



Mit seiner ungewöhnlichen Schaufenster-Verhüllungsaktion in der letzten Woche hat der Brackeler Gewerbeverein um seinen rührigen Chef Hans Borgmann (r.) zwei Fliegen mit einer Klappe geschlagen. Foto: Schmitz

Aktion zeigt: Ohne Fachgeschäfte wäre Brackel ein Ort ohne Gesicht

BGV will Bürger vor der BraWO aufrütteln und orangefarbene „corporate identity“ betonen

Brackel. (OA) Keine Fachgeschäfte mehr in Brackel? Dieses durchaus gespenstische Bild zeigte sich am Dienstag letzter Woche im Ort. Davon lenkte auch die Farbe Orange, in der abends die Schaufenster verhüllt wurden, nicht ab.

Vom Brackeler Hellweg bis hin zur Westfälischen Straße verhüllten die örtlichen Fachbetriebe ihre Schaufenster und löschten ihre Lichter – bis zum Folgetag um 14 Uhr. Wobei die Geschäfte natürlich am Mittwoch zur normalen Betriebszeit geöffnet wurden.

Mit dieser einmaligen Aktion wollten der Brackeler Gewerbeverein (BGV) und seine Mitglieder vor allem aufrütteln, einmal verdeutlichen, wie Brackel ohne Fachgeschäfte aussehen würde. Den Bürgern zeigen,

was für Konsequenzen es hat, wenn das Angebot vor Ort nicht mehr gegeben ist und wie trostlos, fast ausgestorben der Ortskern aussehen könnte.

Angesprochen auf die Ähnlichkeit zur bekannten Aktion der Karstadt-Häuser, erklärt Hans Borgmann, 1. Vorsitzender des BGV: „Wir waren überrascht, dass uns Karstadt während der Debatte um Arcandor zuvorgekommen ist. Allerdings wurde unsere Verhüllungsaktion schon auf der letzten Versammlung vom 27. Mai beschlossen. Somit haben wir schon die Vermutung gehabt, jemand aus unserem Kreis hätte etwas verraten und Karstadt hätte unsere Idee übernommen“, so Borgmann lächelnd.

Doch auch die gelungene Verhüllungsaktion in Brackel veranschaulichte plakativ, was passiert, wenn die Kunden ab-

wandern. Wie wichtig die Betriebe fürs Gesicht des Ortes sind, verdeutlichte das Bild eindringlich, das sich entlang des verhüllten Hellwegs bot.

Motto ist Programm: Brackel lohnt sich!

Damit das breitgefächerte Angebot der Brackeler Fachgeschäfte, das sowohl jungen Familien mit Kindern als auch Senioren individuelle und persönliche Beratung, hohe Qualität und kurze Wege bietet, bestehen bleibt, ist das Motto des BGV Programm: Brackel lohnt sich! Nicht nur für die Kunden sondern auch für die Fachbetriebe.

„Wir müssen den Mut haben, auch in der Krise zu investieren“, so Hans Borgmann: „Wir stecken den Kopf nicht in den

Sand, sondern schauen nach vorn“, so der BGV-Vorsitzende weiter. Und so hatte die Verhüllungsaktion noch einen weiteren, durchaus positiven Hintergrund: Die Ankündigung der 1. Brackeler Woche (BraWo).

Denn dass alle örtlichen Geschäfte speziell in Orange verhüllt wurden, hat eine besondere Bedeutung. Findet sich doch die auffällige Farbe Orange auch als „corporate identity“ unter anderem auch im Logo und Fachbetriebsführer des BGV wieder. So präsentierte sich der Hellweg gleich als riesiges Hinweisschild für die BraWo 2009.

„Natürlich wollten wir mit der Aktion auch Spannung aufbauen und ich denke, dass ist uns sehr gut gelungen, wenn ich an die vielen Fragen unsere Kunden denke“, erläutert Hans Borgmann den zweiten Grund der Verhüllung.