

Stand: 13.09.2021

07.09.2021

IHK-Initiative „Heimat shoppen“ mit Rekord-Beteiligung in Rheinland-Pfalz gestartet

In der besonders schwierigen Situation durch die Corona-Pandemie beteiligen sich 2021 landesweit so viele Städte und Gemeinden an der Kampagne „Heimat shoppen“ wie noch nie. Durch die massiven Einschränkungen der letzten Monate ist es dieses Jahr besonders wichtig, ein Zeichen für das lokale Angebot der Betriebe zu setzen und das Bewusstsein für die Vielfalt der eigenen Kommune zu stärken. So beteiligen sich in Rheinland-Pfalz diesmal rund 90 Städte und Gemeinden mit mehr als 3.300 Unternehmen an der von den Industrie- und Handelskammern (IHKs) initiierten bundesweiten Kampagne. Im Jahr zuvor waren es 70 Kommunen.

Die bundesweite Kampagne für den stationären Einzelhandel und attraktive Innenstädte verbindet Händler, aber auch Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe unter der Dachmarke „Heimat shoppen“ und macht sichtbar, welche wichtige Rolle sie in einer Stadtgesellschaft spielen. Aus dem Bezirk der IHK Trier nehmen 17 Werbegemeinschaften mit 790 Unternehmen teil.

Höhepunkt der Initiative sind die jährlichen gemeinsamen Aktionstage, an denen die Betriebe ihre Kunden mit besonderen Aktivitäten und Projekten überraschen und die Innenstädte mit Leben füllen. Die Aktionstage fanden in diesem Jahr am 10. und 11. September statt. Auch in der Region Trier startete das erste „Heimat shoppen“-Wochenende mit tollen Aktionen. Unter anderem lockte die City-Initiative Trier mit „TRIER SPIELT“ die ganze Familie in die Innenstadt, in Wittlich lud das Stadtmarketing zu Frühlingmarkt und Traktorentreffen ein und in Hermeskeil verschönerten Kinder die Fußgängerzone mit Kreide. Damit Städte und Gemeinden weitere Aktivitäten rund um Heimat shoppen flexibel gestalten können, gibt es darüber hinaus einen erweiterten Aktionszeitraum bis Mitte Oktober. Welche Städte sich beteiligen, zeigt die Homepage www.heimat-shoppen.de (Link: <https://www.heimat-shoppen.de/>)

Welche Bedeutung der lokale Einzelhandel, aber auch die Gastronomie und Dienstleistungsunternehmen für attraktive und lebenswerte Innenstädte haben, wurde in den letzten Monaten durch die anhaltenden Lockdowns besonders deutlich. Denn der lokale Einzelhandel in der eigenen Innenstadt bietet nicht nur Vielfalt und individuelle Beratung, sondern stärkt den Standort insgesamt. Er belebt die Innenstädte und Stadtteilzentren, schafft Arbeitsplätze, bildet die Fachkräfte von morgen aus und sorgt damit für eine stabile Wirtschaft. Mit seinen Steuern macht er die Kommunen handlungsfähig und sponsert darüber hinaus oft auch noch die örtlichen Vereine und Initiativen. Zugleich dient der Handel als Plattform und Treffpunkt für die Menschen einer Kommune. Diese Funktion wurde durch die Corona-Pandemie zwar eingeschränkt, ist aber elementar für eine Stadtgesellschaft und schlägt sich in der neu auflebenden Nachfrage nach lokalen und regionalen Produkten nieder.

2021 nehmen bundesweit 43 IHKs mit mehr als 400 Städten und Gemeinden teil. „Heimat shoppen“ ist damit die größte Imagekampagne für den stationären Einzelhandel in Deutschland.

ANSPRECHPARTNER



Standortpolitik

STEFAN ROMMELFANGER

Tel.: (06 51) 97 77-9 30

Fax: (06 51) 97 77-5 05

stefan.rommelfanger@trier.ihk.de