

HEIMAT SHOPPEN –

FÜR STARKE UND LEBENDIGE INNENSTÄDTE

EINE KAMPAGNE DER IHK FRANKFURT AM MAIN

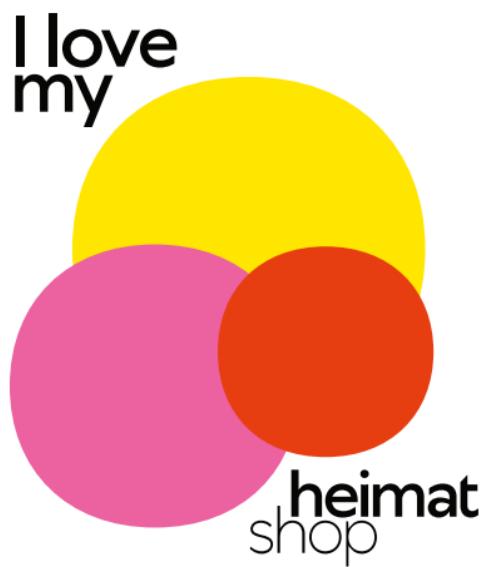


Industrie- und Handelskammer
Frankfurt am Main



INHALT

Vorwort	5
Darum geht es	6
Das wird gemacht	8
Das braucht es, um unsere Zentren zukunftsfähig zu machen	9
Diese Städte und Gemeinden machen 2025 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 jüngst eine IHK-Umfrage wieder 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.

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 lebensdige 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 Innen-



städte 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,
- Ihre Gemeinde lebenswert machen,
- die Umweltbelastung reduzieren,
- Ihre Gemeinde stärken.

DAS WIRD GEMACHT

Die Aktionstage finden in allen teilnehmenden Städten und Gemeinden im gleichen Zeitraum statt – ein starkes gemeinsames Signal nach innen und außen. Wie genau diese Aktionstage gestaltet werden, entscheiden die Akteure – Stadtverwaltung, Gewerbevereine, Gewerbetreibende – individuell vor Ort.



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-Rallyes 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.

Ein besonderes Highlight: Der neue IHK ID. Buzz im „heimat shoppen“-Look – Ein echter Hingucker und Botschafter der Aktion auf vier Rädern.

DAS BRAUCHT ES, UM UNSERE ZENTREN ZUKUNFTSFÄHIG ZU MACHEN

Stadtzentren sind wichtig für das soziale und wirtschaftliche Miteinander. Sie sind Begegnungs- und Kulturore 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



„heimat shoppen“ on Tour mit dem ID.Buzz

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.



So sieht „heimat shoppen“ aus

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: Die Erreichbarkeit der Einkaufsstraßen sollte deutlich verbessert werden, damit auch zahlungskräftige Kunden aus dem Umland wieder einfach mit ihren Autos zum Einkaufen in die Innenstädte kommen können. Nötig ist auch der Ausbau des ÖPNV und der Bau von Park-and-Ride-Parkplätzen an den Rändern der Städte. 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.

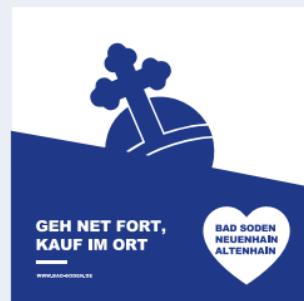
Sichtbar: Kommunale Stadtmarketing-Aktivitäten sind ein effektives und wichtiges Mittel, um die Sichtbarkeit der innerstädtischen Angebote zu erhöhen.

Verkaufsoffene Sonntage: Verkaufsoffene Sonntage sollten als Marketinginstrument der Stadtzentren genutzt werden können.

DIESE STÄDTE UND GEMEINDEN MACHEN 2025 MIT

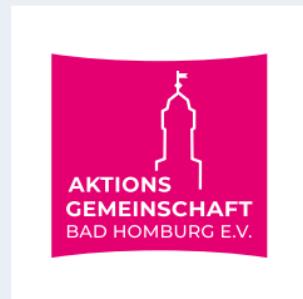
BAD SODEN AM TAUNUS

www.bad-soden.de



BAD HOMBURG VOR DER HÖHE

www.bad-homburg.de



EPPSTEIN

www.eppstein.de

Das sagt Eppstein zur Kampagne:

„Heimat Shoppen“ hilft Gemeinden wie Eppstein dabei, Aufmerksamkeit für die Bedeutung des lokalen Handels zu schaffen, das Bewusstsein der Bürger für ihr Einkaufsverhalten zu stärken und damit ein gemeinsames Zeichen für lebendige Ortszentren trotz/neben wachsendem Online-Handel und Kaufzurückhaltung zu setzen.



ESCHBORN

www.eschborn.de

Das sagt Eschborn zur Kampagne:

Wir unterstützen „heimat shoppen“ in Eschborn, um eine lebendige, nachhaltige und zukunftsfähige Stadt zu fördern.

Der smarte Einkaufs- und Genussplaner!



FLÖRSHEIM AM MAIN

www.floersheim-main.de



FRANKFURT AM MAIN

www.frankfurt.de



FRIEDRICHSDORF

www.friedrichsdorf.de



//Aktives Friedrichsdorf e.V.

HATTERSHEIM AM MAIN

www.hattersheim.de



HATTERSHEIM

Wirtschaftsförderung



HOFHEIM AM TAUNUS

www.hofheim.de



#SHOPLOCALHOFHEIM

www.ihh-hofheim.de meinhofheim@meinhofheim.de

KELKHEIM (TAUNUS)

www.kelkheim.de

Das sagt Kelkheim zu der Kampagne:

„heimat shoppen“ zeigt, was Kelkheim kann – und hat! Die Aktion macht sichtbar, wie vielfältig und qualitativ hochwertig unser lokaler Einzelhandel und unsere Gastronomie sind. In unseren Geschäften steckt Kompetenz, Persönlichkeit und Service, und das direkt vor unserer Haustür. Gemeinsam mit der IHK Frankfurt am Main zeigen wir die Attraktivität unserer Innenstadt und stärken das Bewusstsein und die Wertschätzung des Einkaufens vor Ort. Denn wer lokal kauft, sichert Arbeitsplätze, belebt die Stadt und erhält die Vielfalt Kelkheims.



Kelkheim (Taunus)



Vereinigung Kelkheimer Selbständiger

www.vks-kelkheim.de

KÖNIGSTEIN IM TAUNUS

www.koenigstein.de



KRONBERG IM TAUNUS

www.kronberg.de

Das sagt Kronberg zur Kampagne:

Seit Beginn der Aktion „heimat shoppen“ ist Kronberg mit voller Überzeugung dabei – denn sie stärkt, was unsere Stadt lebendig macht: den lokalen Handel und die Gastronomie. Die Initiative bringt nicht nur wertvolle Sichtbarkeit für unsere vielfältigen Betriebe, sondern zeigt auch, wie wichtig das Einkaufen vor Ort für ein lebendiges Stadtleben ist. Jeder Einkauf in Kronberg ist ein Beitrag zur Lebensqualität unserer Stadt – und genau das macht „heimat shoppen“ für uns so wertvoll.



NEU-ANSPACH

www.schwalbach.de



OBERURSEL

www.oberursel.de

Das sagt Oberursel zur Kampagne:

Deine Stadt bietet dir ein einzigartiges Einkaufserlebnis, das sich wie Zuhause anfühlt.



SCHWALBACH AM TAUNUS

www.schwalbach.de

Stadt Schwalbach am Taunus



schwalbacherleben
Gemeinsam Schwalbach

USINGEN

www.usingen.de



DAS PROJEKTTEAM „HEIMAT DER IHK FRANKFURT AM MAIN



Sven Sänger

Stv. Leiter des Geschäftsfeldes
Standortpolitik
Telefon 069 2197-1457
s.saenger@frankfurt-main.ihk.de



Svenja Griga

Mitarbeiterin des Geschäftsfeldes
Standortpolitik
Telefon 069 2197-1542
s.griga@frankfurt-main.ihk.de



Marie-Lou Balkhausen

Mitarbeiterin des Geschäftsfeldes
Standortpolitik
Telefon 069 2197-1301
m.balkhausen@frankfurt-main.ihk.de

SHOPPEN"



Dr. Alexander Theiss

Geschäftsführer des Geschäftsfeldes
Standortpolitik
Telefon 069 2197-1332
a.theiss@frankfurt-main.ihk.de



Valentina Scheu

Geschäftsführerin der Geschäftsstelle
Hochtaunus / Main-Taunus
Telefon 069 2197-1571
v.scheu@frankfurt-main.ihk.de

Weiterführende Informationen über
uns und das Projekt „heimat shoppen“
finden Sie im Internet:



**GEMEINSAM
UNSERE INNENSTADT
STÄRKEN!**



IMPRESSUM

HERAUSGEBER

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

REDAKTION

Sven Sänger (verantwortlich)
Svenja Griga
Marie-Lou Balkhausen

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 und 17, Bild 1, 2 und 4)

DRUCK

Hausdruckerei, IHK Frankfurt

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.

www.frankfurt-main.ihk.de



Industrie- und Handelskammer
Frankfurt am Main

Industrie- und Handelskammer

Frankfurt am Main

Börsenplatz 4

60313 Frankfurt am Main

Bleiben Sie mit uns in Kontakt:

