

's Fachl ist ein Exportschlager

Obstkisten als Mini-Läden: Dieses Konzept schlägt nicht nur in Salzburg, sondern auch im deutschsprachigen Ausland ein.



© SFACHL

Sind mit ihrem Mietregalkonzept auf Expansionskurs: Roland Huber sowie die 's Fachl-Gründer Christian Hammer und Markus Bauer (v. l.).

Das 's Fachl in der Salzburger Kaigasse ist ein Geschäft der etwas anderen Art: An den Wänden des 90 Quadratmeter großen Verkaufsraums stapeln sich mehr als 300 Obstkisten, in denen unterschiedlichste Produkte zum Verkauf angeboten werden. Die Bandbreite reicht von Lebensmitteln wie Kaffee, Marmeladen oder Bier über Kunsthandwerk bis hin zu Designartikeln.

"Wir bieten kleinen Manufakturen, Start-ups und Jungunternehmer:innen die Möglichkeit, sich ohne Risiko in guten Lagen einzumieten und ihre Produkte zu verkaufen", erklärt Betreiber Roland Huber. "Der Großteil unserer 280 Mieter kommt aus der Region. Für viele von ihnen sind wir der einzige Vertriebskanal in Salzburg." Das Konzept der Wiener Wirtschaftsinformatiker und 's Fachl-Gründer Markus Bauer und Christian Hammer werde von den Kund:innen immer besser angenommen. "Wir haben die Erfahrung gemacht, dass es in Städten ab 100.000 Einwohner:innen garantiert funktioniert. Unser Geschäft in Salzburg hat den Umsatz jedes Jahr um 10 bis 15% gesteigert. Daran konnten auch die Corona-Lockdowns nichts ändern", sagt Huber.

Expansion schreitet zügig voran

In Österreich gibt es mittlerweile neun 's Fachl-Geschäfte. Dazu kommen zehn Standorte in Deutschland und zwei in der Schweiz. "Wir haben 2018 ein Franchisesystem mit selbstständigen Partner:innen eingeführt, das sehr gut funktioniert", so Huber, der im Management von 's Fachl für die Expansion zuständig ist. In Deutschland soll es im kommenden Jahr fünf bis zehn Neueröffnungen geben, in der Schweiz werden Betreiber:innen für drei bis vier weitere Standorte gesucht. Ein Ende des Expansionskurses ist auch mittel- bis langfristig nicht absehbar. Das Traumziel der Gründer Bauer und Hammer sind 100 Standorte in Europa. "Wir haben unser Warenwirtschaftssystem so programmiert, dass es in allen europäischen Sprachen darstellbar ist", erläutert Huber. "Eine tolle Region wäre zum Beispiel Südtirol. Es gibt auch schon eine Anfrage aus Bozen." In den Geschäften dienen hunderte Obstkisten als Präsentations- und Verkaufsflächen. Auch in Österreich nimmt die Zahl der Standorte weiter zu. Bereits im kommenden Frühjahr wird ein Geschäft in Klagenfurt eröffnet. Ein zweites 's Fachl in Salzburg ist ebenfalls ein Thema. "Uns schwebt ein cooles Kaufhaus mit einer Mischung aus Regal- und Flächenvermietung vor, das von kleinen, regionalen Manufakturen bespielt wird", sagt Huber. "So könnten wir zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen. Auf der einen Seite wird das Problem der leerstehenden Geschäfte in den Innenstadtlagen immer größer. Auf der anderen Seite gibt es unter unseren Mieter:innen mittelgroße Start-ups, die gern eine Verkaufsfläche von zehn bis 15 Quadratmetern haben würden."

In Zahlen

- Durch den Verkauf auf fremde Rechnung und in fremdem Namen hat 's Fachl seinen Mieter:innen einen Umsatz von insgesamt mehr als 14 Mill. € eingebracht.
- In den Geschäften in Deutschland, Österreich und der Schweiz werden derzeit rund 5.200 "Fachln" vermietet. Ende des Jahres werden es voraussichtlich 6.000 sein.
- Das Warenwirtschaftssystem des Unternehmens verwaltet 7.000 Mieter, davon knapp 4.000 aktive Fachlmieter:innen.

Erleben, was online nicht möglich ist

Das Mietregalkonzept «'s Fachl» hat ein einzigartiges Franchisekonzept entwickelt, das den Nerv der Zeit trifft. Swiss Distribution wollte mehr wissen und hat beim Mitgründer Christian Hammer nachgefragt. Von Melanie Käser

Wie lässt sich das Konzept von 's Fachl erklären?

CHRISTIAN HAMMER 's Fachl ist ein Mietregalkonzept, bei dem wir Verkaufsflächen in Form von Obstkisten vermieten. Konkret heißt das, dass sich Produzent:innen aus den Bereichen Kulinarik, Design und Kreatives eine eigene Verkaufs- und Präsentationsfläche in Form dieser Holzkiste mieten können. Wir bewerben und verkaufen diese Waren und zahlen 90 Prozent des Guthabens aus, 10 Prozent bleibt beim Standort. Wir wollen keine Antwort auf das Onlineshopping sein, aber definitiv back to the roots, zurück zum eigentlichen Einkaufen, Gustieren, Stöbern und Neues entdecken. Erleben, was im Onlineshopping nicht möglich ist.

Was schätzen Ihre Kund:innen besonders?

Das Konzept an sich. Dass wir Kleinst- und Kleinunternehmen eine leistbare und risikolose Möglichkeit bieten, ihre Produkte in bester Lage zu verkaufen. Alle diese Manufakturen haben aufgrund ihrer Größe, finanziellen Möglichkeiten und Ressourcen keine Chance, sich im regulären Einzelhandel listen zu lassen.

Bei 's Fachl handelt es sich um ein Franchisesystem, welches mit selbstständigen Partner:innen arbeitet. Warum haben Sie sich für Franchising entschieden?

Die Vorteile liegen auf der Hand. Wir bündeln die Stärken und Kompetenzen von lokalen Partner:innen mit unserem technischen Know-how. Gerade bei unserem Konzept gilt es, Kontakt zu lokalen Produzent:innen, Communities und Manufakturen herzustellen. Dies ist für «native» Partner:innen wesentlich einfacher. Darüber hinaus wissen unsere lokalen Partner:innen genau, welcher Standort, welche Region für das Konzept geeignet ist und welche rechtlichen und betriebsrelevanten Vorgaben im jeweiligen Land einzuhalten sind.

Was erachten Sie im Vertrieb regionaler Produkte als die größte Herausforderung? Welche Lösung bieten Sie dafür?

Seitens der Manufaktur besteht die Herausforderung darin, authentisch, regional zu wirtschaften, zu kalkulieren und zu organisieren. Und das so, dass die Produktpreise aufgrund der eingeschränkten Ressourcen in Produktion, Materialeinkauf etc. von Endkund:innen noch akzeptiert werden. Selbstständigkeit umfasst wesentlich mehr, als ein Produkt herzustellen. Viele Kleinmanufakturen unterschätzen den Gesamtaufwand, der auch Marketing, Vertrieb, Verkauf, Organisation und all diese Dinge beinhaltet. Hier können wir unterstützen. Wir verkaufen die Produkte, bewerben sie so gut als möglich und kümmern uns um die Abrechnung, Auszahlung und die Bereitstellung der Verkaufsfläche.

Wie haben Sie es geschafft, während der Coronakrise Ihre Franchisenehmer:innen bei der Stange zu halten?

Wir sehen unsere Franchisenehmer:innen als Partner:innen, und das heißt für uns Unterstützung in jeglicher Form. Auch wenn wir täglich im Hintergrund Support leisten, das System betriebsbereit halten, warten und die Software weiterentwickeln, haben wir von keinem/r Partner:in, der/die seinen Laden aufgrund behördlicher Maßnahmen temporär schließen musste, in dieser schwierigen Zeit Franchisegebühren verlangt. Gerade im letzten Jahr wurde die Sensibilität für nachhaltige, regionale Produkte und auch der Zusammenhalt und die Unterstützung von regionalen Manufakturen ein wichtiger Aspekt für unser Konzept. Dies hat sich in einer enormen Umsatzsteigerung bei den Verkäufen widerspiegelt. Davon profitieren nun unsere Franchisenehmer:innen, und die Nachfrage steigt kontinuierlich.

Wie schaffen Sie es, die Kultur und die Idee hinter 's Fachl Ihren Franchisenehmer:innen zu vermitteln?

Bevor wir uns für einen neuen Partner:innen entscheiden, gibt es ausführliche gemeinsame Gespräche. Hier versuchen wir transparent und offen alle Gedanken, Herangehensweisen und uns als Team vorzustellen. Nachdem wir sehr innig und partnerschaftlich zusammenarbeiten, steht für uns das Menschliche an erster Stelle. Der Rest folgt dann meist ganz von selbst.



Christian Hammer lebt in Wien und ist Mitgründer von 's Fachl. Neben seiner Tätigkeit beim 's Fachl ist er Serial Entrepreneur und berät und unterstützt Kleinunternehmer:innen beim Thema IT, Softwareoptimierung und Einsatz von Software in ihren Unternehmen.

Start-up-Wettbewerb: Retail-as-a-Service-Konzept setzt sich durch

Das deutsch-österreichische Start-up 's Fachl hat bei der von Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel und Gründungswerkstatt Deutschland organisierten Pitch Night die beste Jurybewertung erhalten.



© Screenshot

Retail-as-a-Service in Weinkisten: Mit diesem Konzept überzeugte das junge Unternehmen 's Fachl die Jury. Ein Mietregalkonzept, das Verkaufsfläche in Form von Obstkisten bietet - entweder in eigenen Läden oder als Shop-in-Shop-Konzept in anderen Geschäften. In den Kisten finden Verbraucher:innen hochwertige Produkte von Gründer:innen und Kleinmanufakturen aus den Bereichen Lebensmittel, Feinkost und Kreatives. Mit diesem Retail-as-a-Service-Konzept - die Präsentations- und Verkaufsfläche lässt sich mieten, Verkauf und Vermarktung übernimmt s'Fachl - hat das Unternehmen die Jury aus Vertretern des Kompetenzzentrums Handel, der IHK-Gründungswerkstatt Deutschland und des Handelsverbands Deutschland überzeugt. Ein ausführliches Porträt des Unternehmens gibt es demnächst im gedruckten *handelsjournal*.

Lob gab es jedoch auch für die übrigen innerhalb von jeweils zehn Minuten vorgestellten Geschäftsideen, die es ins Finale geschafft hatten: ein innovatives Konzept für den Onlineverkauf von maßgefertigter Wäsche, einen Unverpacktladen für Drogerie-Artikel, eine Online-Plattform für gebrauchte Pferdeausstattung und einen Standort-Analyse-Service für den Einzelhandel. Alle fünf Finalisten, die im Vorfeld aus rund 60 Bewerbungen ausgewählt worden waren, präsentieren ihre Ideen nun im Podcast des Kompetenzzentrums Handel.

Ein buntgemischtes Publikum aus Händler:innen, Start-ups, Multiplikatoren und Verbraucher:innen verfolgte die virtuelle Veranstaltung, die live bei Youtube übertragen wurde.

300 kleine Läden in einem Geschäft

's Fachl - Ein revolutionäres Franchise-Konzept:
Der Mini-Store in der Apfelkiste. Regional,
charmant, nachhaltig.

von Fritz Lietsch

Roland Huber führt eine Art Miniaturkaufhaus in der Salzburger Altstadt. Das Konzept namens „'s Fachl" (dt. das kleine Fach/Abteil) gedeiht prächtig und expandiert nun als Franchise in andere Städte und Länder...



© fokus visuelle kommunikation

Holzboxen als Geschäftslokale im Verbund – das ist das ganze Geheimnis – und kleine Manufakturen, Gründer:innen, Hersteller:innen von außergewöhnlicher Kulinarik, AutorInnen, Designer:innen sowie Kunstschaffende wagen mithilfe der „Fachl" ihre ersten Schritte auf den Markt. Der Verwalter dieser rund 300 gefüllten ehemaligen Obstboxen ist Roland Huber. Seit 2016 ist der Salzburger im „'s Fachl" selbstständiger Franchisenehmer und gleichzeitig „Mädchen für alles": Er berät, verkauft, macht Mut und vermietet die kleinen Präsentationsflächen in den Boxen für rund 12 Euro pro Woche an Interessierte. Der Erfolg lässt sich sehen, die Warteliste für ein „Fachl" ist lang.

„...Der Aufbau von neuen Organisationsstrukturen war immer schon eine Leidenschaft von mir", erzählt der heutige Fachlmeister. Anfang 2016 erlebt Roland Huber eine Art innerliche Umbruchstimmung: „Ich hatte die Nase voll von Wachstumsdenken und stetiger Profitoptimierung." Immer stärker erlebt der Unternehmer, dass seine inneren Werte nicht mehr zu den Anforderungen der äußeren Welt passen. „Ich hatte plötzlich Lust auf etwas Kleineres, Bodenständigeres, wo ich selbst wieder Steuermann sein und Hand anlegen konnte", erinnert er sich. Von da an ging alles sehr schnell: Ein Zeitungsartikel liefert die Idee, ein Termin mit den beiden Fachl-Pionieren in Wien ebnet den Weg. Fünf Monate später wurde „'s Fachl" in Salzburg eröffnet. Das Konzept der vielen kleinen Läden in einem größeren hat Roland Huber sofort angesprochen.

Der Anfang war von Unsicherheit geprägt. Doch der „Jungunternehmer" akquiriert intensiv und nützt ein Stadtviertelfest zur Präsentation seines Konzepts. In lockerer Atmosphäre gewinnt er dabei die ersten Fachlmieter. Lokale Medien zeigen sich interessiert am neuartigen Geschäft, die Mundpropaganda schickt erste neugierige Käufer in „'s Fachl" – der Laden läuft. Die Resonanz ist positiv, der Fachlmeister beflügelt.

Die kleinen Geschäfte in einem größeren sind keine Selbstläufer, was zählt, ist der ideale Mix von Produkten aus möglichst unterschiedlichen Bereichen: Handwerk und Kulinarik, Kunst und Design. Für Hubers „Kistenmieter:innen" ist „'s Fachl" eine Art Testmarkt – hier erhalten vor allem Start-ups und junge Unternehmen die Möglichkeit, ihre Produkte ohne großes Risiko anzubieten oder ihre Idee günstig zu bewerben.



© 's Fachl, zVg

Zeit, was neue Strömungen, Angebote und Ideen betrifft: „Es haben sich bereits Kooperationen unter meinen Fachl-Mieter:innen ergeben, das ist spannend. Ich bin richtig stolz, dass durch das Konzept sozusagen eine Schnittstelle entstanden ist, die manchen Menschen als Sprungbrett zum Erfolg dient."

Schöne neue Arbeitswelt

„Es gibt keinen großen Unterschied mehr zwischen Arbeit und Freizeit, für mich ist das sehr positiv", erzählt Roland Huber und genießt den Kontakt mit den außergewöhnlichen, kreativen und inspirierenden Menschen sehr. Die vielfältigen Anforderungen seines Jobs sind das Gegenteil von Monotonie und „unglaublich bereichernd" für den Fachlmeister. Gespräche mit Mieter:innen und Endkund:innen, die Akquise und Administration machen die Tage abwechslungsreich. Er lebt nun am Puls der

Verkaufsinfo in Echtzeit

„Unsere Mieter:innen sind sehr dankbar für die Möglichkeit, teilweise zum ersten Mal ihre Produkte oder Ideen unkompliziert auf den Markt zu bringen“, erzählt Roland Huber. Das Risiko ist überschaubar und die Transparenz vorbildlich: Sobald ein Produkt über den Ladentisch wandert, wird der/die Fachl-Mieter:in in Echtzeit über den Verkauf informiert. Im personalisierten Bereich der Fachl-Website lassen sich jederzeit Produktstände überprüfen, Verkäufe verfolgen und die Abrechnungen begutachten. „Der Verkauf auf fremde Rechnung und in fremdem Namen ist abrechnungstechnisch und steuerrechtlich eine enorm komplexe Angelegenheit und wird oft unterschätzt. Mit unserer eigenen Software haben wir das Mietregalkonzept revolutioniert“, freut sich Huber. Das Konzept „s Fachl“ ist selbst ein erfolgreiches Start-up. Seit der Gründung im Jahr 2015 werden in Österreich 18 Geschäfte betrieben. Das hätten sich die Gründer, Markus Bauer und Christian Hammer, bei der Eröffnung des ersten Fachl in Wien nicht träumen lassen. „Unser Plan damals war recht einfach“, erklärt Hammer: „Bevor wir über einen weiteren Standort nachdenken, sammeln wir erst einmal 2-3 Jahre Erfahrung und entscheiden dann ob das Konzept überhaupt multiplizierbar ist. Aber, gerade mal 3 Monate nach der Eröffnung haben sich die ersten beiden Interessenten, darunter auch Roland Huber, gemeldet und nach einer relativ kurzen Entscheidungsphase war klar, wir können sukzessive neue Standorte eröffnen. Gegenwärtig erhalten wir laufend neue Anfragen, von den USA bis nach Litauen, wobei unser Fokus derzeit auf Europa liegt. Unser Traum: 100 Standorte in Europa.“

Der Ansturm von Mietinteressenten und Kund:innen gibt den Gründern und Franchisenehmer:innen Hoffnung: während der vergangenen vier Jahren haben die Fachl über acht Millionen Euro für ihre Mieter:innen eingenommen und rund 800.000 Produkte verkauft.

Grundlage des Erfolgs

Offensichtlich wollen immer mehr Menschen regional und fair einkaufen. Bestehende Systeme werden hinterfragt, der Konsum wird bewusster. Darin steckt die Chance für solche alternativen und nachhaltigen Vertriebsformen. „Uns spielen derzeit zwei globale Trends in die Hände“, konkretisiert Roland Huber, „die ‚Neo-Ökologie‘ mit ihrem Verzicht auf Plastik und der Vorliebe für biologische, regionale und nachhaltige Produkte, sowie ‚Entrepreneurship‘ mit innovativen Konzepten von Gründer:innen und Start-ups.“ Zu diesen neuen Bedürfnissen und Impulsen scheint das Fachl-Konzept mit seinem Angebot optimal zu passen. Deshalb konnten auch bereits Standorte außerhalb Österreichs eröffnet werden. Laut ihrer Einschätzung passt das Konzept besonders gut in aufstrebende Städte ab 100.000 Einwohner:innen.

„Inzwischen gibt es auch Kooperationen mit der Wirtschaftskammer bzw. den Handelskammern“, erzählt Roland Huber. Er leitet selbst die Expansion neuer Standorte in Deutschland und der Schweiz. „Speziell für kleine regionale Manufakturen oder Direktvermarkter:innen, die am Beginn ihrer unternehmerischen Tätigkeit stehen, ist unser Konzept mit den leistbaren Verkaufsflächen in bester Lage enorm hilfreich.“

Roland Huber, selbst Franchise-Nehmer und Expansionsleiter für das Fachl-Konzept, fasst die Aufgaben eines Fachlmeister:in zusammen:

- umfassende Beratung und Information für die Mieter:innen
- stetige Neuakquise und Netzwerken mit Start-ups, jungen Firmen oder Manufakturen
- Betreuung des gesamten Warenwirtschaftssystems inkl. der treuhänderischen Verwaltung (Guthaben) bzw. zeitgerechte Auszahlung der eingenommenen Umsätze
- Anlegen der Produkte (bei Kunden ohne EAN-Codes verwenden wir eigene Barcodes)
- Präsentation, Beratung und Verkauf
- administrative Tätigkeiten wie Mietrechnungen, zeitgerechte Mietverlängerungen, Buchführung etc.

Was ist 's Fachl?

Ein „Fachl-Store“ ist ein Geschäftslokal mit einer Fläche von ca. 100 m² mit ungefähr 300 Mietplätze in Form von charmanten Obstkisten (Fachl'n). Ein solches Fachl kann ab € 12 pro Woche gemietet werden – je länger gemietet wird, desto günstiger wird's. Vom Verkauf der Produkte erhält der/die Fachl-Betreiber:in als Franchisenehmer:in 10 Prozent Provision– der Rest wandert an den/die Mieter:in.

Die Fachlmeister:innen entscheiden als eigenständige Betreiber:innen des Standorts über die Auswahl des qualitativ hochwertigen und vielfältigen Produktsortiments. Über mein.fachl hat jede/r Mieter:in Einblick in Warenwirtschaft, Verkäufe und Guthaben. Für die Buchhaltung muss nur noch die jeweilige Abrechnung der Verkäufe ausgedruckt werden.

www.sfachl.de

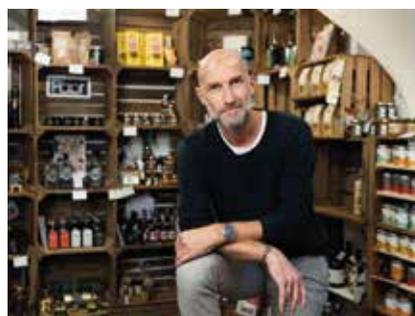
Not macht erfinderisch

Sechs Kreative, die mit dem Rückzug der Menschen in die eigenen vier Wände gezwungen waren, ihre Geschäftsmodelle zu erweitern, oder neue, für die Zeit passende Ideen fanden.

Not macht bekanntlich erfinderisch. Als im März 2020 der große Rückzug in die eigenen vier Wände angesagt war, bedeutete das für die meisten Menschen zunächst Unsicherheit. Weil das kein Zustand ist, in dem man gern länger verharrt, wurden viele kreativ, besonders jene, die von ihrem selbstständig verdienten Geld ihr Leben bestreiten müssen. Shopbetreiber:innen wurden plötzlich IT-affin, ließen Webshops programmieren und fanden Social Media als Vertriebskanal, andere wiederum tüftelten an ihrem persönlichen Plan B für eine neue berufliche Zukunft. Eine Busfahrerin hat in dieser Zeit beschlossen, Tierbestatterin zu werden, eine Mutter von drei Kindern machte das zu ihrem neuen Beruf, was ihr schon immer wichtig war, und verkauft nun handgefertigte Tischwäsche. Auf den folgenden Seiten präsentieren wir einen nur kleinen Ausschnitt des riesigen kreativen Potenzials heimischer Unternehmer:innen, Umdenker:innen und auch Mutmacher:innen, wenn es darum geht, gute Ideen in die Tat umzusetzen.

's Fachl: Roland Huber, Salzburg

Die Pandemie hat dem Mietregalkonzept-Betreiber Roland Huber, der in der Kaigasse sein 's Fachl betreibt, sozusagen in die Hände gespielt. Die Eigenschaft "regional" wurde plötzlich stark nachgefragt. Das war auch in Deutschland der Fall, wo Huber das Franchisekonzept von 's Fachl vorantreibt. Dort sind die Neugründungen förmlich explodiert. Menschen aus komplett anderen Branchen wollten die österreichische Idee, regionale Produkte anzubieten, in ihren Städten weiterverfolgen. Für die Filialbetreiber hat man eigens einen Onlineshop programmiert, um in Lockdownzeiten ihre Ware in die Küchen und Wohnzimmer der Menschen liefern zu können.



SN/CHRIS HOFER Roland Huber

Der Grazer (20.03.2020)

's Fachl und über 500 kleine Unternehmen mit Gutscheinen unterstützen

Die Krise trifft mehrere Wirtschaftstreibende schwer: 's Fachl Graz - DAS regionale Shop im Shop Konzept in Graz – ist ebenfalls von der Geschäftsschließung betroffen.

Durch die Schließung der Standorte Herrngasse und CITYPARK sind über 500 regionale Kleinbetriebe betroffen und haben die Möglichkeit, ihre Produkte zu präsentieren und zu verkaufen, bis auf weiteres verloren. Aber wir blicken nach Vorne und Vorfreude ist bekanntlich ja die schönste Freue! Und JA, wir haben geschlossen, aber JA wir denken jetzt schon mit Vorfreude auf die Zukunft.

Ab sofort kann man sich 's Fachl-Gutscheine kostenlos nach Hause schicken lassen.

Egal, ob Ostergeschenk – eine kleine Freude für sich selbst oder Freunde – oder aber als Unterstützung für die regionalen Produzenten. Mit einem Kauf von Gutscheinen und einem Einkauf in den 's Fachl Shops unterstützt man nicht nur regionalen Handel, sondern auch über 500 kleine Betriebe.

Das erste 's Fachl der Schweiz in St.Gallen eröffnet

Produzent:innen ohne Verkaufsstelle können für ihre Waren sogenannte Fachls mieten. Von Miguel Lo Bartolo

Im 's Fachl werden Waren von regionalen Kleinproduzent:innen ausgestellt. Ziel ist es, jenen, die keine eigene Verkaufsstelle haben, eine Plattform zu bieten. Die sogenannten Fachls können über verschiedene Zeitspannen hinweg gemietet werden. Es handelt sich dabei um einheitliche Holzkisten. Aufeinandergestapelt wirken sie wie rustikale Regale. Die erste Schweizer Filiale des österreichischen Concept-Stores befindet sich seit Ende August an der Schmiedgasse 19. Sie wird von Fachlmeisterin Coco Künzle geleitet. Zwischen handgemachten Accessoires und regionaler Kulinarik lässt sich so mancherlei Kuriosität erspähen. Graviertes Besteck, Plüschartikel und Fairtrade-Kakaobohnen sind im selben Stockwerk ausgestellt. Ordnungsfanatiker werden sich im 's Fachl vermutlich nicht wohlfühlen. Wohl aber jene, die auf der Suche nach einzigartigen Geschenkideen sind.

«Der Ansturm ist gross»

«Wir sind in der ersten Woche regelrecht überrannt worden», sagt Künzle. Die Fachlmeisterin habe zwar vermutet, dass sich das allgemeine Bewusstsein für Nachhaltigkeit inzwischen gesteigert hat. Dennoch sei sie vom Ansturm überwältigt gewesen. Von den insgesamt 300 Fachls, die anfangs zu vermieten waren, konnten bereits gut 180 vor der Eröffnung vermietet werden. «Das hat uns Selbstvertrauen gegeben», sagt Künzle. Besonders gefalle ihr, dass hinter jedem Produkt eine spannende Geschichte steckt. Einzigartige Produkte, die noch nicht etabliert sind, stehen im Vordergrund.

Interview mit Coco Künzle, 's Fachl St. Gallen

Spannend, welche Wendungen das Leben nimmt. Das war unser erster Eindruck als wir die vielseitige Geschichte von Coco Künzle kennengelernt haben. Die bunte Vielfalt spiegelt sich auch in ihrem Geschäft, dem 's Fachl St. Gallen wider.

Was ist das Besondere an deinem Tiny Start-up? Das Besondere ist, dass wir unter einem Dach zwischen 200 und 250 Kreative, Kleinproduzent:innen, Start-ups, etc. vereinen, welche ihre Produkte in einem „Fachl“ mitten in der Altstadt präsentieren können. Und dies ohne großes Risiko. Unser Sortiment ist unglaublich vielfältig. Bei uns findet man (fast) alles. Ich bin immer wieder überrascht, was für Ideen die Menschen haben. Das Konzept der Fächervermietung ist nicht neu, jedoch die ausgeklügelte Software dahinter. Jede/r Mieter:in hat „on time“ immer die Übersicht über Umsatz, Lagermenge und Mietdauer.

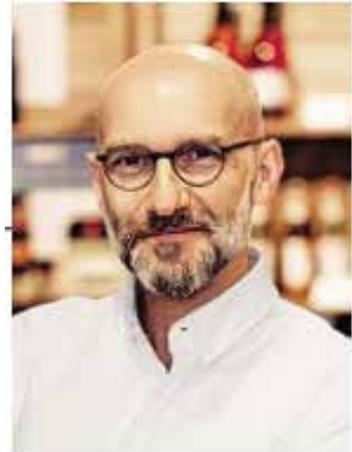
Wie bist du zu deiner Geschäftsidee gekommen? Nach 25 Jahre im Marketing brauchte ich eine neue Herausforderung. Ich habe Diverses ausprobiert, doch die Leidenschaft fehlte. Als ich einen Freund in Salzburg besuchte, zeigte er mir 's Fachl, welches von einem Schwager geführt wird. Das Franchise-Konzept begeisterte mich auf Anhieb.

Welche Auswirkungen hat Corona auf dein Business? Leider sehr große, da wir nun schon zum zweiten Mal schließen mussten und dies in unserem ersten Geschäftsjahr. Viele Mieter:innen sind verunsichert und haben zum Teil auch ihre Produktion eingestellt. Aber wir spüren eine große Solidarität kundenseitig. Die Konsument:innen wünschen sich wieder mehr Regionales und suchen das Besondere.

Was macht dich an deiner Selbstständigkeit glücklich? Es bereitet mir große Freude mit so vielen kreativen Menschen und ihren einzigartigen Produkten zusammen zu arbeiten. Immer wenn ich an der Kassa ein Produkt einscannen, kriegt der/die Produzent:in eine Mail, dass er/sie etwas verkauft hat. Dann weiß ich – jetzt freut sich jemand!

Die zündende Idee in die Tat umgesetzt

Die Lust, ein eigenes Unternehmen zu gründen, hat die Pandemie jedenfalls nicht gebremst. Im Gegenteil: Für 2021 wird ein Rekord an Neugründungen erwartet. Menschen hatten Zeit, sich über ihr Leben und ihre Zukunftspläne Gedanken zu machen.



SN/'S FACHL

Beim Gründerservice der Wirtschaftskammer Salzburg hat man mit vielem gerechnet, aber nicht damit: Im Vorjahr wurden trotz Pandemie, Panik und Lockdowns 270 Betriebe gegründet. Peter Kober vom Gründerservice Wirtschaftskammer erinnert sich: Die Gründerzahlen seien im ersten Halbjahr 2020 anfangs gesunken, auch für den Herbst habe man eher schaumgebremste Nachfragen erwartet. Das sei aber nicht eingetroffen, im Gegenteil. Für heuer werde sogar ein Gründungsrekord erwartet. Die Umfragezahlen bestätigen, dass 68 Prozent der selbstständigen Menschen mehr Zeit haben beziehungsweise in der Lebensgestaltung flexibler sein wollen, darunter sind viele Frauen und Mütter. 66 Prozent der Befragten wollen Verantwortung tragen, für sich und ihr eigenes Tun, Nur 3,5 Prozent gaben an über Anraten des AMS in die Selbstständigkeit gegangen zu sein.

Das Handwerk ist goldener denn je

37 Prozent der Neugründungen entfielen zuletzt auf den Bereich Gewerbe/Handwerk, der in Zeiten der pandemiebedingten Heimverschönerungen mehr denn je goldenen Boden vorfindet. 20 Prozent der Neugründungen erfolgten im Bereich Information und Consulting, 30 Prozent im Handel beziehungsweise Onlinehandel. Die Geldleistungen aus Härtefonds und Umsatzensatz halfen vielen Unternehmer:innen, sich über Wasser zu halten. Beim stationären Handel rechnet Kober mit einer deutlichen Bereinigung. Das Einkaufen wird neu erfunden. Schon vor der Pandemie hat sich der Trend gezeigt, dass die großen Filialisten ihre Eins-a-Innenstadtfilialen schließen oder sich flächenmäßig verkleinern. Filialen dienen oft nur dazu, die Ware haptisch erfahren zu können, bestellt wird dann online. Für die Verpächter:innen dieser Eins-a-Lagen wird das Einschnitte bedeuten, lebte man dort zuletzt nicht schlecht von den Pachteinnahmen. Expert:innen sehen die Innenstädte von morgen dennoch weiterhin als attraktive Lebensräume. Mehr Gastrobetriebe könnten dort Platz finden oder Jungunternehmer:innen, die sich die vermutlich günstigeren Pachten dann werden leisten können.

Einer davon ist Roland Huber, Betreiber von 's Fachl in der Kaigasse und verantwortlich für das Deutschland-Geschäft. In diesem Mietregalkonzept können lokale Produzent:innen oder Dienstleister:innen ihre Waren anbieten, es finden sich dort Winzer:innen, man kann Pesto, Kernöl, Chutneys, Nudeln, Bier oder Kaffee kaufen, ökosozial produziert, aus der Region oder zumindest aus Österreich, betont Huber. 's Fachl verkauft fremde Ware auf fremde Rechnung, Huber stellt ein Warenwirtschaftssystem bereit, in dem die Regalmieter:innen unter anderem in Echtzeit den Bestand in der Filiale einsehen können. Für die Regalmiete sind 14 Euro pro Woche zu zahlen, je länger die Mietdauer, desto günstiger, zehn Prozent des Verkaufserlöses bleiben bei den Filialbetreiber:innen.

's Fachl bekam mit Corona starken Zulauf 2018 hat man auf Franchise umgestellt. Das Mietregalkonzept, das es seit gut fünf Jahren gibt – mittlerweile in 22 Städten ab etwa 100.000 Einwohner:innen im DACH-Raum, zehn in Österreich –, ist auch in der Pandemiezeit gewachsen. Roland Huber berichtet von einer Steuerberaterin und einem Architekten, die ihre Brotberufe an den Nagel gehängt haben und in Augsburg und Karlsruhe jetzt Filialen betreiben. In der Pandemiezeit habe man für die Regalmieter:innen einen Webshop konzipiert, damit weiterverkauft werden konnte. „Das Konzept trifft den Puls der Zeit“, betont Huber. „Wir haben viele Kleinbrauereien im Sortiment, manche davon sind angestellte Controller:innen oder Vertriebsleiter:innen und brauchen halt in ihrer Freizeit Bier oder rösten Kaffee“, sagt Huber. Um sich, wenn der Produktverkauf rentabel laufe, irgendwann auch selbstständig zu machen. Regelmäßig kämen Vertreter:innen eines großen Einzelhandels zum „Scouten“ oder Gastronomen, die auf der Suche nach neuen Lieferant:innen seien, verrät Huber. Für die Zukunft denkt der Unternehmer groß. Er ist überzeugt, dass das Konzept auch auf größeren Flächen funktionieren könnte, wie sie die freiwerdenden Innenstadtlagen bieten.

Es gibt zudem auch Mieter:innen, die ihre Ware nicht in einem Regalfach anbieten können, sondern ein paar Quadratmeter brauchen. „Die Leerstände werden immer mehr, es wäre eine tolle Idee, dem Innenstadtsterben entgegenzuwirken“, sagt Roland Huber, quasi das klassische Kaufhauskonzept zu übernehmen, nur dass dieses von lokalen Produzent:innen und Kleinmanufakturen bespielt wird. Pop-up-Stores, also zeitlich begrenzter Verkauf von Produkten, ist ein weiteres Konzept, das gut in den leer werdenden Innenstädten funktionieren könnte, meint der Unternehmer. Mit Peter Kober vom Gründerservice sei er in engem Kontakt, als „Filiale der Wirtschaftskammer“ könne man ihn sehen, da er schon einige Regalmieter:innen überzeugt habe, doch in die Selbstständigkeit zu gehen. „Teilnehmer:innen der Show, 2 Minuten 2 Millionen“ sind zum Zeitpunkt ihrer Produktpräsentation meist schon im Fachl vertreten“, sagt Roland Huber. Was man bei ihm nicht findet: Autor:innen und politische Parteien. Die hätten bereits angeklopft, aber Absagen erhalten.

Regal Handelsmagazin (01.10.2021)

's Fachl: neue Expansionsschritte in Planung

's Fachl schreibt seine Erfolgsgeschichte kontinuierlich weiter. Die Idee keine Miet-Verkaufsflächen in bester Lage in Form von authentischen Obstkisten bereitzustellen, hat voll eingeschlagen. „Gerade am Beginn der unternehmerischen Tätigkeit ist es kaum möglich ein eigenes Geschäft in bester Lage zu eröffnen. Hohe Investitionskosten und das damit verbundene Risiko ist in der heutigen Zeit nicht zu unterschätzen“, erklärt Geschäftsführer Ing. Mag. Christian Hammer gegenüber REGAL.

Das 's Fachl-Angebot richtet sich dabei ausschließlich an Klein- und Kleinstproduzent:innen, vorwiegend mit regionaler Produktion. „Die Produzent:innen können dabei aus dem Bereich Kreatives, Kulinarik und Design stammen“, so Hammer. Zur Verwaltung wurde eine innovative und weltweit einzigartige Software entwickelt, mit der die komplette Warenwirtschafts-, Verrechnungs- und Vermietungsthematik abgebildet wird. „Dieses Informationstool ist unser USP und steht in direkter Verbindung mit dem eigenen Web-Mieterportal, in dem Mieter:innen in Echtzeit die Verfügbarkeit ihrer Produkte, die Verkäufe, das Guthaben sowie weitere wichtige Informationen einsehen können. Dadurch gewährleisten wir eine umfassende, transparente und effiziente Interaktion mit unseren Mieter:innen.“



ING. MAG. CHRISTIAN HAMMER, Geschäftsführer

Ein 's Fachl-Standort umfasst in etwa 300 Fachl, die als eigene Verkaufsfläche dienen. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit der Anmietung von Kühl-, Bild- und Tischplätzen wie auch Kleiderbügel für Textilien und Taschen. Aktuell werden bereits 5.500 Verkaufsflächen in über 25 Standorten in Deutschland, Österreich und in der Schweiz vermietet. „Weitere vier Standorte sind in Planung und werden in den nächsten sechs Monaten eröffnet“, so Hammer. Bis 2025 soll diese Zahl noch weiter nach oben gepusht werden. Geht es nach Hammer, dann sollen dann bereits 15.000 Verkaufsflächen in über 50 Standorten angeboten werden. „Wir wollen zumindest in drei bis vier weiteren Ländern Fuß fassen.“ Anfragen gibt es von den USA bis Litauen, England bis Südafrika. „Wir prüfen, welche organisatorischen und steuerlichen Voraussetzungen in dem jeweiligen Land notwendig sind.“ „Insgesamt stellen derzeit über 4.500 aktive Kleinproduzent:innen im 's Fachl aus. Jeder Standort hat bis zu 200 potentielle Produzent:innen auf der Warteliste. Neulistungen sind derzeit rar.“ Seit der Gründung 2015 wurden über 17 Millionen Euro Verkaufsumsatz für die Kleinproduzent:innen eingenommen. „2022 streben wir einen Jahres-Verkaufsumsatz von sechs Millionen Euro an.“

So wird aus Obstkisten ein Miniaturkaufhaus

Bei 's Fachl können Manufakturen und Start-ups Produkte auf kleinstem Raum anbieten. Die winzigen Geschäfte sind auf Expansionskurs. Von Hanna-Lotte Mikuteit



Foto: Marcelo Hernandez / Funke Foto Services

Hamburg. Der Lieger „Caesar“ ist gut vertäut im Sandtorhafen. Wer an Bord des Restaurantschiffs geht, muss also nicht seefest sein. Aber Freude an neuen Entdeckungen kann in diesem Fall nicht schaden. In einer Ecke der historischen Hafendarbeiterplattform stapeln sich Holzkisten. Je vier übereinander, insgesamt knapp 30 Stück. Seit Neuestem kann man in der früheren Werkhalle nicht nur gut essen, sondern auch einkaufen.

Wo einst Reparaturen an Lastenschutten ausgeführt wurden, gibt es jetzt Haselnuss-Schnaps und hanseatischen Rum, Honig aus Hamburger Parks, Parfümflakons mit dem Duft der Stadt genauso wie Trüffelpesto aus Italien und Olivenöl aus Griechenland. Jede Kiste ist ein Laden, zusammen sind sie eine Art schwimmendes Miniaturkaufhaus und die jüngste Eröffnung von 's Fachl in der Elbmetropole. „Das Angebot ist eine Ergänzung zum Restaurantbetrieb“, sagt Nils Tönnesen. Die Idee dahinter: Die Gäste können Produkte auf der Speisekarte, die ihnen besonders gut gefallen, direkt für zu Hause kaufen. Und noch einiges mehr. 's Fachl Eck nennen die Mietregal-Experten aus Wien die kleine Ausgabe ihres Geschäftsmodells. Fachl ist österreichisch und steht für „kleines Fach“. Diese können Kunsthandwerker, Kreative, Manufakturen und Start-ups mieten, um ihre Produkte an Kunden zu bringen. „Es ist ein Ort zum Stöbern, an dem Dinge angeboten werden, die es sonst im Handel nicht gibt“, sagt Nils Tönnesen.

Einzelhandel in Hamburg: Obstkisten werden zur Geschäftsidee

Er ist als sogenannter Fachl-Meister der Hamburger Statthalter. Vor drei Jahren hatte er in Ottensen das erste 's Fachl in Deutschland eröffnet. Inzwischen betreibt er an drei Standorten Geschäfte aus der Kiste. Nach dem Hauptsitz hat der 55-Jährige trotz Corona-Pandemie in den vergangenen Monaten als Untermieter ein 's Fachl Eck auf der Schanze im Kreativkaufhaus All my friends und jetzt auf dem Lieger „Caesar“ in der HafenCity eröffnet. Das Konzept kommt an. „Wir bieten einen Vertriebskanal, aber sind auch ein Sprungbrett und eine Plattform für neue Entwicklungsmöglichkeiten“, sagt Tönnesen. „Die Warteliste der Anbieter:innen ist so lang, dass ich noch ein Geschäft eröffnen könnte.“ Und das nur über Mund-zu-Mund-Propaganda. In dem hanseatischen Ur-Fachl direkt am Spritzenplatz ist Platz für 280 der Mini-Läden. Jeder ist genauso groß wie eine Apfelkiste: 50 Zentimeter breit, 40 hoch und 30 tief. Die meisten Mieter:innen kommen aus der Region, aber es gibt auch ausgewählte Anbieter:innen aus anderen Gegenden und Ländern. Inzwischen haben auch größere Firmen die Kisten-Läden entdeckt, mieten sich mit neuen Produkten ein oder schicken ihre Scouts vorbei.

Schon seit Herbst 2020 gibt es 's Fachl in Buxtehude

„Ein breites Angebot ist wichtig“, sagt der studierte Maschinenbau-Ingenieur, der vor seiner Selbstständigkeit für ein großes Unternehmen in Stuttgart gearbeitet hat. In seinem Laden gibt es fast alles: von der handgeschöpften Seife über Hundekexse mit Leberwurstmandel-Geschmack bis zu edlen Weinen. Tönnesen verdient über die Vermietung. Pro Woche werden zwischen 11 und 13 Euro fällig, zeitlich gestaffelt nach Mietdauer. Drei Monate ist die Mindestlaufzeit. Einmalig gibt es auch eine Probierphase von fünf Wochen für 70 Euro. Wenn etwas verkauft wird, gehen zehn Prozent Provision ans 's Fachl.

In Österreich hat sich die Geschäftsidee seit dem Start 2015 etabliert. Zehn 's Fachl gibt es inzwischen in der Alpenrepublik, alle in größeren Städten und stark frequentierten Lagen. Auch in Deutschland ist das Franchise-Konzept auf Wachstumskurs. Acht Kisten-Geschäfte haben seit Januar neu eröffnet, darunter in Celle und Kiel. Bereits seit Herbst 2020 gibt es einen Standort in Buxtehude. Fachl-Meister Frank Mehl stammt ursprünglich aus Ottensen und hatte das Geschäftsmodell dort kennengelernt. Dazu kommen zwei 's Fachl in der Schweiz und insgesamt acht 's Fachl Ecken.

Vom Ohrstecker bis zum T-Shirt: Alles bekommt einen Barcode

„Durch die Pandemie hat sich die Expansion verschoben und konzentriert sich auf dieses Jahr“, sagt 's-Fachl-Geschäftsführer Roland Huber, der das Handelskonzept mit Christian Hammer und Markus Bauer gegründet hat und in Salzburg selbst ein 's Fachl betreibt. Besonders stolz sind die Macher darauf, dass sie für ihre Mieter:innen mit 1,5 Millionen verkauften Artikeln bislang schon 16 Millionen Euro in den Mini-Läden umgesetzt haben. Entscheidend dafür, dass das auch steuerlich in verschiedenen Ländern reibungslos funktioniert, ist ein komplexes Warenwirtschaftssystem, über das die Bestandsverwaltung und die Abrechnung gemanagt werden. Jedes Produkt, vom Ohrstecker bis zum T-Shirt, bekommt einen Barcode, der beim Verkauf gescannt wird und Transparenz gewährleisten soll. „Die Mieter:innen können online verfolgen, was in den Filialen über die Ladentheke gegangen ist und wie hoch die Einnahmen sind“, sagt Tönnesen. Der Start in Hamburg lief gut. 2020 hat er Waren im Wert von knapp einer halben Million Euro verkauft. Dann kam Corona und der monatelange Lockdown, der auch den Geschäften aus der Kiste zusetzte. Inzwischen sind die Kund:innen zurück. Der Unternehmer hofft jetzt auf gute Umsätze in der Weihnachtszeit.

's Fachl: Es passt nicht alles in eine Obstkiste

2022 will 's Fachl weiterwachsen. Schon Ende des Jahres startet ein Onlineangebot. Bis Ende des Jahres sollen dann weitere Läden dazukommen. Aktuell ist Berlin in Planung, in Paderborn, Münster, München und Ahrensburg laufen zudem Gespräche. Auch Tönnesen will expandieren. Im Fokus steht dabei ein neues Angebot, das gerade aufgebaut wird: die 's Fachl Fläche. „Wir wollen jungen Unternehmen die Möglichkeit bieten, auch größere Verkaufsflächen zwischen zehn und 15 Quadratmetern zu mieten“, sagt Geschäftsführer Huber. Es passt eben nicht alles in eine Obstkiste. Immer wieder habe es Anfragen gegeben, etwa von Hersteller:innen von Holzspielzeug, Bekleidung oder Lampen und Möbeln. „Gerade in einer Zeit, in der wegen der Pandemie in vielen Städten Geschäftsräume selbst in bester Lage leer stehen, kann unser Konzept zur Attraktivität und Wiederbelebung beitragen“, so Huber. Auf dem Lieger „Caesar“ in der HafenCity kann man einkaufen, wenn das Restaurant mit der ambitionierten nordischen Küche geöffnet ist. Jetzt im Herbst und Winter immer von Donnerstag bis Sonntag. Gastronom Steve Förster, der mit seinem Unternehmen Gorilla Hier & Da bislang vor allem Catering angeboten hat, ist angetan von Konzept. „Lebensmittel und Tüdelkram mit Niveau verkaufen sich gut“, sagt er. Er profitiert von zusätzlichen Mieteinnahmen. Inzwischen hat der Restaurantchef selbst auch ein Fachl gemietet. Dort will er Chili-Pasten, eingelegtes Gemüse und Pesto nach Art des Hauses anbieten.

Ein Text, der alles änderte

Roland Huber hat vor sechs Jahren in der »Presse am Sonntag« über 's Fachl gelesen. Das änderte sein Leben. Von Eva Winroither



///Clemens Fabry

Es ist Sonntagabend, als Roland Huber schließlich doch noch zur Zeitung greift. Die „Presse am Sonntag“ liegt noch ungelesen auf dem Wohnzimmertisch. Bis heute fragen sich seine Frau und er, was gewesen wäre, wenn er an jenem Jännertag vor fast genau sechs Jahren nicht mehr zur Zeitung gegriffen hätte. Huber bleibt bei einem Artikel auf den damals existierenden Werkstatt-Seiten hängen. Es ist ein Porträt über Christian Hammer und Markus Bauer und ihr Geschäft namens 's Fachl. Die Idee ist einfach wie attraktiv. Die beiden hatten alte Obstkisten genommen, um sie als Verkaufsfläche für Kleinproduzent:innen und Kreativbetriebe anzubieten.

Kleine Geschäfte in einem realen Geschäft. Die Idee kann man mit einem der Kreativ- und Designmärkte vergleichen, die es in Wien immer wieder, aber eben nicht täglich, gibt. Roland Huber ist wie elektrisiert und zeigt den Artikel sofort seiner Frau. Die Idee fasziniert ihn. Er reißt den Artikel aus der Zeitung und steckt ihn in die Tasche. Tagelang trägt er ihn mit sich, bis er schließlich Christian Hammer anruft. Zwei Wochen später trifft er ihn in Wien. „Ich möchte dieses Konzept nach Salzburg bringen“, sagt er. Roland Huber ist zu diesem Zeitpunkt niemand, der in die Kreativszene passt. Er arbeitet für einen Großkonzern in Deutschland, baut dort neue Geschäftsfelder, den Vertrieb auf. Er bekommt viel Geld, aber sein Arbeitsziel lautet „maximale Gewinnerorientierung“. Das will er nicht mehr. Er spürt, es ist Zeit für Neues. Ein Risiko. Er bespricht mit seiner Frau ungefähr „123-mal die Idee“, sie gehen die Vorteile, die Nachteile durch. Aber eigentlich stehen die Chancen gut. Auch wenn der Umstieg deutlich weniger Geld bedeutet und ein Risiko. „Salzburg funktioniert anders als Wien. Die Stadt ist viel konservativer.“ Aber genau das reizt ihn. Ganz glauben will ihm sein Umfeld zuerst nicht. Aber Huber hat schon ein potenzielles Geschäftslokal für 's Fachl im Auge. Als er das seinem Freund erzählt, reagiert dieser ungläubig: „Du meinst das wirklich ernst.“ Ja. Meinte er. Und er hat seine Entscheidung nie bereut.

Huber hat 's Fachl nach Salzburg gebracht. Und das Konzept habe auch hier ab dem ersten Tag funktioniert. Das Geschäft in der Kaigasse ist heute ein fixer Anlaufpunkt für all jene, die wissen wollen, was es für Produkte von kleinen Manufakturen gibt. Für manche Produzent:innen bedeutet die Miete im „Fachl“ auch den Sprung in den Handel. Und vermutlich nicht nur dort. Denn die 's-Fachl-Geschäftsidee ist mittlerweile groß geworden. Seine Leidenschaft, neue Geschäftsfelder und den Vertrieb aufzubauen, hat Huber nämlich weiter ausgelebt. Mittlerweile gibt es 's Fachl in 20 Städten mit 23 Standorten in Österreich, Deutschland und der Schweiz. Und das sind nur die bereits eröffneten. Es gibt Gespräche über einen 's-Fachl-Standort in München, in Paderborn und in Zürich. Sogar Anfragen für Frankreich gibt es. Aktuell verwalten die 's-Fachl-Meister:innen die Produkte von 5000 Kleinproduzent:innen in 6000 Obstkisten. Die Expansion funktioniert nach einem Franchise-Prinzip. Huber hat es aufgebaut und ist dafür zuständig. Geplant war das nicht. Anfangs hat er sich sehr gegen den Franchise-Begriff gewehrt, denn „damit wurden viele Leute früher über den Tisch gezogen“. Aber heutzutage sei „Franchise wirklich ein Fair Play“. Die Franchise-Nehmer werden von Huber genau ausgesucht. „Man muss jemanden finden, der Berufserfahrung hat und das Konzept lebt.“ Klassisch aus dem Einzelhandel kommt niemand. In Augsburg ist die Betreiberin eine ehemalige Steuerberaterin, in Graz ein Innovationsmanager, in Hamburg ein Maschinenbauer und in Recklinghausen ist es eine Sozialvereinigung, die Menschen resozialisiert. Huber ist stolz auf die Gruppe.

Das Entscheidende für jeden Betreiber ist es, den richtigen Mix zu finden. Zu viel von einer Produktart ist schlecht. Auch die Qualität der Produkte muss stimmen: Ramsch sollen sie nicht sein. Einige der Produkte sind mittlerweile in jedem Geschäft zu finden, manche Produkte gibt es nur an zwei, drei Standorten, viele nur an einzelnen. Durch die Möglichkeit, sehr kurz zu mieten, wechselt das Sortiment regelmäßig. So auch in der Wiener Alser Straße, wo die ehemalige Kindergartenpädagogin Sarah Lehner das Geschäft führt. Es ist voll mit schön gestalteten Produkten: festes Shampoo, Gins, Kartoffelsackerln etc. Roland Huber steht stolz da und grinst. Den Zeitungsartikel von damals hat er wieder in der Tasche. Als er geht, kontrolliert er extra, ob er ihn auch wirklich dabei hat. „Den darf ich nicht verlieren“, sagt er. Immerhin hat er sein Leben verändert.

Das spannendste „Fach“-Geschäft von Konstanz

Kleine schicke Kisten als Mini-Laden für kreative Menschen, die ihr liebevoll Handgefertigtes – vom Kunsthandwerk, Schmuck, Accessoires, Kleidung für Groß und Klein und jede Menge Leckeres – gemeinsam mit 200 anderen Kreativen unter einem Laden-Dach verkaufen: Das ist das Konzept vom 's Fachl. Das österreichische Mietregalkonzept ist auch in Konstanz ein Erfolg. Marie-Anne Hostettler Cobigo ist hier seit einem Jahr die Fachlmeisterin. Sie startete das Geschäft letzten Juni – inmitten der Coronazeit. Doch ihre Begeisterung und ihr Durchhaltewillen haben sich ausgezahlt: 's Fachl ist mittlerweile eine Institution fürs Konstanzer Kreativ-Gewerbe.



Bereits heute überraschen 200 größtenteils regionale Fachl-Mieter:innen aus den Bereichen Kulinarik, Schmuck oder Accessoires die Besucher:innen mit einer interessanten, bunten und spannenden Vielfalt. Hier gibt es nicht nur „Geschenkideen“, hier gibt es überhaupt unfassbar viele kreative Ideen. Deutlich mehr als die Hälfte der übers ganze Jahr zusammengenommen 280 Fächer werden von Produzent:innen aus Konstanz und der Bodenseeregion in ihre „kleinen Läden“ verwandelt. Denn jedes Fachl, jede Kiste, ist ein eigenes „Fachl-Geschäft“, das vom jeweiligen Mieter schick und akkurat gehalten wird. Mittlerweile gibt es sogar eine Warteliste in den Bereichen Schmuck und Postkarten.

Ergänzt wird die Auswahl an Artikeln durch Hersteller:innen aus Baden-Württemberg, Deutschland, der Schweiz und Österreich, die teils in anderen Städten ebenfalls erfolgreich „ihr Fachl“ betreiben. Allen gemein ist, dass es sich immer um Klein- und Kleinstunternehmen handelt, die hier teils ihren ersten Test-Absatzkanal finden und die charmante Chance nutzen, für kleines Geld ihren „Onlineshop“ zum Anfassen zu gestalten. So können sie sich sogar einen „Laden“ inmitten der wunderschönen Altstadt leisten.

Die jüngste Mieterin, Siri, ist dabei gerade mal 12 Jahre alt. Sie produziert Schmuck und Accessoires aus Fimo und hat die Fachl-Miete von Ihrer Mutter zu Weihnachten geschenkt bekommen. Viele Mieter:innen beglücken mit ihren liebevollen Produkten auch Handwerkermärkte in der Region. Das Fachl ist eine willkommene Zusatzoption, die bei jedem Wetter geöffnet hat. Eric Thiel, Leiter von Marketing und Tourismus Konstanz ist begeistert: „Im Grunde bräuchte jede Stadt ein Fachl. Das Konzept unterstreicht die Vielfalt heimischen Schaffens und der Kreativität der Menschen, die hier arbeiten, für jene, die hier wohnen oder uns besuchen. Es ist auch ein gutes Marketinginstrument für das lokale Kreativ-Gewerbe.“

Antje Schubert über die Gründung vom 's Fachl Mainz

In unserer mehrteiligen Serie „Zukunftspotenziale von Unternehmen in unserer Region“ zeigen die Interviewpartner:innen wie sie trotz aller Herausforderungen, mit Tatkraft zukunftsfähig durchstarten. In dieser Folge sprachen wir mit Antje Schubert, Inhaberin vom 's Fachl in Mainz, über ihre Erfahrungen bei der Gründung in der Pandemie.



Antje Schubert hatte schon lange den Traum, sich im Bereich Einzelhandel selbstständig zu machen. Sie wollte regionale und authentische Produkte vertreiben und hat dafür einen guten Partner gesucht. Das österreichische Franchiseunternehmen 's Fachl überzeugte sie mit einem nachhaltigen Konzept und ausgereiften Warenwirtschaftssystem. Sie eröffnete ihr Geschäft in Mainz im August 2021. Aktuell beschäftigt sie drei Mitarbeiter:innen in verschiedenen Anstellungsformen.

Wie funktioniert das Konzept von 's Fachl?

Das Unternehmen stellt auf der einen Seite kleinen Manufakturen aus der Region eine stationäre Vertriebsmöglichkeit zur Verfügung. Häufig sind das Start-Ups, Nebenerwerbler:innen und Hobby-Künstler:innen, die noch in den Anfängen stecken und meist bei großen Handelsketten und etablierten Einzelhändlern keinen Fuß in die Tür bekommen. Diese schließen mit uns einen Mietvertrag und präsentieren ihre Waren in ihrem eigenen „Fachl“. Das sind schöne Holzboxen, die den Kern unseres Ladenbaukonzept darstellen. Wir bringen auf unserer Fläche also viele Produkte von unterschiedlichen Unternehmen und Einzelpersonen zusammen und sind für die Hersteller Fach für Fach eine Verkaufsplattform. „Retail as a service“ ist das Stichwort. Auf der anderen Seite ist da der/die Endkund:in, der/die hier zum Einkaufen in den Laden kommt. Der findet bei uns mitten in der Innenstadt einen permanenten Kunsthandwerkermarkt, einen permanenten Hofladen, Wochenmarkt, Vinothek, Design-Markt. Je nachdem wie unsere Sortimente gerade aufgebaut sind und die Fläche aktuell von unseren Mieter:innen bespielt wird, ändert sich für die Kund:innen das Angebot aber auch immer wieder ein wenig, so dass es jederzeit spannend und attraktiv bleibt, dem Laden einen Besuch abzustatten. Dabei ist unser Anspruch immer „mit den Händen gemacht oder dem eigenen Kopf erdacht“. Auch das Thema Nachhaltigkeit wird bei unseren Produzenten sehr groß geschrieben.

Sie haben mitten in der Pandemie gestartet. Inwiefern haben Sie erlebt, dass Ihre Anbieter durch Corona beeinflusst wurden?

Für die ganzen Künstler:innen und Produzent:innen waren die letzten zwei Jahre ein absoluter Albtraum und für einige sind sogar massive existenzielle Probleme entstanden. Viele investieren neben viel Energie und Zeit ihr gesamtes freies Budget in die Rohstoffe und Materialien und möchten dann auf Sommer- oder Adventsmärkten ihre Waren verkaufen. Der ganz überwiegende Teil dieser Märkte und Events hat nicht stattgefunden. Die Verlagerung auf den Online-Handel wie beispielsweise die Plattform Etsy ist nicht für alle Produkte möglich und auch die Reichweite und Auffindbarkeit unter den sich dort tummelnden tausenden Verkäufer:innen ist ein großes Problem. Einige lehnen diesen Distanzhandel mit ihren Erzeugnissen ohnehin auch aktiv ab. Auf der anderen Seite bekommen wir von einigen Produzent:innen aber auch gesagt, dass die Pandemie sie erst geweckt habe. Dass sie dadurch viel mehr Zuhause gewesen sind, einen Ausgleich brauchten zum Home-Office und sie dadurch ihre kreative Ader entdeckt haben. Teilweise hören wir da wirklich spannende Geschichten.

Wann haben Sie sich entschlossen, den Schritt in die Selbstständigkeit zu gehen?

Die konkrete Entscheidung habe ich ganz kurz nach Beginn der Pandemie getroffen, allerdings hatte ich den Wunsch schon sehr lange. Ich war vorher für einen europäischen Arbeitgeber tätig, weshalb Home-Office für

mich sowieso schon immer die Regel war. Als ich mich aber mit der ganzen Familie, also drei Kindern und Partner, tagtäglich zuhause im Ausbalancieren von 2 Vollzeitjobs und Home-Schooling befand, war das auch für mich eine sehr ungewohnte Situation. Das hat dann für mich den entscheidenden Initial-Kick gegeben, mich nochmal umzuschauen, was ich eigentlich will und wo die Reise hingehen soll. So war vielleicht auch gerade in der Krise genau der richtige Moment für meinen persönlichen Richtungswechsel entstanden. Ich habe mich dann ganz aktiv auf die Suche nach einem nachhaltigen Franchiseunternehmen begeben. Franchise hat oft ein schlechtes Image. Wenn jemand sich schon mal die grundsätzlichen Probleme und Herausforderungen einer bestimmten Unternehmung überlegt und dafür schon eine Lösung implementiert hat, dann finde ich das gar nicht abschreckend. Im Gegenteil, ich finde Franchise ist einfach eine sichere Basis, auf der stehend man dann seine eigenen Fähigkeiten optimal einsetzen kann. Der Kontakt war schnell hergestellt und die Rückmeldung aus Österreich war direkt sehr positiv. Es hat dann zwar noch vier Monate gedauert, bis ich die Gelegenheit hatte, mir das erste Geschäft live anzuschauen, eben wegen der Pandemiebedingungen und Quarantäneregeln. Als ich dann aber vor Ort im 's Fachl stand war mir direkt klar, dass ich genau solch einen Laden und mit genau diesem Konzept auch für meine Heimatstadt Mainz haben will.

Inwiefern waren Sie von der Pandemie betroffen?

Wir selbst haben bislang noch keinen richtigen Lockdown erlebt, hatten aber natürlich trotzdem Einschränkungen was zum Beispiel das Thema Verkostungen angeht. Dabei wäre dies eigentlich sehr wichtig für die Anbieter:innen, die aus dem Bereich der Kulinarik kommen. Da könnte man normalerweise schöne Events anbieten. Oder eben auch Kreativworkshops mit unseren Künstler:innen und Handwerker:innen. Das war alles leider jetzt nicht möglich und das schränkt uns schon deutlich ein. Dann hatten wir natürlich noch die 2G-Regel hier im Einzelhandel – dass mitten im Vorweihnachtsgeschäft umzusetzen war wirklich eine extreme Herausforderung, vor allem personell. Generell sind wir aber extrem zufrieden mit dem Standort in der Mainzer Innenstadt in einer guten Lage, nahe zum Schillerplatz, dem Dom und den Fußgängerzonen.

Was ist ihr Ziel für die Zukunft?

Mein Ziel ist es auf jeden Fall zu expandieren. Beispielsweise könnten wir unser Konzept mit „'s Fachl Eck“ als Mini-Version an Partner hier in der Region geben. Was wir auch planen, ist unseren Anbietern eine größere Reichweite über die Webseite zu ermöglichen. Im Frühsommer werden wir dafür auch einen eigenen Webshop für die einzelnen Franchise-Standorte anbieten. Die Kunden können sich darüber dann die Produkte reservieren oder kaufen und anschließend als Click & Collect abholen oder liefern lassen. Ich kann mir auch noch ganz viele andere Nischen, Dienstleistungen und Produktbereiche vorstellen, in denen die Bündelung individueller Angebote möglich wäre. Wenn andere solche Ansätze und Ideen ebenfalls umsetzen, sehe ich das auch absolut nicht als Konkurrenz oder Gefahr an, sondern als gemeinsamen Spirit für die Innenstadt. Denn ich möchte hier wieder eine gemeinsame Kultur haben, die Einkaufen und Erleben in der City verbindet.

Gab es Unterstützung, die Sie während der Gründung erhalten haben?

Ich habe tatsächlich ein Coaching-Angebot von Eule e.V. angenommen. Ansonsten habe ich mich auch einfach viel in meinem Netzwerk umgehört und mit Menschen gesprochen, die irgendetwas produzieren, Märkte besuchen oder die sich schon mehr mit Werbung auf Social Media auseinandergesetzt hatten. Natürlich war auch mein privates Umfeld komplett involviert und das ist auch im Coaching und bei der Beratung von Gründern etwas, das man nicht außer Acht lassen sollte. Ich denke es wäre gut, wenn man sich da auch immer mit anschaut, wo die Leute herkommen, welches private Umfeld sie haben und aus welcher Lebenssituation heraus da gerade gegründet wird. Das wäre etwas, das ich mir auch für andere Gründer noch wünschen würde, dass man die Persönlichkeit ganzheitlich betrachtet und das Training nicht nur auf das Unternehmerische, Finanzielle und die Skills reduziert.

2Min2Mio - TV Auftritt (17.02.2021) - Österreich



's Fachl bei "2 Minuten 2 Millionen",
der StartUp-Investment Show auf Puls 4.



Höhle der Löwen - TV Auftritt (07.12.2021) - Schweiz



's Fachl bei "Höhle der Löwen",
der StartUp-Investment Show auf oneplus.



's Fachl - Das Franchise-Konzept
in 60 SEK



's Fachl - Salzburg heute
Kreative Köpfe - TV Bericht



's Fachl - 60 Seconds Places



's Fachl: Grazer Betriebe stellen sich vor





Ein eigener Shop um zehn Euro

Im 's Fachl in Wien. Bild: Michaela Wagner. In: 's Fachl, ein Mini-Store, der die Welt der Kleinproduzenten und Kleinhersteller verbindet. Ein Laden, der nur zehn Euro kostet. (s. www.s-fachl.at)

Der Erfolg in der Holzkiste: 's Fachl – der Kreativ – Design – Kulinarikshop

Ins „s Fachl“ statt ins Internet

Das „s Fachl“ am Großen Plan bietet ein Mietregalkonzept für Kleinproduzenten. Was hinter der Idee steckt und warum sich ein Besuch in dem neuen Laden lohnt.

Concept-Store Jedes Fach eine Überraschung

Das 's Fachl bietet schöne Dinge für den Genuss

HAMBURG

Die kleinsten Läden der Welt stehen in Ottensen

Hanna-Lotte Mikuteil



Foto: Andreas Lätzle / HA

„s Fachl“ in Mainz: Viele kleine Geschäfte in einem

Das neue Geschäft in der Inselstraße vermietet 280 Fächer an Gewerbetreibende. Geboten werden soll ein Sortiment, das man im normalen Handel nicht findet.

FMI/TODAY / ST.GALLEN / Ein Lädli mit 300 Produkten

Ein Lädli mit 300 Produkten

DETAILHANDEL

Kisten-Kaufhaus 'sFachl nimmt Kurs auf die Schweiz

Murpark | 's Fachl sperrt drittes Geschäft in Graz auf

300 kleine Läden in einem Geschäft

's Fachl - Ein revolutionäres Franchise-Konzept: Der Mini-Store in der Apfelkiste. Regional, charmant, nachhaltig.

MINI-KAUFHAUS

Im „s Fachl“ finden sich neben handgeschöpfter Schokolade auch mal selbst genähte Babystromper. Was seltsam klingt, ist in Wahrheit ein kreatives Ladenkonzept von Christian Hammer (Foto) und Markus Bauer: Kleinunternehmer können sich eine Holzkiste mieten und sich so den Traum vom eigenen Laden erfüllen.
www.fachl.at



NEUERÖFFNUNG

„Fachl-Laden“ bietet Verkaufsflächen in Schuhkartongröße

Viele Fächer mit regionalen Produkten

Start-up-Ideen und lokale, handgefertigte Produkte am Alten Markt in Kiel. Mit „sFachl“ ist ein Geschäft in die Kieler Altstadt gezogen, das eine Plattform für Unternehmen und Kleinerzeugern bietet, die keine eigenen Verkaufsflächen haben. Dabei ist der Name Programm.

Start-ups

Anzeige

Geheimtipp: Kleidung, Accessoires & Kulinarik bei „s Fachl Augsburg“

STADTGESPRÄCH

Shop der Woche



's Fachl
Endlich kommt **Schwung** ins Wiener Mietregal-Business! Nach Marktwirtschaft & Co hat endlich ein schmecker, top gelegener und vor allem leistbarer (!) Geschenke-Umschlagplatz für Selbstgemachtes, Kreatives und Kulinarisches eröffnet. Auf 100 hellen, wohlorganisierten Quadratmetern tummeln sich bereits 6.000 Produkte von Klein- und Kleinstherstellerinnen in 350 Holzboxen. Außer **Sex** und **Waffen** gibt's alles, was Freude macht: Schmuck von IC-crafts, Italo-Capes von PMS, Deko, Kosmetik, Pralinen und Wein. **Preise** zwischen 1 und 80 €. Und wer selbst was zu verkaufen hat: 5 Wochen kosten 50 €. Dankeschön!

's Fachl, Fleischmarkt 16 (im Hof), 1010 Wien. Mo-Fr 10:00 bis 19:00, Sa bis 18:00 Uhr. [Web](http://www.s-fachl.at)



s Fachl GmbH

Presse

Österreich

Kutschergasse 7 || 1180 Wien

info@fachl.at
www.fachl.at/presse

Deutschland

Feringastrasse 6 || 85774 Unterföhring

info@sFachl.de
www.sFachl.de/presse

Schweiz

Schmiedgasse 19 || 9000 St. Gallen

info@fachl.ch
www.fachl.ch/presse

eMail:
web:

