



Der Wochenmarkt

Hauszeitung der DMG Marktgilde e.G. Nr. 18/September '01

Neuer Wochenmarkt: S. 2
Übernahme in Meppen
schließt weißen Fleck

Neuer Wochenmarkt: S. 2
Kerpen ist jetzt
DMG-Markt

Neuer Wochenmarkt: S. 3
Horn-Bad Meinberg
wurde übernommen

Neuer Wochenmarkt: S. 3
DMG wächst weiter
mit Münster

Imoha Institut: S. 4
Institut nimmt die
Arbeit auf

Euro (€): S. 5
Der Countdown läuft -
der Euro (α) kommt

Euro (€): S. 6
Praktische Tips für den
Wochenmarkthändler

Euro (€): S. 7
Der hohe Wechsel-
geldbedarf

Unsere Standorte: S. 8
Wichtige Adressen für Sie



Erfolgreich mit Bioprodukten auf dem Meppener Wochenmarkt.

Bild: Harald Cilliox

Liebe Leser,

kein Markt funktioniert ohne Mobilität. Egal ob regionaler oder Weltmarkt oder Wochenmarkt: Die jederzeitige Abrufbarkeit und der Austausch von Waren, Dienstleistungen und Informationen wird immer mehr zur Grundlage des wirtschaftlichen Erfolgs.

Das ist auch der Grund, warum eine Schätzung der Bundesregierung besagt, daß der Güterverkehr bis 2015 um über 60% weiter gewaltig anschwillt. Wer heute schon viel unterwegs ist - und für fast alle Markthändler kann man das getrost sagen - und die vielen Staus oder den zähflüssigen Verkehr über weite Strecken miterlebt, der wird der Behauptung zustimmen: Das ist kaum zu verkraften!

Stößt also die Mobilität (bald) an ihre Grenzen? Sind Straßenstau, Bahnkrise, Widerstände beim Ausbau von Straßen, Flughäfen usw. schon die untrüglichen Anzeichen dafür, daß die Risiken des "Mobilitätsrausches" (Flächenverbrauch, Emissionen usw.) zu lange außer acht gelassen wurden und der endgültige "Verkehrsfarkt" kurz

bevor steht? Ist sogar eine Forderung gerechtfertigt wie "Die Mobilität braucht Grenzen!" - Die Ökosteuer setzt solche Grenzen ja bereits in gewisser Art und Weise.

Und: Was können diese Beobachtungen und Erwartungen für den Wochenmarkt bedeuten? Dürfen die Händler bald nicht mehr über einen bestimmten Radius hinaus Märkte beschicken? Werden die Kilometer pro Jahr kontingentiert? Oder gerade das Gegenteil?: Es ist immer noch besser, wenn 20 oder 30 Händler(fahrzeuge) bewegt werden, als mehrere hundert PKW zum Einkaufen zu den Supermärkten "auf die grüne Wiese".

Ich denke, Mobilität ist ein Grundbedürfnis unserer Zeit. Deshalb wird die Entwicklung auch nicht aufzuhalten sein. Wo aber auch wir, die wir mit dem Wochenmarkt zu tun haben, ansetzen können, das ist bei der Mobilität im Kopf: "Intelligente" Mobilität, sorgfältige Streckenplanungen, verbrauchsgünstige Fahrzeuge, vielleicht Sammeltransporte u.ä. können nicht nur die Kosten der Allgemeinheit, sondern auch unsere eigenen reduzieren!

Ihr Dr. Gerhard Johnson

Neuer Wochenmarkt: Übernahme in Meppen



Eine bunte Mischung aus frischen Lebensmitteln, Waren des täglichen Bedarfs und Bekleidung ist auf dem Meppener Wochenmarkt zu finden. Bilder: Harald Ciliox



Stadt Meppen

Nach genauer Prüfung und Erkundigungen bei anderen Kommunen mit DMG-Wochenmärkten erhielten die Eschenburger "Marktmacher" den Auftrag der Stadt Meppen, ihren schon teilprivatisierten Wochenmarkt ab Juli zu übernehmen. "Das ganze Konzept und die sehr professionelle Arbeit der DMG Marktgilde

e.G. hat alle in Meppen überzeugt. Uns ist es sehr wichtig, immer einen Ansprechpartner, sowohl für die Markthändler als auch für uns als Stadt vor Ort zu haben. Dadurch fiel unsere Wahl bei der Vergabe auf die DMG", erklärte Bürgermeister Heinz Jansen bei der offiziellen Übergabe am 25. August. Verantwortlich für die beiden Markttag dienstags und samstags jeweils von 7.30-13.00 Uhr ist die DMG schon seit Juli. "Wir haben mit diesen beiden Märkten in Meppen einen weiteren weißen Fleck auf unserer 'Marktkarte' geschlossen und auch eine große

Verantwortung übernommen. Immerhin stehen an beiden Tagen zwischen 20 und 25 Händler in der Fußgängerzone, das ist schon recht beachtlich", sagte DMG-Vertreter Harald Ciliox zur offiziellen Premiere. Die Übernahme erfolgte unter dem Motto: Bewährtes erhalten und Gutes ergänzen. So wurde schon ein bisher vermisster Fischhändler hinzugewonnen und auch ein Bäcker zur Ergänzung wird noch gesucht. Die beiden neuen Marktmeister Ludwig Ottens und Heinz Vortherms wurden von der DMG eingestellt.

Im Internet ist die Stadt unter <http://www.meppen.de> vertreten.



Bürgermeister Heinz Jansen (mitte) und der stellvertretende Stadtdirektor Karl-Heinz Schlupper (links) legen den Meppener Wochenmarkt in die Hände der DMG, vertreten durch Diplom-Kaufmann Harald Ciliox (rechts).

Neuer Wochenmarkt: Kerpen ist jetzt DMG-Markt



Stadt Kerpen

Seit Anfang Juni ist die DMG für vier Kerpener Wochenmärkte verantwortlich. "Wir wollten ein größeres Angebot und ein professionelleres Management haben, deshalb ist unsere Wahl die DMG. Es ist nicht unsere Aufgabe als Stadt diese Wochenmärkte zu veranstalten, das können die Fachleute der DMG besser", erläuterte Bürgermeister Ralf Valkysers die Entscheidung der Stadt bei der Marktübergabe am 8. Juni. Es hat sich auch schon etwas positives getan auf den Kerpener Märkten. "Wir haben schon einige neue Händler gewin-

nen können, aber es gibt noch freie Platzkapazität, die mit weiteren Produkten ergänzt werden kann", zog Harald Ciliox, von der DMG, ein erstes Fazit. Marktmeisterin Kornelia Boley ist für alle vier Wochenmärkte (Kerpen freitags 8.00-12.00 Uhr, Kerpen-Türnich donnerstags 8.00-12.00 Uhr, Kerpen-Sindorf freitags 8.00-12.00 Uhr und Kerpen-Horrem samstags 8.00-12.00 Uhr) zuständig. Kerpens Internetseite ist unter <http://www.stadt-kerpen.de> zu finden.



Bürgermeister Ralf Valkysers (mitte) hofft, daß sich das Angebot auf den Kerpener Wochenmärkten mit den "Marktprofis" der DMG als Veranstalter verbessert. DMG-Vertreter Harald Ciliox (links) möchte mit der neuen Marktmeisterin Kornelia Boley (rechts) dieses Ziel erreichen. Bild: Heinz-Ludwig Kanzler

Neuer Wochenmarkt: Horn-Bad Meinberg wurde übernommen



Stadt Horn-Bad Meinberg

In Horn-Bad Meinberg wurde der Wochenmarkt am 15. August offiziell von der DMG übernommen. Die Stadt hatte über diese Hauszeitung "Der Wochenmarkt" von der DMG als privater Wochenmarktveranstalter erfahren. Die Stadt erkundigte sich bei anderen Kommunen über deren Erfahrungen mit dieser Genossenschaft. Daraus ergab sich ein positives Bild für die DMG und somit übergab die Stadt ihren Markt in die DMG-Hände.

Für die DMG ist dies der erste Wochenmarkt in Ost-Westfalen. Die Stadt im Teutoburger Wald hat rund 19.000 Einwohner und liegt wenige Kilometer südöstlich von Detmold. Nur zwei Kilometer entfernt liegen die geheimnisumwitterten Externsteine. Horn-Bad Meinberg wurde



Der Wochenmarkt in Horn Bad-Meinberg paßt sich harmonisch ins Stadtbild ein.

Bild: Harald Ciliox

schon 1248 gegründet und ist seit 1767 ein Kurort.

Mittwochs von 8.00-13.00 Uhr stehen rund 16 Markthändler auf dem zentralen Marktplatz, umrahmt von historischen Gebäuden. Die ältesten davon stammen aus dem 16. Jahrhundert. Marktmeister Armin Steinke wurde neu eingestellt und wird jetzt vom erfahrenen "Altmeister" Günter Seipel auf seine

Arbeit vorbereitet. Im Herbst wird am gleichen Platz noch ein Samstagsmarkt zusätzlich eröffnet. Interessierte Händler für diesen Markttag sind bei der DMG noch herzlich willkommen.

Im Internet ist Horn-Bad Meinberg unter der folgenden Adresse <http://www.horn-badmeinberg.de> mit weiteren aktuellen Informationen zu finden.

Neuer Wochenmarkt: DMG wächst weiter mit Münster



Der neue Wochenmarkt in Münster hat sich schnell als Ort zum Treffen, Plaudern und Einkaufen entwickelt. "Einkaufen von Mensch zu Mensch" ist auch hier das Motto.

Bild: Reinhold Diegel

einem Rundgang durch die 13 Marktstände nahm er dann auch seine Kollegen aus dem Gemeindevorstand und den Fraktionen mit. "Endlich ist mal wieder was los hier auf unserem Marktplatz, es macht richtig Spaß, hier zu schlendern und dabei noch einzukaufen", so die Stimme einer Münsterer Bürgerin, die beladen mit zwei Taschen auf dem Heimweg war. Die Gemeinde Münster, östlich von Darmstadt gelegen, hat mit rund 14.000 Einwohner genügend Kaufkraft, um dem Wochenmarkt das "Überleben" zu ermöglichen. Marktmeister Viktor Preis sorgt jeden Freitag von 14.00-18.00 Uhr nun in Münster dafür, daß sich die Marktbesucher auf ihre eigentliche Aufgabe, das Verkaufen ihrer Waren, konzentrieren können. Der hervorragende Internetauftritt der Gemeinde Münster ist unter <http://www.dadi.de/muenster> zu finden. Dort ist in den Mitteilungen vom 14.8.2001 der Wochenmarkt angekündigt.

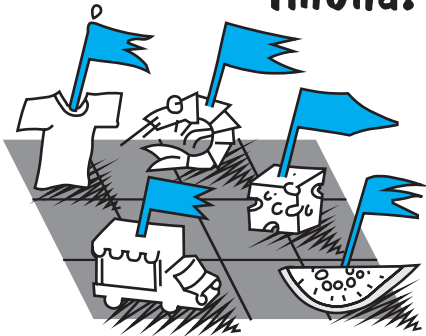


Gemeinde Münster

Bürgermeister Walter Blank eröffnete den neuen Wochenmarkt am

10. August mit dem Wunsch, daß sich ein solches frisches und vielfältiges Warenangebot auf dem Münsterer Marktplatz etabliert. "Unterhaltet Euch, aber vergeßt das Kaufen nicht", sagte er den vielen Bürgern aus Münster und Umgebung, die zur Premiere gekommen waren. Auf

Imoha: Institut nimmt die Arbeit auf



Institut zur Erforschung und Förderung des mobilen Handels GmbH

Am 7. Juni nahm das Institut zur Erforschung und Förderung des mobilen Handels an der Hochschule Harz mit der konstituierenden Sitzung des Beirates in Wernigerode seine Arbeit auf. Es hat sich - wie der wissenschaftliche Leiter Prof. Dr. Gerhard Johnson in seiner Begrüßung an die Beiratsmitglieder noch einmal verdeutlichte - die anwendungsorientierte Forschung, Beratung und Weiterbildung auf allen Gebieten des mobilen Handels zum Ziel gesetzt. Das ist (im Gegensatz zum "stationären" Handel) diejenige Form des Einzelhandels, wo der Handel in seinen vielfältigen Formen (z.B. "Rollender Supermarkt", Verkaufsfahrzeuge, Wochenmarkt usw.) zum Kunden kommt und nicht umgekehrt.

Die Aktivitäten des Instituts werden im Rahmen ihres Unternehmensgegenstandes mit der Hochschule Harz abgestimmt, um eine enge Verbindung von Forschung und Lehre zu schaffen. Einzelheiten sind in einem Kooperationsvertrag zwischen der Hochschule Harz und dem Institut geregelt, nach dessen Maßgabe und für dessen Dauer das Institut als "An-Institut" der Hochschule Harz fungiert.

Es wird eine ganzheitliche Sichtweise dieses speziellen Einzelhandelsbereiches angestrebt, d.h. sowohl die Markthändler als auch die Kommunen, Ausrüster, Veranstalter, Kunden usw. sollen in Analysen, Gestaltungsvorschlägen usw. berücksichtigt werden. Um diese verschiedenen Sichtweisen von vornherein fest im Institut zu verankern, wurde ein Beirat mit Vertretern verschiedener Institutionen und/

oder Firmen eingerichtet. Erfreulicherweise nahmen fast alle hierauf angesprochenen Institutionen und Experten das Angebot an, hieran mitzuwirken und so die Arbeit des Institutes zu unterstützen:

- ☞ BSM - Bundesverband Deutscher Schausteller und Marktkaufleute e.V.



- ☞ Deutscher Städte- und Gemeindebund



- ☞ DMG Marktgilde e.G.



- ☞ DMH - Der Deutsche Markthandel



- ☞ DSSW - Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft im Deutschen Verband für Wohnungswesen und Raumordnung e.V.



- ☞ Fachverband Mobile Verkaufsstellen im BVL - Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels e.V.



- ☞ Fahrzeugwerke Borco-Höhns GmbH + Co. KG



- ☞ Hochschule Harz



Der Beirat wählte Prof. Dr. Folker Roland zu seinem Vorsitzenden und Herrn Bernd Röll vom Deutschen Städte- und Gemeindebund zu seinem Stellvertreter. Für eine Ergänzung durch weitere interessierte Experten (z.B. aus dem Bereich der Verbraucher) ist der Beirat noch offen.

Die Beiratsmitglieder betonten aus ihrer jeweiligen Sicht, welche große Hoffnungen Sie in die Arbeit des neuen Institutes setzen. Alle unterstrichen das große Defizit, weil eine systematische Beschäftigung mit dem mobilen Handel bisher fehlt und die große Bedeutung dieses Wirtschaftszweiges auf wissenschaftlicher Ebene deutlich unterrepräsentiert ist.

Inhaltliche Forschungsaufgaben, so ergab die Diskussion der Experten, bieten sich in Hülle und Fülle an:

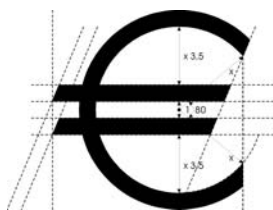
- ☞ Virtuelle Buchveröffentlichung evtl. auch Sammelband zum mobilen Handel
- ☞ Gütesiegel für Händler
- ☞ Anforderungen an den mobilen Handel in der Zukunft
- ☞ Organisation von ERFA-Gruppen
- ☞ Schulungsveranstaltungen
- ☞ Datenbank Unternehmensnachfolge
- ☞ Datenbank Marktdaten/Branchenzahlen
- ☞ Literatur-Datenbank
- ☞ Betriebsvergleiche/Benchmarking
- ☞ Öffentlichkeitsarbeit über diese inhaltlichen Ergebnisse

Natürlich kann nicht alles auf einmal angepackt werden - an Arbeit und Ideen wird es dem neuen Institut aber in absehbarer Zukunft nicht mangeln. Über die Fortschritte wird in dieser Hauszeitung "Der Wochenmarkt", als auch laufend auf der Homepage des Institutes berichtet werden: <http://www.imoha.de>.

Postanschrift:
Imoha GmbH
 - an der Hochschule Harz -
 Friedrichstr. 57-59
 38855 Wernigerode

Der Countdown läuft - der Euro (€) kommt

von Annegrete Stahl



Am 1. Januar 2002 ist es soweit. Der Euro wird für die Bürger in zwölf Mit-

gliedsstaaten der Europäischen Union zum offiziellen Zahlungsmittel. Die letzten Vorbereitungen laufen auf Hochtouren. Bereits ab dem 1. September 2001 erhalten Banken und Unternehmen das erste Euro-Bargeld, das sogenannte Frontloading, wie es Fachleute nennen. Ab dem 17. Dezember bieten die Banken auch für Privatpersonen Euro-Münzpakete, sogenannte Starter-Kits, (Inhalt: 20 Euro-Münzen im Wert von 10,23 Euro) an. Dies ist eine ideale Gelegenheit, die neue Währung zu beschnuppern. Der Wochenmarkthandel ist wie immer "hautnah" dabei. Nachfolgend einige wichtige Fragen und Antworten zum Euro auf dem Wochenmarkt.

Allgemeines

Wann müssen die Wochenmarkthändler auf den Euro umgestellt haben?

Am 1. Januar 2002 ist der Euro alleiniges gesetzliches Zahlungsmittel in Deutschland. Zu diesem Termin sollten alle Händler rundum auf den Euro umgestellt haben und auch im Rechnungswesen und in der EDV mit dem Euro arbeiten.

Wie lange dauert der Umstellungsprozess?

Zeitraum und Aufwand der Umstellungsmaßnahmen sind von Unternehmen zu Unternehmen verschieden. Nicht alle Umstellungsschritte sind für jedes Unternehmen zwingend. Für alle - auch für Wochenmarkthändler - gilt jedoch, daß die Euro-Umstellung nicht "auf Knopfdruck" funktioniert. Sie brauchen u. a. Zeit für Beratungsgespräche mit Ihrer Bank, dem Steuerberater, Computerfachleuten, Personalschulung und EDV-Testläufe. Da gegen Ende des Jahres Engpässe für Beratungsleistungen, aber auch für Soft- und Hardwarelieferungen wahrscheinlich sind, sollte die Umstellung so

früh wie möglich in die Wege geleitet werden. Die IHK kann bei der Vorbereitung zur Euro-Umstellung und auf der Suche nach Schulungsangeboten weiterhelfen.

Welche Chancen bietet der Euro für Wochenmarkthändler?

Durch die Währungsumstellung wachsen die Märkte in den Mitgliedsstaaten weiter zusammen, die Preise sind nach dem Wegfall der nationalen Zahlungsmittel noch leichter zu vergleichen. Vielleicht nutzen Sie die Chance, um über die Grenzen zu schauen. Möglicherweise finden Sie neue interessante Lieferadressen. Das Internet hilft bei einem neuen Blick auf Produkte und Angebote.

Der Wochenmarkt und das Euro-Bargeld

Wann erhalten Wochenmarkthändler Euro-Bargeld?

Ab 1. September beginnt das sogenannte Frontloading: Die Bundesbank versorgt dann die Kreditinstitute mit Euro-Münzen und Banknoten. Diese geben das Geld auf Anfrage an Geschäftskunden weiter. Das genaue Wann und Wie des Bargeld-austausches sollte jedes Unternehmen mit seiner Bank absprechen.

Zu welchem Termin ist es sinnvoll, das Euro-Bargeld zu beziehen: bereits im September 2001 oder möglichst erst zum Jahresende 2001?

Bei der Entscheidung des einzelnen Händlers über den Zeitpunkt des Bargeldbezugs ist zu berücksichtigen, daß zum Jahresende 2001 die Kapazitäten bei den Kreditinstituten stark ausgelastet sein werden. Insofern ist es ratsam, daß die Händler rechtzeitig die Ausstattung mit dem benötigten Euro-Bargeld sicherstellen. Markthändlern, die zu Jahresbeginn 2002 den Euro-Wechselgeldbedarf nicht befriedigen können, drohen Wettbewerbsnachteile gegenüber den "Euro-fähigen" Konkurrenten und ein Imageverlust gegenüber den Kunden (ab 1. Januar 2002 muß ausreichend Eurowechselgeld in der Tageskasse sein!). Andererseits müssen die Händler die Zinsbela-

stungen der Banken berücksichtigen, die bei einem frühzeitigen Bezug von Euro-Bargeld entstehen.

Ersatz der D-Mark im Markthandel

Muß der Wochenmarkthändler nach dem 1. Januar 2002 noch D-Mark-Bargeld annehmen?

Nein; denn das gesetzliche Zahlungsmittel ist ab dem 1. Januar 2002 der Euro. Allerdings haben sich die Verbände des Handels verpflichtet, auf ihre Mitgliedsunternehmen einzuwirken, die Verwendung von D-Mark-Bargeld vom 1. Januar 2002 bis 28. Februar 2002 zu ermöglichen ("Modifizierte Stichtagsregelung"). Der Wochenmarkthändler sollte dem im Kundeninteresse entsprechen, er muß dies aber nicht.

Kann der Markthandel in der Zeit zwischen dem 1. Januar 2002 und dem 28. Februar 2002 D-Mark-Bargeld als Wechselgeld herausgeben?

Als Wechselgeld soll der Handel grundsätzlich nur Euro herausgeben, damit eine reibungslose Einführung des Euro-Bargeldes gelingt. Auf Kundenwunsch sollte der Händler jedoch D-Mark-Münzen abgeben, wenn er solche verfügbar hat. Dazu hat sich der Handel in einer Selbstverpflichtung vom September 1998 bereit erklärt, damit die Kunden noch nicht umgestellte Automaten in der Übergangsphase bedienen können. Verfügt ein Händler nicht über genug Euro-Bargeld, kann er D-Mark-Bargeld herausgeben, wenn der Kunde damit einverstanden ist.

Muß der Kunde D-Mark-Bargeld als Wechselgeld vom Markthändler annehmen?

Nein; denn das gesetzliche Zahlungsmittel ist ab dem 1. Januar 2002 der Euro.

Die Euro-Preise auf dem Wochenmarkt

Wird die Einführung des Euro zu Preiserhöhungen führen?

Grundsätzlich gilt: In der Marktwirtschaft entscheidet der Wettbewerb über die Preise. Jeder Händler wird
(Fortsetzung auf Seite 6)

Euro (€): Praktische Tips für den Wochenmarkthändler

von Annegrete Stahl

(Fortsetzung von Seite 5)

deshalb die Reaktion der Konkurrenz und - vor allem - der Kunden bei seiner Preisgestaltung berücksichtigen. Gerade in der Euroumstellungsphase werden Öffentlichkeit und Verbraucher das Marktverhalten des Handels besonders genau beobachten und über ihr Kaufverhalten entsprechend reagieren. Einige Unternehmen nutzen die größere Preissensibilität bereits bei ihrer Werbestrategie und versprechen eine verbraucherfreundliche Rundung der neuen Europreise nach unten. Richtig ist natürlich auch: Die Umstellung wird in vielen Fällen zu "krummen", unhandlichen Europreisen führen, die dann z.B. aus verkaufpsychologischen oder technischen Gründen angepaßt werden. Dies wird zu Auf-, aber auch Abrundungen führen, über die in der Regel im Rahmen einer Mischkalkulation entschieden werden muß.

Müssen alle Endpreise gegenüber dem Endverbraucher bis zum 31. Dezember 2001 in DM ausgezeichnet sein?

Grundsätzlich ja, es gibt aber Ausnahmen. Insbesondere in Katalogen, die über den 31. Dezember 2001 hinaus gültig sind, dürfen Preise ab 01. August 2001 allein in Euro ausgezeichnet sein (§ 11 Preisangabenverordnung). Voraussetzung ist jedoch, daß dem Verbraucher durch geeignete Umrechnungshilfen die Ermittlung des Preises in DM erleichtert wird. Alle anderen Preise in Angeboten und Werbung müssen bis 31. Dezember 2001 zumindest auch in DM ausgezeichnet sein, weil die DM bis zu diesem Zeitpunkt gesetzliches Zahlungsmittel in Deutschland ist.

Müssen die Endpreise gegenüber dem Endverbraucher ab 1. Januar 2002 in Euro ausgezeichnet sein?

Ja, sie müssen in Euro ausgezeichnet sein. Eine Ausnahme gilt für Automaten, die noch nicht auf die Annahme von Euro-Bargeld umgerüstet sind. Sie dürfen die Endpreise noch in DM auszeichnen.

Dürfen die Endpreise über den 1. Januar 2002 hinaus in Euro und DM ausgezeichnet sein?

Ja. Solange die Verbraucher mit DM-Bargeld noch bezahlen können, ist die Preisauszeichnung in Euro und DM zulässig und zu empfehlen. Nach dem 28. Februar 2002 sollten aber keine neuen Waren mit DM-Angaben in die Stellagen etc. mehr eingebracht werden. Restware sollte vorrangig zum Kauf bereitgestellt werden.

Dürfen die parallel angegebenen DM- und Euro-Preise voneinander abweichen?

Das Verhältnis zwischen DM- und Euro-Preis hat stets dem offiziellen Umrechnungskurs (1,95583 DM = 1 Euro) zu entsprechen. Kein Preis darf - abgesehen von geringen Differenzen durch die vorzunehmende Rundung - teurer oder billiger sein als der andere. Das Recht der freien Preisbildung bleibt davon unberührt. Es ist also erlaubt, ab 1. Januar 2002 im Angebot oder in der Werbung einen neuen Euro-Preis für eine Ware anzugeben.

Die Buchführung des Markthändlers

Wie lange darf die Buchführung noch in DM geführt werden?

Bis einschließlich 31. Dezember 2001. Das Rechnungswesen für steuerliche Zwecke ist "ab dem 1. Januar 2002 stets und insgesamt in Euro zu führen." Gegebenenfalls sind nach dem 1. Januar 2002 Buchungen in D-Mark in Euro umzurechnen. Der Jahresabschluß muß ab dem 1. Januar 2002 in Euro aufgestellt werden. Rechtlich ist das letzte Jahr, in dem noch in D-Mark bilanziert, d.h. ein Jahresabschluß erstellt werden darf, das Geschäftsjahr 2001.

Laufende Verträge und der Euro

Was wird aus den laufenden Verträgen?

Alle Verträge gelten auch nach der Einführung des Euro-Bargeldes unverändert weiter. Es gilt der Grundsatz der Vertragskontinuität. In laufenden Verträgen genannte DM-Beträge werden ab dem Jahr 2002 nach dem festgelegten Umrechnungskurs automatisch in Euro umgerechnet.

Kann ich Leasing-Verträge im Euroland günstiger und genauso sicher abschließen?

Da in den Teilnehmerländern noch unterschiedliche Mehrwertsteuersätze herrschen, bestehen durchaus Möglichkeiten, Leasingverträge günstiger abzuschließen. Die Sicherheit dieser Verträge hängt von der nationalen Gesetzgebung ab. Hier gilt es, sich vor dem Abschluß über die Übereignungs- und Rückführungsregelungen zu informieren, um festzustellen, ob es Abweichungen zum deutschen Recht gibt.

Anfang Januar steigt der Euro-Wechselgeldbedarf stark an

In den beiden Monaten der Währungsumstellung besteht bei den Wochenmarkthändlern ein hoher Bedarf an Wechselgeld in Euromünzen. Es ist zu erwarten, daß die Kunden ihren Wareneinkauf mit Euro-Scheinen aus Geldautomaten oder in DM-Scheinen und -Münzen bezahlen und gleichzeitig erwarten, daß sie das Wechselgeld in Euromünzen erhalten. Damit werden nicht nur logistische Probleme (ständige Umrechnung) hervorgerufen, auch der Bestand an Eurowechselgeld wird in der Tageskasse rapide abschmelzen.

Damit zwischen Kunde und Händler keine unnötigen Diskussionen am Marktstand entstehen, empfiehlt die DMG Marktgilde e.G. den Händlern, einen hohen Bestand an Euromünzen bereitzuhalten. Untersuchungen verschiedener Handelsverbände haben gezeigt, daß der Bedarf an Wechselgeld in den ersten Januartagen bis zum 20-fachen des Normalbedarf ansteigen wird.

Auf diesen Analysen basieren folgende empfohlene Richtgrößen, mit denen der Markthändler seinen persönlichen Wechselgeldbedarf für die ersten fünf Tage des neuen Jahres 2002 ableiten kann. Den Wert haben wir in Münz- und Notenummischungen dargestellt, deren Zusammensetzung wir auf Seite 7 separat aufgeführt haben.

Infos zum Euro im Internet

<http://www.aktion-euro.de>

<http://www.bundesfinanzministerium.de>

<http://www.berlin.de/euro>

(Fortsetzung auf Seite 7)

Euro (€): Der hohe Wechselgeldbedarf

(Fortsetzung von Seite 6)

Branche	Tagesumsatz in DM:	500,00 DM	1000,00 DM	2000,00 DM
Lebensmittel z.B. Obst u. Gemüse Metzger usw. Bargeldanteil am Umsatz ca. 100%	Wechselgeldbedarf in Euro für die ersten 5 Tage:	1350,00 Euro	1625,00 Euro	2175,00 Euro
Unsere Empfehlung:		2 x Münzmischung 1 x Notenmischung	3 x Münzmischung 1 x Notenmischung	4 x Münzmischung 1 x Notenmischung
Non-Food z.B. Textilien, Haushaltswaren, usw. Bargeldanteil am Umsatz ca. 70 %	Wechselgeldbedarf in Euro für die ersten 5 Tage:	1075,00 Euro	1350,00 Euro	1625,00 Euro
Unsere Empfehlung:		1 x Münzmischung 1 x Notenmischung	2 x Münzmischung 1 x Notenmischung	3 x Münzmischung 1 x Notenmischung

Zusammensetzung einer Münzmischung:

Jedes Gebinde enthält 22 Rollen Euro-/Cent Münzen, hat ein Gewicht von 4,055 kg und ist 275,00 Euro (537,85 DM) wert.



Münzwert	2 €	1 €	0,50 €	0,20 €
Rollenzahl	2	4	2	1
Stück je Rolle	25	25	40	40
Wert je Rolle	50 €	25 €	20 €	8 €



Münzwert	0,10 €	0,05 €	0,02 €	0,01 €
Rollenzahl	3	4	4	2
Stück je Rolle	40	50	50	50
Wert je Rolle	4 €	2,50 €	1 €	0,50 €

Zusammensetzung einer Notenmischung:

Jede Packung hat einen Wert von 800,00 Euro (1564,66 DM).



Notenwert	20 €	10 €	5 €
Anzahl der Noten je Abpackung	20	20	40
Wert je Abpackung	400 €	200 €	200 €

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:

Pulverich-Druck GmbH
35708 Haiger-Fellerdilln
Verteilte Auflage: **13.500**
Redaktionsschluß für die nächste Ausgabe: **16. November 2001**

"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