

Pressemitteilung, 14.06.2022

## KölnBusiness fördert fünf innovative Event-Konzepte, die Köln neue Strahlkraft verleihen

*Von der pinken Erlebniswelt Pop-Up Beach CGN über ein Nachhaltigkeits-Fest in der Altstadt bis hin zur Roadshow für Designmarken: Die KölnBusiness Wirtschaftsförderung fördert fünf einzigartige Veranstaltungsformate. Einwohner\*innen und Besucher\*innen entdecken durch die innovativen Events neue Facetten unserer Stadt – junge Kölner Marken und Produkte erhalten gleichzeitig eine Bühne, um sich einem breiten Publikum zu präsentieren.*

### Überblick

- KölnBusiness fördert fünf innovative Veranstaltungsformate mit 50.000 Euro
- Formate beleben Innenstadt und Veedel im 2. Halbjahr
- Das Ziel: Die Attraktivität von Köln bei Einwohner\*innen und Besucher\*innen erhöhen

Als pulsierende Metropole verändert sich Köln fortwährend. Neue Trends und Ideen stärken dabei die Strahlkraft der Stadt – und das sowohl für Einwohner\*innen als auch für Besucher\*innen. Die KölnBusiness Wirtschaftsförderung unterstützt daher innovative Konzepte durch ihr neues Förderprogramm „Kölner Rahmen – [Time to shine]“ mit insgesamt 50.000 Euro.

Die fünf Gewinnerkonzepte werden in der zweiten Jahreshälfte starke Akzente in Köln setzen. Besonders reizvoll: Verschiedene Branchen von Gastronomie über Handel bis hin zur Event- und Kreativwirtschaft werden dabei miteinander verbunden – darunter auch lang gehegte Ideen, die während der Pandemie nicht umgesetzt werden konnten. Für Kölner\*innen und Besucher\*innen ergibt sich so ein abwechslungsreiches Programm, gleichzeitig präsentieren sich lokale Produkte und Marken so einem breiten Publikum.

### Die fünf Gewinnerkonzepte des Förderprogramms Kölner Rahmen – [Time to shine]

- Das **Nachhaltigkeits-Fest** am Buttermarkt in der Kölner Altstadt feiert am 24. und 25. Juni ein Grand Opening drei neuer Einzelhandels-Konzepte. Dahinter stehen die Altstadt Rösterei Köln, der Kiristore sowie ein Urban Pop-up-Concept, in dem sich nachhaltige Startups aus Köln temporär einmieten und präsentieren können.
- In der Ehrenfelder Location DEINspeisesalon entsteht am 9. und 10. Juli eine **Pop-up-Markthalle** mit lokalen und regionalen Lebensmitteln und Streetfood, Performance-Kunst, Vorträgen sowie Live-Musik.
- Vom 3. bis zum 17. August entsteht in der Club- und Eventlocation DIE HALLE Tor 2 in Ehrenfeld die pinke Erlebniswelt **Pop-Up Beach CGN**, die es Besucher\*innen ermöglicht, vor auffälliger Kulisse besondere Fotos für ihre Social-Media-Kanäle zu schießen und dazu ebenso ausgefallene Drinks und ein abwechslungsreiches Programm zu genießen.
- An drei Orten schafft Fabrikat89 in leerstehenden Geschäftsräumen temporäre Verkaufsräume für Interieur- und Lifestyle-Produkte. Das Konzept soll die Veedel und

Einkaufsstraßen beleben – auch durch eine Kombination mit kulturellen und gastronomischen Angeboten. Die **Pop-up-Roadshow** findet vom 18.-27. August, vom 1.-30. Dezember und im Januar statt.

- Der Instagram-Kanal Koelnistkool (226.000 Follower\*innen) plant das Community-getriebene **Tagesfestival „Local Cologne“**. Das Programm besteht aus Konzerten, DJs, Kunst und Interaktion, die den Rahmen für lokale Produkte und Marken bilden. Das Festival wird voraussichtlich im Herbst in Mühlheim stattfinden.

„Diese fünf Konzepte stehen für die kreative Kraft von Köln. Sie laden dazu ein, unsere Stadt neu zu entdecken“, sagt Dr. Manfred Janssen, Geschäftsführer der KölnBusiness Wirtschaftsförderung. „Wir sehen den Strukturwandel in Innenstadt und Veedeln als große Chance. Deshalb fördern wir bewusst temporäre Projekte, damit neue Trends ausprobiert werden und sich entfalten können. Diese frischen Konzepte beleben unsere Stadt und stärken die Attraktivität von Köln als Metropole.“

#### **Über die KölnBusiness Wirtschaftsförderung**

Die KölnBusiness Wirtschaftsförderung ist eine Tochtergesellschaft der Stadt Köln. Sie ist erste Ansprechpartnerin für alle Unternehmen sowie Gründer\*innen in der Stadt und gibt Orientierung, wenn es um Verwaltung und Regelungen geht. KölnBusiness vernetzt, informiert und vermittelt in allen wirtschafts- und verwaltungsrelevanten Fragen.

#### **Weitere Informationen:**

- [Pressefotos und Grafiken: www.koeln.business/presse](http://www.koeln.business/presse)
- [Weitere Informationen zur Förderlinie \[Kölner Rahmen\] finden Sie auf: www.koeln.business/koelner-rahmen](http://www.koeln.business/koelner-rahmen)
- [KölnBusiness-Services für den Einzelhandel: www.koeln.business/einzelhandelsservice](http://www.koeln.business/einzelhandelsservice)

## [Time to shine]: Das sagen Vertreter\*innen der Gewinnerkonzepte

- **Robin Kracht, Initiator Nachhaltigkeits-Fest:**  
„Bei unserem Nachhaltigkeits-Fest vereinen wir das traditionelle Handwerk einer Rösterei mit der Modernität unserer nachhaltigen Kiri- und Pop-up-Stores. Damit wollen wir die Altstadt wieder mehr beleben und sowohl Besuchern als auch Einheimischen von Köln einen Grund geben, diesen Teil der Stadt zu besuchen.“
- **Olivér Szabó, Initiator Pop-up-Markthalle**  
„Ich liebe Markthallen und habe mir schon oft gedacht, wie schön es wäre, wenn Köln eine hätte. Seit fünf Jahren arbeite ich an diesem Traum. In dieser Zeit ist mir klar geworden: Eine Markthalle wirtschaftlich zu betreiben, ist gar nicht so einfach. Die Förderung von KölnBusiness macht es mir jetzt möglich, meine Idee einer Markthalle, die auf Lokalität, Regionalität und den Erlebnisfaktor setzt, endlich zu realisieren.“
- **Jennifer Hodge, Gründerin badass eventstyling GmbH**  
„Die Eventbranche muss neue Wege gehen. Der Erfolg einer Veranstaltung ist heute maßgeblich abhängig von der Verlängerung auf Social Media und der daraus resultierenden Viralität. Wir haben den Pop-Up Beach CGN deshalb von Anfang an aus Sicht einer Instagram-affinen Zielgruppe entwickelt: mit integrierten Fotospots, einem hohen Maß an Ästhetik und einem coolen Gesamtlook.“
- **Juliette Nickel, Gründerin Fabrikat89**  
„Unsere Pop-up-Roadshow bietet die Verkaufsmöglichkeiten eines Markts, das Geschäftspotential einer Messe und das Flair einer Vernissage. Und das nicht etwa in Messehallen fernab der City, sondern in leerstehenden Geschäftsräumen mitten in der Stadt. Wir beleben so die Veedel und Einkaufsstraßen Kölns und bieten gleichzeitig neue kulturelle Impulse.“
- **Julius Kahleis, Co-Gründer koelnistkool**  
„Als Kölner ist es uns ein Anliegen, Menschen und Unternehmen eine Plattform zu bieten, die Köln zu dem machen, was es ist: Eine weltoffene, diverse Stadt, die starke Unternehmen mit spannenden Produkten beheimatet. Unser Ziel ist, Local Cologne zu einem festen Bestandteil im Veranstaltungskalender zu machen und jungen Kölner Marken regelmäßig die Möglichkeit zu geben, sich vor einem breiten Publikum zu präsentieren.“