

## ANGETIPPT

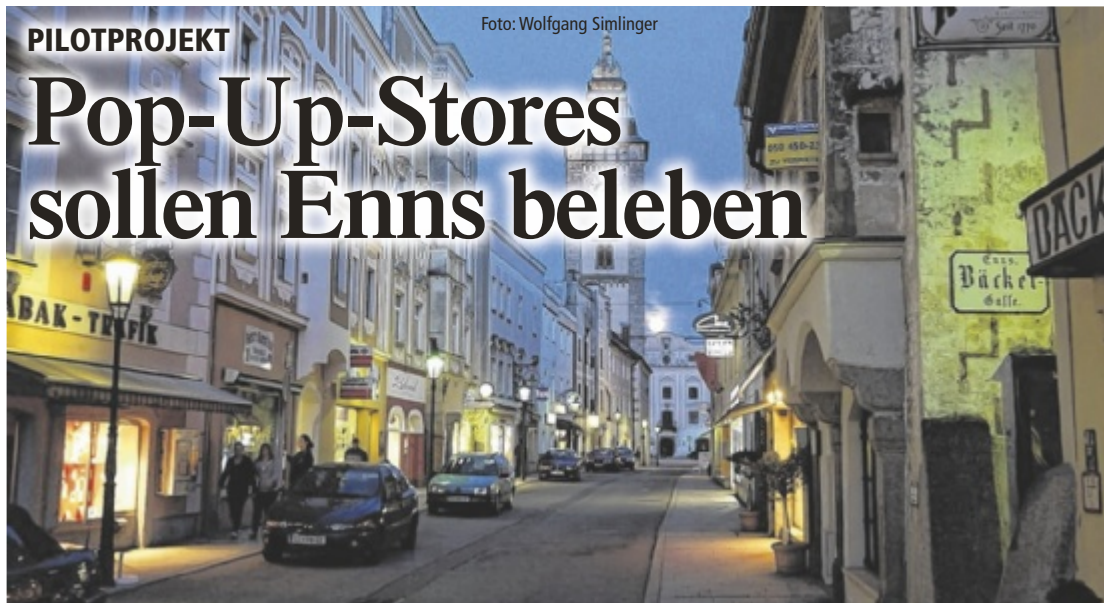
Rafael Haslauer  
r.haslauer@tips.at



## PILOTPROJEKT

Foto: Wolfgang Simlinger

# Pop-Up-Stores sollen Enns beleben



## Der Reiz der Innenstadt

Das Problem der Innenstadtbelebung trifft bei weitem nicht nur Enns, denn auch vielen anderen Städten machen es vor allem die vielen Einkaufszentren, die wie Pilze aus dem Boden schießen, nicht gerade leicht, die Kaufkraft im Ortskern zu halten. Viel Geld wurde hier und dort bereits investiert, um dieser Problematik entgegenzuwirken – zumeist ohne von großem Erfolg gekrönt worden zu sein. Der Plan der Pop-Up-Stores geht einen anderen Weg: verhältnismäßig wenig Geld in die Hand zu nehmen und das Risiko überschaubar zu halten – dabei sollen sich große Vorteile für alle Beteiligten ergeben – so der Plan. Und der klingt ausgesprochen ausgeklügelt. Zwar ist es traurig, dass solche Maßnahmen überhaupt ergriffen werden müssen – keine Ahnung, was genau den großen Reiz an Einkaufszentren, in denen sich hunderte kaufwütige Menschen tummeln, ausmacht – wenn sie funktioniert, die Maßnahme, wäre das dennoch hochofentlich. Nichts geht über persönliche Beratung, den zwischenmenschlichen Austausch sowie Kundenfreundlichkeit, die einem im Einzelhandel geboten werden. Da sind dann auch die paar Euros, die man in großen Einkaufszentren manchmal weniger bezahlt, durchaus zu verschmerzen. Vor allem dann, wenn man nicht nur eine Nummer sein, sondern als Mensch behandelt werden will. Doch da scheiden sich offensichtlich die Geister. ■

**ENNS.** Die Tourismus- und Stadtmarketing GmbH (TSE) hat in Zusammenarbeit mit ihren Gesellschaftern, dem Ennsener Wirtschaftsverein (EWV), der Stadtgemeinde Enns und dem Tourismusverband die Idee zum Pilotprojekt „Pop-Up-Stores“ geboren.

von RAFAEL HASLAUER

Pop-Up-Stores sind Geschäfte, die vorübergehend ihre Produkte und Dienstleistungen in bisher leerstehenden Geschäftslokalen in der Linzerstraße anbieten. Von wenigen Tagen bis zu einer Dauer von maximal sechs Monaten können sich Unternehmer dort einmieten.

## So kam es zur Idee

Nachdem die Belebung der Innenstadt schon seit Jahren ein bedeutendes Thema darstellt, hierfür aber nicht Unmengen an Geldern zur Verfügung stehen, entschied man sich für ein Pilotprojekt, das es so in Österreich noch nicht gibt. Folgende Punkte waren ausschlaggebend, das Projekt in Angriff zu nehmen: ein sichtbarer Leerstand in der Innenstadt, eine zu geringe Frequenz, die Abwanderung bestehender Betriebe, Konkurrenz durch Einkaufszentren, zu hohe Mietpreise, sanierungsbedürftige Immobilien sowie zu wenig Investitionen.

## Pop-Up-Stores

Nun werden leerstehende Immobilien in der Linzerstraße zu Pop-

Up-Stores umfunktioniert. Diese werden dann an Betreiber vorübergehend vermietet. „Durch den ständigen Wechsel der Geschäftslokale verändert sich das Straßenbild sowie die Angebote. Jede neue Geschäftseröffnung regt die Kunden an, Enns wieder zu besuchen und holt neue Kunden in die Stadt. Weiters entstehen viele Vorteile für Betreiber, Vermieter, bestehende Geschäfte, Einwohner und Wirtschaftstreibende“, erzählt TSE-Geschäftsführer Max Homolka und ergänzt: „Das ist übrigens der Optimalfall, von dem wir hier sprechen.“ Durch die mediale Aufmerksamkeit und die sich ändernden Angebote soll die Besucherfrequenz der Innenstadt zusätzlich erhöht werden.

## Faktoren für den Erfolg

Die Innovation bestehe darin, dass alle Faktoren, die für die Innenstadtbelebung relevant sind, zu einem Konzept zusammengefasst wurden. Die verschiedenen Problemregionen werden mit unterschiedlichen Lösungsansätzen gleichzeitig bearbeitet. „Das erhöht die Erfolgswahrscheinlichkeit erheblich, auch die Nachhaltigkeit des Projektes ist gewährleistet“, so Homolka.

## Vorteile für den Betreiber

Besonders Start-Up-Unternehmen profitieren von den Pop-Up-Stores. Aufgrund der niedrigen Miete und dem geringen Investitionsaufwand liegt es nahe, eine Geschäftsidee zuerst in einem Pop-Up-Store zu testen. So kann man mit einem sehr

überschaubaren Risiko feststellen, ob die Idee auch funktioniert. Des Weiteren profitieren die Betreiber durch die hohe Aufmerksamkeit der Kunden, eine hohe Werbewirksamkeit, geringe Lagerkosten sowie die kurzfristigen Mietverträge.

## Vorteile für den Vermieter

Anstelle eines leerstehenden Geschäftslokales dürfen sich die Vermieter über weniger Leerstände, Mieteinnahmen, mediale Aufmerksamkeit, Steigerung des Immobilienwertes sowie über die Möglichkeit auf langfristige Vermietungen freuen.

## Vorteile für Geschäfte

Auch die bestehenden Innenstadtgeschäfte profitieren von den Pop-Up-Stores. Zum einen bedeutet mehr Laufkundschaft auch potenzielle Kunden für andere Geschäfte, die mediale Aufmerksamkeit belebt die Innenstadt und auch der durch die Pop-Up-Stores verursachte ständige Eventcharakter in den Straßen kann nur gut für die gesamte Innenstadt sein.

## Pilotprojekt

Da dieses Projekt als Pilotprojekt geführt wird, dokumentiert die TSE den Projektverlauf genau, um ihn dann gegebenenfalls anderen Gemeinden zur Verfügung zu stellen. Dies werde helfen, Fehler zu vermeiden und künftig das Projekt kosteneffizienter umsetzen zu können. Denkbar sei auch, dass mehrere Gemeinden zusammenarbeiten. ■