



## Presseinformation

14. September 2016

### **Heimat shoppen im zweiten Jahr ein voller Erfolg** **Duisburger Händler bewerten die Aktion positiv und wollen Fortsetzung**

Ergebnis einer Blitzumfrage der IHK

**Von Emmerich bis Duisburg hat der Einzelhandel am 9. und 10. September zum zweiten Mal seine Kunden zum „Heimat shoppen“ in die Innenstädte und Stadtteilzentren eingeladen. 54 Werbegemeinschaften am gesamten Niederrhein beteiligten sich an den Aktionstagen. In Duisburg wurde für die Kunden der rote Teppich ausgerollt und eine erfolgreiche Spendenaktion für das Kinderhospiz durchgeführt. Eine Blitzumfrage der Niederrheinischen Industrie- und Handelskammer Duisburg-Wesel-Kleve zeigt, dass die teilnehmenden Werbegemeinschaften sehr zufrieden mit der Aktion sind.**

Zahlreiche Aktionen boten die Werbegemeinschaften und Händler am Niederrhein am Wochenende an, um die Kunden von der Leistungsfähigkeit des Handels zu überzeugen. Im Duisburger Wallquartier boten die Händler ihren Kunden Waffeln und selbstgemachte Limonade gegen eine Spende für das Kinderhospiz an. In Dinslaken begeisterte ein überdimensionales, 10 Meter großes, Bodenmotiv des Heimat shoppen-Logos. In vielen Städten fanden Aktionen für Kinder statt, es gab Gewinnspiele und es wurden kleine Give-Aways und Geschenke an die Kunden verteilt. Sowohl in Alpen als auch im Duisburger Wallquartier gelangte man über rote Teppiche in die Geschäfte. Wesel und Voerde-Möllen befragte die Kunden nach ihrer Meinung zum Einkauf in der Stadt und in Geldern

wurden Rosen mit dem Aufkleber „Schön, dass Sie da sind“ verteilt.

Unterstützt wurde das Projekt von der Sparkasse Duisburg sowie dem Handelsverband NRW – Niederrhein e.V. „Unsere Sparkasse versteht sich als wichtiger und verlässlicher Partner des Einzelhandels. Deshalb unterstützen wir diese Aktion und tragen dazu bei, den Einzelhandel in unserem Geschäftsgebiet Duisburg und Kamp-Lintfort zu stärken“, so Andreas Vanek, Pressesprecher der Sparkasse Duisburg.

In einer Blitzumfrage zeigten sich die Werbegemeinschaften mit der Aktion sehr zufrieden. Zwei Drittel werteten die Aktion als gut oder sehr gut; das übrige Drittel vergibt die Schulnote „befriedigend“. Positiv äußerte sich auch der für Duisburg und den Kreis Wesel zuständige Handelsverbandschef Wilhelm Bommann, der die Kampagne unterstützt: „Die Aktion ist eine Leistungsschau des stationären Handels. Gleichzeitig gelingt es uns, dem Kunden die Bedeutung des Handels für die eigene Lebensqualität vor Augen zu führen“.

Wie die Aktion im kommenden Jahr fortgesetzt wird, soll zusammen mit den teilnehmenden Werbegemeinschaften demnächst entschieden werden. „Unser Erfolg ist, dass sich die Marke „Heimat shoppen“ hier am Niederrhein etabliert hat. Das Logo wird schon ganzjährig genutzt, um auf die Stärken des Handels aufmerksam zu machen“, so Alisa Hellmann, zuständige Projektkoordinatorin bei der Niederrheinischen IHK.

Weitere Shopping-Highlights vom Niederrhein sowie Impressionen von den Aktionstagen in Foto und Film unter [www.facebook.com/heimatshoppenamniederrhein](http://www.facebook.com/heimatshoppenamniederrhein).