

J
D
A
S

A
H
R
E
R
G

W
E
R
B
U
N
G

2
0
1
4

J
A
A
H
R

D
E
R

W
E
R
E
B
U
N
G

2
0
1
4

D
A
S

E
W
D
I
E

N
I
T
C
H
I
K
I
G
S
T
E
N

K
A
M
P
A
G
N
E
N

U
N
D
E
R
S
T
U
N
G
E
N



GESELLSCHAFT, SOZIALES UND KULTUR / B2C

VEREINE / VERBÄNDE /
GEMEINSCHAFTEN / STIFTUNGEN

OUT OF HOME / MEDIEN

Lobby für Mädchen e. V. / Plakate

Die Lobby für Mädchen ist ein anerkannter Träger der Jugendhilfe und wirkt frei, gemeinnützig und mildtätig. Die Hilfsangebote richten sich an Mädchen und junge Frauen mit und ohne Migrationsbiografie in Köln und im Kölner Umland. Die neue Kampagne soll einerseits für die Tatsache sensibilisieren, dass es auch vor Ort in Köln zahlreiche Mädchen in schwierigen Lebenslagen und mit Problemen gibt, bei deren Bewältigung sie Hilfe suchen. Da die Arbeit der Lobby für Mädchen jeweils zur Hälfte aus der öffentlichen Hand und aus Spendenmitteln finanziert wird, soll die Kampagne darüber hinaus der Akquise neuer Geldmittel dienen. Die für diesen Zweck entwickelte Kampagne „Vorbilder?! – Bessere Perspektiven für Kölner Mädchen“ erzielt auf den ersten Blick eine hohe Aufmerksamkeit durch die Verwendung der (Vor-)Namen weiblicher Stars. Auf den zweiten Blick wird deutlich, wie diese bekannten Persönlichkeiten entweder selbst problembelastet sind oder Probleme auslösen – und es wird der Bezug zur Lebenswirklichkeit Kölner Mädchen hergestellt. Darunter gibt es diverse Kontaktmöglichkeiten – der QR-Code ist zu der passenden Facebookseite mit Kampagnenbezug verlinkt.

GESELLSCHAFT, SOZIALES UND
KULTUR / B2C

VEREINE / VERBÄNDE /
GEMEINSCHAFTEN / STIFTUNGEN

FILM

Lobby für Mädchen e. V. / Kinospots

Die Lobby für Mädchen ist ein anerkannter Träger der Jugendhilfe und wirkt frei, gemeinnützig und mildtätig. Die Hilfsangebote richten sich an Mädchen und junge Frauen mit und ohne Migrationsbiografie in Köln und im Kölner Umland. Die neue Kampagne soll einerseits für die Tatsache sensibilisieren, dass es auch vor Ort in Köln zahlreiche Mädchen in schwierigen Lebenslagen und mit Problemen gibt, bei deren Bewältigung sie Hilfe suchen. Da die Arbeit der Lobby für Mädchen jeweils zur Hälfte aus der öffentlichen Hand und aus Spendenmitteln finanziert wird, soll die Kampagne darüber hinaus der Akquise neuer Geldmittel dienen. Die für diesen Zweck entwickelte Kampagne „Vorbilder?! – Bessere Perspektiven für Kölner Mädchen“ erzielt auch im Kino eine hohe Aufmerksamkeit durch die Verwendung der (Vor-)Namen weiblicher Stars. Durch die eingesetzten Geräusche wird unterstützend verdeutlicht, wie diese bekannten Persönlichkeiten entweder selbst problembelastet sind oder Probleme auflösen. Nach einem Moment der Stille folgt der Bezug zur Lebenswirklichkeit Kölner Mädchen. Die zum Schluss eingeblendeten Kontaktmöglichkeiten erfahren durch eine eingängige Gitarrenmelodie eine besondere Betonung.

RIHANNA

hat's nicht immer leicht zu Hause.

Ela (16) aus Ehrenfeld kennt das nur zu gut.

Geben Sie Kölner Mädchen Perspektiven!
Unterstützen Sie uns!

LOBBY
für
Mädchen

Fon 0221 45 35 56 50
Facebook.com/LobbyfuerMaedchen
Lobby-fuer-Maedchen.de
Spendenkonto 7 06 94 00 BIZ 370 205 00

Integrierte Kampagne / Crossmedia_Kunde Lobby für Mädchen gemeinnütziger und mildtätiger e.V., Köln **Geschäftsführung** Beatrice Braunisch **Leitung Öffentlichkeitsarbeit** Frauke Mahr **Vorstand** Dr. Inge von Bönninghausen / Dorothea Hoffmann / Erika Meßner **Werbeagentur** The Vision Company Werbeagentur GmbH, Köln **Beratung** Dr. Nicole Grünewald **Konzeption** Eva Arzdorf / Andreas Volkert / Dr. Nicole Grünewald **Creative Director** Andreas Volkert **Art Director** Eva Arzdorf **Producer** Andreas Volkert / Dr. Nicole Grünewald **Text** Dr. Nicole Grünewald / Eva Arzdorf **Filmproduktion** Hektor + Rydzewski Bild + Ton Produktion GmbH **Producer** Torsten Hektor



GESELLSCHAFT, SOZIALES UND KULTUR / B2C

VEREINE / VERBÄNDE / GEMEINSCHAFTEN / STIFTUNGEN

OUT OF HOME / MEDIEN

Lobby für Mädchen e. V. / Guerillaaktion

Die Lobby für Mädchen ist ein anerkannter Träger der Jugendhilfe und wirkt frei, gemeinnützig und mildtätig. Die Hilfsangebote richten sich an Mädchen und junge Frauen mit und ohne Migrationsbiografie in Köln und im Kölner Umland. Die neue Kampagne soll einerseits für die Tatsache sensibilisieren, dass es auch vor Ort in Köln zahlreiche Mädchen in schwierigen Lebenslagen und mit Problemen gibt, bei deren Bewältigung sie Hilfe suchen. Da die Arbeit der Lobby für Mädchen jeweils zur Hälfte aus der öffentlichen Hand und aus Spendenmitteln finanziert wird, soll die Kampagne darüber hinaus der Akquise neuer Geldmittel dienen. Die für diesen Zweck entwickelte Kampagne „Vorbilder?! – Bessere Perspektiven für Kölner Mädchen“ startet mit einer Guerillaaktion in Form zahlreicher „Gesuch-Zettel“ in ganz Köln. Besondere Aufmerksamkeit wird außerdem durch die von den Mädchen selbst gefertigten „Wollpuschel“ in der Farbe der Lobby für Mädchen erzielt, die im Stadtbild stark herausstechen. Der zweite Blick fällt dann auf den (Vor-)Namen eines weiblichen Stars. Auf den dritten Blick wird deutlich, wie diese bekannten Persönlichkeiten entweder selbst problembelastet sind oder Probleme auslösen – und es wird der Bezug zur Lebenswirklichkeit Kölner Mädchen hergestellt. Darunter gibt es – praktisch zum Abreißen – diverse Kontaktmöglichkeiten. Der QR-Code ist zu der passenden Facebookseite mit Kampagnenbezug verlinkt, außerdem gibt es die Möglichkeit zur Direktspende durch die angegebenen Kontodaten.

GESELLSCHAFT, SOZIALES UND
KULTUR / B2C

ORGANISATIONEN

OUT OF HOME / MEDIEN

Erzbistum Köln, Projektbüro Eucharistischer Kongress 2013 / Bettenkampagne

Vom 5. bis 9. Juni 2013 fand in Köln der Eucharistische Kongress statt – ein großes Fest des Glaubens für alle Generationen. Das Erzbistum Köln richtete das Großevent im Auftrag der Deutschen Bischofskonferenz aus. Zum Kongress wurden Gläubige aus ganz Deutschland eingeladen. Wie bei kirchlichen Großevents üblich, wurden auch für den Eucharistischen Kongress für die Pilger Übernachtungsmöglichkeiten in Privathaushalten gesucht. Um diese Suche aufmerksamkeitsstark zu inszenieren, wurde eine Kampagne entwickelt, die das Internetphänomen „Planking“ bzw. „Lying Down Game“ (engl.: „Das Hinlegen-Spiel“) aufgriff. Besonderes Augenmerk wurde darauf gelegt, dass auf den Motiven Menschen aller Altersgruppen gezeigt wurden, um die breit gefächerte Zielgruppe des Eucharistischen Kongresses abzubilden.



**Pilger (Student, 26),
anspruchlos,
sucht Unterkunft.**

www.eucharistie2013.de/ich-biete-bett
Hotline: 0221 57 08 71 45

QR code: 


EUCHARISTISCHER
KONGRESS 2013
05. - 09. JUNI 2013 - KÖLN



**Pilgerin (Angestellte, 43),
flexibel, sucht Herberge.**

www.eucharistie2013.de/ich-biete-bett
Hotline: 0221 57 08 71 45

QR code: 


EUCHARISTISCHER
KONGRESS 2013
05. - 09. JUNI 2013 - KÖLN



**Pilger (Rentner, 67),
unkompliziert,
sucht Quartier.**

www.eucharistie2013.de/ich-biete-bett
Hotline: 0221 57 08 71 45

QR code: 


EUCHARISTISCHER
KONGRESS 2013
05. - 09. JUNI 2013 - KÖLN