

# Kampagnen Konzept



## Modul 2 - Übung 4: Pitch: Unsere Idee

### Aufgabenstellung:

Ihr seht viele Konflikte und habt davon genug. Ihr wollt die Öffentlichkeit davon überzeugen, dass es auch anders geht. Entwerft ein Konzept für eine Kampagne dazu und mindestens ein Beispiel eines Logos, Hashtags, einem Post, ein Poster oder einen Flyer dazu.

Dieses Beispiel und eure Idee stellt ihr euch gegenseitig kurz vor.

- Welches Problem genau soll eure Kampagne in den Blick nehmen?
- Was soll die Kampagne erreichen? (z.B. Aufmerksamkeit, eine neue Regel, mehr Geld für Hilfsangebote ...)
- Wen wollt ihr damit auf welchem Weg erreichen?

**Tipp 1:** Konzentriert euch auf ein Ziel oder ein Schlagwort, z.B. „Gewaltfreiheit, Friedlichkeit, Versöhnung, Solidarität“

**Tipp 2:** Eure Kampagne soll wahrgenommen werden. Dazu ist es gut, Aufmerksamkeit zu erregen mit Bildern, einem Titel, deutlichen Worten.

# Beispiel Kampagnen

## Kampagne des Getty-Museums

→ zielt auf Kreativität der Zielgruppe und lädt mit einer **Challenge** dazu ein, eigene Social-Media Posts zu gestalten



We challenge you to recreate a work of art with objects (and people) in your home.

- 1 Choose your favorite artwork
- 2 Find three things lying around your house
- 3 Recreate the artwork with those items

And share with us.



12:09 PM · Mar 25, 2020 · Twitter Web App



## Beispiel Kampagnen

# Nein zur Wegwerfgesellschaft!

#wenigeristmehr

### Was wir machen:

-  **Überflüssige Einweg-Artikel aus Plastik europaweit verbieten**
-  **Einsatz von recycelten Kunststoffen ausweiten**
-  **Einsatz von Mikroplastik in Kosmetik bis 2020 stoppen**
-  **Kennzeichnung für Mehrwegflaschen am Regal einführen**
-  **Umweltfreundliche Verpackungen stärker fördern**
-  **Recycling-Quoten von Verpackungen deutlich erhöhen**

© BMU

### Kampagne des Bundesministeriums für Umwelt

→ versucht, einen Hashtag zu etablieren

## Beispiel Kampagnen

### Kampagne der Auto-Verleih-Firma „Sixt“

→ nutzte ein lustiges Wortspiel



## Beispiel Kampagnen



### Fisherman's Friend

→ nutzt den eigenen Marken-Claim, um sich politisch zu positionieren