

S

A
D

DIE
WICHTIGSTEN
ENTWICKLUNGEN
UND
KAMPAGNEN

R

H
A
J

DAS JAHR
DER
WERBUNG
2017
BAND 54

R
M
D

Econ

G

N
U
B

R
M
W

7

H
O
2

HERAUSGEBER
THOMAS REMPEN
ANETTE SCHOLZ
UND

PETER WIPPERMANN

Dienstleistungen / B2C

Weitere Dienstleistungen

Print / Publikation

Aachener Siedlungs- und Wohnungsgesellschaft mbH / „Das Projekt Harzer Straße.“
Gelungene Integrationskultur.“

„Klein-Rumänien“ nannten die Boulevardmedien den heruntergekommenen Altbaukomplex, in dem auf 7.500 Quadratmetern 600 Roma lebten. Dann kaufte das katholische Immobilienunternehmen Aachener SWG die Häuser – und machte aus der „Harzer Straße“ ein einzigartiges Vorzeigeprojekt in Sachen Integration. Das Querformat des Buches macht die (Er)öffnung des Lebensraums „Harzer Straße“ erfahrbar. Die kontrastreiche Gestaltung auf weißem Grund bietet viele Leitpunkte und führt durch die Historie des Projekts. Das Buch lädt zum Erleben des Lebens in der Gemeinschaft ein.

DAS PROJEKT PROJECT PROIECTUL DIN HARZER STRASSE

Gelungene Integrationskultur | Successful culture of integration | Cultura unei integrări de succes



Kunde Aachener Siedlungs- und Wohnungsgesellschaft mbH, Köln Geschäftsführer Dipl.-Hdl. Werner Dacol Prokurist Rouven Meister Projektverantwortlicher Benjamin Marx Werbeagentur The Vision Company Werbeagentur GmbH, Köln Geschäftsführung Kreation / Konzeption Dr. Nicole Grünwald Geschäftsführung Beratung Jörg Lentz Creative Director Andreas Volkert Reinzeichnung Jennifer Zimmermann / Tanja Dohr

Was ich euch sage in der Finsternis, das redet im Licht

Evangelische Publizistik macht öffentlich, übt Fürsprache, vermittelt Barmherzigkeit und leih den Sprachlosen eine Stimme. Wir sind das Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik. Mit evangelisch.de bringen wir evangelische Themen ins Internet.

evangelisch.de

www.gep.de

Was ich euch sage in der Finsternis, das redet im Licht

Evangelische Publizistik macht öffentlich, übt Fürsprache, vermittelt Barmherzigkeit und leih den Sprachlosen eine Stimme. Wir sind das Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik und betreiben evangelische Sendeplätze im TV.

www.gep.de

Was ich euch sage in der Finsternis, das redet im Licht

Evangelische Publizistik macht öffentlich, übt Fürsprache, vermittelt Barmherzigkeit und leih den Sprachlosen eine Stimme. Wir sind das Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik. Mit unserer Rundfunkarbeit bringen wir evangelische Themen ins Radio.

rundfunk evangelisch.de

www.gep.de

Was ich euch sage in der Finsternis, das redet im Licht

Evangelische Publizistik macht öffentlich, übt Fürsprache, vermittelt Barmherzigkeit und leih den Sprachlosen eine Stimme. Wir sind das Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik. Mit epd bringen wir evangelische Themen in die Medien und die Öffentlichkeit.

epd Evangelischer Pressedienst

www.gep.de

GESELLSCHAFT / SOZIALES UND KULTUR / B2C
ORGANISATIONEN
PRINT / ANZEIGE

Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP) gGmbH / „Was ich euch sage in der Finsternis ...“

„Was ich euch sage in der Finsternis, das redet im Licht.“ (Matthäus 10,27)
Diese Aufforderung, die Jesus seinen Jüngern mit auf den Weg gab, ist Leitsatz des GEP und Kernaussage der Kampagne. Die christliche Botschaft als Erhellung, als Licht im Dunkel, das ist die visuelle Grundidee der fotografischen Inszenierung. Jedes Motiv thematisiert eins der Tätigkeitsfelder des GEP: Zeitschrift, Fernsehen, Radio, Internet und Nachrichten – die evangelischen Medien bringen Licht in die Welt der Protagonisten. Direkt, indirekt oder symbolisch.

Kunde Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP) gGmbH, Frankfurt am Main Direktor Jörg Bollmann Prokurist Bert G. Wegener Marketingleitung Dr. Stefan Hassels Werbeagentur The Vision Company Werbeagentur GmbH, Köln Geschäftsführung Kreation/Konzeption Dr. Nicole Grünewald Geschäftsführung Beratung Jörg Lentz Creative Director Andreas Volkert Grafik/Retusche Jennifer Zimmermann / Julia Gentges Reinzeichnung Tanja Dohr Fotografie Norbert Hüttermann Modelagentur Brüderchen & Schwesterchen GmbH Styling / Make-up Tina Schmolli / Agentur Nina Klein – Hair-Make up + Styling

Martin Luther nach Lucas Cranach d. Ä.

die zukunfft gehört denen, die die zeichen der zeit erkennen.

Für alle, die die Zeichen wirklich erkennen wollen, gibt es Zeitzeichen. Evangelische Kommentare zu Religion und Gesellschaft, die in die Tiefe gehen. Zeitzeichen ist als Printmagazin oder als E-Paper erhältlich.

Fordern Sie jetzt Ihre Leseprobe an unter www.zeitzeichen.net

John Calvin nach Hans Holbein d. J.

wer die zeichen der zeit richtig deutet, hat die zukunfft schon verstanden.

Für alle, die die Zeichen richtig einordnen wollen, gibt es Zeitzeichen. Evangelische Kommentare zu Religion und Gesellschaft, die in die Tiefe gehen. Zeitzeichen ist als Printmagazin oder als E-Paper erhältlich.

Fordern Sie jetzt Ihre Leseprobe an unter www.zeitzeichen.net

Philipp Melanchthon nach Lucas Cranach d. Ä.

die zeichen der zeit zu verstehen, heißt die zukunfft zu gestalten.

Für alle, die die Zeichen wirklich verstehen wollen, gibt es Zeitzeichen. Evangelische Kommentare zu Religion und Gesellschaft, die in die Tiefe gehen. Zeitzeichen ist als Printmagazin oder als E-Paper erhältlich.

Fordern Sie jetzt Ihre Leseprobe an unter www.zeitzeichen.net

MEDIEN UND KOMMUNIKATION / B2C

PUBLIKATIONEN

PRINT / ANZEIGE

Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP) gGmbH / „Die Zeichen der Zeit“

Luther, Melanchthon und Calvin sind die berühmtesten Köpfe der reformatorischen Botschaft. „Zeitzeichen – Evangelische Kommentare zu Religion und Gesellschaft“ ist als Magazin/E-Paper eine moderne Form dieser Botschaft. Indem wir „Zeitzeichen“ in die Hände der Reformatoren legen, bauen wir die Brücke zwischen Vergangenheit und Gegenwart und verweisen auf den Ursprung der reformatorischen Idee. Der Kontrast zwischen den Renaissancegemälden und „zeitzeichen“ multichannel verdeutlicht die Entwicklung, die die reformatorische Botschaft erfahren hat.