

32.000 Euro für die besten Ideen 2023 in Niedersachsens Handel und Innenstädten

Wirtschaftsminister Olaf Lies zeichnet acht Preisträger in Verden aus

Wirtschaftsminister Olaf Lies hat am Donnerstagabend in der Verdener Niedersachsenhalle die acht Preisträgerinnen und Preisträger des landesweiten Wettbewerbs „Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort“ ausgezeichnet. Unter dem Motto „Starker Handel – Starke Zentren“ wurden Einzelhandelsunternehmen, Standortgemeinschaften und Genossenschaftsmodelle, die außergewöhnliche Ideen entwickelt oder zur gemeinschaftlichen Stärkung von Einzelhandel und Innenstädten beigetragen haben, für ihr Engagement oder besondere Projekte ausgezeichnet.

Der landesweite Wettbewerb fand in diesem Jahr bereits zum sechsten Mal statt. Organisatoren sind das niedersächsische Wirtschaftsministerium, die IHK Niedersachsen (IHKN), der Genossenschaftsverband Weser-Ems, der Handelsverband Niedersachsen-Bremen (HNB) und der Verein Nordenham Marketing und Touristik.

Besonders bemerkenswert aus Sicht der Wettbewerbspartner ist in diesem Jahr die Rekordanzahl der Bewerbungen sowie die Vielfalt und Kreativität der eingereichten Beiträge.

Olaf Lies: „Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben in diesem Jahr sehr facettenreiche und kreative Ideen zum Handelswettbewerb eingereicht. Von neu belebten, lauschigen Plätzen bis hin zu Actionerlebnissen im Kaufhaus ist alles an Projekten dabei. Mich freut sehr, dass die Anzahl der Bewerbungen in diesem Jahr wieder gestiegen ist und dass die niedersächsischen Händlerinnen, Händler, Genossenschaften und Standortgemeinschaften viel Initiative und Mut zur Umsetzung gezeigt haben. Genau das ist wichtig, um unseren Wirtschaftsstandort Niedersachsen zu stärken und ein solches Engagement verdient es, ausgezeichnet zu werden.“

IHKN-Hauptgeschäftsführerin Monika Scherf: „Wir brauchen Mut und Inspiration in Einzelhandel und Innenstädten, um unsere Zentren als Orte des Konsums und des gesellschaftlichen Zusammenseins zu verfestigen und neu in Szene zu setzen. Dabei gilt es, auch mal gewohnte Pfade zu verlassen, sein bisheriges Tun und seine traditionellen Geschäftsmodelle zu hinterfragen und ja, auch manchmal auf ein „neues Ideen-Pferd“ zu setzen. Genau das haben die acht Preisträgerinnen und Preisträger gemacht und werden damit auch zurecht prämiert. Wir

sind stolz darauf, wieder einmal zu zeigen, wie viele kluge und inspirative Köpfe es in Niedersachsens Handel und Zentren gibt.“

Hauptgeschäftsführer des HNB, Mark Alexander Krack: „Nicht nur gemeinsam aktiv, sondern auch gemeinsam kreativ – so lässt sich eine Vielzahl der in diesem Jahr bei uns eingereichten Wettbewerbsbeiträge beschreiben. Erfreulich ist, dass allein die Anzahl der Vorschläge in diesem Wettbewerbsjahr so groß gewesen ist wie nie zuvor. Dies zeigt im Übrigen auch, dass sich die Menschen vor Ort dankenswerterweise für den Erfolg ihrer Standorte engagieren. Sie wollen in Erinnerung bleibende Events schaffen, die Strahlkraft, Vielfalt und Beständigkeit vereinen. Und dies hat Vorbildcharakter für viele andere Akteure und Orte. Chapeau und vielen Dank!“

Axel Schwengels, Verbandsdirektor, Genossenschaftsverband Weser-Ems: „Unsere herzlichsten Glückwünsche gehen an die Preisträger, und ein aufrichtiges Dankeschön an alle, die an diesem Wettbewerb teilgenommen haben. Ihre Beiträge haben eindrucksvoll gezeigt, dass der Handel das Herz lebendiger Innenstädte ist. Die eingereichten Projekte zeugen von einer Leidenschaft für den Handel und einem starken Engagement für die Aufrechterhaltung unserer lebendigen Innenstädte und Ortskerne. Sie demonstrieren, wie der Handel Menschen zusammenbringt, das kulturelle Erbe bewahrt und gleichzeitig Innovation und Nachhaltigkeit vorantreibt.“

Geschäftsführerin des Stadtmarketing Nordenham, Ilona Tetzlaff: "Es ist begeisternd, wieviel tolle kleine und große Ideen unser Handel in diesem Jahr eingereicht hat! Es gibt bunte und lustige Aktionen, die Leben in die Stadt bringen, wohlüberlegte Werbestrategien und vor allem wieder ganz viel Herzblut. Unsere Einzelhändlerinnen und Einzelhändler in Niedersachsen stehen nicht nur hinter ihrem Tresen, sondern vor allem hinter ihrem Geschäft, erfinden sich neu und gehen positiv in die Zukunft. Mit unserem Wettbewerb möchten wir ganz besonders nachhaltige und nachahmenswerte Projekte auszeichnen, die auch anderen Mut machen!"

Weitere Informationen erhalten Sie bei der IHKN Handelssprecherin Kathrin Wiellowicz, kathrin.wiellowicz@stade.ihk.de, Tel. 04141-524 142.



Fotos der Preisträger und von der Veranstaltung können Sie ab ca. 11.00 Uhr am 20.10.2023 über diesen QR-Code downloaden:

Folgende Gemeinschaftsinitiativen und Einzelhändler sind als Sieger des diesjährigen Wettbewerbs hervorgegangen:

Gemeinschaftsstore Lingen:

Die Lingener Tourismusinfo, das genossenschaftlich getragene Projekt „Lingen Unverpackt“ und der Weltladen Lingen e.V. haben sich zu einem innovativen Gemeinschaftsstore in der Lingener Innenstadt zusammengetan. In dem Store in der Großen Straße werden faire, regionale sowie unverpackte Produkte gehandelt, Kunsthandwerk angeboten und Informationen sowie Souvenirs an Touristen weitergegeben. Ein Bildungsbereich für Schulungen und Workshops steht Interessierten ebenfalls zur Verfügung. Abgerundet wird der Store durch kostenfreie Schließfächer in verschiedenen Größen des Projektes „Lingen Liefert“, die für einen entspannten Einkauf in der Lingener Fußgängerzone sorgen. Die Verkaufsfläche der Partner hat sich durch den Gemeinschaftsstore auf 200 m² vergrößert und bietet Kundinnen und Kunden sowie 25 ehrenamtlichen Mitarbeitenden Platz für einen nachhaltigen Einkauf.

„Nacht im Kaufhaus für Kinder“, Carl Schäffer GmbH & Co. KG, Osnabrück:

Einmal im Kaufhaus verstecken und warten bis abgeschlossen ist – und dann die ganze Nacht spielen, herumtoben und auf Entdeckungsreise gehen. Die Carl Schäffer GmbH & Co. KG hat diesen Traum mit ihrer „Nacht im Kaufhaus für Kinder“ in Osnabrück ermöglicht. Hier werden an bestimmten Samstagabenden die Tore bis 23 Uhr geöffnet. Auf fast 3.000 m² sind dann insgesamt 25 Stationen aufgebaut, die nicht nur „Spiel und Spaß“, sondern auch pädagogische Ziele in den Mittelpunkt setzen. Eine professionelle Märchenerzählerin begeistert die Kinder, das kulinarische Angebot die Erwachsenen.

„Frühlingserwachen mit Osterhasenrennen und verrückten Schaufenstern“, „Wir für Wallenhorst“-Marketing e.V., Wallenhorst:

Dem Marketingverein „Wir für Wallenhorst“ gelingt es beim Frühlingserwachen, viele Akteure zusammenzubringen. Kaufleute, Handwerker, Gastronomen und Gewerbetreibende lassen in der Aktionswoche Kaninchen über Hindernisse hüpfen, verschenken als Frühlingsgruß Pflanzen an ihre Kunden und lassen Schaufenster von jeweils einem anderen Gewerbetreibenden dekorieren. Dies sorgt bei Groß und Klein immer wieder für Erstaunen, denn Ziel ist es aufzufallen und für Neugierde zu sorgen.

„Nachhaltigkeit im Bereich Mode simpel umsetzen und erlebbar machen“, Unikate und Herzkleider, Meppen

Ein innovativer Concept Store im Herzen von Meppen hat es sich zur Aufgabe gemacht, Nachhaltigkeit im Bereich Mode umzusetzen: Frau Hoetz von ‚Unikate und Herzkleider‘ verkauft Second-Hand-Bekleidung und bietet Änderungen und Reparaturen von Kleidungsstücken an. Aufgrund dieses individuellen Services kann Kleidung länger getragen und Ressourcen können gespart werden. Beim sogenannten Upcycling werden sogar alte Materialien zu einem neuen Produkt verarbeitet. Workshops, Nähkurse und Info-Sessions runden das Angebot zum Thema Nachhaltigkeit erfolgreich ab.

„Die City-Offensive Bramsche – gemeinsam für eine Starke Innenstadt!“, Förderkreis Freundliches Bramsche e.V.

Der Förderkreis Freundliches Bramsche hat sich mit der „City Offensive“ der Transformation der Bramscher Innenstadt verschrieben und zeigt damit, dass Innenstadtentwicklung Aufgabe aller und nicht nur Einzelner ist. Viel Kreativität fließt in diesen komplexen Prozess, der vielfältige und nachhaltig wirksame Maßnahmen hervorbringt. Bisher konnte eine neue öffentliche Beleuchtung plus Bodenstrahlern, eine Radservicestation, eine digitale Infosteile sowie die Umgestaltung des Münsterplatzes mit Hilfe einer Bürgerbeteiligung realisiert werden. Zusätzlich wurden der Bramscher Einkaufs- und Erlebnissamstag, das 925jährige Stadtjubiläum sowie der Wettbewerb „Lokalhelden“ umgesetzt. Weitere Ideen und Projekte, wie ein Coworking Space, stehen in der Pipeline. „Wir müssen die City nicht nur neu denken – wir müssen sie neu machen!“ lautet der Slogan.

„Events im Spielwarengeschäft“, idee + spiel Store, Hannover:

„Einmal wieder Kind sein!“ - diesen Wunsch vieler Erwachsener hat sich der idee + spiel-Store in Hannover zu Nutze gemacht, um mit einem neuartigen Geschäftsmodell das bisherige, traditionelle aufzufrischen. Dass man einer schwierigen Situation – wie aktuell der angespannten wirtschaftlichen Lage nach Corona und im Zuge der Auswirkungen des russischen Angriffs auf die Ukraine – mit viel Kreativität entkommen kann, wird hier hervorragend bewiesen. Was mit dem ausverkauften Event „Männerträume werden wahr – Eine Nacht im Spielwarenladen“ für 50 Teilnehmer begonnen hat, ist inzwischen zu einer Eventreihe geworden, die unterschiedliche Themen bedient. Die Events und Räumlichkeiten öffnen sich nach außen und werden inzwischen häufig als Teambuilding-Maßnahme von Unternehmen oder weiteren Organisationen gebucht.

„Im Kern“ – Werbegemeinschaft Melle City, Melle:

Witzig und erfrischend, so kann die moderne Werbekampagne für den Kern der Meller Innenstadt beschrieben werden. Nur zwei Wörter, die aber viel Kraft erzeugen: „Im Kern...“. Mit smarten Headlines und viel Wortwitz werden die vielen Facetten der Meller Innenstadt, eben des „Kerns“, aufgezeigt: Eine ganze Reihe verschiedener Akteure präsentieren sich und ihr Unternehmen auf unterschiedlichen Werbeträgern und Plattformen, wobei immer die gesamte Innenstadt im Vordergrund steht. Die Art und Weise macht Lust, selbst den Kern von Melle zu erkunden. Dabei hat der Slogan „Im Kern“ nicht nur einen Wiedererkennungswert im Sinne eines guten Marketingeffektes, sondern trägt inzwischen zur Identitätsbildung und zum Image der gesamten Stadt bei. Auch für Gäste von außerhalb des Kerns.

„Krimi & Shopping“, IG CityMarketing e.V., Rotenburg (Wümme):

Die dunkle und kalte Jahreszeit ist für viele Zentren nicht die schönste Zeit des Jahres – die Kunden tummeln sich schlichtweg nicht so gerne in den Fußgängerzonen. In Rotenburg (Wümme) hat man sich die Dunkelheit aber zu Nutze gemacht. Das Einkaufs-Event „Krimi & Shopping“ ist ein langer Einkaufsabend, an dem es viel zu entdecken gibt und der durch eine Krimi-Detektiv-Aktion an ausgewählten Spielorten – Geschäften, Restaurants, Rathaus und Kirche – zu etwas ganz Besonderem wird. Da verhandeln etwa drei Pastor:innen im Restaurant ein biblisches Tötungsdelikt. In einem Geschäft am Marktplatz geschieht zwischen Brot und Gemüse ein "meucheliger Mord", pantomimisch dargestellt und aufgeklärt. Das Rathaus verwandelt sich in eine "verruchte Spelunke", dank eines Chors und seiner verwegenen Lieder. An insgesamt sechs Spielorten gibt es viele Chancen auf kriminell gute Unterhaltung –

und viele Gelegenheiten, im städtischen Getümmel unterzutauchen, sich am Stand mit einem Glühwein aufzuwärmen, Freunde zu treffen in den Geschäften zu stöbern... Zeit ist genug, denn die Geschäfte haben bis 21 Uhr geöffnet.