



Gerd Blockhaus (von links), Britta Marbs und Hermann Meier auf dem Harburger Wochenmarkt.

Foto: fk

Qualitätsoffensive für den Wochenmarkt

FORTBILDUNG Händlern wird auf die Finger geschaut, danach gibt's Manöverkritik

Von Florian Kleist

Harburg. „Wir wollen zeigen, dass nicht nur jeder einzelne Händler für sich gut ist“, sagt Gerd Blockhaus, Obmann des Harburger Wochenmarkts: „Der Markt als Ganzes hat Qualität und ist wichtig für Harburg.“ Um dieses Position zu unterstreichen, hat sich die Mehrheit der Marktbesucher auf dem Sand jetzt an einem hamburgweit einmaligen Pilotprojekt beteiligt.

Das Projekt der Schulungsabteilung des Hamburger Einzelhandelsverbands wird gefördert von der Europäischen Union und der Hamburger Wirtschaftsbehörde. Nur dadurch sei es möglich, dass die Qualifizierungen in einer Form und zu Preisen angeboten werden, die sich auch die Marktbesucher leisten können: „Ein normaler Unternehmensberater fängt bei 1200 Euro am Tag an“, so Hermann Meier vom Verein zur Förderung des Einzelhandels.

Die Seminare, die jetzt angeboten werden, haben Titel wie „Aktives Verkaufen ist wie Backen mit Rezept“, „Körpersprache“ und „Meine Rolle als Chef“. Eine der wichtigsten

Aspekte ist aber das „Coaching direkt am Marktstand“, so Meier. Das Prinzip: Schulungs-Mitarbeiter des Verbands begleiten einzelne Händler direkt bei der Arbeit und schauen ihnen durchaus kritisch auf die Finger.

„Viele Dinge schleifen sich ein“, so Blockhaus, der mit seinem Fischstand an der Treppe zum ehemaligen Blumenmarkt steht, und Fleischermeister Bernhard Lesser ergänzt: „Man wird manchmal betriebsblind.“ Der „Coach“ habe Blockhaus zum Beispiel darauf hingewiesen, dass er gelegentlich mit der Wand redet: „Das fällt einem gar nicht mehr auf“, so der Fischhändler, der seit 36 Jahren an sechs

Tagen in der Woche auf dem Harburger Markt steht: „Wenn ich das Wechselgeld raussuche, mich umdrehe und dann noch eine Nachfrage habe, habe ich diese der Rückwand meines Wagens gestellt.“ Auch hätten die Schulungsmitarbeiter bemerkt, dass manche Kunden am Stand sind, zwar freundlich lächeln. Wenn sie sich aber unbeobachtet wähnen, ist das Lächeln weg: „All das kriegen die Kunden natürlich mit.“

Das Konzept sieht vor, dass jeder Marktbesucher an sich und der Präsentation seines Angebots arbeitet, damit das Bild des Marktes als Ganzes verbessert wird. Denn, so

Meier: „Einzelhandelsvielfalt schafft Lebensqualität.“ Und das nicht nur für die Marktbesucher und die Kunden, sondern auch für den Einzelhandel drumherum: „Dort, wo ein Wochenmarkt ist, bleiben auch die kleinen inhabergeführten Geschäfte erhalten.“ Lesser ergänzt: „Sehen Sie sich doch einmal um: Hier in der Umgebung vom Sand gibt es keinen Leerstand.“ Und ihre Bemühungen um eine stabile Zukunft all dieser Strukturen bekommen die Besucher des Harburgs Sands in der kommenden Woche auch schriftlich: mit einer Urkunde für die erfolgreiche Teilnahme an dem Projekt „Qualifizierung von Marktbesuchern.“

► Von Apfel bis Zwiebel

Von A wie Apfel bis Z wie Zwiebel reicht das Sortiment auf dem Harburger Wochenmarkt, der täglich außer sonntags von 8 bis 13 Uhr geöffnet ist. An den rund 50 Ständen der Marktbesucher gibt es außer Obst und Gemüse auch

- Backwaren
- Blumen und Pflanzen
- Fisch

- Fleisch und Wurst
- Imbiss
- Käse und Salate
- Gewürze
- Süßwaren
- Spezialitäten
- Zubehör für Technik und Haushalt
- Textilien

Einen Überblick gibt es auch im Internet unter www.wochenmarkt-harburg.de

STANDPUNKT

Kunden werden komplizierter

Von Corinna Panek

Der Harburger Wochenmarkt kann mit vielen Pfunden wuchern – der langen Tradition, den täglichen Öffnungszeiten, dem breiten Sortiment an Produkten aus der Region.

Doch es wäre fahrlässig, sich auf diesen Lorbeeren auszuruhen, denn die Kunden von heute werden immer komplizierter. Da sind die einen, die genau wissen möchten, wo ihr Schnitzel herkommt. Und da sind die anderen, die von Haus aus nicht mehr Kochen gelernt haben, es aber gern versuchen möchten. Oder umgekehrt: Es werden ausgefallene Zutaten gewünscht – was, wenn der

Händler diese nicht einmal kennt? Mit der Projektteilnahme zeigen die Marktleute Bereitschaft, es jeden Tag ein bisschen besser zu machen. Damit wirbt übrigens auch eine Lebensmittelkette – aber, was die können, können Harburgs Marktleute doch schon lange!