

Althofen boomt: Sieben neue Jungunternehmer beleben die Stadt!

In Althofen sorgt ein Pop-up-Store-Wettbewerb für neue wirtschaftliche Impulse: sieben Jungunternehmer schaffen innovative Geschäftsmodelle.

Althofen, Österreich - In Althofen, einer Stadtgemeinde in Kärnten, wurde ein erfolgreicher **Pop-up-Store-Wettbewerb** ins Leben gerufen, um die lokale Wirtschaft zu beleben. Der Wettbewerb wird gemeinsam von der Stadtgemeinde Althofen, dem Kärntner Wirtschaftsförderungsfonds (KWF) und der Wirtschaftskammer veranstaltet. Insgesamt haben sich sieben Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer entschieden, in Althofen Fuß zu fassen.

Zu den neuen Betrieben zählen unter anderem das Restaurant Topfgeflüster von Nadine Conzelmann und das Café le Fleur von Sabine Gorit schnig. Auch Manuel Hartl als Büchsenmacher sowie Michaela Kau der, die ein Café und Restaurant namens Blumen Michaela betreibt, sind Teil dieser inspirierenden Gruppe. Weitere Neugründungen umfassen Martina Leitgeb mit Genuss Hafen und Tante Mina's Kiosk, Simone Unterberger und Isolde Reinbold mit ihrem Ribisel-Shop sowie Tanja Salling er, die Yoga und Aroma anbietet.

Unterstützung für Jungunternehmen

Bürgermeister Walter Zemrosser äußerte seine Freude über die Ansiedlung dieser neuen Unternehmen und betonte die Unternehmensfreundlichkeit der Stadtgemeinde.

Vizebürgermeister und Wirtschaftsreferent Michael Baumgartner

hob die Bedeutung von Kooperationen zwischen Wirtschaftsinstitutionen und der Stadtgemeinde hervor.

Der KWF unterstützt alle sieben Projekte mit finanziellen Beiträgen zur Betriebsgründung. Für die Zukunft wird auch weitere wirtschaftliche Förderung durch den KWF in Aussicht gestellt, sollte es zu Kooperationen mit Bildungseinrichtungen, lokalen Betrieben oder Wirtschaftsvereinen kommen. Der Erfolg des Pop-up-Store-Wettbewerbs zeigt, dass Althofen ein attraktiver Standort für innovative Geschäftsideen und nachhaltiges Wachstum ist.

Entwicklung von Pop-up-Stores

Das Konzept der Pop-up-Stores hat in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen. Diese temporären Läden bieten Marken die Möglichkeit, kreativ und kundenorientiert aufzutreten. Laut **Popupstores.de** sind sie besonders wertvoll, da sie Jungunternehmern helfen, in attraktiven Lagen sichtbar zu werden und direkten Kundenkontakt zu ermöglichen. Zudem tragen sie zur Belebung von leerstehenden Flächen in Innenstädten bei.

Ein erfolgreicher Pop-up-Store sollte eine fesselnde Geschichte erzählen und sich klar von herkömmlichen Geschäften abheben. Der Geschäftsführer von Pop up my brand, Christoph Edler, betont die Notwendigkeit einer klaren Kommunikation über die zeitliche Begrenzung eines Pop-up-Stores. Auch die Standortwahl spielt eine entscheidende Rolle, wobei gute Lagen heutzutage oft frei werden, da viele Einzelhändler aufgrund von Umsatzproblemen schließen müssen.

Pop-up-Stores sind jedoch nicht die einzige Lösung gegen das Ladensterben. Johannes Hauswald von Brick Spaces sieht sie als einen von vielen Bausteinen, die zur Revitalisierung des Einzelhandels beitragen können.

Mit diesen Initiativen und der fortlaufenden Unterstützung hat

Althofen alle Voraussetzungen, um als Zentrum für kreative Geschäftsideen zu gelten und den regionalen Wirtschaftsstandort nachhaltig zu stärken.

Details	
Ort	Althofen, Österreich
Quellen	• www.klick-kaernten.at • www.kreativwirtschaft-leipzig.de • www.popupstores.de

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at