

DAS LEBEN GEHÖRT INS ZENTRUM

Strategische Ausrichtung und konkrete Maßnahmen
bis zur nächsten MPK am 12. April



GESELLSCHAFTLICHE STIMMUNG VOR DER MPK: CORONA-POLITIK

57% wünschen **Rückkehr zum Lockdown***

45% halten die Beschlüsse vom 3. März für **zu locker****

41% finden, dass die Maßnahmen über den 28. März hinaus **verschärft** werden***

*Civey Umfrage: Zeitraum 20.-22.03.2021

** Civey Umfrage: Zeitraum 04.-09.03.2021

*** Civey Umfrage: Zeitraum 16.-22.03.2021

GESELLSCHAFTLICHE STIMMUNG AM 23. MÄRZ: ÖFFNUNG EINZELHANDEL

24% sehen **Überfüllung** der Innenstädte als Problem

9% sorgen sich um eine **hohe Ansteckungsgefahr** im Geschäft

9% meinen, dass **alle zu Hause bleiben** sollten

48% finden, der Einzelhandel soll **öffnen**

<5% sehen: **hohe Ansteckungsgefahr bei der Anreise, unzureichende Hygienekonzepte, der Einzelhandel ist nicht wichtig genug**

Strategische Ausrichtung der Kommunikation bis zur MPK: Offensiver, aber zugleich konstruktiver Ansatz

Public Relations / Kampagne

Kontrollierte Offensive

Fokus: Maximale Aufmerksamkeit, vor allem im politischen Berlin

- Lautstärke erhöhen
- Unmissverständliche Kernbotschaften
- Klare Erwartungshaltung
 - **Rettungsschirm für Handel**
 - **Dauerhafte Lösung für Zeit nach MPK**

Public Affairs

Sachlich, konstruktiv, gesprächsbereit

Fokus bis Ostern: Hilfen sichern!

- Handel macht konkrete Vorschläge für Hilfen, insbes. für „ergänzendes Hilfsinstrument“

Fokus nach Ostern: Öffnung sichern!

- Nachhaltige Öffnungsstrategie als Forderung
- Botschaft: Handel wird erneuter Ungleichbehandlung nicht tatenlos zusehen

Strategische Kernbotschaften

- Erneut hat die Politik die **Chance vergeben**, Deutschland aus dem Lockdown zu führen. Seit Monaten fordert der Einzelhandel eine **konsequente Strategie aus Impfen, Testen, Hygienekonzepten und digitaler Nachverfolgung**. **Passiert ist wieder nichts!** Mit Ausnahme weniger Städte, die erfolgreiche Strategien entwickelt haben, fehlt es flächendeckend an Konzepten für eine Umsetzung. Das ist ein Armutszeugnis für Deutschland.
- Dieses Versagen bedeutet für den Handel eine **weitere komplett verlorene Saison mit unverkaufter Ware und Kosten**, für die es bislang **nicht ansatzweise ausreichende Kompensationen** gibt. Schon wieder kündigt die MPK neue Hilfen an – **Stichwort ergänzendes Hilfsinstrument**. Schnelle und effektive Hilfen für alle Händler dürfen **nicht länger nur Versprechen** sein. Mit einer neuerlichen Schließung stehen **Hunderttausende Arbeitsplätze und wirtschaftliche Existenzen** endgültig auf dem Spiel.
- Wir fordern Bund und Länder zu einem **Rettungsschirm für den Einzelhandel** auf, wie er bereits für andere ebenfalls stark betroffene Branchen (ÖPNV, Flughäfen, Messewirtschaft) aufgespannt wurde. Der Handel erwartet, dass Unterstützungen **schnell, unbürokratisch und im gebotenen Umfang** für alle fließen. Der Handel wird dazu noch diese Woche der Politik konkrete Vorschläge machen.
- Wir **erwarten, dass die Politik die Zeit bis zur nächsten MPK nicht wieder verstreichen lässt**, sondern eine effektive Infrastruktur aufbaut, die eine Wiedereröffnung der Innenstädte unabhängig von reinen Inzidenzwerten auf der Basis von Impfen, Testen, Hygiene und Nachverfolgung ermöglicht. Nach einem Jahr Pandemie ist dies nicht zu viel verlangt. Der aktuelle **Dauerlockdown vernichtet den Handel in Deutschland und gefährdet die Innenstädte**.



UMSETZUNG

BILD LIVE-INNENSTADTGIPFEL

- ✓ Klarer Fokus auf das Thema Einzelhandel
- ✓ Hohe Lautstärke für unsere Anlie
- ✓ Viel Aufmerksamkeit in Berlin

UMGESETZT

Umsetzung

- Gäste: Claus-Dietrich Lahrs, Prof. Timm Homann, Michael Busch
- Timing: 24.03., 18 Uhr



**Sendung bei BILD LIVE im
Talkshow-Format mit engem
thematischem Zuschnitt**

AKTIONSTAGE DEMO MIT GROSSPLASTIK

- ✓ Politische Großplastik gefertigt von Jacques Tilly
- ✓ Motive für Medien und SoM

WIRD GEPRÜFT

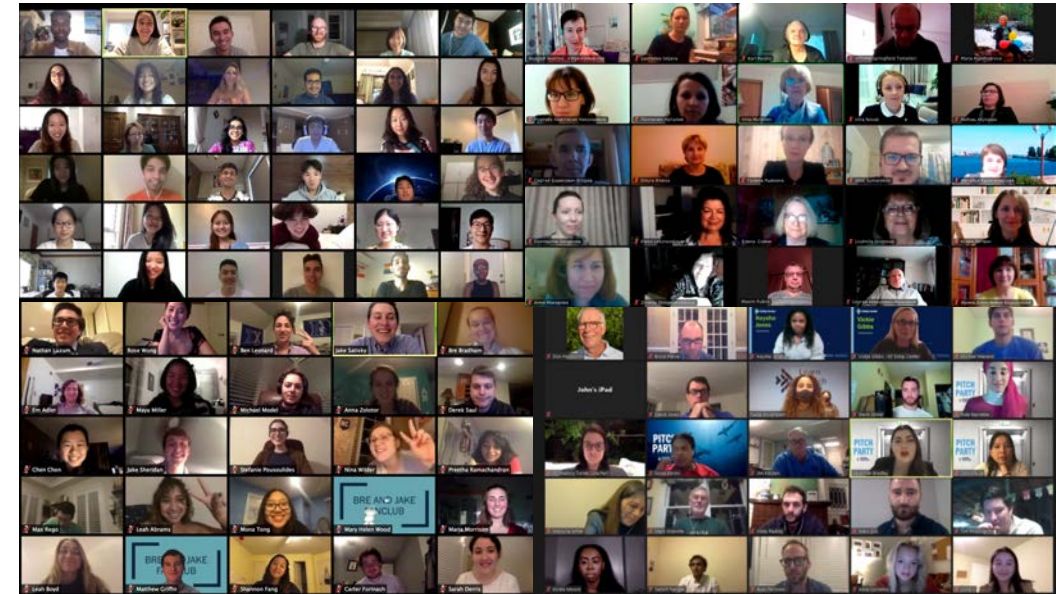


Bildstarkes Motiv mit
klarer Botschaft

AKTIONSTAGE ONLINE-MITARBEITER-DEMO

- ✓ Aufmerksamkeit schaffen
- ✓ Gesellschaftliche Unterstützung gewinnen
- ✓ Die Not verdeutlichen und Handlungsdruck gegenüber der Politik erzeugen

WIRD GEPRÜFT

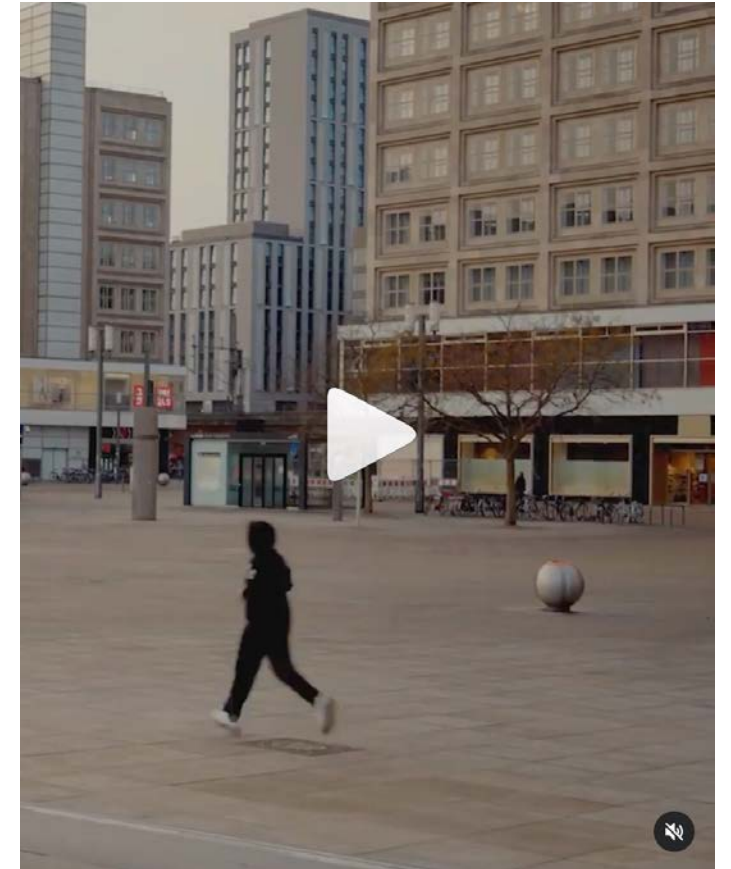


**Volle Aufmerksamkeit
für den Einzelhandel**

VIDEO „LEBEN WIEDER MÖGLICH MACHEN“

- ✓ Gesellschaftliche Akzeptanz steigern
- ✓ Vorbehalte gegen überfüllte Innenräume reduzieren
- ✓ Unterstützung gewinnen

WIRD GEPRÜFT



**Reichweitenstark emotionale
Botschaften transportieren**