

# HEIMAT SHOPPEN

DIE IHK-KAMPAGNE FÜR STARKE UND  
LEBENDIGE INNENSTÄDTE



Industrie- und Handelskammer  
Frankfurt am Main



|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| Vorwort                                                      | 4  |
| Darum geht es                                                | 6  |
| Das wird gemacht                                             | 8  |
| Das braucht es, um unsere Zentren<br>zukunftsfähig zu machen | 9  |
| Diese Städte und Gemeinden machen 2026 mit                   | 11 |
| Das Projektteam                                              | 16 |
| Impressum                                                    | 18 |





## VORWORT

**Unsere Städte sind lebendige Orte voller Begegnungen, Erlebnisse und Vielfalt – und genau das möchten wir gemeinsam stärken. Lokale Händler, Gastronomen und Dienstleister sind wichtig für ein attraktives Stadtleben.**

Aus vielen Gründen droht die Bedeutung der Innenstadt als gesellschaftlicher Treffpunkt und „Mitte“ für die Bevölkerung verloren zu gehen. Oft ist der Klick in den Online-Shop oder die Fahrt ins Einkaufszentrum am Stadtrand bequemer als der Weg in die Stadtmitte. Denn leider wird die Erreichbarkeit der Innenstädte für Kunden aus dem Umland, die häufig auf das Auto angewiesen sind, erschwert. Etwa durch weniger Fahrstreifen, weniger Parkplätze, steigende Parkgebühren und fehlende Parkleitsysteme. Busse und Bahnen sind oft noch keine Alternativen, und Park-and-Ride-Parkplätze gibt es kaum. So wird die zahlungskräftige Kundschaft aus dem Umland abgeschreckt, was eine IHK-Umfrage belegt hat.

Mit Deutschlands größter Werbeinitiative für lebendige Innenstädte möchten wir den Städten und Gemeinden in unserem IHK-Bezirk gezielt unter die Arme greifen. „heimat shoppen“ steht für weit mehr als nur den Einkauf vor Ort: Es geht um das bewusste Erleben, Genießen und Unterstützen unserer Heimat. Beim Bummel durch die Geschäfte oder beim Besuch in der Lieblingsgastronomie wird deutlich, wie viel unsere Innenstädte zu bieten haben – dank engagierter Unternehmer, die mit Herz und Ideenreichtum dabei sind. Unsere kostenfreien Werbematerialien, von Tragetaschen über Fruchtgummis bis hin zu Luftballons, Servietten und Plakaten, bieten ihnen viele Möglichkeiten, um „heimat shoppen“ sichtbar und erlebbar zu machen. Sie schaffen einen Rahmen, den lokale Akteure ganz individuell mit Leben füllen. Etwa durch Märkte, Feste oder kreative Aktionen.



Wir freuen uns über den großen Zuspruch und die vielen wunderbaren Ideen, die vor Ort umgesetzt werden, und danken allen, die mitmachen und unsere Innenstädte stärken.

**Ulrich Caspar**

Präsident

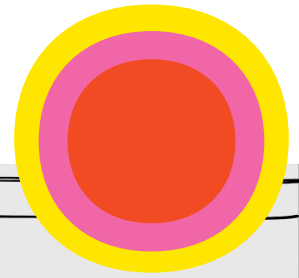
IHK Frankfurt am Main

**Dr. Clemens Christmann**

Hauptgeschäftsführer

IHK Frankfurt am Main

# DARUM GEHT ES



„heimat shoppen“ ist eine bundesweite Initiative der Industrie- und Handelskammern, die den lokalen Einzelhandel, die Gastronomie und Dienstleistungsbetriebe stärkt. Ziel der Kampagne ist es, das Bewusstsein der Bürger für die Bedeutung des Einkaufens vor Ort zu schärfen. Durch Aktionen und Veranstaltungen wird gezeigt, wie wichtig lebendige Innenstädte, persönliche Beratung und regionale Wirtschaftskreisläufe für die Lebensqualität in der eigenen Heimat sind.

Der lokale Einzelhandel steht weiterhin vor großen Herausforderungen: Der wachsende Online-Handel, steigende Kosten und verändertes

Konsumverhalten setzen ihn zunehmend unter Druck. Viele Innenstädte und Ortskerne kämpfen mit Leerstand, sinkender Attraktivität und dem Verlust an Angebotsvielfalt. „Heimat shoppen“ setzt genau hier an.

## Die Kampagne will:

- das Einkaufen bei Nachbarn und Freunden fördern,
- Veranstaltungen, Vereine und Initiativen unterstützen,
- Arbeit und Ausbildung sichern,
- Innenstädte und Ortszentren in unserem IHK-Bezirk stärken.

## DAS WIRD GEMACHT

Die Aktionstage finden in allen teilnehmenden Städten und Gemeinden traditionell rund um das offizielle heimat shoppen – Wochenende am zweiten Septemberwochenende statt und setzen damit ein starkes gemeinsames Signal nach innen und außen. Gleichzeitig ist die Initiative nicht auf diesen Termin beschränkt: heimat shoppen ist das ganze Jahr und Aktionen können flexibel zu anderen Zeitpunkten durchgeführt werden. Wie genau die Aktionen gestaltet werden und in welchem Zeitraum sie stattfinden, entscheiden die Akteure vor Ort – also Stadtverwaltung, Gewerbevereine und Gewerbetreibende, eigenständig.



*Engagiert für die Region – „heimat shoppen“ vor Ort*

Händler und Dienstleister entwickeln kreative Angebote, um Kunden für Regionalität, Nachhaltigkeit und das Einkaufen vor Ort zu begeistern. Diese Aktionen reichen von einem Glas Sekt beim Einkauf über Rabatte und Gutscheinaktionen bis hin zu Stadt-Rallies oder Wettbewerben – der Kreativität sind dabei keine Grenzen gesetzt.

Während des Aktionszeitraums besucht die IHK Frankfurt am Main jedes Jahr die teilnehmenden Kommunen, führt Gespräche mit lokalen Politikern und Gewerbetreibenden und stärkt so das regionale Miteinander. Gemeinsam schaffen wir lebendige Begegnungen, spannende Gespräche und machen die Innenstädte zum Erlebnis.

## DAS BRAUCHT ES, UM UNSERE ZENTREN ZUKUNFTSFÄHIG ZU MACHEN

Stadtzentren sind wichtig für das soziale und wirtschaftliche Miteinander. Sie sind Begegnungs- und Kulturorte sowie Wirtschaftsmotoren und befinden sich im Wandel. Der Einzelhandel verliert an Bedeutung im innerstädtischen Branchenmix, ist aber weiterhin treibende Kraft. Leerstände in den Innenstädten und Ortszentren nehmen zu. Die Erreichbarkeit der Innenstädte und der Einkaufsstraßen ist vielerorts für auswärtige Kunden nicht mehr verlässlich und bequem möglich, insbesondere nicht mit dem Auto – hier sind rasche Verbesserungen erforderlich.

**Miteinander:** Um das Ladensterben besonders in kleineren Kommunen und Stadtteilen zu stoppen, ist eine enge Zusammenarbeit von Politik, Verwaltung, Unternehmen sowie Kammern und Verbänden aber auch interkommunal nötig. Satzungen, die Aktionen und Werbung für Einzelhändler erschweren, sollten abgeschafft werden, und ein städtischer „Kümmerer“ kann helfen, Probleme schnell und pragmatisch zu lösen. Innenstadtentwicklung braucht die Zusammenarbeit von Wirtschaft, Verwaltung und Zivilgesellschaft.

**Neue Strukturen:** Die über Jahrzehnte gewachsene monopolistische Struktur unserer Stadtzentren ist infrage gestellt. Der Leerstand nimmt zu. Ein Mittel, der Verödung der Stadtzentren entgegenzuwirken, ist die Stärkung der Funktionsvielfalt: Einkaufen, Arbeiten, Wohnen, Kultur und Gastronomie in kluger Kombination. Dafür sind flexible Rahmenbedingungen und Orte für neue Ideen notwendig. Planungs- und



*Der neue „heimat shoppen“ Flitzer der IHK Frankfurt, liebevoll „Knallbonbon“ genannt*

Genehmigungsprozesse sind zu vereinfachen, um Innovationen und Zwischennutzungen möglich zu machen. Neue Handelsformate wie Pop-Up-Stores oder Mixed-Use-Projekte gewinnen bereits zunehmend an Bedeutung und können neue Impulse für die Standortentwicklung, Wirtschaft und das Stadtbild geben.



„Heimat shoppen“-  
Tüte

Leckeres „Heimat shoppen“  
in Eppstein.

„Heimat shoppen“- Luftballons  
und Roll-Up in Hattersheim.

**Wohlfühlen:** Mit einer hohen Aufenthaltsqualität hat das reale Einkaufserlebnis einen bedeutenden Vorteil gegenüber dem virtuellen Einkauf. Sehenswert, sauber und sicher müssen die Stadtzentren sein. Aufgrund der zunehmenden Hitze in den Sommermonaten ist es zusätzlich wichtig, die Zentren an die neuen klimatischen Bedingungen anzupassen, um eine angenehme Aufenthaltsatmosphäre zu schaffen.

**Erreichbar:** Eine gute Erreichbarkeit zu Fuß, mit dem Rad, dem ÖPNV und dem Auto bildet eine wichtige Voraussetzung für die Attraktivität eines Standorts. Dazu gehören auch ausreichende Parkmöglichkeiten sowie praktikable Lösungen für kurze Besorgungen und Lieferverkehre. Denn alle Bemühungen der Kommunalpolitik, die Innenstädte attraktiver zu machen, laufen ins Leere, wenn die Kundschaft aus dem Umland durch Staus und fehlende Parkplätze abgeschreckt wird.

**Sichtbar:** Kommunale Stadtmarketing-Aktivitäten sind ein effektives und wichtiges Mittel, um die Sichtbarkeit der innerstädtischen Angebote zu erhöhen.

**Verkaufsoffene Sonntage:** Verkaufsoffene Sonntage sollten als Marketing-Instrument der Stadtzentren genutzt werden können.

# DIESE STÄDTE UND GEMEINDEN MACHEN 2026 MIT

## BAD SODEN AM TAUNUS

[www.bad-soden.de](http://www.bad-soden.de)



## BAD HOMBURG VOR DER HÖHE

[www.bad-homburg.de](http://www.bad-homburg.de)



## EPPSTEIN

[www.eppstein.de](http://www.eppstein.de)



## ESCHBORN

[www.eschborn.de](http://www.eschborn.de)



## HATTERSHEIM AM MAIN

[www.hattersheim.de](http://www.hattersheim.de)



## FLÖRSHEIM AM MAIN

[www.floersheim-main.de](http://www.floersheim-main.de)



## HOFHEIM AM TAUNUS

[www.hofheim.de](http://www.hofheim.de)



## FRANKFURT AM MAIN

[www.frankfurt.de](http://www.frankfurt.de)



## KELKHEIM (TAUNUS)

[www.kelkheim.de](http://www.kelkheim.de)



## FRIEDRICHSDORF

[www.friedrichsdorf.de](http://www.friedrichsdorf.de)



## KÖNIGSTEIN IM TAUNUS

[www.koenigstein.de](http://www.koenigstein.de)



## OBERURSEL

[www.oberursel.de](http://www.oberursel.de)



## KRONBERG IM TAUNUS

[www.kronberg.de](http://www.kronberg.de)



## SCHWALBACH AM TAUNUS

[www.schwalbach.de](http://www.schwalbach.de)



## USINGEN

[www.usingen.de](http://www.usingen.de)



Stadtwappen Usingen

Stadtwappen Usingen

Stadtwappen Usingen

Stadtwappen Usingen

Stadtwappen Usingen

Stadtwappen Usingen

Stadtwappen Usingen

Stadtwappen Usingen

Stadtwappen Usingen

Stadtwappen Usingen

Stadtwappen Usingen

Stadtwappen Usingen

Stadtwappen Usingen

Stadtwappen Usingen

Stadtwappen Usingen

Stadtwappen Usingen

Stadtwappen Usingen

Stadtwappen Usingen

Stadtwappen Usingen

Stadtwappen Usingen

Stadtwappen Usingen

Stadtwappen Usingen

Stadtwappen Usingen

Stadtwappen Usingen

Stadtwappen Usingen

Stadtwappen Usingen

## NEU-ANSPACH

[www.schwalbach.de](http://www.schwalbach.de)



# DAS PROJEKTTEAM „HEIMAT SHOPPEN“

DER IHK FRANKFURT AM MAIN



## Sven Sänger

Stv. Leiter des Geschäftsfeldes  
Standortpolitik  
Telefon 069 2197-1457  
Mail [s.saenger@frankfurt-main.ihk.de](mailto:s.saenger@frankfurt-main.ihk.de)



## Svenja Griga

Mitarbeiterin des Geschäftsfeldes  
Standortpolitik  
Telefon 069 2197-1542  
Mail [s.griga@frankfurt-main.ihk.de](mailto:s.griga@frankfurt-main.ihk.de)



## Dr. Alexander Theiss

Geschäftsführer des Geschäftsfeldes  
Standortpolitik  
Telefon 069 2197-1332  
Mail [a.theiss@frankfurt-main.ihk.de](mailto:a.theiss@frankfurt-main.ihk.de)

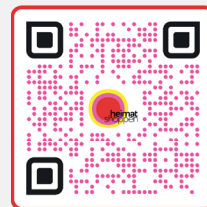


## Valentina Scheu

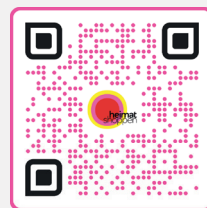
Geschäftsführerin der Geschäftsstelle  
Hochtaunus / Main-Taunus  
Telefon 069 2197-1571  
Mail [v.scheu@frankfurt-main.ihk.de](mailto:v.scheu@frankfurt-main.ihk.de)

## INFORMIERT BLEIBEN

Veranstaltungen in  
deiner Region



Folge uns auf  
Instagram



Unsere Website



# IMPRESSUM

## HERAUSGEBER

Industrie- und Handelskammer  
Frankfurt am Main  
Börsenplatz 4  
60313 Frankfurt am Main

## REDAKTION

Sven Sänger (verantwortlich)  
Svenja Griga

## GRAFIK

flow | Reichelsheim

## FOTOS

IHK Mittlerer Niederrhein (Titel, Seiten 6 und 7)  
IHK Frankfurt am Main (Seiten 8, 9 und 10)  
David Vasicek pix123 fotografie (Seite 16, Bild 1, 2 und 3)

## DRUCK

XXX

Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit Quellenangabe  
gestattet, Belegexemplar erbeten.

Die Veröffentlichung erfolgte nach bestem Wissen,  
ohne jegliche Gewähr und Haftung auf die Richtigkeit  
und Vollständigkeit aller Angaben.



Industrie- und Handelskammer  
Frankfurt am Main

## Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main

Börsenplatz 4

60313 Frankfurt am Main

[www.frankfurt-main.ihk.de](http://www.frankfurt-main.ihk.de)

Bleiben Sie mit uns in Kontakt:

