



Straßenkunst hilft Straßenkindern: Vodafone verknüpft Markenaktion mit gutem Zweck

- Neuer Markenclaim auf Hauswänden: So interpretieren Street-Art-Künstler „Together we can“
- Erstes Mural bereits in Berlin Friedrichshain und Schöneberg zu sehen
- Künstler-Kooperationen helfen Straßenkindern über „Off Road Kids“

Düsseldorf – 23. April 2021. Street-Artists verwandeln den neuen Vodafone-Markenclaims „Together we can“ in ein Kunstwerk. An Hauswänden in Berlin im Stadtteil Friedrichshain und Schöneberg ist seit dieser Woche die Interpretation des Claims von der Künstlergruppe Kollektiv Innerfields in Form von Murals zu sehen. Eines der Motive zeigt eine Person, die einem Planeten gleich hoch über den Wolken schwebt. „Ihr Körper besteht aus einer Landschaft und charakterisiert unsere Verbundenheit zur Natur und trägt den Gedanken zu einem nachhaltigen Umgang mit ihr. In diesem Zusammenhang stehen nachhaltige Energieträger wie Photovoltaik und Windkraft, die unseren technischen Fortschritt versorgen“, erklären Kollektiv Innerfields den Hintergrund zu ihrem Gemälde. Vier weitere Bilder von verschiedenen Künstlern sind ab sofort auf Hauswänden in den Städten Düsseldorf, Hamburg, München und Köln zu finden. „Es war ein gewagtes Experiment: Normalerweise sind Mural Artists Auftragskünstler. Sie bekommen die Schablone einer Marke vorgefertigt und bringen daraufhin das Mural an. Dass eine Mega Brand wie Vodafone sich traut, Künstlern freie Hand zu lassen, um ihre neue Marken-Kommunikation großflächig und deutschlandweit in Form von Murals an die Häuserwände zu bringen – das ist schon einzigartig“, so Björn Simon, Head of Advertising & General Content bei Vodafone Deutschland. Das Briefing dafür war denkbar kurz und ließ viel Raum für eigene Kreativität: Technology + Human Spirit = better future. Speechmark und Together we can – der Rest war frei interpretierbar. Darüber hinaus ist die Aktion mit einem guten Zweck verbunden: Vodafone-Mitarbeitende stimmen darüber ab, welches der fünf Murals sie favorisieren. Für jeden Vote legt Vodafone zehn Euro in den Spendentopf. Die Gesamtsumme spendet Vodafone an die Stiftung Off Road Kids. Damit setzt sich der Digital-Konzern dafür ein, dass jungen Menschen in Deutschland, die von der Obdachlosigkeit bedroht sind oder bereits in Obdachlosigkeit leben, geholfen wird, tragfähige Lebensperspektiven zu finden.

Die globale Kampagne zum neuen Markenclaim „Together we can“ startete im April 2021. Vorangetrieben wurde die Neupositionierung durch den Ausbruch der Corona-Pandemie. Nie zuvor war es so wichtig, zusammenzuhalten. Entsprechend lautet die Kernaussage der Kampagne: Zusammen können wir die Zukunft besser machen und Technik hilft uns dabei. Doch Technologien können erst eine bessere Zukunft schaffen, wenn Menschen sie mit Zuversicht und Verantwortung nutzen. „Daraus ergibt sich die Gleichung aus Technology + Human Spirit = Better Future“, fasst Björn Simon zusammen.

Vom Papier auf die Hauswand: Street Artists gestalten Murals zum neuen Vodafone Markenclaim

In Zusammenarbeit mit den Agenturen Antoni und XI Design wurden Künstler gebeten, ihre Interpretation des neuen Markenclaims „Together we can“ in Kunstwerke zu verwandeln und damit die neu definierte Vodafone-Welt zum Leben zu erwecken. Dabei wurde den Street Artists bei der Gestaltung Raum für eigene Impulse und kreative Umsetzungsideen gelassen. Lediglich die Speechmark im neuen Design und der Markenclaim waren vorgegeben. In Berlin ist bereits das erste Kunstwerk an einer Hauswand im Stadtteil Friedrichshain am Frankfurter Tor und im Stadtteil Schöneberg am Südkreuz zu sehen. Die Berliner Künstlergruppe Kollektiv Innerfields, die bekannt für ihre fotorealistischen Bilder sind, hat dort starre Fassaden in lebendige Bilder verwandelt. Eines der Motive zeigt eine Person, die einem Planeten gleich

Medienkontakt

Vodafone Kommunikation
+49 211 533-5500
medien@vodafone.com

Weitere Informationen

vodafone.de/presse
vodafone.de/featured
twitter.com/vodafone_medien

Vodafone GmbH. Die gesetzlichen Pflichtangaben finden Sie hier: [vodafone.de/pflichtangaben](https://www.vodafone.de/pflichtangaben)



hoch über den Wolken schwebt. Ihr Körper besteht aus einer Landschaft und die Figur trägt einen Astronautenhelm. „Der Helm ist hier Symbol einer durch Technik ermöglichten Reise und anonymisiert die Hauptfigur. Dadurch wird den Betrachtenden eine Identifikation besser möglich“, erklärt Kollektiv Innerfields. Umrahmt ist das Bild von der Vodafone Speechmark.

Künstlerarbeit erfüllt einen weiteren Zweck: Vodafone startet Spendenaktion

Passend zum Motto der Kampagne „Zusammen können wir sicherstellen, dass niemand außen vor bleibt“ wird die Aktion nun für eine Spendenaktion ausgeweitet. Alle Vodafone Mitarbeitenden helfen dabei, indem sie für ihr Lieblingsmotiv abstimmen. Die gerahmten Murals werden innerhalb der Votinggruppen verlost. Vodafone legt für jeden Vote zehn Euro in den Spendentopf und spendet die Gesamtspendensumme an die Stiftung Off Road Kids. Die Organisation setzt sich für die Integration von Straßenkindern und von minderjährigen Erwachsenen mit geringerem oder fehlendem familiären Halt in der Gesellschaft einsetzt. Ziel ist es, den leidgeprüften jungen Menschen eine neue Perspektive zu bieten und sie von der Straße zu holen.

Vodafone Deutschland

Vodafone ist einer der führenden Kommunikationskonzerne. Jeder zweite Deutsche ist ein Vodafone-Kunde – ob er surft, telefoniert oder fernsieht; ob er Büro, Bauernhof oder Fabrik mit Vodafone-Technologie vernetzt. Die Düsseldorfer liefern Internet, Mobilfunk, Festnetz und Fernsehen aus einer Hand. Als Digitalisierungspartner der deutschen Wirtschaft zählt Vodafone Start-ups, Mittelständler genau wie DAX-Konzerne zu seinen Kunden. Kein anderes Unternehmen in Deutschland vernetzt über sein Mobilfunknetz mehr Menschen und Maschinen als Vodafone. Kein anderes deutsches Unternehmen bietet im Festnetz mehr Gigabit-Anschlüsse an als die Düsseldorfer. Und kein anderer Konzern hat mehr Fernseh-Kunden im Land. Mit über 53 Millionen Mobilfunk-Karten, fast 11 Millionen Breitband-, 14 Millionen Fernseh-Kunden und zahlreichen digitalen Lösungen erwirtschaftet Vodafone Deutschland mit seinen rund 16.000 Mitarbeitern einen jährlichen Gesamtumsatz von etwa 12 Milliarden Euro. Als Gigabit-Company treibt Vodafone den Infrastrukturausbau in Deutschland voran: Heute erreicht Vodafone in seinem bundesweiten Kabel-Glasfasernetz fast 24 Millionen Haushalte, davon über 21 Millionen mit Gigabit-Geschwindigkeit. Bis 2022 wird Vodafone zwei Drittel aller Deutschen mit Gigabit-Anschlüssen versorgen. Mit seinem 4G-Netz erreicht Vodafone mehr als 98% aller Haushalte in Deutschland. Vodafone's Maschinennetz (Narrowband IoT) für Industrie und Wirtschaft funkt auf fast 97% der deutschen Fläche. Seit Mitte 2019 betreibt Vodafone auch das erste 5G-Netz in Deutschland und wird 2020 damit rund 20 Millionen Menschen erreichen. 2021 wird Vodafone 5G für 20 Millionen Menschen ausbauen. Vodafone Deutschland ist mit einem Anteil von rund 30% am Gesamtumsatz die größte Landesgesellschaft der Vodafone Gruppe, einem der größten Telekommunikationskonzerne der Welt. Vodafone hat weltweit über 300 Millionen Mobilfunk-Kunden, mehr als 27 Millionen Festnetz- und über 22 Millionen TV-Kunden. Vodafone vernetzt Menschen und Maschinen weltweit. Und schafft damit eine bessere Zukunft für alle. Denn: Technologie ebnet den Weg für ein digitales Morgen. Vodafone arbeitet an seiner Vision einer digitalen Gesellschaft, die soziales wie wirtschaftliches Handeln fördert, alle Menschen einbezieht und in der Entscheidungen nicht auf Kosten unseres Planeten getroffen werden. Dafür will Vodafone bis 2025 das Leben von einer Milliarde Menschen verbessern und seinen ökologischen Fußabdruck halbieren.

Weitere Informationen unter www.vodafone-deutschland.de.

Medienkontakt

Vodafone Kommunikation
+49 211 533-5500
medien@vodafone.com

Weitere Informationen

vodafone.de/presse
vodafone.de/featured
twitter.com/vodafone_medien

Vodafone GmbH. Die gesetzlichen Pflichtangaben finden Sie hier: vodafone.de/pflichtangaben