



## **Die Markthallen für Lebensmittel**

**Osthoff, Georg**

**Leipzig, 1894**

b) Marktzeit und Marktplätze.

---

[urn:nbn:de:hbz:466:1-77864](https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:hbz:466:1-77864)

werden dürfen, sich vielmehr als unumstössliche Wahrheiten, volkswirtschaftliche Anschauungen und Forschungen darstellen.

### a) Freiheit des Marktverkehrs.

Das Wesen eines jeden Marktes bedingt notwendigerweise eine freie Bewegung auf den Märkten, soweit es nur immer die Aufrechterhaltung der Ordnung und sonstige Verhältnisse zulassen, und diese Freiheit bildet die erste und sicherste Grundlage des Bestehens und des Gedeihens eines Marktes.

Diese Freiheit ist notwendig, um wahre und richtige Marktpreise zu erzielen, also Preise, welche sich nach der Menge der vorhandenen Ware und nach der Zahl der Käufer in natürlicher Weise regeln.

Wird der Käufer gezwungen, zu einem Preise zu kaufen, den ihm der Verkäufer willkürlich bestimmt, oder der Verkäufer nur zu einem festgesetzten Preise zu verkaufen, so kann nicht mehr von einem Marktpreise, sondern nur von einem Monopolpreise die Rede sein, der bald Käufer und Verkäufer von dem Markte verjagen muss. Ein solcher Zwang braucht aber auch nicht immer in direkter und in so auffälliger Weise ausgeübt zu werden; es können durch Massregeln der Regierung oder der Verwaltung Hindernisse für den Käufer oder Verkäufer bereitet werden, welche auf den Marktverkehr einen ebenso nachteiligen Einfluss haben müssen. Es können Anordnungen getroffen werden, welche den Verkäufer vom Markte verscheuchen, das Angebot verringern, also die Preise erhöhen. Es können hohe Abgaben auf den Marktverkehr gelegt werden, welche nicht minder auf eine Erhöhung der Preise wirken.

Der freie Handel, der freie Verkehr auf den Märkten ist und wird immer dasjenige sein, was die Marktpreise am besten und am angemessensten regelt, und es wird jede Verwaltung den besten Weg einschlagen, wenn sie diese Freiheit, die für die Produktion und Konsumtion unentbehrlich ist, so wenig als möglich hemmt und beschränkt.

### b) Markt-Zeit und Markt-Plätze.

Damit der Käufer weiss, dass er Ware auf dem Markt vorfindet, der Verkäufer, dass Käufer sich efinden, ist es

für den Marktverkehr im Allgemeinen notwendig, dass nach Massgabe der Produktion und Konsumtion beiden Teilen Gelegenheit gegeben werde, an bestimmten Tagen die Geschäfte vorzunehmen. Durch ein Zusammenziehen der Marktzeit wird an Kosten und Zeit gespart, abgesehen davon, dass es auch nur hierdurch möglich wird, bestimmte Marktpreise zu erzielen.

Wie schon früher angegeben wurde, genügt in kleinen Städten ein Markttag in der Woche, der bei grösseren auf zwei vermehrt wird, bis endlich in unsern Grossstädten jeder Wochentag zu einem Markttag wird.

Im Interesse des Verkehres wird auch vielfach der offene Markt auf bestimmte Stunden begrenzt werden. Die Markthalle dagegen wird häufig von Morgens früh bis spät Abends geöffnet sein, obgleich sich auch hier oftmals eine Beschränkung dieser Zeit dadurch, dass für einige Nachmittagsstunden, etwa von 1 bis 5 Uhr die Halle geschlossen ist (wie in Berlin), als wünschenswert sich herausgestellt hat, um den Verkäufern Zeit zu lassen, ihre Vorräte zu vervollständigen und andere Geschäfte zu besorgen.

Ferner ist es notwendig, dass den Märkten bestimmte Plätze in der Stadt zu ihrem Verkehre angewiesen werden, damit Käufer und Verkäufer sich zu finden wissen.

Der Bau von Markthallen macht auch hierin weitere Anordnungen überflüssig und erheischt nur bei der ersten Anlage Vorsicht in der Auswahl der Bauplätze, um auch den Bau mit dem Bedürfnisse in Übereinstimmung zu bringen.

### c) Polizeiliche Aufsicht.

Überall wo Märkte und Markthallen bestehen, wird es für notwendig gehalten, für polizeiliche Aufsicht Sorge zu tragen, und es wird eine solche nach drei Richtungen hin eine Thätigkeit im Interesse des Marktverkehrs zu entwickeln haben. Eine Kontrolle über richtiges Mass und Gewicht ist unentbehrlich, um das Publikum vor Betrügereien zu schützen und den ländlichen Verkäufer gegen ungerechtfertigte Forderungen der städtischen Käufer sicher zu stellen. Sodann muss auch das Publikum gegen Ankauf von Waren, welche der Gesundheit schädlich sind, gesichert sein. Eine solche Kontrolle befördert den Verkauf, weil das Publikum