

Wettbewerb 2019

06.11.2019

Die einen reden, die anderen machen!

Staatssekretär Muhle prämiert die kreativsten „Macher“ aus Einzelhandel und Gemeinschaftsinitiativen mit 36.000 Euro

Hannover, Achim | Stefan Muhle, Staatssekretär für Digitales im Niedersächsischen Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung hat am Dienstagabend in Achim die sechs Preisträgerinnen und Preisträger des landesweiten Wettbewerbs „Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort“ ausgezeichnet. Gekürt wurden innovative und „um die Ecke“ denkende Einzelhändler und Gemeinschaftsinitiativen aus Kommunen mit bis zu 50.000 Einwohnern. Der landesweite Wettbewerb wurde bereits zum dritten Mal in Folge von Wirtschaftsministerium, IHK Niedersachsen (IHKN), Genossenschaftsverband Weser-Ems, Handelsverband Niedersachsen-Bremen und Nordenham Marketing und Touristik e.V. organisiert.

Der Abend mit über 100 Gästen aus Handel und Politik stand in diesem Jahr ganz unter dem Motto der Digitalisierung im stationären Einzelhandel. Im Achimer Kulturzentrum „KASCH“ betonte Stefan Muhle vor allem die Wichtigkeit einer Verschmelzung von On- und Offline: „Die Einkäufe im Onlinehandel wachsen stetig. Deshalb ist es wichtig, dass die Händlerinnen und Händler zusätzlich zur stationären Präsenz auch im Web bestmöglich zu finden sind und sich professionell aufstellen.“ Und genau darum ging es auch in der Podiumsdiskussion, die unter dem Motto „Online wie Offline – Kreativität im Handel ist gefragt“ unter der Moderation von Antje Diller-Wolff den Abend eröffnete.

Alle Podiumsteilnehmer hoben hervor, dass der Wettbewerb seit nunmehr drei Jahren eine außerordentlich gelungene Plattform wäre, um aufzuzeigen, dass der stationäre Einzelhandel auf der einen Seite in seinen Grundkompetenzen unerschütterlich sei, auf der anderen Seite aber die Digitalisierung als Chance begreife, sich und seine Geschäfts- und Vertriebsmodelle neu zu entwickeln. „Es macht Mut, dass sich viele der eingereichten Wettbewerbsbeiträge um die Verbindung von Online und Offline drehen. Das weist genau in die richtige Richtung. Der stationäre Handel braucht Online-Präsenz, nur so bleibt er auf Dauer wettbewerbsfähig, sichert seine lokalen Standorte und kann die Innenstädte und Ortszentren beleben“, sagt Martin Bockler, Handelssprecher der IHK Niedersachsen.

Dass Niedersachsens Einzelhändler und Händlerinitiativen ihre Geschäfte und Standorte trotz spür- und sichtbarem Strukturwandel mit innovativen Ideen, Kreativität und Mut nach vorne bringen zeigten sämtliche Bewerbungen, lobte auch der Hauptgeschäftsführer des Handelsverbands Niedersachsen-Bremen, Mark Alexander Krack: „Ich freue mich, dass es mit unserem Wettbewerb gelingt, wichtige Impulse, die Einzelunternehmen sowie Gemeinschaftsinitiativen für ihre Standorte setzen, gebührend zu würdigen. Denn diese Akteure sind es, die als Frequenzbringer Lebensqualität und Vielfalt in unseren Städten und Gemeinden entscheidend mitprägen und weiterentwickeln.“

Der „Wandel im Handel“ ließe sich nur durch gemeinsames Handeln und Vernetzen aller Akteure begleiten, lautete ein weiterer Tenor des Abends. Denn die Attraktivität einer Fußgängerzone, eines Ortskerns oder einer Innenstadt sei keine Solo-Nummer, weiß Expertin Ilona Tetzlaff, Geschäftsführerin des Nordenham Marketing und Touristik e.V.: "Der Wettbewerb zeigt deutlich, auf wie viele unterschiedlichen Weisen sich Netzwerke entwickeln und funktionieren können. Ob Ein-Personen-Unternehmen, eine Handvoll Einzelhändler*innen oder professionelle Stadtmarketingorganisationen - sie alle sind mit ihren Ideen und ihrem Herzblut Macherinnen und Macher für unsere Lebens- und Aufenthaltsqualität im ländlichen Raum."

Diesen Gedanken teilte der Genossenschaftsverband Weser-Ems als Projektpartner von der ersten Stunde an uneingeschränkt: "Für die Mitgliedsunternehmen unseres Verbandes bieten sich vor den aktuellen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Herausforderungen viele Chancen zur aktiven Mitgestaltung vor Ort", unterstrich Abteilungsleiter Harald Lesch im Rahmen der Preisverleihung. Gemeinschaftsinitiativen im Handelsbereich in Form einer Genossenschaft seien deshalb auch besonders wichtige Maßnahmen für die Handelsentwicklung in den Städten und Gemeinden. „Genossenschaftliche Initiativen bündeln und vertreten die Interessen der Händler und können die Attraktivität von Zentren durch die aktive Einbindung vor Ort in einem kooperativen Rahmen unterstützen“, so Lesch.

Impressionen der Veranstaltung und die Kurzporträts aller Bewerber sind in den nächsten Tagen online unter www.stade.ihk24.de/wettbewerb einsehbar. Weitere Informationen bei der IHK Stade, Kathrin Wiellowicz, Tel. 04141-524 142, kathrin.wiellowicz@ihk.stade.de

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

Der erste Platz in der Kategorie „Einzelhandel“ und damit 10.000 Euro gingen an das Gebrüder-Duo Heins aus dem Nachbarlandkreis Rotenburg, genauer aus Rockstedt. „Broes bringt's“ ist ein Lieferservice, der sich im Laufe der letzten Jahre vom kleinen Brötchenlieferdienst zu einem Unternehmen mit inzwischen 27 Helfern und einer breiten Produktpalette an regionalen Lebensmitteln entwickelt hat. Mit ihrem nachhaltigen und regionalbewussten Schwerpunkt und nicht zuletzt dem Slogan *„Wir lieben unsere Heimat und möchten gute, regionale Lebensmittel & Nachhaltigkeit cool und salonfähig machen!“* überzeugten die gerade mal 21 und 23 Jahre jungen Unternehmer die Jury.

Platz eins in der Kategorie „Gemeinschaftsinitiative“ ging ebenfalls an ein Projekt aus der Elbe-Weser-Region: Den Stader FACHMarkt bewertete die Jury als eine gelungene Kombination aus analoger Verkaufsplattform für regionale Produkten und gelebter Inklusion. Das Konzept des im Mai 2019 eröffneten Geschäftes bietet für regionale Hersteller die Möglichkeit, ein Fach zu mieten und dort eigene Produkte anzubieten. Statt herkömmlicher Regale wurde das für die Region prägende Element der Apfelkisten als Präsentationsfläche gewählt. Bei der Auswahl der Mieter wird darauf geachtet, dass diese in der Region Elbe-Weser oder Hamburg ansässig sind. Der Stader FACHmarkt wird betrieben als Inklusionsprojekt des DRK Kreisverbands Stade Schwingewerkstätten. Der Betrieb des Geschäftes ermöglicht zwei behinderten Menschen in einem Beschäftigungsverhältnis zu stehen, betreut von einer Mitarbeiterin des DRK.

Das Silbertreppchen in der Kategorie „Gemeinschaftsinitiative“ gebührt einer einfarbigen Idee aus Königslutter: Das Projekt „Geschäftsleute setzen auf knallrot!“ will mit roten Stühlen und Bänken ein Zeichen für eine lebendige Innenstadt setzen. Neben dem reinen Wiedererkennungswert bieten die roten Sitzgelegenheiten Orte zum Ausruhen und zum Austausch und sind aus dem Straßenbild der Stadt nicht mehr wegzudenken. Durch die Aktion konnten inzwischen zahlreiche Firmen als neue Mitglieder der Werbegemeinschaft gewonnen werden und alle möchten einen roten Stuhl vor ihrem Geschäft oder in ihrem Schaufenster stehen haben. Die Geschäftsinhaber möchten damit nach außen hin sichtbar dokumentieren, dass sie der Werbegemeinschaft angehören und sich außerdem dem Gedanken „buy local“ verbunden fühlen.

Platz zwei bei den Einzelhändlern ging laut Jury verdientermaßen an das „DECK2“ aus Buxtehude. Das Zentrum der Kreativwirtschaft wird seit Ende 2016 in Buxtehude im historischen Gebäude der „Malerschule“ gelebt und bietet seinen Besuchern eine Kombination aus Verkaufs- und Eventfläche. Auch hier spielt der regionale Aspekt eine große Rolle und so werden in erster Linie handgefertigte Produkte von lokalen Ausstellern verkauft. Gemeinsam Kreatives erleben, das steht im DECK 2 ebenfalls im Vordergrund. Hierfür haben sich verschiedene Wege etabliert, z.B. die Ausrichtung von Workshops, Treffen von kreativen Gruppen, Vermietung der Räumlichkeiten bis hin zur Begleitung von Stadtevents.

Über den dritten Platz in der Kategorie „Einzelhandel“ durfte sich die Online-Plattform „Posten-Portal.de“ freuen. Postenportal mit Sitz in Osterholz-Scharmbeck bietet den Händlern aus der Region eine

Plattform, um Waren online zu verkaufen. Dies passiert entweder über die oben benannte Website direkt, oder über andere Marktplätze wie Ebay, Amazon oder Check24. Der Händler bekommt so die Möglichkeit, eventuelle „Ladenhüter“ an den Kunden zu bringen und erhält zusätzlich ein „digitales Schaufenster“ - auch ohne einen eigenen Onlineshop.

Den dritten Platz der Kategorie „Gemeinschaftsinitiative“ belegte die Initiative „Tierisch gut!“ aus Bad Bevensen. Mit einem Eichhörnchen als Marketing-Botschafter schaffte es die Initiative in den letzten Jahren ein individuelles Image durch Storytelling zu entwickeln, das inzwischen weit über die Grenzen der 9.000 Einwohner großen Kurstadt bekannt ist.