

NiCE



# NACHLESE 2. VERNETZUNGS- TREFFEN „KREISLAUF“

NiCE - From Niche to Centre  
Isabella Weichselbraun, Franziska Schruth  
Dezember 2024

## Inhaltsverzeichnis

Ablauf 2. Vernetzungstreffen.....	3
Begrüßung und Update von Seiten der Netzwerkpartner:innen und aus dem Projektteam NiCE.....	4
Impulsvortrag „Nachhaltigkeitszentren im DACH-Raum“ .....	6
Ausblick und Stimmungsbild.....	11
Kooperationspartnerin.....	13
Gefördert von.....	13
NiCE Projektpartner:innen.....	13

## Ablauf 2. Vernetzungstreffen

Im Rahmen des EU-Projektes „NiCE - From Niche to Centre“ wurde am 11. Dezember 2023 zum 2. Vernetzungstreffen von Grazer Akteur:innen der Kreislaufwirtschaft in den Lendhafen geladen. Aufbauend auf das erste Vernetzungstreffen, das am 17. Oktober stattgefunden hatte, wurde an einer gemeinsamen Vision für ein multifunktionales Nachhaltigkeitszentrum in der Grazer Innenstadt gearbeitet. Außerdem wurde über das Thema „Sichtbarkeit“ von Kreislaufwirtschaft diskutiert. Vom StadtLABOR wurden einige Good Practice Beispiele von „Ökokaufhäusern“ aus dem DACH-Raum vorgestellt.

### Agenda:

- **Empfang und Ankommen**  
15.30 – 15.45 Uhr
- **Begrüßung und Updaterunde von Seiten der Netzwerkpartner:innen und aus dem Projektteam NiCE**  
15.45-16.15 Uhr
- **Impulsvortrag von Franziska Schruth zu Best Practice Recherchen „Nachhaltige Einkaufszentren im DACH-Raum“**  
16.15 – 16.30 Uhr
- **Worldcafé an zwei Thementischen**  
16.30-17-15 Uhr  
Thema Sichtbarkeit und Nachhaltigkeitszentren
- **Ausblick und Stimmungsbild**  
17.15 – 17.30 Uhr

## Begrüßung und Update von Seiten der Netzwerkpartner:innen und aus dem Projektteam NiCE

### News von Seiten des StadtLABORs:

- Barbara Hammerl stellt eine mögliche Projektentwicklung in der Prankergasse vor.
- Im Rahmen des Projektes, gab es einen Austausch mit einer Vertreter:in der Bauträger Reininghaus. Hier war wichtig herauszuhören, wie es Besitzer:innen von freien Flächen geht, was sie brauchen und welches Interessen sie an Zwischennutzungen hätten.

### News von Seiten der Kreislaufwirtschaftsakteur:innen:

#### Jasenko Conka – Heidenspaß, Verein Fensterplatz

- Lager - Raumnot
- Abstrampeln von Seiten der Kreislaufwirtschaft gehört honoriert
- politische Verantwortung nötig, Politik ins Boot holen, Leerstandsabgabe etc. würde die Sichtweise ändern

#### Michael Diekers, Co-Existenz mit Apflbutzn

- Planen Nachhaltiges Kaufhaus
- Ganzheitliches Projekt denken,
- Flächen die vorhanden sind: Lagermöglichkeit, Kellerflächen
- Was angeboten werden könnte: Veranstaltungen im Keller, Nachhaltigkeitsstammtisch, Foto Studio, Office,
- Austausch mit anderen Unternehmen fördern,
- Anfang 2024 Crowdfunding geplant
- 2 Stockwerke und Keller
- EG klein, 1 Stock größer

#### Gottfried Prasenc

- Bio Kreislerei „Gscheft“ schließt bis 19.12.2023. In Kärnten besteht der Standort noch
- „Verantwortung“ Hängt nicht nur am Eigentümer sondern auch an den Konsument
- Gibt genug Leerstand aber kann man ihn auch bespielen
- Personalsynergien nutzen durch gemeinsames Kaufhaus
- Fem-Pop up store (Franziskanergasse): Innenstadtlage, 4 Leerstände in der Gasse, 2 neue Leerstände → Gasse der Kreislaufwirtschaft

**Gerhard Maier - green market**

- Marke gibt es seit ein paar Jahren
- Green market ein Marktplatz und eine Community für Menschen, die gemeinsam Ideen für Zukunftsfähigkeit entwickeln und danach handeln.
- Nachhaltige Wirtschaft und Lebensqualität in den Fokus stellen
- Haus der Lebensqualität
- Groß denken, viele dezentrale Standorte oder 2-3 große Standorte
- Es geht nicht ohne Politik, die Wirtschaftsform die wir brauchen geht zurück
- Gecko - Grazer Ecco Festival

**Mirjam Mieschendahl:**

- We locally, Grätzl in Wien, von 24 gingen 12 Nutzungskampagnen um Thema Raum, mehr Unterstützung und Geld als andere Projekte, kann Leute mobilisieren
- In Wien viele Hilferufer, Menschen müssen Räume aufgeben. Z.B. seit 26 Jahren ein Yogastudio in Wien muss schließen
- Teuerung und zu wenige Kunden
- Corona war nicht so schlimm wie Teuerungen jetzt, höhere Mieten/höhere Energiekosten
- Vernetzung

**Max Gansberger, CirculART**

- Tür & Fenster eingebaut
- Förderung nicht bekommen
- Möglich wäre vielleicht ein Crowdfunding

**Verena Pöschl**

- Kommunikation, Marketing, Kreislaufwirtschaft, Circular Design, sharing economy Denken etc.,
- Förderung für ein Projekt, neue Vernetzungsart Wirtschaft, Politik, Plattform
- FFG Ökocheck: Vernetzung, KLW

**Weitere Wortmeldungen:**

- Die finanziellen Mittel seitens der Kommune sind aktuell sehr begrenzt
- Nachhaltigkeitszentrum wäre „coole Sache“

# Impulsvortrag „Nachhaltigkeitszentren im DACH-Raum“

Präsentation im Anhang

## Worldcafé

### Thematisch Sichtbarkeit:

#### Fragen zur Inspiration:

##### Zielgruppen:

- Für welche Zielgruppen ist mein Angebot ausgelegt.
- Wer sind meine Kund:innen aktuell?
- Welche Zielgruppe erreiche ich mit meinem Marketing hauptsächlich?
- Welche Zielgruppe fehlt noch komplett?

##### Kanäle:

- Auf welchen Kanälen bin ich gerade hauptsächlich aktiv?
- Was sind die Vor- und Nachteile der Kanäle
- Welche Art von Inhalte werden hauptsächlich produziert? (Video, Text etc.)

##### Content:

- Besitze ich eine eigene Marke und Design?
- Produziere ich den Content selber oder bin ich abhängig von jemanden bzw. habe ich jemanden dafür beauftragt?
- Wie viel Stunden pro Woche, benötige ich für Werbung und Co.?

##### Zukunft:

- Wo bräuchte ich Unterstützung?
- Was würde ich gerne ausprobieren?
- Wäre eine gemeinsame Marke für KLW in Graz für mich denkbar?

##### Diskussion:

##### Zielgruppen:

Leute die bewusst leben, Garderobe gut pflegen

- Hochpreisige Garderobe
- Investieren in Pflege etc.
- DIY Fraktion
- Internationale Kund:innen

- Nordeuropäische Kund:innen
- Betriebe von denen Lebensmittel gerettet werden und ZG die Lebensmittel bekommen. 3 Fokusgruppen:
- Betriebe / Spende
  - Abholer
  - Ehrenamtliche
- Bedürftige schämen sich den Fairteiler zu nutzen -> deshalb sind sie niederschwellig und für alle Menschen die sich mit Nachhaltigkeit e schon beschäftigen

#### Kanäle:

- Instagram + Facebook, Homepage noch nicht
- Vorträge, Lehrer:innen die in Schulen gehen
- Print (Zeitung) und BIG; verschiedene Bubbles ansprechen, "Tag der Umwelt"
- Früher Kooperation mit Billa und Co. -> aber Lebensmittelmärkte wirtschaften besser, "too good to go"
- Netzwerke in Bezirken für Fairteiler (Andritz)
- Fairteiler mit Whatsappgruppen verknüpft; -> wenn wer was bringt, postet er das
- Foodsharing: 10 Jahre Graz, eigene Domain, Plattform, Insta, Facebook, Fairteiler in Graz pflegen

#### Content:

- Heidenspaß, ZG: soziales; ökologisches, Kanäle: Zeitproblem!
- Gemeinsame Marke? "Not führt uns zusammen" -> Mitbewerbung?
- Nachhaltigkeitscafé im Nachhaltigkeitszentrum mit Infos zum Verweilen
- Upcycling; Kunsthandwerk, Jeans upcyclen -> länger Tragen + Einzelstück wertvoller machen
- "Konzept Foodsharing" wissen relativ wenige -> durch Sichtbarkeit gegenwirken
- Nicht mit erhobenem Zeigefinger KLW sichtbar machen
- Mehr Aufklärungsarbeit -> "pink carrots", Bewusstseinsbildung
- Foodsharing: Inhalte sind da, aber die Zeit fehlt
- Kund:innen bei Stange halten

#### Zukunft:

- Können wir das System des Kapitalismus durchbrechen?
- Starke gute Kooperationspartner
- Es braucht gleiche Ziele und Vision
- Zugehörigkeit schaffen, „Nachhaltig in Graz, "gemeinsame Standards" → "Graz repariert"

- Blick in den Norden (Dänemark, Holland...) Die machen das schon länger und gut
- Content machen ist schwierig/Zeitaufwändig → Dachmarke die alle betrifft?
- Lebensmittel in Betrieben und nicht in Privathaushalten retten
- Innenstadtlage für mehr Sichtbarkeit
- Was machen die großen Einkaufszentren richtig? -> Entertainment in Kombi mit Gastro und Handel
- Verwertbare Möbel -> Abgabestellen -> circulArt
- Bewusstseinsbildung, Ehrenamt und Foodsharing
- Wertschätzung



Abbildung 1 Ergebnis Tisch "Sichtbarkeit"; Foto: StadtLABOR GmbH



## Thematisch Nachhaltigkeitszentrum:

### Fragen zur Inspiration:

#### Ziel:

- Was soll mit einem „Nachhaltigkeitszentrum“ erreicht werden (Leitbild)?
- Was soll im Nachhaltigkeitszentrum angeboten werden / stattfinden (Produkte, Dienstleistungen, Reparierservice, Repair-Café, Werkstatt, Annahmestelle, Verleihstation, Infos, Seminare, Workshops, ... ?)
- Welche Zielgruppen/Personen sollen erreicht werden?
- Wäre eine Kooperation (untereinander/mit anderen) im Rahmen des Nachhaltigkeitszentrums denkbar?
- Was soll das Nachhaltigkeitszentrum nicht sein?

#### Wert:

- Welchen Mehrwert hat das Nachhaltigkeitszentrum für Kund:innen / Zielgruppen?
- Was ist anders als bei Mitbewerber:innen / was ist das Besondere?
- Was macht das Nachhaltigkeitszentrum für Leerstandseigentümer:innen interessant?

#### Raum:

- Welche Räume werden für das Nachhaltigkeitszentrum gebraucht?

#### Ressourcen:

- Was wird unbedingt zum Aufbau des Nachhaltigkeitszentrums benötigt (Raum, Finanzen, Personal, Rechtsform, ...)?
- Was möchte jede:r einbringen? Was fehlt? Was ließe sich bündeln?
- Wer könnte kooperieren oder unterstützen?

#### Organisation:

- Welche Organisationsform des Nachhaltigkeitszentrums ist denkbar?

#### Diskussion:

#### Ziel:

- „Einkaufsstraßenverein“ als Vorbild
- 1+ Zugpferde (bekannte / „große“ Player) -> wie kriegt man die aktiviert?
- Sich zusammen tun mit denen die schon da sind -> es gibt schon viele/vieles, die in diesem Bereich aktiv sind
- Leuchttürme schaffen/setzen
  - Brutkasten
  - Ankermieter

### Wert:

- Gr. Marken den Mehrwert aufzeigen, mit Jungen/Kleinen zu arbeiten

### Ressourcen:

- Abolösungen für Kund:innen
- 1 Haus mit
  - „Grüne Erde“
  - „Sonnentor“
  - „Zotter“
  - + viele kleine
- Stadt Graz im Rahmen der Klimaneutralität -> sollte das Zentrum massiv fördern
- Förderungen für nachhaltige Unternehmen gibt es aktuell nicht
- Auf die Helfer zugehen
  - Gr. Player
  - Politik
- Klares politisches Commitment hilft
- Hohensinner > Biosupermarkt
- Marktamt einbeziehen
- Politik einbeziehen -> klares Bekenntnis hilft
- Mit-Mach-Supermarkt „Mila“ (Wien)

### Raum:

- Location ist das Um + Auf
- 1 zentraler Ort, an dem es sich ballt, zusätzlich Satelliten denkbar
- Orga: 2 Unternehmen (Apfelbutzen + Kaufhaus) -> Mietflächen: (nachhaltig: Produkte, Kunst, ...)
- Apfelbutzen: Nachhaltigkeits-Hub, kreativ-Aspekte, dauerhafte Kooperationen und/oder kurzzeitig (Mieter)

### Organisation:

- Genossenschaftsmodell für Organisation mit unterschiedlichen Akteu:innen (so können viele Beteiligte eine Rolle einnehmen: Stadt, Unternehmen, Initiativen, ...)
- Beratungsfirma Myzelium
- 1 Marke finden -> 1 Dachmarke
  - 1 Büro
  - 1 Ö-Arbeit
- Bei Genossenschaft Kundinnen einbeziehen

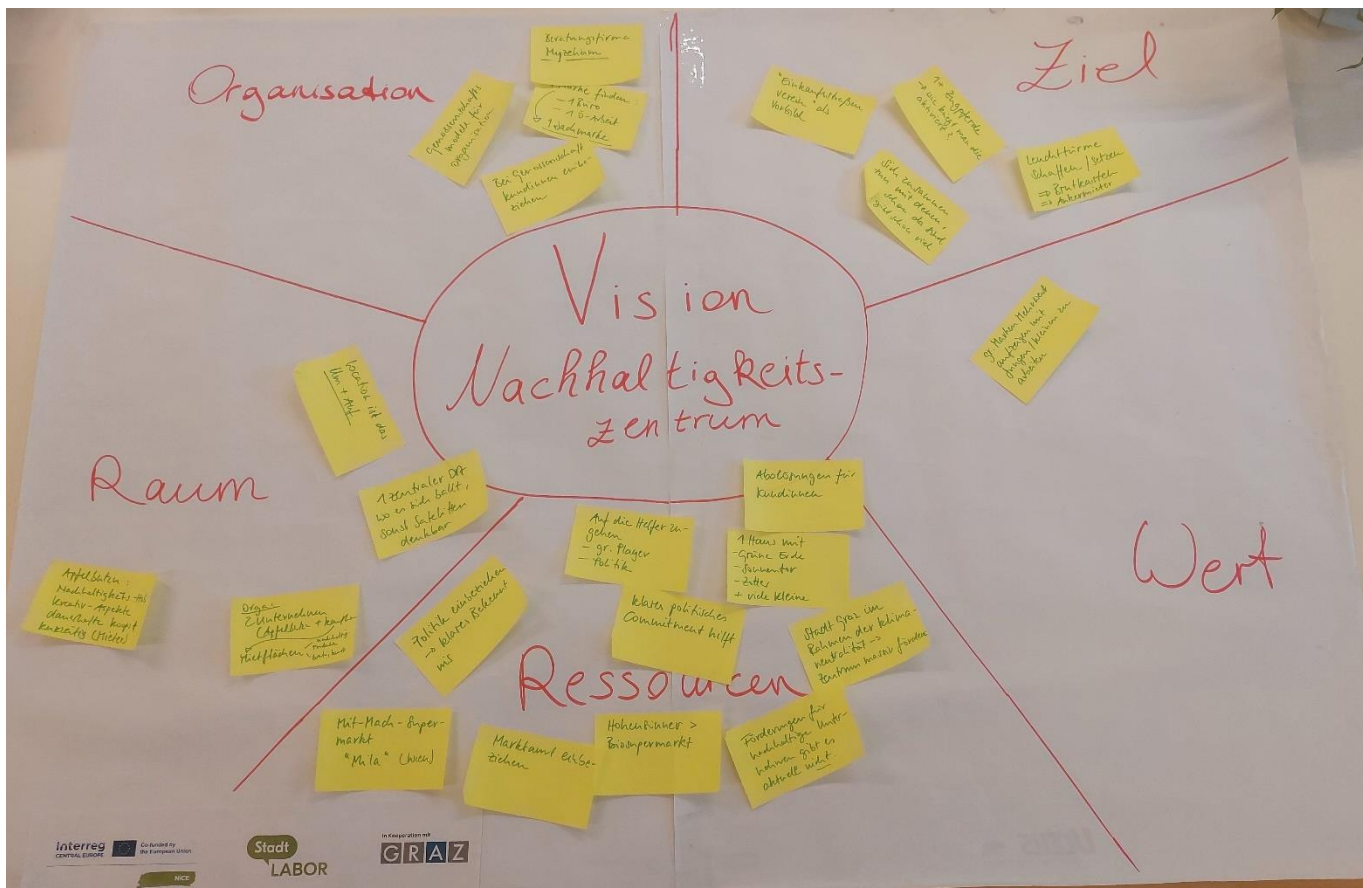


Abbildung 2 Ergebnisse Tisch „Nachhaltigkeitszentrum“; Foto: StadtLABOR GmbH

## Ausblick und Stimmungsbild

- Nächstes Treffen Mitte/Ende März 2024
- weitere Kontaktaufnahme mit Leerstandseigentümer:innen von Seiten des Projektteams

Die Teilnehmer:innen wurden gebeten ein Stimmungsbild und ihre Wünsche für das nächste Treffen festzuhalten.

Am Ausgang des Lendhafens wurde dazu ein Plakat geklebt, wo die Teilnehmer:innen ihre Ideen und Gedanken festhalten konnten.

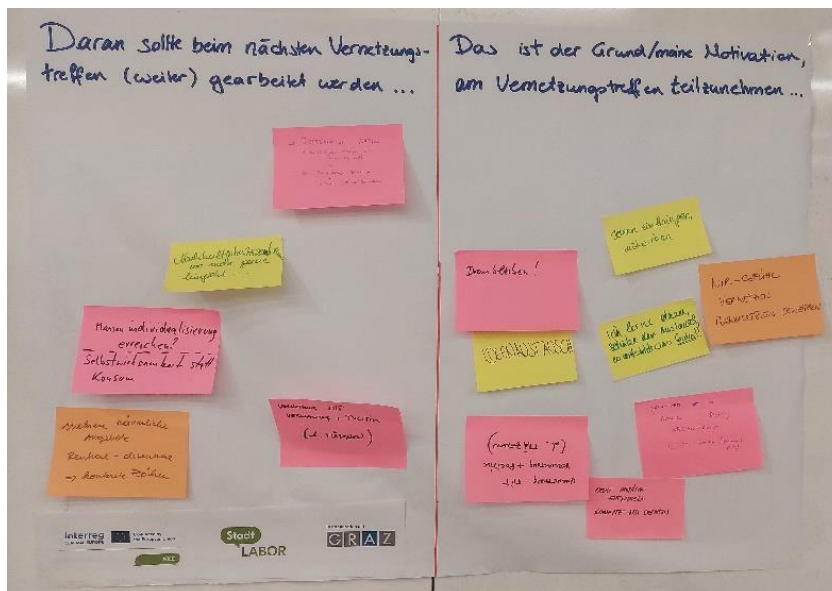
**Daran sollte beim nächsten Vernetzungstreffen (weiter) gearbeitet werden:**

- Bestehender Nutzen (von z.B. Green Market bis Social Business Hub) + zu Dachmarke bündeln + Stadt miteinbeziehen
- Nachhaltigkeitszentren wo man gerne hinget...
- Massenindividualisierung erreichen? – Selbstwirksam statt Konsum

- Mehrere räumliche Angebote, zentral + dezentral -> konkrete Flächen
- Vernetzung

Das ist der Grund/meine Motivation am Vernetzungstreffen teilzunehmen...

- Dranbleiben!
- Ideen einbringen, mitwirken
- Wir-Gefühl, vernetzen, Bewusstsein erweitern
- Ich lerne dazu, schätze den Austausch, es entsteht etwas Gutes!!
- Ideenaustausch
- Neue Ansätze entwickeln, Konzepte neu denken
- Gemeinsam was bewegen in Richtung Nachhaltigkeit (Ökol., sozial, regional + fair)
- Vernetzung mit Verwaltung + Politik (od. Mäzenen)



## Kooperationspartnerin



## Gefördert von




Das Projekt NiCE – From Niche to Centre wird durch das INTERREG Central Europe Programm unterstützt und durch die Europäische Union kofinanziert.

## NiCE Projektpartner:innen



NICE



2. Vernetzungstreffen „Kreislaufwirtschaft“  
Montag, 11.12.2023

## Gebrauchtwarenkaufhaus zur Förderung von Wiederverwendung



- 15.000 Artikel auf 2500 m<sup>2</sup>
- Erlebnis- und Lernort für Kreislaufwirtschaft und Abfallvermeidung
- Plattform zur Inspiration, mit Veranstaltungskalender und Tutorials

# NochMall

## Berlin

### Entstehungsgeschichte

- November 2018 - Pilotversuch
- 1. Halbjahr 2019 - Konzeptentwicklung und Zusammenstellung Team
- August / Sept. 2020 - Eröffnung Mall & Start Veranstaltungsprogramm, Eröffnung Pop-up
- Februar 2021 - NochMall geht online

### Sortiment

- Möbel Elektrogeräte, Kleidung, Sport, Kinder, Bücher & Medien, Deko & Haushalt, Büromöbel, Upcycling-Produkte usw.





# NochMall

## Berlin

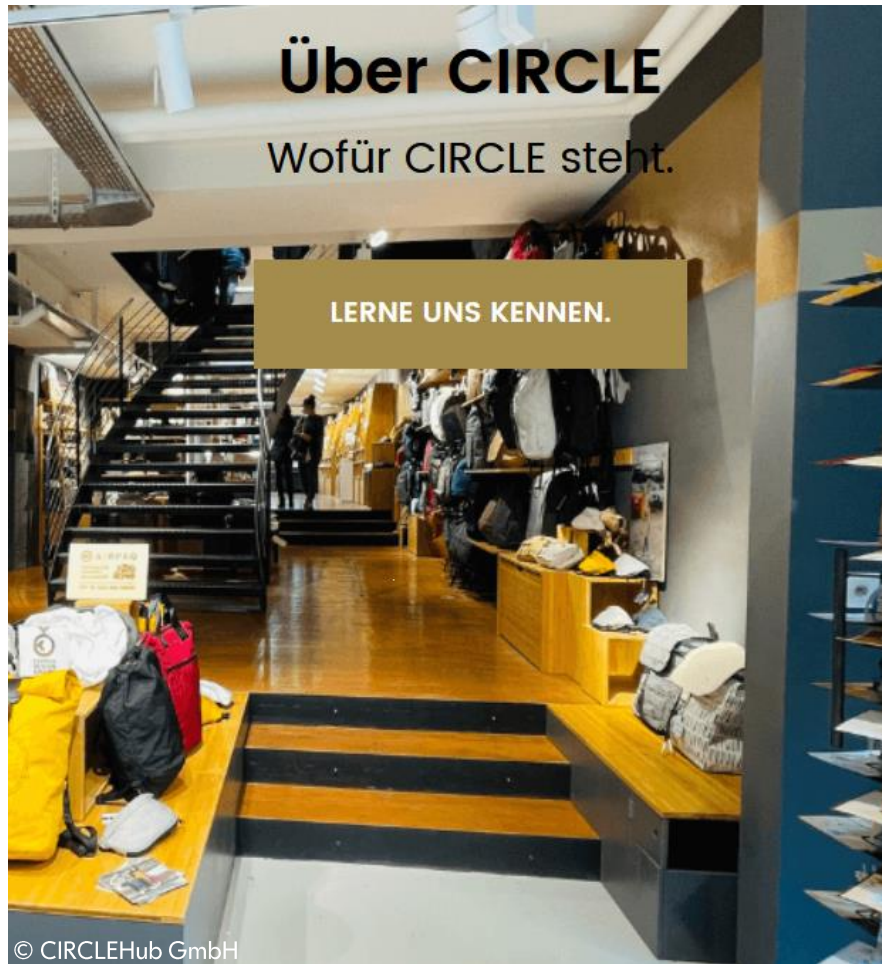
### Konzept

- breit gefächertes Warenangebot zu günstigen Preisen
- nicht gewinnorientiert sondern kostendeckend
- Schaffung von Dauerarbeitsplätzen
- „NochMall GmbH“ Tochter der Berliner Stadtreinigung (BSR)
- Gelände eines ehemaligen Baumarkts
- Kooperation mit Berliner Re-Use-Szene, sozialen Einrichtungen, Start-ups etc.
- bietet Trendsettern, Initiativen, Unternehmen Flächen, um ihre nachhaltigen Produkte in Pop-up-Stores zu präsentieren
- organisiert Repaircafés und Upcycling-Workshops
- bietet Veranstaltungen mit Vorreiter:innen aus der Re-Use- und Umweltszene



# Circle – The sustainable shop

Schweiz, <https://circleshop.ch/>



## *„Der anständigste Laden der Welt“*

- „Kaufhaus“ für breite Produktpalette und verschiedene Marken
- Transparenz über Erzeugung, Material, Transport, soziale Standards, ....
- Produktauswahl nach 14 „Must Haves“ - fußen auf den Säulen Nachhaltigkeit/ Ökologie, Wirtschaft und Soziales

# Circle – The sustainable shop

## Schweiz

### Entstehungsgeschichte:

- Bambusfahrrad 2014 – ein begehrtes Stück

### Standorte:

- inzwischen 2 in Zürich + 1 in Bern sowie 1 Pop-Up Store

### Konzept:

- CIRCLE ist ein kommerzielles Unternehmen und arbeitet gewinnorientiert, aber ohne andere dafür auszubeuten



# Circle – The sustainable shop

## Schweiz

### Sortiment

- Bekleidung, Accessoires, Wohnen & Leben, Kosmetik & Hygiene, Elektronik, Bastelbedarf, Refill usw.

### Marketingstrategie

- Pop-up Store im Bridge Zürich Europaallee (neu)
- Onlineshop
- Aktives Sozial Media Marketing

#### Abfallreduzierend



CIRCLE kämpft an vorderster Front gegen den Wegwerfwahn in unserer Gesellschaft und unterstützt Dich darum mit abfallreduzierenden Produkten. Trinkflasche statt Plastikflasche, Lunchbox statt Einwegpackung, Fairphone statt haufenweise Elektroschrott. Zu einem nachhaltigen Lebensstil gehören Wieder- und Weiterverwendung genauso wie Reparaturmöglichkeiten schlicht dazu.

#### Biologisch abbaubar

Ist biologisch abbaubar nicht auch abfallreduzierend? Ja, das stimmt! Biologisch abbaubare Produkte sind auch abfallreduzierend. Allerdings sind sie noch viel besser! Denn nach der Wieder- und Weiterverwendung und nachdem die Bambuszahnbürste nicht mal mehr zum Schuhe putzen taugt, schwimmt sie nicht Jahrhunderte im Meer, sondern vergammelt innerhalb nützlicher Zeit ohne Mithilfe des Menschen. Fantastisch, oder?



#### Fair Trade



Im Fair Trade bzw. ein gerechter Handel, soll sichergestellt werden, dass die Erzeuger\*innen unabhängig vom Marktpreis einen Mindestpreis erhalten. Es sollen langfristige Partnerschaften zwischen Händler\*innen und Erzeuger\*innen aufgebaut, und bestimmte Umwelt- und Sozialstandards eingehalten werden. Es gibt verschiedene Fair-Trade-Organisationen, die diese Standards unterschiedlich definieren und Siegel oder Zertifikate auf dieser Grundlage vergeben. Bei CIRCLE kannst Du auch gezielt nach Produkten suchen, die ein solches Siegel oder Zertifikat besitzen.

#### Handgemacht



© CIRCLEHub GmbH

# Die Grüne Passage

Niederlande, <http://degroenepassage.nl/>



- One-Stop-Shop auf 2500 qm
- Unterschiedliche umweltbewusste Geschäfte und Angebote unter einem Dach
- Kooperationen für Projekte und Kampagnen mit Externen, z.B. Bildungseinrichtungen

# Die Grüne Passage

## Niederlande

### Entstehungsgeschichte

- vor über 20 Jahren von sieben Ladenbesitzer:innen gegründet
- Ladenbesitzer:innen haben sich zu Verein zusammengeschlossen

### Sortiment

- Von Bio-Supermarkt bis „Nachhaltigkeits-Akademie“: Lebensmittel, Textilien, Spielwaren, Einrichtungsgegenstände, Geschenkartikel usw.
- Vegetarisches Restaurant und Biocafé



# Die Grüne Passage

## Niederlande

„Gimsel-Akademie“

*„Wir glauben, dass bewusstes Leben nicht nur in den Dingen steckt, die man kauft, sondern vor allem in einem selbst. In Ihrer Denkweise, Ihren Gewohnheiten und Ihrem Lebensstil.“*

### Sichtbarkeit

- zentrale Lage
- eigenes Magazin „BIOscope“, bietet Werbemöglichkeit für weitere nachhaltige Angebote und Unternehmen, ...
- Räume für Initiativen mit gleicher Philosophie und Ausstellungsflächen für Künstler:innen



# Fesch'markt

Österreich, <https://www.feschmarkt.info/feschback/>

## Kreativmarktfestival abseits des Mainstreams



- Möglichkeit für kleine Designlabels und junge Künstler:innen ihre Werke auszustellen
- Bei der Auswahl der Aussteller:innen wird auf innovative Konzepte und nachhaltige, regionale Produktion geachtet

© Fesch OG



# Fesch'markt Österreich

## Entstehungsgeschichte

- Wurde 2010 als Markt für Freunde und Bekannte gegründet

## Standorte:

- Graz, Wien und Feldkirch (2x pro Jahr)

## Sortiment

- Mode, Schmuck, Accessoires, Kunst, Produktdesign, Essen, Sport



# Markthaus Mannheim

Deutschland, <https://www.markthaus-mannheim.de/>

## Staatlich anerkannter Inklusionsbetrieb mit zwei Secondhand-Kaufhäusern



- Zudem drei moderne Lebensmittelmärkte
- Gemeinnütziges Unternehmen, für das Nachhaltigkeit und Integration an erster Stelle steht
- Beschäftigung von rund 80 Mitarbeiter:innen mit und ohne Behinderung

# Markthaus Mannheim

## Deutschland

### Entstehungsgeschichte

- Markthaus ist 1997 aus einer Initiative heraus entstanden

### Standorte:

- Secondhand: 2 in Mannheim; Supermärkte: Wallstadt, Weinheim, Friedrichsfeld

### Sortiment

- Secondhand: Kleidung, Möbel, Haushaltswaren, Bücher, CDs, DVDs, Unterhaltungselektronik, Antiquitäten, Kunst, etc.

