



## WKNÖ-Kampagne #ichkauflokal ruft zum lokalen Konsum auf

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

13.07.2022, 8:33



© JOSEF HENK

V.l. WKNÖ-Vizepräsidentin Nina Stift, WKNÖ-Präsident Wolfgang Ecker und WKNÖ-Bezirksstellenobmann Korneuburg-Stockerau Andreas Minnich beim Presseauftakt der Regionalitätskampagne #ichkauflokal in Korneuburg.

Regionalität hat für Niederösterreichs Regionen, Bevölkerung und Wirtschaft 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 kaufe lokal.“ startet die neue branchenübergreifende Regionalitätskampagne #ichkauflokal der Wirtschaftskammer Niederösterreich (WKNÖ) und ruft ganz Niederösterreich auf, dabei mitzumachen.

**„Bekenntnis zu NÖ Regionen und Unternehmen nachhaltig stärken“**

„Die Corona-Pandemie hat das Bewusstsein für die Regionalität in der Bevölkerung wieder gestärkt. Einkaufen bei unseren niederösterreichischen Betrieben sichert die Wertschöpfung, sorgt für Arbeitsplätze und schafft Lebensqualität sowie Wohlstand in unseren Orten. Dieses, für unseren Wirtschaftsstandort so wichtige, Bekenntnis zu den blaugelben Regionen und Unternehmen wollen wir nachhaltig stärken. Daher starten wir unsere Regionalitätskampagne #ichkauflokal“, betont Wolfgang Ecker, Präsident der Wirtschaftskammer Niederösterreich.

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 niederösterreichische 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 WKNÖ-Vizepräsidentin Nina Stift.

## 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](http://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“, hebt Univ.-Prof. Christoph Teller, Institutsvorstand am Institut für Handel, Absatz und Marketing (IHaM) der Johannes Kepler Universität Linz (JKU) hervor.

## Kampagne auch für Stadtgemeinden bedeutsam

Die Regionalitätskampagne liefert auch für die NÖ Stadtgemeinden einen wertvollen Beitrag. „Unsere Unternehmen bieten ein tolles Angebot, aber die Konkurrenz ist groß, gerade im digitalen Bereich. Es braucht das Bewusstsein der Käufer, dass der Einsatz und die hochwertige Beratung unserer Unternehmerinnen und Unternehmer digital nicht ersetzt werden können. Genau hier setzt diese Kampagne an“, hält der Obmann der WKNÖ-Bezirksstelle Korneuburg-Stockerau und Stadtrat in Korneuburg, Andreas Minnich fest, und: „Unser Bezirk hat eine unglaubliche Entwicklung im Bereich der Wirtschaftsleistung. 2020 liegen wir gemessen an der Wirtschaftsleistung auf Platz 5 in Niederösterreich.“

Mehr Infos auf der Webseite: [www.ich-kauf-lokal.at](http://www.ich-kauf-lokal.at)

Instagram: [ichkauflokal](https://www.instagram.com/ichkauflokal)

Facebook: [ichkauflokal](https://www.facebook.com/ichkauflokal)

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



© JOSEF HENK

V.l. Institutsvorstand am Institut für Handel, Absatz und Marketing (IHaM) der Johannes Kepler Universität Linz, Christoph Teller, WKNÖ-Vizepräsidentin Nina Stift, WKNÖ-Präsident Wolfgang Ecker und WKNÖ-Bezirksstellenobmann Andreas Minnich

## Das könnte Sie auch interessieren



### WIFI NÖ: 86 akademische Grade verliehen

Alternativer Zugang zum berufsbegleitenden Masterstudium – auch ohne vorherige Matura und Bachelorstudium – Einstieg aufgrund einer Änderung des Fachhochschulgesetzes nur noch bis Herbst 2023 möglich [➔ mehr](#)



### Firma Elk fördert bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf

LR Teschl-Hofmeister/WKNÖ-Präsident Ecker: Betrieblich organisierte Betreuungsgruppen sind ein Baustein für die Kinderbetreuung der Zukunft > mehr



### **„Nähe ist neues Herzass“**

Univ.-Prof. Dr. Christoph Teller und Dr. Ernst Gittenberger sprechen im Interview über das Konsumverhalten in Niederösterreich und welchen Beitrag die neue WKNÖ-Kampagne #ichkauflokal für das Regionalitätsbewusstsein leisten kann. > mehr