

## **Öffentlichkeitsarbeit zur Woche des bürgerschaftlichen Engagements 2008**

### **Die Kampagnenmotiv-Idee 2008**

Die Erfahrung aus dem vorherigen Jahr führte zu der Überlegung, prominente Themenpaten für die Kampagne einzusetzen, da sie PR-wirksamer sind. Voraussetzung für die Auswahl der Prominenten war ihr freiwilliges Engagement in den Bereichen der Kampagnenthemen Umwelt und Naturschutz, soziales Engagement und Bildung.

Jeanette Biedermann, Jutta Speidel und Cherno Jobatey vertreten ihrem persönlichen Engagement entsprechend (siehe BBE-Newsletter 17/2008) die Kernthemen der Kampagne: Ihre Gesichter werden auf großen Plakaten überall in der Republik zu sehen sein.

Die Art der Fotografie weckt Neugier auf die „News hinter der Sensation“: Die Prominenten wurden in Paparazzi-Optik in Alltagssituationen so fotografiert, dass man sie nicht auf den ersten Blick erkennt. Neben dieser Art der Fotografie sorgen die irritierenden Headlines „Die dunkle Welt der Jeanette B.“, „Um Himmels Willen: Jutta S. unter Obdachlosen.“, „Cherno J. liebt junge Kriminelle“ als eyecatcher für die nötige Aufmerksamkeit für die Plakatmotive.

### **Elemente der Außenwerbung**

In diesem Jahr werden verschiedene Elemente im Bereich der Außenwerbung kombiniert. Großflächenplakate (Maße: 357 x 252 cm) werden im gesamten Bundesgebiet bereits im Vorfeld der Aktionswoche die Plakatmotive präsentieren. Dazu kommen digitale Plakatflächen in U- und S-Bahnhöfen sowie Fernbahnhöfen, sogenannte Infoscreens (Maße in etwa 4 x 3 m). Auf 60 Zuglinien der Deutschen Bahn wird ab Anfang September auf den Rückseiten der in den Zügen ausliegenden Fahrpläne die Aktionswoche beworben. In Berlin wird das Medium „Berliner Fenster“ ebenfalls bespielt. Hierbei handelt es sich um Bildschirme in den Berliner U-Bahnzügen. Auf zwei nebeneinander angebrachten Bildschirmen werden Informationen rund um die Woche des bürgerschaftlichen Engagements sowie die Spots zur Aktionswoche gezeigt. Ein weiteres aufmerksamkeitsstarkes Werbeelement wird ein „Würfel“ auf dem Berliner Hauptbahnhof sein. Er wird ca. 4,5 x 3 m groß sein und im Zentrum des Berliner Hauptbahnhofs ab 17.09.08 zu bewundern sein.

## **TV-Spots**

Die TV-Spots zur Woche des bürgerschaftlichen Engagements 2008 wurden im Juli gedreht und sind derzeit noch in der Fertigstellung. Jeanette Biedermann und Jutta Speidel sind jeweils in einem 30-sekündigen Spot zu sehen. Auch hier wurde die Optik der Gesamtkampagne aufgegriffen. Die Darstellerinnen werden mit einer Kamera im Alltag verfolgt und die irritierenden Überschriften sowie die inhaltliche Auflösung der Plakate sind auch hier wiederzufinden. Zur Aktionswoche werden sie bei diversen Fernsehsendern platziert. Aufgrund ihres Zuschnitts können sie auch noch nach der Aktionswoche weiter im Programm laufen und verweisen den Zuschauer auf die Webseite <http://www.engagement-macht-stark.de>.