Handelsverband Nordrhein-Westfalen

„Digital, aber vor Ort?!“

4. Erfa-Treffen für Standortgemeinschaften, Wirtschaftsförderer und Stadtmarketingorganisationen

NRW-Werbegemeinschaftenkonferenz 2015

15. Juni 2015
Bad Münstereifel

Mit freundlicher Unterstützung von:

mk ILLUMINATION

WVW ORA ANZEIGENBLÄTTER

SIGNAL IDUNA

WeGeKo NRW – 4. Erfa-Treffen 2015

„Digital, aber vor Ort?!“

Digital, aber vor Ort!?“ – so lautete die Fragestellung mit der sich Einzelhändler, Wirtschaftsförderer und Stadtmarketingfachleute aus ganz Nordrhein-Westfalen bei der 4. NRW-Werbegemeinschaftenkonferenz des Handelsverbandes NRW (HV NRW) am 15. Juni in Bad Münstereifel auseinandersetzten. Konzepte und Ideen, wie der stationäre Handel und Innenstädte in Zeiten der Digitalisierung für die Kunden attraktiv bleiben, gibt es viele. Doch für wen ist welcher Ansatz der richtige? Welche Konzepte sind erfolgsversprechend und welche Stolpersteine können auftauchen? Fragen, die die Akteure beschäftigen und verunsichern. Auf dem Erfa-Treffen wurden deswegen nicht nur unterschiedliche Projekte aus NRW vorgestellt, sondern auch gezielt nach dem Erfolg und Problemen gefragt.

Wir hören immer wieder die Sorgen der Händler, aber auch die Probleme, die Städte in Zusammenhang mit der Digitalisierung, WLAN-Verfügbarkeit und Störerhaftung haben. Einerseits möchte man den Kunden und Besuchern einer Stadt ganz viele Möglichkeiten bieten, die heute technisch machbar sind, andererseits muss man aber auch auf Sicherheit und nicht zuletzt Kosten achten“, sagt Rainer Gallus, Geschäftsführer des HV NRW. Mit dem Thema „Digital, aber vor Ort!?“ hatte der Handelsverband NRW offensichtlich den Nerv der Zeit getroffen. Die Veranstaltung war bereits Wochen vorher ausgebucht und der Bürger- und Ratssaal in Bad Münstereifel fast schon zu klein, um allen Teilnehmern Platz zu bieten.

In Fachvorträgen gewannen die Teilnehmer Einblicke in bereits bestehende Projekte, wie die Online City Wuppertal (vorgestellt von Berater Andreas Haderlein), die Initiative „Heimatshoppen“ (vorgestellt von Jan Kaiser, Rheinischer Einzelhandels- und Dienstleistungsverband) oder „Buy Local“ (vorgestellt von Elmar Fedderke, Werbegemeinschaft Eller), aber auch die Kampagne „Suchen Sie DAS mal im Internet“ aus Bocholt (präsentiert von Wirtschaftsförderer Ludger Dieckhues). Über jedes Projekt diskutierten die Konferenzteilnehmer intensiv und löcherten die Referenten mit Fragen. Dabei beschäftigte die Anwesenden vor allem die Frage: „Kann/Sollte ich das in meinem Ort umsetzen?“

Freie Internetverfügbarkeit über ein innerstädtisches WLAN-Netz in Bochum hörte sich spannend an – aber ist nicht vielleicht doch eine Kooperation mit Freifunkern die bessere Alternative? Was wollen die Kunden und – werden sie Produkte oder Geschäfte suchen, ist eine Städte-App interessanter als eine Produktfinder-App? Wenn Fragen nicht unmittelbar im Auditorium gestellt wurden, war das persönliche Gespräch am Rande der Veranstaltung, das probate Mittel, um Überlegungen anzustoßen. Abgerundet wurden die fachlichen Inputs durch Informationen zu Fördermöglichkeiten des Landes NRW, mit denen Evelyn Sucato aus dem Ministerium für Bauen, Wohnen, Stadtentwicklung und Verkehr NRW Mut machte.

Ein Großteil der Teilnehmer hatte bereits den Sonntag für die Anreise genutzt, um sich über ein weiteres Konzept der Innenstadtbelebung zu informieren. Bei einem Rundgang durch das Eifelstädtchen gab Georg Cruse von der Bad Münstereifel Immobilien Management und Initiator des City Outlets, Auskunft zu den Anfängen des City Outlet Bad Münstereifel, Chancen, Hürden und Plänen.

Vollgepackt mit neuen Ideen stellten sich am Ende der 4. NRW-Werbegemeinschaftenkonferenz für viele Teilnehmer natürlich die Fragen: Was ist realisierbar, was könnte, was sollte, was muss gemacht werden? Als Motivation nahmen sie eine Erkenntnis von Referent Elmar Fedderke („Buy Local“) mit: Manche Projekte sind am Anfang noch etwas schwierig – aber sich immer nur mit den Stolpersteinen zu befassen, bringt einen auf dem Weg nicht weiter.

Die 4. NRW-Werbegemeinschaftenkonferenz 2015 fand mit freundlicher Unterstützung von mk Illumination, SIGNAL IDUNA und WVW/ORA Anzeigenblätter statt.

www.twitter.com/hvnrw

Handelsverband Nordrhein-Westfalen

WeGeKo NRW – 4. Erfa-Treffen 2015

„Digital, aber vor Ort?!“

Programm 14. & 15. Juni 2015 | Bad Münstereifel

Sonntag, 14. Juni 2015

Stadtführung durch Bad Münstereifel
mit Georg Cruse von der Bad Münstereifel Immobilien Management GmbH und Initiator des City Outlets

Montag, 15. Juni 2015

Moderation: **Elke Frauns**, Büro Frauns, Münster

09:30 Uhr Begrüßung und Einführung/Grußwort der Stadt Bad Münstereifel

09:45 Uhr **Kampagnen, die aufmerksam machen wollen**
„Suchen Sie DAS mal im Internet“ – Eine Kampagne pro lebendige Innenstadt in Bocholt – und mehr…!
Ludger Dieckhues, Wirtschaftsförderungs- und Stadtmarketing Gesellschaft Bocholt

Lokales Einkaufen optimal vermarkten: Die bundesweite Qualitätsoffensive „BUY LOCAL“
Elmar Fedderke, Walgenbach GmbH & Co.KG, Mitglied der Werbegemeinschaft Eller e.V.

Gesprächsrunde mit den Referenten sowie **Jan Kaiser**, Rheinischer Einzelhandels- und Dienstleistungsverband („Heimatshoppen“)

12:00 Uhr **Lokale Plattformen und Apps (Teil 1)**
IG 2.0: Warum sich die lokale Interessengemeinschaft neu erfinden muss – Erfahrungen aus der Online City Wuppertal
Andreas Haderlein, Wirtschaftspublizist & Innovationsberater

14:00 Uhr **Lokale Plattformen und Apps (Teil 2)**
Die 100% lokale App: ProFiMe – der Produktfinder Mettmann
Axel Ellsiepen, Mettmann Impulse e.V.

Gesprächsrunde mit den Referenten sowie **Frank Mies**, Aktivkreis Bad Neuenahr-Ahrweiler

15:30 Uhr **Digitale Infrastruktur der Städte**
„Bochum goes WLAN – vom Piloten zum innerstädtischen Netzwerk“
Mario Schiefelbein, Bochum Marketing

Gesprächsrunde mit dem Referenten sowie Hans-Jörg Etzler, Verkehrsverein Arnsberg („Freifunk)

16.30 Uhr **Gute Konzepte werden belohnt**
Fördermöglichkeiten und -programme des Landes NRW
Evelyn Sucato, Ministerium für Bauen, Wohnen, Stadtentwicklung und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen

17:00 Uhr Schlussbewertung

www.twitter.com/hvnrw

WeGeKo NRW – 4. Erfa-Treffen 2015

„Digital, aber vor Ort?!“

14. Juni 2015 in Bildern | Bad Münstereifel

Vor Beginn der eigentlichen Konferenz am Montag hatten die Teilnehmer die Möglichkeit, an einer Stadtführung durch Bad Münstereifel teilzunehmen.

Georg Cruse von der Bad Münstereifel Immobilien Management GmbH und Initiator des City Outlets informierte bei dem Rundgang über die Anfänge des Projektes und sprach auch über Hürden und Zukunftspläne.

In dem idyllischen Eifelstädtchen wurde im vergangenen Jahr eingebunden in die historischen Gebäude der Altstadt ein City Outlet eröffnet.

In vielen der Fachwerkhäuser finden sich heute Geschäfte, die zu dem City Outlet Bad Münstereifel gehören.

www.twitter.com/hvnrw

WeGeKo NRW – 4. Erfa-Treffen 2015

„Digital, aber vor Ort?!“

15. Juni 2015 in Bildern | Bad Münstereifel

Das Interesse an der Werbegemeinschaftenkonferenz 2015 war zur Freude der Veranstalter groß: Die Warteliste war lang, aufgrund der Platzkapazitäten konnte leider nicht jeder Interessent teilnehmen.

Rainer Gallus, Geschäftsführer des HV NRW, begrüßte die Teilnehmer.

Die Vertreter der Sponsoren des 4. Erfa-Treffen verfolgten die Inhalte ebenfalls mit Spannung.

Bereits Wochen vorher war der Bürger- und Ratssaal Bad Münstereifel ausgebucht.

Vorträge am 15. Juni 2015 | Bad Münstereifel

Kampagnen, die aufmerksam machen wollen

Ludger Dieckhaus
Wirtschaftsförderungs- und Stadtmarketing Gesellschaft Bocholt

„Suchen Sie DAS mal im Internet“ – Eine Kampagne pro lebendige Innenstadt in Bocholt – und mehr…!

Die Werbe- und Straßengemeinschaften der Innenstadt von Bocholt gehen zusammen mit dem Stadtmarketing und den Einkaufzentren „Shopping Arkaden“ und „Neutor-Platz“ neue Wege. Bereits 2013 startete eine Werbekampagne, die die Vorzüge des Präsenzhandels – Service, Freundlichkeit, Beratung, Feeling und Erlebnis in den Vordergrund stellt. Die Kampagne „Suchen Sie DAS mal im Internet“ richtet sich damit nicht gegen den Online-Handel, sondern setzt vielmehr ein Zeichen pro „analoge“ Innenstadt. Die zahlreichen Einzelhandels-, Service- und Gastronomieangebote sollen mit all ihren Vorteilen in das Bewusstsein der Bevölkerung gerückt werden. Im Rahmen von City-Workshops haben Vertreter des Innenstadthandels und des Stadtmarketings Anregungen von Bürgern, Händlern, Gastronomen, Werbefachleuten und Stadtverwaltung aufgegriffen. Ideen wurden vertieft, Zielgruppen definiert, Werbekreise festgelegt und der Beschluss gefasst, auf Dauer eine Dachmarkenstrategie für Bocholts Innenstadthandel umzusetzen, die Werbung noch mehr zu bündeln und nach Möglichkeit einen Citymanager beim Stadtmarketing anzustellen, zumindest aber die personellen Kapazitäten für das Citymarketing aufzustocken. Die Kampagne wird in Printmedien und mit Plakatmotiven sowie im Internet und ausgewählten Social Media-Foren publiziert.

Elmar Fedderke
Walgenbach GmbH & Co.KG, Mitglied der Werbegemeinschaft Eller e.V.

Lokales Einkaufen optimal vermarkten: Die bundesweite Qualitätsoffensive „BUY LOCAL“

BUY LOCAL ist eine bundesweite aus dem Buchhandel geborene Qualitätsoffensive von inhabergeführten Fachgeschäften. Der Verein hat ein Gütesiegel für lokales Marketing entwickelt und setzt sich für regionales Einkaufen ein – auch im Internet. Das Gütesiegel soll unterstützen und anregen, dem Verbraucher attraktive Argumente für den Erhalt der regionalen Wertschöpfung aufzuzeigen, den Verbleib der Kaufkraft vor Ort zu sichern und Akzente in der öffentlichen Wahrnehmung zu setzen. Wie charmant dies auch individuell gelingen kann zeigte Fedderke am Beispiel des Düsseldorfer Küchenspezialisten Walgenbach. „Zeigen Sie Ihren Kunden und Kollegen, welche Qualitätsmaßstäbe sich Ihr Unternehmen setzt!“

WeGeKo NRW – 4. Erfa-Treffen 2015

„Digital, aber vor Ort?!“

15. Juni 2015 in Bildern | Bad Münstereifel

„Wir wollen, dass der Düsseldorfer in Düsseldorf kauft“, **Elmar Fedderke**, Walgenbach GmbH, stellte die bundesweite Qualitätsoffensive „BUY LOCAL“ vor.

Diskussionsrunde mit (v. l.) **Ludger Dieckhaus**, Moderatorin **Elke Frauns**, **Elmar Fedderke** und **Jan Kaiser** vom Rheinischen Einzelhandels- und Dienstleistungsverband, der das Projekt „Heimat-shoppen“ vorstellte.

In Bocholt hat man mit „Suchen Sie DAS mal im Internet“ eine Kampagne pro lebendige Innenstadt initiiert. **Ludger Dieckhaus** von der Wirtschaftsförderungs- und Stadtmarketing Gesellschaft präsentierte sie auf der WegeKo.

Über die Erfahrungen, die Initiatoren und Einzelhändler mit der Online City Wuppertal gemacht haben, referierte **Andreas Haderlein**.

www.twitter.com/hvnrw

Vorträge am 15. Juni 2015 | Bad Münstereifel

Lokale Plattformen und Apps

Andreas Haderlein
Wirtschaftspublizist & Innovationsberater

IG 2.0: Warum sich die lokale Interessengemeinschaft neu erfinden muss – Erfahrungen aus der Online City Wuppertal

Die Verknüpfung von stationärem Handel und den Vorteilen der Online-Welt werden den Einzelhandel in Zukunft stark prägen. Hier setzt das Projekt Online City Wuppertal an, dass sich an drei verschiedene Zielgruppen richtet: Online-Händler, die bereits über stationäre Dependancen verfügen und sich in Wuppertal ansiedeln möchten; Online-Händler, die bisher noch nicht über stationäre Dependancen verfügen; Lokaler Einzelhandel, der neue Angebote im Bereich Onlinehandel schaffen möchte. Das Projekt der OnlineCity Wuppertal will mehr als nur eine lokale Einkaufsplattform etablieren. Es hat sich zum Ziel gesetzt, einen zentralen, innenstadtrelevanten Ort mit mehreren, zentrierten und in Zusammenhang gebrachten Shopstationen zu schaffen, an dem Kunden sich über die online angebotenen Produkte informieren können und diese dort (aus)probieren können. Integriert werden soll eine Servicestation als zentrale Versand- und Rückgabestelle über die üblichen Öffnungszeiten hinaus. Ein weiteres wesentliches Element sind Schulungen für den lokalen Einzelhandel, um das eigene Angebot um Online-Komponenten als ergänzende Vertriebs- und Kommunikationskanäle (Multi-Channeling) zu erweitern. Wie Haderlein betonte: Online City Wuppertal ist ein lokales Kaufkraftbindungsinstrument.

Axel Ellsiepen
Mettmann Impulse e.V.

Die 100% lokale App: ProFiMe – der Produktfinder Mettmann

ProFiMe ist die lokale Suchmaschine für Mettmann. Vielen Mettmannern ist das lokale Einkaufs-, Produkt- und Dienstleistungspotential nicht vollends bekannt. Sie meinen, einige spezifische Artikel und Produkte gibt es nicht vor Ort und kaufen deshalb in den Nachbarstädten oder im Internet ein. Andere wissen nicht, wo es in Mettmann welche Artikel, Produkte und Dienstleistungen gibt. ProFiMe bietet seinen Partnern die Möglichkeit, den kompletten Artikel- und Warenbestand, Dienstleistungen, Marken und Suchbegriffe darzustellen. Wird ein gesuchtes Produkt in dem Portal gefunden, erscheint eine Ergebnisliste von Händlern bzw. Dienstleistern. Mit einem weiteren Klick erhält der User Kontaktdaten und kann sich den Standort auf einer Karte anzeigen lassen. ProFiMe greift auf eine Datenbank zu, in der bis jetzt über 30.000 Artikel, Dienstleistungen und weitere Suchbegriffe gelistet sind. ProFiMe funktioniert crossmedial, d.h. der User kann das Portal am heimischen Rechner, mobil über Handy/Tablet und auf stationären Touchscreen-Terminals in der Innenstadt nutzen. Nicht gefundene Produkte werden gelistet und analysiert. Mit diesen Daten kann ganz gezielt das künftige Angebot in der Stadt verbessert werden. Des Weiteren sind in der App Stadt- und Tourismus-Informationen, Parkplätze und ÖPNV, Veranstaltungskalender, Vereinsinformationen, Gastronomie, Hotels usw. gebündelt zu finden.

WeGeKo NRW – 4. Erfa-Treffen 2015

„Digital, aber vor Ort?!“

15. Juni 2015 in Bildern | Bad Münstereifel

Andreas Haderlein (Online City Wuppertal, l.) und **Axel Ellsiepen** (ProFiME, r.) im Gespräch mit Moderatorin **Elke Frauns** über lokale Plattformen und Apps.

Wie in Bochum ein innerstädtisches Netzwerk entsteht, berichtete **Mario Schiefelbein** (Bochum Marketing) . Hier im Gespräch mit **Elke Frauns**.

„Gute Konzepte werden belohnt“: **Evelyn Sucato** stellte den Teilnehmern Förderprogramme des Landes Nordrhein-Westfalen vor.

Gespräch zwischen **Elke Frauns** und **Hans-Jörg Etzler** vom Verkehrsverein Arnsberg, der darüber informierte wie man mit „Freifunk“ in Innenstädten WLAN anbieten kann.

WeGeKo NRW – 4. Erfa-Treffen 2015

„Digital, aber vor Ort?!“

Vorträge am 15. Juni 2015 | Bad Münstereifel

Digitale Infrastruktur der Städte

Mario Schiefelbein
Bochum Marketing

„Bochum goes WLAN – vom Piloten zum innerstädtischen Netzwerk“

In Bochum hat sich die Marketing GmbH entschieden, Passanten in der Innenstadt mit kostenlosem Internet zu versorgen. In der ersten Projektphase wurden erste Kernstraßen der City mit freiem WLAN versorgt: eine Fläche von rund 6.500 Quadratmetern, das entspricht der Größe eines Fußballplatzes. Weitere sollen zügig folgen. Pilotprojekt war der Bochumer Weihnachtsmarkt 2014. Ziel ist, ein leistungsfähiges und sicheres WLAN-Netz an stark frequentierten Orten und Plätzen aufzubauen. Die Nutzung ist ganz einfach: Nach Anmeldung in dem WLAN-Netz gelangen die Nutzer auf eine vorgeschaltete Seite mit Werbebotschaften, Nachrichten und Terminen aus Bochum. Eine Registrierung ist nicht nötig. Das Angebot ist ein kostenloser Service der Bochum Marketing GmbH. Das WLAN soll dabei zu einer Kommunikations- und Marketingplattform für Stadt und Handel ausgebaut werden. Auch kleine Händler sollen profitieren. Das Netz ermöglicht zahlreiche Mehrwertdienste, die ein einzelner Händler kaum leisten könne. Nachgedacht wird über einen klassischen Onlineshop. Freies WLAN soll damit den Einstieg zu einer stationären Online-City bilden.

Evelyn Sucato
Ministerium für Bauen, Wohnen, Stadtentwicklung und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen

Gute Konzepte werden belohnt
Fördermöglichkeiten und -programme des Landes NRW

Städtebauförderung gilt als zentrales Instrument nachhaltiger Stadtentwicklung. Hauptziel ist es, die Städte und Gemeinden nachhaltig als Wirtschafts- und Wohnstandorte zu stärken und entgegenstehende Mängel oder Missstände dauerhaft zu beheben. Im Mittelpunkt steht das Programm „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“, das Innenstädte/Zentren in zentraler Funktionsvielfalt und Versorgungsfunktion sichern und stärken, den Strukturwandel (des Handels) und gesellschaftliche Veränderungen begleiten sowie Potenziale und Chancen für private Investitionen in der Stadt unterstützen soll. Wichtige Voraussetzung ist eine städtebauliche Gesamtmaßnahme, die in einem integrierten Handlungskonzept dargestellt wird. Ein besonderes Instrument integrierter Stadtentwicklung in NRW ist zudem der Verfügungsfonds. Als neue Herausforderung integrierter Stadtentwicklung beschreibt Sucato u.a. die neuen Funktionen öffentlicher Räume als wichtige Begegnungsorte, in denen sich vermehrt die digitale Kommunikation abspielt sowie das Schaffen einer digitalen Infrastruktur.

WeGeKo NRW – 4. Erfa-Treffen 2015

„Digital, aber vor Ort?!“

Partner der WeGeKo 2015 | Bad Münstereifel

Das richtige Konzept für jeden Standort

Mit einer auf den jeweiligen Standort abgestimmten Beleuchtung und einer thematischen Inszenierung kann für den Besucher permanent Aufmerksamkeit geschaffen werden. Hierzu sollte man u. a. folgende Fragestellungen einleuchtend beantworten können:

- *Bietet sich dem Kunden ein besonderer Blickfang?*
- *Ist dieser Blickfang einzigartig und anziehend genug?*
- *Wird der Kunde emotional sogar Teil der Lichtinszenierung?*
- *Wird sein Interesse geweckt?*

Rollen Sie dem Kunden den Roten Teppich aus.
Wir sorgen für die leuchtende Inszenierung.

Karl-Heinz König
Leitung Business Development Deutschland
Mobil: +49 170 9179529
k.koenig@mk-illumination.com

Alexander Triendl
Leitung Vertrieb Public Spaces Deutschland
Mobil: +43 699 171 250 55
a.triendl@mk-illumination.com

mk ILLUMINATION

MK Illumination Handels GmbH
Trientlgasse 70, A-6020 Innsbruck
Tel. +43/512/20 24 30 · Fax +43/512/20 24 33
info@mk-illumination.com · www.mk-illumination.com

Partner der WeGeKo 2015 | Bad Münstereifel

WVW ORA
ANZEIGENBLÄTTER

Wir schaffen Kontakte!

Als größter Anzeigenblattverlag Deutschlands mit insgesamt 73 lokalen Anzeigenblatt-Titeln erreichen wir, die WVW/ORA (Westdeutsche Verlags- und Werbegesellschaft & Ostruhr-Anzeigenblattgesellschaft) zusammen eine ADA-geprüfte Auflage von mehr als 5,4 Mio. Exemplaren.

Ganz nah dran!

Unsere beliebten Anzeigenblätter erreichen nahezu jeden Briefkasten. Wir erscheinen im Kerngebiet von NRW, vom Niederrhein über das Ruhrgebiet bis ins Sauerland. Ob Stadtspiegel, Stadt-Anzeiger, Wochenblatt, Wochen-Anzeiger, etc. – unsere 73 Titel werden in der Wochenmitte und teilweise auch am Wochenende zugestellt.

Informationen und Angebote ganz lokal!

Wir informieren unsere Leser über das lokale Geschehen und geben ihnen eine Orientierung im Lebensalltag. Das ist einer der Gründe, warum wir der bevorzugte Kommunikationspartner der Werbetreibenden in unserem Verbreitungsgebiet sind.

Lokalität ist nur eine unserer Stärken!

Was unseren Verlag seit über 38 Jahren so erfolgreich macht? Eine eng an den Bedürfnissen und Interessen der Leser orientierte Berichterstattung ergänzt durch Serviceleistungen, Gewinnspiele und Aktionen.

Weiterhin pflegen wir ein partnerschaftliches Verhältnis zu den Werbegemeinschaften in unserem Verbreitungsgebiet! Gemeinsam begleiten und organisieren wir viele Aktionen und vermitteln gerne Kontakte und gute Netzwerke.

Das passende Werbeumfeld für Ihre Botschaft!

Wir bieten optimale Werbemöglichkeiten – sowohl in unseren Printprodukten als auch online auf lokalkompass.de – Unserer Heimatadresse im Netz.

lokalkompass.de
Unsere Heimatadresse im Netz

Die Online-Verlängerung der WVW/ORA Anzeigenblätter!

Unsere Nachrichten-Community lokalkompass.de ist die ideale Ergänzung zu unseren Print-Titeln. Hier haben unsere Leser die Chance, sich Tag für Tag, rund um die Uhr über die Neuigkeiten aus ihrer Region zu informieren und sich selbst als BürgerReporter einzubringen. Online werben im lokalen Umfeld – auch das ist auf lokalkompass.de möglich und trifft genau die richtige Zielgruppe!

kauf-in-deiner-stadt.de

Unser Beitrag zur Stärkung des lokalen Einzelhandels!

Seit einigen Jahren hat der Einzelhandel mit Online-Shops neue Mitspieler im Markt. Sehen, hören, riechen, schmecken, fühlen: Kaufen mit allen Sinnen funktioniert nur im lokalen Einzelhandel. Mit unserem Portal kauf-in-deiner-stadt.de ist der Kunde selbst mit seinen Angeboten und Produkten online präsent. Das Angebot wird online reserviert und im lokalen Einzelhandel vor Ort abgeholt. Damit stärken Sie den Einzelhandel der Stadt und wir helfen Ihnen dabei!

Verwaltung: Bert-Brecht-Straße 29 • 45128 Essen • Telefon: 02 01/ 804 - 28 36 • Fax: 02 01/ 804 29 82
www@www-anzeigenblaetter.de • ora@ora-anzeigenblaetter.de • www.lokalkompass.de

Impressum

Der Handel
Alles fürs Leben

Herausgeber:

Handelsverband Nordrhein-Westfalen
Kaiserstraße 42 a
40479 Düsseldorf
Tel.: 0211 / 49 80 6 0
Fax: 0211 / 49 80 6 20
Mail: info@hv-nrw.de
www.handelsverband-nrw.de
www.twitter.com/hvnrw

Vetreten durch:
Präsident: Michael Radau
Hauptgeschäftsführer: Dr. Peter Achten

Redaktion:
Miriam Drescher
Rainer Gallus
Björn Musiol
Karin Eksen

Bilder:
Marion Runge
Karin Eksen
Björn Musiol

Ihr #WeGeKo-Ansprechpartner:
Rainer Gallus
Geschäftsführer
Handelsverband Nordrhein-Westfalen
Kaiserstraße 42 a
40479 Düsseldorf

Tel.: 0211 / 4 98 06 24
Fax: 0211 / 4 98 06 20
Mail: gallus@hv-nrw.de