

Wertige Alternativen zum Handelseinerlei



Die Zunft AG

Die Innenstädte in Deutschland sehen doch inzwischen überall gleich aus. Überall wird der Einzelhandel von denselben Ladenketten dominiert, und überall bekommen die Leute den gleichen industriell gefertigten Schrott vorgesetzt. Viele Kommunen wissen zwar, dass es mit der Verödung der Einzelhandelslandschaft so nicht weitergehen kann. Aber sie haben kein Rezept, was sie dagegen tun können“, sagt Christoph Hinderfeld, der im Beirat der Zunft AG für den Bereich Strategie zuständig ist. Er und seine Ehefrau Kira Hinderfeld (die als Vorstand der Zunft AG fungiert) sind der festen Überzeugung, dass sie qualitätsbewussten, genuss- und erlebnisorientierten Verbrauchern mit ihrem Konzept der „Zunftorte“ eine attraktive Alternative zum Handelseinerlei bieten können – die noch dazu den beteiligten Produzenten, Händlern und Dienstleistern einträgliche Geschäfte ermöglicht. Gerade kleine Unternehmen, die sich schwer damit tun, eigene Vermarktungsansätze zu entwickeln, sollen die neuen Marktplätze kooperativ nutzen können.

Diese Zielvorgabe kommt nicht von ungefähr. Schließlich war Hinderfeld selbst zehn Jahre lang Besitzer einer kleinen Textilmanufaktur, für die der Markt mit der Zeit aber immer kleiner wurde. 1997 musste er schließlich das Handtuch werfen und den Betrieb dichtmachen, weil ihm die Kundschaft weggebrochen war. Daraufhin überlegte er sich ein Konzept, „das kleinen, handwerklich orientierten Betrieben ermöglicht, sich gegenüber der Marktmacht der Konzerne zu behaupten“, und hob dafür zusammen mit seiner Frau die Zunft AG aus der Taufe.

Die Zunft AG ist eine nicht börsennotierte Aktiengesellschaft, die sich als Kompetenznetzwerk aus Unternehmern, Produzenten, Handwerkern, Händlern, Designern, Architekten, Grafikern, Diplom-Ingenieuren, Juristen, Künstlern und EDV-Experten versteht. Die Mitglieder der

Die Zunft AG hat der Uniformität der Einzelhandelslandschaft den Kampf angesagt. Das Unternehmen möchte in Industriekomplexen mit kulturhistorischem Hintergrund „gute dritte Orte“ mit Erlebnischarakter entstehen lassen, die unter einem Dach authentische, wertige, nachhaltig hergestellte Güter und Dienstleistungen bündeln. Wein spielt dabei eine wichtige Rolle. Im April sollen die Verträge für das erste Projekt in Berlin-Moabit in trockene Tücher gebracht werden. Sukzessive sollen dann weitere Marktplätze für „Geschmackshandwerksprodukte“ folgen.

Community setzen auf „die Rückkehr zu fairen Handelsansätzen, auf Markttransparenz und Qualität“, erklären die Hinderfelds. Primäres Ziel der Zunft AG sei es, „mehr Bewusstsein für nachhaltige, fair produzierte und regionale Produkte und Dienste zu schaffen“.

Diese Produkte und Dienstleistungen sollen unter einem Dach gebündelt werden. Allerdings nicht in nüchternen Einkaufszentren, sondern an Standorten, die ein ganz eigenes Flair versprühen – idealerweise in denkmalgeschützten Industrieanlagen mit kulturhistorischem Hintergrund. Diese möchte die Zunft AG zu „dritten Orten“ umwidmen, also zu Orten, an denen die Menschen einen Großteil ihrer Freizeit verbringen (während sie an den „ersten Orten“ wohnen, an den „zweiten Orten“ arbeiten). Um einem ganzheitlichen Anspruch gerecht zu werden, sollen die Zunftorte nicht nur wertige Produkte und Dienstleistungen, sondern auch Angebote aus den Bereichen Lebensart, Wellness, Nachhaltigkeit, neue Formen von Wohnen und Arbeiten, Edutainment sowie Events bieten. Dabei sollen im Rahmen einer „Kooperationsstrategie der guten Nachbarschaft“ die Möglichkeiten von Cross-Selling ausgeschöpft werden. Will heißen: Im Idealfall fungieren die involvierten Anbieter als Frequenzbringer für die anderen Beteiligten.

Zielgruppe sind „kritische, mündige Verbraucher, die als Prosumenten wieder

Hat ehrgeizige Pläne:
Christoph Hinderfeld,
Beirat Strategie der
Zunft AG.

Firmenfoto



„Ein altes Karstadt-Kaufhaus zu revitalisieren, ist nicht spannend. Wir möchten Industrie-Standorten mit kulturhistorischem Hintergrund neues Leben einhauchen.“

wissen wollen, wo ihre Lebensmittel herkommen, sich für die Fertigungsweisen von Produkten und dafür interessieren, wie die Mitarbeiter in Unternehmen behandelt werden und für welche Haltungen Unternehmen stehen“, erklärt Hinderfeld und ergänzt: „Ich bin mir sicher, dass die Marktmacht der Prosumenten noch zunehmen wird. Das sind Verbraucher, die proaktiv handeln, die Herstellern ein Feedback geben, die aber auch ihre Erfahrungen in Netzwerken mit Gleichgesinnten austauschen. Die Lohas und die Kulturell-Kreativen, die sich für Lebenskultur und Nachhaltigkeit einsetzen, machen mittlerweile schon etwa 30% der Bevölkerung aus.“

Zum Nachhaltigkeitskonzept der Zunftorte gehören auch „faire, bezahlbare“ Mieten. „Im Münchner Einzelhandel liegen die Quadratmeterpreise in 1A-Lagen bei bis zu 350 Euro. Wie wollen Sie bei einer solchen Miete die Refinanzierung hinbekommen und günstige Verkaufspreise kalkulieren?“, fragt Hinderfeld. Er verspricht für die Zunftorte statt dessen Mieten „wie auf der grünen Wiese“: unter 15 Euro/qm.

Öffentliche Anerkennung hat Hinderfeld für sein Konzept bereits mehrfach geerntet. So erhielt die Zunft AG Ende 2006 für ihr Zunftviertel-Konzept für einen Teil des Unesco-Weltkulturerbes Zoll-

verein in Essen den „Chance Denkmal Award“ der MGG/Ruhrkohle AG sowie im Jahr 2007 die Auszeichnung als einer der 365 Orte im Wettbewerb „Deutschland – Land der Ideen“. Außerdem wurde sie 2007 für den Wettbewerb „Mutmacher der Nation“ vorgeschlagen. Trotzdem traute sich bis vor kurzem keine Stadt an die konkrete Umsetzung. „Machbarkeitsstudien liegen zwar für über 20 Standorte vor, aber die Kommunen müssen erst einmal begreifen, welche Chancen die Projekte bieten. Das ist mitunter ein langer Weg durch die Instanzen. Für viele ist es einfach überzeugender, wenn es einen funktionierenden Zunftort in der Realität



Die Pläne für den ersten Zunftort mit „Leuchtturmfunktion“ stehen. Noch im April sollen die notwendigen Verträge in trockene Tücher gebracht werden. Im September soll dann die neu gestaltete Arminiushalle im Berliner Kiez Tiergarten-Moabit ihre Tore öffnen.

Illustrationen: Kultobjekt

Machen Sie sich selbstständig mit VOM FASS!



Sie sind verkaufstark, lieben den Umgang mit Menschen. Die Welt flüssiger Delikatessen und der feinen Küche liegt Ihnen nahe!

Für die Standorte

**Amberg
Braunschweig
Fulda
Hannover
Iserlohn
Kassel
Kempten
Leipzig
Passau
Saarbrücken
Stuttgart
Schwerin
Trier
Wolfsburg**

suchen wir engagierte Franchise-Partner, die gemeinsam mit uns erfolgreich sein wollen.

Weitere Infos zu einer Franchise-Partnerschaft finden Sie unter:
www.vomfass.de/Werden-Sie-Franchisepartner.55.0.html

VOM FASS ist eines der größten Franchiseunternehmen Deutschlands. Mit dem innovativen Geschäftskonzept, hochwertige Essige, Öle, Spirituosen und Weine abzufüllen, hat sich VOM FASS zum Marktführer entwickelt. Mittlerweile gibt es weltweit über 240 VOM FASS-Geschäfte.

VOM FASS AG

Am Langholz 17, 88289 Waldburg
Tel. 0 75 29 / 97 45-34
Fax 0 75 29 / 97 45-934
www.vomfass.de
Maria Eisenhofer
m.eisenhofer@vomfass.de



gibt. Dann wollen plötzlich alle so etwas haben“, kommentiert Hinderfeld.

Jetzt endlich steht ein solches Vorzeigobjekt mit Leuchtturmfunktion vor der konkreten Umsetzung. Kommenden September soll in der Nähe des neuen Hauptbahnhofes im Berliner Kiez Tiergarten-Moabit die Arminiusmarkthalle als kommunikativer „dritter Ort“ eröffnet werden. Die entsprechenden Verträge sollen im April in trockene Tücher gebracht werden. Laut Plan bietet die Arminiushalle auf etwa 3.500 qm Platz für regionale Lebensmittel, „Geschmackshandwerksprodukte“, junges Design, kreative Milieus und Dienstleistungen, Manufakturen, Ateliers, kleinflächigen Handel und Gastronomie. Auch diverse Veranstaltungen, CSR-Aktivitäten sind geplant, wobei Bürgerbeteiligung ausdrücklich erwünscht ist.

Teil des Projektes ist ein animierter Showroom für Weinanbieter. Ein Bereich ist 60 bis 70 Erzeugern aus Deutschland und Österreich vorbehalten. Die Zunft AG fungiert dabei als Betreiber und „Fullfillment-Partner“. Das heißt, sie stellt die Fläche, das Personal und den ganzen Service. Die Partner auf Weingutsseite mieten (für rund 100 Euro im Monat) jeweils 5 qm und können darauf vier bis zehn Weine präsentieren. Die Verkaufspreise der Weine werden gemeinsam mit den Lieferanten festgelegt. Wobei Hinderfeld der Meinung ist, dass auch ein Preis akzeptiert wird, der 1 bis 1,50 Euro über dem am Entstehungsort des Weins liegt.

Das internationale Programm steuert ein Weinhändler bei. Für die Arminiushalle wurde dafür die K & U Weinhalle aus Nürnberg auserkoren. Deren Chef Martin Kössler gehört seit einigen Jahren zu den Pionieren im Netzwerk der Zunft AG und ist im Beirat für das Fachgebiet Wein zuständig. Darüber hinaus ist für die Arminiushalle eine Weinlounge vorgesehen, in der stilvolle Verkostungen und weinkulinarische Veranstaltungen über die Bühne gehen sollen.

Ein zusätzlicher Clou ist die „Wine Treasury“, ein etwa 600 qm großes Kellergewölbe, das über einen Treppenabgang direkt zu erreichen ist. In den klimatisierten Gewölben können Weinhändler oder private Weinfreunde über 50 verschiedenen große Weinkeller (von 3 bis 70 qm) mieten. Die teilweise durch Eisengitter oder Rolllore gesicherten Räume dienen den Besuchern der knapp 120 Jahre alten Markthalle einst als Vorratsräume. „Sie bieten nahe-



Die Zunft AG

Die Zunft AG

Weinstraße 1

D-67157 Wachenheim/Weinstraße

Tel. +49 (0) 63 22/98 97 94 oder 98 97 96

zunftorte@zunftnetz.org

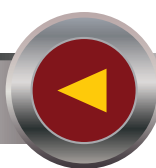
www.die-zunft.de

Vorstand/Inhaberin: Kira Hinderfeld

Beirat Strategie: Christoph Hinderfeld

Geschäftsfeld: Die Zunft AG entwickelt auf eigene Rechnung mit Kooperations- und Investitionspartnern Projekte und begleitet als Dienstleister private Eigentümer, Investoren und die öffentliche Hand bei deren Projekten (und bei der Umsetzung der „Marktfähigkeit“ dieser Projekte). Bei den Zunftort-Projekten wird die Zunft AG gemeinsam mit Ko-Investoren (Banken, Kommunen, Privatpersonen) in der Regel Eigentümer der Immobilien und übernimmt (nach Fertigstellung der Objekte) für die zunftrelevanten Bereiche der einzelnen Immobilien die Betreiberfunktion.

Im Profil



zu ideale Bedingungen für die Weinlagerung!“, erklärt Michael Pleitgen von der Berliner Weinakademie, der die Zunft AG bei der Realisierung des Weinparts berät. Die Nutzer der Wine Treasury können ihre eingelagerten Weine auch vor Ort mit Freunden oder Bekannten genießen: an einer Weinbar und in der Weinlounge.

Hinderfeld möchte ein Sortiment aus authentischen Weinen mit Fachkompetenz, Wohlfühlatmosphäre, Genussaspekten und kundenfreundlichen Services verknüpfen. Um Kunden zu einer hohen Verweildauer zu animieren, werden in der Zunfthalle außerdem Wein, Kunst und Geschmackshandwerk miteinander verbunden. Hinderfeld will z. B. junge Kreative und etablierte Künstler mit renommierten Galeristen und „jungen Wilden“ aus der Weinszene und Kultwinzern zusammenbringen. Auf rund 800 qm Kellerflächen sind drei miteinander korrespondierende Kunsträume geplant: ein (Berliner) Künstler- & Kunstraum sowie Galerien und Videospaces. Darüber hinaus ist vorgesehen, dass in einer „Genusswirtschaft“ auch verschiedene regionale „Spezereien“ zum Essen angeboten werden. Für die professionelle Betreuung der Weinkundschaft soll ein hauseigener Sommelier sorgen, der die Wein- und Genusshalle betreut. Zudem wird eine offene Gastronomie auf etwa 250 qm Fläche in das Gesamtkonzept integriert. Die Speisenauswahl nimmt dabei besonderen Bezug auf Bioprodukte aus dem Großraum Berlin.

Wenn die dafür notwendige Infrastruktur steht und mit den Lieferanten das ganze logistische Prozedere vereinbart ist,

soll noch ein Online-Shop angedockt werden. „Schließlich möchten wir zum Beispiel niemanden aus dem Bayerischen Wald unser Angebot vorenthalten, nur weil er dafür nicht extra nach Berlin fahren will“, erklärt Hinderfeld, der natürlich darauf hofft, dass das Beispiel der Arminiushalle Schule macht und bald weitere Nachahmer nachziehen.

Geeignete Standorte hat er bereits in Ost- und Westberlin, Kiel, Bremen, Hamburg, Rostock, auf Rügen, in Burg im Spreewald, Hannover, Bielefeld, Münster, Duisburg, Essen, Bochum, Dortmund, Unna, Wuppertal, Krefeld, Düsseldorf, Köln, Frankfurt/Main, Wiesbaden, Mainz, Erfurt, Leipzig, Dresden, Chemnitz, Stuttgart, Nürnberg, Augsburg und München lokalisiert. Auch in Österreich (Linz, Wien), der Schweiz (Basel, Zürich) sowie in Luxemburg sieht er dafür Potenzial. Darüber hinaus spielt er mit dem Gedanken, kleinflächige Zunfthäuser und Zunfthöfe flächendeckend als regionale Marktplätze im deutschsprachigen Raum zu realisieren. Diese sollen künftig über „regionale Routen der Nachhaltigkeit“ miteinander verbunden werden.

Übrigens: Mittlerweile nutzt die Zunft AG ihr weit verzweigtes Netzwerk auch, um Kontakte zwischen Weingutsinhabern, die ihren Betrieb verkaufen wollen, und Kaufinteressenten zu knüpfen. „Dabei verstehen wir uns nicht als Makler, sondern als eine Art Netzwerk-Broker, der den gesamten Transaktionsprozess begleitet“, erklärt Hinderfeld. Rund zwei Dutzend Weingüter aus Deutschland, Österreich, Ungarn und der Toskana nehmen diesen Service inzwischen schon in Anspruch.

Werner Engelhard