

PILOTPROJEKT

# Finanzierung gesichert: Das Projekt Pop-Up-Stores nimmt Gestalt an

**ENNS.** Schon im November vergangenen Jahres präsentierte Max Homolka, Geschäftsführer der TSE, das Konzept der Pop-Up-Stores. Nun sind die Vorbereitungen abgeschlossen und die Finanzierung auf Schiene gebracht. **Tips** bat Homolka zum Gespräch.

von RAFAEL HASLAUER

**Tips:** Worum genau handelt es sich bei den Pop-Up-Stores?

**Homolka:** Pop-Up-Stores sind kurzfristige und provisorische Einzelhandelsgeschäfte, die vorübergehend in leerstehenden Geschäftsräumen betrieben werden. In Österreich ist gerade ein großer Anstieg dieser Pop-Up-Stores zu verzeichnen, sie liegen voll im Trend.

**Tips:** Wie kamen Sie auf die Idee, dieses Projekt in Enns zu starten?

**Homolka:** Der Stadtgemeinde Enns unter Bürgermeister Stefan Karlinger, dem Ennser Wirtschaftsverein und dem Tourismusverband Enns liegt die Innenstadt sehr am Herzen. Momentan haben beinahe alle Innenstädte das gleiche Problem: einen viel zu hohen Leerstandsanteil. Wir haben uns

viele Innenstadtbelebungs-konzepte angesehen und keines gefunden, das unserer Meinung nach funktioniert und auch leistbar ist. Da ich selbst Gesellschafter einer Linzer Kunstgalerie bin, die als Pop-Up-Store begonnen hat, weiß ich um die Vorteile dieser Betreiberart. Der EWV und die TSE hatten dann die Idee, diesbezüglich ein Konzept zu erarbeiten und Pop-Up-Stores im größeren Stil in Enns umzusetzen.

**Tips:** Wo sehen Sie die Vorteile?

**Homolka:** Man muss dafür die Sichtweise aller Beteiligten einnehmen. Die Mieter haben den Vorteil, ohne größeres Investment und Risiko ihre Geschäftsidee ausprobieren zu können. Wenn sie merken, dass es funktioniert, können Sie den Regelbetrieb aufnehmen. Die Vermieter haben den Vorteil, Mieteinnahmen zu generieren, statt für einen Leerstand monatlich zu bezahlen. Weiters lernen sie potenzielle langfristige Mieter kennen und durch das Marketing wird der Fokus auf ihren Leerstand gelenkt. Die Wahrscheinlichkeit, einen langfristigen Mieter zu finden, steigt enorm. Bestehende Geschäftslokale haben den Vorteil einer höheren Frequenz in der Innenstadt, das bringt



TSE-Geschäftsführer Max Homolka

neue Kunden. Neues Potenzial für Stammkundschaft kommt in die Stadt.

**Tips:** Wie kann man sich die Umsetzung vorstellen?

**Homolka:** Wir haben schon einige Interessenten auf Mieter- sowie Vermieterseite. Der Vermieter teilt der TSE mit, zu welchen Konditionen er vermieten will, die TSE setzt sein Angebot auf eine eigens erstellte Homepage und die Mieter können ihr Wunschlokal zum Wunschtermin buchen. Die Abwicklung wird zum größten Teil über die TSE laufen. Für Vermieter und Mieter soll es so einfach wie möglich sein. Eine Geschäftsgründungsausstattung, sowie Marke-

tingmöglichkeiten sind inklusive. Durch die gute Vernetzung der TSE wird der neue Pop-Up-Store innerhalb kürzester Zeit in der Region bekannt.

**Tips:** Wo liegt der Mehrwert für Enns?

**Homolka:** Eine belebte Innenstadt mit funktionierender Wirtschaft hat für alle einen Mehrwert. Für die Bewohner, für die Touristen und die Geschäftsleute.

**Tips:** Wie tief muss in die Tasche gegriffen werden?

**Homolka:** Die TSE konnte mit Hilfe der Leader Region Linz-Land Fördergelder für dieses Projekt akquirieren. Insgesamt werden 40 Prozent der Gesamtkosten vom Land Oberösterreich und von der EU gefördert. Der Rest wird durch die Stadtgemeinde, die TSE, den Tourismusverband und dem EWV finanziert. Die Betreiber der Pop-Up-Stores haben unter anderem den Vorteil, dass sie bei Miete, Einrichtung und Marketing sehr viel Geld einsparen. Das sind genau die Kostenpositionen, die bei einer Geschäftsgründung am teuersten kommen und einen Start in die Selbstständigkeit schwierig machen. ■

FENSTER UND TÜREN VOM ERZEUGER.

Fenster mit **WINTERRABATT** bestellen siehe Beilage

Firmensitz (Produktion) - 4493 Wolforn - Hagleitenstraße 1 - 07253/8256

www.maderboeck.at

DIE NEUE MEDIA ANALYSE BESTÄTIGT: **Tips ist weiterhin die klare Nr. 1 in OÖ\***

Tips sagt Danke!

Die aktuelle Mediaanalyse bestätigt: Tips ist die klare Nr. 1 in OÖ\* mit einer Reichweite von 65,6 %\*. Somit kann sich Tips in OÖ und dem niederösterreichischen Erscheinungsgebiet über mehr als 1,1 Mio. LeserInnen (803.000 in OÖ und 312.000 in NÖ) freuen\*. Wir legen die Füße nicht hoch, sondern werden weiterhin die beste Zeitung für Sie machen.

**DANKE** für Ihre Lesertreue!

\* Quelle: ARGE Media Analysen MA 15/16; Feldarbeit/Durchführung GfK Austria, IFFS, 01.07.2015-31.06.2016. Ungewichtete Fälle: 2.340 in OÖ, 2.432 in NÖ, max. Schwankungsbreite +/- 1,9 %.