

TOP 8 Heimat-Shoppen

Heimat-Shoppen ist eine Kampagne für den stationären Handel und andere Branchen.

Ursprünglich ist es ein Projekt der IHK Mittlerer Niederrhein und den Werbegemeinschaften in NRW, mit dem auf die Relevanz des lokalen Handels und seinen Beitrag zur Lebensqualität in den Städten hingewiesen wird.

In NRW hat es großen Anklang gefunden (120 Gemeinden und 200 Werbegemeinschaften). Daher soll es als Testprojekt im Elbe-Weser-Raum durchgeführt werden.

Am zweiten Wochenende im September treten der Handel, viele Dienstleister sowie Gastronomen gemeinsam unter der Dachmarke "Heimat shoppen" auf und präsentieren sich gegenüber den Kunden.

Ziel ist es, auf die Bedeutung der Branchen und des stationären Handels für eine attraktive Innenstadt aufmerksam zu machen.

Befragt man Kunden nach ihrem Kaufverhalten, müssen sich viele eingestehen, bisher wenig darüber nachgedacht zu haben, was es für eine Kommune bedeutet, wenn zu wenig in den Geschäften vor Ort eingekauft wird.

Neuer Ansatz

- **Bewusstsein schaffen beim Konsumenten**
Mit seiner Kaufentscheidung trägt er erheblich zum Wohlergehen seiner unmittelbaren Umgebung bei.
- **Kunden sollen sensibilisiert werden**
die vielfältigen Leistungen des stationären Handels, der Gastronomie und weiterer Dienstleister fördern das Gemeinschaftsleben in einem Ort

Heimat-Shoppen, das heißt,

- Einmal jährlich – zwei Aktionstage
- Alle Händler – Ein Logo
- Es wird ein Informationsflyer gereicht, der darstellt, welchen Wert der Handel für die Stadt und die Lebensqualität vor Ort hat.
- Darüber hinaus soll durch kreative Aktionen das Gespräch mit den Kunden gesucht werden.
- Dabei kann z. B. die Unterstützung örtlicher Vereine und die Spendenbereitschaft der Unternehmen dargestellt werden.

Welches Ziel verfolgt Heimat-Shoppen?

- Öffentlichkeitswirksam soll auf die Relevanz des Handels hingewiesen und die
- Bedeutung des örtlichen Handels für das städtische Leben herausgestellt werden.
- Somit wird aufgezeigt, dass die gewerbliche Wirtschaft mehr leistet als die reine Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen.
- Heimat-Shoppen ist keine Verkaufsförderungsmaßnahme

Es ist eine **Imagekampagne** für die Branchen und für den stationären Handel!

„www.heimat-shoppen.de“

Motto: „Mit allen Sinnen erleben“

Medienpräsenz vor und begleitend zu den Aktionstagen

8./9. Sept. Aktionstag in den Geschäften

(Plakate aufhängen, Flyer verteilen sowie Sonderaktionen durch Händler, Dienstleister und Gastronomen)

Wir planen eine Kooperation mit den Werbegemeinschaften in den umliegenden Ortschaften. Daher sollen keinen Rabattaktionen durchgeführt werden. Wir legen den Konkurrenzgedanken für zwei Tage nieder.

In unserem Marketingbeirat wurde die Aktion lebhaft diskutiert. Alle sind sich einig, dass als Anreiz ein Zugpferd mit tollen Ideen gefunden werden muss, damit die Kunden an diesen Tagen in die Stadt gehen. Es wurden aber bereits viele Vorschläge von den Mitgliedern des Marketingbeirats gesammelt. Weitere Anregungen oder Ideen sind willkommen.