

MEDIENSERVICE

„Und Du?“

Frau in der Wirtschaft Ried
startet Imagekampagne für
Einkauf in der Region

Ried, 28. Oktober 2014

Ihre Gesprächspartner:

Sieglinde Roitinger MSc
Bezirksvorsitzende Frau in der Wirtschaft Ried

MMag. Doris Dim-Knoglinger
Bezirksvorsitzende-Stv. Frau in der Wirtschaft Ried

Manuela Kreuzhuber
Bezirksvorsitzende-Stv. Frau in der Wirtschaft Ried

Mag. Christoph Wiesner
Leiter der WKÖ-Bezirksstelle Ried

Medienservice im Internet: wko.at/ooe/Medienservice

Herausgeber, Medieninhaber und Hersteller: WKO Oberösterreich | Hessenplatz 3 | 4020 Linz
T 05-90909-3315 | F 05-90909-3311 | E medien@wkoee.at | w wko.at/ooe | DVR 0043087

Sieglinde Roitinger, Vorsitzende Frau in der Wirtschaft Ried Für bewusstes Einkaufen in der Region

„Und Du?“, fragt Frau in der Wirtschaft Ried in ihrer aktuellen Imagekampagne. „Bist auch Du der Meinung, dass es gut ist, wenn es uns gut geht?“, wird die Frage präzisiert. „Dann unterstütze auch Du Dein Zuhause“, lautet die Antwort mit den Begründungen: „Jeder Einkauf in der Region stärkt die heimische Wirtschaft. Er festigt unsere Arbeitsplätze und sichert unsere Zukunft.“

„Es geht uns um das Schaffen von Bewusstsein für den Einkauf in der Region“, erläutert Sieglinde Roitinger, Bezirksvorsitzende Frau in der Wirtschaft Ried. Denn es ist zu spät, wenn wie so oft darüber geklagt wird, dass wieder ein Geschäft mehr im Ort für immer geschlossen hat. „Das sind Krokodilstränen, die dann vergossen werden“, so Roitinger.

„Du bist wichtig“

„Wir wollten nicht die Hände in den Schoß legen, sondern aktiv werden“, so Roitinger. Denn gegen den Verlust von Einkaufsmöglichkeiten in seinem Umfeld kann jeder einzelne etwas tun. Dazu muss man sich nur bewusst machen, dass man mit seinem persönlichen Einkaufsverhalten etwas bewirken kann. „Du bist wichtig, lautet daher der Leitgedanke unserer Imagekampagne“, erläutert Roitinger.

Ziel: Bewusstsein schärfen

Ziel ist, das Bewusstsein für den Einkauf in der Region, in der näheren Umgebung oder im Ort zu schärfen. „Oft wird – und das meist ganz unbewusst – der Bedarf irgendwo, vielleicht weil man gerade unterwegs ist, gedeckt. Wenn man sich aber einmal bewusst vor Augen führt, welche Artikel das sind und dass man die eigentlich im nächsten Umfeld, praktisch vor der eigenen Haustüre beziehen könnte, so ist man schon auf dem richtigen Weg zu einem veränderten Einkaufsverhalten“, unterstreicht Roitinger. Genau das will Frau in der Wirtschaft Bezirk Ried mit ihrer Imagekampagne bewirken.

Bewusster Einkauf in der Region hat darüber hinaus auch einige positive Nebeneffekte: Es wird der Wohlstand einer Region und damit auch der eigene Wohlstand gesichert. Es wird der Fortbestand von angesiedelten Unternehmen gesichert und damit werden die Arbeitsplätze vor Ort erhalten. Und letzten Endes bleibt die Verfügbarkeit und Vielfalt des Produkt- und Dienstleistungsangebotes im engeren Umkreis gewahrt. Was

umgekehrt wieder bedeutet, dass die Kaufkraft in der Region bleibt.

Die Kampagne beschränkt sich nicht auf die starke Einkaufsstadt Ried und nicht auf die typischen Nahversorger, wie den Lebensmittelhandel. „Es geht uns bewusst um die ganze Region und es geht über den Einzelhandel hinaus auch um den gesamten Bereich der persönlichen Dienstleister, vom Friseur über die Floristin bis zum Arzt“, betont Roitinger.

Neben den Plakaten läuft die Aktion auch auf den heutzutage üblichen Multiplikatoren, wie den digitalen Medien, als digitale Signaturen oder auf den sozialen Medien.

MMag. Doris Dim-Knoglinger, Bezirksvorsitzende-Stv. Nutzen für bewussten regionalen Einkauf näherbringen

Frau in der Wirtschaft will natürlich auch den Zusatznutzen für einen bewussten Einkauf in der Region hervorkehren. Zuvor-derst nennt Doris Dim-Knoglinger die Tatsache, dass man „Zeit und Geld spart – und manches Mal auch Nerven, wenn man vor Ort einkauft und nicht zig Kilometer für ein paar Kleinigkeiten unterwegs sein muss.“

Und mit Blick auf den steigenden Online-Handel verweist sie darauf, dass Einkaufen immer auch ein Erlebnis mit allen Sinnen ist und dass nichts den persönlichen Kontakt ersetzen kann: „Angreifen, riechen, fühlen, erleben gehört zum Einkauf dazu.“ Dim-Knoglinger an die Adresse der Internet-Einkäufer: „Wenn man schon online einkaufen geht, dann kann man selbst das bewusst tun und regional online einkaufen!“

Was bringt der bewusste Einkauf?

- Stärkung der Region
- Sicherung der Arbeitsplätze vor Ort, das sichert wiederum die Kaufkraft und erhöht das lokale Angebot
- Stadt Ried und seine Region bleiben vielfältig, bunt, voller Ideen und Angebote
- Erhaltung und Ausbau des Lebensstandards in der engeren Heimat
- Abgaben und Steuern bleiben in der Region
- Bleibt Kaufkraft erhalten, wird mehr investiert, etwa in das Angebot, aber auch in die Infrastruktur
- Ist das Angebot hoch, breit und vielfältig, gibt es weniger Grund zum Shoppen irgendwohin zu fahren
- Gibt es genügend Arbeitsplätze vor Ort, ist die Tendenz zum Abwandern in die großen Ballungsräume geringer