



Heimat shoppen - Ideenpool



Ideen für die Aktionstage „Heimat shoppen“



Geschäftsvielfalt zeigen!

Folien 4-14



Rabattaktionen & Gutscheine

Folien 16-22



Gewinnspiele

Folien 24-30



Gastgeber Innenstadt

Folien 32-39



Vereine unterstützen

Folien 41-44



Ware erleben

Folien 46-48



Identität stärken

Folien 50-59



Umwelt schonen, regional handeln

Folien 61-64



Geschäftsvielfalt zeigen!



Gronau sucht den Shopping Star



- Ort: Gronau
- Initiator: Kulturbüro Gronau GmbH/Touristik-Service und Stadtmarketing, Stadtwerke Gronau
- Kontakt: Stadtmarketing: Katharina Detert, Elke Rinke
Stadtwerke: Sylvia Rasokat-Poll
- Konzept: Nach dem Vorbild der TV-Serie „Shopping Queen“ durften in Gronau fünf Kandidatinnen gegeneinander beim Shopping-Duell antreten. Für einen Gesamtwert von 500,- EUR mussten sie sich in Gronau neu einkleiden und stylen lassen. Begleitet wurden die Kandidatinnen von einem professionellen Filmteam. Nach dem „Heimat shoppen“-Wochenende wurde der Film öffentlichkeitswirksam im Kino vor rund 300 Zuschauern präsentiert; die Kandidatinnen mussten ihre Einkäufe gegenseitig bewerten bis am Ende der erste Shopping Star von Gronau gekürt wurde.
- Link: <https://www.gronau-inside.de/aboutus?M=80508549>



Geschäftsvielfalt zeigen!



InstaTour



Ort: Meerbusch

Initiator: Stadtmarketing Meerbusch, IHK Mittlerer Niederrhein

Kontakt: Matthias Pusch, IHK Mittlerer Niederrhein

Konzept: Die Tour startete bei Anneke Linden, die seit 2007 die gleichnamige Mode-, Schmuck- und Accessoire-Boutique führt. Mit Unterstützung ihrer Freundin Uli Mathes betreibt sie einen erfolgreichen Instagram-Account, pflegt ein reges Bloggerinnen-Netzwerk und hat seit 2017 auch einen Onlineshop. Als nächstes besuchte die Gruppe die HEY-SIGN GmbH, eine Manufaktur für hochwertige Wollfilz-Produkte. Und weil zu einem echten Erlebnis auch Gastronomie gehört, machten die InstaTour-Teilnehmer bei Kaffeemone, einer Kaffeerösterei mit Bistro, Station, wo sie einen Röstvorgang beobachten und einen frischen Kaffee probieren durften. Zum Abschluss tauschten sie sich in Anthony's Kitchen aus, wo Anthony Sarpong, der einzige Sternekoch am Mittleren Niederrhein, seinen Gästen einen Express-Kochkurs für ein Drei-Gänge-Menü bot.



Geschäftsvielfalt zeigen!

Mysteriöse Shoppingtour - Oh Schreck, ein Gegenstand ist weg

IHK Siegen

Ort: Stadt Hilchenbach

Initiator: Hilchenbacher Unternehmer gemeinsam mit dem Stadtmarketing-Team

Kontakt: Nina Ehrler, Stabsstelle Stadtmarketing, Tourismus, Wirtschaftsförderung

Konzept: Mit der Stadtrallye „Oh Schreck, ein Gegenstand ist weg – Mysteriöse Shoppingtour durch Hilchenbach“ hatte sich die Stadt Hilchenbach etwas Besonderes für kleine Detektive einfallen lassen. Im Rahmen der Aktionstage zu „Heimat shoppen“ am 7. und 8. September waren alle Kinder zwischen 6 und 14 Jahren hierzu eingeladen.



Was war passiert?

Bürgermeister Holger Menzel hatte für eine Feierlichkeit im Rahmen des Jubiläumsjahres der Ginsburg einen Präsentkorb mit acht verschiedenen Produkten der Hilchenbacher Händler zusammenstellen lassen. Als der Korb dann im Rathaus ankam, stellte er fest, dass ein Produkt fehlte. Um den fehlenden Gegenstand zu finden, rief der Bürgermeister die Bevölkerung auf, ihm bei der Suche zu helfen. Nun waren die Kinder gefragt, das Rätsel zu lösen und den 8. Gegenstand zurückzubringen. Durch den Besuch der Hilchenbacher Geschäfte konnten die kleinen Detektive herausfinden, wer den Gegenstand entwendet hatte und wohin er gebracht wurde.

Informationsflyer zum Ablauf der Stadtrallye waren in den teilnehmenden Geschäften oder in der Touristik-Information im Rathaus erhältlich.

Geschäftsvielfalt zeigen!



Kutschfahrt zu den Geschäften



Niederrheinische Industrie- und Handelskammer
Duisburg · Wesel · Kleve zu Duisburg

Ort: Weeze

Initiator: Werbering Weeze e.V.

Kontakt: Khalid Rashid, Gemeinde Weeze

Konzept: Der Weezer Werbering organisierte am Samstag eine Ponykutsche, die die „Shopper“ zu den Geschäften auf der Kevelaerer-, Schmiede- und Wasserstraße und zum Alten Markt brachte. Die Kutschfahrt wurde kostenlos angeboten und passte zum Motto „Innenstadt bewegt sich“.



Geschäftsvielfalt zeigen!



Heimat shoppen - Ideenpool



Bilderrätsel mit Stempelkarte



- Ort: Herscheid
- Initiator: Marketingverein „Wir für Herscheid“
- Kontakt: Karin Schröder, Inhaberin des Schuhhaus Schöttler
- Konzept: Die Einzelhändler haben gemeinsam eine Stempelkarte erstellt. Die gleichen Bilder waren in den Schaufenstern der Geschäfte zu finden. Dort konnten sich die Kunden einen entsprechenden Stempel abholen.

Aktionstage vom 6. bis 8. September

Tellen Sie uns mit, was Sie denken und gestalten Sie das Angebot mit!

Ich bin Heimatshopper, weil:

Diese Aktion hat mir besonders gut gefallen:

Dieses Angebot/e vermisste ich in Herscheid:

Name und Adresse:

Kennen Sie schon unsere Facebook Seite „Heimat Shoppen in Herscheid“? Erfahren Sie alles rund um unsere Aktionstage und mehr unter: facebook.com/heimatshoppenherscheid

Oder per Email an: k.schroeder@schuhhaus-schoettler.de



Pärchen finden, Stempel sammeln und Heimat Shopper werden!

Dieses Jahr haben wir für Sie verschiedene Motive in den jeweiligen Heimat-Shops ausgehängt! Finden Sie bis zum 15. September die zusammengehörigen Motive und lassen Sie sich diese abstempeln, um Sachpreise oder Wertgutscheine zu gewinnen.

Um an der Verlosung teilnehmen zu können, brauchen Sie mindestens drei Paare. Haben Sie alle sechs Paare gefunden, nehmen Sie gleich mit zwei Losen in der an der Verlosung teil.

Finden, Abstempeln und Abgeben bei:
Gärtnerei Dahlmeier, Dorfladen Hüinghausen, Raiffeisen-Südwestfalen, Apotheke Neuer Weg, Café-Restaurant Vedder, Dorf Apotheke, Herscheider Wochenmarkt, Gr. Hörwelt Thorsten Faust, Schuhhaus Schöttler, Brillen-Boutique Becker, Café-Sirringhaus, Här by Bubert, Gerlindes Fashion



Geschäftsvielfalt zeigen!

Stadtrallye



IHK

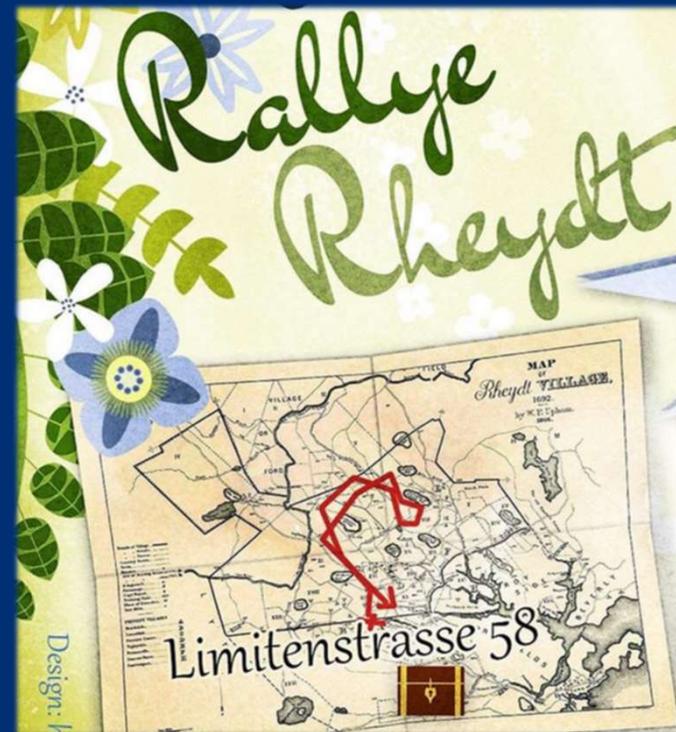
Industrie- und Handelskammer
Mittlerer Niederrhein

Ort: Rheydt

Initiator: Händlerinitiative in Rheydt

Kontakt: Ehren Zuckerwarenfabrik e. K./ Schokoschurken,
Rheydt

Konzept: Piraten und Schurken stürmten die Rheydter Einzelhändler und den Marktplatz. Am 8. September 2018 war ein Schatz in Rheydt versteckt. Die Schatzkarten (Teilnahmekarten) konnten am Startpunkt abgeholt werden. Es mussten zwölf Fragen zu verschiedenen Einzelhändlern beantwortet werden. Um 12 Uhr fand eine Aktion auf dem Marktplatz statt, bei der die Teilnehmer Augen und Ohren offenhalten mussten.



Geschäftsvielfalt zeigen!



Als Rallye durch die eigene Stadt



Niederrheinische Industrie- und Handelskammer
Duisburg · Wesel · Kleve zu Duisburg

- Ort: Duisburg
- Initiator: City-Management Duisburg & Quartiersbüro Altstadt (Duisburger Vororte haben diese Idee teilweise übernommen, z.B. Stadtteiloffensive Wanheimerort)
- Kontakt: Frau Dagmar Bungardt, Citymanagerin Duisburg
Frau Yvonne Bleidorn, Quartiersbüro Altstadt Duisburg
- Konzept: In Duisburg konnten die Besucher an einer Rallye teilnehmen und attraktive Einkaufsgutscheine gewinnen. Teilnahmeberechtigt sind alle, die von sechs teilnehmenden Geschäften einen Stempel erhalten haben.
- Kosten: für Flyer und Plakate (DIN A1); Auflage 5.000 Stück



Geschäftsvielfalt zeigen!



Heimat shoppen - Ideenpool



Serviceoffensive der Ennepetaler Innenstadt



Ort: Ennepetal
 Initiator: My City Ennepetal e.V.
 Kontakt: Citymanager Olaf Dau



Konzept: Eine besondere Stärke der Innenstadt sind die Services, die dafür sorgen, dass die Kunden hier entspannt genießen und bequem einkaufen können. Services, die eine Wohlfühlatmosphäre in den Geschäften schaffen, bieten viele Betriebe ganz selbstverständlich – wie zum Beispiel Gratisgetränke oder kleine Snacks. Beliebte Service-Vorteile der Innenstadt sind zudem Erleichterungen rund um den Einkauf. In verschiedenen Geschäftslokalen zählen dazu persönliche Beratungstermine oder Spielangebote für Kinder. Für Zeitknappe gibt es Bestellmöglichkeiten per Telefon oder Internet und Lieferservices. In einem Flyer wurden die verschiedenen Services übersichtlich dargestellt und an den Heimat-shoppen-Aktionstagen besonders beworben.



Aktionstage Service

Am 24. und 25. September 2019 stellen viele Betriebe der Ennepetaler Innenstadt ihre besten Serviceleistungen vor.

Alle teilnehmenden Händler, Dienstleister und Gastronomie haben attraktive Serviceleistungen für Sie vorbereitet und freuen sich auf Ihren Besuch!

- 1 Café Katerberg
- 2 Tasse Tee/tee beim Frühstück ausstatten: EDEKA, Schöler
- 3 Pils-Pilsener - Bremer Bi-Fusion - während der Öffnungszeiten kann sich jeder auf die Pflege stellen und sich über den Bierherstellungsvorgang informieren
- 4 Sonnen-Optik: Kontaktlinsen, Kontaktlinsen-Reparatur
- 5 Pils-Modellbau: Modellbau und Modellbauzubehör
- 6 Guter Friseur: Kontaktlinsen für Kunden
- 7 City-Gift
- 8 Ennepetal-Shop: Kleidung, Schuhe, Accessoires, Dessert
- 9 Feuertisch-Shop: Ökologische und funktionale Produkte
- 10 Händel & Co. Sauer: Händel & Co. Sauer
- 11 Haus & Garten: 10% auf alle Produkte
- 12 "Heimwerk" Gerichte für Kunden
- 13 Metzgerei: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 14 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 15 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 16 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 17 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 18 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 19 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 20 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 21 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 22 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 23 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 24 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 25 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 26 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 27 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 28 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 29 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 30 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 31 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 32 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 33 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 34 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 35 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 36 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 37 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 38 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 39 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 40 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 41 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 42 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 43 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 44 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 45 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 46 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 47 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 48 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 49 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren
- 50 Fleischer: 10% Rabatt auf Fleischwaren

Sprechen Sie uns gerne auf unsere weiteren Services an!

Link: <https://de-de.facebook.com/pages/category/Nonprofit-Organization/My-City-Ennepetal-e-V-1992986460972440/>

Geschäftsvielfalt zeigen!

Heimat shoppen und Sommerausklang

SIHK

Südwestfälische
Industrie- und Handelskammer
zu Hagen

Ort: Neuenrade

Initiator: Stadtmarketing Neuenrade e.V.

Kontakt: Sandra Horny, Geschäftsführerin Stadtmarketing

Konzept: Beim Sommerausklang hatten die Geschäfte länger geöffnet und die Kunden konnten an einer Rallye durch die Geschäfte teilnehmen. Dort wurden Buchstaben ausgestellt, die zusammen das gesuchte Wort ergeben. Gleichzeitig lud der Sommerausklang an einem Platz in der Altstadt zum gemütlichen Zusammenkommen mit Köstlichkeiten und Getränken ein. Für die Kinder gab es Walking Acts und ein spezielles Kinderprogramm. Beim Glücksrad drehen wurden die Rallyezettel entgegengenommen. Mit einer großen Feuershow wurde der Sommerausklang gegen 22:00 Uhr abgeschlossen.

Link: https://de-de.facebook.com/neuenradestadtmarketing/?ref=page_internal

Geschäftsvielfalt zeigen!



Minigolf auf einem ungewöhnlichen Parcours



- Ort: Waltrop
- Initiator: Stadtmarketing Waltrop e.V.
- Kontakt: Stadtmarketing Waltrop e.V.
- Konzept: Eine ganz besondere Kulisse zum Minigolf-Spielen gibt es am Freitag in der Waltroper Innenstadt. Gespielt wird zum Beispiel in die Scheibe eines Autos und in den Geschäften in der Innenstadt. Anlässlich von "Heimat shoppen" hat sich das Stadtmarketing Minigolf-Schläger und Bälle besorgt. An 18 Stationen im Stadtgebiet können die Interessenten spielen und eine Ballonfahrt für zwei Personen gewinnen.

Und so geht's:

Wer Minigolf spielen möchte, meldet sich am Getränkestand am Kiepenkerl-Brunnen. Dort teilen die Helfer vom Stadtmarketing die Punkte-Karten aus und erklären den Minigolfern die Regeln. Gespielt werden kann von 15 bis 22 Uhr, die letzte Runde kann um 20 Uhr begonnen werden. Gespielt wird in zwei 9er-Serien, damit sich die Spieler nicht zu sehr überschneiden. Schläger und Bälle sind an den jeweiligen Stationen vorhanden.

Geschäftsvielfalt zeigen!

Heimat shoppen – Eine Schatzsuche für kleine Entdecker

IHK Siegen

- Ort: Neunkirchen
- Initiator: ProKunde Neunkirchen
- Kontakt: ProKunde Neunkirchen
- Konzept: Entdecke die teilnehmenden Ladenlokale vor Ort und finde in den Geschäften Buchstaben, die das Lösungswort ergeben. Je mehr Buchstaben du findest, desto schneller kennst du das Lösungswort und nimmst an der Verlosung für drei Piratenspiele teil.

Das Kapern der Geschäfte lohnt sich auf jeden Fall: In jedem Ladenlokal liegt nicht nur ein Schatz für dich bereit, sondern du erhältst auch einen ProKunde-Gutschein in Höhe von 2,50 Euro. Suche möglichst viele Geschäfte auf, um die Anzahl der Gutscheine zu steigern. Diese kannst du oder deine Mannschaft direkt bei einem ProKunde-Mitglied deiner Wahl einlösen



Geschäftsvielfalt zeigen!



Rabattaktionen & Gutscheine

Olper Sahnehäubchen

IHK Siegen

Ort: Stadt Olpe

Initiator: Olpe Aktiv e.V.

Konzept: Wie der Titel „Sahnehäubchen“ bereits vermuten lässt, gab es an den Aktionstagen in der Kreisstadt Olpe „bei jedem Kauf etwas oben drauf“. Das Sahnehäubchen steht symbolisch für den Mehrwert, den der stationäre Einzelhandel an unseren Wohn- und Arbeitsorten verkörpert.

In mehr als 60 Betrieben gab es somit als Dankeschön für den Einkauf ein Sahnehäubchen in Form von Geschenken, Gutscheinen, Preisnachlässen auf ausgewählte Artikel, zusätzlichen Angeboten, spannenden Gewinnspielen und Sonderaktionen wie individuellen Mode- oder Kosmetikberatungen. Zusammengefasst wurden die exklusiven Angebote in einem Flyer, den der Stadtmarketingverein Olpe Aktiv e.V. verteilte.





Warendorfer Rappen (Münzgutschein)



Ort: Warendorf

Initiator: Warendorfer Kaufmannschaft e.V.

Kontakt: Anja Kuschinski, Vorsitzende des Warendorfer Kaufmannschaft e.V.

Konzept: Kunden erhielten zum Einkauf eine Heimat shoppen Tragetasche mit einer Losnummer (solange Vorrat ausreichte). Der Gewinn von 350 Euro wurde auf drei Gewinnlostüten aufgeteilt (200, 100 und 50 Euro).





Rabatte erwürfeln

SIHK

Südwestfälische
Industrie- und Handelskammer
zu Hagen

Ort: Hagen

Initiator: US-Verkauf Bartsch

Kontakt: Ingo Bartsch, Inhaber des Geschäftes

Konzept: Kunden konnten sich vor dem Bezahlen einen Rabatt erwürfeln.
Je höher die Zahl der Augen, desto höher fiel der Rabatt aus.



Heimat-shoppen-Gutscheinbuch

IHK Siegen

Ort: Stadt Freudenberg, Stadt Netphen, Niederschelden (Stadt Siegen)

Initiator: IHK Siegen

Kontakt: Ann Katrin Hentschel, Referat Einzelhandel der IHK Siegen

Konzept: Charakteristisch für die Aktionstage im September sind die Heimat-shoppen-Papiertüten, die jeder Händler einzeln ausgibt. Aber welche Möglichkeiten gibt es, sich gemeinschaftlich als attraktiver Einkaufsort zu präsentieren? Dieses Jahr gab es im Bezirk der IHK Siegen erstmalig das freiwillige Angebot, sich an einem Heimat-shoppen-Gutscheinbuch zu beteiligen. Unser Kooperationspartner vyn marketing GmbH stellte den interessierten Händlern und Werbegemeinschaften sein Expertenwissen für dieses Werbemittel zur Verfügung. Es freut uns besonders, dass sich Händler über Freudenberg WIRKT, aus der Stadt Netphen und über die Aktionsgemeinschaft in Niederschelden zusammengeschlossen und gemeinsam mit vyn ein Gutscheinbuch bzw. -heft für den jeweiligen Standort erstellt haben. Was sind die Vorteile des Heimat-shoppen-Gutscheinbuchs? Die ortsansässigen Händler präsentieren nicht nur gemeinsam ihren Standort, sondern nutzen das Gutscheinbuch auch, um den Kunden die Auswahl an Geschäften und Produkten vor der eigenen Haustür ins Gedächtnis zu rufen. Die Kunden können so auch nach den Aktionstagen ihr Stadt- bzw. Ortsteilzentrum (neu) entdecken.




Rabattaktionen & Gutscheine

Heimat-shoppen-Einkaufsgutschein



Niederrheinische Industrie- und Handelskammer
Duisburg · Wesel · Kleve zu Duisburg

- Ort: Dinslaken
- Initiator: Citymanagement, Werbegemeinschaft Hiesfeld,
Werbegemeinschaft
Dinslaken, Interessengemeinschaft Altstadt
- Kontakt: Frau Antje Vancraeyenest, Citymanagement
- Konzept: In Dinslaken wurde im Rahmen vom Heimat
shoppen der Einkaufsgutschein präsentiert. Der
Einkaufwert kann individuell von 10 bis 50 Euro
erworben werden.



Olper Happy Hours: Schnäppchenjagd im Stundentakt


 IHK Siegen

Ort: Stadt Olpe

Initiator: Olpe Aktiv e.V.

Kontakt: Tatjana Schefers, Olpe Aktiv e.V.

Konzept: Zwei Tage lang hatten die Kundinnen und Kunden der Einkaufsstadt Gelegenheit, auf Schnäppchenjagd zu gehen. Dabei sollte man aber schon gehörig auf Zack sein, denn die teilweise sensationellen Preisnachlässe auf einen bestimmten Artikel oder eine bestimmte Sortimentsgruppe galten jeweils nur für eine Stunde. In mehr als 50 Läden gab es Stunde für Stunde satte Preisnachlässe auf ausgewählte Artikel, zusätzliche Angebote, großzügige Rabatte, spannende Gewinnspiele und Sonderaktionen wie individuelle Mode- oder Kosmetikberatungen. Zusammengefasst waren diese mehr als 150 exklusiven Angebote in einem DIN-A4-Flyer, den der Stadtmarketingverein Olpe Aktiv e. V. herausgab und verteilte. Die Aufstellung in dem Faltblatt wurde durch einen Stadtplan unterstützt, in dem diejenigen Geschäfte eingezeichnet waren, die eine Sonderaktion durchführten.



IHK

Heimat shoppen - Ideenpool



Kunden punkten doppelt in Wittgenstein

IHK Siegen

Ort: Region Wittgenstein

Initiator: BONUSPUNKT WITTGENSTEIN e.V.

Kontakt: <http://www.bonuspunkt-wittgenstein.de/>

Konzept: Auch die Händler, die den „Bonuspunkt Wittgenstein“ anbieten, beteiligten sich an „Heimat shoppen“. In den Städten Bad Berleburg, Bad Laasphe und in der Gemeinde Erndtebrück lautete das Motto an den beiden Aktionstagen „Doppelt punkten“. In 82 Akzeptanzstellen konnten die rund 9.300 Karteninhaber des Bonuspunktsystems folglich die doppelte Punktezahl verbuchen, die sie später wieder mit ihren Einkäufen verrechnen konnten. Somit profitierten sowohl Kunden als auch Händler vom Einkauf vor Ort. Derzeit wird die Karte im Durchschnitt täglich zwischen 1.500 bis 3.500 mal von den Kunden genutzt.



Ihr Einkauf – unsere lebendige Region

BONUSPUNKT WITTGENSTEIN
Einkaufen und Schlemmen in Wittgenstein

BONUSPUNKT WITTGENSTEIN
Einkufen und Schlemmen in Wittgenstein
Bad Berleburg
Bad Laasphe
Erndtebrück
www.bonuspunkt-wittgenstein.de

DOPPELT PUNKTEN
beim Heimatshoppen

8. bis 9. September 2017

Bei allen teilnehmenden
Partnern

Heimat shoppen

Bad Berleburg Markt und
Festhalle e.V. | **IKS** | **IKS** | **IKS** | **IKS**

www.bonuspunkt-wittgenstein.de



Rabattaktionen & Gutscheine



Gewinnspiele

Wanted! Heimat shoppen-Familie



Ort: Wuppertal

Initiator: IHK, Westdeutsche Zeitung, Stadtparkasse

Kontakt: Dr. Daria Stottrop, Bergische IHK

Konzept: Per Facebook, Zeitungsanzeigen und Flyer in Geschäften, Lokalen und Familien-Cafés wurde zur Bewerbung für die „Heimat shoppen-Familie“ geworben (mit Lockstoff: 1.000 Euro Einkaufsgeld). Die Familie sollte mindestens zwei Generationen umfassen und in Wuppertal leben. Zu den Aktionstagen wurde die Familie per Jury ausgewählt und bei einem „Heimat shoppen-Familientreffen“ im Kreise der Bewerberfamilien „gekürt“. Die Familie berichtet von September bis Weihnachten über Facebook von den Einkäufen, Dienstleistungsunternehmen und aus der Gastronomie. Zusätzlich steht die Familie für Zeitungsinterviews zur Verfügung. (FB: /heimatshoppenwuppertal/)



HABEN SIE DAS ZEUG ZUR
HEIMAT-SHOPPER-FAMILIE?
BEWERBEN SIE SICH JETZT!

WER IST DIE
HEIMAT-SHOPPER-FAMILIE?

Wir suchen eine Familie, die, ausgestattet mit einem Einkaufsgutschein in Höhe von 1.000 Euro, im lokalen Einzelhandel einkaufen geht. Sie berichtet dabei in regelmäßigen Abständen von ihren Erlebnissen und Erfahrungen mit dem Wuppertaler Einzelhandel, den Dienstleistungsunternehmen und der Gastronomie.

Ob Großeltern mit Enkeln oder Alleinziehende, klassische oder Patchwork-Familien, wir freuen uns über jede Bewerbung. Einzige Voraussetzungen: Die Heimat-Shopper-Familie umfasst mindestens zwei Generationen, und sie ist Social-Media-affin. Die Familienmitglieder sind auf Facebook aktiv und bereit, hier von ihren Heimat-shoppen-Aktivitäten zu berichten.

Der Startschuss fällt an den Heimat-shoppen-Aktionstagen am 7. und 8. September. Dann präsentieren sich die Unternehmen in Elberfeld, Barmen, Cronenberg, Ronsdorf und Volkminkel mit verschiedenen Aktivitäten. Die Heimat-Shopper-Familie legt los und ist bis Weihnachten aktiv.

Sind Sie gut gelaunte Einkäufer und können Sie sich vorstellen, von September bis Weihnachten in regelmäßigen Abständen bei Facebook ihre Erlebnisse zu posten? Dann freuen wir uns über Ihre Bewerbung!



Mit freundlicher Unterstützung von:



Eine Initiative von:





Facebook Gewinnspiel „Gefällt mir“



Ort: Heilbad Heiligenstadt

Kontakt: Interessengemeinschaft Heiligenstadt e.V.

Konzept: Heimat shoppen liken und Einkaufstasche bis zu einem Wert von 1000€ gewinnen. Am Freitag, den 1. September, wurde das 1. Geschenk in eine Einkaufstasche gelegt. Das Foto wurde anschließend auf der Facebook-Seite der Interessengemeinschaft veröffentlicht. Jeder, der mit "Gefällt mir" liked, nahm automatisch am Gewinnspiel teil. Nach jeweils 50 Likes, legte ein örtlicher Händler ein weiteres Geschenk im Wert von mindestens 25€ in die Einkaufstasche. Diese Aktion lief bis zum 08. September bzw. bis die Tasche einen Wert von 1000€ erreicht hatte! Der Gewinner der Einkaufstasche wurde aus allen Teilnehmern ermittelt, die auf Facebook eines der Gewinnspielaktions-Fotos geteilt haben. Die Auslosung fand am 09. September 2017 auf der Hauptbühne am Marktplatz zusammen mit Vertretern der regionalen Presse statt.



Fazit:

Reichweite von 30.000 Personen über Facebook innerhalb einer Woche, über 1000 Likes, aufgrund der großzügigen Gutscheine der Händler waren weitere 3 Gewinnerplätze zu verlosen. Zukünftig bessere Preisverteilung, so dass der erste Platz nicht alle Gutscheine im Gesamtwert von 1.000 Euro erhält. Eichsfeldtaler im Wert von 200€ für dein Heimat shoppen-Selfie Unter allen, die ein "Selfie" von sich und einer Heimatshoppen-Tasche auf ihrem Facebook-Account gepostet, verlor die Interessengemeinschaft 10x 20 „Eichsfeldtaler“ im Gesamtwert von 200€. Für die Teilnahme musste einfach der Link mit dem entsprechenden Post verschickt werden.



Sandstein-Schweinchen zählen

Ort: Wittlich

Initiator: Stadtmarketing Wittlich e.V.

Kontakt: Karsten Mathar, Geschäftsführer Stadtmarketing Wittlich

Konzept: In den Schaufenstern der teilnehmenden Wittlicher Gewerbetreibenden waren Sandstein-Schweine versteckt. Die Kunden mussten diese Schweinchen finden und zählen. Die Anzahl sollte auf einer Teilnehmerkarte vermerkt werden, um anschließend an einer Verlosung teilnehmen zu können.





It's Selfie-Time!

SIHK

Südwestfälische
Industrie- und Handelskammer
zu Hagen

Ort: Meinerzhagen

Initiator: Stadtmarketing Meinerzhagen e.V.

Kontakt: Stadtmarketing Meinerzhagen

Konzept: Ein Fotogeschäft in Meinerzhagen hatte eine Fotobox aufgestellt. Jeder Kunde, der in einem Meinerzhagener Heimat Shop an den Aktionstagen etwas kaufte, erhielt einen Gutschein für ein Selfie. Dadurch wurden die einzelnen Geschäfte miteinander verknüpft, der Kunde hatte einen eindeutigen Mehrwert bei seinem Einkauf und jede Menge Spaß mit der Fotobox.





Heimat shoppen - Ideenpool



Herscheider Stempelkarte



Ort: Herscheid

Initiator: Wir für Herscheid e.V.

Kontakt: Karin Schröder, Marketingverein „Wir für Herscheid e.V.“

Konzept: Die Unternehmer in Herscheid führten über die Aktionstage eine Stempelkarte ein, mit der die Besucher einen Warengutschein für einen der teilnehmenden Geschäfte gewinnen konnten. In den teilnehmenden Geschäften gab es verschiedene Angebote, um den Einkauf „Mit allen Sinnen erleben“ zu können. In einem Schuhgeschäft wurden beispielsweise Tastkartons aufgestellt, damit der Kunde verschiedene Untergründe testen konnte. Diese Marketingidee verschafft dem Kunden einen Vorteil, der den Fachhandel besonders auszeichnet. Außerdem enthielt die Herscheider Stempelkarte eine Kundenbefragung, um Wünsche und Anregungen zu sammeln. Der Kunde wurde dadurch motiviert, die Branchenvielfalt in Herscheid zu entdecken und konnte aktiv durch neue Vorschläge das Angebot in Herscheid mitgestalten.



Gewinnspiele



Gutscheinverlosung



Ort: Schalksmühle

Initiator: Stadtmarketing Schalksmühle e.V.

Kontakt: Tanja Wesnigk, Inhaberin floraloca

Konzept: Um die Geschäfte in Schalksmühle intensiver kennen zu lernen, hatte das Stadtmarketing eine Verlosung von Gutscheinen aus teilnehmenden Geschäften organisiert. Jeder mitmachende Kunde konnte sein Los in eine Los-Box werfen. Die Gewinner wurden in der Folgewoche im Rathaus gezogen. Außerdem wurden leerstehende Ladenlokale zur temporären Präsentation von Anbietern außerhalb der Innenstadt genutzt.

Link: <https://de-de.facebook.com/smsev/>

Auf „LOS“ geht´s los!

Teilnahmelos 13. und 14. September 2019



Stadtmarketing
Schalksmühle e.V.





„Heimat shoppen“ – Der verrückte Einkauf



- Ort: Kempen
- Initiator: Werbering Kempen e.V.
- Kontakt: Werbering Kempen e.V.
- Konzept: Es konnten in einem bestimmten Zeitraum für jeden Einkauf ein Stempel in den Geschäften und Gaststätten des Werbering Kempen e.V. gesammelt werden. Sobald die vier Stempelfelder ausgefüllt waren, konnten die Kunden diese Karte wieder in den Geschäften abgeben.
- Mit jeder ausgefüllten Karte nahmen die Kunden an der Auslosung am 29.08.2019 teil. Der Gewinner/die Gewinnerin durfte für ein Budget von 500 Euro in Kempen shoppen gehen. Dieses muss innerhalb von 2 Stunden in mindestens zehn teilnehmenden Geschäften auf den Cent genau ausgegeben werden. Sollte dies nicht gelingen, erlischt der Gewinn ... verrückter Einkauf!



Gastgeber Innenstadt





Das Heimat-shoppen-Rezept



Niederrheinische Industrie- und Handelskammer
Duisburg · Wesel · Kleve zu Duisburg

Ort: Dinslaken

Initiator: Citymanagement Dinslaken e.V.

Kontakt: Antje Van Craeynest, Citymanagement Dinslaken e.V.

Konzept: In Dinslaken wurde von den Händlern auf dem Wochenmarkt ein „Heimat shoppen-Rezept“ kreiert. Außerdem wurden auf dem Wochen- und Feierabendmarkt eigens entworfene Postkarten an die Kunden verteilt.



Rommersküchen – man isst sich durch...



IHK

Industrie- und Handelskammer
Mittlerer Niederrhein

- Ort: Rommerskirchen
- Initiator: Unternehmer in Rommerskirchen, Gemeinde Rommerskirchen
- Kontakt: Bele Hoppe, Wirtschaftsförderung
- Konzept: 1. Rommersfood-Festival mit dem Slogan „Rommersküchen – man isst sich durch“. Hierbei präsentieren sich die örtlichen Gastronomen auf dem Markt mit vielfältigen Angeboten von ihren Speisekarten und auch neuen Kreationen, die sie den Rommerskirchener Bürgerinnen und Bürgern und allen Gästen aus den naheliegenden Nachbarorten zum Probieren anbieten. Begleitet wird das 1. Rommersfood-Festival durch ein Rahmenprogramm mit kubanischem Flair.



FR., 8. SEPTEMBER AUF DEM MARKT 17-22 UHR 8.-9. SEPTEMBER

ROMMERSFOOD FESTIVAL
ROMMERSKÜCHEN – MAN ISST SICH DURCH...

Heimat shoppen
EINKAUFEN VOR ORT. MACHEN SIE MIT UND VERBESSERN DIE LEBENSQUALITÄT IN IHRER REGION.

Ihre Unternehmen in Rommerskirchen freuen sich auf Sie!
Mit freundlicher Unterstützung der Gemeinde Rommerskirchen.



JUNI VERKAUFSOFFENER SONNTAG 12-17 UHR

Ihre Unternehmen in Rommerskirchen freuen sich auf Sie!
Mit freundlicher Unterstützung der Gemeinde Rommerskirchen.

1. Brüggener Hobby-Grillmeisterschaft



IHK

Industrie- und Handelskammer
Mittlerer Niederrhein

Ort: Brüggen

Initiator: Werbering Brüggen e.V. und die
Gemeindeverwaltung Brüggen

Kontakt: Gabriele Seifert-Lieck, Werbering Brüggen

Konzept: Es findet am Heimat-shoppen Tag die erste
Brüggener Hobby-Grillmeisterschaft statt.
Ob Freunde, Nachbarschaften, Vereine, —
Teams von max. sechs Personen messen
am 9. September ihre Grillkünste auf dem
Kreuzherrenplatz.



Die Aufgabe: Aus einem
gestellten Warenkorb mit
den gleichen
Hauptzutaten soll ein
Drei-Gänge-Menü
gezaubert werden: 1.
„Brüggener Grillwurst“, 2.
„Porree & Fisch“, 3:
„Brüggener Sommer“.
Alle Zutaten kommen
natürlich aus Brüggen!



Drolshagen wird zur Genussmeile

The logo for IHK Siegen, featuring the letters "IHK" in white on a blue background, followed by the word "Siegen" in black on a white background.

IHK Siegen

- Ort: Stadt Drolshagen
- Initiator: Aktionsgemeinschaft Drolshagen e.V.
- Kontakt: Dr. Christian Kirchhoff, Vorstandsmitglied
- Konzept: Am Freitag, 7. September, hat sich Drolshagen von 10 bis 19 Uhr in eine Genussmeile verwandelt. Auf die Kunden warteten in allen teilnehmenden Ladenlokalen kulinarische Überraschungen. Die Aktion stand unter dem Motto „probieren und genießen“ bei einem Spaziergang durch Drolshagen. Mit Hilfe von Flyern, die als Laufzettel dienten, bestritten die Kunden ihren Spaziergang durch die Innenstadt. Zudem konnten die Kunden an einem Gewinnspiel teilnehmen und mehrere 50-Euro-Gutscheine der Aktionsgemeinschaft Drolshagen e.V. gewinnen.





1. Lüdenscheider Wochenmarkt-Frühstück

SIHK

Südwestfälische
Industrie- und Handelskammer
zu Hagen

Ort: Lüdenscheid

Initiator: Lüdenscheider Stadtmarketing GmbH / IG Wochenmarkt

Kontakt: Isabell Großheim, Lüdenscheider Stadtmarketing

Konzept: In mehreren Städten beteiligten sich auch die Wochenmarkthändler an den Aktionstagen. In Lüdenscheid fand beispielsweise ein „Marktfrühstück“ statt. In einem Zelt auf dem Rathausplatz konnte man zwischen 10 und 12 Uhr nach Herzenslust am Frühstücksbuffet schlemmen. Viele der angebotenen Produkte stammten dabei von den Markthändlern selbst. Für nur 5 Euro konnten die Marktbesucher nach ihrem Einkauf dann Herzhaftes und Süßes, Kaffee und Säfte genießen. Durch die Aktion wurde die regionale Warenvielfalt verdeutlicht und die Kundenbindung für den Wochenmarkt gestärkt.



Der rote Teppich wird ausgerollt

IHK Siegen

- Ort: Stadt Hilchenbach
- Initiator: Hilchenbacher Unternehmer gemeinsam mit dem Stadtmarketing-Team
- Kontakt: Kyrillos Kaioglidis, Stabsstelle Stadtmarketing, Tourismus, Wirtschaftsförderung
- Konzept: Viele Meter roter Teppich rollten die 34 teilnehmenden Geschäfte und Dienstleister der Kundschaft aus und luden sie zum Einkauf in den Läden vor Ort ein. Damit symbolisierten sie ausdrucksstark die Bedeutung des stationären Einzelhandels.

Zahlreiche Händler haben besondere Angebote und Rabattaktionen vorbereitet. Diese hat die Stadt Hilchenbach in einem gemeinsamen Faltblatt zusammengefasst, das Interessierte bei den beteiligten Händlern sowie im Rathaus erhalten oder sich auf der städtischen Website herunterladen können.





Moonlight Shopping auf der Gourmet-Meile Werdohl

SIHK

Südwestfälische
Industrie- und Handelskammer
zu Hagen



Ort: Werdohl

Initiator: Werdohl Marketing GmbH

Kontakt: Andreas Haubrachs, Claas Marienhagen
(Werdohl Marketing GmbH)

Konzept: In Werdohl wurden die Shoppingzeiten bis 22 Uhr verlängert. Zusätzlich wurden die Geschäfte zur ‚Gourmet-Meile Werdohl‘. In den Geschäften der Einzelhändler kamen die Besucher in den Genuss von kostenlosen und vor allem köstlichen Canapés und Fingerfood. Selbstverständlich wurden zu den Speisen auch diverse Getränke gereicht.

Link: <https://www.werdohl-marketing.de/startseite.html>

Heimat shoppen in Werdohl



13.09. Bauernmarkt



Uhrzeit: 10:00-18:00 Uhr
Ort: Brüninghaus-Platz
Programm: Regionale Selbsterzeuger präsentieren Ihre Produkte in der Werdohler Innenstadt!

27.09. Werdohler Genuss-Meile



Uhrzeit: 18:00-22:00 Uhr
Ort: Werdohler Innenstadt
Programm: **Moonlight Shopping tritt Kulinarik:**
Lokale Einzelhändler laden zum Schmausen und langem Shoppen in der Innenstadt ein!

Mit finanzieller Unterstützung von



Gastgeber Innenstadt



„Heimat shoppen“ – Musik für den guten Zweck



- Ort:** Nettetal
- Initiator:** Werberinge Kaldenkirchen, Lobberich und Breyell
- Kontakt:** Lobbericher Werbering e. V.
- Konzept:** Der Werbering Lobberich sorgte am Freitagabend ab 19 Uhr für eine unterhaltsame Feierabendlaune, denn da spielt „ups- die band“ bekannte Rock-, Pop- und Blues-Songs mitten im Einkaufsbereich Ecke Hochstraße/Von-Bocholtz-Straße. Bei Getränken und Würstchen konnten alle gemeinsam feiern und ins Gespräch kommen.
- Die Einnahmen des Abends werden wieder, wie bereits in den Vorjahren, an die Lobbericher Kindergärten gespendet.



Heimat shoppen

ups- die band
Freitag 19.00 Uhr
Friedhofstraße Lobberich
Sponsor: Werbering Lobberich

Tolle Aktionen und viele Überraschungen in Nettetaler Geschäften!

ca. 50 Gläserespäter
„unplugged“
Schwalmtalzapfen
Samstag 16.00 Uhr
Friedhofstraße Lobberich

Der Einzelhandel in Nettetal rollt am 13.+14. September 2019 den roten Teppich für Sie aus!

An diesen Tagen können Sie mit Ihrer NetteCard punkten. Es gibt 10x25 € Guthaben zu gewinnen!

Das gemeinsame Aktiv von: KALDENKIRCHEN AKTIV, Lobbericher Werbering, netteCARD, Untertan durch, Nettetal

Vereine unterstützen





„We Love Vereine“



Ort: Stadt Hilchenbach

Initiator: Hilchenbacher Unternehmer gemeinsam mit dem Stadtmarketing-Team

Kontakt: Kyrillos Kaioglidis, Stabsstelle Stadtmarketing, Tourismus, Wirtschaftsförderung

Konzept: Die gewerbliche Wirtschaft leistet mehr als nur die reine Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen. Sie sichert Arbeits- und Ausbildungsplätze. Darüber hinaus unterstützen örtliche Händler, Dienstleister und Gastronomen durch ehrenamtliche oder finanzielle Leistungen örtliche Vereine. Ein Engagement, das häufig übersehen wird.

Ziel des Aktionstages war es daher auch, die Bedeutung lokaler Einzelhändler, Gastronomen und Dienstleister für die Stadt, herauszustellen. Denn sie alle leisten einen wichtigen Beitrag zu mehr Lebensqualität. Daher stand die Kampagne „We love Vereine“ dieses Jahr bei den Aktionstagen zu „Heimat shoppen“ im Mittelpunkt.

The postcard features the title "WE ♥ VEREINE" in large, bold letters. Below it, the text reads: "Mit Ihrem Einkauf beim örtlichen Einzelhändler unterstützen Sie die folgenden Vereine:". A grid of 15 logos for various local clubs and organizations is displayed, including "Stadtorchester Hilchenbach", "125 Jahre TV Alleenbach", "TUS 1905", "Aktionring Hilchenbach", and "Bürgerverein Hilchenbach e.V.". At the bottom, it says "... SOWIE VIELE WEITERE ORTS- UND HEIMATVEREINE, FÖRDERVEREINE UND FEUERWEHRGRUPPEN IM HILCHENBACHER STADTGEBIET." and "Freitag 8. + Samstag 9. September 2017". Logos for "Heimat shoppen" and "Aktionring Hilchenbach" are also present.



Vereine unterstützen



Basketballer auf dem Feierabendmarkt

SIHK

Südwestfälische
Industrie- und Handelskammer
zu Hagen

Ort: Schwelm

Initiator: Werbegemeinschaft Schwelm/ EN Baskets

Kontakt: Werbegemeinschaft Schwelm, Daniela Weithe

Konzept: Gemeinsam für Schwelm haben die Basketballer der EN-Baskets sich mit der Werbegemeinschaft auf dem Feierabendmarkt präsentiert. Baskets-Geschäftsführer. Dadurch zeigten beide Seiten die Bedeutung von Partnerschaft und gegenseitiger Unterstützung auf.



Vereine unterstützen



Handel für den Verein – Verein für den Handel

Ort: Stadt Lennestadt, Stadtteil Altenhudem

Initiator: Aktionsring Altenhudem e.V.

Kontakt: Andreas Cordes, Vorstandsmitglied

Konzept: „Heimat shoppen“ unterstützt Veranstaltungen, Vereine und Initiativen. Das ist einer der „sechs guten Gründe“. Da diese Verbindung nicht immer direkt ersichtlich ist, nutzte der Aktionsring Altenhudem die Aktionstage, um seine Kunden hierauf aufmerksam zu machen.

Stellvertretend für die vielen Vereine vor Ort war am Samstag, 8. September, ab 14 Uhr der FC Lennestadt am Marktplatz zu Gast. Eingebettet in ein buntes Rahmenprogramm fand unter anderem ein Showtraining der Jugendabteilung und des FC La/Ki gegen die erste Mannschaft statt.



Vereine unterstützen

Tag der Vereine in Prüm

IHK Trier

Ort: Prüm

Initiator: PRÜM eifelstark - Stadtmarketing und Gewerbeverein e.V.

Kontakt: Christine Kausen, Vorsitzende

Konzept: Lokale Vereine stellten sich an Info- und Mitmach-Ständen in der Haupteinkaufsstraße vor. Dazu gab es Live-Musik in und um die Geschäfte sowie verschiedene Darbietungen der einzelnen Vereine an verschiedenen „Hotspots“ vor den Geschäften.



Vereine unterstützen

A hand is shown reaching out from the left side of the frame, touching a blue, textured surface that resembles a curtain or fabric. The hand is positioned in the upper-middle part of the image. A white rectangular text box is overlaid on the image, containing the text "Ware erleben" in a dark blue, sans-serif font. The background is a solid blue color with a subtle, vertical, wavy texture.

Ware erleben



Trend-Schau in Viersen



IHK

Industrie- und Handelskammer
Mittlerer Niederrhein

Ort: Viersen

Initiator: Citymanagement der Stadt Viersen und der Werbering Viersen aktiv e.V.

Kontakt: Susanne Laurenz, Citymanagement Viersen

Konzept: Modenschau kann jeder – doch die Trend-Schau in der Rathausgasse in der Viersener Fußgängerzone setzte auf neue Ideen. Das Citymanagement der Stadt Viersen und der Werbering Viersen aktiv hatten dazu am Samstag, 8. September 2018, eingeladen. Fast 30 Einzelhändler und Firmen aus Viersen, Süchteln und Dülken hatten sich zusammengeschlossen und einen roten Teppich auf der Rathausgasse ausgerollt, um ihre Produkte zu präsentieren. Die 50 Meter in Rot waren Präsentationsfläche für Bücher, Tanz, Blumen, Gesang, Kleidung, Schuhe, Koffer, Taschen, Schmuck, Tierzubehör – für die bunte Vielfalt eben, die es in Viersens Einkaufs- und Erlebnisszene zu entdecken galt. Begleitet wurde die Trend-Schau von einem Ausschank einer ortsansässigen Brauerei und einer Feldküche, die ein saisonales Gericht



Bilder: Ute Gabriel Fotografie

Ware erleben



Materialausstellung

SIHK

Südwestfälische
Industrie- und Handelskammer
zu Hagen

Ort: Hagen

Initiator: Wollstudio Rosemann

Kontakt: Monika Rosemann, Inhaberin des Wollstudios

Konzept: Zu der jeweiligen Wolle gab es umfangreiche Informationen und das Rohprodukt zum Anfassen.



Ware erleben

Modenschau2Go!

SIHK

Südwestfälische
Industrie- und Handelskammer
zu Hagen

- Ort: Menden-Lendringsen
- Initiator: Textilhaus Josef Wortmann Inh. Thomas Wortmann
- Kontakt: Thomas Wortmann, Inhaber des Textilgeschäftes
- Konzept: Mit seinen Models zog der Inhaber des Textilgeschäftes mit mobiler Lautsprecheranlage durch die Einkaufsstraße und stellte die aktuelle Ware vor.

*Ware erleben*

A close-up photograph of a set of keys on a wooden surface. The keys are silver and include a car key with a remote. A wooden keychain shaped like a house with a window is attached to the keys. The text "Identität stärken" is overlaid on the image in a semi-transparent white box.

Identität stärken

Wir sind Halver!

SIHK

Südwestfälische
Industrie- und Handelskammer
zu Hagen

Ort: Halver

Initiator: Stadtmarketing für Halver

Kontakt: www.kaufhaus-halver.de

Konzept: Anlässlich der Aktionstage Heimat shoppen hat der Stadtmarketingverein für Halver überall in der Stadt Plakate verteilt. Dort werden 30 Unternehmer aus Einzelhandel, Dienstleistung, Handwerk und Gastronomie unter dem Motto „Wir sind Halver“ vorgestellt. „Die Halveraner möchten hiermit zeigen, dass man im Ort bei familiengeführten Fachgeschäften einkauft, die alle noch Namen und Gesichter haben.“, so Olaf Panne vom Stadtmarketing. Weil die Plakate gut ankommen, bleiben sie noch bis zum großen Innenstadtevent „Halveraner Herbst- und Bauernmarkt“ am 27.09.2015 hängen. Eine Übersicht, welche Branchen in Halver wo zu finden sind, gibt es im „Kaufhaus Halver“.



Identität stärken



Wir sind Heimat!



Ort: Stadt Bad Laasphe

Initiator: Werbegemeinschaft Pro Bad Laasphe e.V. gemeinsam mit der TKS Tourismus Bad Laasphe

Kontakt: <http://www.pro-bad-laasphe.de/>

Konzept: Am Rande des Rothaargebirges machte auch die Werbegemeinschaft Pro Bad Laasphe e.V. auf ihren Einzelhandelsstandort aufmerksam. An den beiden Aktionstagen von „Heimat shoppen“ wurden beispielsweise Leerstände belebt. So wurden in einem leerstehenden Ladengeschäft zwei große Schaufensterfolien aufgeklebt, auf denen alle Händler der Lahnstadt mit Foto und Logo abgebildet waren. Unter dem Slogan „Wir sind Heimat“ zeigte Pro Bad Laasphe, welche Geschäfte es vor Ort gibt. Übrigens: Mitten in der Ortsmitte warb ein Großbanner mit demselben Inhalt ebenfalls für die Aktion. Ein weiterer Leerstand wurde mit einem Einkaufswagen bestückt. In diesem Wagen wurden Produkte aller Händler ausgestellt, um die Vielfalt aus dem örtlichen Handel zu zeigen – selbstverständlich flankiert von den typischen „Heimat-shoppen“-Werbematerialien. Darüber hinaus hatte die Werbegemeinschaft in der ganzen Stadt Bodenaufkleber aufgebracht, auf denen die Kunden sprichwörtlich über die Logos der teilnehmenden Geschäfte und das lokale Motto für die beiden Aktionstage stolperten.



Identität stärken



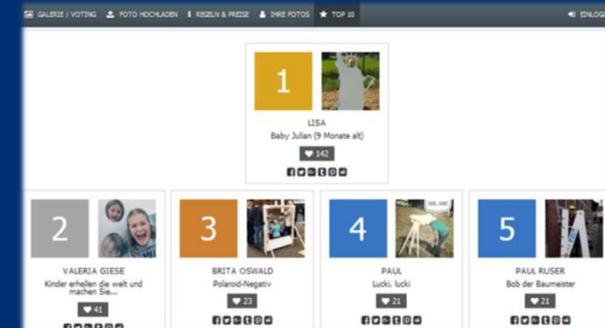
Heimat shoppen - Ideenpool



Fotowettbewerb



- Ort: Salzhausen (Niedersachsen, LK Harburg)
- Initiator: Verkehrs- und Kulturverein Salzhausen
- Kontakt: Verkehrs- und Kulturverein Salzhausen
- Konzept: Fotowettbewerb: Große Motiv-Objekte an 16 Standorte. Online-Abstimmung über die Seite des „White Selfie Sunday“. Gewinner erhielten Preise.



Identität stärken



Kauf da ein, wo Du wohnst



Ort: Bottrop

Initiator: Werbegemeinschaften und Wirtschaftsförderung
Bottrop

Kontakt: Sara Kreipe, Wirtschaftsförderung

Konzept: Das Motto lautet: Kauf da ein, wo du lebst!
Innenstadtkräfte bieten über den Samstag verschiedene Events an, wie Bobbycar-Führerschein für Kinder, Popcorn- und Waffel-Ausgabe, Probieraktionen, Modenschauen, Hüpfburg für Kinder, ein örtlicher Malerbetrieb bemalt mit Kindern einen Bauzaun, Walking-Acts, im Anschluss am Heimat shoppen ab 18:00 Uhr Bühne mit Live-Musik



© WAZ Bottrop



Heimat shoppen - Ideenpool



Aktionspaket für jedes Alter



Ort: Damme

Initiator: Dammer HGV

Kontakt: Herr Hillenhirchs

Konzept: Gewinnspiel, Malwettbewerb, Ausbildungsbörse und Blick hinter die Kulissen: Für Kindergärten und Grundschulen fand ein Malwettbewerb statt. Schüler konnten sich auf einer Ausbildungsplatzbörse über mögliche zukünftige Arbeitgeber informieren. Jeder interessierte Kunde hatte an den beiden Tagen die Chance einen Blick hinter die Kulissen seines „Lieblings-Heimatshops“ zu werfen. Zusätzlich gab es ein Gewinnspiel um noch 50 € Einkaufsgutscheine

„Heimat shoppen“: Persönlich, ortsnah, kompetent

Dammer Kaufleute nehmen Freitag und Samstag und landesweiter IHK-Aktion teil / Freitag Ausbildungsbörse / Gewinnspiel

Damme Freitag (8. September) und Samstag (9. September) finden in Damme die Aktionen „Heimat shoppen“ statt. „Heimat shoppen“ ist eine Imagekampagne für den lokalen städtischen Handel und die ihm zugehörige gewerbliche Wirtschaft. Sie soll darauf aufmerksam machen, wie wichtig die lokale Wirtschaft für die Lebensqualität und Lebensqualität in Städten und Gemeinden ist. Denn aktuell erlegt der Einzelhandel massive Strukturveränderungen. Vor allem der Online-Handel hat das Einkaufsverhalten grundlegend verändert.

An den zwei Tagen führen die Mitglieder des Dammer HGV vor Ort erlebnisreiche Aktionen für die Kunden und Passanten durch. Damit haben die Kunden sowohl

Aktionen, Verlosungen und Infos von Firmen und Geschäften.

Zwei Heimatshopper, die auch Spaß daran haben: Katha Becker (41) und Tochter Helina (11) können gerne in die Buchhandlung von Anne

„Blick hinter die Kulissen“: Die Dammer Einzelhandelsgeschäfte organisieren für interessierte Heimat-Shopper den Blick hinter die Kulissen. In und alle Bürger eingeladen, sich in den Bereichen der Dammer Innenstadt zu informieren. Damme hat einen starken und unverwechselbaren Einzelhandel. Viele inhabergeführte Geschäfte bieten den Kundinnen und Kunden ein unverwechselbares Angebot, das so bei großen Filialisten nicht zu finden ist.

Wir suchen den Heimat-Shopper: Attraktives Gewinnspiel für Heimat-Shopper in allen

einem direkten als auch indirekten Vorteil. Das persönliche Einkaufserlebnis einerseits sowie den Erhalt eines attraktiven Zentrums mit geschichtlichen Leben andererseits. „Eine lebendige Einzelhandels mit einem hohen Stellenwert ist die Quelle für eine attraktive Stadt mit Lebensqualität“ besagt die Vorkonzepte Michael Rückert.

Mit der Aktion „Heimat shoppen“ machen wir auf die Bedeutung von lokalen Händlern, Gewerbetreibenden und Dienstleistern aufmerksam. Denn die örtlichen Betriebe versorgen uns nicht nur mit Waren und Dienstleistungen. Durch ihr Engagement werden unsere Städte und Gemeinden erst lebendig und attraktiv. Mit ihrem positiven Einkauf tragen

Stützpunkt bei der Lebensqualität in ihrer Stadt oder Gemeinde zu erhalten“, sagt der HGV-Vorsitzende. Ziel der Aktionen, die im Rahmen von „Heimat shoppen“ angeboten werden, ist es, die Bedeutung lokaler Unternehmen für Damme herauszuheben. Für Bewohner und Kunden gestalten durch den Einkauf vor Ort ihr Lebensumfeld mit.

Der Dammer HGV organisiert an den „Heimat-Shoppen-Tagen“ folgende Aktionen für Heimatshopper:

Arbeiten in der Region: Lokale Unternehmen stellen sich als Arbeitgeber vor.

Malwettbewerb: Der HGV Damme veranstaltet einen Malwettbewerb für Kinder und Jugendliche. Die Gewinner erhalten ein Preisgeld von 50 €.

„Blick hinter die Kulissen“: Die Dammer Einzelhandelsgeschäfte organisieren für interessierte Heimat-Shopper den Blick hinter die Kulissen. In und alle Bürger eingeladen, sich in den Bereichen der Dammer Innenstadt zu informieren. Damme hat einen starken und unverwechselbaren Einzelhandel. Viele inhabergeführte Geschäfte bieten den Kundinnen und Kunden ein unverwechselbares Angebot, das so bei großen Filialisten nicht zu finden ist.

Mal-Wettbewerb: Der HGV Damme veranstaltet einen Malwettbewerb für Kinder und Jugendliche. Die Gewinner erhalten ein Preisgeld von 50 €.

„Blick hinter die Kulissen“: Die Dammer Einzelhandelsgeschäfte organisieren für interessierte Heimat-Shopper den Blick hinter die Kulissen. In und alle Bürger eingeladen, sich in den Bereichen der Dammer Innenstadt zu informieren. Damme hat einen starken und unverwechselbaren Einzelhandel. Viele inhabergeführte Geschäfte bieten den Kundinnen und Kunden ein unverwechselbares Angebot, das so bei großen Filialisten nicht zu finden ist.

Wir suchen den Heimat-Shopper: Attraktives Gewinnspiel für Heimat-Shopper in allen

Machen Sie mit!
Der HGV Damme verlost **10 x 50 € Einkaufsgeld** in Form eines HGV-Gutscheins

Heimat-Shopper: Werner Schäfer (70) setzt auf die Region. Er kauft nur Dinge im Internet, die es in Damme nicht gibt. „Sonnig kaufe ich hier alles.“

Heimat erleben! makelano
Neue Editionen für Sie und Ihre

mode arlinghaus.

Größe: Größe 38 - Damme - Telefon: 04471 210 30 - www.mode-arlinghaus.de

Identität stärken



Stadtführung mit „Hettwich vom Himmelsberg“

IHK Siegen

Ort: Stadt Attendorn

Initiator: Werbegemeinschaft in Kooperation mit der Wirtschaftsförderung

Kontakt: Ronja Wockel, Stadtteilmanagement und Demographie

Konzept: HETTWICHS EXKLUSIVE SHOPPING-TIPPS: „Heimat-Shopper erkennt man in Attendorn an ihren dreckigen Schuhen“, erklärte „Hettwich vom Himmelsberg“ mit einem Augenzwinkern in Richtung Baustellen. Sie kennt sich aus in Attendorn – vor allem in der Attendorner Geschäftswelt – und führte die Teilnehmer zu besonderen Orten und Plätzen in der Innenstadt. Die Teilnehmer wurden gerade auch zu Geschäften geführt, die nicht an der Haupteinkaufsstraße liegen. Mit exklusiven Shopping-Tipps, Anekdoten und Lebensweisheiten im Gepäck bot sie am Morgen des 9. September 2017 eine besondere Stadtführung an. Auf dem Weg durch die Innenstadt erwarteten die Teilnehmer außerdem kleine Snacks und Getränke zur Stärkung.

Karten zum reduzierten Preis von 5,00 € pro Person gab es im Bürgerbüro Attendorn und in der Tourist-Information am Rathaus. Für Kinder bis 13 Jahre gab es gegen Vorlage eines Altersnachweises Freikarten.



Identität stärken



Shoppern in Hilchenbach – früher und heute

IHK Siegen

- Ort: Stadt Hilchenbach
- Initiator: Hilchenbacher Unternehmer gemeinsam mit dem Stadtmarketing-Team
- Kontakt: Nina Ehrler, Stabsstelle Stadtmarketing, Tourismus, Wirtschaftsförderung
- Konzept: An den Aktionstagen lud „Fuhrmann Friedrich“ die Kunden auf eine Zeitreise durch die Hilchenbacher Handelswelt ein. Waren, Märkte, Menschen – „Fuhrmann Friedrich“ plauderte aus der „Reisetasche“. Bei der Stadtführung zum Thema „Shoppern in Hilchenbach – früher und heute“ wurden nicht nur die ortsansässigen Geschäfte besucht, sondern auch spannende Anekdoten von den Ladenbesitzern zum Besten gegeben. Die Stadtführung war kostenfrei. Die Stadt Hilchenbach hat nur um eine Anmeldung über die Touristik-Information gebeten.



Identität stärken



Mitmachaktion #lieblingsplatziserlohn

SIHK

Südwestfälische
Industrie- und Handelskammer
zu Hagen

Ort: Iserlohn

Initiator: Werbegemeinschaft Iserlohn

Kontakt: Sandra Oligmüller,
Inhaberin Juwelier Carl Ruchser

Konzept: Die Werbegemeinschaft Iserlohn wollte mit der Mitmachaktion #lieblingsplatziserlohn die Identifikation der Iserlohner mit ihrer Innenstadt stärken. Bunt lackierte Stühle mit einem Selfie-Bord mit der Aufschrift #lieblingsplatziserlohn wurden an diversen Punkten in der Innenstadt und in Geschäften aufgestellt, sodass sich die Besucher an ihrem Lieblingsplatz fotografieren konnten und dieses auf den Social-Media-Kanälen verlinken. Weitere Angebote an Speisen und Getränken, Live-Musik und eine Hüpfburg in der Innenstadt rundeten die Aktion ab.

Link: <http://wergemeinschaft-iserlohn.de/>



Identität stärken



Einkaufen in Hohenlimburg - Ein löwenstarkes Erlebnis!

SIHK

Südwestfälische
Industrie- und Handelskammer
zu Hagen

Ort: Hagen-Hohenlimburg

Initiator: Quartiersmanagement Hohenlimburg

Kontakt: Quartiersmanager Frank Manfrahs

Konzept: Das Hohenlimburger Wappentier, der „Hohenlimburger Löwe“ wurde in den Mittelpunkt der Händleraktionen gestellt. Die an der Aktion teilnehmenden Geschäfte haben sich Aktionen ausgedacht, die darauf ausgerichtet waren, der Kundschaft einen löwenstarken Tag in der Hohenlimburger Innenstadt zu bieten. Die Aktionen haben jeweils den Löwen aufgegriffen. Abgerundet wurde das Ganze durch ein Löwenmaskottchen, eine Malaktion, bei der eine große Löwenskulptur von Kindern in einem Geschäft bemalt wurde und einem Gewinnspiel mit löwenstarken Preisen.

Link: <https://de-de.facebook.com/QMHohenlimburg/>



„Heimat shoppen“- Ich bin Heimat Shopper, weil...



- Ort: Meerbusch
- Initiator: Stadtmarketing Meerbusch
- Kontakt: Alexandra Schellhorn, Stadt Meerbusch
- Konzept: Der 54-jährige Burkhardt Schmigowski aus Büderich ist das neue Gesicht der Aktion „Heimat shoppen“ in diesem Jahr in Meerbusch. Überzeugt hat er mit Spruch und Fahrrad.

Die Rheinische Post und das Stadtmarketing Meerbusch suchen besonders witzige Sprüche zum „Heimat shoppen“. Das Foto des Gewinners prangt dann auf allen Bushaltestellen. Auch in diesem Jahr haben sich wieder viele Meerbuscher an dem kleinen Wettbewerb beteiligt und den Satz „Ich bin Heimtshopper, weil...“ vervollständigt. Gewonnen hat der Spruch: „Weil ich mit meinem Chopper zum Shoppen fahre“. Sein Chopper: ein selbst gebautes Pedelec-Rad.



**Umwelt schonen,
regional handeln**





Vorratsdose Schwalmtaler Luft



IHK

Industrie- und Handelskammer
Mittlerer Niederrhein

Ort: Brüggen

Initiator: Gewerbeverein Schwalmthal e.V.

Kontakt: Paul Lentzen, Gewerbeverein Schwalmthal e.V.

Konzept: In Schwalmthal warb der Gewerbeverein mit riesigen Vorratsdosen Schwalmtaler Luft für den Einkauf in der eigenen Region. Die dem Gewerbeverein angehörenden Geschäftsleute fielen durch die großen blauen Tonnen vor den Eingängen auf und zahlreiche Kunden gingen mit ihren Einkäufen in den "Ich bin Heimat-Shopper-Tüten" aus den Geschäften. Die Idee mit der Schwalmtaler Luft kam durch das Motto 'Heimat shoppen - mit allen Sinnen erleben'.



Umwelt schonen, regional handeln



Regionale Markthalle



Ort: Walsrode (Niedersachsen, LK Heidekreis)
 Initiator: Stadtmarketing Walsrode
 Kontakt: Stadtmarketing Walsrode
 Konzept: Regionale Markthalle in einem Leerstand in der Innenstadt. Zudem GPS-Rally durch die Geschäfte mit Gewinnspiel und Postkarten-Aktion.



Umwelt schonen, regional handeln



Nachhaltigkeitscontest



Ort: Wuppertal

Initiator: City-Arkaden (ECE-Shopping-Center)

Kontakt: Centermanagement City-Arkaden

Konzept: Die City-Arkaden haben zum HS-Aktionstag einen Nachhaltigkeitscontest ausgerufen. Die HS-Familie, die von der IHK ausgewählt wurde, erhält zu Weihnachten einen 1.000 Euro-Center-Gutschein, wenn es ihr gelingt, bis Weihnachten nur in Wuppertal einzukaufen. Also kein Internet-Kauf, kein Kauf in den Metropolen in der Nähe. Das fördert nicht nur die Unternehmen vor Ort sondern vermindert auch Emissionen durch Lieferverkehre und Einkaufsfahrten. Vorteil ist die Kommunikation der HS-Idee und des Nachhaltigkeitsgedankens über den HS-Aktionstag hinaus. Die laufende Berichterstattung der Familie und der spätere Austausch über die positiven Erfahrungen und Herausforderungen können auch noch Anfang 2019 ausgewertet und medial kommuniziert werden.





„Heimat shoppen“ – Nachhaltigkeit



Ort: Dormagen

Initiator: CityOffensive Dormagen, Stadtmarketing- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft Dormagen

Kontakt: Stadtmarketing- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft Dormagen

Konzept: Gemeinsam mit starken Partnern setzen CiDo und die Stadtmarketing- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft Dormagen (SWD) bei der diesjährigen, fünften „Heimatshoppen“-Auflage den Akzent auf Nachhaltigkeit. Einkaufen vor Ort bedeutet auch weniger Energieverbrauch und weniger Schadstoffausstoß. Und in Dormagen ab sofort auch weniger Verpackungsmüll – zum Beispiel auf dem Wochenmarkt, wo die gute alte dreieckige Papiertüte aus Omas Zeiten ein Comeback feiert. In Absprache mit den Marktbesckern wird weitestgehend auf Plastiktüten verzichtet. Die Kunden werden aufgefordert, im Sinne des Umweltschutzes eigene Körbe, Dosen oder Beutel mitzubringen. Vorreiter in Sachen Gastronomie sind zwei Cafés in der Innenstadt, in denen zukünftig im Einwegbereich Schälchen, Becher oder Löffel aus nachwachsenden Rohstoffen wie Mais oder Bambus verwendet werden, die biologisch abbaubar sind.



Umwelt schonen, regional handeln