



Martin Bang, Geschäftsführer von Wuppertal Marketing, mit der Heimat-Shopper-Tüte. Die Händler wollen ihre Kunden am 7. und 8. September mit besonderen Angeboten überraschen. Foto: Stefan Fries

Heimat shoppen: Alles kommt in die bunte Tüte

Die Aktion von WZ und Bergischer IHK startet am 7. und 8. September. 120 Händler haben ihre Teilnahme zugesagt.

Von Andreas Boller

Die Bergische IHK und die Westdeutsche Zeitung suchen eine Familie, die ausgestattet mit einem Einkaufsgutschein von 1000 Euro im lokalen Einzelhandel einkaufen gehen möchte. Der Startschuss fällt an den Heimat-Shoppen-Aktionstagen am 7. und 8. September. An beiden Tagen will sich der Wuppertaler Einzelhandel in seiner ganzen Vielfalt präsentieren. Mehr als 120 Einzelhändler in Elberfeld, Barmen, Ronsdorf, Cronenberg und Vohwinkel haben bereits ihre Teilnahme an den Aktionstagen zugesagt.

Erkennungszeichen ist das Heimat-Shoppen-Logo in den Schaufenstern der Geschäfte.

**Heimat
shoppen**

Die Händler werden ihre Kunden mit besonderen Angeboten überraschen. Ein weiteres Erkennungszeichen ist die Heimat-Shoppen-Einkaufstüte, mit der sich die Käufer zum lokalen Einzelhandel bekennen können. Dafür gibt es gute Gründe:

Ein funktionsfähiger lokaler Einzelhandel ist wichtig für die Lebendigkeit einer Stadt. Der Einzelhandel schafft Arbeitsplätze, bildet junge Menschen aus.

Sind Sie gut gelaunte Einkäufer und können sich vorstellen, mit der Familie von September bis Weihnachten in regelmäßigen Abständen bei Facebook ihre Erlebnisse zu posten?

Die Anmeldung ist im Internet möglich:

heimat-shoppen-wuppertal.de

Drei Fragen an ...

Martin Bang, Geschäftsführer von Wuppertal Marketing, über die Bedeutung der Aktion „Heimat shoppen“.

Herr Bang, wie kam es zur Beteiligung von Wuppertal Marketing beim „Heimat shoppen“?

Martin Bang: Es war eigentlich von Anfang an klar, dass wir mit dabei sind. Das hat eine Grundlogik. Wir kümmern uns um City- und Zentrenmarketing und kennen entsprechend viele Einzelhändler. Das Spannende bei dem Projekt ist es, dass die Leute auch wieder in den kleineren Stadtteilen darauf achten, was dort geboten wird. Und nicht nur in den großen Innenstadtbereichen von Elberfeld und Barmen.

Das „Heimat shoppen“-Wo-

chenende findet parallel zu Wuppertal 24 Stunden Live statt. War das Absicht?

Bang: Natürlich. 24 Stunden Live ist eine Entdeckungstour, zu der im großen Kontext auch der Einzelhandel gehört. Man geht in die Geschäfte hinein und entdeckt. Wir wollen Menschen in Bewegung bringen und dazu eignen sich beide Kampagnen. Beide Veranstaltungen nehmen sich nichts weg, sondern verstärken sich gegenseitig. Durch 24 Stunden Live sind ohnehin viel mehr Leute in der Stadt unterwegs.

Was bedeutet „Heimat shoppen“ für Sie ganz persönlich?

Bang: Den Handel stärken. Viel persönlicher Kontakt. Einkaufen können, wo ich gut beraten werde. Heimat, Erinnerung, Qualität. Denn Einzelhändler sind auf jeden Fall mehr als nur Verkäufer. JK