

# Der Wochenmarkt

Hauszeitung der Deutschen Marktgilde eG Nr. 52/September'10

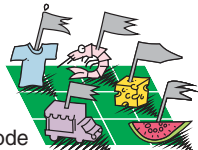
Die Deutsche Marktgilde eG kooperiert mit:



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

Institut zur Erforschung  
und Förderung des  
mobilen Handels GmbH

An-Institut der Hoch-  
schule Harz, Wernigerode



## EMMA

Marketing für Wochenmärkte

### Neue Wochenmärkte:

**Groitzsch** S. 2  
Sachsen

**Minden** S. 3  
Nordrhein-Westfalen

### Aktionen auf dem Markt: S. 4

Jubiläum am NWZ, Radio  
zu Gast in Wettenberg

### EMMA-Kochshow: S. 5

Diese Aktion begeistert  
— nicht nur Marktbesucher

### 25 Jahre DMG: S. 6

Gründungsmitglieder  
blicken zurück

### Marktmeistertreffen: S. 7

Mitarbeiter werden in der  
Hauptstadt geschult

### Infoportal-Markthandel: S. 7

Internetservice und  
Hotline sind begehrt

immer aktuell informiert mit dem

**DMG-Newsletter**

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



Marktmeister Horst Ceulaers überreicht Obst- & Gemüsehändlerin Stefanie Thelen auf dem Niederkasseler Wochenmarkt das neue Händlerschild. Bild: Monika Spiess

### Liebe Leser,

2010 ist bisher ein schwieriges Marktjahr: Zuerst hat uns der harte Winter zugesetzt, und im Juni und Juli haben die Märkte unter der wochenlangen Hitze gelitten.

Nachdem die Sommerferien, die immer ein gewisses "Sommerloch" mit sich bringen, beendet sind, und die meisten Händler aus ihrem wohlverdienten Urlaub zurück sind (sofern sie sich diesen bei den schlechten Zahlen des ersten Halbjahres überhaupt leisten konnten), sind die Marktplätze aber wieder reichlich bestückt und ziehen entsprechend Kundschaft an.

Wir haben darüber hinaus in den letzten Wochen und Monaten einiges getan, um die Voraussetzungen für gute Geschäfte auf unseren Wochenmärkten weiter zu verbessern: In einem großen Kraftakt haben wir z.B. alle Händler auf unseren Plätzen kostenlos mit einem repräsentativen Händlerschild ausgestattet — und die damit eng verbundene Hotline für den direkten Draht zur DMG in Betrieb genommen. Auch unsere Tochtergesellschaft EMMA-Marketing für Wochenmärkte hat ihrem Namen

alle Ehre gemacht. Die Kochshows, die inzwischen auf acht Märkten präsentiert wurden und viel Beifall gefunden haben, zeigen, dass sich ein Wochenmarkt mit entsprechend professionell durchgeführten Aktionen durchaus auch im Werbekonzert der großen Einzelhandelskonzerne bemerkbar machen kann.

Einen weiteren, unmittelbar augenfälligen Beleg für unsere Weiterentwicklung halten Sie auch mit dieser neuen Ausgabe unserer Hauszeitung in den Händen: Sie ist jetzt durchgehend vierfarbig gedruckt und ermöglicht es so, die bunte Vielfalt der Wochenmärkte — insbesondere durch Bilder — noch besser zu verdeutlichen.

Aktuell laufen die Vorbereitungen für unser 25-jähriges Firmenjubiläum Mitte September auf Hochtouren. Wir haben uns gedacht, dass es aufgrund der gemeinsamen Arbeit und Erfolge in dieser doch schon beträchtlichen zurückliegenden Zeit angemessen ist, diesen Abschnitt unserer Firmengeschichte mit einem Treffen aller unserer Mitarbeiter in der Hauptstadt Revue passieren zu lassen — und ein wenig auch zu feiern.

Ihr Dr. Gerhard Johnson



## Marktgilde jetzt auch in Grotzsch verantwortlich



### Stadt Grotzsch

“Einkaufen von Mensch zu Mensch” ist seit Anfang Juli auch in Grotzsch das Motto. “Wir haben allen bisherigen Stammhändlern einen Stellplatz angeboten und möchten die Warenvelfalt mit neuen Händlern noch ergänzen”, freut sich Marktgilde-Niederlassungsleiterin Brigitte Weigel über den Zuwachs bei der großen DMG-Familie. Der schön gestaltete Marktplatz in der “Perle im Leipziger Neuseenland”, wie Grotzsch auch heißt, lädt geradezu zum Bummeln und Einkaufen ein. Beim ersten Markt unter der DMG-Regie wurden die Kundinnen mit einer Rose begrüßt, und alle Besucher konnten ihre Spargelkenntnisse bei einem Quiz unter Beweis



Ein Quiz mit Sofortgewinnen ist besonders bei den Marktkundinnen sehr beliebt.



FrISChe Erdbeeren aus der Region waren der “Sommerrenner” auf vielen Wochenmärkten, so auch in Grotzsch.

Bilder: Brigitte Weigel

stellen. Als Belohnung gab es neben Einkaufsgutscheinen — die vielfach sofort beim Lieblingshändler gegen frISChe Produkte eingetauscht wurden — auch Allerlei rund um das köstliche Stangen-gemüse zu gewinnen.

Marktmeister Lutz Brause, der als Händler Grotzsch schon lange die Treue hält, unterhielt die Besucher mit seinem musikalischen Talent und moderierte gekonnt den Markttag.

Die Deutsche Marktgilde eG und die Händler wünschen sich für die Zukunft auf diesem kleinen Markt möglichst viele zufriedene Kunden, damit er für die Bürger von Grotzsch und Umgebung auch weiterhin eine “gute Adresse” ist.

#### Infos:

Marktzeit: **jeden Sa 8.00-12.00 Uhr**

Händlerzahl: **ca. 10**

Platz: **Marktplatz**

Ort: **04539 Grotzsch**

zuständig: **DMG Limb.-Oberfrohna**

Marktmeister: **Lutz Brause**

Internet: **www.grotzsch.de**

## Hohenstein-Ernstthal feiert 500-jähriges Stadtjubiläum

Seit 500 Jahren gibt es die Stadt Hohenstein, und 17 Jahre davon organisiert die DMG erfolgreich den Wochenmarkt. Im Rahmen der Feier zum Stadtjubiläum sagten Händler und DMG den Kunden “Danke” für die Treue. Bei den Marktbesuchern gab es viele Kostproben der angebotenen Produkte und einzelne Sonderaktionen. Die Marktgilde stellte ein Glücksrad auf, an dem jeder Besucher kostenlos um einen Warengutschein oder Sachpreise, die von den Händlern zur Verfügung gestellt wurden, drehen konnte.



DMG-Mitarbeiterin Heike Reichel überreicht die “erdrehten” Sachpreise.



# Marktgilde übernimmt Mindener Märkte und baut neuen auf



**Stadt  
Minden**

Vor über 1200 Jahre stand die Stadt einmal ganz im Mittelpunkt der Geschichte, 798 hielt Karl der Große hier eine Reichsversammlung ab. Auch das Marktrecht besitzt die Stadt schon seit 977. Bisher hatte die Weserstadt drei Wochenmärkte an der Martinikirche, die seit Ende Juli von der DMG-Niederlassung in Lübbecke betreut werden.

„Mit der Übernahme kam auch der Wunsch nach einem weiteren Markttag an einem neuen Standort. Wir haben den grünen Markt am Kleinen Domhof mit vielen Selbstvermarktern und regionalen Produkten erfolgreich neu aufgebaut,“

ist Niederlassungsleiter Kay Even stolz auf den Kundenandrang. Die aus städtischer Hand übernommenen Wochenmärkte liegen auf historischen Flächen in der oberen Altstadt zwischen der Schwedenschenke, der Martinikirche und dem alten Arsenal. Gerade der Samstagmarkt ist sehr gut bestückt mit mehr als 30 Händlern, die eine große Sortimentsbreite und -tiefe anbieten. An den beiden anderen Markttagen (Dienstag und Donnerstag) kommen rund 10 bzw. 20 Beschicker auf den Martinikirchhof. Hier ist eine Ergänzung mit einzelnen Sortimenten noch möglich. Durch die örtlichen Gegebenheiten



Der neue grüne Wochenmarkt am Kleinen Domhof hat sich in kurzer Zeit zum Publikumsmagneten entwickelt.  
Bilder: Kay Even

in diesem Bereich der Altstadt — es fehlen vielfach stationäre Einzelhändler mit frischen Artikeln — ist das Wochenmarktangebot ein wesentlicher Bestandteil der Lebensmittel-Nahversorgung. Neu eröffnet wurde der Markttag (Freitag) am neuen Standort, dem „Kleinen Domhof“. Hier ist die Marktzeit auf den Nachmittag gelegt. So kommen auch Berufstätige problemlos in den Genuss eines Wochenmarkteinkaufs.

Mit rund 20 Händlern — von denen sich einige auf regionale Produkte spezialisiert haben, andere den eigenen Anbau vermarkten und welchen, die sich auf besondere

Spezialitäten und Feinkost verstehen — hat dieser grüne Markt ein ganz besonderes Flair und wurde sehr schnell von der Bevölkerung angenommen. Da hörten die Händler von den Kunden schon das eine oder andere Lob, wie „Das ist ja toll, dass es jetzt wieder einen Wochenmarkt in der Innenstadt gibt, wo er hingehört!“ Aber auch leichte Kritik war zu vernehmen „Ein paar Sachen fehlen ja noch“. Wenn die Nachfrage ausreichend groß ist, wird aber auch hier noch ergänzt. Selbst Mindens Dompropst soll gesagt haben, dass Wochenmärkte in der Geschichte immer vor den Kirchen durchgeführt wurden und er (mit Einschränkungen bei Hochzeiten u. ä.) sich darüber freuen würde, wenn der Wochenmarkt wieder in der Nähe des Domes stattfindet.



Freundliche Händler und zufriedene Kunden bestimmen das Bild auf den Mindener Wochenmärkten, hier wird Einkaufen zum Genuss. So auch am Marktstand von Hentschel's Hofladen mit vielen Produkten aus eigenem Anbau.

## Infos:

Marktzeit: **jeden Di, Do, Sa 8.00-13.00 Uhr**  
Händlerzahl: **ca. 10 (Di), ca. 20 (Do), ca. 30 (Sa)**

Platz: **Martinikirchhof**

Marktzeit: **jeden Fr 14.00-18.00 Uhr**  
Händlerzahl: **ca. 20**

Platz: **Kleiner Domhof**

Ort: **32423 Minden**

zuständig: **DMG Lübbecke**

Marktmeister: **Bernd Prawitt (Di+Fr)**

**Hans-Ulrich Malonek (Do)**

**Wolfgang Przyborowski (Sa)**

Internet: **www.minden.de**



## 10 Jahre DMG-Wochenmarkt am NWZ in Frankfurt

Seit 10 Jahren ergänzt der DMG-Wochenmarkt den Einzelhandel des Nordwest Zentrums (NWZ) in Frankfurt. Dieses kleine Jubiläum feierten die Wochenmarkthändler Mitte Juni vier Tage lang mit mittelalterlichem Spektakel, Feuerspuckern, Schwertkämpfern, und die kleinen Gäste bekamen kostenlos ein Airbrush Tattoo. Die 16 Markthändler dankten den Kunden die Treue mit extra Angeboten und hielten allerlei zur Verkostung bereit. Bevor die reifen Erdbeeren aus der Region in den Einkaufskorb kamen, wurde probiert, ob sie auch für selbst gemachte Marmelade geeignet sind. Beim Geflügelhändler "Petersen" bereitete ein Koch am Marktstand "Coq au vin" zu. Alle Geschmackssinne wurden beim Händler mit Thüringer Spezialitäten gefordert, zum Probieren gab es Senfvariationen aus eigener Herstellung von süß bis scharf — und einen guten Tipp, wozu welcher Senf am besten passt. Vor den Augen der Kunden entstanden — aus der Hand von Elisabeth Staab — frisch gebundene wunderschöne Blumensträuße nach Wunsch, und



Die mittelalterlichen Stelzenläufer verteilten "imposant" Handzettel bei den Kunden im Nordwest Zentrum.  
Bild: Jürgen Reichel

es gab herrlich duftende Rosen aus dem nahegelegenen "Rosenparadies" Steinfurt.

„Es war schön, wie die Händler an einem Strang zogen, statt einmal wöchentlich standen alle bis zum

Samstag. Wir haben festgestellt, dass am Samstag der größte Kundenandrang herrschte, hier ist noch ein großes Potenzial für einen weiteren Markttag,“ so Thomas Candidus von der DMG.

## Radio berichtet vom Wetztenberger Markt



Constanze Schleenbecker (Mitte) interviewte auf dem Wetztenberger Wochenmarkt auch die Kunden und legte großen Wert auf "O-Töne" indem sie einfach die Verkaufsgespräche mitschnitt, um etwas vom "Einkaufserlebnis Wochenmarkt" im Radio wiedergeben zu können.  
Bild: Jürgen Reichel

„Der Markt hat ein sehr angenehmes Flair“, findet HR4 Radioreporterin Constanze Schleenbecker, die sich genau diesen Markt für ihre Interviews ausgesucht hat. Schnell findet sie Marktbeteiligte, die gerne Rede und Antwort stehen und stolz auf ihren kleinen Markt sind. Bürgermeister Thomas Brunner lobt die gute Zusammenarbeit mit dem Niederlassungsleiter der DMG, Friedrich Holzauer, der Marktmeisterin vor Ort, Elke Leib, und den Händlern: „Das läuft schon lange sehr gut hier“. Anette Scheld-Lang, Chefin der Landschlachtere Lang, erklärt „Wir kommen gerne auf DMG-Märkte, da können wir uns auf die hervorragende Organisation des Marktes immer verlassen“. Kundin Regina Becker hat sich gerade bei der Landschlachtere fürs Wochenende eingedeckt und bevor sie bei den "Heils" noch frisches Obst und Gemüse holt, lässt sich ihr 15 Monate alter Sohn Marvin das "obligatorische" Stück Fleischwurst schmecken.



# Live-Kochshow auf dem Wochenmarkt wird zum Renner



Anfang des Sommers wurde die EMMA - Marketing für Wochenmärkte GmbH als 100% Tochtergesellschaft der Deutschen Marktgilde eG ins Leben gerufen. "Wir wollten unsere Marketinganstrengungen besser koordinieren und zentral steuern. Dafür haben wir einen Spezialisten gesucht und mit Ralf Piel gefunden. Jetzt werden die einzelnen DMG-Niederlassungen in diesem Bereich unterstützt, und unsere Werbung für den Wochenmarkt ist deutlich professioneller



*Chefkoch Markus Haxter legt großen Wert auf frische und hochwertige Zutaten, wie sie der Wochenmarkt bietet.*  
Bild: Ralf Piel

geworden", so sieht DMG-Vorstandssprecher Prof. Dr. Gerhard Johnson diese positive Entwicklung. EMMA-Geschäftsführer Ralf Piel machte sich sofort an die Arbeit und entwickelte eine "mobile" Kochshow, die live auf jedem Wochenmarkt zeigt, was man so alles aus den frischen Waren der Markthändler zaubern kann. Am 18. Juni war die "Generalprobe" auf dem DMG-Markt in Hückelhoven, einen Tag später folgte sofort Monheim. In Bonn ging es am 10. Juni weiter, und vom 18.-20. August wurden die Sachsen in Flöha, Hainichen und Limbach-Oberfrohna verwöhnt.



*Ute Endlein vom EMMA-Team verteilte auch in Flöha hunderte Proberportionen an hungrige Marktkunden.*  
Bild: Brigitte Weigel

Wunstorf in Niedersachsen stand am 27. August und Minden in Nordrhein Westfalen am 28. August auf dem Programm.

Für den guten Geschmack beim EMMA-Kochevent sorgt Euro-Toques Sternekoch Markus Haxter, und für den guten Ton ist Moderator Harry Flint verantwortlich. Mit seinem mobilen Mikrofon wandert er (oft den Koch im Schlepptau) immer wieder über den Markt, von Händler zu Händler, stellt diesen und seine Produkte vor. Chefkoch Haxter holt sich — ganz frisch — die Zutaten für seine Gerichte und erklärt den Kunden, worauf sie beim Einkaufen achten sollten und wie man gute Qualität beim Händler erkennt.

Von Anfang an sorgte diese Aktion für viel Leben auf den Märkten und besonders neue Kunden begannen sich — von dem Kochevent motiviert — für die frische Warevielfalt auf den Wochenmärkten zu interessieren. Die Deutsche Marktgilde eG hat mit diesen Werbeaktionen den ohnehin hohen Stellenwert des traditionellen Einkaufserlebnisses noch steigern können und vor allem den Bekanntheitsgrad der Märkte in der Bevölkerung, an jedem einzelnen Standort, deutlich erhöht. Die Kunden konnten viele Anregungen mit nach Hause nehmen, einige fragten sogar "wann kommt ihr mal wieder auf unseren schönen Markt?"



*Moderator Harry Flint mit einer ganz jungen Wochenmarktkundin auf Einkaufstour in Monheim.*  
Bild: Ralf Piel

# 25 Jahre DMG

— ein Rückblick der Gründungsmitglieder Prof. Dr. Gerhard Johnson und Berthold Stahl

*Das war keine leichte Geburt — im Sommer 1985! Schon wenn man mehr als einen Markthändler "unter einen Hut" bringen will, ist das nicht gerade einfach. Und wenn dann noch die Formalitäten der Rechtsform "Eingetragene Genossenschaft" dazu kommen, sicher so mit das Komplizierteste, was es im deutschen Gesellschaftsrecht gibt, dann potenzieren sich die vielen kleinen Hürden schnell zu einer wahren Herkulesaufgabe.*

## **so fing alles an**

Im sogenannten "Dreiländereck" von Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und Hessen gab es einige Markthändler, die sich nicht länger mit ihrem Schicksal als Einzelkämpfer abfinden wollten. Sie waren zum Teil schon seit Jahren in verschiedenen Funktionen in Berufsverbänden engagiert. Was ihnen fehlte, waren — zusätzlich zur politischen Interessensvertretung — aber ganz konkrete Hilfestellungen organisatorischer Art. Ein (guter) Markthändler hat zwar sein eigenes Geschäft im Griff, damit ist seine persönliche Arbeitszeit und —kraft aber i. d. R. voll ausgeschöpft. Denn wohl kein Wirtschaftsbereich ist so stark durch Kleinstunternehmen bzw. sogar Einmannunternehmen geprägt wie der mobile Handel. Man denke in dem Zusammenhang nur an das Sterben der (stationären) "Tante-Emma-Läden". Wenn man so will, ist ein Markthändler nichts anderes als ein kleiner mobiler Tante-Emma-Laden.

## **REWE – EDEKA – SPAR – Coop – Konsum – MIGROS – DMG?**

"Einer für alle — Alle für einen", so lautet ein Buchtitel (der übrigens auch in unserem Gründungsjahr 1985 erschienen ist) über Friedrich Wilhelm Raiffeisen, einen der Gründer der Genossenschaftsbewegung in Deutschland. Er bringt kurz und knapp die Hoffnung bzw. Erwartung der Gründer der DMG zum Ausdruck. Bekannte Einkaufsgenossenschaften und sonstige "Kooperativen" auf der Basis des genossenschaftlichen Solidaritätsprinzips, gerade auch aus dem Einzelhandelsbereich, standen dabei gedanklich Pate.

## **Geburtshelfer**

Berthold Stahl und Gerhard Johnson, der eine Steuerberater, der andere als Diplomkaufmann Unternehmensberater, kannten einige engagierte Markthändler aus ihren jeweiligen beruflichen Aktivitäten. Sie tauschten sich über ihre persönlichen Erfahrungen und Ideen aus solchen Kontakten aus. Aus einem nebulösen Gemisch aus Entwicklungstendenzen der ganzen Branche, einzelnen Beratungsprojekten, Problemanalysen und stundenlangen Diskussionen mit Markthändlern ging dann der "Urknall" der Genossenschaftsgründung hervor.

Zur Gründungsversammlung der neuen Genossenschaft wurde nach Siegen eingeladen. Aufgrund formaler Fehler (die vom Genossenschafts-Prüfungsverband aufgedeckt wurden) musste das Ganze zwar später noch einmal wiederholt werden — die Eckpfeiler wurden aber gesetzt. Das neue Unternehmen sollte so etwas wie ein "organisatorisches Rückgrat" für die Genossen werden, angefangen von einfachen Büroleistungen (die telefonische Erreichbarkeit war damals — in der weitestgehend handylosen Zeit — noch nicht so einfach wie heute) über Werbemaßnahmen für die Marktplätze bis hin zur Ordnung auf dem Markt (durch neutrale Marktmeister) oder zur Suche nach neuen Marktplätzen und entsprechenden Verhandlungen mit den Kommunen.

## **Entwicklung**

Schon nach wenigen Monaten konnten aufgrund der zahlreichen guten persönlichen Kontakte ihrer Gründungsmitglieder die ersten Wochenmärkte aus der Hand von Kommunen übernommen oder ganz neu gegründet werden. Die Standorte Langenselbold und Hennef, die auch heute noch von der — seit kurzem "Deutsche Marktgilde eG" firmierenden — Genossenschaft veranstaltet werden, stammen z. B. aus dieser ganz frühen Phase. Sie sind damit Beleg dafür, dass Kontinuität und zuverlässige Kooperation nicht nur zur Seite der Markthändler, sondern auch in Richtung der Kommunen wichtige Leitlinien des

Handelns sind und erfolgreich praktiziert werden. Einen wesentlichen Aufschwung nahm das Unternehmen mit der Öffnung der Grenzen zur ehemaligen DDR, denn die mobilen Händler waren so mit die ersten und schnellsten, die die Chancen genutzt haben, die sich damals eröffneten.

## **DMG wurde zum Marktführer**

Natürlich gab es auch immer wieder Rückschläge, Höhen und Tiefen in unserer 25-jährigen Firmengeschichte. Einzelne Genossen, die ihre ganz persönlichen Geschäftsinteressen vom Vorstand nicht ausreichend berücksichtigt sahen (weil z. B. ein weiterer Händler zu einem Markt zugelassen wurde, der dasselbe Sortiment hatte), kehrten der Genossenschaft den Rücken. Oder andere Veranstalter setzten sich in das "gemachte Nest", nachdem die DMG einen Wochenmarkt mühsam aufgebaut hatte. Lange Zeit hatten wir gegen das ungerechtfertigte Vorurteil anzukämpfen, dass wir Abzocker seien und uns eigentlich nur hohe Standgelder interessierten. Heute können wir aber sagen, dass die Deutsche Marktgilde sich ihren Namen zu Recht erarbeitet hat und mit über 110 Standorten bundesweit Marktführer als genossenschaftlicher Wochenmarktveranstalter ist. Es gibt zahlreiche Zusatz- und Serviceleistungen rund um den Wochenmarkt für alle Beteiligten, die so nur die Marktgilde anbietet.

## **DMG-Mitarbeiter bilden sich fort**

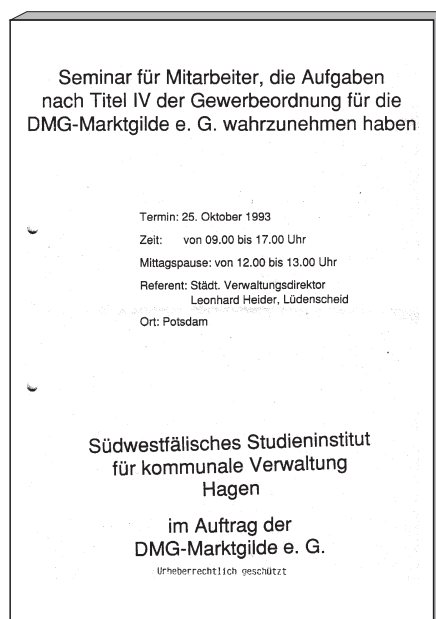
Eines der herausragenden Alleinstellungsmerkmale ist sicherlich das regelmäßig stattfindende "Marktmeistertreffen". Aus dem Verbands- oder Verwaltungsbereich sind zwar vereinzelte Initiativen bekannt, wo Marktverantwortliche aus den Kommunen sporadisch zu kurzen Informationsveranstaltungen zusammenkommen. Eine systematische, umfassende und langfristig angelegte Schulung oder Weiterbildung über Marktleitung findet dort aber nicht statt. Ein Vorteil der DMG bei ihren Tagungen ist natürlich inzwischen auch diesbezüglich der reiche Erfahrungsschatz aus 25 Jahren sowie die Größe und Vielfalt



## DMG-Mitarbeiter werden beim Treffen in Berlin geschult

der unterschiedlichen Bedingungen auf den vielen von ihr betriebenen Wochenmärkten. Ein reger Erfahrungsaustausch ist hierdurch immer sichergestellt.

**Jubiläum wird in Berlin gefeiert**  
Aus dem Anlass des 25-jährigen Bestehens findet das diesjährige Marktmeistertreffen — den inzwischen bundesweiten Aktivitäten an den 113 Standorten angemessen — in der Hauptstadt Berlin statt. Fast schließt sich damit auch ein Kreis, der mit dem ersten Treffen dieser Art am 24. und 25. Oktober 1993 begonnen wurde — nämlich in Potsdam, also nur wenige Kilometer vor den Toren der Hauptstadt. Während man sich damals die erforderliche fachliche Kompetenz noch durch die Zusammenarbeit mit dem "Südwestfälischen Studien-



So sah die Teilnehmermappe 1993 aus.

institut für kommunale Verwaltung" eingekauft hat, können heute viele Teilbereiche der Veranstaltung von Wochenmärkten sehr kompetent durch interne Spezialisten abgedeckt werden. So werden auch in diesem Jahr wieder die Berichte der Niederlassungsleiter und einzelner Marktmeister darüber im Mittelpunkt stehen, wie Probleme auf dem Wochenmarkt vor Ort gelöst werden können — und wie sie konkret gelöst worden sind. Zusätzlich werden natürlich Neuerungen in den Rahmenbedingungen (Stichwort z. B. "Informationspflichten") oder aus der internen Verwaltungsarbeit vorgestellt und in ihrer Bedeutung für die tägliche Arbeit erläutert. Aber diesmal soll nicht nur gearbeitet werden: Die ersten 25 Jahre der DMG sollen in Berlin auch ein wenig gefeiert werden.

stärker gefragt. Es hat auch schon Anfragen von Kunden auf Märkten, die nicht von der DMG betreut werden, gegeben. Hier konnten die netten Damen und Herren der Hotline nur auf den richtigen Marktbetreiber verweisen. Dies zeigt aber, wie wichtig ein direkter Ansprechpartner ist. Regelmäßig werden — von Händlern wie Kunden — Fragen nach dem Infoportal gestellt, selbst Kommunen interessieren sich für diese innovative Lösung der DMG.

"Die ersten Erfahrungen mit dem Infoportal-Markthandel zeigen uns, wie wichtig es ist, dass jeder Händler sich im Infoportal einträgt, neben dem besseren Service für die Kunden vor allem auch zu seiner eigenen Sicherheit. So kann er auf einfache und kostenlose Weise die neuen gesetzlichen Verpflichtungen erfüllen", sieht Friedrich Holzauer vom DMG-Hauptsitz in Eschenburg den Vorteil der Internetlösung.

## www.infoportal-markthandel.de und Hotline sind begehrt

Pünktlich mit Inkrafttreten der neuen "Dienstleistungs-Informationspflichten-Verordnung" (DL-InfoV) am 17. Mai hat die Deutsche Marktgilde als neue Serviceleistung ein "Infoportal-Markthandel" im Internet gestartet. Dort können sich Wochenmarkthändler kostenlos eintragen, um den Anforderungen dieser Verordnung zu genügen. Ebenfalls kostenlos sind dazu auch Händler-schilder an alle Markthändler auf den DMG-Wochenmärkten ausgegeben worden, die einen Hinweis auf das Infoportal und die kostenlose Hotline für Marktkunden enthalten. "Damit hebt sich die DMG beim Service rund um den Wochenmarkt einmal mehr deutlich von anderen Veranstaltern ab. Die systematische Arbeit, die wir in diese Projekte gesteckt haben, zahlt sich jetzt so langsam aus", findet DMG-Vorstandssprecher Prof. Dr. Gerhard Johnson.

Die DMG-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die diese neue Hotline betreuen, erfahren jetzt Tag für Tag aus erster Hand, was die Kunden auf den Märkten beschäftigt. "Anfangs kamen nur wenige Anrufe,



Kerstin Arhelger ist eine der netten Stimmen von der DMG-Hotline.  
Bild: Jürgen Reichel

nach den großen Ferien nimmt die Zahl aber deutlich zu", sagt Kerstin Arhelger, die neben anderen zu normalen Bürozeiten Ansprechpartnerin ist. "Sollte es irgendwelche Probleme bei den Kunden geben, so leiten wir diese sofort an die zuständige Niederlassung weiter, die zusammen mit den Marktmeistern vor Ort für Klärung sorgen". Aber auch kleinere "Serviceleistungen" sind gefragt: Eine Anruferin hat einmal gezielt nach der Telefonnummer eines Händlers gefragt, um sich zu erkundigen, wie sie die

gekauften Kartoffeln am besten lagern soll. "Wir fahren jetzt in den Urlaub, so kann ich ihn nächste Woche auf dem Markt nicht mehr fragen und dann kann ich telefonisch auch schon die Kartoffeln zur Einkellerung vorbestellen". Dieser Händler hatte sich im Infoportal-Markthandel

eingetragen, dadurch war die gewünschte Nummer schnell gefunden und die Kundin war sehr zufrieden mit der Auskunft. Auch bei der Nachfrage einer Kundin nach einem Messerschleifer — der i. d. R. nur in größeren Zeitabständen auf ein und demselben Marktplatz steht — konnte mit der zuständigen Niederlassung in der unmittelbaren Umgebung ein anderer DMG-Markt benannt werden, wo sie ihre Scheren schärfen lassen konnte. Zum Wochenende hin — wenn es mehr Märkte gibt — ist die Hotline

### Impressum

#### Herausgeber:

Deutsche Marktgilde eG  
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:

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

Verteilte Auflage: **13.500**

Redaktionsschluss für die nächste Ausgabe:  
**15. November 2010**

"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 Deutschen Marktgilde eG, 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**