



Ortsgemeinde Herxheim
Arbeitskreis „Herxheim ist (M)eins“
Sprecher des Arbeitskreises Erwin Welsch
Laurentiusring 65 / 76863 Herxheim
Tel.: 07276.8965 / Mobil: 0160 95997256
E-Mail: welsch.e@t-online.de

IHK trifft stationären Handel

Interessanter und informativer 3. Unternehmerstammtisch

Teil 2)

„Je mehr Händler sich beteiligen, desto größer ist die Wirkung beim Kunden.“

Nach dem Besprechungspunkt „Notwendige Marketinginstrumente für den stationären Handel“ berichtete der Leiter des IHK-Dienstleistungszentrums Landau, Dipl.-Phys. Marc Watgen, über die IHK-Kampagne „Heimat shoppen“.

Rückblickend auf die Kampagne 2018 in der Südwestpfalz (in den Städten Pirmasens und Zweibrücken) sprach er davon, dass die Botschaft der Kampagne bei den Menschen in der Region angekommen ist. Von allen Beteiligten wird die Aktion als voller Erfolg bewertet. Insbesondere die Zweibrücker Händler seien sehr interessiert an der Aktion gewesen.

Er nannte sechs Gründe, die für die Aktion sprechen und ging auf jeden der Gründe sehr ausführlich ein.

Heimat shoppen...

1. ...stärkt Ihre Gemeinde
2. ...reduziert die Umweltbelastung
3. ...macht Ihre Gemeinde lebenswert
4. ... sichert Arbeit und Ausbildung
5. ...unterstützt Veranstaltungen, Vereine und Initiativen
6. ...bedeutet einkaufen bei Nachbarn und Freunden

Auf die Frage, wer ist alles dabei, beantwortete Watgen:

- Sieben Bundesländer
- 22 IHK's
- Über 250 Städte und Gemeinden
- 2019 wird es erstmals in ganz Rheinland-Pfalz durchgeführt.

Watgen (im Bild bei seinem Vortag) bat den Sprecher des Arbeitskreises, Erwin Welsch, über seine Eindrücke und gewonnenen Erfahrungen, die er aus der Auftaktveranstaltung in Ludwigshafen mitgenommen hat, zu berichten.

Welsch schilderte, dass der Handlungsdruck, etwas für die Zentren zu tun, von allen Teilnehmern erkannt wurde. Die Aussage „Die Zentren bereiten uns Sorgen“ zog sich wie ein roter Faden durch die Veranstaltung. Die Kampagne „Heimat shoppen“ wurde in den beiden Städten als ein Aufbruch wahrgenommen. Wichtig war auch die Erkenntnis, wonach jeder Ort seine eigenen Stärken „bespielen“ muss. „Ein Zentrumsentwicklungskonzept von der Stange“, so Welsch, „gibt es nicht.“ Richtig war auch der Hinweis, für die BürgerInnen identitätsstiftende Zentren zu entwickeln. „Heimat shoppen“ so Welsch zum Abschluss, „ist auch eine Einstellung.“



Die ganzjährige Kampagne hat ihren Höhepunkt jedes Jahr an zwei Aktionstagen, an denen sich die Händler gemeinsam mit besonderen Aktionen präsentieren und die Kunden zu „Heimat shoppen“ machen können.

Watgen ging auf die zwei Aktionstage am Fr. 13. und Sa. 14. September 2019 ein. Der Aktionszeitraum geht bis Oktober.

Die IHK Pfalz unterstützt, so Watgen, die Akteure vor Ort bei der Pressearbeit und Bewerbung nach außen.

Unterstützung gibt es zudem bei der Ideenfindung für die Aktionstage. Eingerichtet ist ein Ideenpool mit dem Best-Off aus 2017 und 2018. Als Werbematerialien für 2019 sind vorgesehen: Papiertüten und Postkarten. Zudem kann das Logo kostenfrei von der Homepage der IHK heruntergeladen werden.

Abschließend richtet Watgen einen Appell an die Teilnehmer: „Je mehr Händler sich beteiligen, desto größer ist die Wirkung beim Kunden.“

In der sich dem Sachvortrag anschließenden Diskussion begrüßten alle Teilnehmer die Kampagne der IHK. Vier Händler waren spontan bereit, sich an der Aktion zu beteiligen.

Für den Arbeitskreis
Erwin Welsch, Sprecher