Pop-Up-Store Hans-Sachs-Gasse 9

Sachverhaltsdarstellung:

Im März 2023 hat die Wirtschaftsförderung Nürnberg ein Ladenlokal in der Hans-Sachs-Gasse 9 angemietet, um Erprobungsmöglichkeiten in der Innenstadt zu schaffen. Mit diesem Pop-Up-Store stehen 80 m² Ladenfläche und ein Keller zu günstigen Konditionen zur Verfügung.

Die Wirtschaftsförderung Nürnberg vermietet diesen Laden für einen Zeitraum von ein bis zwei Monaten an Unternehmen und Startups unter. Diese erhalten durch den Pop-Up-Store die Chance, ihre Produkte und Dienstleistungen in Innenstadtlage zu präsentieren. Mit seinem wechselnden Sortiment trägt der Pop-Up-Store gleichzeitig zur Attraktivitätssteigerung der Nürnberger Innenstadt bei.

Als Zielgruppe für die Akquise von Mieterinnen und Mietern wurde definiert:

- Herstellerinnen und Hersteller, die ihre Produkte regional fertigen,
- Künstlerinnen und Künstler,
- Startups,
- Kreativschaffende mit innovativen Ideen und
- Händlerinnen und Händler mit nachhaltigen Geschäftsmodellen

  aus Stadt und Metropolregion Nürnberg.

Bei der Auswahl der Mieterinnen und Mieter waren folgende Kriterien handlungsleitend:

- Bereitschaft, die Ladenfläche unter den im Rahmen der Förderung festgelegten Bedingungen anzumieten,
- Öffnung des Pop-Up-Stores an mindestens vier Werktagen,
- attraktives Sortiment oder Dienstleistunsangebot, das in die Nürnberger Innenstadt passt,
- durchdachtes Ladenkonzept,
- innovatives Geschäftsmodell und/oder beispielgebende Kooperation.

Bei der Auswahl der verschiedenen Schaufensterausstellungen durch Kunst- und Kulturschaffende arbeitet die Wirtschaftsförderung Nürnberg zudem eng mit dem Projekt Raumkompass des Amtes für Kultur und Freizeit zusammen.

Angesprochen und akquiriert werden diese Zielgruppen unter anderem über die Social Media-Kanäle der Wirtschaftsförderung Nürnberg, die Website der Nürnberger City Werkstatt, über Pressemitteilungen, aber auch mit Unterstützung von Partnerinnen und Partnern sowie Multiplikatoren wie Industrie und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken, Handwerkskammer für Mittelfranken, Netzwerk der Digitalwirtschaft, Berufsverband professionell arbeitender Bildender Künstlerinnen und Künstler in Nürnberg und Mittelfranken (BBK Nürnberg), Nürnberg Digital Festival, Bayerisches Zentrum für Kultur und Kreativwirtschaft (Bayern Kreativ), Bayerisches Startup-Netzwerk (BayStartup) sowie den Nürnberger Gründerzentren.

Der Pop-Up-Store ist ein Projekt der Nürnberger City Werkstatt, einer gemeinsamen Initiative des Wirtschafts- und Wissenschaftsreferats und der Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken und wird aus dem Sonderfonds „Innenstädte beleben“ des Bayerischen Staatsministeriums für Wohnen, Bau und Verkehr mit 40.000 Euro gefördert. Die Förderrichtlinien sehen vor, dass das Ladenlokal zu 70 % der letzten Kaltmiete angemietet

und mindestens zu 20 % der letzten Kaltmiete weitervermietet werden kann. Mit diesen Konditionen vermietet auch die Wirtschaftsförderung das Ladenlokal unter. Das bedeutet eine monatlich günstige Miete von 320 Euro zzgl. Nebenkosten. Fördermittel stehen bis Juni 2024 zur Verfügung.

In den letzten Monaten präsentierten insgesamt 13 Händlerinnen und Händler Waren aus den Sortimenten Mode, Schmuck, Wohn- und Modeaccessoires, Design-Souvenirs, Taschen und Keramik. Flankiert wurde das Warenangebot durch fünf verschiedene Ausstellungen von Künstlerinnen und Künstlern in den Monaten März bis Juli.

Anmietungen im Pop-Up-Store im 2023

Monat	**Mieterinnen und Mieter**	**Produkt**
März & April	Einzelunternehmerin Marion Hammer	Fotografie
	Einzelunternehmerin Esther Bortuyik	Gemälde
Mai	Soli Sale Nürnberg	Fotokunst
	Einzelunternehmer Thomas Besenbeck	Kupferkunst
Juni & Juli	Mietergemeinschaft aus zwei Einzelunternehmerinnen (Design im Raum und Diva Dessous)	Porzellan, Wäsche, Strümpfe
	Einzelunternehmerin Sonja Gröschner	Taschenkunst
September	Mit Ecken und Kanten	Kleidung, Taschen, Kosmetik
Oktober	Mietergemeinschaft aus fünf Einzelunternehmerinnen (knitWEAR, Sandra Vollbrecht, Ina Blume, Ulrike Pöschko, Anja Weingandt)	Schmuck, Kleidung, Accessoires
November & Dezember	Mietergemeinschaft aus fünf Einzelunternehmerinnen (Miss Cooper's Lounge, Tasche.Rock.etc., Petra Stoll, Heidi Wolf, Yvonne Waldhäuser)	Souvenirs, Schals, Taschen, Kleidung, Schmuck

Zwei Beispiele zeigen exemplarisch die Erfahrungen auf.

Mit Ecken und Kanten: Im September wurde der Laden an das Nürnberger Unternehmen „Mit Ecken und Kanten" vermietet, Deutschlands erster Unperfektshop® für nachhaltige Marken mit B- und C-Produkten. Das Sortiment der unperfekten Produkte reicht von fairer Kleidung und Taschen über Naturkosmetik bis hin zu umweltfreundlichen Produkten für Bad, Küche und Wohnzimmer. Aufzuzeigen, dass Unperfektheit nichts Schlechtes ist, und dass B- und C-Produkte noch einen Wert und eine zweite Chance verdient haben, gehört zum nachhaltigen Konzept des Unternehmens. Für den Betreiber des Ladens war der Pop-Up-Store die perfekte Gelegenheit, auszutesten, ob das Sortiment auch im stationären Handel angenommen wird. Zuvor hat das Unternehmen seine Waren nur online verkauft (die ehemalige Eigentümerin hatte bereits einen Laden in der Südstadt, hat ihn aber nach ein paar Jahren aufgegeben, nach der Übernahme durch den jetzigen Eigentümer wurde zudem das Sortiment geändert).

Die Besucherfrequenz war über den gesamten Mietzeitraum gegeben. Am Eröffnungstag hat sich sogar eine lange Schlange am Einlass gebildet. Erfolgsfaktor hierfür war die Kundenbindung. Mit Ecken und Kanten hat eine große Online-Community (80.000 Follower, 74.000 auf Instagram). Viele Kundinnen und Kunden wollten die Produkte sehen, anfassen und probieren oder haben sie zur Abholung in den Store geordert. Das Thema Nachhaltigkeit liegt bei den Verbrauchern zudem im Trend.

Nach der positiven Kundenresonanz sucht das Unternehmen nun einen Laden in der Nürnberger Innenstadt, den es dauerhaft betreiben kann. Die Wirtschaftsförderung Nürnberg unterstützt bei der Suche.

Concept Store: Fünf Designerinnen haben gemeinsam den Laden im Oktober 2023 angemietet und dort Schmuck, nachhaltige Mode, Wohn- und Modeaccessoires verkauft. Die Mieterinnen fertigen ihre Produkte in Ateliers in Nürnberg. Drei von ihnen haben eine Ateliergemeinschaft in der Kobergerstraße.

Nach einem Monat haben die Mieterinnen ganz unterschiedliche Schlüsse gezogen. Nicht für alle ist ein stationärer Laden in der Innenstadt eine Option. Bei einer kleinen Zielgruppe kommen durchaus auch Märkte als Verkaufskanal in Frage. Alle waren sich jedoch einig, dass die Möglichkeit, den Laden einen Monat lang zu testen, eine sehr gute Möglichkeit war, Erfahrungen zu sammeln, die sie für eine Entscheidung benötigen. Dies betrifft Zielgruppenanalyse, Personalplanung und die Frage der Kopplung von Onlinemarketing und Verkauf in stationärem Laden.

Rolle der Wirtschaftsförderung Nürnberg

Die Wirtschaftsförderung Nürnberg betreibt den Pop-Up-Store Hans-Sachs-Gasse 9. Sie ist für alle Anmietungsprozesse verantwortlich. Hierbei findet eine enge Zusammenarbeit mit dem Liegenschaftsamt statt. Außerdem unterstützt sie die Mieterinnen und Mieter bei der Suche nach weiteren Mietinteressentinnen und Mietinteressenten, um Mietergemeinschaften zu ermöglichen, sowie bei der Bewerbung über die Social Media-Kanäle.

Fazit

Der Förderzeitraum endet im Juni 2024. Der Pop-Up-Store ist bis dahin bereits fast durchgängig vermietet. Es wird deutlich, dass eine hohe Nachfrage nach Präsentationsmöglichkeiten für inhabergeführten Handel, für Startups, für Kreativität und Nachhaltigkeit in der Innenstadt besteht und Menschen aus unterschiedlichsten Geschäftsbereichen dankbar sind, ihre Geschäftsmodelle in der Innenstadt testen zu können. Vielfach schließt sich an die temporäre Anmietung der Wunsch nach einer langfristigen Anmietung von Ladenlokalen an. Die bisherigen Mieterinnen und Mietern sprechen sich dafür aus, weiterhin Pop-Up-Flächen in der Innenstadt vorzuhalten, um jungen, kreativen Marken, Startups oder Designerinnen und Designern die Möglichkeit zu geben, in zentraler Lage ihr Geschäftsmodell im Rahmen eines Experimentierraums zu erproben.

Anmerkung zur Diversity-Relevanz
Es bestehen keine Anhaltspunkte, dass diese Maßnahme bestimmte Personengruppen, beispielsweise unterschiedlichen Geschlechts, verschiedener ethnischer Herkunft, mit Behinderungen, unterschiedlichen Alters, sozialer Lage bevorteilt oder benachteiligt. Das Vorhaben ist damit nicht Diversity-relevant. Die Maßnahme hat weder diskriminierende Auswirkungen noch erschließt sie Potenziale für Gleichberechtigung bzw. Gleichstellung und Chancengleichheit.

Referat VII