

## Anerkennung des Wirtschaftsministers

### Stadtmarketing und Werbering Hessisch Oldendorf für Fest in der Langen Straße ausgezeichnet

Mittwoch 27. Oktober 2021 - **Hessisch Oldendorf / Hannover (wbn). Niedersachsens Wirtschaftsminister Bernd Althusmann hat die zwölf Preisträger des landesweiten Wettbewerbs „Gemeinsam aktiv - Handel(n) vor Ort“ ausgezeichnet.**

Unter dem Motto „Danke Handel“ wurden Einzelhandelsunternehmen, Standortgemeinschaften und Genossenschaftsmodelle, die während der Corona-Krise kreative Ideen entwickelt haben, für ihr Engagement und ihr Durchhaltevermögen mit zwölf Preisen von jeweils 3.000 Euro ausgezeichnet. Dazu gehört auch das „Kleine Fest in der Langen Straße“. Eine Idee des Werberings und Stadtmarketings für Hessisch Oldendorf.

Fortsetzung von Seite 1 Der landesweite Wettbewerb wurde bereits zum vierten Mal von Wirtschaftsministerium, IHK Niedersachsen (IHKN), vom Genossenschaftsverband Weser-Ems, Handelsverband Niedersachsen-Bremen und Nordenham Marketing und Touristik e.V. organisiert - in diesem Jahr allerdings erstmalig mit direktem Bezug zur Corona-Pandemie.

**Folgende Gemeinschaftsinitiativen und Einzelhändler und Einzelhändlerinnen sind als Sieger des diesjährigen Wettbewerbs hervorgegangen:**

„Fashion born in Hannover PopUp Stores“, kreHtiv Netzwerk Hannover e.V.

Fashion born in Hannover steht für regionale, nachhaltige und qualitativ hochwertige Mode aus der Region Hannover. Ziel des Projektes ist die Vernetzung, Qualifizierung und Sichtbarmachung der regionalen Modeschaffenden und ihrer Produkte in sog. „Pop-up-Formaten“. Dafür wurde während der Coronapandemie unter anderem Leerstand in der Landeshauptstadt kreativ zwischengenutzt, aber auch Flächen in bestehenden Geschäften als Aktionsflächen bespielt.

### „Sonntagsperlen“, Provinzperle e.K., Lüneburg

Als digitales Stadtmagazin verzahnte das Projekt „Sonntagsperlen“ schon vor Corona Einzelhandel, Gastronomie, Kultur und Politik mittels Veranstaltungen und Diskussionsrunden in den stationären Geschäften Lüneburgs. Aufgrund der Pandemie konnten keine Events mehr durchgeführt werden. Daher wurden Streamingangebote entwickelt, wie z.B. Live-Küchentalks mit Themen aus Politik, Handel und Gesellschaft. Der Fokus liegt auf der Vernetzung aller (Innen)Stadt-Akteure.

### „Erst der Wein, dann das Buch“, Bücher von Bestenbostel, Nordenham

Die Nordenhamer Buchhandlung hat während der Lockdowns virtuelle Angebote geschaffen, um im Rahmen von abendlichen Streamingveranstaltungen nicht nur neue Bücher vorzustellen, sondern gleichzeitig eine Weinverkostung durchzuführen. Dafür konnte sich der Kunde im Vorwege ein Weinpaket bestellen und eine „kulinarisch-literarische“ Veranstaltung zu Hause erleben.

### „Kleines Fest in der Langen Straße“, Werbering und Stadtmarketing für Hessisch Oldendorf e.V.

Die Hauptverkehrsstraße in dem Ort Hessisch Oldendorf wurde auch in Coronazeiten einmal im Monat von 16 bis 19 Uhr für Autos gesperrt. Unter bestimmten Mottos wurden coronakonforme Veranstaltungen angeboten, z.B. ein Grillfest („H.O. grillt“), oder eine Pflanzaktion („H.O. blüht auf“). Ziel ist es, die Besucher nach den coronabedingten Schließungen wieder in die Innenstadt und in die Geschäfte zu locken.

### „Lockdown - Katastrophe - Chance?“, Wohncenter Nordenham GmbH

Während der Schließungsanordnung hat das Wohncenter Kunden am Telefon oder per Videokonferenz beraten und Bilder per Mail oder Smartphone gesendet. Zudem gab es einen

Geschrieben von: Lorenz

Mittwoch, den 27. Oktober 2021 um 03:46 Uhr

---

Möbel-Drive-Inn, wobei nach einer telefonischen Vorauswahl entsprechende Möbel auf dem Parkplatz gestellt wurden. Zudem erfolgten mobile Einzelberatungen. Besonderer Wert wurde nicht nur auf Kundenbindung, sondern auch auf die Bindung und Wertschätzung der eigenen Mitarbeiterinnen gelegt, z.B. mittels „selfmade“ Videos der MitarbeiterInnen.

„#wirsindweyhe#gemeinsamstark“, Weyher Gewerbering e.V.

Während der Pandemie hat der Verein eine Fotoaktion durchgeführt, an der sich alle Mitgliedsbetriebe beteiligen konnten. Fotos der Einzelhändler, Gastronomen etc. wurden sodann auf den Social-Media-Kanälen des Vereins hochgeladen mit Hinweis auf Erreichbarkeit oder Liefermöglichkeiten. Dadurch haben sich auch einige Unternehmen erstmalig mit Social Media beschäftigt und Accounts eingerichtet, die sie inzwischen erfolgreich als Marketing- und Vertriebskanal nutzen.

„Instagram-Serie #mylocals\_BS“, Braunschweig Stadtmarketing GmbH

Im Frühjahr 2021 konnten Kunden auf Instagram live in die Geschäfte der Braunschweiger Innenstadt eintauchen. Einzelhändler stellten ihre Produkte und ihre digitalen Services in Live-Videobeiträgen vor. Während der Schließungen hat das Stadtmarketing darüber hinaus über die Bestell- und Lieferservices im Einzelhandel, Gastronomie etc. auf ihren Social-Media-Kanälen aufmerksam gemacht.

„DIE GELBE LEITER“, Die Gelbe Leiter, Lüneburg

Während Corona wurde eine gelbe Holzleiter in der Lüneburger Innenstadt aufgestellt, die als Kunstdenkmal ein Zeichen setzen und „grenzenlosen Optimismus“ in der innerstädtischen Wirtschaft verbreiten soll - branchenübergreifend. Die „Gelbe Leiter“ wurde inzwischen ergänzt um einen „Gelben Stuhl“ und „Gelbe Vorhänge“ in den sich solidarisierenden Geschäften. Diese sollen symbolisch für die Zuversicht und Solidarität des Handels, der Gastronomie und der Kultur stehen. Die Aktion hat überregionale Aufmerksamkeit erlangt.

„Gemeinsam gegen Corona“, Blumenhaus Antje Bruns, Nordenham

Während der Schließungsanordnung hat das Blumenhaus mit einer Vielzahl von Maßnahmen die Kundenerreichbarkeit sichergestellt, z.B. über einen Notfall-Onlineshop, der inzwischen als "ganz normaler" Onlineshop dient. Weiterhin wurde ein kostenloser Lieferservice eingerichtet, der während des Ostergeschäftes als Dankeschön auch Handgefertigtes der Geschäftsbetreiber mit auslieferte. Zudem wurden lokale Kooperationen geschlossen, u.a. zum Verkauf der Blumen im örtlichen Lebensmittelgeschäft.

„Marketingkampagne - „Damme liebt Dich“ in Verbindung mit der Aktion „Schaufenster Damme“, Handels- und Gewerbeverein Damme e.V.

Mit den beiden, Hand in Hand gehenden, Marketingkampagnen wurde das Thema Online-Sichtbarkeit sowie lokale Kundenbindung in den Fokus gerückt. So konnte auch während der Lockdowns Ware im Schaufenster ausgesucht, direkt bestellt und nach Hause geliefert werden. Dies erfolgte mittels QR-Codes oder per Telefon. Daneben wurde eine begleitende Marketing-Kampagne namens "Damme liebt Dich" aufgebaut und eine Plattform entwickelt, auf der Videos von der Aktion zu sehen sind. Das "Wir-Gefühl" zwischen Kommune, Marketing und Unternehmen vor Ort wurde sichtlich gestärkt.

„Tante Emma 2.0“, Misuki, Oldenburg

Tante Emma 2.0 ist ein Zusammenschluss von kleinen Oldenburger Läden, Cafés und Kneipen, die sich zusammengetan haben, um unter Oldenburgern Bürgerinnen und Bürgern das Bewusstsein für die vorhandene Struktur zu stärken und um zu zeigen, dass die Geschäfte vor Ort ein Teil des Stadtbildes darstellen und dieses vor, während und nach Corona mitgestalten und prägen. Als Gemeinschaft konnten Dinge verwirklicht werden, die ein Einzelner nicht schafft. So zum Beispiel Gemeinschaftsanzeigen, ein gemeinsamer Lieferdienst, oder auch eine Sortimentsvernetzung per App.

„KURVENHAVEN-TV - Die Plus-Size-Fashionshow“, KURVENHAVEN - Der Plus-Size-Store, Wilhelmshaven

Der KURVENHAVEN ist ein Plus-Size-Store, also ein Fachgeschäft für Damenmode in großen

Geschrieben von: Lorenz

Mittwoch, den 27. Oktober 2021 um 03:46 Uhr

---

Größen, das just als Startup zu Beginn der Pandemie gestartet hat. Ein Kundenstamm war noch nicht etabliert. So wurde die Idee geboren, Modeschauen live bei Facebook zu senden. Kundinnen konnten so interaktiv teilnehmen, Rückfragen wurden sofort live beantwortet und Bestellungen waren per Facebook, Instagram, WhatsApp, E-Mail oder Telefon jederzeit möglich. Mit jeder Kundin wurden die ausgewählten Artikel zudem vorab persönlich besprochen. Die Show wurde von Ausgabe zu Ausgabe professioneller und erhöhte sowohl die Social Media-Reichweite, als auch den Bekanntheitsgrad und die persönliche Kundenbindung.