



WKNÖ-Kampagne #ichkauflokal ruft zum lokalen Konsum auf

Branchenübergreifende Kampagne zur Unterstützung des regionalen Konsums – Die Handelsforschung bestätigt: Nähe der Betriebe gewinnt an Bedeutung

18.07.2022, 7:29



v.l.: WKNÖ-Bezirksstellenobmann Tulln Christian Bauer, Anton Wegger von „Bio am Platz“ und WKNÖ-Vizepräsidentin Nina Stift.

Regionalität hat für die Waidhofner Wirtschaft und Bevölkerung und das gesamte Bundesland Niederösterreich einen zentralen Stellenwert. Gleichzeitig hat sich das Einkaufsverhalten in den vergangenen beiden Jahren verändert – die Nähe der Betriebe hat für die Konsumenten an Bedeutung gewonnen. Mit dem Slogan „Mir ist’s nicht egal. Ich kauf lokal.“ startet die neue branchenübergreifende Regionalitätskampagne #ichkauflokal der Wirtschaftskammer Niederösterreich (WKNÖ) und ruft ganz Niederösterreich auf, dabei mitzumachen.

„Bekenntnis zu Regionalität und Unternehmen nachhaltig stärken“

„Die Corona-Pandemie hat das Bewusstsein für die Regionalität in der Bevölkerung wieder gestärkt. Einkaufen bei unseren Waidhofner Betrieben sichert die Wertschöpfung, sorgt für Arbeitsplätze und schafft Lebensqualität sowie Wohlstand in Waidhofen an der Thaya. Dieses, für unseren Wirtschaftsstandort so wichtige Bekenntnis von uns allen zur Regionalität und den Unternehmen wollen wir nachhaltig stärken. Daher starten wir die

Regionalitätskampagne #ichkauflokal“, betont WKNO-Bezirksstellenobfrau **Marlene-Eva Böhm-Lauter**.

Die bewusstseinsbildende Kampagne richtet sich sowohl an niederösterreichische Unternehmen, als auch an Konsumenten aller Generationen. #ichkauflokal weist auf gesellschaftliche, betriebliche und volkswirtschaftliche Leistungen lokaler Betriebe hin und verstärkt das positive Image dieser Betriebe. Mit der Initiative soll die Wichtigkeit der Regionalität und des lokalen Kaufens deutlich gemacht werden.

Gemeinsam die wirtschaftliche Stabilität in NÖ sichern

„Lokale Waidhofner Unternehmen zu unterstützen, darf nicht nur ein Trend sein, der kommt und geht. Genau hier setzt unsere neue, über mehrere Jahre angesetzte Kampagne #ichkauflokal an. Wir laden alle dazu ein, bei der Kampagne mitzumachen – Unternehmen wie auch Konsumenten. Sichern wir gemeinsam die wirtschaftliche Stabilität im Land“, appelliert **Böhm-Lauter**.

Die Kampagne im Detail

Über 180 blau-gelbe Unternehmen unterstützen die Kampagne als Partnerbetriebe bereits jetzt und bekennen sich damit gemeinsam zur Regionalität. Eine Anmeldung ist für jeden niederösterreichischen Betrieb unter ich-kauf-lokal.at/partnerbetrieb möglich.

Breitenwirksam begleitet wird mit einer crossmedialen Kampagne auf Print-, Radio, Out-of-Home- und Social Media-Kanälen. Sieben Sujets mit verschiedenen Branchen dienen zum Kampagnenstart als Unterstützung, weitere sind in Planung. Die Kampagne setzt auf On- und Offline-Kommunikation, damit Unternehmen und Menschen auch ohne Online-Zugang teilnehmen können.

53 Prozent haben (regionalen) stationären Einzelhandel im Lockdown vermisst

Auch aktuelle Studienergebnisse der Handelsforschung belegen die Wichtigkeit regionaler Unternehmen. Demnach äußert sich der Wunsch nach Nähe in der verstärkten Nachfrage nach regionalen Produkten, in der Wichtigkeit der Herkunft von Produkten und vor allem in der Präferenz regionaler Betriebe. 53 Prozent der erwachsenen Niederösterreicherinnen und Niederösterreicher haben beispielsweise den Einkauf im (regionalen) stationären Einzelhandel während der Corona-bedingten Lockdowns vermisst.

77 Prozent der Befragten geben außerdem an, dass die Nähe der Geschäfte weiterhin wichtig bleiben und 20 Prozent geben an, dass sie in Zukunft wichtiger werden wird. „Auch in der derzeitigen Ukraine-Krise mit steigenden Treibstoffpreisen ist die physische Nähe ‚das neue Herzass‘, weil billiger. Daher könnten aufgrund der kurzen Wege regionale Geschäfte beziehungsweise Gastro-, Gewerbe- und Dienstleistungsbetriebe in unmittelbarer Umgebung der Konsumentinnen und Konsumenten profitieren. Die Kampagne #ichkauflokal soll und kann diese Entwicklung verstärken“, sind sich Univ.-Prof. **Christoph Teller**, Institutsvorstand am Institut für Handel, Absatz und Marketing (IHaM) der Johannes Kepler Universität Linz (JKU) und **Ernst Gittenberger**, Leiter des Centre of Retail and Consumer Research am IHaM der JKU einig.

- Mehr Infos auf der Webseite: www.ich-kauf-lokal.at
- Anmeldung unter: ich-kauf-lokal.at/partnerbetrieb
- [Instagram](#)
- [Facebook](#)

Weitere aktuelle Studienerkenntnisse der Handelsforschung sowie eine Übersicht der Kampagnen-Sujets sind im Anhang zu finden.



© WKNÖ

v.l.: WKNÖ-Bezirksstellenobmann Tulln Christian Bauer und WKNÖ-Vizepräsidentin Nina Stift bei Stift Mode.



© WKNÖ

v.l.: Vizepräsidentin Nina Stift, Helga Steinböck von Fa. Jungwirth-Müller und WKNÖ-Bezirksstellenobmann Tulln Christian Bauer.



© WKNÖ

v.l.: WKNÖ-Bezirksstellenobmann Tulln Christian Bauer, Michaela und Wolfgang Schmied von Optik Schmied und WKNÖ-Vizepräsidentin Nina Stift.

Das könnte Sie auch interessieren



Second Hand "Kleiderbogen" für Babys & Kinder

in Sieghartskirchen [➔ mehr](#)



25 Jahre Autohaus Eissner

Hollabrunn [➔ mehr](#)



Brigitte kocht

Watzelsdorf > mehr