

Der Wochenmarkt

Hauszeitung der DMG Marktgilde e.G. Nr. 31/Dezember´04

Wochenmarkt Meerane: S. 2

Sonderaktion lockte viele Kunden auf den Markt

Neue Wochenmärkte: S. 3

Wölfersheim und Dillingen an der Donau

Erfolg auf dem Markt: S. 4

Händler haben´s in der Hand

Frohe Weihnachten: S. 4

Wünscht allen die DMG Marktgilde e.G.

Marktgedicht: S. 5

Vom ABLarer Marktmeister

Wochenmarkt Sinzig: S. 5

Kindergartenkinder vom Marktgeschehen begeistert

Wochenmarktwerbung: S. 6

Eppstein verteilt Handzettel für den Wochenmarkt

City ohne Handel?: S. 7

Einzelhandelssymposium in Düsseldorf



“City ohne Handel?” - Einzelhandelssymposium in Düsseldorf. Bild: Friedrich Holzhauser

Alle Jahre wieder,

liebe Leser, hofft der Einzelhandel auf das große Weihnachtsgeschäft, das die Umsatzerwartungen des Jahres doch noch retten soll. Leider in den letzten Jahren vergeblich, wie die Zahlen der Statistiker ausweisen und wie die Repräsentanten der Verbände beklagen: “Seit drei Jahren tragen die Menschen ihr Geld lieber zur Bank als in die Geschäfte”, so drückt es z.B. Hermann Franzen, Präsident des Handelsverbandes aus. Sinkende Nettolöhne und gestrichene Weihnachtsgelder lassen kaum erwarten, dass die Konsumenten in diesem Jahr in einen vorweihnachtlichen Kaufrausch verfallen werden. Die schlechten Nachrichten aus dem deutschen Einzelhandel reißen einfach nicht ab. Die Krise des Warenhauskonzerns Karstadt-Quelle ist nur ein prominentes Beispiel und nur die Spitze des Eisberges. Viele kleinere Handelsgeschäfte leiden still vor sich hin - und sterben irgendwann ganz leise. Sie können dem weiter wachsenden Wettbewerb bei gleichzeitig angstsparenden Verbrauchern nicht standhalten. Und von den Politikern werden sie nach wie vor im Stich

gelassen: Die geben immer noch eher dem Drängen der Großen nach und haben keine Konzepte, wie die Kleinen ebenso gefördert werden könnten.

Trotzdem gibt es auch die guten Nachrichten aus der Wirtschaft, dem Einzelhandel - und dem Markthandel! Da wird vom mündigen Verbraucher gesprochen, der nicht mehr jedem Werbeversprechen auf den Leim geht. Viele Produkte sind nach Auskunft der Betriebsberatungsstelle des Einzelhandels (BBE) aufgrund günstiger Produktions- bzw. Einkaufsbedingungen im Lauf der Jahre billiger geworden; dazu gehören auch Lebensmittel und Textilien, also typische Angebote des mobilen Handels. Darin liegt doch auch eine Chance! Man muss sie nur beim Schopf packen und sie in die richtige Gesamtstrategie einfügen. Einige deutsche Großunternehmen, die sich auch in schwierigen Märkten behaupten und sogar Rekordzahlen melden, machen ja vor, wie es geht. Ich sehe den richtigen Weg darin, die Wochenmärkte stetig in Richtung höherer Qualität weiter zu entwickeln und sie als echte “Premiumprodukte” in der Einzelhandelslandschaft zu positionieren.

Ihr Dr. Gerhard Johnson

Das kostenlose
“Schwarze Brett”:
www.marktgilde.de !

Wochenmarkt Meerane: Sonderaktion lockte viele Kunden an



Stadt Meerane

Seit Januar 2002 betreut die DMG-Niederlassung in Limbach-Oberfrohna den Wochenmarkt in Meerane, der sich zu einer stabilen Einkaufsmöglichkeit in der Stadt etabliert hat. „Die Meeraner nutzen gerne diese Möglichkeit der wohnortnahen Versorgung in der Innenstadt und auch die Marktbesucher bauen gerne ihre Verkaufsstände hier auf“, so Brigitte Weigel von der DMG-Niederlassung. Hier können die Kunden Frischeprodukte wie Fisch, Ziegenkäse, Brot&Backwaren, Fleisch&Wurst, Obst&Gemüse, Blumen&Pflanzen sowie Honig bekommen, und für den kleinen Hunger gibt es auch einen Imbiss.

Solch ein „Gewimmel“ müßte jeden Dienstag und Donnerstag hier auf dem Marktplatz herrschen, da



Dietmar Hochmuth als „Butter-Sepp“ und sein Gehilfe zeigten mit alten Handwerksgeräten, wie die Butter noch zu Omas Zeiten hergestellt wurde. Bilder: Brigitte Weigel

waren sich die 18 Markthändler am 2. September bei herrlichem Sonnenschein einig. Die Markthändler wollten ihren Wochenmarkt auch über die Grenzen von Meerane hinaus bekannt machen und neue Kunden auf das Einkaufserlebnis Wochenmarkt aufmerksam machen, vor allem aber den treuen Kunden einmal Dankeschön sagen. Das Marktfest hatte seine Wirkung nicht verfehlt und viele Menschen

zum Wochenmarkt gelockt, gab es doch auch einige schöne Überraschungen für die Kunden. So erhielten die ersten 120 Kundinnen eine Rose geschenkt, beim Städtequiz gab es Einkaufsgutscheine für den Wochenmarkt. Mit zahlreichen Sonderangeboten dankten die Händler ihrer treuen Kundschaft. Bei einem reichhaltigen Imbissangebot kam auch die Unterhaltung nicht zu kurz, Drehorgelspieler Paul Thom sorgte für historisches Marktflair mit seinem „Leierkasten“. Dietmar Hochmuth aus dem benachbarten Weißbach zeigte als „Butter-Sepp“ mit historischem Handwerkszeug, wie mühsam es noch vor wenigen Jahrzehnten war, aus der Milch die Butter herzustellen.

Am Städtequiz nahmen mehr als 120 Marktbesucher teil, die Hälfte davon hatte auch die richtigen Lösungen gefunden, unter denen dann acht Glückliche für die Marktgutscheine ausgelost wurden. Am Ende des Markttagess waren fast alle zufrieden, die Markthändler hatten ihren Wochenmarkt einem großen Publikum vorgestellt und manche Kunden haben ein - eigentlich altes und historisches - Einkaufserlebnis ganz neu für sich entdeckt.



Die Selbstvermarkter Helga Raithel aus Gößnitz und Wolfgang Engel sind mit ihren Blumen, Obst&Gemüse auf dem Meeraner Markt sehr beliebt.

Unsere nächsten „Neuen“ sind:

ab 5. Januar '05 **09661** Hainichen

Mi 8.30-15.00 Uhr
Sa 8.30-12.00 Uhr

ab 4. Januar '05 **15711** Königs Wusterhshn. Di, Do, Fr 8.30-16.00 Uhr

Interessierten Wochenmarkthändlern mit allen Sortimenten bieten wir auf diesen Märkten freie Standplätze an. Melden Sie sich bitte bei der DMG Niederlassung in Limbach-Oberfrohna; Tel.: (03722) 7391-0, Fax: (03772) 7391-13.

Infos:

Marktzeit: **jeden Di 9.00-14.00 Uhr**
jeden Do 9.00-14.00 Uhr

Händlerzahl: **jeweils ca. 18**

Ort: **08393 Meerane**

zuständig: **DMG Limb.-Oberfrohna**

Marktmeister: **Christian Seidemann**

Internet: **www.meerane.de**

Neuer Wochenmarkt: Wölfersheimer Markt von DMG aufgebaut



**Gemeinde
Wölfersheim**

Wölfersheim ist eine Gemeinde mit fünf Ortsteilen und rund 10.000 Einwohnern mitten in der Wetterau zwischen Taunus und Vogelsberg gelegen. Kurze Wege ins Rhein-Main Gebiet und zu den umliegenden Hochschulen, verbunden mit einer guten Infrastruktur, zeichnen die Gemeinde aus.

Einen Wochenmarkt gab es hier bisher noch nicht, geplant war er aber schon seit längerer Zeit. So gibt es auch schon einige Zeit lang Kontakte von der DMG zur Gemeinde und zum Gewerbeverband, der sich besonders für den Wochenmarkt stark gemacht hat. Zusammen mit dem Gemeindevorstand, dem stellvertretenden Bürgermeister Reiner Hessler und Gewerbeverbandsvorstand Herwarth Ziegler eröffnete die DMG am 1. Oktober die neue Einkaufsmöglichkeit Wochenmarkt.

„Wir haben leider auch in Wölfersheim mit einem Sterben der Laden-



Die Wölfersheimer haben schnell den neuen Wochenmarkt mit seinem Frischeangebot und der Möglichkeit für einen kurzen Plausch lieb gewonnen. Bild: Thomas Candidus

geschäfte im Ortskern und, damit verbunden, dem Verlust von Sortimentsbreite zu kämpfen. Vielleicht kann der Wochenmarkt da Abhilfe schaffen. In guter Zusammenarbeit mit Marktmeister Reinhold Diegel und Thomas Candidus von der DMG-Niederlassung Bad Orb haben wir das Warenangebot für Wölfersheim ergänzt“, so Herwarth Ziegler.

Rund 14 Markthändler bringen das komplette Frischesortiment nach Wölfersheim auf den Marktplatz am Rathaus mit, der damit gut gefüllt ist. Die ersten Wochen haben alle

positiv gestimmt, die Händler kommen regelmäßig und die Kunden aus Wölfersheim und Umgebung nutzen den Wochenmarkt gut zur Versorgung.

Reinhold Diegel betreut neben Wölfersheim auch den DMG-Markt am NordWestZentrum in Frankfurt.

Infos:

Marktzeit: **jeden Fr 14.00-18.00 Uhr**

Händlerzahl: **ca. 14**

Ort: **61200 Wölfersheim**

zuständig: **DMG Bad Orb**

Marktmeister: **Reinhold Diegel**

Internet: **www.woelfersheim.de**

Neuer Wochenmarkt: Dillingen an der Donau übernommen



**Stadt
Dillingen
an der Donau**

In der Donaustadt Dillingen gibt es schon seit Jahrzehnten einen Wochenmarkt, in der letzten Zeit wurde es aber immer schwieriger, dafür genügend zuverlässige Händler zu finden. Dies war ein Grund für die Beauftragung der DMG Marktgilde e.G. als Veranstalter. „Wir möchten in einer Stadt mit einem Einzugsgebiet von rund 20.000 Einwohnern einen attraktiven Markt bieten, noch bleiben aber gerade die Markttage Dienstag und Donnerstag mit nur acht Markthändlern weit hinter unserer Zielsetzung

zurück. Die Vorbereitungszeit bis zur Übernahme war sehr kurz und ich versuche, noch ein paar Händler mehr nach Dillingen zu holen“, so der erste Eindruck von Thomas Candidus von der DMG-Niederlassung Bad Orb. Samstags stehen schon 14 Händler auf der Königstraße vor dem Rathaus.

Das Angebot ist dabei zwar klein aber fein, es gibt viele Selbstvermarkter. Rund um Dillingen ist Bayern sehr landwirtschaftlich geprägt und alles was hier angebaut wird, landet auch auf dem Wochenmarkt. Weiter vertreten sind hier noch Südfrüchte, ein Metzger, eine Gärtnerei, eine Bäckerei, ein Fischhändler und ein Selbstvermarkter mit Eiern und Nudeln, der aber auch schon mal Hauskaninchen vom eigenen Hof oder

sogar Wild aus eigener Jagd im Angebot hat.

Marktmeister in Dillingen ist Paul-Helmut Schäfer. Mit einem Marktfest im Frühjahr soll die Marktübernahme durch die DMG offiziell werden.

Weitere Marktbesucher aus dem grünen Bereich - der Dillinger Markt ist ein reiner grüner Markt - können sich für freie Standplätze in der DMG-Niederlassung bei Thomas Candidus in Bad Orb melden.

Infos:

Marktzeit: **jeden Di 7.00-13.00 Uhr**

jeden Do 7.00-13.00 Uhr

jeden Sa 7.00-13.00 Uhr

Händlerzahl: **ca. 8 (Di, Do), ca. 14 (Sa)**

Ort: **89407 Dillingen/Donau**

zuständig: **DMG Bad Orb**

Marktmeister: **Paul-Helmut Schäfer**

Internet: **www.dillingen-donau.de**

Erfolg auf dem Wochenmarkt: Händler haben`s in der Hand

Erfahrungen von Wolfgang Even, DMG-Niederlassung Hille

Wenn man, wie ich, tagtäglich auf unterschiedlichen Märkten unterwegs ist, stellt man eins sehr schnell fest: Es gibt gute und weniger gute Märkte. Diese Erkenntnis allein ist sicher nicht neu und mir allein vorbehalten. Interessanter ist vielleicht schon: Auch auf den insgesamt als "weniger gut" eingeschätzten Märkten gibt es einzelne Stände, die gut oder sogar sehr gut besucht sind, andere dagegen sind deutlich schlechter besucht als die Stände auf den besseren Märkten. Noch bemerkenswerter ist, dass es häufig auch kleine, ältere, aber gepflegte Stände sind, die (selbst auf schlechten Märkten) über einen attraktiven Kundenstamm verfügen und ein entsprechend gutes Geschäft machen. Andererseits sehe ich oft riesige, neue, "schicke"

Verkaufseinrichtungen (auch auf guten Märkten) mit - nach meinem Dafürhalten - attraktivem Angebot, die von Kunden eher schlecht angenommen werden.

Was macht den Unterschied? Warum hat der eine trotz augenscheinlich schlechterer "äußerer" Startbedingungen Erfolg - und der andere trotz vermeintlich besserer Ausgangsbedingungen nicht? Eigentlich ist das doch unverständlich! Erst nachdem ich zahlreichen Verkaufsgesprächen zugehört hatte, wurde mir einiges klar: Während auf dem einen Stand schon über die richtige Beilage zum eben gekauften Fisch diskutiert wird, dass einem das Wasser im Mund zusammenläuft (oft vom Chef oder der Chefin selbst, die vor Lebenslust und Tatendrang sprühen), muss der

Kunde auf dem anderen Stand zunächst einmal durch ein tiefes Jammertal. Das geht beim Wetter los, über die hohen Einstandspreise und langen Arbeitszeiten, die geizigen Kunden, den bösen Chef bis hin zu der aussagekräftigen Behauptung "... früher war alles besser". Sicher, die Zeiten für den Handel allgemein sind schlechter geworden - aber warum belasten Händler ihre Kunden damit? Zahlt es sich aus, dass Sie sich und Ihrem Kunden den Tag vermiesen? Liegt letztlich nicht in jeder Krise auch eine Chance? Ist nicht gerade jetzt derjenige besonders im Vorteil, der mit Mut, Optimismus und neuen Ideen seinen Stand betreibt?

Andere machen vor, wie es geht. In sorgfältig geführten Unternehmen wird das Personal, das Kundenkontakt hat, systematisch darin geschult, wie es sich zu verhalten hat und wie die Außenwirkung z.B. von ordentlicher Beschriftung am Fahrzeug und in der Preisauszeichnung über saubere Kleidung bis zum Lächeln im Gesicht der Verkäuferin ist. Wenn man mit offenen Augen durch die Welt läuft, kann man sich von diesen Vorbildern viel abschauen.

Der Markt ist, nicht zuletzt, auch eine Showbühne. Der typische Marktkunde will nicht einfach nur billig einkaufen - dafür hat er Aldi. Das große Plus des Wochenmarktes - Frische und Qualität - setzt er voraus. Zusätzlich will er sich unterhalten und er will (positiv) unterhalten werden. Er will das Erlebnis, Beratung, persönliche Kontakte - alles das, was der Supermarkt heute nicht mehr bieten kann. Er will etwas sehen und er will gesehen und ernst genommen werden - als Nachbar oder als Mensch von Bedeutung - je nachdem. Und vor allem will er mit einem besseren Gefühl vom Markt gehen, als er gekommen ist. Erst bei solchem "Zusatznutzen" hat sich der Marktbesuch für ihn gelohnt, erst dann wird er mit Überzeugung den Preis für die Ware bezahlen, den der Markthändler für seine Existenz braucht, auch wenn er etwas höher ist als beim Discounter, - und ihn mit der besonderen Frische begründen.



DMG Marktgilde e.G. - Postfach 1104 - 35709 Eschenburg

FROHE WEIHNACHTEN!

"Alles zur rechten Zeit."
Pittakos aus Mytilene

Spätestens seit Einstein wissen wir, dass alles relativ ist. Das gilt auch in der Politik: Derselbe Vorgang sieht von "links" betrachtet, ganz anders aus als von "rechts". Nur wenn unsere fünf Wirtschaftsweisen ihr Gutachten vorlegen, fühlt sich "links" und "rechts" bestätigt, was keiner mehr ernst nimmt. Das war vor 2.500 Jahren bei den alten Griechen ganz anders. Auch damals gab es Weise, und es waren sogar sieben. Einer von ihnen war Pittakos aus Mytilene. Er vertrat die Maxime: "Alles zur rechten Zeit".

Wer immer in den Rückspiegel schaut, erkennt nicht die Kurven und wundert sich, wenn die Fahrt an einem Baum endet. Reformen, die viel zu spät kommen, können den Kollaps nicht mehr verhindern. "Zur rechten Zeit" bedeutet auch "nicht zu früh". Wer zu früh Feierabend macht, darf nicht überrascht tun, wenn der Nachbar den lohnenden Auftrag erhält. Wer "zu spät" kommt, den bestruft bekanntermaßen das Leben.

Sie wissen, wir beschäftigen uns mit der Organisation von Wochenmärkten. Dabei gewinnen wir zusehends den Eindruck, dass Wochenmarkthandel kurz vor dem "zu spät" steht. Die wesentlichen Akteure, Kommunalverwaltungen und Markthändler, auch deren Verbände, meinen, mit dem "Blick in den Rückspiegel" sei alles Notwendige getan. Die dramatischen Veränderungen im Einzelhandel werden nicht ausreichend zur Kenntnis genommen. Damit droht der Markthandel seine Zukunft zu verspielen. Konzepte sind vorhanden. Sie müssen aufgenommen und umgesetzt werden. Noch ist es "nicht zu spät"!

Ihnen und Ihrer Familie wünschen wir frohe Festtage und ein glückliches neues Jahr!

Ihre DMG Marktgilde e.G.

Berthold Stahl
Vorsitzender des Aufsichtsrates



Wir machen Wochenmärkte

Marktgedicht: Vom Ablarer Marktmeister

**Gedanken zum Wochenmarkt von
Marktmeister Herbert Sommer (Ablar):**

Der Wochenmarkt

Der Wochenmarkt in dieser Zeit,
hält alles für den Kauf bereit,
an Obst, Gemüse, Zitrusfrüchten,
man braucht nicht viel hinzuzudichten.

Das Brot gebacken und die Fladen,
die Gurken frisch, wie auch Tomaten
und noch viel mehr, lasst euch beraten,
ein Fluidum aus deutschen Landen,
ein Blumenmeer aus den Brabanten.

Die Händler nur das Beste wollen,
greift zu ihr Leut: Geht in die Vollen,
ob Eier, Fisch und Käsehappen,
probiert, gekauft, ihr könnt´s berappen,
Geflügel, Wild, Spezialitäten,
hier findet ihr selbst Raritäten.

Wurst, Fleisch, Kartoffeln, alle Ehr,
greift zu ihr Leut´ verlangt noch mehr,
ein Sortiment wie´s euch gefällt,
das gibt´s sonst nirgends auf der Welt.

Selbst aus dem Ausland kommen Waren,
die Kunden kaufen sie in Scharen,
wer denkt bei diesem Kaufgebaren,
noch an das Kleingeld und das Sparen?

Und die Moral, das rat ich dir,
Bescheidenheit, vergiss sie hier!

Textilien und feinste Moden,
wer auf sich hält, der geht in Loden,
die Kosten werden nicht gescheut,
es gilt doch: "Kleider machen Leut´!"

Gedeckt den Tisch, wie´s euch begehrt,
die Ware ist den "Euro" wert,
sie liegt bereit für jedes Alter,
das gab´s nicht mal im Mittelalter.

Sinziger Kindergarten besucht Markt



Käse, Obst und frischer Fisch – Kinder fanden Wochenmarkt echt lecker

Mit Begeisterung unternahmen die Kinder des Kindergartens Westum einen Ausflug zum Sinziger Wochenmarkt, wo sie von Johannes Büchel vom Stadtmarketing empfangen wurden. In den Wochen zuvor waren sie schon auf den Marktbesuch vorbereitet worden. So wussten natürlich alle, dass der Käsehändler aus Holland kommt, doch staunend erfuhren sie, dass es selbst Gouda mit Brennnesseln gibt. Der Geflügelfachhändler klärte sie über die Stempel auf einem Hühnerrei auf, und Beate Gemein von der Metzgerei verriet, was Heinzelmännchen sind. Warum bietet der

Fischhändler in Sinzig keinen Schwertfisch an? Fragen, die Axel Lappöhn geduldig beantwortete. Ungläubig hörten die kleinen Marktbesucher, dass der Gemüsehändler nachts um zwei Uhr schon zum Großmarkt fährt. Die theoretischen Erfahrungen konnten durch Käsewürfel, Fleischwurstscheiben, Süßbrötchen, Äpfel und Honigbonbons ganz praktisch getestet werden. Zusammen mit der Kindergartenleiterin Ulrike Bongenberg wurden an den Ständen auch einige Lebensmittel eingekauft, die demnächst im Kindergarten verzehrt werden sollen.

Wir haben einen Marktmeister verloren

Im Oktober 2004 verstarb Herr Wilfried Ostermeyer im Alter von 69 Jahren.

Als einer unserer dienstältesten Marktmeister - seit dem 11. Mai 1995 war Wilfried Ostermeyer für die DMG Marktgilde e.G. tätig - betreute er in den letzten Jahren den Wochenmarkt in seiner Heimatstadt Erlensee und den Wochenmarkt in Langenselbold. Er war als Mensch und als Marktmeister geschätzt und geachtet und pflegte immer gute Kontakte zu den Städten, zu den Händlern und zu seinen Marktmeisterkollegen.

Die DMG Marktgilde e.G. hat mit Herrn Ostermeyer einen sehr zuverlässigen Mitarbeiter verloren.

Er wird uns allen als ein sympathischer und stets hilfsbereiter Mensch in Erinnerung bleiben.

Wochenmarkt Wennigsen: Im Pressespiegel

Neue Produkte kommen gut an

Auf dem Wennigser Wochenmarkt gibt es seit gestern auch Fisch und Südfrüchte

Seit gestern gibt es auf dem Wochenmarkt in Wennigsen auch Fisch, Südfrüchte und Wildspezialitäten. Das Angebot kommt an, die Kunden sind zufrieden.

VON MARTINA LIEDTKE

WENNIGSEN. Bei strömendem Regen hatten sich gestern Nachmittag zwar nicht allzu viele Kunden auf den Marktplatzt gewagt – doch diejenigen, die das schlechte Wetter nicht abschrecken konnte, waren zufrieden mit dem erweiterten Angebot.

Die Deutsche Marktgilde (DMG) hatte für den Wochenmarkt eine Firma aus der Nähe von Steinhude gewonnen, die jetzt mit einem Fischwagen vertreten ist. Verkäuferin Sabrina Wiehe ist zufrieden mit dem Zuspruch. „Für den ersten Tag läuft es ganz gut“, erklärte sie. Im Angebot sind Frisch- und Räucherfisch, zum Teil nach altem Rezept selbst hergestellt.

Auf dem Tisch am Stand eines Anbieters aus der Nähe von Nienburg liegen jetzt auch Südfrüchte: Ananas, Bananen, Pfirsiche und Nektarinen. Bislang hatte das Un-



ternehmen vor allem Gemüse aus eigenem Anbau verkauft. Der Inhaber verspricht, demnächst auch Weintrauben und weitere Früchte aus dem Süden zu verkaufen.

Seit rund acht Wochen bietet ei-

ne Geflügelschlachterei aus Hillen bei Minden ihre Produkte auf dem Wennigser Wochenmarkt an. Doch glücklich ist bislang nicht. „Es ist zu wenig los, das Geschäft läuft sehr schlecht“, klagt er. Er

wolle aber erst einmal abwarten, ob sich der Verkauf doch noch steigern lässt. Vielleicht kämen mehr Kunden, wenn es jetzt auch Fisch und Südfrüchte gibt, hofft der Unternehmer.

WIE FINDEN SIE DAS NEUE ANGEBOT?

„Ich gehe regelmäßig zum Markt und finde es gut, dass es jetzt einen Fischwagen gibt. In Wennigsen ist ja sonst kein Fischgeschäft. Ich werde hier einkaufen.“



Christa Homeyer (60), Wennigsen

„Je größer das Angebot ist, desto besser. Obwohl ich noch gar nicht gemerkt habe, dass es jetzt Fisch und Südfrüchte gibt.“



Katharina Krause (43), Wennigsen

„Ich finde es einfach wunderbar, dass das Angebot in Wennigsen erweitert wurde. Ich kaufe oft auf dem Markt ein.“



Hannelore Wollermann (68), Wennigsen

Marktsprach: Kundin Anette Franzen (links) nutzt das neue Angebot. Verkäuferin Sabrina Wiehe ist zufrieden mit dem Zuspruch. Liedtke

Aus der "Hannoversche Allgemeine" (Ausgabe Calenberger Zeitung) vom 28.08.04

Eine Stadt macht Werbung



Stadt
Eppstein

Der Eppsteiner Wochenmarkt wurde von der DMG Marktgilde e.G. neu aufgebaut und hat sich in den vergangenen zwei Jahren zu einem festen Bestandteil für die Kunden in und um Eppstein entwickelt. In einer Bürgerbefragung stand er damals ganz oben auf der Wunschliste der Eppsteiner.

Wie viel der Stadt auch heute noch daran liegt, zeigt der Handzettel (siehe Bild), der für den Wochenmarkt wirbt und in großer Auflage verteilt wurde. Bürgermeister Ralf Wolter gab dazu die Anregung, umgesetzt wurde diese Werbemaßnahme gemeinsam von DMG und Stadtmarketing. Neben diesen Handzetteln, die im November über die Eppsteiner Zeitung verteilt wurden, sind viele Plakate an öffentlichen Plätzen ausgehängt worden, um den Bekanntheitsgrad zu steigern. Für die Händler hat sich auch diese Werbung wieder gelohnt, es kamen mehr Kunden als sonst auf den Wochenmarkt.

In guter Kooperation von Händlern, Stadt und DMG Marktgilde e.G. soll mit einzelnen Aktionen auf dem Wochenmarkt die Attraktivität weiter gesteigert werden.



mit allem, was frisch sein muss

Wochenmarkt in EPPSTEIN

**Fisch
Backwaren
Obst und Gemüse
Bioproducte
und vieles mehr**

**Jeden Freitag
14 bis 18 Uhr**





**Wernerplatz/
Burgstraße**


Burgstadt Eppstein

City ohne Handel?: Starke Kommunen brauchen starke Citys

Einzelhandelssymposium mit Regierungspräsident Jürgen Büssow in Düsseldorf

Die Düsseldorfer Bezirksregierung hatte am 10. November zu einem Einzelhandelssymposium mit dem Thema "City ohne Handel?" eingeladen. Mehr als 100 überwiegend Kommunalpolitiker aus Nordrhein-Westfalen nahmen teil, um sich von kompetenter Seite aus Wissenschaft, Wirtschaft und Politik einen Weg aus der Verödung unserer Innenstädte zeigen zu lassen. Dieser Einladung nach Düsseldorf sind auch der Aufsichtsratsvorsitzende der DMG Marktgilde e.G., Berthold Stahl und Prokurist Friedrich Holzhauser gefolgt.

In Zeiten immer neuer und größerer "Konsumtempel" auf der grünen Wiese und Werbesprüche wie "Geiz ist geil" bleibt letztendlich der "qualitative Einzelhandel" in den Innenstädten immer mehr auf der Strecke. Leerstand, Siechtum der Innenstädte und ein starker Verlust an Lebensqualität in der City sind die Folgen. Nicht jeder hat die Möglichkeit, zum Teil 10 bis 20 Kilometer an den Stadtrand zu dem neu entstandenen Konsumtempel zu gelangen. Gerade für ältere Menschen wird selbst die Grundversorgung an ihrem Wohnort - Innenstadt - immer schwieriger. Mal eben um die Ecke einkaufen und dabei noch ein bisschen mit anderen plaudern, das war einmal.

Kunden wollen wieder Qualität

Die Verbraucherzentrale in Nordrhein-Westfalen sieht aber langsam eine Umkehr dieses - für den Einzelhandel so ruinösen - Konsumverhaltens. In einer aktuellen Untersuchung erklärten 83% der befragten Verbraucher, dass die Qualität für den Kauf mit entscheidend sei und nur noch 17% gaben den Preis als allein ausschlaggebend an.

"Im Kampf gegen Leerstand und Verödung sind Kooperationen nötig", so brachte der Düsseldorfer Regierungspräsident Jürgen Büssow bei dem Einzelhandelssymposium das Problem auf den Punkt. "Die Innenstädte müssen daher auch in Zukunft ein breit gefächertes Warenangebot, vielfältige Möglichkeiten der Beratung und positive Käuferlebnisse in angenehmer Atmosphäre bieten", so das Fazit

von Brigitte Rittmann-Bauer, Referentin der Verbraucherzentrale NRW. Regierungspräsident Jürgen Büssow forderte: "Der Handel gehört in die City. Unsere Innenstädte brauchen den Handel ebenso wie die anderen Funktionen, die eine Stadt ausmachen. Zu einer lebendigen und urbanen Innenstadt gehört eine gesunde Mischung aus vielfältigen Nutzungen - Handel, Wohnen für Alt und Jung, Arbeit, Kultur, soziale Infrastruktur und medizinische Versorgung, Grünräume und vieles andere mehr." Selten ist so viel und so kontrovers über Einzelhandel diskutiert worden wie im Augenblick und selten war ein beherztes Handeln aller Beteiligten so nötig wie jetzt.

Chancen für den Einzelhandel

Zahlreiche Experten warnen vor einer Pleitewelle und vor einer noch stärkeren Verödung der Innenstädte. Trotz Besorgnis erregender Leerstände gibt es offenbar immer noch Ansiedlungswillen für zusätzlichen Einzelhandel außerhalb der City. "Der absehbar ruinöse Verdrängungswettbewerb darf auf keinen Fall zu Lasten der Innenstädte ausgetragen werden" erklärte Büssow. Im Mittelpunkt der Diskussion stand somit auch die Frage, welche Potenziale es für den Einzelhandel noch gibt und - vor allem - wo seine Chancen in den Innentädten zukünftig liegen. "Die Ausweitung des Einzelhandels auf der grünen Wiese schadet den Innenstädten zunehmend. Das ruinöse Konkurrenzdenken vieler Kommunen führt leider nach wie vor dazu, dass falsche Einzelhandelsstandorte in Gewerbegebieten entwickelt werden", hieß es.

"An einem Strang ziehen"

Gerade im Bereich der Stadtentwicklung müssten deshalb viele Fragen neu gestellt und beantwortet werden. O-Ton von Jürgen Büssow: "Im Bereich der Einzelhandelsentwicklung muss konsequent umgedacht werden. Nur wenn sich alle Beteiligten verpflichten, unsere Innenstädte als urbane Lebensräume zu erhalten, können wir dieses Ziel auch erreichen. Dazu ist ein

breiter gesellschaftlicher und politischer Konsens nötig."

Bei der Diskussion wurde deutlich, welche Verantwortung die Akteure tragen. Das rechtliche Instrumentarium ist genau so wichtig wie die Haltung der Immobilien-Eigentümer und Investoren. "Hausbesitzer sollten aus eigenem Interesse des Werterhalts ihrer Immobilien mehr für die Innenstädte tun. Vielen ist vielleicht gar nicht bewusst, was sie dazu beitragen können. Die Gründung von Immobilien- und Standortgemeinschaften ist dafür ein richtiger Ansatz", so der Regierungspräsident. In diesem Zusammenhang hat auch die Kommunalpolitik eine hohe Verantwortung. Beim kurzfristigen Schielen nach vermeintlichem Gewerbesteueraufkommen wird die oftmals negative Auswirkung auf die Anzahl der Handels-Arbeitsplätze in der City übergangen.

Es lohne sich, einen Blick auf Modelle etwa in den Niederlanden zu werfen. Büssows abschließender Appell an die Vertreter der Kommunen: "Starke Kommunen brauchen starke Innenstädte. Kooperation statt Konkurrenz ist der einzige Erfolg versprechende Weg für die Zukunft unserer Citys."

DMG handelt seit 1985

Für die beiden Symposiumsteilnehmer der DMG Marktgilde e.G. gab es eigentlich nicht viel Neues zu erfahren, "Die DMG propagiert seit ihrer Gründung 1985, die Innenstädte wieder stärker zu beleben und für die Menschen attraktiver zu gestalten. Wir versuchen mit unseren Wochenmärkten - als kommunikativer Treffpunkt und Einkaufserlebnis von Mensch zu Mensch - dieser negativen Entwicklung entgegen zu steuern, müssen aber immer wieder mit großen Hürden und Unverständnis bei der Umsetzung unserer Ideen kämpfen", so Berthold Stahl etwas resigniert. Das Problem der Innenstädte ist seit Jahren bekannt, jetzt ist das schnelle Handeln aller zwingend erforderlich, diese Erkenntnis konnten alle Teilnehmer am Symposium mit in ihre Kommunen nehmen. Bleibt abzuwarten, welche praktischen Handlungsweisen folgen.

Infos:

Referenten beim Symposium **City ohne Handel?**: Jürgen Büssow, Regierungspräsident; Manfred Morgenstern, Staatssekretär; Prof. Dr. Dr. h.c. Erich Greipl, Geschäftsführer Metro Vermögensverwaltung; Prof. Dr. Hans H. Blotvogel, Uni Dortmund; Prof. Dipl.-Ing. Rudolf Scheuvers, Stadtplaner FH Hannover; Peter Fuhrmann, Shopping Center Consulting Düsseldorf; Dr. Daniel Zerweck, Stadt Leverkusen; Dr. Lutz Aengevelt, Aengevelt Immobilien; Elisabeth Heitfeld-Hagelgans, Ministerialrätin; Monika Block, Galeria Kaufhof Dortmund; Stephan Reiß-Schmidt, Stadtdirektor München, Brigitte Rittmann-Bauer, Verbraucherzentrale NRW; drs. Martijn van Nie, Gemeinde Arnhem. Infos im Internet: www.brd.nrw.de, dort unter dem Button **News/Termine**, Punkt **Reden & Referate**. Auf der Seite **Reden & Referate** gibt es unter **11.11.2004 City ohne Handel?** die Reden als pdf-Datei.

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: info@marktgilde.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

Druck:

Pulverich-Druck GmbH
35708 Haiger-Fellerdilln
Verteilte Auflage: **13.200**

Redaktionsschluss für die nächste Ausgabe: **18. Februar 2005**

"**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