

Kreativität zum Mieten

In der Hauptstraße können Kunsthandwerker und Kleinunternehmer in einem Fach ihre Waren ausstellen.

Von Verena Williams



Foto: Philipp Rothe

„Fachlmeister“ Max Schulz in seinem neu eröffneten Laden in der Heidelberger Hauptstraße, wo Kunsthandwerker und Kleinunternehmer eines von 300 Fächern als Verkaufsfläche mieten können.

„Mit den Händen gemacht oder mit dem Kopf erdacht“ - ganz nach diesem Motto beschreibt Geschäftsführer Max Schulz die Auswahlkriterien der künstlerischen, kreativen und kulinarischen Produkte in seinem neu eröffneten Laden „s Fachl“. Das Geschäft folgt einem besonderen Mietregalkonzept: In den insgesamt 300 Fächern stehen nicht Schulz' eigene Produkte, sondern die verschiedener Mieter. Kleinere Unternehmen, Hobbykünstler und andere Produzierende können ein Fach als Verkaufsfläche mieten und ihre Produkte so in bester Lage verkaufen lassen, ohne dafür ein eigenes Geschäft eröffnen zu müssen. Das Konzept des Geschäfts entstand vor rund zehn Jahren in Österreich und ist heute an über 30 Standorten in Deutschland, Österreich und der Schweiz vertreten - neuerdings auch in der Heidelberger Hauptstraße.

„Unser Ziel ist es, kleineren Start-ups, Kunsthandwerkern und anderen Kreativen eine Chance zu geben“, erzählt Schulz. Welche Produkte die Mieter konkret herstellen, sei zunächst nebensächlich - Hauptsache, sie seien etwas Besonderes. „Wir nehmen gerne Designerprodukte, Außergewöhnliches. Einfach Dinge, die man so nicht woanders findet.“

Von Schmuck über Kulinarik bis zu anderen kreativen Produkten findet sich im Laden alles. „Wir freuen uns über alle Hobby-Näher, -Stricker, -Imker, alles Mögliche“, so Schulz. Auch eine Ecke für Kindersachen wie Kleidung und Spielzeug gibt es im Geschäft. Besonders für Schmuck gebe es eine sehr hohe Nachfrage, erzählt Schulz - so hoch, dass dafür momentan ein Aufnahmestopp gilt. „Wir wollen ja kein reiner Schmuckladen werden.“

Eine weitere Besonderheit des Konzepts ist ein von den Gründern selbst programmiertes Warenwirtschaftssystem, das die Koordination der insgesamt rund 8000 an allen Standorten vermieteten Fächer und deren Produkte ermöglicht. „So können alle Produkte ganz einfach verwaltet werden“, erklärt Schulz. Die Produzierenden könnten sich dadurch ganz auf ihre Kreativität und Kunst konzentrieren.

Als „Fachlmeister“ - also als Franchiseunternehmer, der eine Filiale leitet - ist Schulz für die Auswahl der Mieter und den Verkauf der Produkte verantwortlich. Die einzelnen Standorte seien dadurch einzigartig und setzten unterschiedliche Schwerpunkte. Schulz' Ziel für den Heidelberger Standort ist es, langfristig mehr als die Hälfte der Fächer mit regionalen Mietern zu besetzen. „Heidelberg ist noch nicht so schnell auf den Zug gesprungen, da erhoffe ich mir noch etwas mehr“, erzählt er. Besonders mehr regionale kulinarische Produkte wünscht er sich für die Zukunft. Hoffnungsvoll stimmt ihn vor allem die Lage: „Der Standort ist fantastisch. Sowohl Heidelberg als auch Touristen kommen hier täglich vorbei und können stöbern.“

Die Rekrutierung von Mietern erfolgt über verschiedene Wege: Zum einen werden Mieter anderer Standorte bei der Eröffnung eines neuen Ladens benachrichtigt und erhalten so die Möglichkeit, auch dort ihre Produkte zu verkaufen. Zum anderen hat Schulz Veranstaltungen wie den Weststadtmarkt und das Heidelberger Designfestival besucht und dort aktiv nach potenziellen Mietern gesucht. „Es gibt Leute, die sind bei mir und auch an 25 anderen Standorten, und es gibt welche, die nur hier bei mir sind“ erklärt Schulz.

Inspiziert wurde Schulz vor etwa sechs Monaten vom Standort in Karlsruhe. „Dann ging plötzlich alles ganz schnell, und jetzt ist der Laden schon geöffnet.“ Bereits 210 von 300 Fächern sind aktuell vermietet.