Wissen schafft Zukunft – Wissen schafft Werte.

Zirkuläres Kaufhaus (ZirKa) Nürnberg

Konzeptstudie

BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH



Bildquelle: Eigene Aufnahme

Agenda

1	Management Summary	3
2	Nachhaltigkeit, Ziele, Werte und Zielgruppen	7
3	Ausgangssituation und Vorgehensweise	16
3.1	Standortanalyse (Best Practice, Marktsituation, Clusteranalyse)	18
3.2	Nutzungskonzept (Sortimente, Gestaltung, Warenströme)	38
3.3	Wirtschaftlichkeit (Trägermodell, Business Case)	54

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Management Summary

Folgende zentrale Kernaussagen können zum Projekt ZirKa genannt werden

Management Summary

- Die BBE Handelsberatung GmbH und IPH Handelsimmobilien GmbH unterstützen die Stadt Nürnberg mit der **Konzepterstellung des ZirKa, ein „Zirkuläres Kaufhaus“**
- **Idee:**
  - Alternative zum Neukauf (u.a. Möbel, Bekleidung, Haushalts- und Dekoartikel, Sport- & Elektroartikel)
  - Förderung von Wiederverwendung, Aufbereitung und Weiternutzung
  - Ergänzung durch Repair-Café, Workshops und Bildungsangebote
  - Geplante Zusammenarbeit mit weiteren Anbietern aus der Branche
  - Kreislaufwirtschaft und Ressourcenschonung in der Nürnberger Einzelhandelslandschaft sichtbarer und erlebbarer machen

- Reuse und Second-Hand **gewinnen an Bedeutung** – sowohl im Einzelhandel als auch bei dem einzelnen Konsumenten
- Es wurde bereits im Mai 2025 ein **Workshop** durchgeführt, aktuell wird das Konzept (vorliegend) erarbeitet, im Januar 2026 erfolgt ein weiterer Workshop
- Es soll die **Mitte der Gesellschaft mit dem Fokus auf spezielle Zielgruppen** (u.a. Nachhaltigkeits-, Trend-, Erlebnis-, PragmatikerInnen & FörderInnen) angesprochen werden

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Folgende zentrale Kernaussagen können zum Projekt ZirKa genannt werden

Management Summary

- **Standortanalyse:**
  - *Best-Practice Beispiele* aus Berlin, Leipzig, München und Schweden: Experten-Interviews, Standortbesichtigungen und Recherchearbeiten sind die elementare Grundlage für das Konzept
  - *Marktsituation* in Nürnberg: die meisten, überwiegend kleinflächigen, Wettbewerber befinden sich im inneren Stadtgebiet. Es werden überwiegend Bekleidung und Möbel angeboten
  - *Clusteranalyse:* Für die Immobiliensuche der ZirKa Kaufhauses werden vor allem die Stadtteile innerhalb der B4R bevorzugt. Hierunter zählen u.a. die Stadtteile Altstadt, St. Johannis, Bielingplatz, Maxfeld, Wöhrd sowie Gostenhof (Goho)
  - *ZirKa Flächenstrategie:* geplant ist die Realisierung einer Kleinfläche in der Innenstadt sowie eine Großfläche in Stadtteillage/ Außenbezirk (parallel oder nachgelagert), Synergieeffekte bei Parallelbetrieb (siehe nachfolgende Folie)
  - *Immobiliensuche:* Erstgespräche und Besichtigungen sind erfolgt, BBE/IPH Empfehlungsliste für Kleinfläche liegt vor, aktuell noch keine geeignete Fläche für Großfläche gefunden
- **Sortiments- und Nutzungskonzept:** Kleinfläche (rd. 300 m²) mit Repair-Café, Workshop- und Bildungsangeboten im 1. OG, im EG (Verkaufsfläche) überwiegend kleinteiliges Warenangebot; Großfläche (rd. 1.000 m²) mit breiterem Warenangebot (u.a. sperrige Güter wie Möbel), Multifunktionsfläche für Auktionen, großes Lager
- **Trägermodell:** Vorstellung von zwei Optionen, eigenständiges Trägermodell oder über Dritten. Empfehlung seitens BBE/IPH kurzfristig: BgA sowie langfristig GmbH
- **Business Case:** Der Business Case zeigt deutliche Verluste, die aber zum Großteil von Abfallgebühren gegenfinanziert werden können

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Aus dem Parallelbetrieb beider Konzepte ergeben sich wertvolle Synergien auf Vermarktungs- und Kostenebene

Parallelbetrieb von Klein- und Großfläche

Synergie	**Effekte** (qualitativ/quantitativ)
Personal	Größere Sicherheit für Kleinfläche bei Krankheit/Urlaub
Frequenzzufuhr und Vermarktung	Natürliche Frequenz in der Kleinfläche nutzen, um Großfläche zu vermarkten, Marketingbudget zahlt auf beide Konzepte ein
Waren-Logistik	Warenannahme und Infrastruktur Wertstoffhof, Personal: 1 WSH gemeinschaftliche Nutzung (rd. 80.000 €)
Lieferung und LKW-Leasing	Auslastungssteuerung und gemeinschaftliche Nutzung der LKWs, Kosteneffekt 18.000€ Übergreifendes LKW-Team für Urlaubs- und Krankheitsvertretung
Kassenschulung	Initiale Schulungskosten können geteilt werden 10.000€
(…)	(…)

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

ZirKa: Nachhaltigkeit, Ziele, Werte und Zielgruppen

Second Hand und Reuse prägend zunehmend Kaufverhalten und Sortiment

Gesetzgebung und Richtlinien

- **Ecodesign for Sustainable Products Regulation (ESPR)** = EU-Verordnung, die nachhaltige Produktgestaltung fördern soll
  - **Ziel:** Umweltbelastung entlang des gesamten Produktlebenszyklus zu verringern und die Kreislaufwirtschaft zu stärken
- **Richtlinie über Reparatur von Waren (2024/1799/EU)** = stärkt das Recht auf Reparatur und verpflichtet Hersteller zu mehr und einfacheren Reparaturmöglichkeiten.
  - **Ziel**: Lebensdauer von Produkten verlängern und dadurch Abfall sowie Ressourcenverbrauch reduzieren.
- **Digitale Produktpass (DPP)** = stellt zentrale Informationen über ein Produkt digital bereit
  - **Ziel:** Transparenz über Produkte schaffen und nachhaltigen Konsum unterstützen.

Verbraucherverhalten und Markttrends

Reuse, Reparieren, Second-Hand werden beliebter

- Der deutsche Recommerce-Markt rechnet laut Prognosen mit jährlichem Wachstum von 11,4%
- In Deutschland steigt das Interesse an Second-Hand-Waren, nicht nur wegen des Preises, sondern aus Überzeugung.



- Nachhaltigkeit wird gewünscht, jedoch sind viele Verbraucher bei höheren Preisen zurück-haltend

Unternehmensstrategien

- **Circular Business Strategy** = Bis 2030 soll IKEA komplett zirkulär wirtschaften
- **Buy Back und Resell** = gebrauchte IKEA-Möbel werden überarbeitet und wiederverkauft
- Saturn und Media Markt setzen stark auf Verlängerung der Lebensdauer von Elektronik durch Refurbishment, Reparatur und Rücknahme statt Wegwerfen.

Quelle: Ökodesign: Neue EU-Vorschriften, um nachhaltige Produkte zur Norm zu machen | Aktuelles | Europäisches Parlament
Quelle: Germany Recommerce Market Report 2025, with Focus on

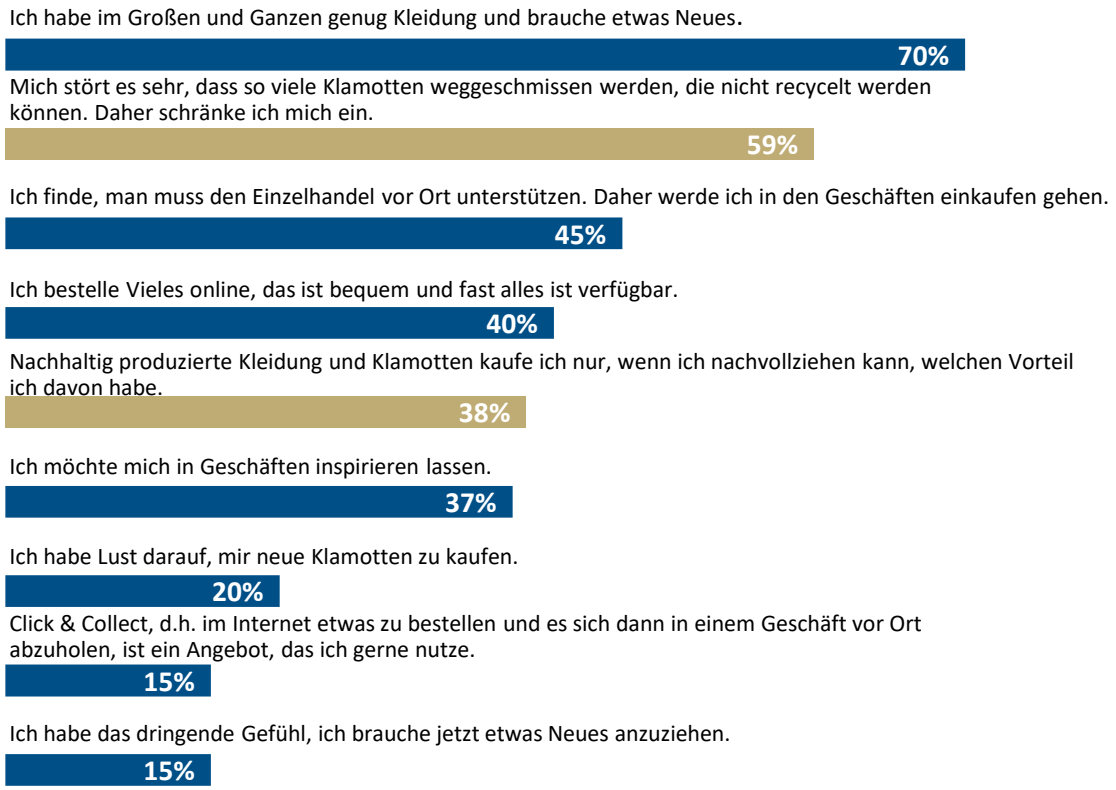
© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Nachhaltigkeit beeinflusst Konsumverhalten – Reuse und Second-Hand gewinnen an Bedeutung

Verbraucherverhalten und Markttrends

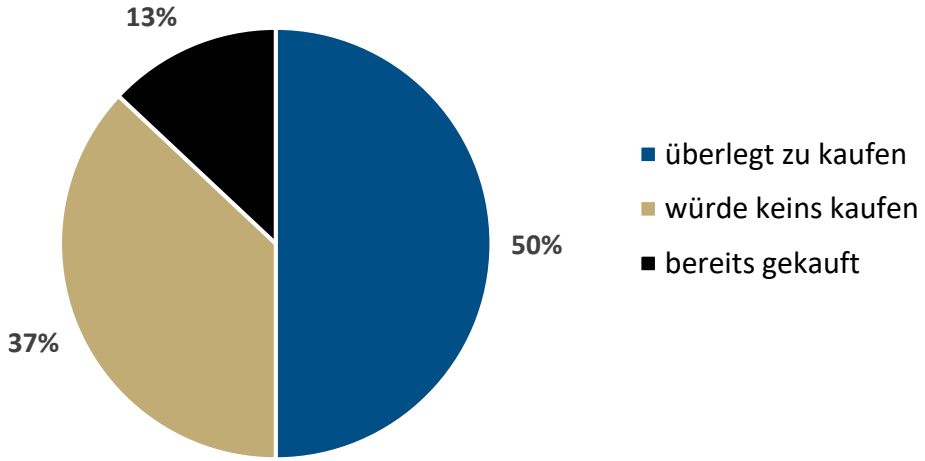
Lust auf Modeshopping sinkt im September

Zustimmung zu den folgenden Aussagen; Angaben in Prozent



Quelle: Textilwirtschaft, infas quo

Akzeptanz von Refurbished-Produkten in Deutschland



Immer mehr Verbraucher entdecken Second-Hand-Läden und das Reuse-Konzept. Das Bewusstsein für Nachhaltigkeit sowie das Interesse für gebrauchte oder wiederverwendbare Produkte steigt.

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Unsere Werte bei ZirKa

Nachhaltigkeit, Inspiration und Unterstützung im Alltag

Anker: Inspirierend

Wir schaffen einen Ort, der Menschen ermutigt, Neues auszuprobieren. Mithilfe eines vielfältigen Angebots ermöglichen wir nachhaltige Wege für den Alltag.

Zukunftstreiber: Ressourcenschonend

Wir geben Vorhandenem neuen Wert und zeigen hochwertige Alternativen zum Neukauf, die unsere Umwelt entlasten und verantwortungsbewusstes Handeln stärken.

Differentiator: Unterstützend

Wir bieten Zugang zu Wissen, Austausch und praktischen Lösungen, die Nachhaltigkeit alltagstauglich und attraktiv machen.

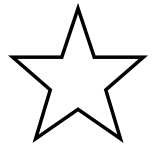
© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Why. How. What.

Unser Purpose und wie wir ihn lebendig machen

WHY?
Purpose erarbeiten

Wir inspirieren Menschen zu einem ressourcenschonenden Lebensstil. Mit Ideen, Produkten und Begegnungen zeigen wir, welches Potenzial im Vorhandenen steckt – und wie daraus auf kreative und einfache Weise Neues entstehen kann.



HOW?
Wie setzen wir das Why um?

Wir machen nachhaltigen Konsum leicht zugänglich – durch sorgfältig ausgewählte Produkte und ein Beratungsumfeld, das Vertrauen schafft.
Zudem öffnen wir Räume, in denen Menschen Wissen teilen, Neues ausprobieren und gemeinsam ins Handeln kommen.



WHAT?
Was bieten wir an?

Wir machen nachhaltigen Konsum leicht zugänglich – durch sorgfältig ausgewählte Produkte und ein Beratungsumfeld, das Vertrauen schafft.
Zudem öffnen wir Räume, in denen Menschen Wissen teilen, Neues ausprobieren und gemeinsam ins Handeln kommen.

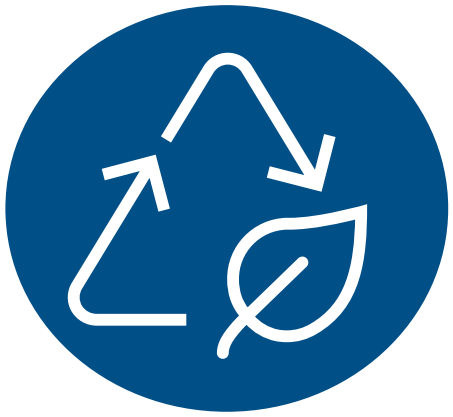


© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Im Mai 2025 wurde bereits ein Workshop zum ZirKa in Nürnberg durchgeführt

1. Workshop: Hintergrund

ZirKa
DAS ZIRKULÄRE KAUFHAUS FÜR NÜRNBERG



Worum geht es beim ZirKa-Projekt?

- Kaufhaus für Wiederverwendung, Reparatur, Upcycling
- Erlebnisort: Konsum, Workshops, Bildung und Kultur
- Beitrag zu Nachhaltigkeit und Stadtentwicklung

Wieso wurde der Workshop veranstaltet?

- Ideen und Erwartungen der Stakeholder sammeln
- Eckpunkte für Umsetzungskonzept diskutieren
- Netzwerke und Kooperationen anstoßen

Wer hat teilgenommen?

- ca. 30 Stakeholder:
  Verwaltung, Wirtschaft, NGOs, Upcycling-/ReUse-Szene, Bildungsinitiativen

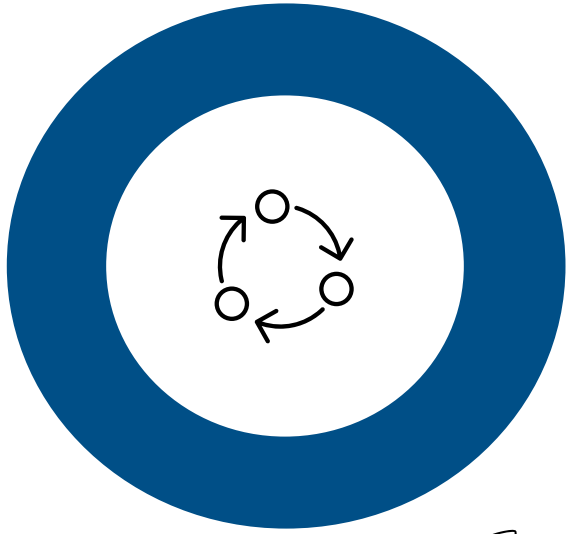
© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Das ZirKa in Nürnberg dient als Leuchtturmprojekt für nachhaltige Stadtentwicklung in Nürnberg

1. Workshop: Ergebnisse auf einen Blick

Ergebnisse

- Mehrwerte: Nutzwert (Service, Lage, Barrierefreiheit), Emotionaler Wert (Treffpunkt, Wohlfühlort), Erlebniswert (Events, Gemeinschaft)
- Prototypen: Repair-Café, Upcycling-Workshops, Co-Working, Pop-ups, Kulturprogramm
- Standortideen: Innenstadt (Citypoint, Kaufhof) oder Alternativen



Takeaways fürs Projekt

- Breite Zielgruppenansprache und soziale Teilhabe sind zentral
- Kombination aus Konsum, Bildung und Kultur macht den Unterschied
- Politische und finanzielle Absicherung ist Voraussetzung
- ZirKa als Leuchtturmprojekt für nachhaltige Stadtentwicklung

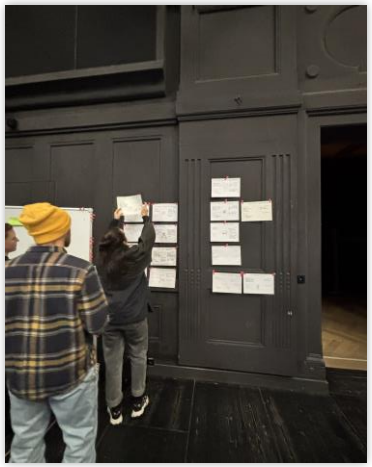
Stakeholder-Mehrwert

- Politische Rückendeckung und Finanzierung
- Betreiber- und Organisationsideen (Stadt, ASN, Partner)
- Angebote und Programme (Handwerk, NGOs, Bildung, Kultur)
- Reichweite und Kommunikation (Medien, Influencer, Schulen)stakehol

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Im Januar 2026 wurde ein weiterer Worksop in Nürnberg durchgeführt

2. Workshop: Hintergrund







Worüber wurde informiert?

- Vorstellung des finalen Umsetzungskonzepts
- Konkretisierung der Mitwirkung: Aufzeigen von Möglichkeiten, wie Akteure operativ dabei sein können
- Aktivierung des Netzwerks: Identifikation von politischer und finanzieller Unterstützung zur Realisierung

Was wurde erarbeitet?

- Erstellung von Stakeholder-Steckbriefen: Abfrage zu Wünschen, Vernetzungsbedarf und konkreten Angeboten (Produkte, Rahmenprogramm, Mitarbeit)
- Detaillierte Bedarfsabfrage: Schriftliche Erfassung von Flächenbedarfen und Warenangebot für die Belegungsplanung

Wer hat teilgenommen?

- Breiter Akteurs-Mix aus 38 Teilnehmern: Verwaltung, Wirtschaft, NGOs, Upcycling-/ReUse-Szene, Bildungsinitiativen

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Unsere Fokus-Zielgruppen

Nachhaltigkeitsorientierten, Trend- & Erlebnisorientierten und Gemeinschaftsorientierten & Teilhabesuchenden – die Menschen, die zu uns passen



Nachhaltigkeitsorientierte:
bewusst & wirkungsorientiert

Diese Zielgruppe lebt bewusst, verantwortungsvoll und ressourcenschonend. Sie bevorzugt Produkte, die langlebig, hochwertig, transparent hergestellt und fair sind. Ihnen ist wichtig, dass Konsum Sinn ergibt und ihre Haltung zur Nachhaltigkeit sichtbar widerspiegelt.

Altersgruppen(kern): 25-45 Jahre

ZirKa spricht sie an durch:
Geprüfte Qualität & transparente Herkunft / Repair-, Reuse- und Upcycling-Angebote / Workshops & ein seriös-kuratiertes Sortiment



Trend- & Erlebnisorientierte:
kreativ & stilbewusst

Diese Zielgruppe ist kreativ, stilbewusst und ästhetikorientiert. Sie lieben Design, Inspiration, besondere Atmosphären und schätzen Orte, die visuell beeindrucken und Community erzeugen. Sie legen Wert auf Individualität und möchten Dinge finden, die nicht jeder hat.

Altersgruppen(kern): 18-35 Jahre

ZirKa spricht sie an durch:
Kuratierte Präsentation, klare Sortierung, visuell starke Flächen / Workshops, Events, Pop-ups / Café & „Instagram-taugliche“ Erlebnisbereiche



Gemeinschaftsorientierte & Teilhabesuchende:
sozial & sinnstiftend

Diese Zielgruppe ist sozial, gemeinschaftsorientiert und sinnstiftend unterwegs. Sie schätzen Austausch, Miteinander und das Weitergeben von Wissen. Ihnen ist es wichtig, aktiv zu bleiben, sich einzubringen und Teil einer Gemeinschaft zu sein. Sie bevorzugen Orte, die Begegnungen ermöglichen und sinnvolle Aktivitäten bieten.

Altersgruppen(kern): 40-70 Jahre

ZirKa spricht sie an durch:
Café & Begegnungsräume / DIY-, Reparatur- und Lernformate / persönliche Beratung & niedrigschwellige Mitmachangebote

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Unsere Fokus-Zielgruppen

Pragmatiker:innen & Preisbewussten und Förderer:innen – die Menschen, die zu uns passen



Pragmatiker:innen & Preisbewusste:
praktisch & lösungsorientiert

Die Pragmatiker:innen & Preisbewussten sind praktisch, lösungsorientiert und zuverlässig. Sie bevorzugen klare Strukturen, faire Preise und funktionale Produkte. Nachhaltigkeit ist für sie wichtig – solange sie einfach, günstig und unkompliziert umzusetzen ist. Sie suchen saubere, qualitativ gute Ware, Orientierung und schnelle, freundliche Services.

Altersgruppen(kern): 30-60 Jahre

ZirKa spricht sie an durch:
Faire Preise & geprüfte Ware / intuitive Sortierung & einfache Prozesse / schnelle Services & freundliche Beratung



Förderer:innen:
wirkungsorientiert & verantwortungsbewusst

Die Förderer:innen sind wirkungsorientiert, verantwortungsbewusst und engagiert. Sie setzen sich für Nachhaltigkeit, Stadtentwicklung und gesellschaftlichen Nutzen ein und legen Wert auf sichtbare, messbare Wirkung. Sie wollen Projekte unterstützen, die Transparenz, Professionalität und positive Wirkung zeigen, und suchen Orte, die neue Zielgruppen erreichen und gesellschaftliches Engagement sichtbar machen.

Altersgruppen(kern): 35-65 Jahre

ZirKa spricht sie an durch:
Einen sichtbaren Leuchtturm für Kreislaufwirtschaft & Teilhabe / klare Ziele, transparente Wirkung, professionelle Umsetzung / breitenwirksame, verantwortungsvolle Angebote

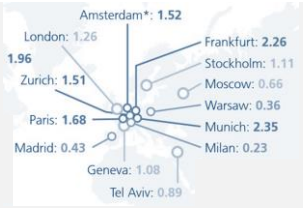
© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Ausgangssituation und Vorgehensweise

Leistungsschwerpunkte für das Umsetzungskonzept

Ziel: ein zirkuläres Kaufhaus für Nürnberg

1 Standortanalyse



- Durchführung von Standortbegehung und Experten-interviews
- Analyse der lokalen Marktsituation in Nürnberg/Identifikation einer möglichen Marktlücke
- Herausarbeitung von potenziellen Standortbereichen (Cluster) für Fläche
- Ausarbeitung von Flächenstrategie und –profil sowie Immobiliensuche

2 Nutzungskonzept



- Zeitstrahl für Meilensteine der Planungs- und Umsetzungsphase
- Entwicklung eines Sortiments-konzeptes sowie weiterer Angebote (Verleih, Reparatur, Workshops)
- Anwendung anhand zweier Flächen /Immobilien (Klein- und Großfläche)
- Recherche nach geeigneter Software (u.a. von ZAK Kempten)

3 Wirtschaftlichkeit



- Vorstellung ausgewählter Trägermodelle sowie rechtliche Rahmenbedingung der Nutzung
- Finanzierung und Kostenstruktur (Business Case)
- Wertschöpfungskette und Partner
- Kurz- und Langfristigkeit des Konzeptes bei Klein- und Großfläche

4 Übergreifende Fragestellungen und Anforderungen



- ZirKa als Alternative zum Neukauf / Förderung von Wiederverwendung, Wiederaufbereitung und Weiternutzung
- Durch Veranstaltungen, Workshops etc. sollen Themen Kreislaufwirtschaft und Ressourcenschonung im städtischen Einzelhandel sicht- und erlebbar gemacht werden.
- Platzierung in der Mitte der Gesellschaft

Methodik

- Trendanalyse und interdisziplinäres Wissen
- Sekundärdatenerhebung und Analyse
- Gespräche und Standortbegehung
- Konzeptentwicklung

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.



Standortanalyse

Standortanalyse: Vorgehensweise und Ergebnisse

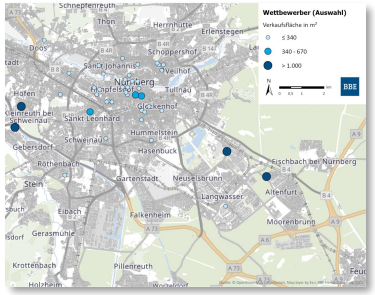
1.1 Best-Practice Beispiele



Vorgehenweise:

- Identifizierung von vier Best-Practice Beispielen (Wiederschön, Halle2, NochMall, Retuna) in verschiedenen Städten
- Durchführung von Experten-gesprächen
- Standortbesichtigung
- Anfertigung von Steckbriefen für jedes Best-Practice
- Darstellung der möglichen Bandbreite von Rechtsform, Zielgruppe, Sortimentsgestaltung, Standortwahl und Verkaufsfläche

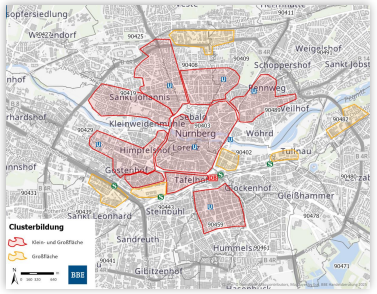
1.2 Marktsituation in Nürnberg



Vorgehenweise:

- Identifizierung branchengleicher Wettbewerber (Gebrauchtwarenkaufhäuser, Second Hand Shops etc.)
- Visualisierung der Wettbewerber anhand des Hauptsortiments und der Verkaufsflächengröße im Stadtgebiet Nürnberg
- Identifizierung von räumlichen Markt- und Angebotslücken sowie Berücksichtigung von Kopplungseffekten

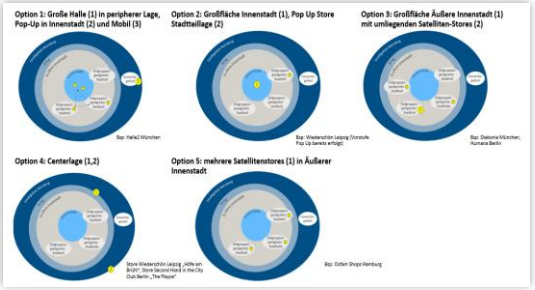
1.3 Standort-Clusteranalyse



Vorgehensweise:

- Bewertung der 28 PLZ-Gebiete anhand von 4 Indikatoren mit einer Bewertungsskala von 0-4
- Indikatoren: Bevölkerungszahl, Bevölkerungsdichte, Einzelhandelsrel. Kaufkraft, Verkaufsfläche in m²/1.000 EW
- PLZ-Gebiete mit Stufe 3 und 4 werden als priorisierte Gebiete ausgewählt
- Identifizierung geeigneter Gebiete/ Cluster innerhalb der priorisierten Gebiete für mögliche Ansiedlung des Projektes

1.4 Flächenstrategie und Immobiliensuche



Vorgehensweise

- Vorstellung möglicher Standortstrategien anhand anderer Best-Practice Beispiele
- Auswahl von zwei konkreten Flächenstrategien für das Projekt
- Einblick in die ersten Ergebnisse der Immobiliensuche (Erstgespräche, Besichtigungen, Standorte)

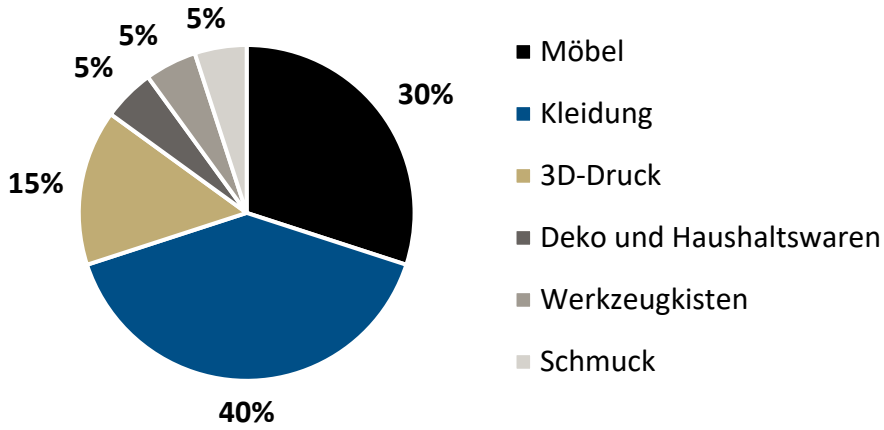
© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Wiederschön Leipzig

Faktencheck

- Adresse: Brühl 1, 04109 Leipzig
- Verkaufsfläche: rd. 550 m²
- Ladenlayout: Offene Regale, kreative Präsentation
- Einkaufsatmosphäre: Modern, kreativ, inspirierend
- Erreichbarkeit: Sehr gut erreichbar mit ÖPNV (Straßenbahn, Bus)
- Betriebsart: Pop-Up Store
- Trägermodell: öffentlich-rechtlich
- Träger: Stadtreinigung Leipzig in Kooperation mit der Aufbauwerk Region Leipzig GmbH
- Eröffnung: 2024

Verkaufsflächenverteilung



Innen- und Außenansicht

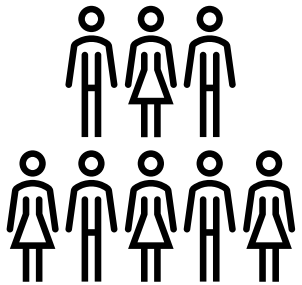






Zielgruppe

- Breite Zielgruppenansprache
- v.a. Familien, junge Erwachsene
- Umweltbewusste Konsumenten
- Designinteressierte



Quelle Fotos: BBE Handelsberatung GmbH, Stadt Nürnberg

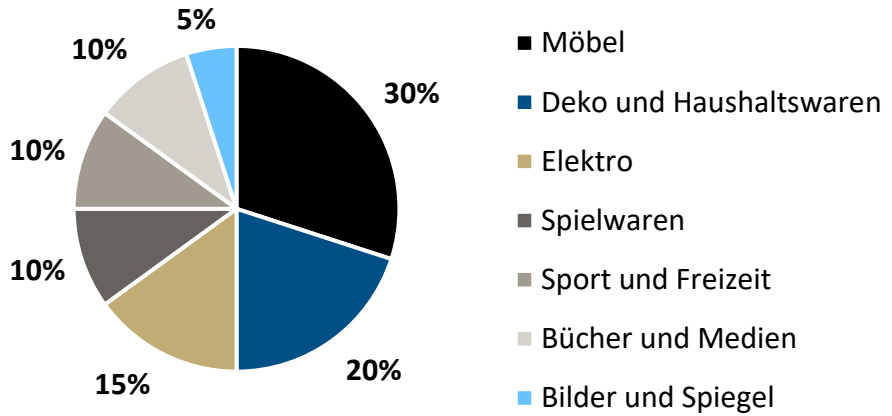
© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Halle 2 München

Faktencheck

- Adresse: Peter-Anders-Straße 15, 81245 München
- Verkaufsfläche: rd. 800 m² (2016) rd. 1.000 m² (seit 2022)
- Ladenlayout: Klare Kategorisierung, Baukastenprinzip
- Einkaufsatmosphäre: Funktional, strukturiert
- Erreichbarkeit: Gut erreichbar mit ÖPNV (Bus)
- Betriebsart: Gebrauchtwarenkaufhaus
- Trägermodell: öffentlich-rechtlich
- Träger: AWM (Abfallwirtschaftsbetrieb München)
- Eröffnung: 2016

Verkaufsflächenverteilung

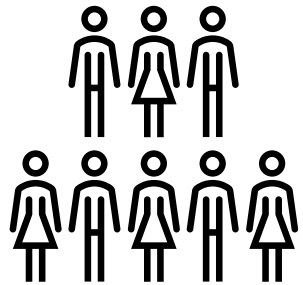


Innen- und Außenansicht



Zielgruppe

- Breite Zielgruppenansprache
- Sozial orientiert
- v.a. Menschen > 60 Jahre, Familien, Studenten, viele Stammkunden, Hobby-Sammler



Quelle Fotos: BBE Handelsberatung GmbH, Stadt Nürnberg

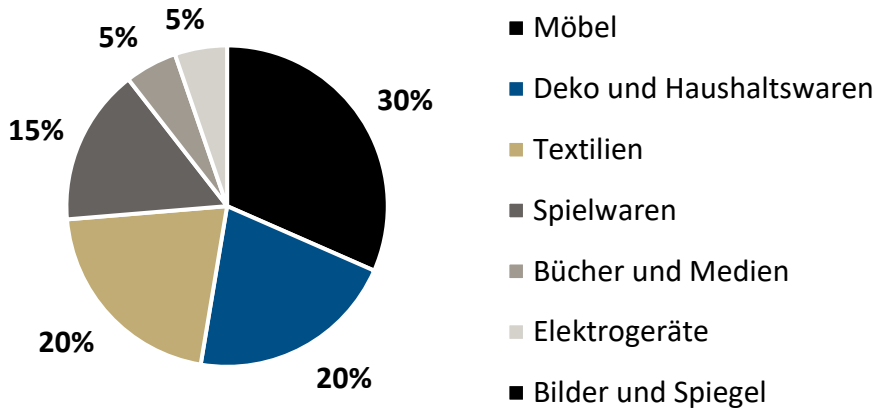
© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

NochMall Berlin

Faktencheck

- Adresse: Auguste-Viktoria-Allee 99, 13403 Berlin-Reinickendorf
- Verkaufsfläche: rd. 2.000 m²
- Ladenlayout: Weitläufig, gut strukturierte Bereiche
- Einkaufsatmosphäre: Großzügig, gut organisiert
- Erreichbarkeit: Gut erreichbar mit ÖPNV (Bus)
- Betriebsart: Gebrauchtwarenkaufhaus
- Trägermodell: 100% Tochterunternehmen (GmbH)
- Träger: BSR (Berliner Stadtreinigung)
- Eröffnung: 2020

Verkaufsflächenverteilung

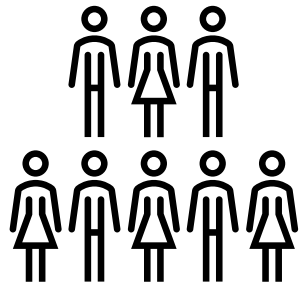


Innen- und Außenansicht



Zielgruppe

- Breite Zielgruppenansprache
- v.a. Frauen zwischen 36-41 Jahren, Studierende
- „langer Donnerstag“ bis 20:00 Uhr geöffnet, um auch anderes Publikum anzusprechen



Quelle Fotos: NochMall Homepage

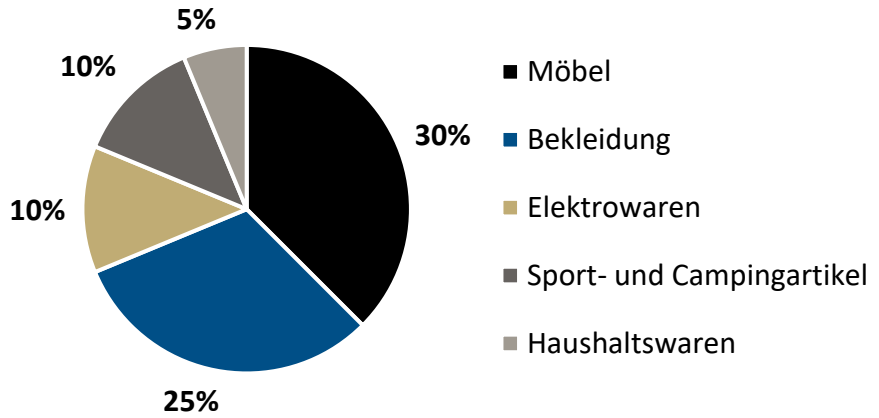
© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

ReTuna Schweden

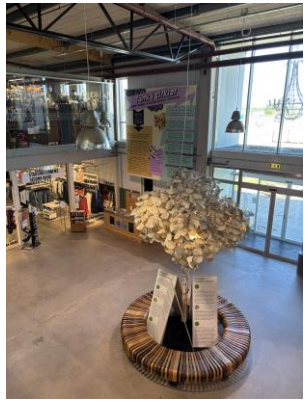
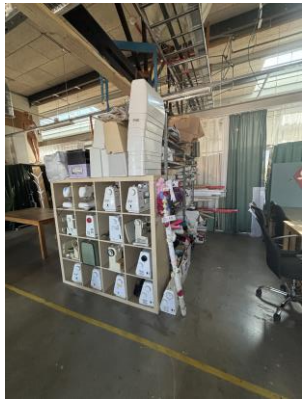
Faktencheck

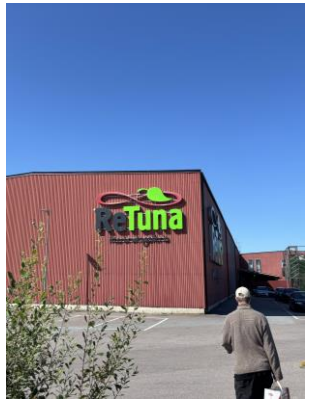
- Adresse: Folkestaleden 5, 635 10 Eskilstuna
- Verkaufsfläche: rd. 3.000 m² (2028 Erweiterung geplant)
- Ladenlayout: Besucherweg, modulare Fixtures
- Einkaufsatmosphäre: Entspannt, klimasmart, hochwertig
- Erreichbarkeit: Gut erreichbar mit ÖPNV (Bus)
- Betriebsart: Gebrauchtwarenkaufhaus
- Trägermodell: öffentlich-rechtlich
- Träger: Stadt Eskilstuna und EEM (Energi och Miljö)
- Eröffnung: 2015

Verkaufsflächenverteilung



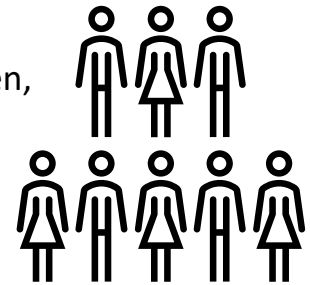
Innen- und Außenansicht



Zielgruppe

- Breite Zielgruppenansprache
- v.a. Frauen, Mütter, Multikulturelle Familien, Senior*innen, Studierende
- Sammler*innen
- Personen aus der Mittel- und Oberschicht

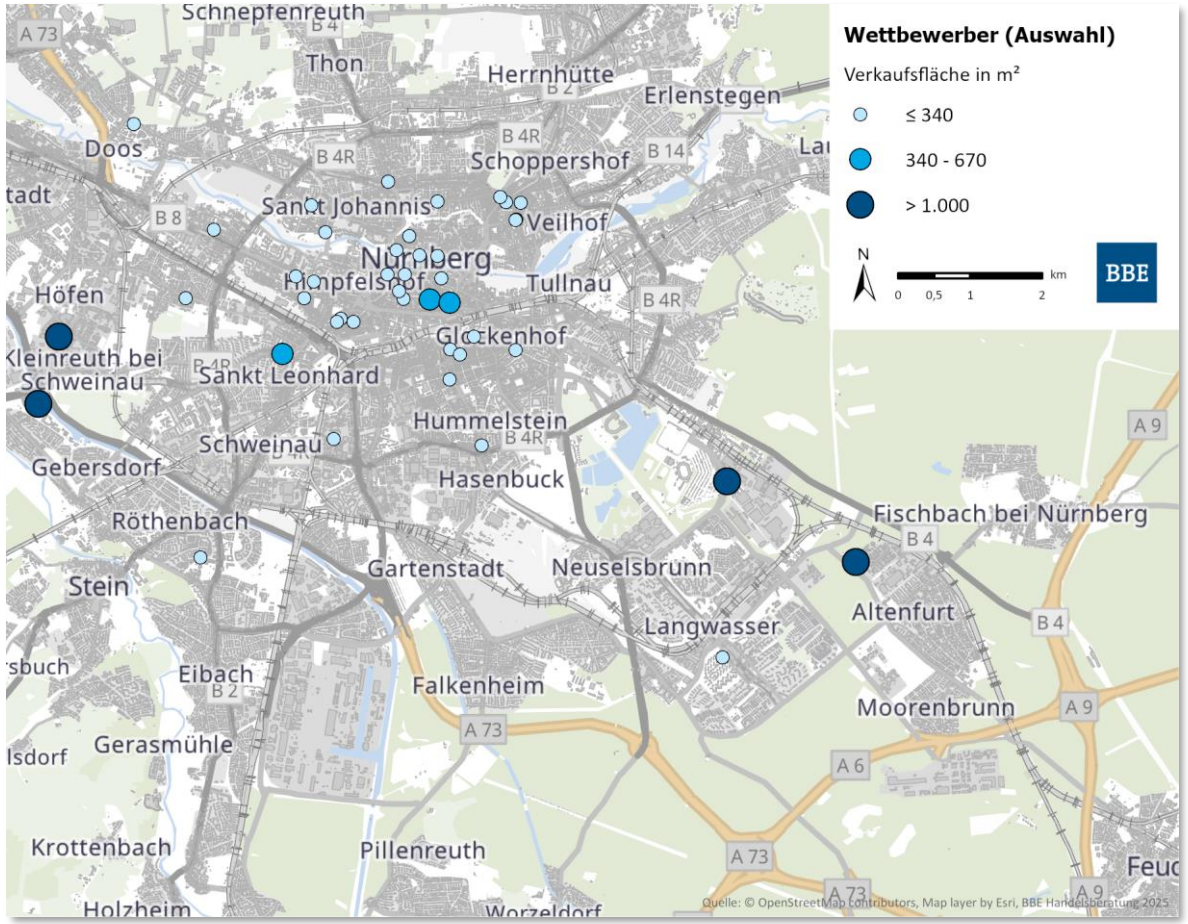


Quelle Fotos: Stadt Nürnberg

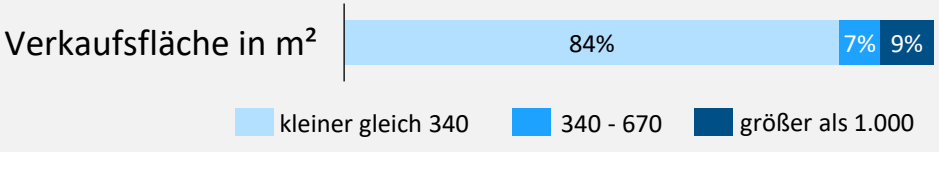
© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Die meisten, überwiegend kleinflächigen, Wettbewerber befinden sich im inneren Stadtgebiet

Fokus: Verkaufsfläche



n = 43



u.a. Mit Ecken und Kanten, Hanni‘s, Vinty‘s, ReSales

u.a. allerhand Gebrauchtwarenladen, Grüne Erde Store, Gentlemachine

u.a. Arche aktiv!markt Gebrauchtwarenhöfe Sigmundstr. und Altenfurt, Noris-Arbeit (NOA), BRK-Gebrauchtwarenhalle

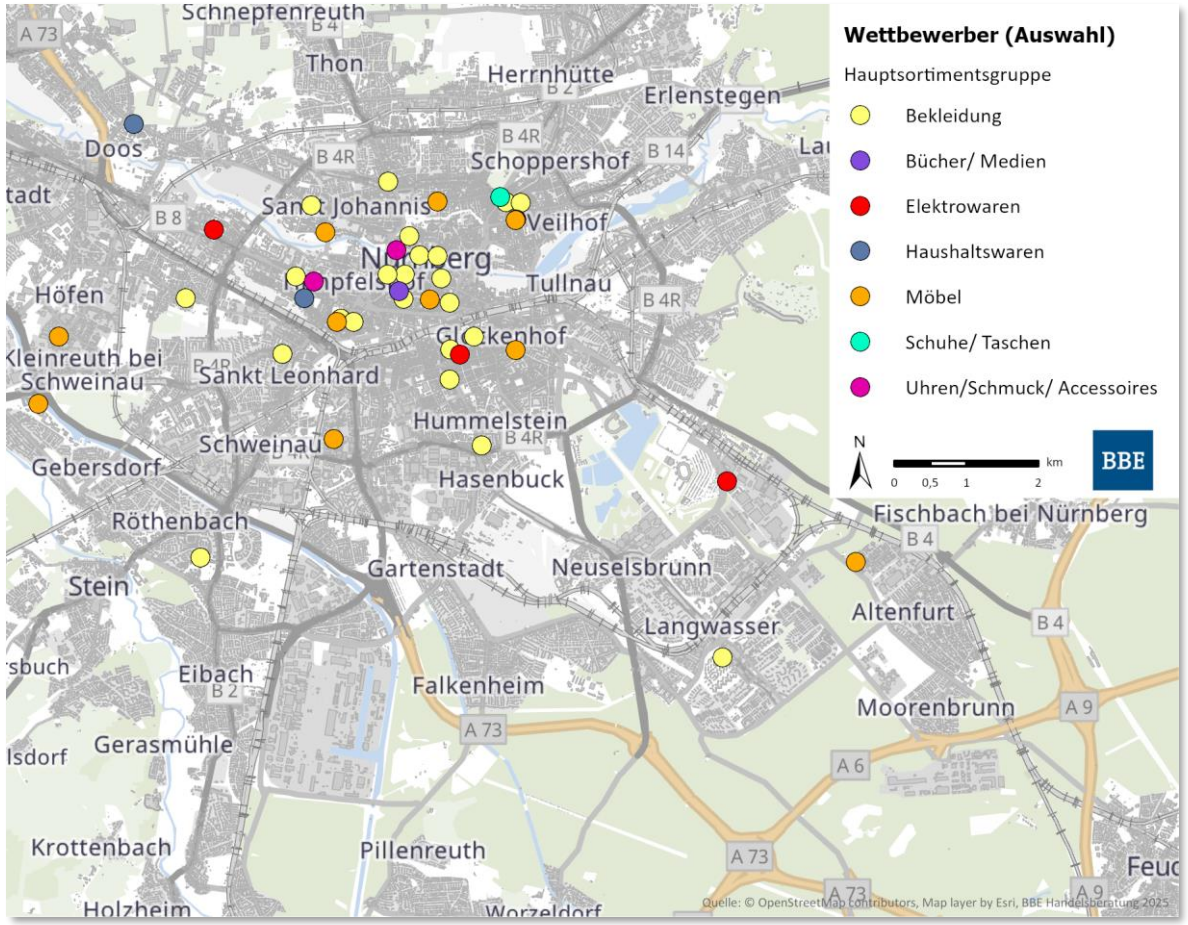
Nürnberger Trempelmarkt

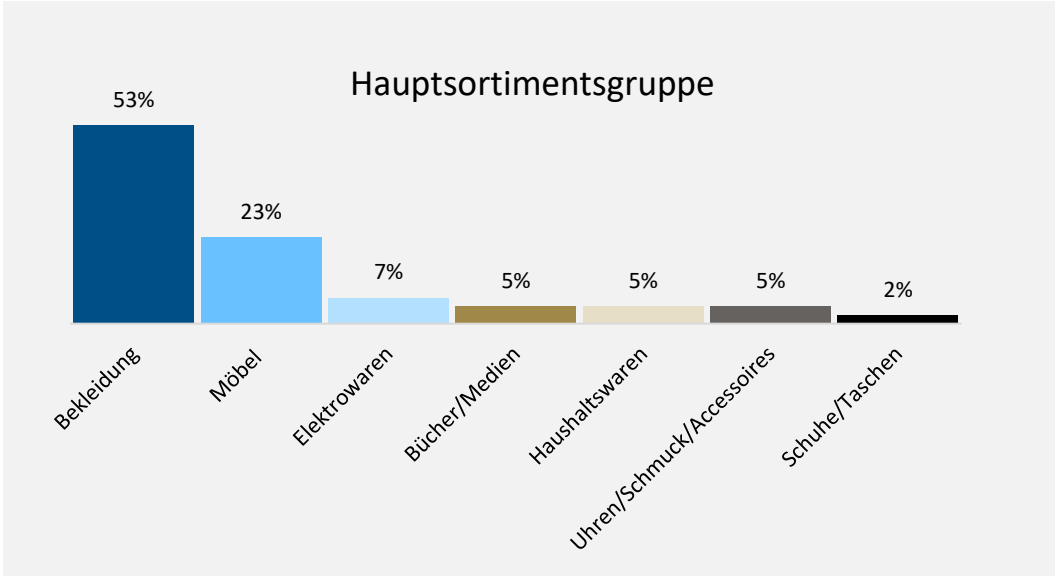
Innenstadt | 1 x Fr + Sa (Mai und September)

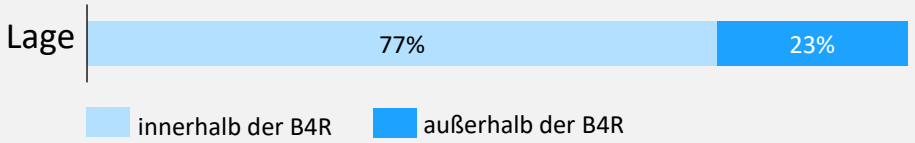
© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Bekleidung und Möbel werden am meisten als Sortiment angeboten

Fokus: Angebot und Sortiment





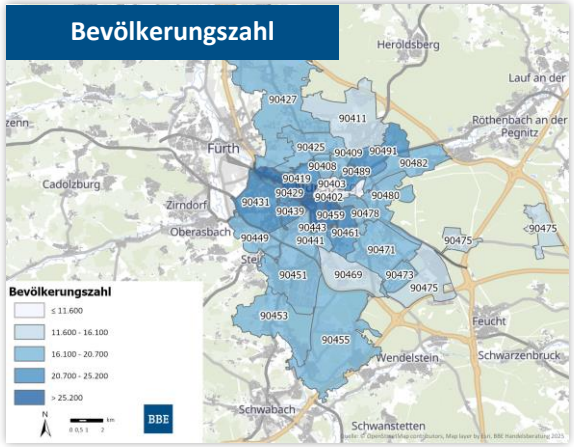


© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Alle vier Indikatoren werden auf einer Skala von 0 bis 4 bewertet

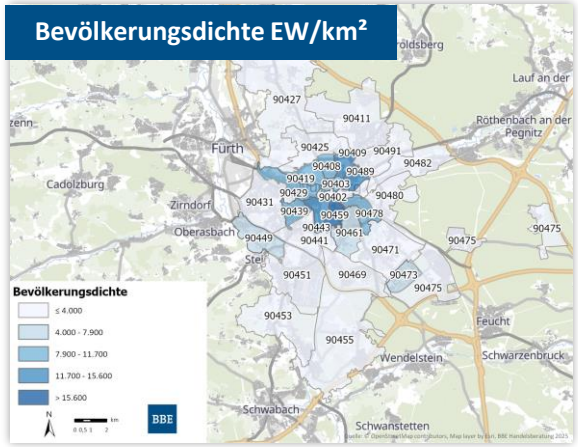
Relevante Standortfaktoren mit Bewertung

Bevölkerungszahl



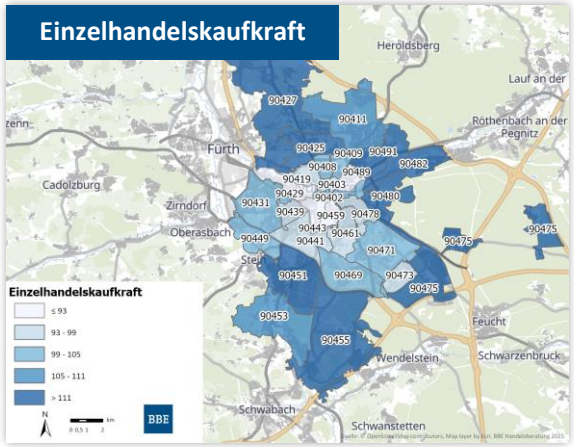
- Die höchste Bevölkerungszahl mit > 25.000 Einwohnern in Nürnberg weisen vor allem die Stadtteile Eberhardshof, Steinbühl, Glockenhof und Galgenhof im weiteren Innenstadtgürtel Süd-West auf. Dies begründet sich in der dichten Wohn-Blockrand-bebauung in den Gebieten.

Bevölkerungsdichte EW/km²



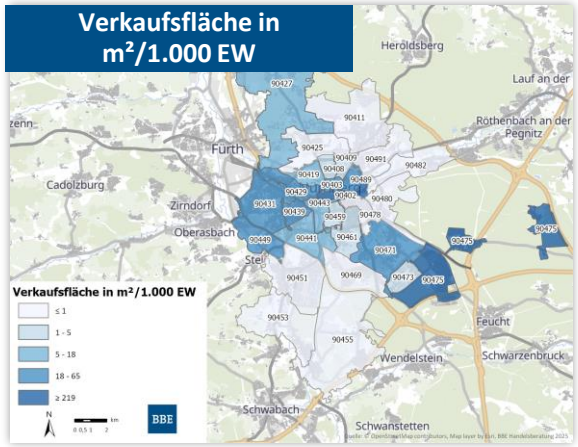
- In den südlichen Stadtteilen Galgenhof, Steinbühl und Hummelstein fällt mit rd. 16.000 Einwohnern/ km² in Nürnberg die Bevölkerungs-dichte am höchsten aus. Hier handelt es sich um eng bebaute Quartiere mit viel Bestandswohnen und wenig Grünflächen.

Einzelhandelskaufkraft



- Die Einzelhandelskaufkraft in Nürnberg ist in den südlichen Stadtteilen (Herpersdorf, Eibacher Forst und Gaulnhofen) und nördlichen Stadtteilen (Buch, Boxdorf und Almoshof) überdurchschnittlich hoch.

Verkaufsfläche in m²/1.000 EW



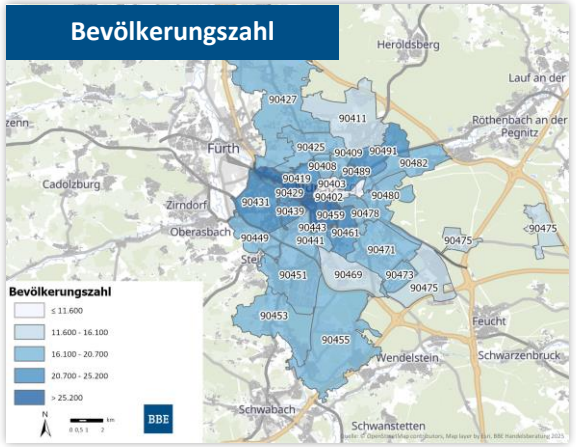
- Die höchste Verkaufsflächen-dichte im Raum Nürnberg liegt in Stadtteilen Altenfurt und Langwasser.

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Alle vier Indikatoren werden auf einer Skala von 0 bis 4 bewertet

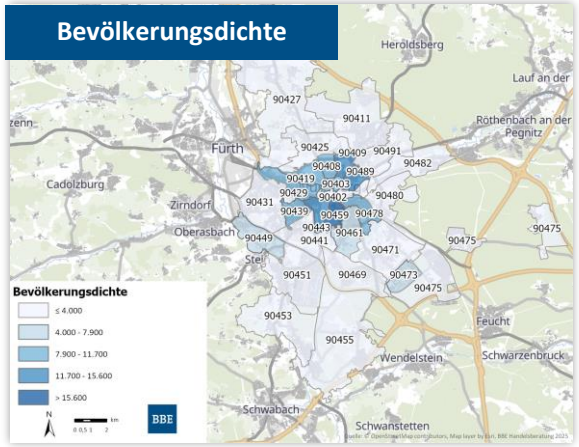
Relevante Standortfaktoren mit Bewertung

Bevölkerungszahl



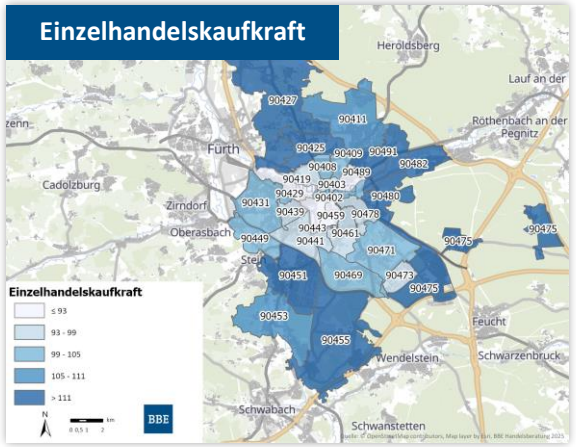
	Bewertung
≤ 11.600	0
11.600 – 16.100	1
16.100 – 20.700	2
20.700 – 25.200	3
≥ 25.200	4

Bevölkerungsdichte



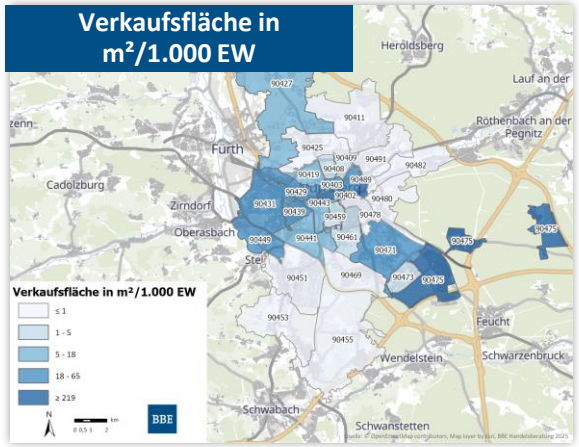
	Bewertung
≤ 4.000	0
4.000 – 7.900	1
7.900 – 11.700	2
11.700 – 15.600	3
≥ 15.600	4

Einzelhandelskaufkraft



	Bewertung
≤ 93	1
93 – 99	3
99 – 105	4
105 – 111	3
≥ 111	1

Verkaufsfläche in m²/1.000 EW



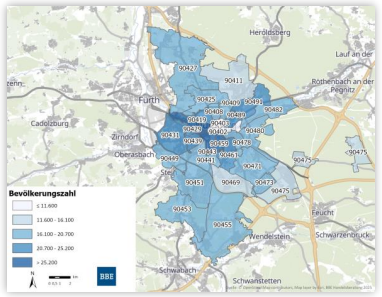
	Bewertung
≤ 1	0
1 – 5	1
5 – 18	2
18 – 65	3
≥ 219	4

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Daraus ergibt sich eine Gesamtauswertung, die jedes Postleitzahlgebiet übergeordnet bewertet

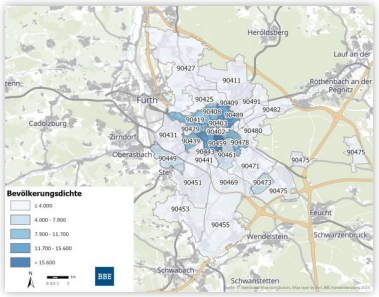
Aufsummierung / Überlappung der Einzelfaktoren

Bevölkerungszahl



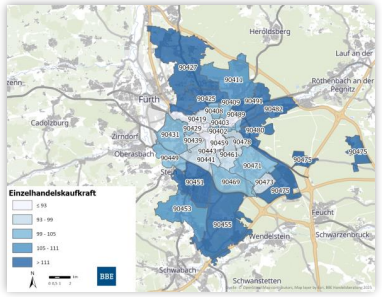
+

Bevölkerungsdichte



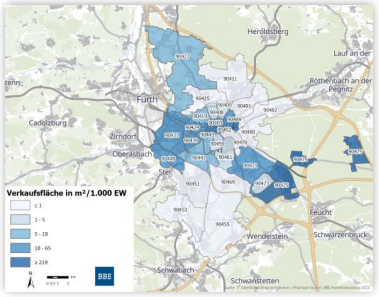
+

Einzelhandelskaufkraft



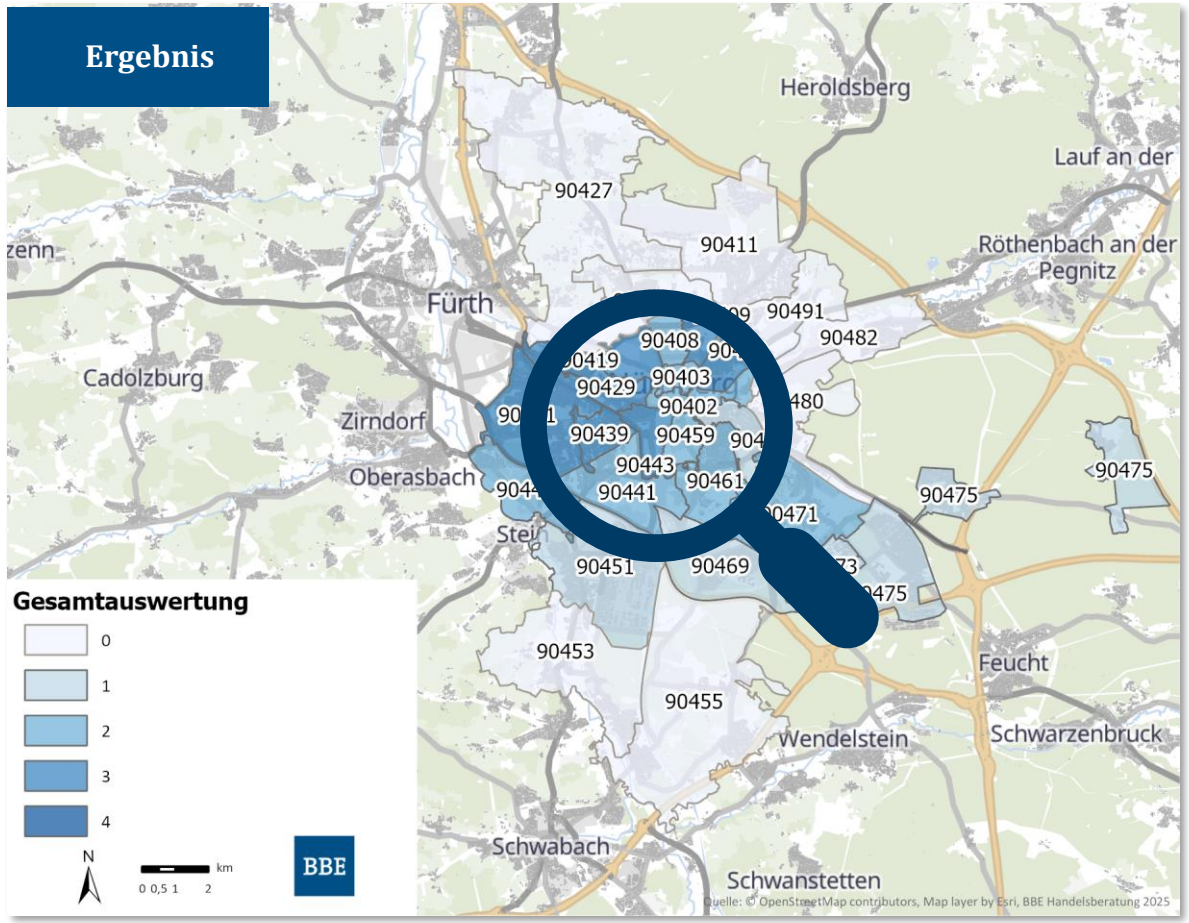
+

Verkaufsfläche in m²/1.000 EW



=

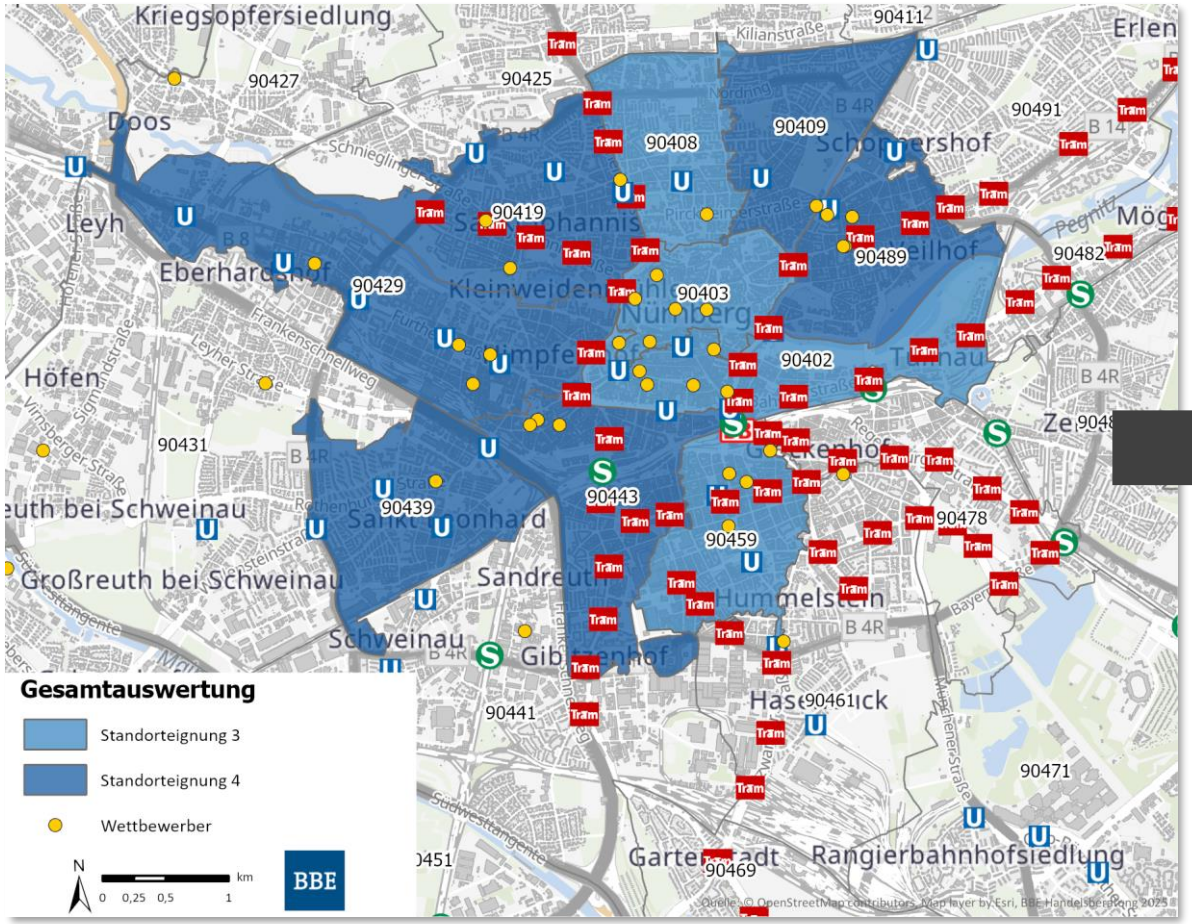
Ergebnis

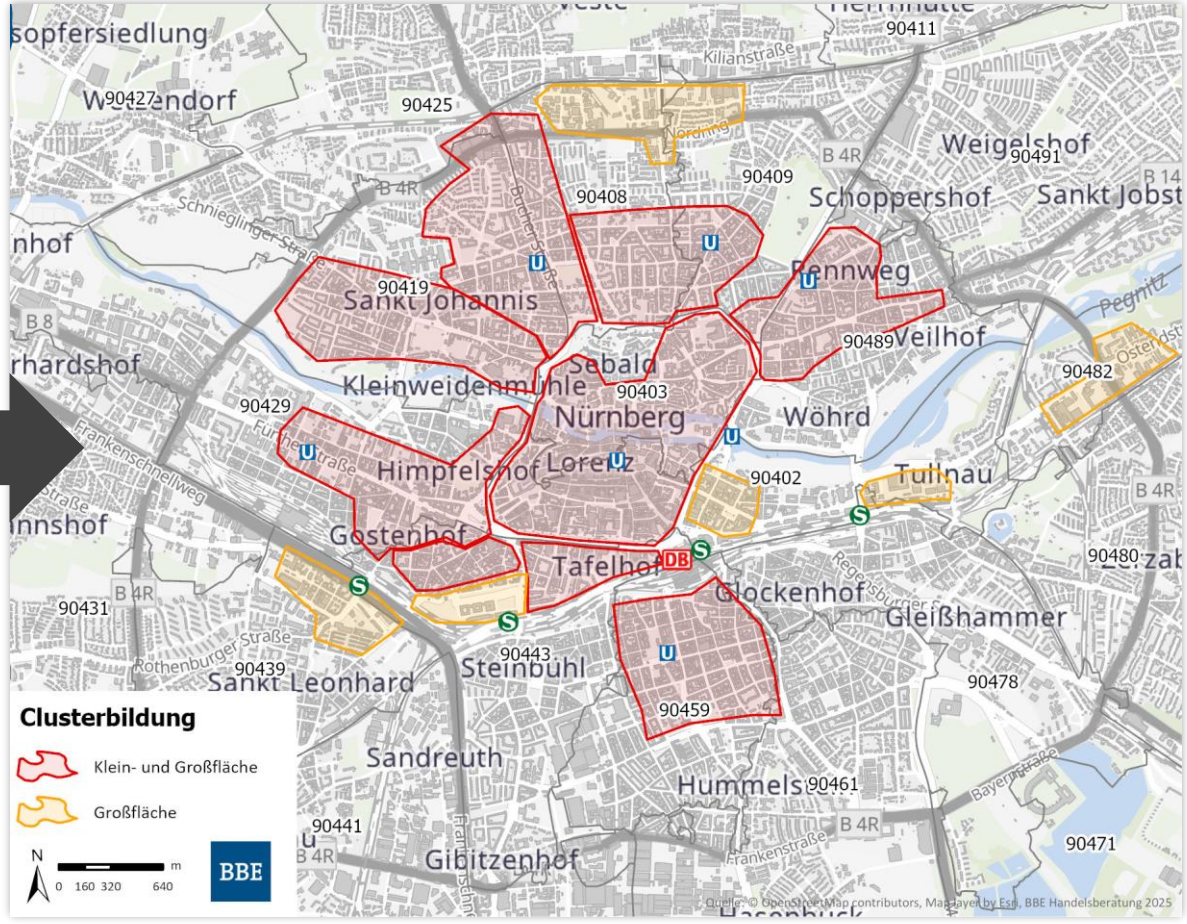


© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Zur Clusterbildung werden die öffentlichen Verkehrsmittel und Wettbewerber als Grundlage herangezogen

Ausgangsbasis sind die Gebiete von Stufe 3 und 4

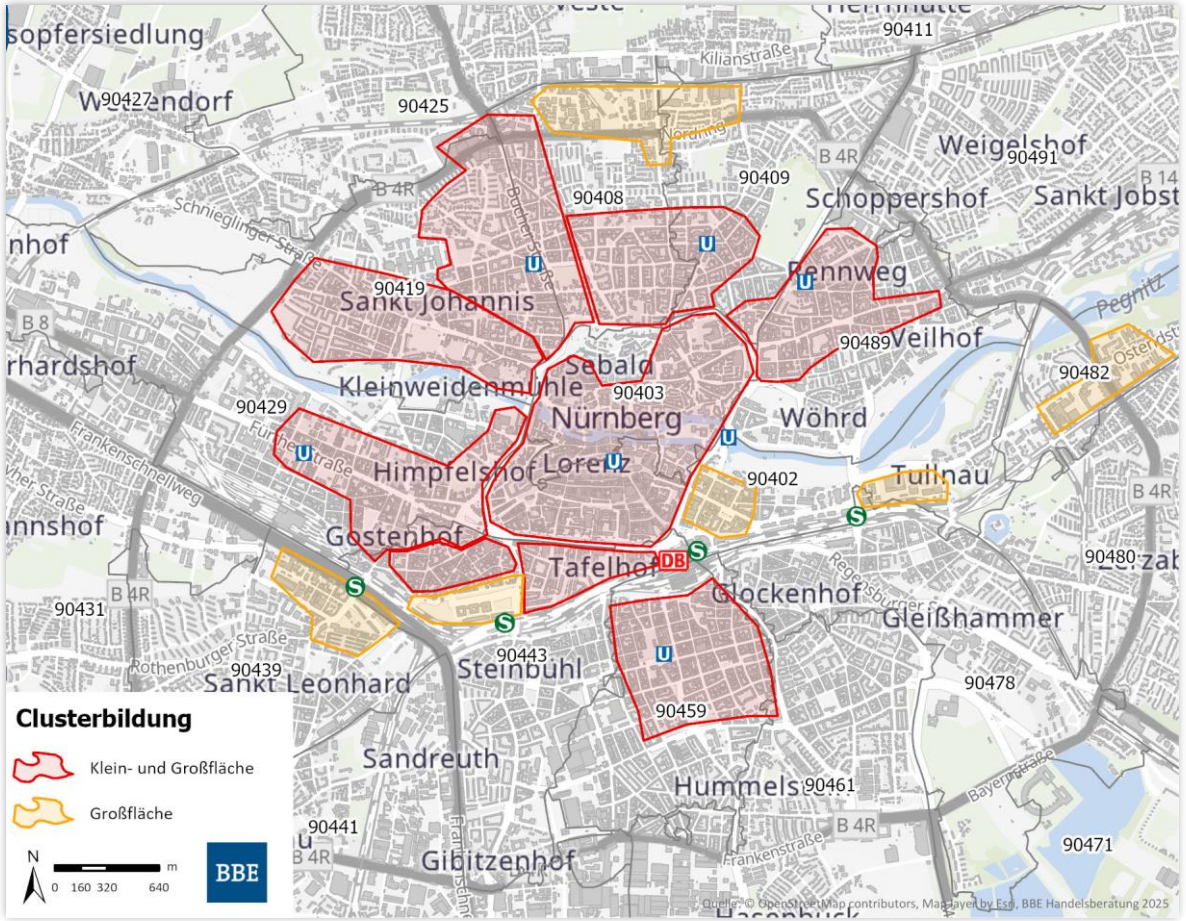




© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Durch vorangegangenen Analysen sowie Standortexpertisen werden Cluster für die Standortwahl gebildet

Empfohlene Clusterbereiche



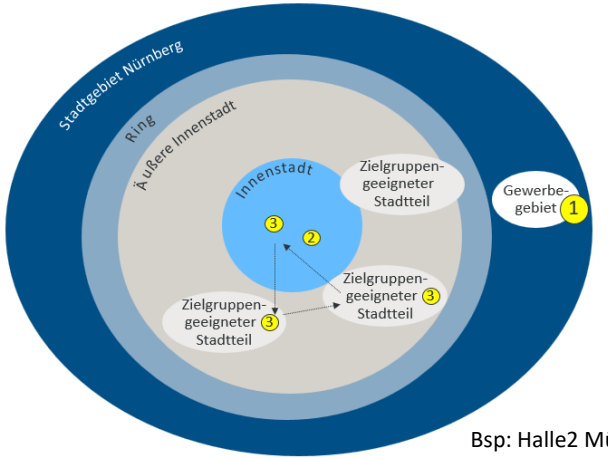
- Für Groß- und Kleinflächen werden besonders die **rot markierten Gebiete priorisiert.** Diese wurden innerhalb der Stadtteile auf Grundlage der verkehrlichen Erreichbarkeit (Tram, U-Bahn, S-Bahn), der Zielgruppe sowie Kopplungseffekte durch ähnliche Anbieter abgegrenzt.
- Für die Immobiliensuche der ZirKa Kaufhauses werden vor allem die **Stadtteile innerhalb der B4R** bevorzugt. Hierunter zählen die Stadtteile **Altstadt, St. Johannis, Bielingplatz, Maxfeld, Wöhrd, Gostenhof (Goho) und Galgenhof.**
- Die **orangen markierten Gebiete** sind überwiegend Gewerbegebiete bzw. dezentrale Lagen, wodurch diese ausschließlich **für Großflächen** (> 800 m²) **geeignet** sind.
- Hierunter zählen im Norden das Gewerbegebiet entlang des Nordrings, im Osten die Gewerbegebiete entlang der Ostendstraße sowie im Westen die Gebiete an der S-Bahn „Rothenburger Straße“ und „Steinbühl“.

» **Bei der Flächen- bzw. Immobiliensuche empfehlen wir, sich auf den ausgewählten Kartenausschnitt zu begrenzen und bestenfalls Immobilien innerhalb der markierten Gebiete zu identifzieren.**

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

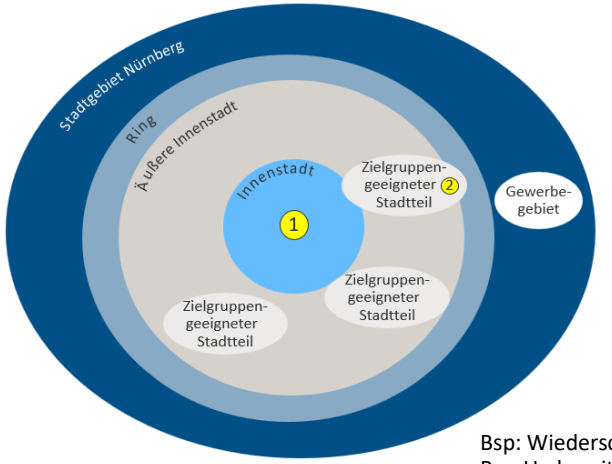
Folgende Flächenkombinationen sind für das ZirKa vorstellbar

Option 1: Große Halle (1) in peripherer Lage, Pop-Up in Innenstadt (2) und Mobil (3)



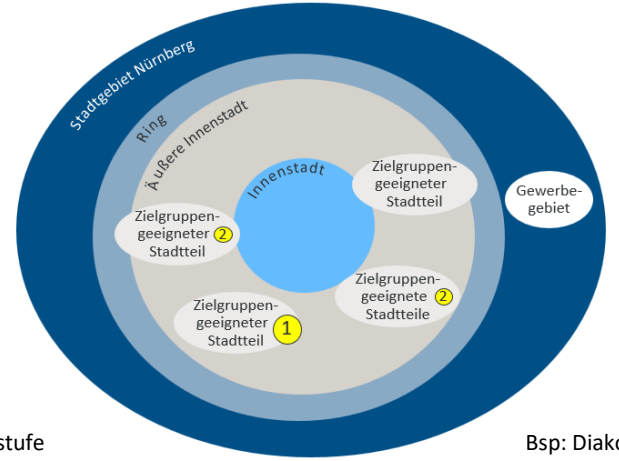
Bsp: Halle2 München

Option 2: Großfläche Innenstadt (1), Pop Up Store Stadtteillage (2)



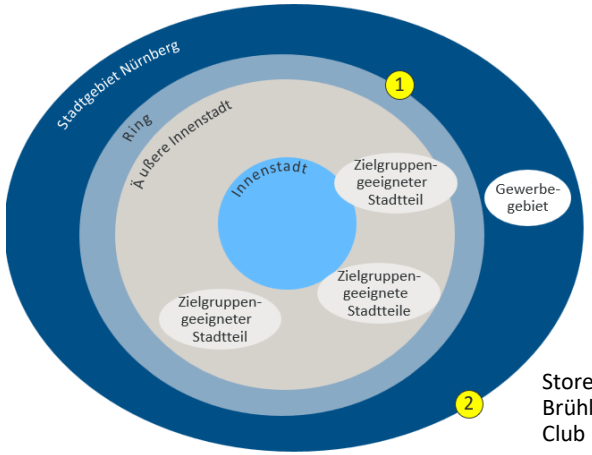
Bsp: Wiederschön Leipzig (Vorstufe Pop Up bereits erfolgt)

Option 3: Großfläche Äußere Innenstadt (1) mit umliegenden Satelliten-Stores (2)



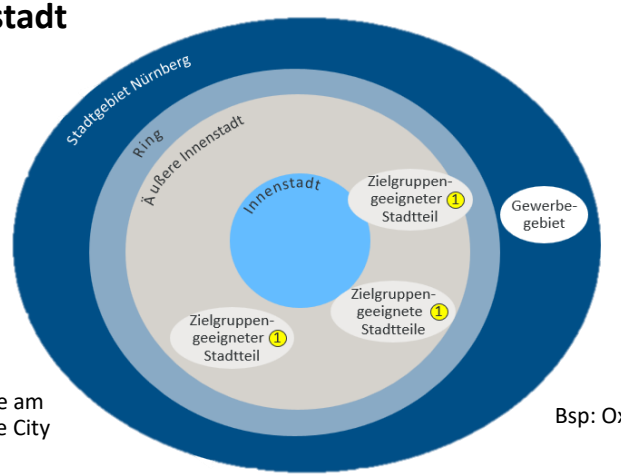
Bsp: Diakonia München, Humana Berlin

Option 4: Centerlage (1,2)



Store Wiederschön Leipzig „Höfe am Brühl“, Store Second Hand in the City Club Berlin „The Playce“

Option 5: mehrere Satellitenstores (1) in Äußerer Innenstadt



Bsp: Oxfam Shops Hamburg

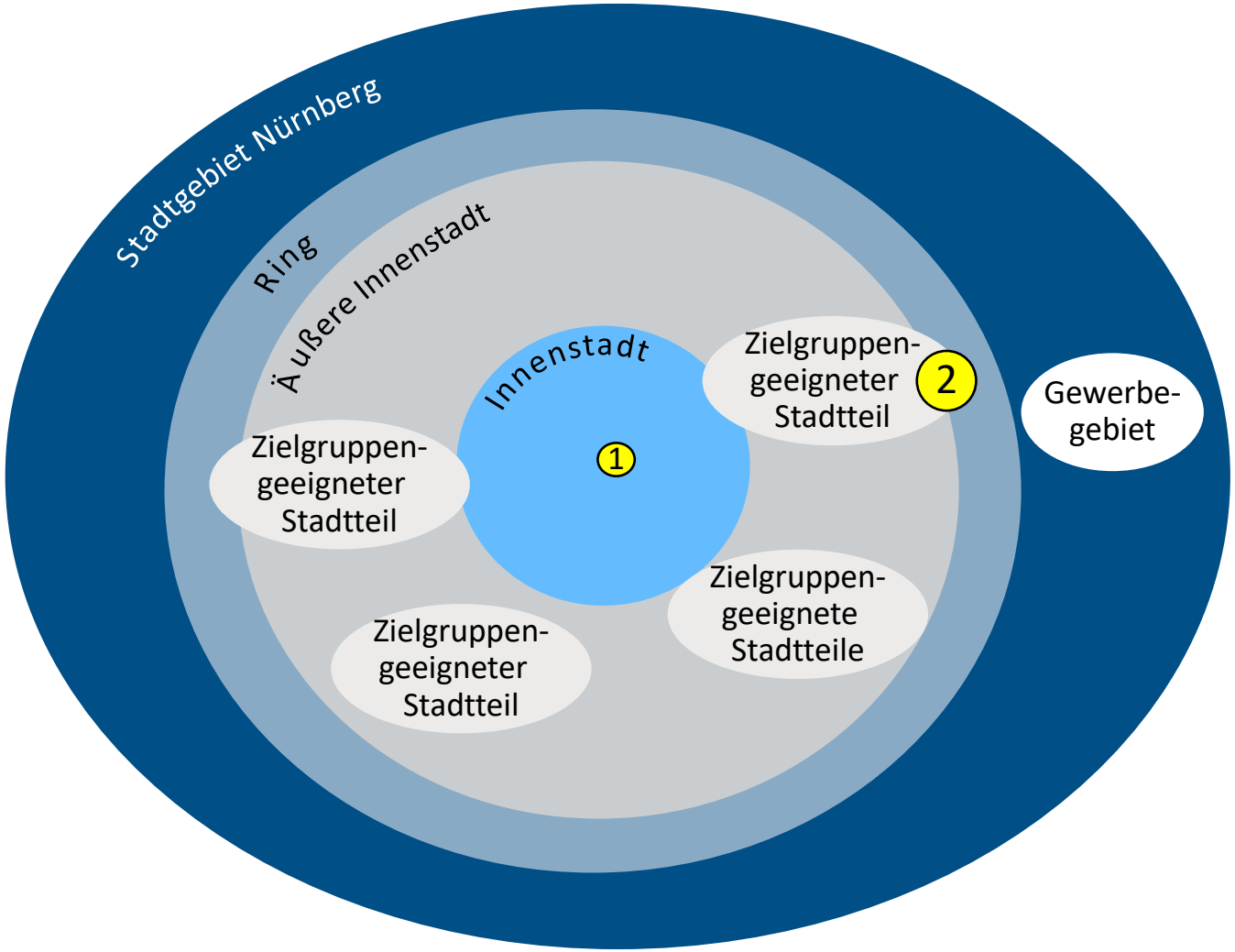
Option 6: Innenstadt-Store mit Großfläche in Stadtteillage (parallel oder nachgelagert)



© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Favorit: Option 6 für das ZirKa

Innenstadt-Store mit Großfläche in Stadtteillage (parallel oder nachgelagert)



1 Pop-Up oder City-Store in Innenstadt

2 Großfläche Äußere Innenstadt

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Für die Immobilien-Stakeholder Ansprache wurden zwei Flächenprofile ausgearbeitet

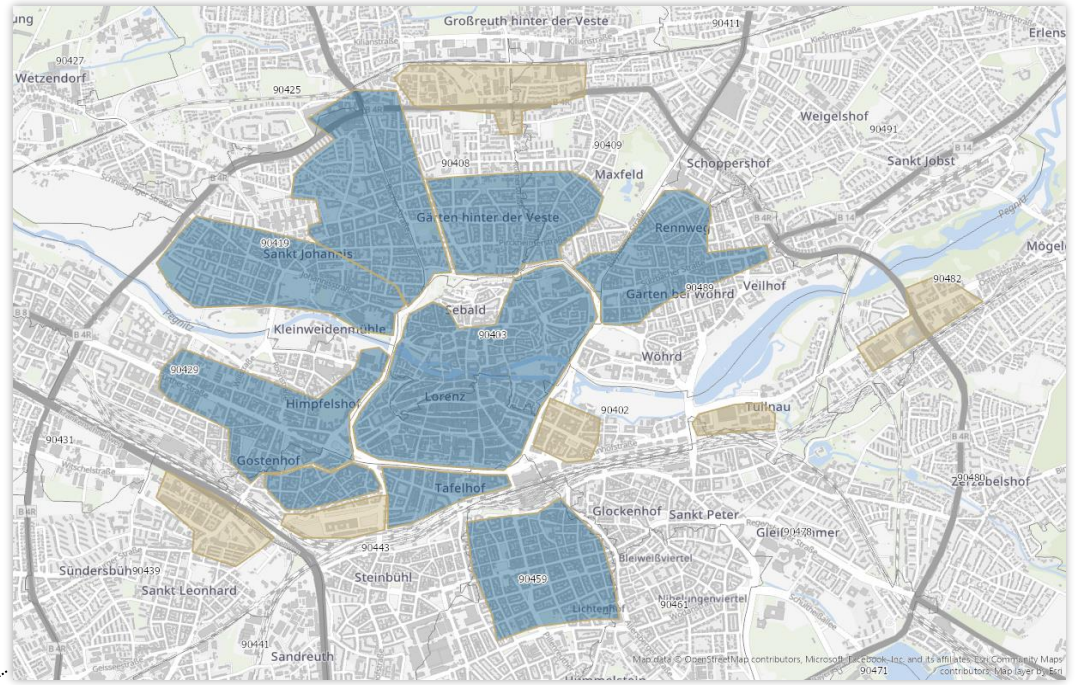
Klein- und Großfläche

FLÄCHENANFORDERUNG A:

- **Standort:**
  Innenstadt / Äußere Innenstadt
- **Größe:**
  300 - 500 m²

FLÄCHENANFORDERUNG B:

- **Standort:**
  Stadtteillage / Randgebiet der Stadt Nürnberg
- **Größe:**
  1.000 - 2.000 m²



Präferierte Standorte

Für Klein- und Großfläche

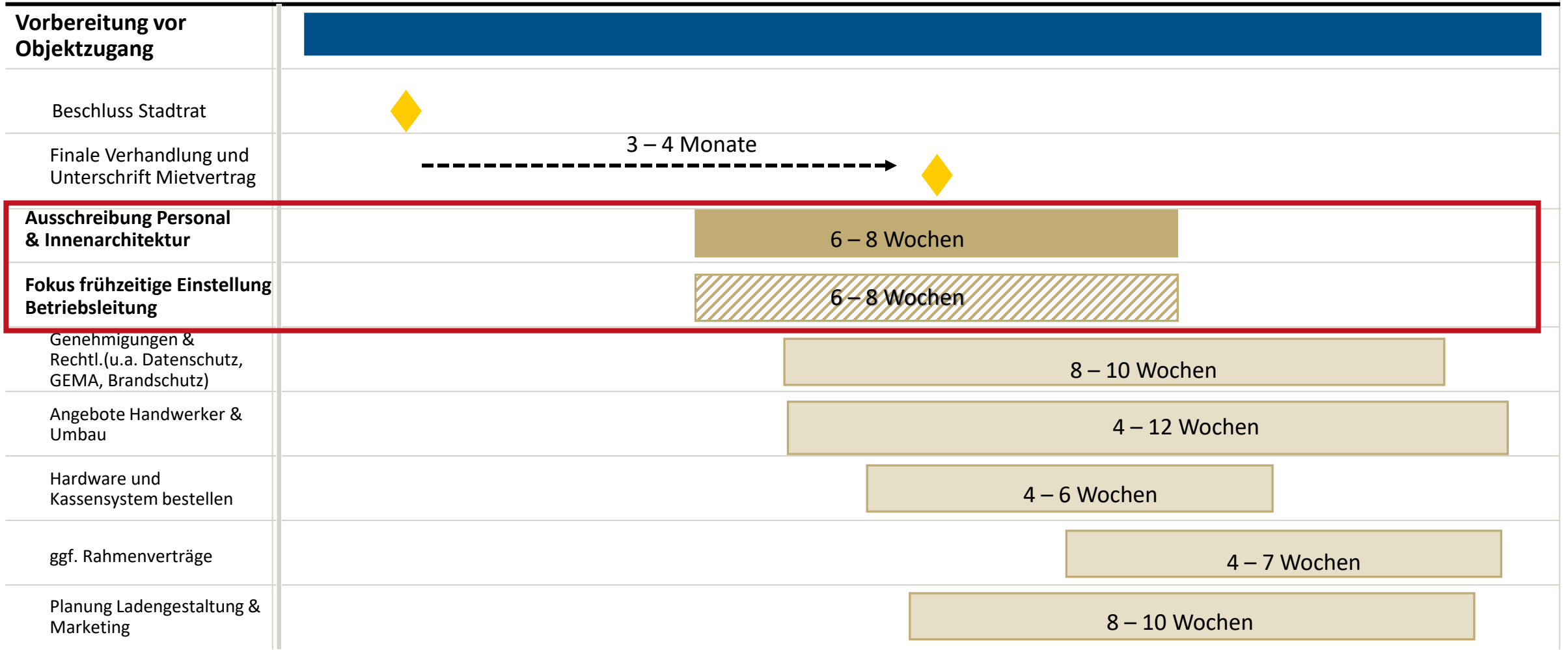
Für Großfläche

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Sortiments- und Nutzungskonzept

Zeitplan (vor Objektzugang)

- Indikative Darstellung -
konkreter Zeitplan abhängig von städtischen Entscheidungsprozessen und Zeitpunkten

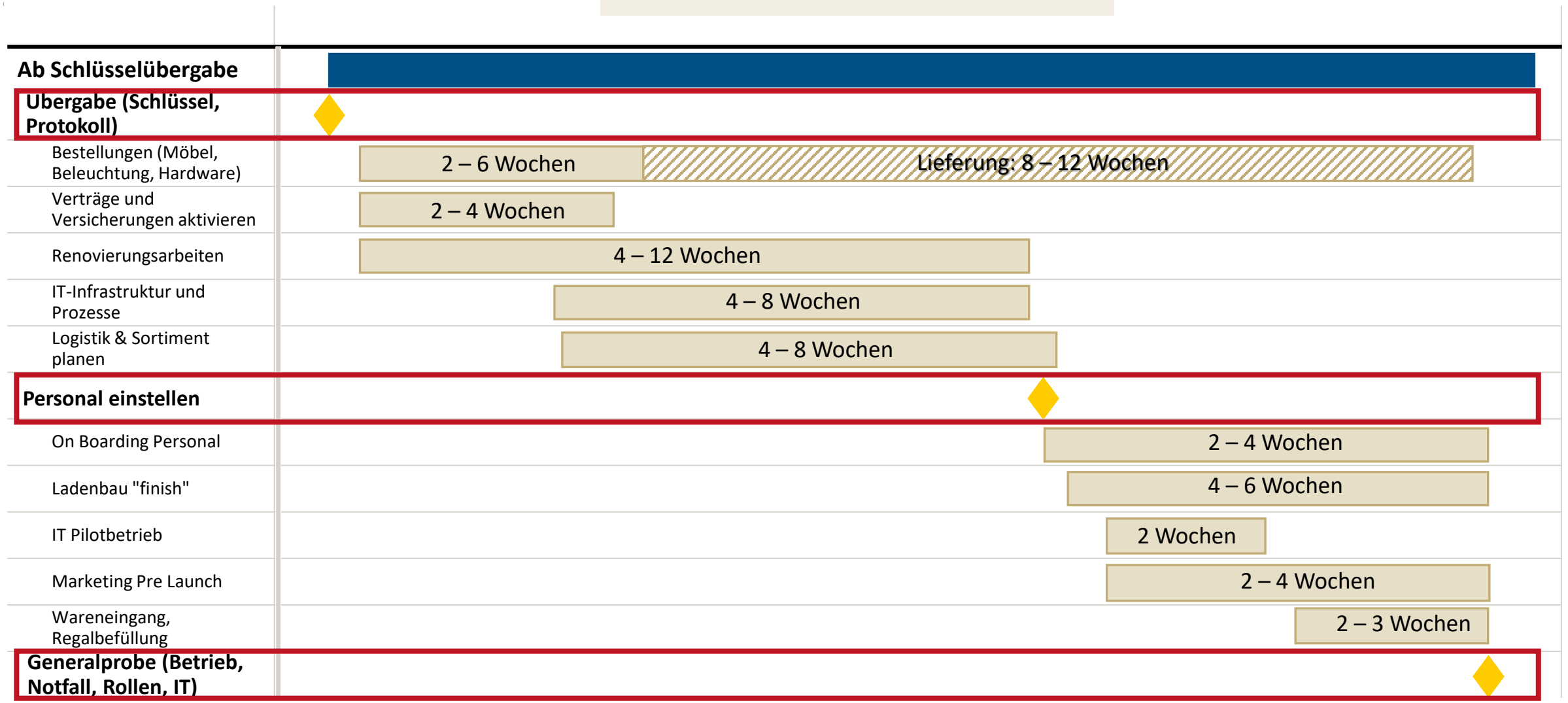


Zeitplan beruht auf BgA Modell, bei Gründung einer GmbH verlängert sich Zeitplan

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Zeitplan (Mietbeginn)

- Indikative Darstellung -
konkreter Zeitplan abhängig von städtischen Entscheidungsprozessen und Zeitpunkten

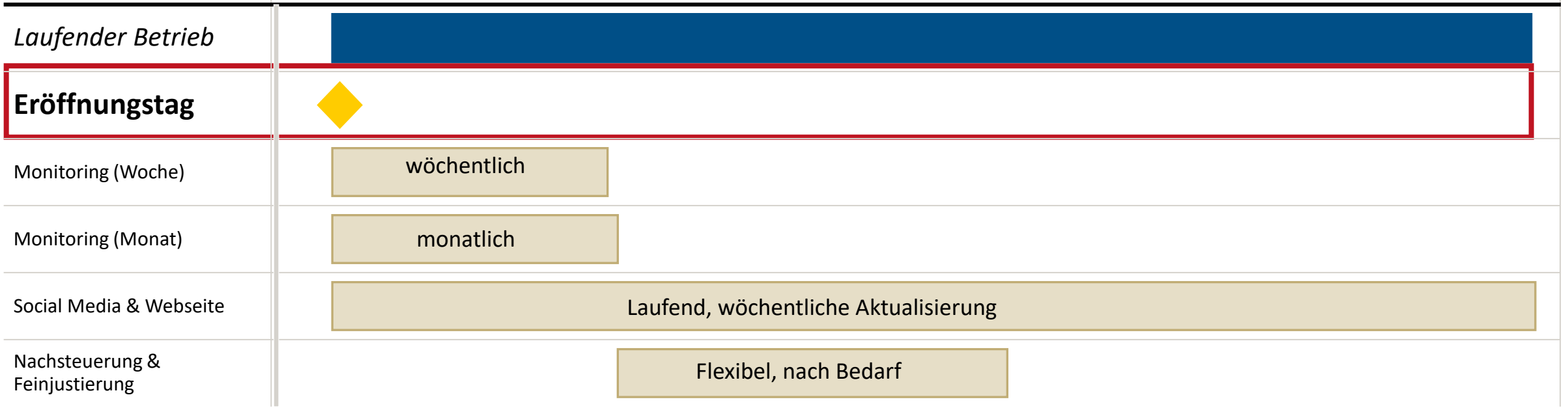


Zeitplan beruht auf BgA Modell, bei Gründung einer GmbH verlängert sich Zeitplan

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Zeitplan (Eröffnung)

- Indikative Darstellung -
konkreter Zeitplan abhängig von städtischen Entscheidungsprozessen und Zeitpunkten



ÜBERBLICK:

Stadtratsbeschluss bis Unterschrift Mietvertrag: 3 – 4 Monate

Unterschrift Mietvertrag – Schlüsselübergabe: hängt von Mietbeginn ab

Schlüsselübergabe bis Eröffnung (=Vorbereitungszeit): circa 3 – 4 Monate

Zeitplan beruht auf BgA Modell, bei Gründung einer GmbH verlängert sich Zeitplan

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Exkurs: Definition von Abfällen

§ 3 Abs. 1 Kreislaufwirtschaftsgesetz (KrWG)

„Abfälle im Sinne dieses Gesetzes sind alle Stoffe oder Gegenstände, deren sich ihr Besitzer entledigt, entledigen will oder entledigen muss.“



§ 3 Abs. 21 Kreislaufwirtschaftsgesetz (KrWG)

*„**Wiederverwendung** im Sinne dieses Gesetzes ist jedes Verfahren, bei dem Erzeugnisse oder Bestandteile, die keine Abfälle sind, wieder für denselben Zweck verwendet werden, für den sie ursprünglich bestimmt waren.“*

Ein Gegenstand wird Abfall, wenn eine dieser drei Bedingungen zutrifft:

- Entledigung
- Entledigungswille
- Entledigungspflicht



Wiederverwendung (kein Abfall): Wenn Produkte oder ihre Bestandteile, die keine Abfälle sind, nochmals für denselben Zweck genutzt werden

Vorbereitung zur Wiederverwendung §3 Abs. 24 KrWG**:** Wenn Abfälle geprüft, gereinigt oder repariert werden, damit sie wiederverwendet werden können

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Woher kommt die Ware?

Ein Blick hinter die Kulissen

Warenabgabe von Kundschaft bei Containern auf Wertstoffhof

Warenangabe von Kundschaft an „Zirka-Annahmestelle“ auf Wertstoffhof

2 VZÄ

Sammlung auf Wertstoffhof

genaue Anweisungen und Vorgaben für Wertstoffhöfe, stetiger Austausch (Qualitäts-SLAs)

- **A Ware:** sofort verkaufsfähig (Premium, ohne Mängel)
- **B Ware:** kleiner Reparatur-/Aufbereitungsbedarf (Visible Mending, Reinigung)
- **C Ware:** ausschließlich für Upcycling/Workshop, kein Direktverkauf

Sortierung nach Sortimenten und Zirka-Standort

Innenstadtfläche (nur A-Ware)

Großfläche (A-, B- und C-Ware)

Verladung in Container



Container, in denen Ware zu Halle2 transportiert wird

Organisation über Warenwirtschaftssystem (WWS) – Vorschlag: ZAK Software „ReUse Studio“

Lieferung an ZirKa

1 LKW 3,5 T für Innenstadt-Fläche

1 LKW 7,5 T für Großfläche Stadtteillage



Abgabestelle der Waren am Wertstoffhof für Halle2



Sortierung nach Sortimenten der abgegebenen Waren (Beispiel Halle2 München)

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Sortiments- und Nutzungskonzept: Kleinfläche

Logistik & Personal

Betrieb & Logistik

Di–Sa 11–19 Uhr

- A-Ware von Wertstoffhöfen: max. 2x pro Woche morgens zu Beginn, nach Auslastung /KPIs anzupassen (8:30 – 10:30 Uhr)
- Kundenabgaben während Öffnungszeiten → AGB-ähnliche Kurzregeln für Kund:innenabgaben (siehe Abb. 1)
- Warenannahme: Erfassung/ Prüfung mit Liste und Einlagerung

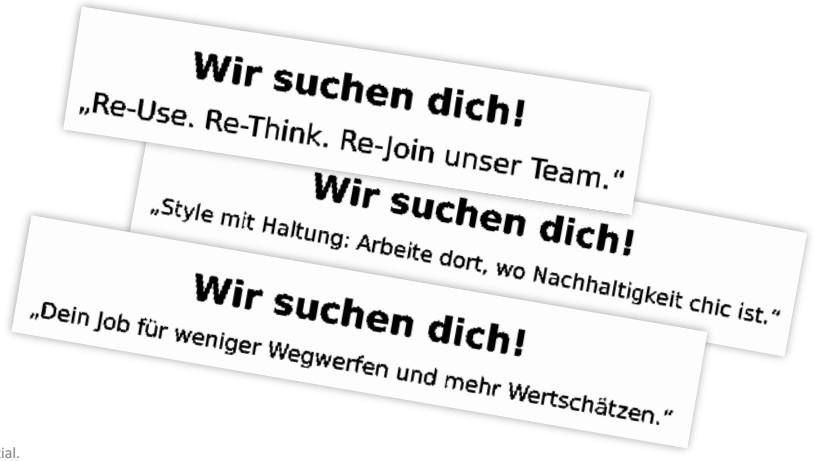


Abb. 1 Beispiel Halle 2, Foto BBE

Personal

- Store Lead **(=Betriebsleitung**) (1 VZÄ)
- Marketing/Workshops (0,5 VZÄ)
- Verkauf (1,5 VZÄ bzw. 3 TZ)
- VM (0,5 VZÄ)
- Backoffice /Lager /Annahme (1 VZÄ)
- Transport / Logistik (1 VZÄ)

Klare Rollenaufteilung von Verkauf und Lager, Personal mit Einzelhandelsexpertise



© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Sortiments- und Nutzungskonzept: Kleinfläche

Fläche, Sortiment, Ladenlayout & Preise

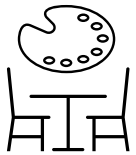
Fläche & Nutzung





Midjourney, BBE

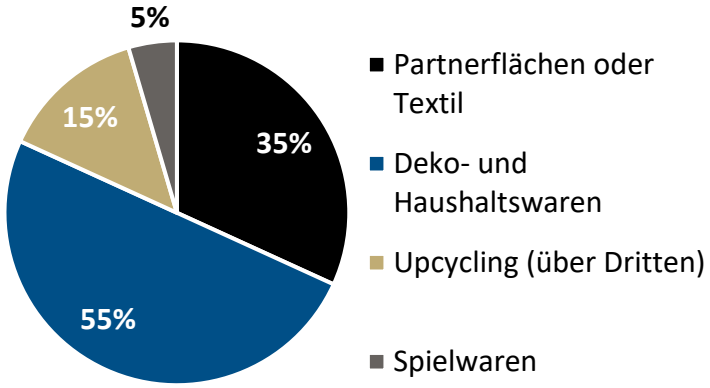
Obergeschoss (rd. 200 m²)



- **Workshops/Bildung (rd. 80 m²)**: u.a. Visible Mending (Flicken & Patchen), Zero-Waste Basics, 3D-Druck (recycelt), Klima-Puzzle/Talks mit lokalen Partnern; mit Teilnahmegebühr
- **Energieberatung für Bürgerinnen und Bürger** (rd. 50 m²)
- **Repair Café:** jeden Samstag (rd. 20 m²)
- **Bücher & Medien mit Lese-Ecke (rd. 50 m²)**

Ladenfläche im Erdgeschoss (rd. 300 m²)

Anteil der m² in %; saisonal anpassen



Untergeschoss (rd. 200 m²)

Lager, Sortierung

Ladenlayout

- **Wohlfühl-Standards**: Musik, Deko, Pflanzen, freundliches und beruhigendes Branding
- Energiepunkte: „Story-Wände“ und Zonierung (Front–Mid–Back)
- Info-Tafel und Schaufenster „Heute im OG …“ als Frequenzbooster

Pricing & Kasse

- Preispolitik: **klare Preis-Leitplanken** je Kategorie (über Software zu empfehlen)
- Garantie-/Gewährleistungsregeln je Kategorie
- Dynamik: Saisonale Rotationspläne
- „Drop Days“ für kuratierte Ware
- Kassen-/Warenwirtschaft: Artikelkategorien, einfache Barcode-/ Preisetiketten

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Sortiments- und Nutzungskonzept: Kleinfläche

Regionale Partner, kuratierte Händler & lokale Kreative

Mögliche Händler/Reuse-Akteure

- Liliths Second Hand Laden
- Mit Ecken und Kanten
- BRK Gebrauchtwaren
- Vinty‘s Nürnberg
- Hanni‘s Secondhand
- Gentle Machine
- Möbel Wachsmann
- raumwunder



Mit Ecken und Kanten, eigenes Foto



Vinty‘s, Foto, eigenes Foto

Mögliche KünstlerInnen/Labels

- mudra Nähwerkstatt Nürnberg
- ONCE there was a festive table
- Besitzbar
- Cinta.Case
- Wassi handmade

Kooperationsidee

- Zusammenarbeit mit ausgewählten regionalen Partnern
- Teilfläche soll an Kooperationspartner vermietet werden
- Gleichzeitig soll hierdurch auch Ware bezogen werden
- Fläche kann dadurch regelmäßig neu inszeniert werden und erhält einen starken Erlebnis- und Entdeckungscharakter

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

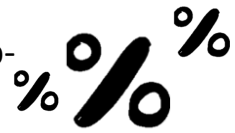
Sortiments- und Nutzungskonzept: Kleinfläche

Marketing, KPIs & Compliance

Marketing & Kundenbindung

- Öffentlichkeitsarbeit durch eigene Webseite, Instagram, Tik Tok & Google My Business
- Anreize bei Warenabgabe (u.a. 5 € Gutschein für A-Ware ab X Teilen)
- **„Willkommen in Nürnberg“** bei Ummeldung: Einkaufsgutschein
- 1× pro Monat Samstagsaktion (z.B. 25 %)
- Loyalty: Stempelkarte oder Punkte (z. B. für Abgabe von A-Ware, Workshop-Teilnahme, Reparaturerfolge)
- Digitales Schaufenster (wöchentlicher Turnus) auf eigener Webseite





KPIs* & Steuerung

- KPI-Dashboard: Wochenreport (Abverkaufsquote, Lagerauslastung, Flächenbelegung)
- KPI-Umweltwirkung: 2–3 Kennzahlen (kg/Teile/Monat, geschätzte CO_2-Einsparung)
- Feedbackschleifen: Gästefeedback (Karten/QR), monatliches Review für Flächen-/Preisjustierung
- Absprache mit Partner(fläche): Themen-/Terminabstimmung, klare Abgrenzung bei Sortiment, Absprache bei Lieferungen, **Vermeidung von Kannibalisierung**



*Key Performance Indicator = messbare Werte/ Leistungskenziffern

Compliance & Sicherheit

- Sicherheits- & Notfallkonzept: Erste-Hilfe, Brandmelder/Feuerlöscher, Evakuierungsplan, Unterweisungen
- Diebstahlprävention: Zonen, Sichtachsen, einfache Sicherheitsmaßnahmen (ohne harte Barrieren)
- Barrierefreiheit: Wegbreiten, Greifhöhen, einfache/mehrsprachige Beschilderung, ergänzend eine barrierearme Kassen-/Serviceposition
- Datenschutz: DSGVO Hinweis an Annahmetisch/ Checkout (Annahmeformular, Fotos bei Workshops)
- VerpackG/BattG/ElektroG: Umgang mit Verpackungen/Batterien/Altgeräten; Entsorgungs- und Rücknahmepfade.

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Sortiments- und Nutzungskonzept: Großfläche

Logistik & Personal

Betrieb & Logistik

Mo–Sa 10–18 Uhr (wenn Kopplungseffekte am Standort!)

- A-, B- und C-Ware von Wertstoffhöfen: 5 x pro Woche zu Beginn, nach Auslastung /KPIs anzupassen (Mo – Fr 8:00 – 10:00 Uhr)
- Kundenabgaben während Öffnungszeiten → AGB-ähnliche Kurzregeln für Kund:innenabgaben (siehe Abb. 1)
- Warenannahme:
  - Qualitätssichtung (A-,B-,C Klassifikation)
  - Erfassung/ Prüfung mit Software und Sortierung nach Sortiments-Rollcontainern (siehe Abb. 2)



Abb. 1 Beispiel Halle 2, Foto BBE

Personal

- Store Lead & Stellvertr. (2 FTE)
- Verkauf/ Kasse (3 FTE), VM (2 FTE)
- Backoffice/Lager/Annahme (6 FTE)
- Elektro-Prüfung „Basis intern“ (1 FTE) „Spezial“ extern (Haftung)
- Auktionen-Orga (0,5 FTE)
- Social/Content = extern

Klare Rollenaufteilung von Verkauf und Lager, Personal mit Einzelhandelsexpertise und ausgebildeten Elektroprüfer



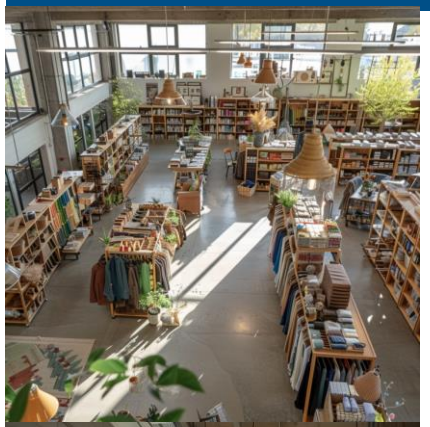
Abb. 2 Beispiel Halle 2, Foto BBE

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Sortiments- und Nutzungskonzept: Großfläche

Fläche, Sortiment, Ladenlayout & Preise

Fläche & Nutzung





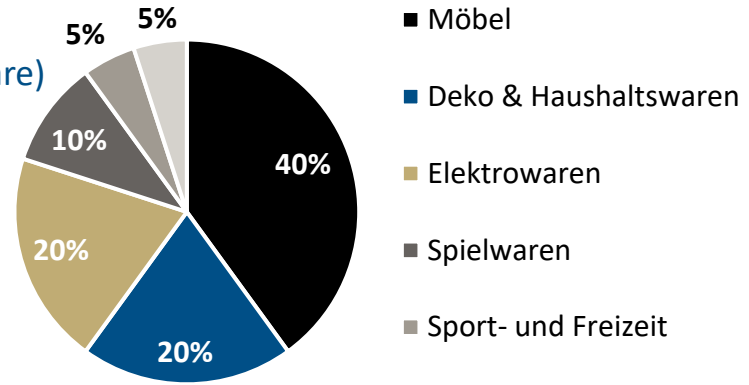
Midjourney, BBE

Verkaufsfläche
(rd. 1.000 m²,
davon 950 m² für Ware)

Anteil der m² in %; saisonal anpassen

saisonal anpassen

Ggf. Ankermieter auf Teilfläche als Magnet



Lager (rd. 900 m²)

- Erfassung der Waren in 9 Gruppen im Lager und in 20 Gruppen im Verkauf
- Presse sowie separate Lagerung für nicht verkaufsfähige Ware (wird entsorgt)
- Elektro-Prüfprozess: Checkliste & Protokoll (Sichtprüfung, Funktionstest, Kennzeichnung) Beachtung ElektroG/WEEE, ProdSG
- Möbel: Stabilitätscheck, auf Vollständigkeit prüfen (Annahme nur zusammengebaut)
- Spielwaren: Altersfreigaben prüfen

Ladenlayout

- **Wohlfühl-Standards**: Musik, Deko, Pflanzen, freundliches und beruhigendes Branding
- Warentransport von Lager zu Fläche mit Rollcontainern
- „Sortiments“- und „Motto“-Zonen auf Fläche
- Leseecke
- **Multifunktionsfläche (rd. 50 m²): für Auktionen oder Ware (wenn keine Auktionsfläche)**

Pricing & Kasse

- Preispolitik: **klare Preis-Leitplanken** je Kategorie (über Software zu empfehlen)
- Garantie-/Gewährleistungsregeln je Kategorie
- Dynamik: Saisonale Rotationspläne
- „Drop Days“ für kuratierte Ware
- Kassen-/Warenwirtschaft: Artikelkategorien, einfache Barcode-/ Preisetiketten

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Sortiments- und Nutzungskonzept: Großfläche

Marketing, KPIs & Compliance

Marketing & Kundenbindung

- Öffentlichkeitsarbeit durch eigene Webseite, Instagram, Tik Tok & Google My Business
- **„Willkommen in Nürnberg“** bei Ummeldung: Einkaufsgutschein
- 1× pro Monat Samstagsaktion (z.B. 25 %)
- Aktionen wie Black Friday, Singles Day und Auktionen
- Vorträge, (Weiter-)Bildungsmaßnahmen
- Werkzeugausleih-Box (siehe Abb. 1)
- Repair-Cafè 1 x pro Woche (z.B. samstags)
- Digitales Schaufenster (wöchentlicher Turnus) auf eigener Webseite



Abb. 1 Beispiel Halle 2, Foto BBE

KPIs* & Steuerung

- KPI-Dashboard: Wochenreport (Abverkaufsquote, Lagerauslastung, Flächenbelegung)
- KPI-Umweltwirkung: 2–3 Kennzahlen (kg/Teile/Klein-Elektro wiederverwendet/Monat, geschätzte CO_2-Einsparung)
- Feedbackschleifen: Gästefeedback (Karten/QR), monatliches Review für Flächen-/Preisjustierung



Compliance & Sicherheit

- Sicherheits- & Notfallkonzept: Erste-Hilfe, Brandmelder/Feuerlöscher, Evakuierungsplan, Unterweisungen
- Diebstahlprävention: Zonen, Sichtachsen, einfache Sicherheitsmaßnahmen (ohne harte Barrieren)
- Barrierefreiheit: Wegbreiten, Greifhöhen, einfache/mehrsprachige Beschilderung, ergänzend eine barrierearme Kassen-/Serviceposition
- Datenschutz: DSGVO Hinweis an Annahmetisch/ Checkout (Annahmeformular, Fotos bei Workshops)
- VerpackG/BattG/ElektroG: Umgang mit Verpackungen/Batterien/Altgeräten; Entsorgungs- und Rücknahmepfade.

*Key Performance Indicator = messbare Werte/ Leistungskenziffern

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Trägermodell(e)

Ziel: Ein juristisch stabiles und vorteilhaftes Träger-modell für das kommunale Konstrukt der Stadt Nürnberg

Ausgangssituation der Stadt Nürnberg



*Der Abfallwirtschaftsbetrieb (im Folgenden ASN) der Stadt Nürnberg ist rechtlich über die Abfallwirtschaftsbetriebssatzung ein **kommunaler Eigen-betrieb** des Referates für Umwelt und Gesundheit.
Daraus ergeben sich für den Aufbau eines Trägermodelles rechtliche Leitplanken, die es zu berücksichtigen gilt.

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Trägermodelle im Überblick

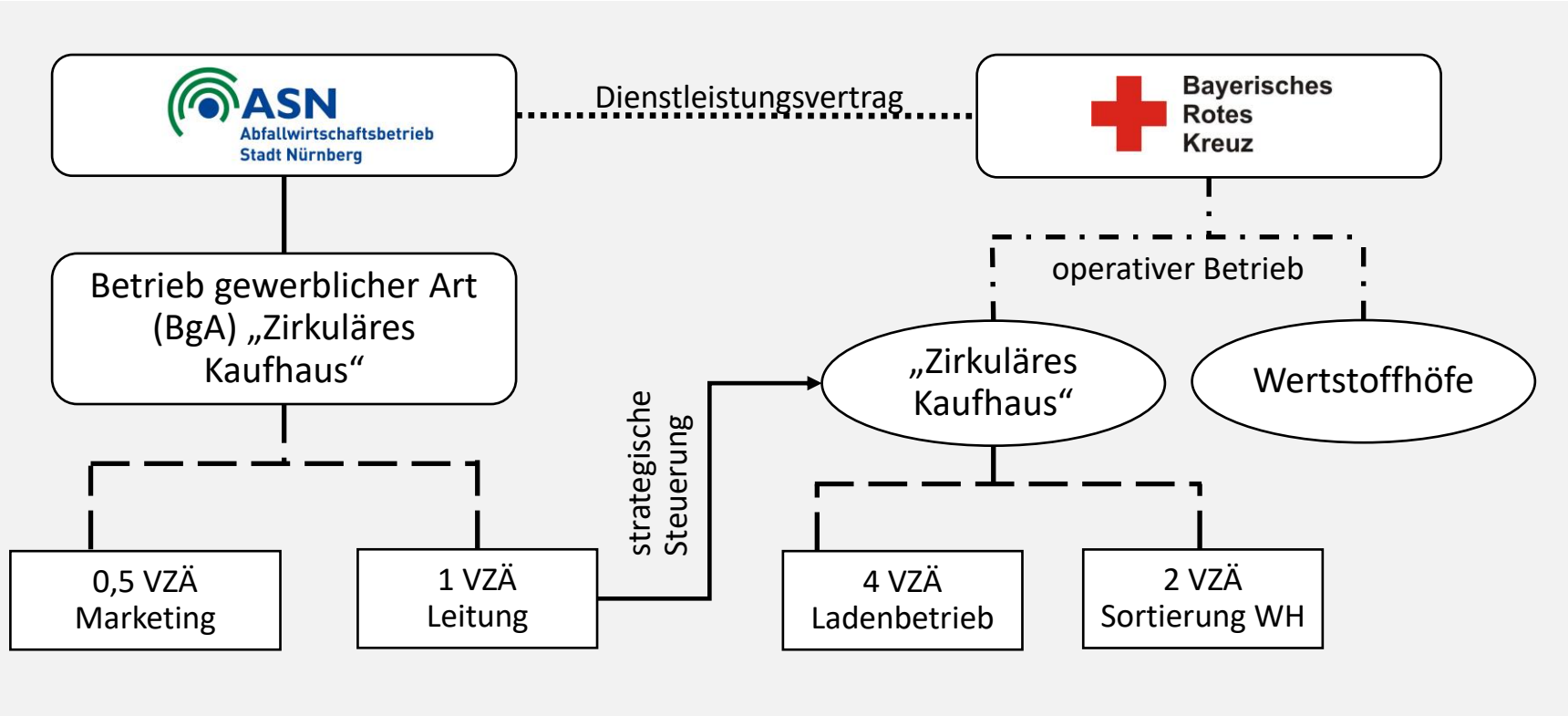
Es wurden verschiedene Optionen intensiv geprüft. Für den kurzfristigen Start wird ein BgA empfohlen.

	Option 1: Eigenbetrieb (BgA)	Option 2: GmbH/AöR	Option 3: Drittbetreiber (BRK)
Rechtsform	Eigenbetrieb ASN, steuerlich BgA	GmbH/AöR, 100% Tochter der Stadt	Stadt = Auftraggeber, Dritter in der Betreiberrolle
Gebühren-Mechanismus	▪ Logistik/Vorsortierung/Prüfung/Beratung = gebührenfähig ▪ Shop = Abfallvermeidung ▪ Erlöse mindern Gebühren ▪ Defizit politisch ▪ Gehälter orientieren sich an Tarifverordnungen	3 Verträge: ▪ 1. Kommission (Ware Eigentum der Stadt) ▪ 2. Liefer-SLA (gebührenfähig) ▪ 3. Bildung (gebührenfähig) ▪ Verkauf selbsttragend	▪ Leistungsverträge für gebührenfähige Module ▪ Verkauf beim Dritten (nicht gebührenfinanziert) ▪ Stadt zahlt nur Hoheitliches
Gebührenfähig	Sammlung, Logistik, Prüfung, Beratung	Sammlung, Logistik (SLA), Beratung (Vertrag)	Sammlung, Logistik (SLA), Beratung (Vertrag)
Nicht gebührenfähig	Verkauf (BgA), Marketing, Events	Verkauf (GmbH), Marketing, Events	Verkauf (Dritter), Marketing, Events
Verkaufsdefizit zahlt	Eigenbetrieb (politisch begründet)	Allg. Haushalt oder Eigenerlöse	Dritter (Erlöse/Spenden/Förderung)
Steuern	BgA: KSt/GewSt/USt-pflichtig	GmbH: KSt/GewSt/USt-pflichtig	Gemeinnützig: KSt/GewSt-befreit
Gebührenbelastung	Mittel	Mittel	Niedrig, da Verkauf outgesourced
Vorteile	▪ Schnell, keine Gründung ▪ ASN-Infrastruktur ▪ Gebührenfähigkeit klar	▪ Flexibilität ▪ Haftungsschutz ▪ Saubere Trennung (3 Verträge)	▪ Kein Gründungsaufwand ▪ Kein Haftungsrisiko ▪ BRK-Synergie ▪ Gemeinnützig ▪ Freies Marketing aus eigenem Haushalt möglich
Nachteile	▪ Keine Haftungsgrenze ▪ Vergaberecht aufwendig und unsicher ▪ Trennungsrechnung aufwendig ▪ Politisch sensibel bei Verlusten ▪ Subsidiarität schränkt Wettbewerb ein	▪ Gründungsaufwand ▪ Inhouse-Nachweis (≥80%) ▪ Marketing eingeschränkt ▪ Politische Komplexität bei Ausgründung	▪ Wenig Kontrolle (vertraglich) ▪ Vergaberecht ▪ Abhängigkeit
Gebührenrisiko	Mittel	Niedrig	Niedrig
	Empfehlung BBE kurzfristig	**Empfehlung BBE mittel-/langfristig**	

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Trägermodell als Mischung aus Option 1 und 3

Durch den Betrieb der Wertstoffhöfe durch das Bayerische Rote Kreuz (BRK) ist für die Stadt Nürnberg die Abwicklung des operativen Betriebs durch die Vergabe eines Dienstleistungsvertrags sinnvoll



Outsourcing als Nachteil?

Ganz im Gegenteil

- Kein Gründungsaufwand, Haftungsrisiko beim Dritten, Gemeinnützigkeit möglich.
- Aber: Steuerung muss über Verträge/KPIs erfolgen (Weisungen nur vertraglich, nicht hierarchisch).

Absicherung

- Leistungsbeschreibung mit KPIs (Ausschussquote, Vermarktungsfähigkeitsquote, Prüfquote Elektro, Lieferfrequenz).
- Berichtspflichten, Auditrechte, Kündigungs- und Anpassungsklauseln.

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Business Case

Kleinfläche Real Case

Es wurden verschiedene Szenarien geprüft. Der Real Case für den Betrieb der Kleinfläche gestaltet sich wie folgt:

	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr	4. Jahr	5. Jahr
Einnahmen Verkauf	195.000 €	240.000 €	271.000 €	293.000 €	299.000 €
Einnahmen Untervermietung	20.000 €	24.000 €	25.000 €	25.000 €	26.000 €
Personalkosten BRK + Transporter	570.000 €	570.000 €	570.000 €	570.000 €	570.000 €
Personalkosten ASN	130.000 €	130.000 €	156.000 €	156.000 €	156.000 €
Miete + NK	120.000 €	120.000 €	120.000 €	120.000 €	120.000 €
Software / IT / Facility-Management	50.000 €	50.000 €	50.000 €	55.000 €	55.000 €
Summe Einnahmen	215.000 €	264.000 €	296.000 €	318.000 €	335.000 €
Summe operative Kosten	870.000 €	870.000 €	896.000 €	901.000 €	901.000 €
Jahresergebnis	- 655.000 €	- 606.000 €	- 600.000 €	- 583.000 €	- 566.000 €

Das prognostizierte Defizit kann, analog zu anderen Best-Practice-Beispielen, über den Gebührenhaushalt der Stadt Nürnberg ausgeglichen werden. Dies wurde zudem vom Rechtsamt der Stadt Nürnberg geprüft und bestätigt.

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Indikative Anschubfinanzierung

Ersteinschätzung

Übersicht der Kostenarten und indikative Einschätzung der Höhe

Kostenart	Kosten	Anmerkung
Renovierungsarbeiten	25.000 €	Streich- und Putzarbeiten, ggfs. kleinere Umbaumaßnahmen
Innenarchitektur und Ladenbau	150.000 €	Ladenbau 300 € pro m²
Auftaktmarketing / Kampagne	100.000 €	Budget für Kampagne zur Bekanntmachung des Projekts
Mietkosten vor Eröffnung	30.000 €	Laufende Kosten vor Eröffnung für Miete
Ausstattung für Workshopfläche und Repair-Café	15.000 €	Tische und Werkzeuge
Hardware / Kassensystem / Schulungen	18.000 €	Einmalige Kosten für Hardware
Ausstattung der Wertstoffhöfe mit Annahmetheken	20.000 €	Annahmetheke und Sammelstruktur
Insgesamt	ca. 360.000 €	

» **Der notwendige Investitionsbedarf ist stark abhängig von den Mietflächen, der konzeptionellen Ausgestaltung der Innenräume und versteht sich daher als Schätzung.**

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

Evaluationszeitpunkt – klar & praxistauglich

Zu welchen Zeitpunkten sollte Projekt evaluiert werden?

Meilensteine:

- **6 Monate:** Technisch-Operatives stabilisieren (Datenqualität, Basisprozesse, erste Pricing-Tests)
- **12 Monate:** Pilot-Review (Go/Adjust/No-Go auf operativer Ebene)
- **24 Monate:** Zwischenevaluation (Entscheidung: Optimieren vs. Skalieren)
- **36 Monate:** Replikationsfähigkeit prüfen
- **48–60 Monate**: Validierung des 5 Jahres-Case (Langfrist-Resilienz)

Go: Datenerfassung stabil; Sell-through > 50%/60 Tage; positiver Trend bei Frequenz, OPEX-Quote sinkt, stabile Partnerzufuhr.

Adjust: Engpässe bei Qualität/Ertrag, zu hohe Durchlaufzeiten; Pricing- und Sortimentsmaßnahmen definieren

No-Go: Anhaltend geringe Annahmequote (< 40%), keine Prozessstabilisierung – Nachsteuerung dringend notwendig.

Warum ist eine Zwischenevaluation nach 24 Monaten wichtig?

- Zwei volle Jahreszyklen: Saison- und Mengenschwankungen „glätten“
- Zeit für stabile Abläufe mit Wertstoffhöfen (Annahme, Aufbereitung, Logistik)
- Ausreichend Daten zu Wiederkäufen, Preisen und Sortiment

→ Bietet Möglichkeit der Nachsteuerung und Anpassung der Prozesse

Warum ist die Hauptevaluation nach 60 Monaten sinnvoll?

- Zeit, um Prozesse zu optimieren und bei Bedarf nachzusteuern
- Zeit für Bekanntheitssteigerung des Projekts und Aufbau von Stammkundschaft
- Anmietung von Immobilien unter 5 Jahren nicht realistisch

Entscheidungskriterien:

- Kommen genug verkaufsfähige Waren rein?
- Dreht sich die Ware schnell genug?
- Findet ein Umsatzwachstum statt?
- Steigt die Anzahl der verkauften Waren?
- Ist das Defizit zunehmend rückläufig?
- Kommen Kundinnen/Kunden wieder und empfehlen uns weiter?

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.

KPIs zur Erfolgsmessung

Wie kann der Erfolg des Projektes „gemessen“ werden?



Wirtschaftlich:

- **Umsatz (gesamt & je Warengruppe, pro m²)**
- **zunehmend rückläufiges Defizit**
- OPEX-Quote (Betriebskosten/Umsatz).
- Marge je Artikel/Gruppe



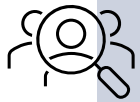
Impact (zirkulär/sozial):

- **Abfallvermeidung (kg)**
- **CO_2-Einsparung (modelliert)**
- Reuse-Rate (Anteil wieder in Nutzung gebrachter Artikel)



Warenfluss & Sortiment:

- Sell-Through-Rate (Abverkaufsrate)
- Lagerdauer/Bestandsreichweite
- Abschriften/Schwund
- Lead Time (Durchlaufzeit) der Waren



Kundschaft und Community:

- **Zufriedenheit der Kundschaft & Kooperationspartner**
- **Kundenfrequenz & Kaufquote**
- **Anzahl an Veranstaltungen**
- Bonwert & Artikel pro Bon
- Wiederkaufrate & NPS (Net Promoter Score)

© BBE Handelsberatung GmbH | IPH Handelsimmobilien GmbH. All rights reserved. Proprietary and confidential.



NÜRNBERG

BBE

IPH

Wissen schafft Zukunft – Wissen schafft Werte.

BBE Handelsberatung GmbH / IPH Handelsimmobilien GmbH

Brienner Straße 45
80333 München

www.bbe.de | www.iph-gruppe.de