

Pressemitteilung von Donnerstag, 20. Januar 2022 Stadt Hanau

Pop-up-Konzepte kommen gut an
Stadt zieht positive Zwischenbilanz – Junge Gründerin ergänzt „Second-Vintage-Store“ – Dritte Fläche angemietet

Das Konzept der Pop-up-Stores, die im Rahmen des Stadtentwicklungsprogramms "Hanau aufLADEN" in der Innenstadt Einzug halten, entwickelt sich immer mehr zum Erfolgsmodell. Die aktuellen Mieter zeigen sich, nachdem das erste Geschäftsquartal fast absolviert ist, begeistert vom Kundenzuspruch und den stationär erzielten Umsatzzuwächsen. Unternehmerischen Zuwachs bekommt ab 1. Februar der Pop-up-Store "Second Vintage", in dem die Angebotspalette um hochwertige Damen-Kleidungsstücke aus zweiter Hand erweitert wird: "Lotte im Glück" heißt das Start-up der Jungunternehmerin Valerie Ramme, die das bestehende Angebot des Junggründers Noah Naber an der Nürnberger Straße mit Designerstücken ergänzen wird.

"Das Einkaufs- und Erlebnisangebot in unserer Stadt hat mit den Pop-up-Stores deutlich gewonnen. Das war unser erstes Ziel. Und die ausnahmslos von allen Beteiligten gezogene positive Zwischenbilanz zeigt, dass wir damit auf dem richtigen Weg sind", lobt Hanaus Oberbürgermeister Claus Kaminsky die Ausgestaltung des Stadtentwicklungsprogramms "Hanau aufLADEN" durch die Hanau Marketing GmbH (HMG). Es sei eine Win-Win-Situation, in Zusammenarbeit mit den Immobilienbesitzern leer stehende City-Einzelhandelsflächen anzumieten und durch die Stadt an innovative Gründerinnen und Gründer vergünstigt weiterzuvermieten, ihnen damit eine Starthilfe zu geben und somit das Einzelhandelsangebot in Hanau gezielt "aufzuladen". "Als Heimat kreativer Geschäftsleute entsteht durch das Stadtentwicklungsprogramm ein neues Kraftzentrum für innovativen und nachhaltigen Einzelhandel – für Hanau und die Region", freut sich der Oberbürgermeister über die Belebung der Innenstadt. Er lobt gleichzeitig die Immobilieneigentümer, die sich auf das Wagnis einlassen: "Eigentümerinnen und Eigentümer tragen Verantwortung für die Entwicklung unserer Innenstadt. Wir sind sehr froh darüber, dass sich das inzwischen bemerkbar macht und eine stetig wachsende Zahl die Zusammenarbeit mit der Stadt sucht. Wem Hanau am Herzen liegt, der muss bereit sein, den wirtschaftlichen Maximalerfolg auch mal hinten an zu stellen. Dafür sind wir jenen, die mit uns gemeinsam die Pop-up-Ansiedlung ermöglichen, sehr dankbar. Sie haben erkannt, dass ihre Immobilie von spannenden, innovativen Konzepten mittelfristig mehr profitiert als vom nächsten Frisör, Nagelstudio oder Handyshop."

Alle Pop-up-Locations, die über die HMG gefördert werden, zahlen über die Nebenkosten-Umlagen hinaus nur zehn Prozent ihres Bruttoumsatzes als Miete. Die Mietverträge sind zeitlich auf drei bis sechs Monate begrenzt. Danach – so die Intention des bundesweit Beachtung findenden Hanauer Pop-up-Konzepts – haben sich die Läden etabliert und können ihre Geschäfte in Hanau aus eigener Kraft betreiben.

Auf gutem Weg dahin ist der Jungunternehmer Noah Naber, der mit seiner Geschäftsidee, hochwertige und besondere Kleidung aus zweiter Hand zu verkaufen, zunächst ausschließlich online erfolgreich war, und nun mit dem Pop-up-Laden "Second Vintage" die Umsätze stationär weiter ausbauen konnte. Sein Konzept wird ab 1. Februar noch erweitert, wenn die auf Designer-Damenmode aus zweiter Hand spezialisierte Jungunternehmerin Valerie Ramme mit "Lotte im Glück" den Pop-up-Store an der Nürnberger Straße 28 ergänzt. Der Erfolg von "Second Vintage" und die Erweiterung um "Lotte im Glück" sind auch die Gründe, weshalb der Mietvertrag nun bis Ende April verlängert wurde. "Das Ladenkonzept ist eine große Bereicherung für die Hanauer Innenstadt, denn es zieht vor allem junge Menschen an, und es bedient den Mega-Trend Nachhaltigkeit", begründet HMG-Geschäftsführer Martin Bieberle. Beide

Jungunternehmer könnten sich nun gegenseitig unterstützen, ihr Angebot ausbauen und einen größeren Kundenkreis ansprechen.

"Ich liebe schöne und qualitativ hochwertige Kleidung. Am liebsten mag ich natürliche Materialien wie Baumwolle, Bambus, Lyocell, Seide, Leinen, Merinowolle, Kaschmir, Alpakahaar, Kamelhaar oder Vikunjawolle und zeitlose Klassiker luxuriöser Brands. In meinem Shop biete ich eine kuratierte Auswahl an Stücken an, von deren Qualität ich überzeugt bin", sagt die junge Geschäftsfrau Valerie Ramme, die ihre Stücke bislang ausschließlich online (www.lotteimglueck.de) an- und verkauft hat. Wie ihr Co-Ladeninhaber setzt sie auf Nachhaltigkeit, in dem qualitativ hochwertige Kleidungsstücke oder Accessoires weiter genutzt werden und legt besonderen Wert auf die Vermeidung von Plastik in der Logistikkette. Den Shopnamen hat sie aus ihrem zweiten Vornamen Charlotte "und dem Glück, dass man beim Tragen eines Lieblingskleidungsstücks hat", abgeleitet. Voller Vorfreude ist sie nun auf den direkten Kundenkontakt in bester Hanauer Einzelhandelslage.

Sehr zufrieden mit der Geschäftsentwicklung zeigen sich nach knapp drei Monaten Pop-up-Store auch die Inhaber von "LEROY´s Kulinarisches & Schönes", Petra und Jörg Leroy. Gegenüber dem Kunstkaufhaus "Tacheles" können an der Nürnberger Straße 35 Produkte von A wie Apfel-Balsamico über R wie Robbe & Berking Silber, T wie frische Trüffel bis Z wie Zitronen-Olivenöl erworben werden. Ihre Kundinnen und Kunden schätzten eine ausführliche Beratung und die Möglichkeit, die Produkte in einem stimmungsvollen Ambiente von erlebbarer Tischkultur bei Degustationen und verschiedenen Aktionen kennen zu lernen und zu genießen, freuen sich die Inhaber. Als Neukundinnen und Neukunden begrüßen sie auch viele Wochenmarktbesucher, die –neugierig geworden durch die Hanauer Pop-up-Läden – auf Erkundungstour in ihren und die benachbarten Läden gehen. Der Mietvertrag war von vorneherein auf sechs Monate, also noch bis Ende April, abgeschlossen worden.

Ein weiterer Pop-up-Laden soll Anfang April in der Lindenstraße 5 eingerichtet werden. Dort ist noch bis Ende März ein Corona-Testzentrum, das das Hygiene-Team der Stadt angemietet hat und das vom Deutschen Roten Kreuz betrieben wird, beheimatet. Für die anschließende Pop-up-Besetzung sind bereits einige interessante Bewerbungen mit kreativen Einzelhandelskonzepten eingegangen. "Wir freuen uns über jedes innovative Konzept, mit dem sich Ladengründerinnen und -gründer bei uns bewerben. Gleichzeitig sind wir besonders dankbar, dass es bei nahezu allen Gesprächen, die wir mit Immobilienbesitzern führen, ein hohes Maß an Flexibilität bei der Umsetzung unserer Konzepte und ein großes Entgegenkommen gibt", lobt HMG-Geschäftsführer Bieberle "die große Kooperationsbereitschaft" der Vermieter.

Seit Anbeginn des Stadtentwicklungsprogramms fördert unabhängig davon und mit eigenen Mitteln auch die HBB, als Eigentümerin des Forum Hanau, die Möglichkeit, sich zu vergünstigten Konditionen mit einem Pop-up-Konzept auszuprobieren - auch hier mit Erfolg: "Micha´s Magic World", vor zwei Jahren von Gründer Michael Faust als Pop-up-Store im Forum Hanau gestartet, hat sich inzwischen langfristig im Untergeschoss des Einkaufszentrums eingemietet. Der "Comic und Nerd-Store" trifft den Nerv des Publikums. Aktuell betreibt die Künstlerin Sanja Zivo mit ihren Werkstücken noch bis Ende Januar einen Pop-up-Store im Forum. "Wir sind immer offen für innovative Konzepte und bieten Gründern die gleichen Konditionen wie die Stadt an." wirbt auch Senior-Centermanagerin Diana Schreiber-Kleinhenz um Interessenten für Pop-up-Stores. Wer Interesse hat, eine ungewöhnliche Geschäftsidee oder ein frisches Konzept über drei bis sechs Monate lang in einem der Hanauer Pop-up-Läden umzusetzen, kann über die Mailadresse kontakt@hanauaufladen.jetzt Kontakt mit der Hanau Marketing GmbH aufnehmen. Mitarbeiter der HMG beraten die angehenden Geschäftsleute umfassend und begleiten sie vom Beginn bis zum laufenden Pop-up-Laden. Weitere Infos gibt es auf der Homepage www.hanauaufladen.jetzt.

Dieser Meldung sind folgende Medien zugeordnet:

Pop-up Lotte im Glück (Copyright: Hanau Marketing GmbH)

https://www.presse-service.de/medienarchiv.aspx?medien_id=239895

Pop-up LEROY'S (Copyright: Hanau Marketing GmbH/David Seeger)

https://www.presse-service.de/medienarchiv.aspx?medien_id=239896

Kontaktdaten:

Stadt Hanau

Öffentlichkeitsarbeit

Am Markt 14-18

63450 Hanau