

## **„Gemeinsam stark: Aalen erstrahlt mit neuer Empfehlungs-Kampagne“**

Einzelhändler in Aalen stärken Gemeinschaft mit gegenseitigen Empfehlungen. Neue Plakatkampagne „Wir sind Aalen“ startet.

In Aalen zeigt sich eine bemerkenswerte Gemeinschaftsinitiative, die das Stadtbild bereichert und den lokalen Einzelhandel unterstützt. Unter dem Motto „Wir sind Aalen“ haben sich Einzelhändler, Gastronomen und Dienstleister zusammengesetzt, um ihre gegenseitige Unterstützung und Empfehlungen zu präsentieren.

### **Ein starkes Innenstadt-Team**

„Es macht mich stolz, dass wir das als Innenstadt-Team geschafft haben“, bemerkte Uli Riegel, der Vorsitzende der Aalen City aktiv (ACA). Dies zeigt den starken Gemeinschaftssinn innerhalb des Vereins, der mehr als 280 Mitglieder umfasst. Riegel lobte die hervorragende Umsetzung der Kampagne durch Myriam Pfitzer und ihr Team, die kreative Ideen in die Tat umsetzten.

### **Kreative Plakatkampagne**

Die Kampagne wird durch ansprechende und farbenfrohe Plakate in der Innenstadt dargestellt, die Porträts lokaler Akteure präsentieren. 40 verschiedene Motive wurden entwickelt, um das Miteinander zu betonen, und die ersten wurden kürzlich enthüllt. Diese Plakate sollen nicht nur auf die lokalen Geschäfte aufmerksam machen, sondern zeigen auch die Vielfalt und

Kreativität der Stadt.

## **Einzug der Digitalisierung**

Neben den physischen Plakaten wird die Kampagne auch digital unterstützt. Ab August werden die Motive schrittweise auf Instagram geteilt, und auch Zeitschriften werden darüber berichten. Diese digitale Berichterstattung ist ein wichtiger Schritt, um jüngere Zielgruppen zu erreichen und alle Altersgruppen für den lokalen Einzelhandel zu sensibilisieren.

## **Kostengünstige Teilnahme**

Die Teilnahme an dieser Kampagne war für die Mitglieder erschwinglich, da das Land Baden-Württemberg finanzielle Unterstützung bereitstellte. So konnte jedes ACA-Mitglied für einen geringen Betrag von 300 Euro pro Motiv an der Aktion mitwirken, was die breite Beteiligung erleichtert hat.

## **Echtheit und Professionalität**

Die Plakate strahlen durch die authentische Darstellung der Akteure eine besondere Anziehungskraft aus. Die Modelle sind Laien, die von dem Fotografen Tobias Holzinger, einem ACA-Mitglied, eindrucksvoll in Szene gesetzt wurden. Maïke Merz betonte, wie wichtig es war, die Porträts sympathisch und nahbar zu gestalten, um die Persönlichkeit der Stadt zu unterstreichen.

## **Die Entwicklung der Innenstadt**

Tobias Funk vom Modehaus Funk erinnerte daran, dass vor 25 Jahren gegenseitige Empfehlungen in der Branche als „undenkbar“ galten. Er erklärte, dass die heutige Herausforderung nicht mehr die Konkurrenz untereinander sei, sondern vielmehr das Internet und andere Städte. Es gehe darum, die Kunden im lokalen Geschäft zu behalten.

## Zukunftsperspektiven

Die Initiative hat auch ein klares Ziel: den Wandel im Handel zu fördern. Tobias Funk rief dazu auf, neue Akteure, wie Barbershops oder Nagelstudios, in die Innenstadt zu integrieren. „Handel ist Wandel“, so Funk, was bedeutet, dass das Angebot vielfältig bleiben und den Bedürfnissen der Einwohner gerecht werden sollte.

## Gemeinsame Botschaft

Die Botschaft der Kampagne ist klar: „Davon profitieren wir alle.“ Die Akteure in Aalen sind dankbar für die Gemeinschaft und die Unterstützung, die sie sich gegenseitig geben. Die Initiative fördert nicht nur den Umsatz in den jeweiligen Geschäften, sondern auch das Gefühl der Zusammengehörigkeit innerhalb der Stadt.

Insgesamt stellt die „Wir sind Aalen“-Kampagne eine positive Entwicklung für die Innenstadt dar, die den lokalen Einzelhandel stärkt und gemeinsam eine nachhaltige Zukunft aufbaut.

- **NAG**

Details

**Besuchen Sie uns auf: [n-ag.de](https://www.n-ag.de)**