



Verband Berlin-Brandenburgischer
Wohnungsunternehmen e.V.

WBC Calau unterstützt Kampagne für lokale Einzelhändler nach dem Shutdown

11.05.2020 Fachinformation

„Echt Calau“: Mit diesem Slogan schiebt die IG „In Calau clever kaufen“ (IG) und die Wohn- und Baugesellschaft Calau mbH (WBC) jetzt eine Marketingkampagne an, um die Innenstadt nach dem Shutdown zu stärken. Gemeinsam werden die Calauer aufgerufen, mit ihrem Einkauf die Händler in der Calauer Innenstadt zu unterstützen. Gleichzeitig soll das Bewusstsein für regionale Produkte und Händler aktiviert werden.

Geplant sind ab Mitte Mai eine Gutscheinaktion im Wert von 1.000 Euro, ein Sonderblatt, 20.000 Flyer über regionale Produkte und Händler der IG/WBC, Anzeigen, Straßenbanner, Plakate, diverse Presse- und Social Media-Informationen. Und das Wichtigste: positive Mundpropaganda. Vor allem die Händler haben sich Aktionen einfallen lassen. Ein Bäcker bietet gleich drei neue Handwerkerbrote an, aber auch regionale Bioprodukte, Video-online-Möbelberatung, Lieferservice, Porträtzeichnungen, traditionelle Gerichte wie Buchweizenplinse und Calauer Quarkkeulchen gehören dazu. Die Calauer erkennen die teilnehmenden Läden an dem Schild: „Echt Calau - Wir sind dabei“.

Die IG zählt 28 Mitstreiter vom Händler, Dienstleister bis zum Bauunternehmen. Die WBC hat insgesamt 19 Gewerbetreibende und bietet erfolgreich das WBC-Gewerbestarterpaket an. Damit erhalten Gewerbetreibende bei Geschäftsübernahmen und Neugründungen umfangreiche Unterstützung. Zusätzlich bietet das Unternehmen für ihre Kunden die WBC-Kundenkarte. Die IG und die Spreewaldbank eG bieten Gutscheine zum Kauf. Als genossenschaftliche Rückvergütung erhalten über 1.200 Mitglieder der Spreewaldbank eG ab 8. Mai städteübergreifende Händlergutscheine für Calau, Lübben, Lübbenau und Vetschau. Alle Gutscheine und Karten sind bewährte Mittel, um Calau und die Region zu stärken. Immerhin lag der Umsatz allein bei den IG-Gutscheinen Anfang Februar 2020 bei 12.000 € Umsatz. Geld, das die Händler und Dienstleister dringend in den kleinen Städten benötigen. Zudem ist sich das Netzwerk einig, dass Abstands- und Hygieneregeln in kleinen Läden gut umgesetzt werden können.

Vor allem die Neu-Calauer schätzen die kleine, aber belebte Innenstadt. Dafür hat das Netzwerk über viele Jahre Anstrengungen unternommen, wie zum Beispiel das Baustellenshopping, verschiedene Märkte, Ausstellungen, Konzerte u.v.m.

Finanziert wird das Vorhaben nach dem Shutdown über das Preisgeld der IHK City-Offensive von 2019, Fördermittel der Staatskanzlei Brandenburg und Mittel der WBC.

Kampagnenmotiv zur Corona-Einzelhandelsaktion





<https://bbu.de/beitraege/wbc-calau-unterstuetzt-kampagne-fuer-lokale-einzelhaendler-nach-dem-shutdown>