

Heidenheimer Zeitung, 29.09.2022

Drei Sieger im Concept-Store-Wettbewerb stehen fest

Quelle: <https://www.hz.de/meinort/heidenheim/heidenheimer-gruenderszene-drei-sieger-im-concept-store-wettbewerb-stehen-fest-66805223.html>

29. September 2022, 17:08 Uhr • Heidenheim
Von Karin Fuchs



Sportshirts, Schlagzeug-Stöcke und Putzmittel, allesamt nachhaltig und innovativ, werden bald im Ländle-Shop im Pressehaus Heidenheim verkauft. Die Tür geöffnet hat den Geschäftsgründern dahinter der Sieg im Concept-Store-Wettbewerb. Ein viertes Startup bekam ein überraschendes Angebot.

Nachhaltigkeit, Umweltschutz und eine Idee, die es so noch nicht gibt: Das haben die Produkte gemeinsam, die die drei Sieger im Concept-Store-Wettbewerb entwickelt haben und mit denen sie nun auf dem Markt Fuß fassen wollen. Damit ihnen das besser gelingt, bekommen sie ab November eine Verkaufsplattform im Heidenheimer Pressehaus. Im Concept-Store innerhalb des Ländle-Shops werden die Newcomer für vier Monate ihre Waren präsentieren und verkaufen.

Wer schafft es, innerhalb von sieben Minuten zu überzeugen?

Spannend war es, bevor Jury und Publikum die Sieger kürtten. Denn alle vier der zuvor aus den Bewerbern ausgewählten Kandidaten hatten das Potenzial, auf dem Treppchen zu stehen bei diesem ersten so genannten Concept-Store-Pitch, wie ein solcher Wettbewerb in Fachkreisen genannt wird. Initiiert hatten den Pitch die Heidenheimer Zeitung und das Dock 33 der Stadt Heidenheim mit dem Ziel, Gründer und Kreative aus der Region mit ihren Labels eine Plattform zu bieten. Das waren die Teilnehmer des Wettbewerbs, die jeweils sieben Minuten Zeit hatten, um ihre Idee und das Produkt vorzustellen und nochmal fünf Minuten, um sich von der Jury löchern zu lassen:

1. Platz:

René Kraft und Maximilian Lohrmann aus Herbrechtingen mit ihrem Label „BAM!Sticks“. Beim Urlaub auf Bali hatten die beiden Freunde aus Kindertagen die Idee für ihr Geschäftsmodell: nachhaltige Bambus-Drumsticks zu produzieren und zu verkaufen. Warum nicht gleich die aus Asien vertreiben? Weil diese qualitativ zu schlecht seien, sagte René

Kraft. Warum Bambus? Das sei die am schnellsten nachwachsende Pflanze, die robusten und flexiblen Rohstoff für die Schlagzeugsticks liefere. Das Know-How brachten beide selbst mit. Er sei Mediengestalter für Bild und Ton, erzählte René Kraft, sein Freund, der an diesem Abend nicht dabei sein konnte, sei Schlagzeuger.



*Der Sieger: René Kraft mit seinen nachhaltigen Schlagzeugsticks aus Bambus.
© Foto: Natascha Schröm*

Beim Material, räumt René Kraft ein, könnte es nachhaltiger werden. Der Bambus sei zwar FSE-zertifiziert und stammt daher aus nachhaltiger Waldwirtschaft, doch er müsse nach Europa transportiert werden. Ab hier jedoch haben die beiden Gründer den respektvollen Umgang mit Natur und Klima in der Hand: gedrechselt würden die Sticks in einer familiengeführten Manufaktur in Tschechien, verpackt ohne Plastik und verschickt klimaneutral.

Bislang hätten sie 2000 Sticks an 700 Musiker verkauft, zudem noch viele Sticks als Probeexemplare verschenkt. „Das Feedback war uns wichtig.“ Ihre Vision sei es nicht die Marktführer zu verdrängen, sondern ein Ergänzungsprodukt zu schaffen. Geeignet seien die Sticks wegen ihres leichteren Gewichts für Anfänger und Jugendliche. Momentan seien sie ihres Wissens mit ihrem Angebot die einzigen in Europa.

2. Platz:

Johanna Schmidt aus Heidenheim mit ihrem Label „Clean It Green“. Sie vertreibt Putzmittel, oder besser gesagt wiederverwertbare Plastikflaschen, die Rezeptur und die Zutaten, um aus einfachen Mitteln Putzmitteln selbst herzustellen. „Früher hatte ich selbst ein Sammelsurium an Putzmitteln“, erzählte sie, wie sie auf die Idee zu ihrem Startup gekommen war. Weil ihr die Nachhaltigkeit fehlte, sie die unnötigen und aggressiven Stoffe in den Putzmitteln vermeiden wollte, aber auf dem Markt nur zu teure oder nicht praktikable Alternativen fand, wurde sie selbst aktiv. Sie recherchierte und fand heraus, wie man aus einfachen Zutaten sein eigenes Putzmittel kreieren kann. „Ich fand das so toll, dass ich das der breiten Masse zur Verfügung stellen wollte. So ist Clean It Green entstanden.“



*Die Zweitplatzierte: Johanna Schmidt mit ihren nachhaltigen Putzmitteln.
© Foto: Natascha Schröm*

Ihr Verkaufsargument ist die einfache Handhabung: die Rezeptur der bisher vier Putzmitteln ist direkt auf die Flasche gedruckt. Jeder könne ganz unkompliziert seine Reiniger herstellen und die Flaschen wiederbefüllen, die aus recyceltem Altplastik aus Europa gefertigt würden. Ihr Ziel sei es, das Produkt in zwei bis drei Jahren auch in Drogeriemärkten platzieren zu können.

3. Platz:

Jessica Passler aus Schwäbisch Gmünd mit dem Label „H1P - Das Original“. „Unser Produkt ist das weltweit erste Wettkampfsshirt mit einer integrierten Startnummernbefestigung“, stellte Jessica Passler die Besonderheit ihres Produkts vor. Drauf gekommen sei sie gemeinsam mit ihrem Vater, beide laufbegeistert aber genervt davon, die Startnummer mit Sicherheitsnadeln, Magneten oder Bändern am Shirt zu befestigen. Sie lösten das Problem mit einer im Shirt integrierten Kordel, mit der die Nummer fixiert werden könne. Ihre Herstellung nennt sie „Slow Fashion“, was auf faire Arbeitsbedingungen und auf die nachhaltigen Materialien hinweisen soll. Der Stoff des Funktionsshirts werde gefertigt aus dem Nylonfasern, die aus Geisterfischernetzen gewonnen werden, die aus dem Meer gefischt werden.



*Die Drittplatzierte: Jessica Passler mit ihren Wettkampfshirts mit integrierter Startnummern-Befestigung.
© Foto: Natascha Schröm*

Das Startup steht noch in den Anfängen, 30 Shirts wurden laut Passler bislang vertrieben. „Was uns fehlt, ist die Sichtbarkeit“, sagte Passler. Der Name des Labels steht übrigens für den Namen ihres Vaters, Heinz Passler.

Besondere Förderung:

Nicht platziert, allerdings mit dem Versprechen einer professionellen Förderung hochgelobt: Frank Rosenkranz, Geschäftsführer Diakonisches Werk, Pfarrerin Eva Busch und Modedesignerin Reika Novak mit dem Upcycling-Modelabel „evaup“. Das Projekt sticht aus dem Rahmen, da es gemeinnützig angelegt ist. Aus getragenen, gespendeten Kleidungsstücken entstehen modische Einzelstücke, wie es sie in keinem Laden zu kaufen gibt. „Ziel ist es nicht, dass wir damit viel Geld verdienen“, sagt Frank Rosenkranz. Doch wenn das Geschäft mit Upcycling-Mode in Heidenheim läuft, dann soll dadurch der im Juni geschlossene Diakonieladen wiederbelebt werden.



Die Besonderen: (von links) Reika Novak, Frank Rosenkranz und Eva Busch mit ihrem Upcycling-Modelabel.

© Foto: Natascha Schröm

Seit Sommer fertigt die frischgebackene Heidenheimer Modedesignerin Reika Novak in einem Atelier in der Eva Heidenheim die Upcycling-Kleidung an. „Da schöne am Upcycling ist, dass es zeigt, wie man mit Gegebenem kreativ umgehen kann“, so Rosenkranz. Das wiederum passt ausgezeichnet zur Art der Fertigung. Denn im Atelier arbeiten Langzeitarbeitslose mit, die von Reika Novak angeleitet an die Berufswelt herangeführt werden sollen. Bislang wurde noch kein Stück verkauft, allerdings gebe es schon etliche Vorbestellungen, sagte Reika Novak.

Die Jury wählte Evaup ganz bewusst nicht zu den Siegern, hat aber mit dem Projekt etwas Besonderes vor: „Ich sehe Evaup auf einer ganz anderen Ebene“, sagte Jurymitglied Christa Zemsch, die einräumte, das Evaup ihr „Lieblingsprojekt“ sei. Die Inhaberin von Wäsche Reiber bot dem Team nicht nur ihre Unterstützung an, was die Vermarktung und Preisfindung angeht, sondern auch Fläche im Schaufenster in ihrem Geschäft sowie ihre Mitarbeit.

Wer war die Jury?

Aus fünf Fachleuten bestand die Jury, die die Startups bewerteten. Martin Wilhelm, Geschäftsführer der Heidenheimer Zeitung, Johannes Schenck von der Stadt Heidenheim, zuständig für das Co-Workingspace Dock 33 und den Bereich Wirtschaftsförderung und Tourismus der Stadt Heidenheim. Matthias Prüller, Gesellschafter der Imakomm Akademie GmbH (Institut für Marketing und Kommunalentwicklung) in Aalen, Alexander Paluch, der bei der IHK Ostwürttemberg Existenzgründer berät sowie Christa Zemsch, die als Inhaberin des Wäsche-Geschäfts „Wäsche Reiber“ in Heidenheim seit 48 Jahren Verkauf tätig ist.

Was ist eigentlich ein Pitch?

In der Gründerszene bedeutet der Begriff Pitch eine Art Wettbewerb. Die Startups treten gegeneinander an, präsentieren kurz und prägnant ihre Idee, um so mögliche Kunden oder Investoren von sich zu überzeugen. In diesem Fall überzeugten sie die Jury und das Publikum, Teil des Concept-Stores zu werden. „Das ist hoffentlich nicht das letzte Mal, dass wir das machen“, sagte HZ-Geschäftsführer Martin Wilhelm angesichts des erfolgreichen ersten Males.

INFO: imakomm AKADEMIE GmbH

Das Institut für Marketing und Kommunalentwicklung – IMAKOMM – wurde im Jahr 2000 in Aalen als Expertennetzwerk ins Leben gerufen. 2004 haben Prof. Dr. Holger Held als Initiator der IMAKOMM und Dr. Peter Markert als geschäftsführender Gesellschafter die imakomm AKADEMIE gegründet.

Die imakomm AKADEMIE GmbH betreut mittlerweile weit über 300 Kommunen überwiegend im süddeutschen Raum sehr erfolgreich bei Fragen zu Markt- und Standortanalysen, zur strategischen Kommunalentwicklung sowie im Bereich Markenstrategien für Kommunen.

Kontakt:

imakomm AKADEMIE GmbH

Ulmer Straße 130

73431 Aalen

Telefon: 07361 – 5 28 29-0

Telefax: 07361 – 5 28 29-20

E-Mail: info@imakomm-akademie.de

www.imakomm-akademie.de