

01.04.2019

## Wieder in der "Heimat shoppen"

Die Imagekampagne geht in der Region in die zweite Runde

Das im Vorjahr erfolgreich etablierte Projekt „Heimat shoppen“ wird auch 2019 in der Region Trier stattfinden. Breits 16 lokale Gewerbe- und Stadtmarketingvereine haben ihre Teilnahme erklärt. Die Imagekampagne betont die Bedeutung lokaler Einzelhändler, Gastronomen und kundenorientierter Dienstleister für unsere Städte, Gemeinden und das gesamte Umland. Denn das Gewerbe spielt eine wichtige und positive Rolle für unsere Region. Durch Heimat shoppen soll beim Kunden ein Bewusstsein dafür geschaffen werden, dass er mit seiner Kaufentscheidung erheblich zum Wohlergehen seiner unmittelbaren Umgebung beiträgt.

### Termin flexibel im Vier-Wochen-Zeitraum wählbar

Auf Anregung der teilnehmenden Gewerbetreibenden im vergangenen Jahr, haben sich die IHKs rheinland-pfalzweit darauf verständigt, die Aktionstage zeitlich etwas zu flexibilisieren. In diesem Jahr steht erstmalig ein vierwöchiges Zeitfenster zur Verfügung, in dem die Heimat shoppen Aktion durchgeführt werden kann. Startschuss ist wie immer das zweite Septemberwochenende am 13. und 14. September 2019. Es besteht ab dann die Möglichkeit, ein Aktionswochenende bis zum 5. Oktober 2019 auswählen.

Dann ist es so weit: Alle beteiligten Geschäfte weisen ihre potenziellen Kunden auf die Bedeutung des regionalen Gewerbes hin. Die Ansprache erfolgt durch verschiedene Werbematerialien, die von der IHK und möglichen Sponsoren zur Verfügung gestellt werden. Postkarten, Logo, Plakate, Einkaufsstüte und Homepage stehen zum Einsatz bereit. Das Logo „Heimat shoppen“ kann dabei in eigenen Medien, beispielsweise Homepage, Plakate und Facebook, eingebunden werden. Darüber hinaus bietet die Seite [www.heimat-shoppen.de](http://www.heimat-shoppen.de) die Möglichkeit zur Platzierung der teilnehmenden Betriebe und der Erhöhung der Online-Sichtbarkeit. Ausgehend von dem Basispaket an Werbematerialien können Unternehmer und beteiligte Vereine eigene Aktivitäten und Ideen an den Aktionstagen einbringen und haben bei der Ausgestaltung viele Freiräume.

### Einkauf vor Ort bringt Vorteile für Handel und Konsumenten

Konsumenten und mögliche Kunden sollen so für die Auswirkungen ihrer Kaufentscheidungen sensibilisiert werden, um ein Bewusstsein zu entwickeln, dass sie durch den Einkauf vor Ort und den Besuch in der Stadt ihr eigenes Lebensumfeld mitgestalten. Die stationären Akteure wiederum leisten ihren Beitrag für mehr Lebensqualität am Standort und zur Belebung der Zentren. Die regionalen Gewerbetreibenden sind wichtige Arbeitgeber und Ausbildungsbetriebe. Darüber hinaus ist auch ihr finanzielles und ehrenamtliches Engagement für das Gemeinwohl nicht zu unterschätzen. Dies zeigt sich vielerorts durch die Unterstützung von Schulen und Vereinen oder an Stadtfesten – eine Leistung, die häufig übersehen wird. Durch die Fokussierung auf Serviceorientierung, Erlebnischarakter und den sozialen Kontakt, wird die Leistungsfähigkeit des Einzelhandels präsentiert und dem Konsumenten vermittelt.

## ANSPRECHPARTNER



Presse / Öffentlichkeitsarbeit

**STEPHANIE ILLG-KOLLMANN**

Tel.: (06 51) 97 77-1 23

Fax: (06 51) 97 77-1 15

[illg-kollmann@trier.ihk.de](mailto:illg-kollmann@trier.ihk.de)

➤ **Heimat shoppen**

<https://www.heimat-shoppen.de/>