

**WYNKEN
BLYNKEN
& NOD**



**FINSBURY
GLOVER
HERING**

Kommunikationsstrategie & Leitidee für eine handelsfreundliche Corona-Politik
19. Februar 2021



Unser Ziel: Wieder Leben in der Stadt

Denn 77% der Deutschen wünschen sich eine staatliche Förderung des Einzelhandels
(Civey-Befragung, Februar 2021)

Unsere vier Zielgruppen



Verkäufer
Filialleiter
Arbeitnehmervertreter
Kulturschaffende
Gastronomie



Stadtnah
Ländlich (Shoppingtouristen)
Bundesländlich (z.B. BaWü)



Politische Entscheider
Parteien (CDU/CSU, SPD...)
Landtagswahlkämpfer
Kommunalpolitiker



Wirtschaftspresse
Fernsehsender
Lokale Presse
Lokale Radiosender

Unsere konkreten Business- und Kommunikations-Ziele



Aktivieren

Bündnis erweitern



Öffentliche Aufmerksamkeit und Unterstützung für die Notsituation der Einzelhändler, ob groß, ob klein, und deren potenzielle Folgen für die Mitarbeiter und die Städte generieren und diese für politische Entscheidungsträger sichtbar machen.



Auf den Tisch kommen bei der Ministerpräsidenten-Konferenz

Entscheidungsträger von der Notwendigkeit überzeugen.

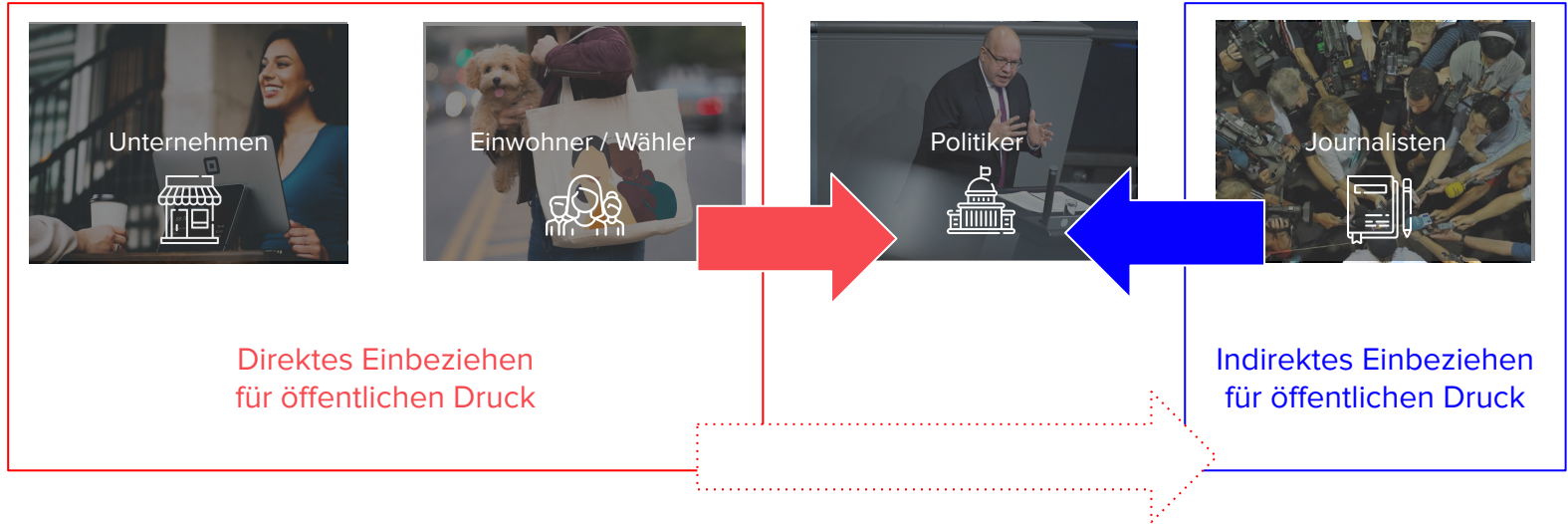
Entschädigung und Fördergelder

Klarheit wann und wie Geschäfte wieder öffnen können und weitere finanzielle Unterstützung



Verbreitung und Sichtbarkeit der Initiative

Unsere Ansprache



Direktes Einbeziehen muss zwei Aspekte berücksichtigen

Es geht ums
Überleben

Ökonomische Sicht

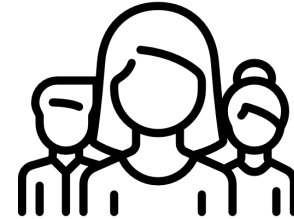


Wichtigste Kennzahlen

Liquidität
Arbeitsplätze

Es geht ums
Stadtleben

Gesellschaftliche Sicht



Wichtigste Treiber*

Restaurants, Kneipen & Cafés
Freunde & Bekannte

* Appinio Repräsentative Befragung, Deutschland, 2021



Ein Motto für alles

Das Leben gehört ins Zentrum

Einfache, emotionale Wahrheit
übersetzt das komplexe Thema

Gesellschaftliche Relevanz
statt finanzielle Interessen

Anwendung auf viele Aspekte
(Arbeitsplätze, Kultur, Wirtschaft...)

Beinhaltet auch
Einkaufszentren

Das Leben gehört ins Zentrum

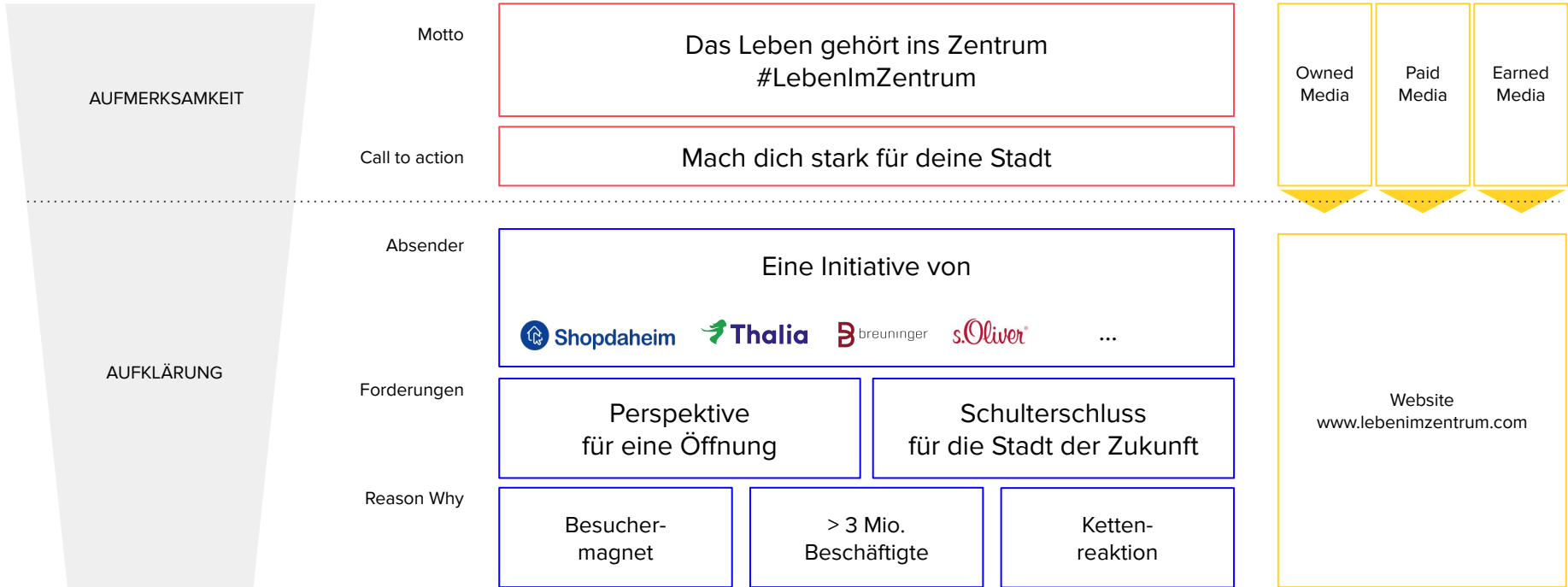
Der Mensch als DAS Kriterium
für politische Entscheidungen

Eine Initiative hinter der
alle stehen können

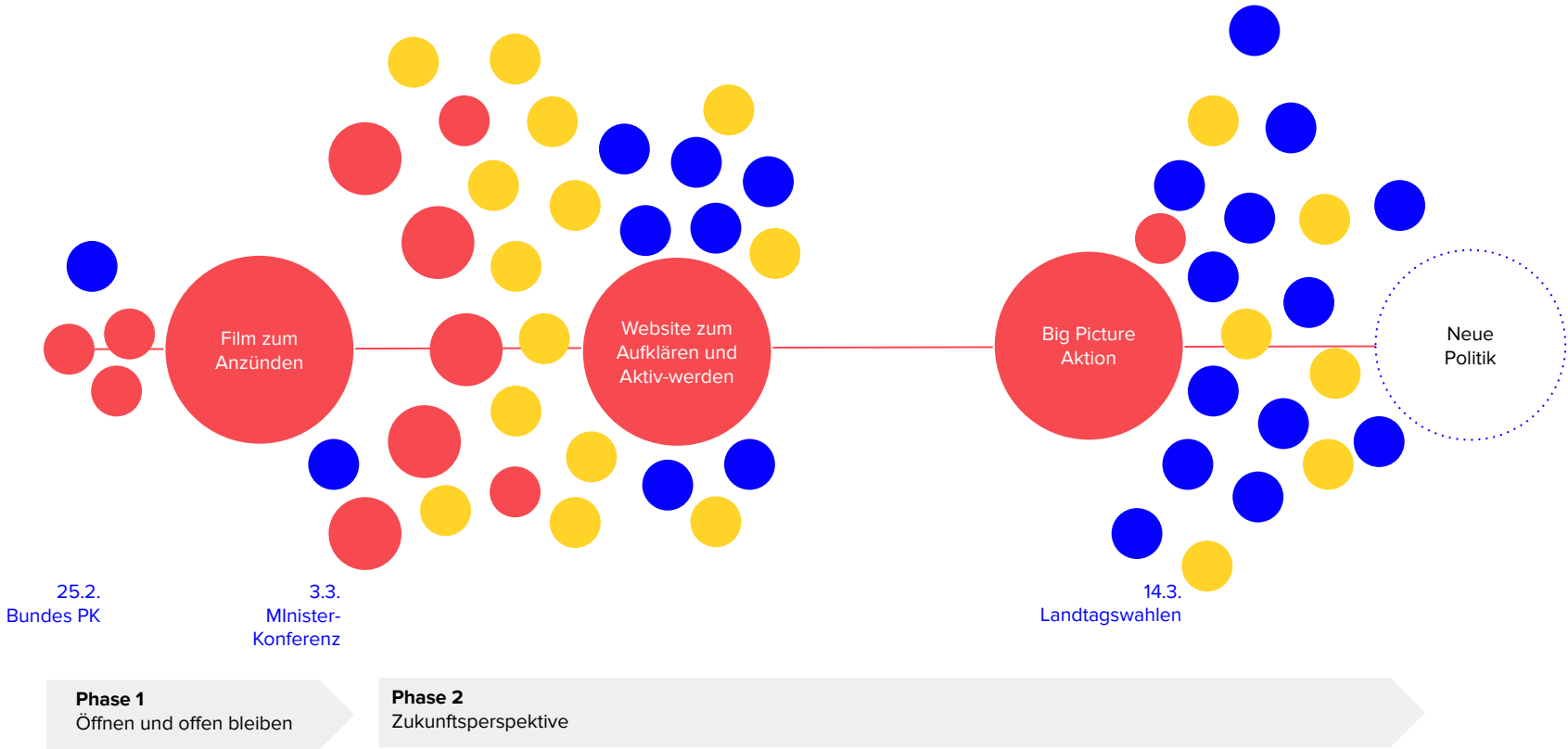
Eine klare Feststellung statt
einer schwachen Forderung



Botschaften-Architektur



Zeitplan und Kampagnen-Mechanik



Legende: Paid + Owned (inkl. Mitarbeiter) , Earned (Wähler, Konsumenten) , Presse & Politik

Der Film "Ohne"

Zu ästhetischen Bildern verlassener Innenstädte hören wir die freche Stimme einer jungen Frau:

"Ich kann auch gut ohne ...

Ohne den ganzen Stress und hektische, panische Menschen.

Ohne scheiß Tauben, die mir die Currywurst klauen.

Ich komm auch ohne überdrehte Studenten klar, die versuchen, mir Abos anzudrehen.

*Ich kann ohne stundenlanges-Suchen-und-dann-doch-nicht-Finden-
und-schließlich-enttäuscht-nach-Hause-fahren.*

*Und ich kann ganz bestimmt ohne schwitzende Menschen in der Bahn,
die sich dabei an mir reiben.*

Ohne Singer-Songwriter an jeder Ecke, die weder singen, noch songwriten können.

Und ohne den verrückten Typen, der vom Weltuntergang predigt.

Ich kann echt gut ohne all das auskommen. Aber ich freu mich drauf.

Denn es kommt ja zurück. Oder?"

Das Leben gehört ins Zentrum.

Mach dich stark für deine Stadt.

Lokale Aussteuerung:
Die Story für Hamburg

(Bjarne Mädel spricht:)

“Ich kann echt gut ohne den Stress und die ganze dumme Hektik.

Ohne die ollen Tauben, die mich am Mö-Grill belagern.

***Und ganz bestimmt ohne die Touristenmassen,
die den Blick auf die Alster versperren.***

...

Ich kann echt gut ohne all das. Aber ich freu mich drauf.

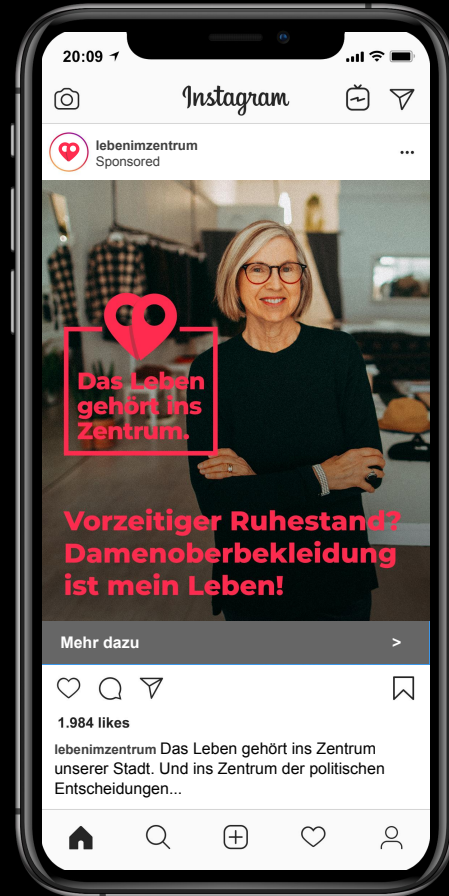
Denn es kommt ja zurück. Oder?”

Das Leben gehört ins Zentrum.

Mach dich stark für deine Stadt.

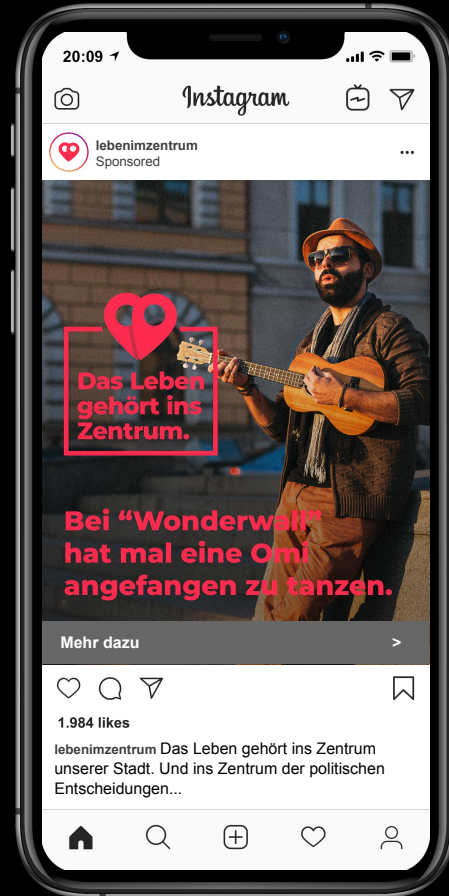
übergeordnete Postings

Mit Paid Ads greifen wir die unterschiedlichen Dimensionen des Lebens im Zentrum auf und verlinken auf die Kampagnen-Website.



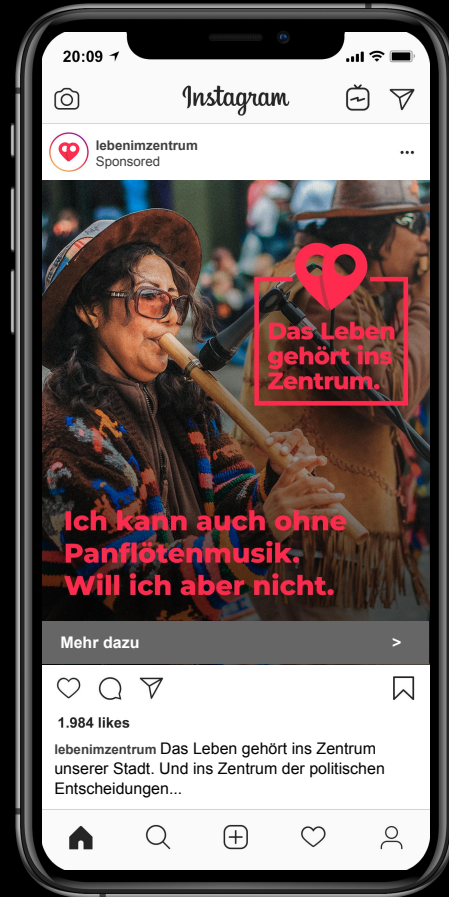
übergeordnete Postings

Mit Paid Ads greifen wir die unterschiedlichen Dimensionen des Lebens im Zentrum auf und verlinken auf die Kampagnen-Website.



übergeordnete Postings

Mit Paid Ads greifen wir die unterschiedlichen Dimensionen des Lebens im Zentrum auf und verlinken auf die Kampagnen-Website.



Motiv nicht final

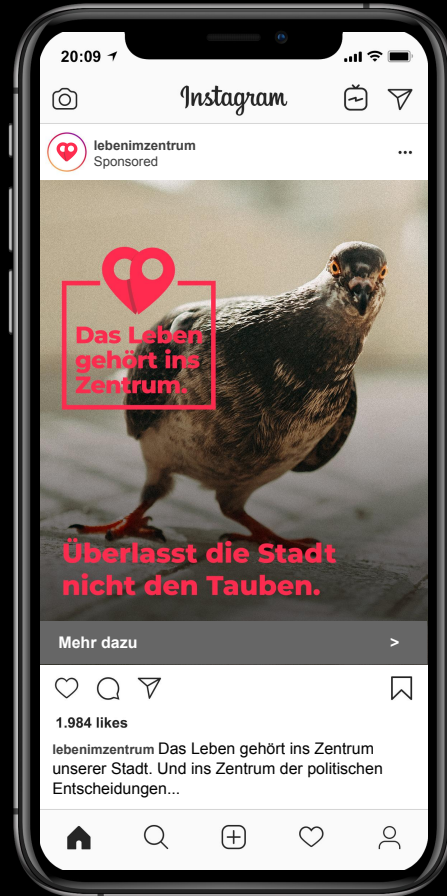
übergeordnete Postings

Mit Paid Ads greifen wir die unterschiedlichen Dimensionen des Lebens im Zentrum auf und verlinken auf die Kampagnen-Website.



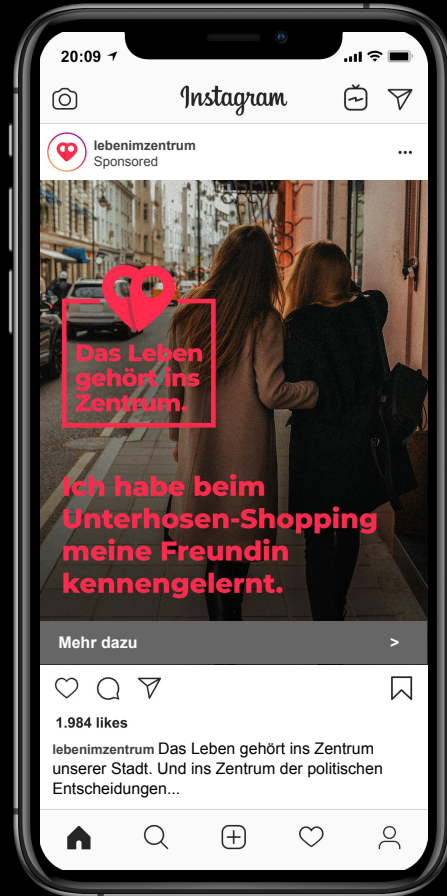
übergeordnete Postings

Mit Paid Ads greifen wir die unterschiedlichen Dimensionen des Lebens im Zentrum auf und verlinken auf die Kampagnen-Website.



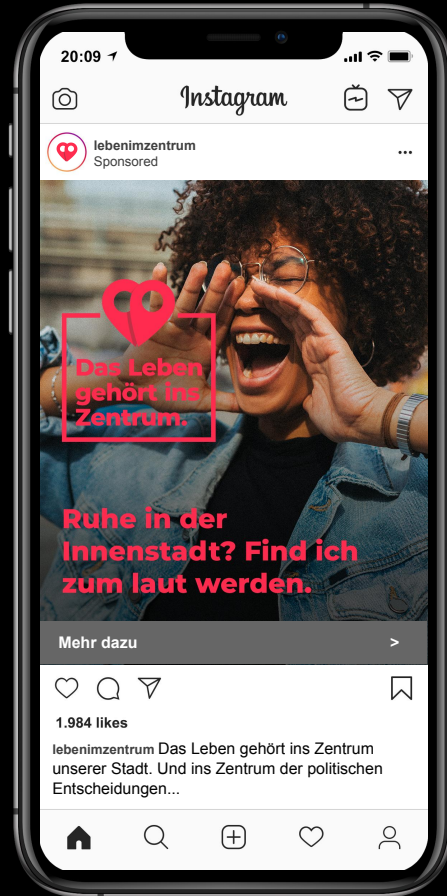
übergeordnete Postings

Mit Paid Ads greifen wir die unterschiedlichen Dimensionen des Lebens im Zentrum auf und verlinken auf die Kampagnen-Website.

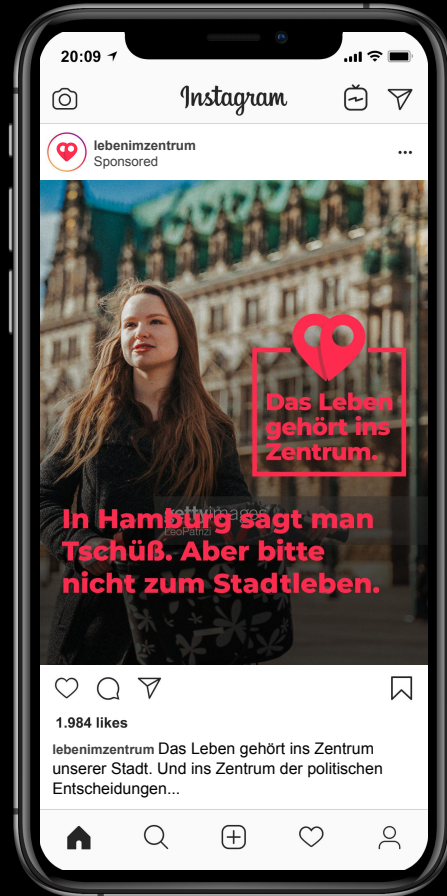


übergeordnete Postings

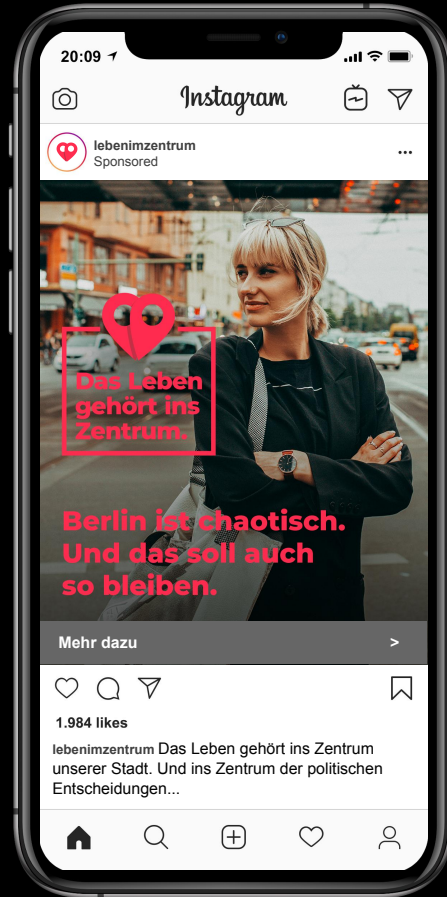
Mit Paid Ads greifen wir die unterschiedlichen Dimensionen des Lebens im Zentrum auf und verlinken auf die Kampagnen-Website.



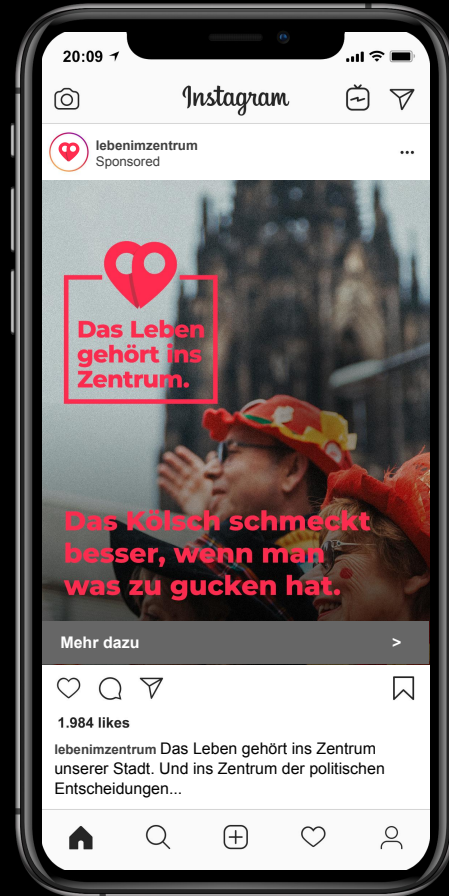
Lokale Postings Hamburg



Lokale Postings Berlin

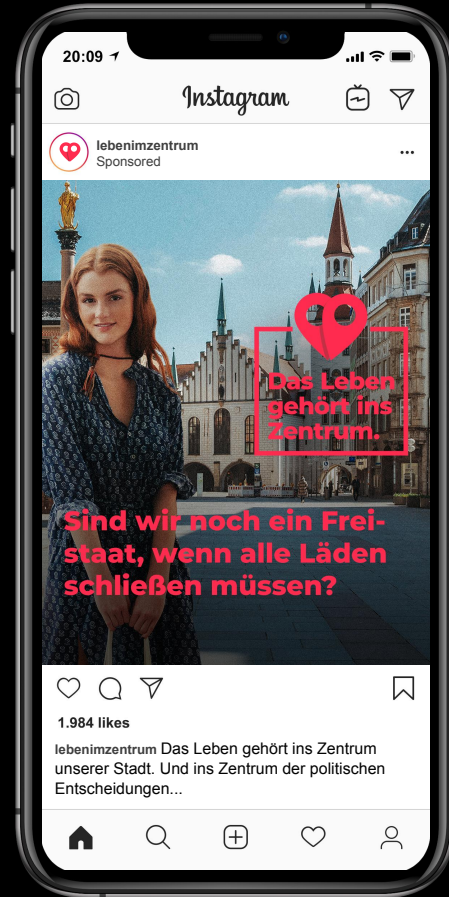


Lokale Postings Köln



Motiv
nicht
final

Lokale Postings München

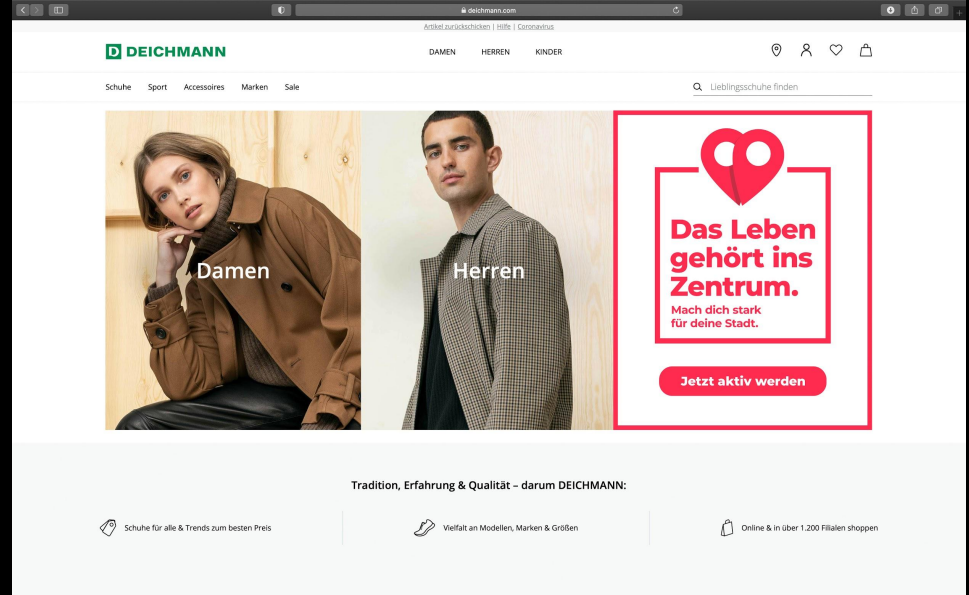


Motiv
nicht
final

Engagement der Handelsunternehmen



Wir nutzen sämtliche zur Verfügung stehende Owned Media, um unsere Botschaft zu verbreiten.



Hier kann jeder Wähler
und Konsument seine
Stimme erheben und die
konkreten Forderungen
erfahren:

- Gleichbehandlung aller
Handelsunternehmen
- Öffnungskonzept
- langfristige Kooperation
von allen Beteiligten



Ich bin dafür

Jetzt handeln - oder Tschüß, Handel

Überbrückungshilflosigkeit beenden

Die Coronakrise hat uns alle schwer getroffen. Ob Künstler, Gastronom oder Handelskette. Die Regierung stellt zwar Überbrückungshilfen zur Verfügung aber keine Perspektiven und Konzepte, die eine Lockerung der Beschränkungen möglich machen. Was bedeutet das für unsere Innenstädte? Nichts Gutes. Jetzt ist entschlossenes und kluges Handeln gefragt.

Stand
18.02.2021

Website Startseite 2/3

Hier kann jeder Wähler
und Konsument seine
Stimme erheben und die
konkreten Forderungen
erfahren:

- Gleichbehandlung aller
Handelsunternehmen
- Öffnungskonzept
- langfristige Kooperation
von allen Beteiligten

Innenstädte? Nichts Gutes. Jetzt ist entschlossenes und kluges Handeln gefragt.

1.

Sofort und sicher öffnen

Unsere Stadt soll leben. Und jeder einzelne Tag, an dem Handel, Gastronomie und Kultur geschlossen bleiben müssen, macht einen großen Unterschied. Deshalb fördern wir eine zeitnahe, sichere Wiedereröffnung. Wir sind davon überzeugt, dass das möglich ist – so sehr, dass wir nicht nur Forderungen stellen, sondern auch sehr bald ein eigenes Öffnungskonzept präsentieren.

2.

Schnell und effektiv helfen

Es ist doch ganz einfach: Wer Hilfe braucht, soll Hilfe bekommen. Schnell, unkompliziert und direkt. Ohne Bevorzugung oder Benachteiligung bestimmter Branchen. Pauschale Einschränkungen wie die €10-Millionen-Gesamtgrenze sind dabei kein faires, gerechtes Mittel. Die Bundesregierung darf nicht vergessen: Menschen sind wichtiger als Zahlen.

3.

Innenstädte dauerhaft fördern

Händler, Gastronomie und Kultur sind gleichermaßen vom Lockdown betroffen. Viele sind in die Knie gegangen. Niemand hat momentan das Geld für notwendige Investitionen. Jetzt braucht es durchdachte, nachhaltige Strategien. Die Politik hat bereits erste Initiativen für Innenstädte angestoßen – und wir werden uns dafür einsetzen, dass dieses Thema nach einer Öffnung nicht in Vergessenheit gerät.

Hier kann jeder Wähler
und Konsument seine
Stimme erheben und die
konkreten Forderungen
erfahren:

- Gleichbehandlung aller
Handelsunternehmen
- Öffnungskonzept
- langfristige Kooperation
von allen Beteiligten

Ich bin dafür



Eine Initiative von

 breuninger

 DEICHMANN

 Thalia

 TAKKO
FASHION

 MediaMarkt

 G
GARHAMMER

 ECE

 Ernsting's family
Von fröhlichen Familien empfohlen.

 SATURN

 s.Oliver

 K
KATAG
THE FASHION PEOPLE

 kik
THE FASHION PEOPLE

Logos noch
nicht
vollständig

[Der Initiative anschließen](#)

[FAQ](#) | [Pressemitteilungen](#) | [Impressum](#) | [AGB](#) | [Datenschutzerklärung](#) | [Disclaimer](#)

Klickt er den Button "Ich bin dafür" gelangt er auf eine Ergebnisseite auf der alle Stimmen gezählt werden und er selbst Teil der Kampagne werden kann.

← Zur Startseite



26.548 Unterstützer

So kannst Du Dich für Deine Stadt stark machen

Zeige deinen Support

Setze ein Zeichen mit Deinem Facebook
Profilbild



Sticker laden


Verbreite Deine eigene Botschaft

Website Ergebnisseite 2/2

Klickt er den Button “Ich bin dafür” gelangt er auf eine Ergebnisseite, auf der alle Stimmen gezählt werden. Hier kann er dann selbst Teil der Kampagne werden indem er sein Social-Profilbild mit einem Sticker versieht oder mit dem Instagram-Filter sein eigenes Kampagnenmotiv teilt.

Zeige deinen Support


Setze ein Zeichen mit Deinem Facebook Profilbild



Das Leben gehört ins Zentrum

Sticker laden


Verbreite Deine eigene Botschaft



meine Kollegen ohne Maske!

Filter starten

Teile die Initiative auf Deinen Kanälen



[Der Initiative anschließen](#)

[FAQ](#) | [Pressemittellungen](#) | [Impressum](#) | [AGB](#) | [Datenschutzerklärung](#) | [Disclaimer](#)

Instagram Profil

Dieses Profil muss nicht zwangsläufig gepflegt werden, bietet aber eine enorme Chance für Engagement durch das Einsetzen eines Filters, der für alle User nutzbar ist.



Storyfilter & Profilbild Sticker



Jeder mit einem Instagram bzw. Facebook Profil kann den Filter ganz einfach für seine eigenen Stories als Overlay einsetzen und sein Statement abgeben — oder per Stickervorlage seine Sympathie direkt im Facebook Profilbild ausdrücken.



Toolbox für Partner

Alle Partner bekommen eine Toolbox mit den Kampagnen-Elementen, mit denen sie einfach eigene Social Media Motive im Kampagnenlook erstellen können.

Key Visual Paket



Social Media Paket



POS Plakat

Am POS kann jeder
Händler mit einem Plakat
ganz einfach und
prägnant auf die Initiative
aufmerksam machen.



**Das Leben
gehört ins
Zentrum.**

**Mach dich stark für
das Leben, den Handel
und die Kultur
in unserer Stadt.**



lebenimzentrum.com

Einfache Aktion
"Die Stadt lebt"



Mit einfachen Mitteln
können die Einzelhändler
am POS gemeinsam ein
(Licht-) Zeichen setzen.



WYNKEN
BLYNKEN
& NOD



Feedback?

Impressum

Die in dieser Präsentation dokumentierten Gedanken und Vorschläge sind geistiges Eigentum Wynken Blynken & Nod und Finsbury Glover Hering und unterliegen den geltenden Urhebergesetzen.

Die unautorisierte Nutzung, die ganze oder teilweise Vervielfältigung sowie jede Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.