



«Der Einkaufstourismus hat einen Effekt»

Liestal Kampagne will das Bewusstsein für regionale Lehrbetriebe schärfen



Christoph Buser (l.) und Beat Huesler präsentieren die Etiketten und Aufkleber der aktuellen Lehrbetriebskampagne.

FOTOS: M. SCHAFFNER

MARC SCHAFFNER

Jeden zehnten Franken, den Schweizer Konsumenten im Detailhandel ausgeben, geben sie im Ausland aus. Eine im Januar veröffentlichte Credit-Suisse-Studie legt nahe, dass der Druck auf die inländischen Detaillisten in nächster Zeit nicht nachlassen wird. Auch online legen ausländische Anbieter stark zu. Seit 2010 ist ein Drittel des Wachstums im Onlinehandel ins Ausland geflossen.

Die aktuelle Lehrbetriebskampagne der Baselbieter Konferenz der Gewerbe- und Industrievereine (KGIV) ist ganz auf dieses Thema ausgerichtet: «Herzlichen Dank für Ihren Einkauf bei einem regionalen Lehrbetrieb», lautet der Slogan. Die Kampagne stellt den Detaillisten entsprechende Aufkleber und Etikett-Anhänger zur Verfügung, die sie an ihren Produkten anbringen können. So

könnten sie ihren Kunden auf sympathische Art für ihre Einkaufstreue danken; erklärte KGIV-Präsident Beat Huesler an einer Medienkonferenz in Liestal. «Wir alle können mit unseren Kaufentscheidungen zum Wohlergehen unserer unmittelbaren Umgebung beitragen», fuhr Beat Huesler fort. Das Ziel der Kampagne sei, dafür ein Bewusstsein zu entwickeln. Insbesondere die 2743 Baselbieter Lehrbetriebe, die Jugendlichen eine Zukunft gäben, hätten unsere Wertschätzung verdient.

Aber auch Firmen ohne Lernende sind von der Kampagne nicht ausgeschlossen. Für sie liess die KGIV eine Variante von Aufklebern und Etiketten drucken, auf denen statt «Lehrbetrieb» einfach «Betrieb» steht. Begleitet wird die Aktion wie immer mit Inseraten und Pla-

katzen.

«Wir wollen nicht lehrmeisterlich auftreten oder ans schlechte Gewissen appellieren», ergänzte Christoph Buser, Direktor der Wirtschaftskammer Basel und Geschäftsführer der KGIV. Trotzdem müsse man sich bewusst sein, dass es einen Effekt habe, wenn man im Ausland einkaufe: «Dorfzentren sind nicht mehr so belebt wie früher, weil der gesunde Lädlimix fehlt», beobachtet Christoph Buser. Das wirke sich aufs Dorfleben aus, aber auch auf die Arbeitsplatzsituation.

Die KGIV hat seit 2011 drei Lehrbetriebskampagnen lanciert, jeweils mit einem anderen Fokus. Die erste Kampagne betonte, dass die Zukunft ohne Lehrbetriebe schwarz aussähe, die zweite stellte die Professionalität der dualen Ausbildung ins Zentrum und die dritte die Lernenden selber.



Die Baselbieter Lehrbetriebskampagne 2017 setzt ein Zeichen gegen den Einkaufstourismus: mit Dankes-Etiketten und -Aufklebern für Kunden, die im Baselbiet einkaufen.