

## Pressemitteilung 16. Hessische Gründertage

### Neue Gründungsimpulse für den städtischen Handel

„In jeder Innenstadt in Deutschland findet man die immer gleichen Ladenketten und sonst fast nichts! Gleichzeitig geben viele angestammte Ladenbesitzer auf, denn sie sehen keine Chance gegen den Online-Handel.“ Heidi Radvilas berichtet für hr-iNFO über Wirtschaft und Politik und beobachtet diese Tendenz als Journalistin und als Konsumentin. Sie findet aber auch: **„Viele Leute wollen ihr Geld nicht nur im Internet ausgeben! Sie wollen bummeln, wollen ein individuelleres Angebot. Die spannende Frage: Wie kann so etwas aussehen?“** Darüber diskutierte Radvilas am Donnerstag, 26. April 2018 im Stammhaus der Nassauischen Sparkasse in Wiesbaden, auf der **Veranstaltung „Neue Gründungsimpulse für den städtischen Handel“** im Rahmen der Gründertage Hessen 2018.

Wie man mit guten Ideen im städtischen Einzelhandel Geld verdienen kann, trotz oder gerade wegen des Internets, darüber sprach Radvilas mit **Svenja Brückes** vom IFH Köln, **Bertram Theilacker**, Mitglied des Vorstandes der Nassauischen Sparkasse, **Silvio Zeizinger**, Geschäftsführer Handelsverband Hessen e.V. Außerdem stellten die **drei aktiven Einzelhändler Dominik Benner**, Geschäftsführer Schuhe24, **Nanna Beyer**, Kiezkaufhaus Wiesbaden und **Sedat Aktas**, Geschäftsführer Geile Weine KA-18 GmbH ihre innovativen Best-Practice-Beispiele vor.

Anhand ihrer Studie „Vitale Innenstädte“ zeigte **Svenja Brückes (IFH Köln)** Auswirkungen des veränderten Konsumentenverhaltens auf das Einkaufsverhalten. „Mit einer Drei plus als Schulnote können Städte, die sich für die Zukunft aufstellen möchten, nicht zufrieden sein. An jedem Standort stellt sich die Frage nach Lösungen, um drohenden Bedeutungsverlust zu vermeiden“, so Brückes. Ihre Studie zeigt auch, welche Anreize hessische Städte Gründern bieten und wie Innenstädte von der Ansiedlung junger, innovativer Unternehmen profitieren.

Ein Beispiel dafür, wie lokale Händler erfolgreich im Online-Shopping sein können und so ihr Ladengeschäft stärken, ist **Gründer Dominik Benner**. Er erzählte, wie er Schuhe24 als Plattform für lokalen Einzelhändler aufgebaut hat, gab Tipps, wie man ein Geschäftsmodell als Plattform aufbauen sollte und welche Fehler es zu vermeiden gilt. „Heute machen bei Schuhe24 über 700 Händler mit“, so Benner. „Wir erzielen einen Umsatz von 50 Millionen Euro. Unser Ziel ist es, die komplette Digitalisierung für stationäre Händler zu übernehmen, damit diese ohne Aufwand, Investition und IT-Wissen direkt ihre Umsätze erhöhen können.“ Dominik Benner wurde 2015 mit dem Hessischen Gründerpreis ausgezeichnet und will künftig auch stationäre Händler anderer Branchen wie Mode oder Lederwaren anbinden.

Neue Geschäftsmodelle müssen, ebenso wie bestehende, finanziert werden. „Innovative und digitale Geschäftsideen erfordern auch bei uns als Sparkasse neue Herangehensweisen. Wir sind stolz, ein Teil der hiesigen Gründercommunity zu sein. Mit der Begleitung von Projekten wie dem Kiezkaufhaus können und wollen wir auch zukünftig einen Beitrag zur Förderung des innerstädtischen Handels leisten“, sagte **Bertram Theilacker, Mitglied des Vorstandes der Nassauischen Sparkasse**.

„Das Kiezkaufhaus ist ein Online-Shop, auf dem lokale Händler und Hersteller ihre Produkte anbieten“, so **Nanna Beyer**, verantwortlich für Strategie und Kooperationen. „Die Einkäufe werden am selben Tag mit Cargo-Bikes zum Kunden geliefert; also schneller als Amazon und emissionsfrei. Das verbindet den Komfort des Online-Shoppings – zeit- und ortsunabhängig einzukaufen – mit dem Wunsch, die lokalen, unabhängigen Händler zu unterstützen, die eine Stadt individuell prägen und deren Ersatz durch anonyme Ketten immer mehr bemängelt wird. Ganz nebenbei schützt der Service die Umwelt und entlastet die City-Logistik.“

**Silvio Zeizinger** vom Handelsverband Hessen e.V. beschreibt die Situation so: „Die aktuellen Veränderungsprozesse in Stadt und Handel unterliegen einer sehr hohen Dynamik. Maßgebliche Treiber sind die Digitalisierung auf der einen und der Bedürfniswandel auf der anderen Seite. Die Städte und auch der Handel haben inzwischen primär eine Erlebnisfunktion. Dieser gerecht zu werden, ist nicht einfach. Dafür braucht es innovative Konzepte und Mut zu Veränderung, sowohl digital, vor allem aber auch analog: Im Handel mit Ambiente, Service und Emotionen, und in den Städten mit urbaner Vielfalt.“

Ein Beispiel für diesen Trend lieferte der dritte Gründer in der Runde, **Sedat Aktas**, der mit der Marke „Geile Weine“ als Händler aktiv ist. „Die Idee für 'Geile Weine' basiert auf dem Konzept der Weinraumwohnung – einem stationären Händler aus Mainz“, so Aktas. Mit Co-Gründer Michael Reinfrank hatte Aktas sich vor vier Jahren jedoch entschieden, zuerst im Internet zu starten. „Nachdem wir 'Geile Weine' als Marke bei einer jungen und modernen Zielgruppe etabliert haben, startet nun die zweite Etappe: 'Geile Weine' als stationären Händler in die Innenstädte bringen.“ Aktas berichtete, wie man mit einer starken Online-Marke den Einstieg in den stationären Handel meistern kann.

Wegen Urlaubs richten Sie **Rückfragen** zu dieser Pressemitteilung bitte direkt an die **Projektleiterin Elisabeth Neumann**, 069 / 667796-204, [info@gruendertage-hessen.de](mailto:info@gruendertage-hessen.de). **Bildmaterial von der Abendveranstaltung** wird am Freitagvormittag auf der Webseite der Hessischen Gründertage veröffentlicht.

**Medienkontakt:**

Zentralredaktion.de – Martin Brust

Telefon 0151/567 584 59

[presse@gruendertage-hessen.de](mailto:presse@gruendertage-hessen.de), [www.gruendertage-hessen.de](http://www.gruendertage-hessen.de)

[www.facebook.com/HessischerGruenderpreis](https://www.facebook.com/HessischerGruenderpreis)

## Partner der Gründertage Hessen 2018

### *Gastgeber und Förderung*



Die Gründertage Hessen werden mit europäischen Mitteln aus dem Fonds für Regionale Entwicklung EFRE gefördert.

### *Sponsoren*



### *Medienpartner*

