

Rheine soll neu ins Bewusstsein gerückt werden Rheine soll neu ins Bewusstsein gerückt werden

Eine ganze Bandbreite an Aktionen stellten EWG und Handelsverein nun Geschäftstreibenden vor. So nimmt Rheine an der Initiative "Heimat shoppen" teil. Auch am Eröffnungswochenende der Emsgalerie wollen sich Händler und Stadt präsentieren.



Mit dem Ziel, Rheine als selbstbewusste Einkaufsstadt zu präsentieren und über die geplanten Aktionen rund um das Eröffnungswochenende der Emsgalerie zu informieren, hat die Entwicklungs- und

Wirtschaftsförderungsgesellschaft für Rheine (EWG) gemeinsam mit dem Handelsverein und weiteren Partnern über 80 Gäste zu einer Informationsveranstaltung eingeladen.

Imagekampagne für den stationären Einzelhandel

Zu Beginn berichtete Christian Korte von der IHK Nord Westfalen über die NRW-weite Initiative "Heimat shoppen", die am Projektwochenende am 9./10. September stattfinden wird. "Heimat shoppen" ist eine Imagekampagne für den stationären Einzelhandel und wird zeitgleich in verschiedenen IHK-Bezirken durchgeführt. Passend zur Straßenparty wird die Initiative durch Plakate, Tüten und Flyer im öffentlichen Raum sichtbar, die den Händlern und Gastronomen kostenfrei von der IHK zur Verfügung gestellt werden.

Anschließend informierte Ulrike Kelle, zuständig für das Marketing bei der EWG, über die geplante Vermarktungsoffensive der Einkaufsstadt Rheine. "Ziel ist es, die Aufbruchsstimmung vor Ort durch die verschiedenen privaten Baumaßnahmen, den Rahmenplan Innenstadt und natürlich die Eröffnung der Emsgalerie auch ins Umland zu kommunizieren und Rheine somit wieder neu ins Bewusstsein zu rücken." Dabei wurde die geplante Kampagne vorgestellt, die insbesondere auf eine persönliche und sympathische Vorstellung der Stadt abzielt und die hier lebenden und arbeitenden Menschen in den Vordergrund rückt.

Neue Aufmerksamkeit für die Gesamtstadt

Im Umkreis von Lingen bis Münster und Osnabrück bis zu den Niederlanden soll eine neue Aufmerksamkeit für die Gesamtstadt Rheine erzeugt werden. "Denn auch andere Einrichtungen und Akteure werden sich in die Kampagne einbringen", verrät Ulrike Kelle zum Abschluss.

Auch das Eröffnungswochenende der Emsgalerie stand im Fokus. Susanne Schmidt, Vorsitzende des Handelsvereins, informierte über die geplanten Aktivitäten in der Innenstadt. "Ganz besonders freut mich dabei die gute Zusammenarbeit aller Beteiligten. Die Vorsitzenden der innerstädtischen Vereine, die Emsgalerie, der Stadtteilbeirat Innenstadt/Hörstkamp sowie Rheine-Marketing und der Verkehrsverein engagieren sich gemeinsam. Aus einem Topf finanzieren wir Aktionen von verschiedenen Walking-Bands während der Shopping-Night am 23. September bis hin zu diversen familienfreundlichen Angeboten am Samstag. Wir wollen richtig feiern und den Rheinensern und auswärtigen Gästen eine besondere Aufenthaltsqualität bieten", sagte Susanne Schmidt. Darüber hinaus sei es wichtig, dass auch die Einzelhändler sich aktiv durch die Gestaltung ihrer Geschäfte und eigene Kundenevents einbringen und somit die Attraktivität der Stadt noch weiter erhöhen.

Studentin Jana Gerdes berichtete zum Schluss über das Thema ihrer geplanten Masterarbeit "Onlinehandel, lokale Marktplätze" und kündigte eine Händlerbefragung zu diesem Thema an. Ziel der Befragung ist eine Bedarfsermittlung bei den Rheiner Einzelhändlern sowie die Eruierung der tatsächlichen Bedeutsamkeit von lokalen Online-Marktplätzen. Hendrik Welp von der EWG bat um breite Unterstützung: "Über eine große Beteiligung seitens der Händler würden wir uns freuen, um aussagekräftige Ergebnisse für die Einkaufsstadt Rheine zu erhalten". Bei einem anschließenden Grillabend mit kalten Getränken ließen die Einzelhändler und Gastronomen den Tag gemeinsam ausklingen.