

BBDO Germany GmbH

Caritas 2008: "Achten statt ächten"

22.01.2008 - 10:16 Uhr, BBDO Germany GmbH

Düsseldorf (ots) -

BBDO Düsseldorf entwickelt Jahreskampagne für den Deutschen Caritasverband zugunsten benachteiligter Jugendlicher "Achten statt ächten" - unter diesem Motto setzt sich der Deutsche Caritasverband in seiner neuen Jahreskampagne für eine veränderte Haltung gegenüber sozial benachteiligten Jugendlichen ein. Denn oft werden diese Jugendlichen nur deshalb von der Gesellschaft stigmatisiert, weil ihr Outfit und ihr Verhalten nicht ganz den bürgerlichen Normen entsprechen. Sie tragen Trainingshosen, weite Jeans, Kapuzenpullis oder Bomberjacken. Sie treiben sich auf der Straße herum, rauchen und trinken Bier. Besser, man geht ihnen aus dem Weg, denn sie sind gewaltbereit - so das gängige Vorurteil. Doch wer näher hinsieht, wird entdecken, dass sie nicht unsere Verachtung, sondern unseren Respekt verdienen, weil sie ihren alltäglichen Pflichten unter erschwerten sozialen Bedingungen nachkommen. Deshalb dürfen sie nicht ausgegrenzt, sondern müssen gefördert werden.

Dass in diesen jungen Menschen mehr steckt, als man denkt, zeigt auch der von BBDO Düsseldorf kreierte TV- und Kinospot "Nur eine Frage". Geschickt inszeniert er das Vorurteil, um es dann zu widerlegen. Schauplatz ist eine nur schwach besetzte S-Bahn. Der "Held" ist ein Jugendlicher mit Kapuzenpulli, sein "Gegenspieler" ein in seine Zeitung vertiefter Herr. Effektiv wird eine Atmosphäre der Bedrohung und Angst erzeugt. Sucht der Junge Streit? Hat er es auf die Tasche des Mannes abgesehen? Immer eindringlicher starrt er in Richtung des Mannes. Endlich tritt dieser die Flucht nach vorne an: "Was willst Du von mir?" Die überraschende Antwort: "Wenn Sie mich so fragen - den Wirtschaftsteil." Das vermeintlich provozierende Starren entpuppt sich im Nachhinein als Mitleseversuch in der Zeitung.

Außer dem Spot kommen drei Anzeigenmotive bzw. Blow-ups zum Einsatz, die auf ihre Weise darum werben, bei diesen Jugendlichen näher hinzusehen, ihre Stärken zu erkennen und ihnen mit Respekt zu begegnen. Die Motive porträtieren zu der Headline "So sehen Helden aus" benachteiligte Jugendliche, zum Beispiel eine alleinerziehende Mutter, die wieder die Schule besucht.

Die Kampagne wird flächendeckend von den lokalen Caritasverbänden gestreut. Der TV-Spot läuft im Rahmen von Vakanzschaltungen und ist auch im Internet unter www.achten-statt-aechten.de zu sehen.

Hinweis: Kampagnenmotive zum Download finden Sie unter www.bbdo.de (Presse/Pressebilder).

BBDO Germany

BBDO Germany ist Deutschlands führende Unternehmensgruppe für marktorientierte Kommunikationslösungen. Die Agentur wurde 1956 in Düsseldorf gegründet und wird von Klaus-Peter Schulz, CEO, geführt. BBDO Germany vernetzt das gesamte Kommunikations-Know-how: Consulting, Content und Creation, Branded Entertainment, Multichannel und New Media, Public Relations, Absatzförderung und Channel-Marketing, Media, Extended Sales und Support-Lösungen, Sponsoring, Events und Corporate Identity. BBDO Germany betreut seit vielen Jahren renommierte Kunden wie Allianz, Deutsche Post, Dr. Oetker, Henkel, LBS, Mars, Mercedes-Benz und Wrigley national und international. Für weit mehr als die Hälfte der Kunden realisiert die Kommunikationsgruppe integrierte Marketing- und Werbekonzepte. Durch zahlreiche Kooperationen mit Universitäten liefert BBDO Germany kontinuierlich innovative Impulse für Themen wie Strategische Markenführung, Markensteuerungsprozesse, integrierte Kommunikation und Konsumentenwissen. Das Unternehmen gehört mit zahlreichen nationalen und internationalen Auszeichnungen zu den am häufigsten ausgezeichneten Agenturgruppen.

Verantwortlich beim Deutschen Caritasverband e.V.
Referatsleiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:
Barbara Fank-Landkammer Verantwortlich bei BBDO Düsseldorf
Beratung: Eva-Maria Kalcker, Verena Schödel
TV/Kino
Kreation: Antje Schnottale, Anne Katrin Hüsken
TV-Department: Mirjam Jacobs
Produktion: Neue Sentimental Film, Frankfurt
Regie: Markus Stummer
Studio: ACHT, Frankfurt; Studio Funk, Düsseldorf Print
Kreation: Birgit Esser, Anne Katrin Hüsken, Antje Schnottale
Art Buying: Birgit Paulat
Media/Mediaplanung: OMD Düsseldorf GmbH Pressekontakt:

Ansprechpartner bei BBDO Düsseldorf
Verena Schödel, T. +49.211.1379-8814

Ansprechpartner bei BBDO Germany
BBDO Germany GmbH
Ingeborg Trampe
Director Marketing & Communications
T. +49.211.1379-81 03
F. +49.211.1379-91 81 03
M. +49.173.311 36 75
presse@bbdo.de
www.bbdo.de

Originaltext:

BBDO Germany GmbH

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/21862/bbdo-germany-gmbh>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_21862.rss2