



# Die wöchentliche Alternative

Wochenmärkte sind eine Einkaufsalternative zum Supermarkt. Sie verkörpern vor allem Nähe zum Erzeuger und Regionalität.  
*Von Dieter Druck*



Foto: Shutterstock

Derzeit werden nach Schätzungen in Deutschland rund **3.300 Wochenmärkte** abgehalten. Die Umsatz- und Beschäftigtenzahlen für den Einzelhandel an Verkaufsständen sind über die vergangenen Jahre rückläufig, zeigen allerdings seit etwa vier Jahre eine **Stabilisierungstendenz**. Alternative Einkaufsstätten sind nach Wertung des Kölner Instituts für Handelsforschung im Bewusstsein der Verbraucher fest verankert, haben im Kontext des Gesamtmarktes Umsatz verloren, sind aktuell jedoch wieder im Aufwind. Nach Erhebungen des Statistischen Bundesamtes liegt ihr Umsatzanteil bei Lebensmitteln zwischen 3 und 3,5 Prozent. Als Standortkriterien für einen wirtschaftlich tragfähigen Wochenmarkt nennt Prof. Gerhard Johnson, Vorstandssprecher der Deutschen MarktGilde eG, u. a. einen ausreichend großen, zentralen Platz für mindestens 10 bis 12 Händler, 10.000 bis 20.000 Einwohner, gute Verkehrsanbindung nebst Parkplätzen im Umfeld sowie einen Mix aus stationärem Einzelhandel und Dienstleistern, die wichtig sind für Synergieeffekte. Der Frischebereich (z. B. Obst, Gemüse, Käse, Fleisch/Wurst, Fisch, Feinkost etc.) sollte auf dem Markt

## Druck durch ruinösen Preiswettbewerb und Standortverdichtung im stationären Handel.

komplett abgedeckt sein. Je mehr, umso attraktiver der Markt. Das Gros des Angebotes sollte aus der Region bzw. von Selbsterzeugern stammen. Denn besondere Authentizität besitzen die Wochenmärkte hinsichtlich der **Nähe zum Erzeuger und für regionale Produkte**. Hinzu kommen laut Prof. Johnson auch Aspekte wie Bio, Gesundheit, „gegen die Großen“ und Nachhaltigkeit, die für Wochenmarktkunden ausschlaggebend sind. Nicht zu vergessen die sozialen Kontakte.

Immer mehr Kommunen erkennen den Wert eines Wochenmarktes als Instrument, um der Verödung ihrer Innenstädte, die aus Sicht von Johnson im Kern einer verfehlten Einzelhandelspolitik entspringt, entgegen zu wirken. Allerdings könne ein Wochenmarkt alleine die Situation nicht verbessern. Das Angebotsumfeld müsse stimmen. Gleichzeitig seien die wöchentlichen Märkte eine Alternative zu den mehr oder weniger stereotypen Einkaufswelten der Supermärkte und Discounter.