

Der Wochenmarkt

Hauszeitung der DMG Marktgilde e.G. Nr. 10/September'99

Neuer Wochenmarkt: S. 2
"Grüner Markt" in
Bad Soden-Salmünster

Neuer Wochenmarkt: S. 2
Neues "Marktleben durch
DMG in Oestrich-Winkel

Neuer Wochenmarkt: S. 3
Nach 300 Jahren
wieder in Wettberg

Öko- und Bauernmarkt: S. 3
Selbsterzeuger auf dem
Markt in Neunkirchen

Wochenmarkt vorgestellt: S. 4
Pirna - das Tor zur
Sächsischen Schweiz

Ingeborg Weick: S. 5
Wertvolle Tips für einen
guten Standaufbau!

"Ambulanter Handel": S. 6
Eine Übersicht in Zahlen

Blick in die Zukunft: S. 7
Supermarkt versus
Wochenmarkt

Unsere Standorte: S. 8
Wichtige Adressen für Sie



Der "3. Öko- und Bauernmarkt" in Neunkirchen war wieder ein Erfolg. Bild: Holzhauser

Liebe Leser,

steht uns nach dem heißen Sommer, den viele in vollen Zügen genossen haben, ein "heißer Herbst" bevor - den kaum einer mögen wird? Themen wie "Ladenschluß" oder "Preiskrieg im deutschen Lebensmittel-Einzelhandel" oder "Öko-Steuer: Der nächste Preisschub" lassen es vermuten. Auch auf den Wochenmarkthandel kommen hierdurch unübersehbare Auswirkungen zu: Verändert sich das Einkaufsverhalten? Muß oder darf oder will man bzgl. der Öffnungszeiten mit den stationären Händlern mithalten, um zu überleben? Was ist die richtige Strategie? Was ist, wenn es auf einem Markt aufgrund der Vielzahl an Händlern unterschiedliche Meinungen gibt? Wie wirkt sich die geplante Öko-Steuer - zusätzlich zu den ohnehin schon sehr stark gestiegenen Benzinpreisen - auf die Kostensituation des ambulanten Handels aus? Rutschen dadurch noch mehr

Händler mit ihren Ergebnissen in die roten Zahlen ab und müssen ihr Geschäft zwangsläufig über kurz oder lang aufgeben?

Halten die großen Konzerne Spar, Rewe, Edeka, Aldi oder wie sie alle heißen die Subventionierung sogenannter Eckartikel bei, obwohl (oder: gerade weil!?) diese z.T. mit "katastrophalen Ergebniseinbrüchen" einhergehen? Bemerkten die Verbraucher, daß sie dafür an anderer Stelle natürlich "bluten" müssen? Oder lassen sie sich noch mehr in die großen Konsumtempel auf der grünen Wiese locken?

Leider können wir die Antworten auf alle diese Fragen nicht gleich liefern. So müssen wir uns einmal mehr damit begnügen, mit verschiedenen Beiträgen auf die Chancen und Risiken hinzuweisen, die mit unserem gemeinsamen Geschäft verbunden sind. Aber auch dadurch können wir sicher ein wenig dazu beitragen, die kommende Realität dann besser zu bewältigen.

Ihr Dr. Gerhard Johnson

„Grüner DMG Markt“ jetzt neu in Bad Soden-Salmünster



KURSTADT
BAD SODEN-
SALMÜNSTER

In der Kurstadt Bad Soden-Salmünster wurde am 3. September der erste „Grüne Markt“ feierlich vom ersten Stadtrat Walter Nix mit Leierkastenmusik eröffnet. Der „Dippenmarkt“ soll immer freitags

von 14.00-18.00 Uhr zum Schlendern, Einkaufen und Plauschen einladen. „Ein Wochenmarkt hat eine ganz andere Einkaufsatmosphäre, ohne Hektik und Streß, eben ein Einkaufen von Mensch zu Mensch. Dafür garantieren die rund 15 Marktbesucher hier in Bad Soden-Salmünster“, erklärte Stefan Grauel, der Vorsitzende des Verkehrs- und Gewerbevereins, zur Premiere. Er wünscht sich eine Belebung der Innenstadt, die auch dem stationären Einzelhandel Vorteile bringen soll.

Die Stadt hat mit der Einrichtung der verkehrsberuhigten Zone die Basis für ein „Flanieren“ gelegt, jetzt müssen die Marktbesucher mit ihrem umfangreichen und qualitativ hochwertigen Angebot die Wochenmarktkunden überzeugen, damit der Wochenmarkt in der Kurstadt zu einer dauerhaften Attraktion wird. Für aktuelle Informationen hier die Internetadresse der Kurstadt: <http://www.badsoden-salmuenster.de>.



„Marktplausch“ auf dem Dippenmarkt in Bad Soden-Salmünster. Bild: Elisabeth Schmitt

Marktgilde sorgt in Oestrich-Winkel für neues „Marktleben“



Stadt
Oestrich-
Winkel

Bürgermeister Paul Weimann kam am 18. August persönlich zur Übergabe des Oestricher Marktes an die Marktgilde und wollte sich auch von der versprochenen Angebotserweiterung überzeugen. Noch vor kurzem drohte dem Markt auf dem idyllischen Oestricher Marktplatz das Aus, das Warenangebot nahm immer mehr ab und damit blieben auch die Kunden immer mehr aus. Der Marktgilde ist jetzt gelungen, den Oestrichern mittwochs von 8.00-13.00 Uhr ein umfangreiches Marktsortiment zu bieten. Die rund 11 Händler haben neben den traditionellen Frischeartikeln wie Obst&Gemüse, Brot&Backwaren, Milchprodukten, Wurst&Fleisch ein erweitertes Sortiment mit Fisch und griechischen Spezialitäten.



Gemeinsam eröffnet: Bürgermeister Paul Weimann (von links), Harald Ciliox (DMG), Reinhold Diegel (Marktmeister) und Gerhard Sofsky (Ordnungsamt).

Bild: Dr. Christoph Zehler

Bei weiterem Bedarf kann die Marktgilde noch aus der eigenen Händlerdatenbank (mit über 5000 Wochenmarkthändlern) auf Marktbesucher zugreifen. „Der Markterfolg hier liegt nicht mehr an fehlenden Waren, wir haben gute Voraus-

setzungen geschaffen“, so Marktmeister Reinhold Diegel. Er unterstützt am Anfang den Oestricher Marktmeister Gerhard Steinberger. Im Internet ist die Rheingauer Stadt unter <http://www.rheingau-online.de/oestrich-winkel> vertreten.

Neuer Wochenmarkt: Nach 300 Jahren wieder in Wettenberg



Hervorragend gestartet, der neue Wettenger Markt.

Bild: Gießener Allgemeine



Gemeinde Wettenberg

Lange ist es her, daß die Wettenger auf einem Wochenmarkt "vor Ort" einkaufen konnten. Der letzte Wochenmarkt der Gemeinde Wettenberg fand 1694 statt! Es gab

zwar noch einen Viehmarkt bis Ende letzten Jahrhunderts auf dem Sorguesplatz, wo auch der neue Wochenmarkt stattfindet, aber eben keine Waren des täglichen Bedarfs, die typischen Wochenmarktartikel. Vor dem Rathaus in Krofdorf-Gleiberg hatten zur Premiere am 20. August schon 13 Markthändler ihre Stände von 14.00-18.00 Uhr aufgebaut. Lediglich ein angekündigter Fischhändler war noch im Urlaub.

"Der einstimmige Parlamentsbeschluß, wieder einen Wochenmarkt einzurichten und die Vergabe an die DMG Marktgilde e.G. waren die Voraussetzungen. Dabei ist es unser Ziel, die Versorgung mit frischen Waren zu verbessern und die Ortsmitte zu einem beliebten Treffpunkt für Einkauf und Plausch aufzuwerten", erklärte Parlamentschef Hans Karpenstein in seiner Eröffnungsansprache. Hier soll die Zusammenarbeit mit der "Interessengemeinschaft Wettenger Gewerbetreibender" in der Zukunft viele Früchte tragen, so äußerte sich deren Vorsitzender Ernst Loh bei der Eröffnung zuversichtlich.

Der stellvertretende Landrat Bruno Arnold war erfreut, daß mit diesem Markt regionalen Erzeugern durch die Direktvermarktung Absatzmöglichkeiten geboten werden.

Zur Premiere liefen die Geschäfte bei den Händlern hervorragend, einige hatten schnell "ausverkauft". Infos zu Wettenberg gibt es im Internet unter <http://www.hessennet.de/wettenberg>.

"3. Öko- und Bauernmarkt" in Neunkirchen



GEMEINDE NEUNKIRCHEN

Ein großes Sortiment an Öko-Produkten boten die 20 Bauern und Händler vor dem Neunkirchener Rathaus an. Neben den "normalen" Wochenmarktprodukten gab es ein Angebot bis hin zu den verschiedensten Artikeln aus der "dritten Welt". Darunter waren exotische Gewürze und natürliche Kosmetika, handwerkliche Waren wie geknüpft Hängematten und Textilien. Alles in allem ein bunter Markt mit großer Vielfalt, der viele Kunden anzog.

Matthias Jung, Umweltberater der Gemeinde Neunkirchen, informierte über die ökologische Landwirtschaft und über umweltbewußtes Verhalten, sowie die Anstrengungen zum Umweltschutz in der Gemeinde. Bürgermeister Manfred Gillé lobte in



Direktvermarkter mit "Bio-Produkten" in Neunkirchen.

Bild: Friedrich Holzhauser

seiner Eröffnungsrede die gute Zusammenarbeit mit der DMG und rief dazu auf, ökologisch erzeugte Produkte verstärkt zu nutzen. So können die umweltbewußt erzeugenden Bauern in der Umgebung

gefördert werden und der "ökologische" Gedanke gestärkt werden.

Unter <http://www.neunkirchensiegerland.de> sind weitere Informationen über Neunkirchen im Siegerland zu finden.

Wochenmarkt vorgestellt: Pirna - Tor zur Sächsischen Schweiz



Gerlinde Förster (vorne) mit ihren Blumen in Pirna.

Bilder: Werner Pfefferkorn



STADT PIRNA

Pirna - auch "Tor zur Sächsischen Schweiz" genannt - mit rund 39.000 Einwohnern liegt im Südosten des Freistaates Sachsen in der Nähe der Landeshauptstadt Dresden. Im Internet ist Pirna unter der Adresse <http://www.oberelbe.de> zu finden.

Durch die schöne Landschaft mit dem angrenzenden Elbsandsteingebirge und der Elbe zählt der Landkreis Sächsische Schweiz zu den schönsten Landschaften Deutschlands. Gerade deshalb ist der Tourismus und der Dienstleistungssektor - mit vielfältigen Angeboten für Freizeit und Erholung - wichtig für die Wirtschaftsstruktur.

Der DMG Wochenmarkt, direkt im Zentrum der Pirnaer Altstadt auf dem Obermarkt gelegen, wurde im Januar 1997 von der Stadt übernommen. Mit zwei Markttagen in der Woche werden unterschiedliche Schwerpunkte gesetzt: Mittwochs gibt es einen "grünen Markt" und samstags einen "bunten Markt". Rund 25 Händler (samstags sind es etwas weniger), überwiegend aus der näheren Umgebung, sind für die Versorgung der Stadt mit Wochenmarktwaren zuständig.

Im Frühjahr und in den Sommermonaten wird der Wochenmarkt durch Gärtner aus der Umgebung ergänzt. Mit ihrer Blüten- und Pflanzenpracht werden viele Kunden zum Einkaufsbummel auf den Markt gelockt.

Einer der zuverlässigsten Anbieter für Blumen, Pflanzen, Gebinde und Gehölze ist die Gärtnerei Lohse aus Pirna/Jessen. Bereits seit 10 Jahren Stammhändler, werden Waren aus eigener Produktion angeboten. Dazu zählen Beet- und Balkonpflanzen in reicher Auswahl ebenso wie Solitär- und Kübelpflanzen, Stauden und Heidepflanzen. Die Kunden haben das Einkaufen unter dem Firmenslogan "Grün aus guten Händen" über die Jahre schätzen gelernt und sind Stammkunden



Werner Pfefferkorn vor dem Matterhorn.

geworden. Floristin Gerlinde Förster, Mutter von drei Kindern, steht selbst auf dem Markt und bringt ihre gärtnerischen Waren "an den Mann". Damit stellt sie auch sicher, daß keine Frage zur Pflege unbeantwortet bleibt.

Der Marktplatz von Pirna sorgt mit dem historischen Flair für das entsprechende Ambiente, auch wenn durch notwendige Bau- und Sanierungsmaßnahmen seit längerem "durchhalten" angesagt ist.

Marktmeister für den Mittwoch ist Werner Pfefferkorn. Der 67-jährige liebt nach über 40 Jahren Arbeit in der Forstwirtschaft immer noch den Aufenthalt an der frischen Luft und das eigenverantwortlich Handeln als Marktmeister sowie den direkten Umgang mit Menschen.



Karl-Heinz Krüger mit "Boss". Bild: Krüger

Für den zweiten Markttag, am Samstag, ist der 49-jährige Karl-Heinz Krüger verantwortlich. Er hat schon seit mehr als 30 Jahren etwas mit Lebensmitteln zu tun gehabt. Zuerst ist er als Koch zur See gefahren und hat dann als Bäckermeister gearbeitet. Beide haben immer wieder mit den gleichen Problemen zu kämpfen: Unberechtigt abgestellte Fahrzeuge, die den Standaufbau behindern, Störungen durch Baumaßnahmen, Einhaltung der Hygienevorschriften, ... diese werden aber in Zusammenarbeit mit dem Pirnaer Ordnungsamt gelöst. In der Freizeit sucht sich Werner Pfefferkorn anspruchsvolle Aufgaben. Er wandert leidenschaftlich gerne (besonders in den Alpen) oder entspannt sich in seinem Garten. Für Karl-Heinz Krüger ist Hund "Boss", ein Chow-Chow, immer wieder ein Grund für einen Spaziergang.

Der Marktstand - Optimale Warenpräsentation

von Ingeborg Weick



Ingeborg Weick (2. v.l.) zeigte in Kassel den optimalen Standaufbau. Bild: Holzhauser

Mit der **Landwirtschaftsdirektorin Ingeborg Weick** haben wir eine kompetente "Fachfrau" mit mehr als 25 Jahren Berufserfahrung für eine neue Serie von Tips und Hilfestellungen rund um die Gestaltung von Marktständen gewinnen können. Ingeborg Weick betreut mit neun Mitarbeitern bei der "Staatlichen Lehr- und Forschungsanstalt für Landwirtschaft, Weinbau und Gartenbau" als Abteilungsleiterin den Bereich "Hauswirtschaft und Ernährung". Dabei ist ihr spezielles Sachgebiet die Direktvermarktung. Schon auf unserer diesjährigen Marktmeistertagung in Kassel hat sie den perfekten Aufbau und die optimale Warenpräsentation an einem Marktstand gezeigt.

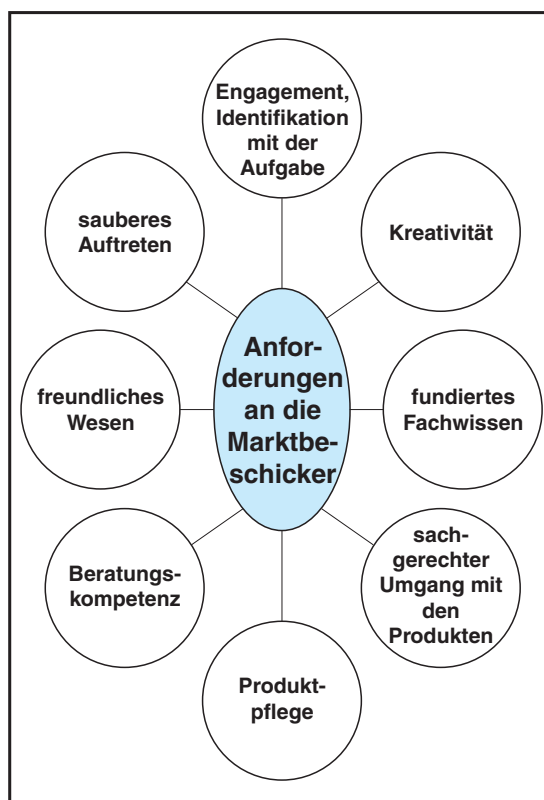
Voraussetzung für den optimalen Verkauf von Wochenmarktartikeln (Obst, Gemüse, Blumen, ...) ist eine attraktive Präsentation und Platzierung dieser Produkte auf dem Marktstand. Die beste Ware läßt sich nicht verkaufen, wenn der Kunde diese nicht optimal wahrnimmt. Der erfolgreiche Verkaufsstand trägt das Angebot an den Kunden heran und stellt den Kontakt zu ihm her.

Die Präsentation ...

des Marktstandes mit seinen Produkten ist letztendlich für die Kaufentscheidung ein äußerst

wichtiger Faktor und hat ganz bestimmte Funktionen zu erfüllen:

- ☞ Aufmerksamkeit zu erwecken
- ☞ Interesse am Angebot zu erregen
- ☞ über die Produkte zu informieren
- ☞ die Stimmung beim Kunden zu beeinflussen
- ☞ die Kaufabsicht zu festigen
- ☞ den Kauf zu realisieren



Marktbeschicker im Mittelpunkt der Anforderungen

Eine Besonderheit beim Verkauf von Obst und Gemüse im Vergleich zu anderen Lebensmittelgruppen sind die starken saisonalen Angebotsunterschiede und -schwankungen sowie die besondere Warenpflege. Obst- und Gemüsestände sind Kundenmagneten und Imagerträger auf jedem Wochenmarkt.

Der Marktbeschicker ...

hat deshalb gerade bei Gestaltung und Verkauf von Obst und Gemüse besondere Voraussetzungen zu erfüllen. Wochenmarktkunden beurteilen an diesem Stand vielfach die Qualität des gesamten Marktes.

Die Kunden, ...

die auf dem Wochenmarkt einkaufen, fällen über 70% der Kaufentscheidungen erst beim Anblick der Waren. Sie suchen:

- ☞ frische Waren
- ☞ bessere Qualität als im Einzelhandel
- ☞ vom Erzeuger selbst hergestellte Waren
- ☞ Kontakt zum Erzeuger
- ☞ Vertrauen in die Waren (Garantie der Herkunft, der erwarteten Produktionsmethoden)
- ☞ Anregungen
- ☞ Abwechslung
- ☞ Atmosphäre
- ☞ Umweltbewußtsein
- ☞ ein günstiges Angebot

Die Standgestaltung im allgemeinen ...

sollte abwechslungsreich und interessant sein. Holzstände bzw. Gemüseschrägen sowie der Einsatz von Sonnenschirmen oder gestreiften Baldachinen wirken besonders attraktiv. Mit Werbung bedruckte Schirme sind dagegen nicht geeignet! Es ist grundsätzlich darauf zu achten, den Stand nach unten geschlossen zu halten. Für Einkaufstaschen und -körbe ist es praktisch, Ablagen vorzusehen. Ein Hinweisschild auf den Erzeuger ist deutlich sichtbar am Stand zu befestigen.

(Diese Serie wird fortgesetzt!)

"Ambulanter Handel in Zahlen": Eine Übersicht

von Prof. Dr. Gerhard Johnson

Bundesland	Arbeitsstätten	Beschäftigte	Umsatz 1992 (in Mio. DM)	Einwohner (in Tds. am 31.12.96)	Rangliste und Marktumsatz pro Einwohner im Jahr
Berlin	2.610	5.215	571,6	3.459	165,25 DM ①
Nordrhein-Westfalen	10.018	23.711	2716,0	17.948	151,33 DM ②
Schleswig-Holstein	1.236	3.299	384,6	2.742	140,26 DM ③
Niedersachsen	3.357	8.799	1.045,2	7.815	133,74 DM ④
Bremen	321	763	83,9	678	123,75 DM ⑤
Hamburg	885	1.894	202,1	1.708	118,33 DM ⑥
Mecklenburg-Vorpommern	1.238	1.970	205,3	1.817	112,99 DM ⑦
Sachsen-Anhalt	1.575	2.437	254,1	2.724	93,28 DM ⑧
Brandenburg	1.157	1.974	204,8	2.554	80,19 DM ⑨
Thüringen	1.377	2.163	191,1	2.491	76,72 DM ⑩
Bayern	3.666	8.173	866,3	12.044	71,93 DM ⑪
Hessen	1.659	3.727	422,4	6.027	70,08 DM ⑫
Sachsen	1.447	2.544	281,2	4.546	61,86 DM ⑬
Baden-Württemberg	2.006	4.697	551,0	10.375	53,11 DM ⑭
Rheinland-Pfalz	1.199	2.544	209,8	4.001	52,44 DM ⑮
Saarland	323	617	53,7	1.084	49,54 DM ⑯
Bundesrepublik Deutschland	34.074	74.527	8.243,1	82.013	100,51 DM

Auf der Suche nach Zahlen rund um den ambulanten Handel ist eigentlich nur eins sicher: Jede Menge Frust. Es gibt überhaupt nur sehr wenige Zahlen - und wenn, dann sind sie relativ alt, beruhen auf dubiosen Schätzungen, spiegeln irgendwelche politischen Interessen wider oder anderes mehr.

Da wir aber immer bestrebt sind, möglichst viele Informationen über unser Tätigkeitsfeld zu sammeln und bei unseren Entscheidungen zugrunde zu legen, sollen in lockerer Folge trotzdem einige Funde und darauf aufbauende Überlegungen vorgestellt werden.

Basis: Betriebe über 25.000 DM Umsatz

Diejenigen, die heute vorgestellt werden, beruhen auf der letzten Handels- und Gaststättenzählung. Diese stellt eine Vollerhebung aller Betriebe über 25.000,00 DM Umsatz dar und wurde zum Stichtag 30.04.1993 durchgeführt. Handels- und Gaststättenzählungen sind die wichtigste Quelle der amtlichen Statistik.

Die ursprünglich für das Jahr 1995 vorgesehene bundesweite Zählung wurde auf das Jahr 1993 vorgezogen, um der Nachfrage nach Strukturdaten insbesondere auch für die neuen Bundesländer nachkommen zu können.

Der Wochenmarkthandel in Zahlen unter der Lupe

Unter anderen sind in dieser Erhebung in einer speziellen statistischen Gruppe (52.62) im Rahmen des Einzelhandels auch Informationen über "Bewegliche Verkaufsstände an der Straße oder auf Märkten" bzw. "Umsatz an Verkaufsständen und auf Märkten", und zwar mit "Nahrungsmittel und Getränke" sowie "Sonstige Waren", enthalten, z.B. über

- ☞ Anzahl der Arbeitsstätten
- ☞ Anzahl der Beschäftigten
- ☞ Umsätze

Die jeweils vergleichbaren Daten haben wir bei den Statistischen Landesämtern abgefragt und in der obigen Übersicht zusammengefaßt.

Bis 165,25 DM Marktumsatz pro Einwohner im Jahr

Die Zahlen zeigen naturgemäß für die "großen" Bundesländer (gemessen an der Einwohnerzahl) Nordrhein-Westfalen, Bayern und Baden-Württemberg das größte Volumen beim Umsatz für den ambulanten Handel. Am Ende einer solchen Umsatz-Rangliste stehen dementsprechend die (kleinen) Bundesländer Saarland und Bremen.

Allein die Einwohnerzahl eines Bundeslandes erklärt aber noch nicht den Umsatz. Teilt man z.B. den erzielten Umsatz eines Jahres auf die Einwohner auf, so werden offensichtlich ganz unterschiedliche "Marktkulturen" deutlich. Während ein Einwohner des Saarlands (Rangliste ⑯) bei Marktumsatz pro Einwohner im Jahr durchschnittlich 49,54 DM beim ambulanten Handel ausgegeben hat, beträgt dieser Wert in mehreren Bundesländern deutlich über 100,- DM, in Berlin (Rangliste ①) bei Marktumsatz pro Einwohner im Jahr sogar durchschnittlich 165,25 DM pro Kopf der Bevölkerung.

"Supermarkt versus Wochenmarkt"

von A. Stahl

In langen Reihen bieten Supermärkte ihre Waren an, nach einem System, das meist nur Eingeweihte durchschauen. Die Kunden suchen oft hilflos nach einem bestimmten Artikel oder nach einem Verkäufer, der ihnen helfen kann.

Das soll sich bald ändern: Im Supermarkt der Zukunft übernehmen die Einkaufswagen die Fährtsuche durch den modernen Sortimentdschungel. Der Kunde nennt dem intelligenten Gefährt seinen Wunsch, und dieses zeigt auf einem Display an, wo der Artikel zu finden und wie dieser auf dem kürzesten Weg zu erreichen ist. Ein Scanner registriert alles, was

in den Wagen gelegt wird und stellt die Rechnung zusammen. Ist der Einkauf abgeschlossen, kann der Betrag sofort vom Kundenkonto abgebucht werden. Danach nimmt der Kunde die Waren entweder direkt mit, oder der Einkaufswagen fährt automatisch zum Zustellservice, der den Einkauf im Laufe des Tages nach Hause bringt.

Vielleicht wird sich der Einkauf in Zukunft möglicherweise ausschließlich am heimischen Bildschirm abspielen.

Im Internet sind Einkaufsgänge durch virtuelle Supermärkte schon

heute möglich. Allerdings fehlt dem Kunden dann das unmittelbare Einkaufserlebnis, welches der Wochenmarkt bietet. Bereits heute ist der Supermarkt eine relativ "tote" Angelegenheit. Er kann nur die

Funktion "Versorgung" erfüllen. Dagegen beansprucht der Wochenmarkt alle Sinne des Kunden. Sehen, riechen, schmecken und hören, das ist Bestandteil des Einkaufserlebnisses Wochenmarkt.

Vor dem Hintergrund des technischen Ablaufs Supermarkt bietet der Wochen-

markt ein Flair, das der Supermarkt weder heute noch in der Zukunft leisten kann.

Der Wochenmarkt ist aber kein Selbstläufer. Es ist unerlässlich, dem Kunden neben Qualität, Preiswürdigkeit und Service ein "Einkaufserlebnis" zu bieten. Die Händlergemeinschaft eines Marktes muß ein geschlossenes Konzept entwickeln, z.B. im Servicebereich hat der Wochenmarkt Nachholbedarf.

Der typische Kunde (über 45 Jahre) sieht in dem Markt auch eine kommunikative Funktion. Diesen sozialen Auftrag zu unterstützen



und zu nutzen, ist die große Chance des Wochenmarktes.

Die aktuelle Diskussion über die Ladenschlußzeiten wird den Wochenmarkt beeinflussen. Sollte das derzeitige Ladenschlußgesetz aufgehoben werden und ein Einkauf "rund" um die Uhr möglich sein, gibt es neue Möglichkeiten und Risiken. Wahrscheinlich werden zunächst die Einkaufspaläste auf der grünen Wiese profitieren. Spätestens dann ist eine gemeinsame Strategie des innerstädtischen Einzelhandels mit dem Wochenmarkt notwendig, um das Flair der Innenstadt mit einem kundenorientierten Einkaufserlebnis zu verbinden.

Es sind nicht nur Ideen gefragt, sondern auch Kaufleute, die diese mit Kraft umsetzen.

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-Fellerdilln

Druck:

Nickel GmbH Graphischer Betrieb
35716 Ewersbach
Verteilte Auflage: **7800**
Redaktionsschluß für die nächste Ausgabe: **22. November 1999**

"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.



Wochenmärkte sind bei Verbrauchern und Verbraucherinnen eine immer noch beliebte Einrichtung. Gerade in Großstädten, so wie hier in Hamburg, kann sich diese traditionelle Form des Marktes gut gegen die Konkurrenz der Supermärkte behaupten. Wie eine Studie des Instituts für Geographie der Uni Hamburg ergab, schätzen die Kundinnen und Kunden besonders die Atmosphäre und den persönlichen Kontakt mit den Händlern auf den Wochenmärkten.

Ausschnitt aus der "Siegener-Zeitung" vom 9.8.99