



Second Life Kaufhaus

Informationsmeeting 28.03.2023



A photograph of a furniture store aisle. The foreground features a white cabinet with drawers in shades of green, blue, and brown. To its right is a light-colored wooden desk with a decorative front and a small lamp. Further back, there are more furniture pieces, including a black metal cart with a wicker basket, and shelves filled with various items. The background shows a yellow wall with framed artwork and a hanging lamp. The overall atmosphere is warm and inviting.

Das Projekt

WORUM GEHT ES ?

- Das **Second-Life-Kaufhaus** ist ein innovatives Projekt, das in der Innenstadt von Leipzig umgesetzt werden soll.
- Der **Konzept** für das Second-Life-Kaufhaus wird von der Stadtreinigung Leipzig, dem Aufbauwerk, dem Amt für Wirtschaftsförderung und weiteren Akteuren aus Leipzig in Zusammenarbeit mit conlab erarbeitet.
- Für das Projekt wird eine **ungenutzte Einzelhandelsfläche** in ein **Kaufhaus** verwandelt und zu einem **Ort der "Kreislaufwirtschaft zum Anfassen"**.
- Neben **gebrauchten Produkten** soll eine Vielzahl von **Aktivitäten, Events** und **Workshops** dazu beitragen, den Besuchern die Ideen und Methoden der Kreislaufwirtschaft, Ressourcenschonung und Abfallvermeidung näherzubringen.
- Neben einer Nutzung als Verkaufsfläche durch die Stadtreinigung wird ein **Concept Store Second Life** entstehen.
- Zielgruppe des Kaufhauses der **modernen Mainstream** und die **ökologisch orientierte Mitte der Gesellschaft**.
- Das Projekt ist sowohl ein wichtiger **Bestandteil der Zero-Waste-Strategie** der Stadt Leipzig als auch ein Teil des Gesamtprojekts **"Zukunftsfähige Zentren Leipzig (ZZL)"**.

- **Concept Stores** sind themen- oder lifestyle-orientierte Einzelhandelskonzepte, die sich durch eine neue, ungewöhnliche Kombination von Themen und Sortimenten auszeichnen.
- Der **Concept Store Second-Life Leipzig** ist eine stationäre Plattform für regionale Händler, Produzenten, Handwerker und Startups zur Präsentation und zum Verkauf Ihrer Dienstleistungen und Sortimente in den Themenfeldern: Verkaufen/Reduce, Umdenken/Rethink und Reparieren/Repair.
- Die **Gesamtfläche** des Concept-Stores (ca. 2.500 m²) wird durch Stadtreinigung Leipzig angemietet.
- **Eigennutzung** von ca. 1.000 m² für **Verkauf wiederverwendbarer Produkte und Services** der Stadtreinigung Leipzig plus ca. 600 m² Nebenraumflächen
- **Untervermietung** von 900 m² an die **Themenwelten** Verkaufen, Umdenken und Reparieren
- Die Gestaltung eines **attraktiven Mietermixes** und **Verantwortung für das Gesamtkonzept** liegt bei der Stadtreinigung Leipzig.

UNSER LEITBILD

„Als Leuchtturm für Nachhaltigkeit steht der Second-Life-Concept Store Leipzig für Ökologie und Nachhaltigkeit. Mit Begeisterung und Leidenschaft geben wir Produkten ein zweites Leben, fördern Wiederverwendung und sensibilisieren die Menschen für Ressourcenschonung und einen bewussteren Konsum.

Wir wollen Kreislaufwirtschaft und Nachhaltigkeit erlebbar machen – wertschätzen statt wegwerfen.

Mit den Schwerpunkten Verkaufen, Umdenken und Reparieren vermitteln wir als Zero-Waste-Zentrum Spaß an der Nachhaltigkeit und sind dabei Vorbild für andere.“

DAS SECOND LIFE KAUFHAUS UMFASST DREI VERMIETETE „THEMENWELTEN“

Umdenken

Verkaufen

Reparieren

ZIELE DES PROJEKTS

Recyclingquoten erhöhen und Leerstände in der Stadt abbauen

Verkaufen / Reduce

- Verkauf von funktionsfähigen Gebrauchsgütern zur Wiederverwendung
- Bewusster Einkauf und Konsum
- Einkauf oder Nutzung von verbrauchsarmen Produkten

Umdenken / Rethink

- Umdenken und Bewusstsein für Nachhaltigkeit stärken
- Sensibilisierung für Kreislaufwirtschaft, Ressourcenschonung sowie Material- und Energieeffizienz
- Sorgsamer Umgang mit Lebensmitteln
- Teilen statt besitzen / Sharing-Modelle

Reparieren / Repair

- Reparatur unter Anleitung oder als Dienstleistung
- Repair-Café
- Upcycling-Workshops
- Abgabe/Verkauf von Bastlerware

**Bildungsort:
Bewusstseins-
bildung**

**Treffpunkt:
Events
Gastronomie**

**Kaufhaus:
Gebrauchsgüter
Reparatur**

- Kernzielgruppe ist die „**Mitte der Gesellschaft**“ – das bedeutet „**raus aus der Nische**“.
- Der Concept Store zielt daher vor allem auf die **zukunftsorientierten** und **ökologischen** Zielgruppen.
- Das **prekäre Milieu** ist nicht Kernzielgruppe, sehr wohl werden Kunden:innen aus diesen Zielgruppen erwartet.





Die Umsetzung

Verkaufen	Umdenken	Reparieren	Verkaufen	Umdenken
				
<ul style="list-style-type: none"> ▪ vermietet ▪ 300 m² 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ vermietet ▪ 300 m² 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ vermietet ▪ 300 m² 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Selbstgenutzt durch Stadtreinigung ▪ ca. 1.000 m² 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Selbstgenutzt durch Stadtreinigung ▪ ca. 600 m²

Fotos: www.nochmall.de www.awm-muenchen.de www.stadtreinigung-leipzig.de

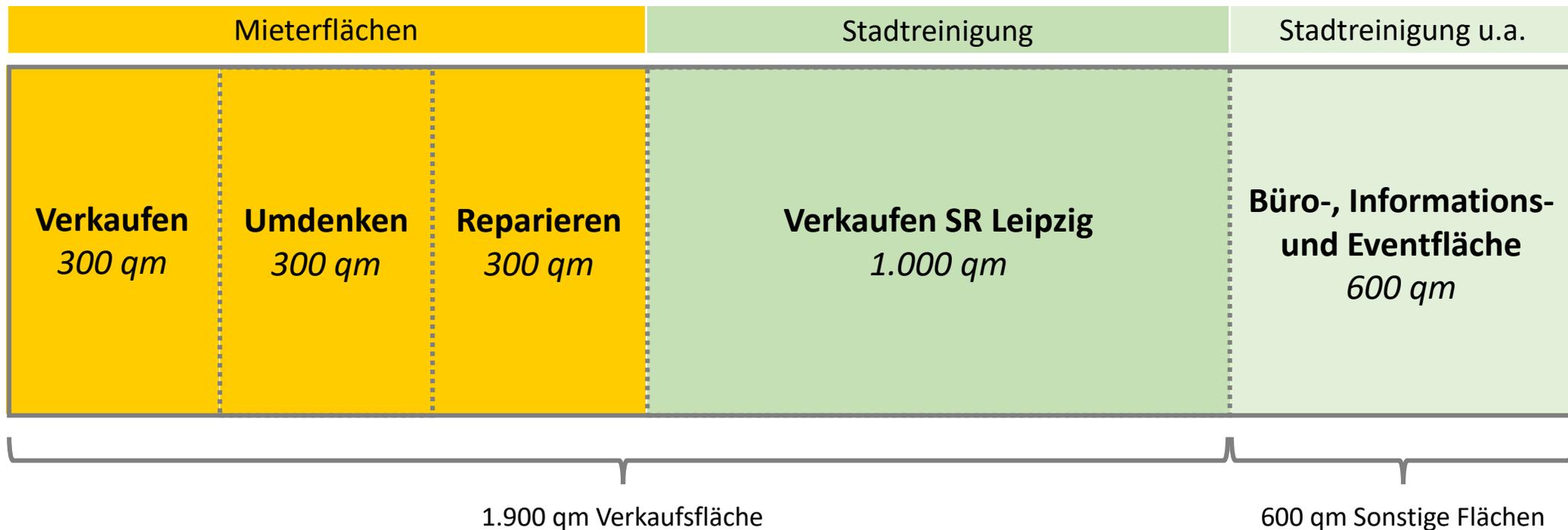
DIE THEMENWELTEN

Verkaufen	Umdenken	Reparieren	Verkaufen	Umdenken
Reduce	Rethink	Repair	Reduce	Rethink
300 m ²	300 m ²	300 m ²	ca. 1.000 m ²	ca. 600 m ²
Vermietung	Vermietung	Vermietung	Eigennutzung SR	Eigennutzung SR
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wiederverwendung: Verkauf von wieder verkaufbaren funktionsfähigen Gebrauchsgütern ▪ Bewussterer Einkauf und Konsum (Einschränkung und Reduzierung) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umdenken im Kopf: Sensibilisierung für die Themenfelder Kreislaufwirtschaft, Ressourcenschonung und Abfallwirtschaft ▪ Einschränkung/Veränderung Steigerung der Effizienz durch veränderte Produktnutzung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reparatur: Reparatur von nicht mehr funktionsfähigen Produkten und Wiederherstellen eines Produktes auf einen Stand, der up-to-date ist (Up-Cycling) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wiederverwendung: Verkauf funktionsfähiger Gebrauchsgüter von den Wertstoffhöfen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umdenken: Kreislaufwirtschaft und Nachhaltigkeit durch Information, Beratung und Veranstaltungen erlebbar machen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ An- und Verkauf von gebrauchten, funktionsfähigen Produkten ▪ Angebot nachhaltiger, kreislauffähiger Neuware ▪ Externe temporäre Anbieter von gebrauchter Ware (Pop-Ups) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gastronomie, z.B. Zero-Waste Café mit nachhaltigen bzw. geretteten Lebensmitteln ▪ Neue Geschäftsmodelle, z.B. Sharing-/Mehrweg-Modelle ▪ Info-Points, Ausstellungsfläche z.B. Verbraucherzentrale und Energieberatung, mit Beratung zu Solargeräten, Verleih von Energiemessgeräten etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reparatur-Services (z.B. Schneiderei, Schuster, Handy-repair-Dienst etc.) ▪ Repair-Cafes (Schulungen für die Reparatur unterschiedlichster Gegenstände) ▪ Abgabe/Verkauf von Bastlerware ▪ Upcycling-Workshops 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verkauf von gebrauchten, funktionsfähigen Produkten ▪ Auktionsbereich für außergewöhnliche bzw. wertvollere Gebrauchsgüter aus den Recyclinghöfen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Events und Veranstaltungen ▪ Info-Points, Ausstellungsfläche ▪ Bürofläche Stadtreinigung Leipzig ▪ Büro der Koordinationsstelle ▪ Büro der Service-Hotline der Stadtreinigung Leipzig

DIE FLÄCHENVERTEILUNG (MODELLHAFT)

Beispiel: **2.500 qm Gesamtfläche**, davon

- 300 qm Verkaufen / Reuse (vermietet)
- 300 qm Umdenken / Rethink (vermietet)
- 300 qm Reparieren / Repair (vermietet)
- 1.000 qm Verkaufen (Stadtreinigung)
- 600 qm Büro-, Informations- und Eventfläche (Stadtreinigung und andere)





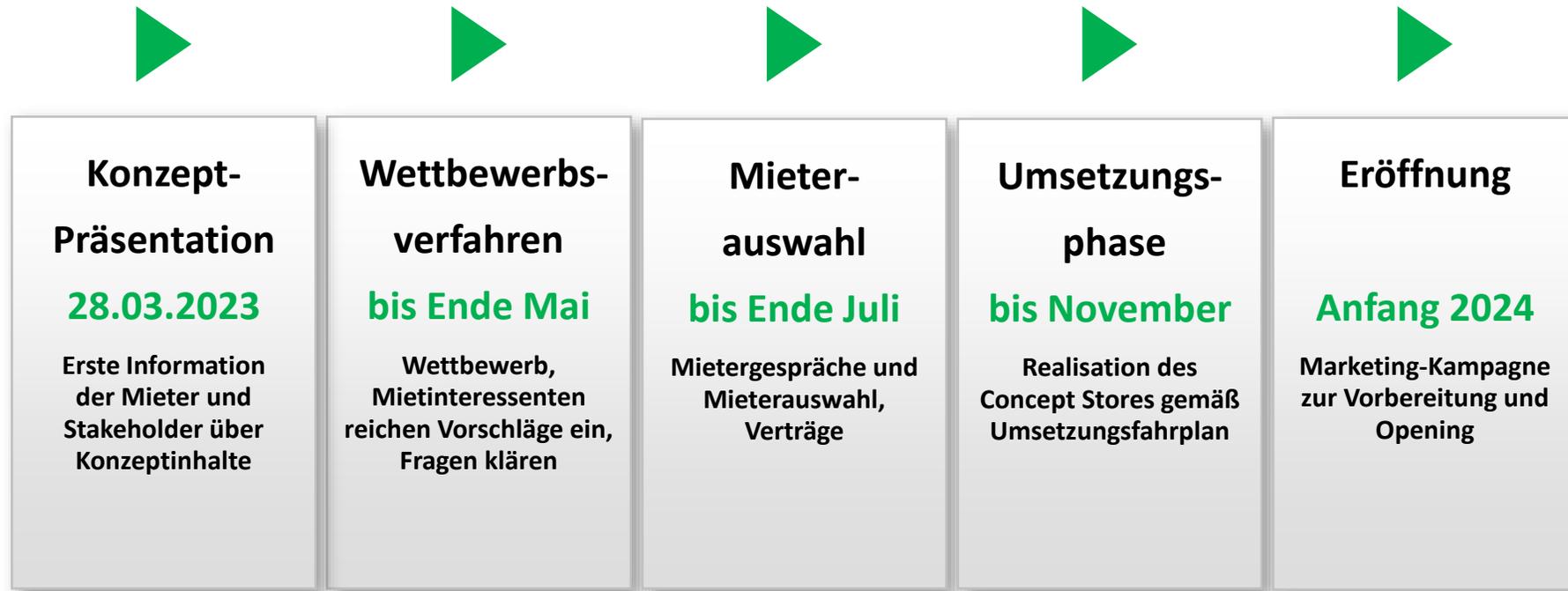
DARUM SOLLTEN SIE DABEI SEIN

- Die hohe **Attraktivität** und **Strahlkraft** des Concept Stores stärkt die Mieter und macht das Konzept zu einem **Leuchtturm** in der Leipziger Innenstadt.
- **Verkaufs-, Informations- und Eventangebote** steigern die **Kundenfrequenz**.
- Ein attraktiver **Mieter-Mix** erhöht nachhaltig die Anziehungskraft des Stores.
- Mitmachen bedeutet aktive Mitgestaltung von **Nachhaltigkeitsthemen**.
- **Finanzielle Anreize** zu Beginn des Fünf-Jahres-Mietzeitraums machen die Beteiligung auch wirtschaftlich noch interessanter.

A photograph of a furniture store aisle. The aisle is filled with various pieces of furniture, including cabinets, drawers, and lamps. The furniture is arranged on shelves and on the floor. The lighting is warm and the overall atmosphere is cozy. The text "Wie geht es weiter?" is overlaid on the image in a large, bold, black font.

Wie geht es weiter?

WIE GEHT ES WEITER?





Fragen & Antworten