

Der Wochenmarkt

Die Deutsche Marktgilde eG kooperiert mit:

EMMA

Marketing für Wochenmärkte

Institut zur Erforschung
und Förderung des
mobilen Handels GmbH



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

Marktforschung: S. 2
Kunden und Händler in
Staßfurt befragt S. 3

Praktische Kalender: S. 3
Wochenmarkttermine des
ganzen Jahres im Blick

Junge Existenzgründerin: S. 4
Eine gute Idee
erfolgreich umgesetzt

Sonderaktionen: S. 5
Attraktive Werbung
für den Wochenmarkt

Regionaltreffen: S. 6
Neues Konzept für Markt-
leiterweiterbildung

"König Kunde": S. 6
Neues Wochenmarkt-Projekt
wird vorbereitet

Hilfreiche Tipps: S. 7
So wird der Marktstand
zum Kundenmagneten S. 8



Die Marktleiterinnen und Marktleiter der Deutschen Marktgilde werden jetzt regional in kleinen Gruppen weitergebildet.
Bild: Kendra Johnson

Liebe Leser,

der Aufreger in den ersten Wochen des neuen Jahres — auch auf unseren Märkten — ist ja wohl der neue gesetzliche Mindestlohn! Was uns als Veranstalter und jedem einzelnen Händler da zusätzlich an Bürokratieaufwand aufgebürdet wird, ist kaum zu verkraften. Ganz zu schweigen von den wirtschaftlichen Auswirkungen: Erste Händler haben sich schon mit dem Hinweis auf die neuen Vorschriften abgemeldet. Sie können den Mindestlohn einer Arbeitszeit, die für ihre Angestellten über Bestückung des Verkaufsfahrzeuges, Anfahrt, Aufbau, Verkaufszeit, Abbau, Rückfahrt, Ausladen, evtl. Reinigung des Verkaufsfahrzeuges usw. gerechnet wird, nicht erwirtschaften. Allein von unseren Standorten wissen wir, dass schon diverse Arbeitsplätze verloren gegangen sind.

Als Konsequenz werden erste Rufe laut, die Marktzeiten zu kürzen, damit man sich die Beschickung noch leisten kann.

Das bedeutet natürlich automatisch, dass uns wertvolle Händler verloren gehen. Ob die so entstehenden Lücken im Angebot wieder gefüllt

und die Attraktivität eines Marktes gehalten werden können, erscheint fraglich.

Große Unternehmen mit ihren Verwaltungsabteilungen und Spezialisten im Bereich Arbeits(zeit)-recht werden mit den neuen rechtlichen Rahmenbedingungen besser klarkommen als der kleine Handwerker oder Einzelhändler. Ob sich "flexible" Arbeitszeitmodelle wie "Job-Sharing", "Job-Splitting", "KAPOVAZ" (Kapazitätsorientierte Variable Arbeitszeit), "gesplittete" Dienste, "Rufbereitschaft" oder "Bereitschaftsdienste" trotzdem bald auch "notgedrungen" auf unseren Märkten wiederfinden? Und sind die — wenn sie denn realisiert werden — "besser" im Sinne derjenigen, für die das neue Gesetz gedacht ist? Bleibt eigentlich nur die Hoffnung, dass das Bürokratiemonster noch gezähmt wird, z. B. in Sachen Dokumentationspflichten für Minijobber, die im Marktbetrieb besonders häufig zu finden sind. Erste Anzeichen der Einsicht in diese Notwendigkeit gibt es im politischen Raum immerhin.

Ihr Dr. Gerhard Johnson

Junge Existenzgründerin bietet regionale Wildspezialitäten



Rauchige Hirsch-Landjäger, zarten Wildschweinschinken und feine Trüffel-Wildschweinpastete. Diese und weitere leckere Wildspezialitäten bietet

Waidwerk seit August 2014 auf verschiedenen Wochenmärkten im Taunus an. "Ich habe mich ganz bewusst gegen ein Ladengeschäft und damit für den Wochenmarkt entschieden. Da bin ich flexibler und habe einen viel größeren Kundenkreis", erklärt die sympathische Jungunternehmerin. Neben dem Markthandel hat sie sich noch einen Online-Shop (www.waidwerk-shop.de) als Ergänzung aufgebaut.



Bei Eva Schiendzielorz gibt es zum netten Lächeln auch immer etwas Leckeres zum Probieren.

Dort sind auch immer ganz aktuell alle Wochenmärkte, die sie beschickt, zu finden. "Manche Kunden sind über meine Homepage auf mich aufmerksam geworden und haben dann zur Abholung auf dem Wochenmarkt vorbestellt," freut sie sich über die gelungene Kombination von Markt- und Online-Handel.

Eva Schiendzielorz aus Heidenrod bei Wiesbaden setzt auf Regionalität und den Fleisch-Genuss mit gutem Gewissen. Das angebotene Wild stammt aus Taunus-Wäldern und ist garantiert freilaufend aufgewachsen. Gatterwild oder importiertes Wildfleisch ist für sie ein Tabu! Die 33-jährige Jungunternehmerin ist diplomierte Produktdesignerin und war bis Anfang 2014 im Bereich der Medizinprodukte-Entwicklung



Die Liebe zum Detail und Sortiment zeigt der selbst gestaltete Verkaufshänger auf den ersten Blick.
Bilder: Eva Schiendzielorz Waidwerk

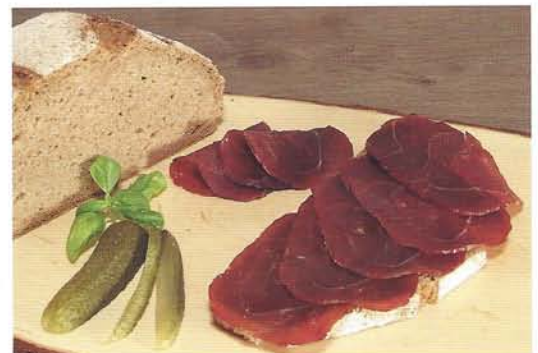
tätig, gab diesen sicheren Job aber auf, um etwas Eigenes zu schaffen. Den Wunsch nach Selbsterfüllung und die Verbundenheit zur Natur brachten sie zu dieser Entscheidung. Die Gestaltung von Logo, Verkaufswagen, Online-Shop und Produktverpackung stammen aus ihrer eigenen Feder und spiegeln die Leidenschaft wider, mit der das Jungunternehmen geführt wird.

Das frische, vakuumierte Wildfleisch wird im Taunus von Jägern aus ihrer Familie (Vater und Partner) sowie Waidmanns-Kollegen erlegt. Das besondere an Wild von Waidwerk ist, dass der Kunde zu Hause nichts mehr nacharbeiten muss, sondern sofort anfangen kann zu kochen. Einwandfrei geputztes Fleisch von Wild, das so aufgewachsen ist, wie die Natur es vorgesehen hat: in der freien Wildbahn. Das hebt Waidwerk positiv von vielen anderen Wildfleisch-Anbietern ab. Vorbestellungen und spezielle Kundenwünsche werden ebenso gerne entgegen genommen und zeitnah erfüllt.

Die feinen Wildspezialitäten, wie Wildschweinpastete, Wildleberwurst, oder Hubertusgriebenschmalz uvm. stammen von der "Wild & Wurst Manufaktur" in Berghausen bei Würzburg. Der Metzger ist selbst passionierter Jäger und wurde nach langer, gewissenhafter Suche als Stammlieferant für diese Produktlinie ausgewählt.

Wildschweinbratwürste, Hirsch-Salami und weitere "wilde Hausmannswurst" stammen von der "Metzgerei Bach" aus dem nahen Assmannshausen am Rhein. Die langjährig familiär geführte Metzgerei produziert exklusiv für Waidwerk Wild-Wurst. An neuen "wilden" Produktideen wird ständig getüftelt — im kommenden Sommer dürfen sich die Kunden, nach ausgiebigem Selbstprobieren, auf ganz besonders leckere Grillvariationen freuen.

Innerhalb des ersten halben Jahres seit Unternehmensstart konnte sich die "Nachwuchshändlerin" bereits eine treue Stammkundschaft auf dem Marktgilde-Wochenmarkt in Taunusstein-Hahn und auf weiteren Märkten in der Umgebung aufbauen. Zusätzliche Standorte sollen noch folgen. Die konsequent hohe Qualität sowie individuelle Tipps zur Wildbret-Zubereitung sind selbstverständlich bei Waidwerk und die Grundlage für den Erfolg.



Wildschweinschinken auf frischem Brot — ein kulinarisches Highlight.