



Aalener wünschen sich mehr Pop-up-Stores

Befragung der Hochschule Aalen zur Belebung der Innenstadt

16.03.2022 | Der Online-Handel macht den Innenstädten zu schaffen. Die Corona-Pandemie hat diese Entwicklung noch einmal beschleunigt. Attraktive Angebote müssen her, um die lokalen und regionalen Einkaufsmöglichkeiten zu stärken. Im Rahmen der Lehrveranstaltung Excellence and Sustainability von Prof. Dr. Ulrich Holzbaur sind Studierende des Studiengangs Industrial Management der Hochschule Aalen jetzt der Frage nachgegangen, wie Pop-up-Stores zur Belebung der Innenstadt beitragen können. Dazu haben sie Bürgerinnen und Bürger nach ihren Wünschen und Bedürfnissen gefragt.

„Die Stadt Aalen benötigt etwas, wovon Jung und Alt profitieren können“, erklärt eine Bürgerin bei der Befragung durch die Studierenden. Denn eine Innenstadt ist nicht nur durch das Handeln, Wohnen und Arbeiten geprägt, sondern auch durch seine Kultur, den Tourismus als auch das Aufeinandertreffen und Zusammenkommen von Bürgerinnen und Bürgern.

Können sogenannte Pop-up-Stores da helfen? Pop-up-Stores sind kurzfristige und provisorische Ladeneinheiten, die vorübergehend in leerstehenden Geschäftsräumen betrieben werden. Gleichzeitig dienen diese Geschäfte auch als geeigneter Einstieg für den stationären Handel, um das Geschäftsmodell mit wenig Budget und Risiko zu evaluieren. Somit finden Pop-up-Stores in verschiedenen Geschäftszweigen ihren Anklang, wie zum Beispiel alternativen Cafés, Fashion Stores oder Kunstaussstellungen.

Ziel des Projekts ist es, ein Pop-up-Store-Konzept zu entwickeln, um Leerständen in Aalen entgegenzuwirken und die Innenstadt zu beleben. Dazu hat das Projektteam 80 Konsumentinnen und Konsumenten aus der Stadt Aalen befragt.

Demnach sind 95 Prozent der Befragten der Überzeugung, dass Pop-up-Stores zur Belebung der Innenstadt führen. Insbesondere Pop-up-Stores, die das gesellschaftliche Beisammensein der Bürgerinnen und Bürger fördern, sind besonders beliebt. Das ist auch aus den Umfrageergebnissen zu entnehmen. Insgesamt wünschen sich mehr als die Hälfte (59 Prozent) der Befragten neue Cafés, Bars und Restaurants. Außerdem stoßen Kunstaussstellungen mit 35 Prozent sowie Begegnungsräume und Wissen-



schaftsläden mit 33 Prozent bei den Einwohnerinnen und Einwohnern auf großes Interesse. Das erfolgsversprechende Pop-up-Store-Konzept und die darin enthaltenen Ergebnisse wurden dem Aalener Citymanager Reinhard Skusa präsentiert.

Das erarbeitete Konzept bietet sowohl den Anbietenden von Ladenflächen und der Stadt Aalen als auch Pop-up-Store-Betreibern wichtige Einblicke in die Bedürfnisse der Aalener Bürgerinnen und Bürger. Weiterhin dienen die gewonnenen Erkenntnisse dem Citymanager als Grundlage zur Evaluierung für zukünftige Pop-up-Stores und als Orientierung für bestehende Pop-up-Store-Betreiber.