, dass im Laufe der Zeit zahlreiche Neuerungen entwickelt wurden, um die Möglichkeiten dieses Mediums noch besser zu nutzen und den Bedürfnissen der Nutzer noch besser gerecht zu werden. Wir haben uns deshalb vor einem Jahr entschlossen, eine grundsätzliche Überarbeitung unseres Internetauftritts in Angriff zu nehmen, um mit diesen Entwicklungen Schritt zu halten. Das Ergebnis kann jetzt jeder über [www.marktgilde.de](http://www.marktgilde.de) sehen.

## Übersichtlich, einfach, informativ

Je mehr wir uns bei der Neugestaltung mit der Thematik beschäftigt haben, umso deutlicher wurde, wie vielschichtig und komplex Webseitengestaltung inzwischen ist:

➤ Zunächst springt dem Betrachter natürlich der optische Eindruck ins Auge. Dieser sollte "frisch und marktgerecht" sein. Aber Design oder Layout sind ja letztlich doch "nur" Fassade!

➤ Der Informationswert für die verschiedenen Zielgruppen sollte weiterhin im Vordergrund stehen und

unserer Kernaufgabe Wochenmarktveranstaltung angemessen sein: Endverbraucher sollen finden, wo sie (in ihrer Nähe) einen unserer Wochenmärkte finden; Händler sollen erfahren, wo freie Standplätze verfügbar sind; Kommunen sollen einen Eindruck gewinnen können, wie wir arbeiten.

➤ Die Handhabung sollte sich an typischen, bereits erlernten bzw.

bekanntem und verinnerlichtem "Techniken" bzw. Grundregeln der Webnutzung orientieren.

➤ Den Usern sollte durch Anbindung an soziale Netze ein weiterer Zusatznutzen geboten werden — wir haben uns für Facebook entschieden.

➤ Das Thema "Performance" nahm einen breiten Raum ein, konkret z. B. die Ladegeschwindigkeit der einzelnen Seiten trotz zahlreicher Informationen und schöner bunter (Markt-) Bilder.

➤ Um immer auf einem aktuellen Stand gehalten zu

werden, sollten Wartung und Pflege möglichst einfach und rationell durchführbar sein.

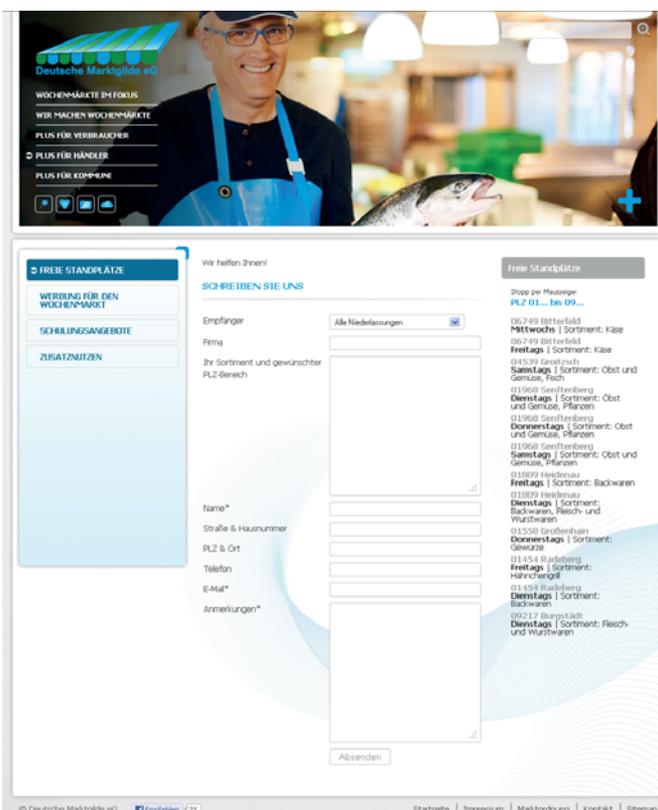
➤ Download-Bereiche sollten verstärkt für vertiefende Informationen zur Verfügung gestellt werden.

➤ Die Entwicklung hin zur Nutzung des Webauftritts auch auf mobilen Endgeräten (Tablet-Computer und Smartphones) sollte unterstützt werden.

➤ Wochenmarktinteressierte sollen über Suchmaschinen gezielt zu den von uns angebotenen Informationen finden können.

## Wir arbeiten für Sie

Noch sind nicht alle diese Zielvorstellungen 100%ig erreicht. Die Entwicklung wird wohl auch nie ganz zu Ende gehen. Wir denken aber, dass wir mit dem neuen Webauftritt einen großen Schritt in die richtige Richtung gemacht haben. Besuchen Sie uns doch auch einmal im Internet — und sagen uns, was Ihnen schon gut gefällt — und was wir noch verbessern sollten.



*Absatzchance auf Marktgilde-Wochenmärkten — die Zukunft für Markthändler: Alle freien Standplätze und das Anfrageformular auf einen Blick.*

## Marktgilde präsentiert sich bei: Land & Genuss 2013

### Land & Genuss

Natur, Garten und Lebensart

Rund 17.000 Besucher kamen und informierten sich bei 186 interessanten Ausstellern auf der Messe "Land & Genuss" in Frankfurt. Den Messebesuchern wurde ein Einblick in das Landleben und insbesondere in die vielfältigen Produkte einer ökologisch orientierten Landwirtschaft gegeben. Zahlreiche Spezialitäten, die man in keinem Supermarkt findet, konnten verkostet — und natürlich auch gekauft — werden. Es war ein Genuss! Auch für die Deutsche Marktgilde eG sind solche Köstlichkeiten wichtig, denn sie sind ein Alleinstellungsmerkmal und machen dadurch den Wochenmarktbesuch so außergewöhnlich! Wo sonst bekommt man noch Auskunft über Herkunft und Aufzucht der angebotenen Produkte vom Bauern selbst?

Der Messeauftritt der Marktgilde hatte zwei Ziele: Erstens sollte diese Einzigartigkeit des Einkaufens auf dem Wochenmarkt für die Besucher verdeutlicht werden. Und zweitens sollte der Wochenmarkt den Produzenten bzw. Selbsterzeugern und auch den Händlern als (zusätzlicher) Absatzweg angeboten werden.



Bild: Friedrich Holzhauser

Für die meisten Messebesucher ist der Wochenmarkteinkauf die Regel, Qualität und Herkunft der Nahrungsmittel sind wichtige Kaufargumente, gerade für Familien.

Der Mix aus Information, Unterhaltung und Einkaufsmöglichkeiten rund um Landwirtschaft, Garten und Genuss traf den Geschmack der Besucher der DLG-Erlebnisausstellung. "Angesichts des wachsenden Interesses am Landleben und der Landwirtschaft und den damit verbundenen Themen wie Regionalität und Lebensmittelqualität wird es immer wichtiger zu vermitteln,

was Landwirtschaft leisten kann. Die steigende Beachtung der Erlebnisausstellung 'Land & Genuss' zeigt, dass die Kombination aus praxisnahen Informationen und unterhaltsamen Themen nicht nur Lust aufs Land macht, sondern auch Interesse für Landwirtschaft wecken kann", zeigte sich DLG-Hauptgeschäftsführer Dr. Reinhard Grandke zufrieden.

## Marktgilde vor Ort: Borco-Höhns Frühjahrsschau



"Wochenmarktnachwuchskunde" oder "Nachwuchshändler"? Er fühlt sich sichtlich wohl am Marktgildestand, während seine Großmutter, eine Markthändlerin aus Süddeutschland, sich in die Händlerdatenbank eintragen lässt.

Bild: Kay Even

Die Frühjahrsschau beim Verkaufsfahrzeughersteller Borco-Höhns ist für "Markttreibende" schon so etwas wie ein Pflichttermin. In diesem Jahr standen Marktgilde-Niederlassungsleiter Kay Even und Frank Hadan von der Niederlassung Dresden den Markthändlern für alle Informationen rund um die Wochenmarktorganisation der Genossenschaft Rede und Antwort. "Viele Händler kannten uns noch gar nicht und haben sich gerne in die Händlerdatenbank eintragen lassen", so Kay Even. "Es gab sogar Anfragen nach einer kompletten 'Markttournee' auf verschiedenen Marktgilde-Märkten bis nach Dresden. Mit unseren vielen Märkten deutschlandweit können wir so etwas bieten", ergänzt Frank Hadan.

## Feste Verträge und bargeldlose Zahlung

Vielfältige Kostensteigerungen im Verwaltungsbereich und auf den Märkten (Strom, Personal, Mieten, Erfüllung gesetzlicher Auflagen usw.), gehen auch an der Deutschen Marktgilde eG nicht spurlos vorüber. Um diese nicht in vollem Umfang an die Beschicker auf unseren Wochenmärkten weiterreichen zu müssen, haben wir alle unsere Verwaltungsabläufe auf den Prüfstand gestellt.

Das Ergebnis: Insbesondere in der Umstellung auf eine vertraglich fest vereinbarte Zusammenarbeit, verbunden mit einer weitestgehend automatisierten (monatlichen) Abrechnung und einem bargeldlosen Zahlungsverkehr stecken erhebliche Einsparungspotentiale — sowohl für uns als Veranstalter als auch für die Beschicker. Denn jede einzelne Quittung für einen Tageshändler erfordert hohen Aufwand für beide Seiten (Erfassung auf dem Marktplatz, Eingabe in die EDV, Sammlung und Verbuchung der einzelnen Belege, Bar-Einzahlungsgebühren bei der Bank u. v. a. m.) und kostet uns damit viel Geld. Erst recht, wenn einer der vielen Belege verloren geht — und damit z. B. auch diese Aufwendung incl. Vorsteuerabzug bei der Gewinn- und Verlustrechnung und der Steuererklärung.

Aus diesem Grund werden wir Beschickern anbieten, als Alternative zur Tageszulassung und -abrechnung auf Verträge mit Saison- oder Dauerzulassung und bargeldlosem Zahlungsverkehr umzustellen. Die Vorteile für diesen "Vertragshändler" liegen auf der Hand:

- ⇒ Er/Sie kann Beschickungszeiten, Beschickungsrhythmus usw. im Zulassungsantrag selbst bestimmen und (nach Annahme durch uns) fest einplanen.
- ⇒ Wir garantieren einen Standplatz auf dem Wochenmarkt für die vertraglich vereinbarten Markt-tage während der Laufzeit des Vertrages.
- ⇒ Er/Sie bekommt monatlich eine Rechnung ins Büro, die detailliert alle einzelnen von uns erbrachten Dienstleistungen auflistet.

- ⇒ Er/Sie (oder sein/ihr Verkaufspersonal) muss sich — bei Erteilung eines Abbuchungsauftrages der fälligen Rechnungsbeträge — nicht um Bezahlung und Belege kümmern.

Und für besonders treue Dauerbeschicker mit Jahresverträgen und für Selbsterzeuger wird es (auch rückwirkend ab dem 01.01.2013) noch ein besonderes "Plus" geben:

- ⇒ Wer im Verlauf eines Jahres (fast) immer da ist, wird einen Bonus auf die gezahlten Standgelder bekommen. Das bringt zusätzlich zu den oben genannten Vorteilen einen weiteren direkt messbaren finanziellen Vorteil gegenüber Tageshändlern.
- ⇒ Schließlich wird Selbsterzeugern mit Vertrag ein Rabatt auf ihr Standgeld gewährt. So wird ein besonderer Anreiz geschaffen, regionale Produkte anzubieten.

Die freie Auswahl eines Beschickers zwischen Dauer-, Saison- oder Tageszulassung, die z. B. schon seit geraumer Zeit im Zusammenhang mit einer neuen "Zulassungs- und Gebührenordnung" (ZOB) für Hamburgs Wochenmärkte gefordert wird, bleibt mit diesem flexiblen Angebot grundsätzlich weiterhin gewährleistet, allerdings verbunden mit einem deutlichen finanziellen Anreiz, verstärkt Dauer- oder Saisonzulassungen zu nutzen.

Wir gehen davon aus, dass wir damit den Interessen aller Markthändler mit einer rationellen kaufmännischen Unternehmensführung entgegen kommen. Alles, was mit der Abwicklung der Verträge und Zahlungswege zu tun hat (neudeutsch: der "Workflow"), geht (natürlich) nur unter starker Einbeziehung und Nutzung elektronischer Datenverarbeitung und Kommunikationswege. Die Voraussetzungen dafür in unserem Marktverwaltungssystem haben wir in den vergangenen Monaten geschaffen. Über unsere Niederlassungen erhalten alle Beschicker auf den Marktgilde-Wochenmärkten in den kommenden Wochen weitere Informationen zu diesem Angebot. Auskünfte erteilen die Niederlassungsleitungen aber auch schon ab sofort auf Anfrage.

### Impressum

#### Herausgeber:

Deutsche Marktgilde eG  
Simmersbacher Str. 12  
35713 Eschenburg

Telefon: 02774 9143-0

Telefax: 02774 9143-33

E-Mail: [info@marktgilde.de](mailto:info@marktgilde.de)

[www.marktgilde.de](http://www.marktgilde.de)

#### Redaktion:

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

#### Gestaltung und Herstellung:

freelancer, Jürgen Reichel,  
35716 Dietzhölztal

#### Druck:

Druck- und Verlagshaus  
Weidenbach GmbH & Co. KG,  
35683 Dillenburg

Verteilte Auflage: **14.500**

Redaktionsschluss für die nächste Ausgabe: **7. Juni 2013**

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 der Quellenangabe:

#### Der Wochenmarkt - Hauszeitung der Deutschen Marktgilde eG

und Übersendung eines Belegexemplars erlaubt.

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

**ISSN 1617-7347**

Der **Wochenmarkt** wird auf FSC®-Mix zertifiziertem Papier gedruckt. Das Holz dafür stammt aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern, kontrolliert nach den strengen Richtlinien des Forest Stewardship Council® (FSC®).



immer aktuell informiert mit dem  
**Marktgilde-Newsletter**  
anmelden unter [www.marktgilde.de](http://www.marktgilde.de)