



UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD

Düsseldorf, 06. August 2021

Pressemitteilung

Leben statt Lockdown

Handelsunternehmen starten breite Kampagne zur Steigerung der Corona-Impfbereitschaft

Mehr als ein Dutzend führender Handelsunternehmen setzt sich gemeinsam mit dem Handelsverband Deutschland (HDE) und dem Zentralen Immobilien Ausschuss (ZIA) in einer breit angelegten Kampagne für eine Steigerung der Impfbereitschaft gegen COVID-19 ein. Täglich erreichen die beteiligten Unternehmen mehr als 40 Millionen Kunden. Unibail-Rodamco-Westfield Germany unterstützt die Kampagne.

Zu den geplanten Maßnahmen bei „Leben statt Lockdown. Lass dich impfen.“ zählen neben Plakataktionen in Schaufenstern und Kassenbereichen, dem Auflegen von mehrsprachigen Informationsbroschüren, der Nutzung der Social-Media-Kanäle der Unternehmen und Verbände insbesondere die Durchführung von niederschweligen Impfangeboten an ausgewählten Standorten. Impfkaktionen erfolgen dabei in enger Abstimmung mit den lokalen Gesundheitsämtern. Zusätzlich werden bekannte Persönlichkeiten und Influencer, wie Fußballstar Emre Can, als Testimonials die Kampagne unterstützen und ihr zusätzliche Reichweite geben.

Hinter der Initiative stehen unter anderem die Unternehmen Aldi Nord und Süd, Breuninger, Deichmann, Deutsche Euroshop, ECE Group, EDEKA, Ernsting's Family, GALERIA Karstadt Kaufhof, INTERSPORT, KIK, Lidl und Kaufland, MediaMarktSaturn, METRO, REWE Group, s.Oliver, Tengelmann Unternehmensgruppe, Thalia, Transgourmet und Unibail-Rodamco-Westfield Germany.

„Die an der Kampagne beteiligten Handelsunternehmen verzeichnen täglich mehr als 40 Millionen Kundenkontakte und sind mit zehntausenden Standorten in ganz Deutschland vertreten. Die Aktion nutzt diese enorme Reichweite und flächendeckende Präsenz, um zur Steigerung der Impfbereitschaft in Deutschland beizutragen. Gemeinsam erreichen wir genau die Menschen, die sich trotz bestehendem Impfangebot bisher nicht haben impfen lassen. Hier wollen wir aufklären und gleichzeitig motivieren, denn nur mit einer wirkungsvollen Impfkampagne können wir dauerhaft wieder zur Normalität zurückkehren“, so HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth. Die Unternehmen wollen mit dieser Kampagne Verantwortung übernehmen und in enger Partnerschaft mit dem Bundesgesundheitsministerium sowie den lokalen Gesundheitsämtern einen wesentlichen Beitrag zur Bewältigung der Pandemie leisten.

Bundesgesundheitsminister Jens Spahn begrüßt die Aktion: „Die größte Impfkaktion der Geschichte ist eine Gemeinschaftsaufgabe. Es freut mich sehr, dass der Handel sich für eine möglichst hohe Impfbereitschaft einsetzt und die Länder und Kommunen bei der Umsetzung niedrighschwelliger Impfangebote unterstützen will. Mit Blick auf die Delta-Variante und Herbst und Winter zählt jede Impfung.“

„Wir unterstützen die Impfkampagne, denn unsere Innenstädte sollen weiterhin Orte der Begegnung sein. Nur die Impfung kann uns diese Normalität dauerhaft zurückbringen“, so Aygül Özkan, Geschäftsführerin des Verbandes ZIA.

„Während der Pandemie hat der Handel immer wieder bewiesen, dass er Verantwortung übernimmt: Verantwortung für unsere Mitarbeiter:innen sowie für unsere Kund:innen mit exzellenten Hygienekonzepten. Dennoch gibt es einen Schutz, der langfristig die einzige Lösung ist: Die COVID-19-Schutzimpfung. Wir bei Breuninger sind uns sicher, dass wir alle in Deutschland weder im Handel noch in sonstigen Gesellschaftsbereichen einen weiteren Lockdown erleben möchten. Hierzu kann jede und jeder von uns seinen Beitrag leisten“, so Holger Blecker, CEO Breuninger.

Integrationsstaatsministerin Annette Widmann-Mauz ergänzt: „Je mehr Menschen sich impfen lassen, desto sicherer und freier können wir als Gesellschaft leben. Um auch Menschen mit Einwanderungsgeschichte gut zu erreichen, ist ein mehrsprachiges und aufsuchendes Informations- und Impfangebot vor Ort nötig. Genau deshalb ist das Engagement des Handels so wichtig! Gemeinsam erreichen wir mehr!“

„Da wir die hohe Filialdichte der beteiligten Unternehmen nutzen, erzielen wir eine enorme Reichweite und können so sehr viele Menschen in Deutschland erreichen. Der Handel möchte mit dieser Kampagne Verantwortung übernehmen und in enger Partnerschaft mit dem Bundesgesundheitsministerium sowie den lokalen Gesundheitsämtern seinen Beitrag zur Bewältigung der Pandemie leisten“, erläutert Patrick Zahn, CEO KiK, die Motivation hinter der Kampagne.

„Das konsequente Aufrechterhalten des bundesweiten Impftempos ist für die Eindämmung der Coronavirus-Pandemie ein zentraler Baustein. Wir sind froh, dass wir mit unseren Standorten optimale Plattformen für Impfangebote bereitstellen können. Mittlerweile sind in über der Hälfte der 22 von Unibail-Rodamco-Westfield betriebenen Shopping Centern Impfangebote etabliert. Diese reichen von einem fest installierten Impfzentrum über temporäre Impfbusse bis hin zu Pop-up-Impfzentren und mobilen Impfkationen. Wir unterstützen daher sehr gerne die Kampagne ‚Leben statt Lockdown‘, um nochmals mehr Aufmerksamkeit für das Thema Impfen zu schaffen“, sagt Andreas Hohlmann, Managing Director bei Unibail-Rodamco-Westfield Germany.

Weitere Informationen zur Kampagne finden Sie bald auch unter: www.leben-statt-lockdown.de

Ansprechpartner für Pressefragen

Handelsverband

Deutschland (HDE)

Am Weidendamm 1A

10117 Berlin

Pressesprecher:

Stefan Hertel

Telefon 030/72 62 50-65

Telefax 030/72 62 50-99

www.einzelhandel.de

presse@hde.de

Facebook: handelsverband

Twitter: @handelsverband

Unibail-Rodamco-Westfield
Pressebüro Deutschland
c/o JDB MEDIA GmbH
Katharina Seher
Schanzenstraße 70
20357 Hamburg
T: 040/ 46 88 32 -636
F: 040/ 46 88 32 -32
E: urw@jdb.de

Über Unibail-Rodamco-Westfield

Unibail-Rodamco-Westfield ist der weltweit führende Entwickler und Betreiber von Flagship-Destinationen mit einem Portfolio im Wert von 55,0 Milliarden Euro (Stand: 30. Juni 2021), davon 86% in Handelsimmobilien, 7% in Büroflächen, 5% in Tagungs- und Ausstellungszentren und 2% in Dienstleistungsbereichen. Die Gruppe hält derzeit 86 Shopping Center, die sie selbst betreibt. Darunter befinden sich 53 Flagship-Center in den dynamischsten Städten Europas und der USA. Aktiv auf zwei Kontinenten und in 12 Ländern, bietet Unibail-Rodamco-Westfield eine einmalige Plattform für Retailer und Marken-Events sowie einzigartige und stetig neuentwickelte Kundenerlebnisse. In Deutschland betreibt die Gruppe aktuell 22 Shopping Center, davon neun im eigenen Portfolio.

Mit 2.900 hochqualifizierten Mitarbeitern, herausragendem fachlichen Know-how und einer beispiellosen Erfolgsbilanz positioniert sich Unibail-Rodamco-Westfield für eine überlegene Wertschöpfung und die Entwicklung von Projekten auf Weltklasseniveau.

Ein unverwechselbares Profil gibt sich Unibail-Rodamco-Westfield mit der Better Places 2030-Agenda, deren Ziel es ist, Orte zu schaffen, die höchste Umweltstandards berücksichtigen und zur Entwicklung besserer Städte beitragen.

Unibail-Rodamco-Westfield ist an den Börsen Euronext Amsterdam und Euronext Paris (Euronext-Ticker: URW) gelistet. Eine Zweitnotiz wurde in Australien durch „Chess Depositary Interests“ eingerichtet. Die Gruppe genießt ein Rating in der Kategorie BBB+ bei Standard & Poor's und in der Kategorie Baa2 bei Moody's.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.urw.com

Besuchen Sie unsere Medien-Bibliothek unter: <https://mediacentre.urw.com>

Folgen Sie uns auf Twitter @urw_group, LinkedIn @Unibail-Rodamco-Westfield sowie @Unibail-Rodamco-Westfield-Germany und Instagram @urw_group