

MEDIENINFORMATION

Hamburg, 03. Juni 2021

„Weil wir Hamburg sind“ jetzt den Einzelhandel und die Gastronomie in den Stadtteilen unterstützen

Im Auftrag der Behörde für Wirtschaft und Innovation hat die Hamburg Tourismus GmbH (HHT) kreative Maßnahmen entwickelt, um die Aufmerksamkeit der Hamburger auf das lokale Einzelhandels- und Gastronomieangebot zu lenken. Durch flächendeckende Plakatierungen und die Wahl zum „Lieblingsladen des Viertels“ werden die Einwohner eingeladen, die Angebote in ihrem Stadtteil zu nutzen.

Die Hamburger hegen eine enge Verbundenheit zu ihrem Stadtteil. Und man stelle sich vor: Was wäre der Stadtteil, ohne den Lieblingsladen um die Ecke, ohne den lokalen Einzelhandel, ohne das Lieblingsrestaurant oder ohne die häufig besuchte Bar? Ein Stück Lebensqualität würde fehlen.

Im Auftrag der Behörde für Wirtschaft und Innovation hat die Hamburg Tourismus GmbH dafür kreative Maßnahmen entwickelt, um die Aufmerksamkeit der Hamburger auf das lokale Einzelhandels- und Gastronomieangebot zu lenken.

„Natürlich müssen wir uns alle weiterhin verantwortungsvoll an die Regeln halten, aber die Zeit der Corona-Tristesse ist vorbei, das Leben kehrt zurück auf Straßen und Plätze. Wir wollen die kleinen Geschäfte vor Ort stärken, die das Lebensgefühl in den Stadtteilen prägen. Diese Vitalität der Nachbarschaften vor der Haustür ist Fundament einer lebenswerten Metropole und der lokale Einzelhandel, das Lokal um die Ecke sind dabei unverzichtbar. Sie endlich wieder stärken zu können - darauf haben wir alle hingearbeitet“, so Wirtschaftssenator Michael Westhagemann.

Michael Otremba unterstreicht die Bedeutung für Hamburg: „Die hohe Lebens- und Aufenthaltsqualität Hamburgs ist auch davon abhängig, wie individuell und kontrastreich das Angebot in den Stadtteilen ist. Die Betriebe haben sehr schwierige Monate hinter sich gebracht. Mit den Maßnahmen möchten wir das Scheinwerferlicht nun auf sie richten und damit den Start unterstützen“, so der HHT- Geschäftsführer.

Humorvolle Denkanstöße durch Stadtteilmotive

Im Kommunikationsdesign der Kampagne „Weil wir Hamburg sind“ werden bis zum 21. Juni im Stadtgebiet Motive sichtbar, mit denen die Stadtteilbewohner eingeladen werden, die lokalen Betriebe zu nutzen.

Die gleiche Zielstellung wird mit der Zusammenarbeit mit den Bezirksämtern und den Stadtteilinitiativen vor Ort verfolgt. Denn Hamburg ist nicht Hamburg, wenn es nicht die vielen charmannten Angebote in den Stadtteilen gibt. Dafür hat die HHT passende Plakatmotive für einzelne Stadtteile entworfen. Absender sind die einzelnen Initiativen vor Ort, die die Werbemaßnahmen für die Kampagne im eigenen Stadtteil koordinieren.

Mehr unter www.hamburg-tourismus.de/stadtteile

„Liebling des Viertels“ – Jetzt dem Landen im eigenen Stadtteil Aufmerksamkeit schenken

Mit der Aktion „Liebling des Viertels“ werden Hamburger eingeladen, ihren Lieblingsladen zu nominieren und ihm damit Aufmerksamkeit in Form von Berichterstattung zu verschaffen. Die Nominierten werden durch und über die Kanäle der Hamburger Morgenpost vorgestellt. Auch die Hamburg Tourismus GmbH wird die Aktion nutzen, um die Geschichten über die eigenen Kanäle zu kommunizieren. Die Aktion startet am 2. Juni und wird bis Ende Juli laufen. Die Initiative bringt damit die Haltung der Restart-Kampagne „Weil wir Hamburg sind“ zum Ausdruck: wir halten zusammen, wir machen die vielen Vorzüge und tollen Gastgeber der Stadt sichtbar. Mehr unter www.mopo.de/lieblingsviertel.

„Weil wir Hamburg sind“ – Eine Restart-Kampagne mit Haltung

Die Maßnahmen sind Bestandteil der offiziellen Restart-Kampagne „Weil wir Hamburg sind“. Die Kampagne wirkt in unterschiedlichen Phasen, betont mit den beschriebenen Maßnahmen die Solidarität und den Zusammenhalt in Hamburg.

Mit den Öffnungsschritten des Senats liegt der Fokus der Kampagne darauf, das touristische Angebot wieder deutschlandweit sichtbar zu machen und damit Sehnsucht nach Hamburgreisen zu entfachen.

Mehr Infos zu „Weil wir Hamburg sind“ unter www.weilwirhamburgsind.de. Die einzelnen Plakatsmotive stellen wir gerne auf Nachfrage zur Verfügung. #weilwirhamburgsind

Ihr Medienkontakt der Hamburg Tourismus GmbH:

Sascha Albertsen | Leiter Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Telefon: +49(0)40-300 51 111 | E-Mail: albertsen@hamburg-tourismus.de
Mobil: +49(0)172-43 46 321

Die umfangreichsten Informationen zu Hamburg in 13 Sprachen:
www.hamburg-tourismus.de

News über Hamburg und die Metropolregion für Journalisten, Blogger und Partner:
www.twitter.com/HHT_News oder @HHT_News