



Bank
für Sozialwirtschaft

4.

Wettbewerb Sozialkampagne





4. Wettbewerb Sozialkampagne

Zum 4. Mal hat die Bank für Sozialwirtschaft AG im Sommer 2004 ihren Wettbewerb „Sozialkampagne“ ausgeschrieben. Teilnahmeberechtigt waren Einrichtungen und Organisationen des Sozial- und Gesundheitswesens, Agenturen und Kreative, die seit 2002 eine Anzeigenkampagne zu einer sozialen Fragestellung realisiert haben.

Im Rahmen des „4. Kongresses der Sozialwirtschaft“ wurden die Gewinner ausgezeichnet. Diese Publikation dokumentiert nicht nur ihre Kampagnen, sondern die zehn besten Wettbewerbsbeiträge.

Die Bewerbungen für den 4. Wettbewerb „Sozialkampagne“ zeigten „laute“ und „leise“ Kampagnen – solche, die soziale Themen über eine Schockwirkung transportieren und solche, die erst auf den zweiten Blick ihre Wirkung entfalten. Teilgenommen haben lokale ebenso wie international tätige Organisationen, einzelne Kreative ebenso wie bekannte und viel-

fach ausgezeichnete Agenturen. Das Ergebnis war ein breites Spektrum an Gestaltungsformen von Werbung für soziale Fragestellungen.

Auch wenn in dieser Dokumentation vorrangig Kampagnen bekannter Agenturen zu finden sind, zeigt unser Nachwuchspreis, dass im Wettbewerb „Sozialkampagne“ jeder eine Chance hat: In der Bewertung der Jury lag diese Kampagne ganz nah an den ersten drei Platzierungen.

Die Gewinner wurden von Experten aus Agenturen und Sozialmarketing vor allem nach folgenden Kriterien ermittelt: „Idee/Innovationskraft“, „Aufmerksamkeitsstärke“ sowie „Zielsetzung und Umsetzung des Anliegens“. Bewertet wurde außerdem, ob für die Kampagnen Leistungen pro bono erbracht wurden – sei es von den Agenturen, von den beteiligten Fotografen, Druckereien etc. oder von den Medien, die Freischaltungen möglich gemacht haben.

Auffallend ist, dass die beiden ersten Preise an sehr ähnliche Kampagnen für lokale Organisationen in München gehen, die sich um Menschen kümmern, die unterhalb der Armutsgrenze leben. Beide Kampagnen wurden von den Agenturen als Benefiz-Kampagnen realisiert und fanden darüber hinaus zahlreiche weitere Unterstützer.

Und nun: Machen Sie sich selbst ein Bild! Vielleicht macht unsere Dokumentation Ihnen Lust, beim 5. Wettbewerb „Sozialkampagne“ der Bank für Sozialwirtschaft AG dabei zu sein.

1

1. Preis

Kampagne
Pappen
Agentur

Serviceplan Dritte Werbeagentur GmbH, München
Auftraggeber
Münchner Tafel e.V., München



2

2. Preis

Kampagne
Architektur der Obdachlosigkeit
Agentur
Heye & Partner GmbH, München
Auftraggeber

BISS – Bürger in sozialen Schwierigkeiten e.V., München



3

Kampagne
Hinsehen und Handeln – Gewalt gegen Frauen verhindern
Agentur
Zum goldenen Hirschen Berlin GmbH
Auftraggeber
amnesty international, Sektion der Bundesrepublik Deutschland e.V.

Hinter dieser Wand wird eine Frau von ihrem Ehemann zu Tode geprügelt. Eine Familienangelegenheit?

HINSEHEN & HANDELN
Gewalt gegen Frauen verhindern

Gewalt gegen Frauen in der Familie ist lernbarer Alltag, amnesty international fordert die Regierungen weltweit auf, den Schutz für Frauen zu verstärken und gesetzlich zu verankern.

Unterstützen Sie uns dabei. Informationen unter www.amnesty.de
Spendenkonto: 80 90 100
Bank für Sozialwirtschaft
BLZ 370 205 00

ai
amnesty international
FÜR DIE MENSCHENRECHTE

Hinter diesem Fenster wird eine Frau gefoltert, die gesagt hat, was sie denkt. Keine Staatsaffäre?

HINSEHEN & HANDELN
Gewalt gegen Frauen verhindern

Menschenrechtsverteidigerinnen setzen sich aktiv für die Würde der Menschen und deren Rechte ein. Deshalb sind sie oft die Ersten, die Gewalt erfahren, amnesty international stärkt diese Frauen in ihrer Arbeit und hilft, die Täter vor Gericht zu stellen.

Unterstützen Sie uns dabei. Informationen unter www.amnesty.de
Spendenkonto: 80 90 100
Bank für Sozialwirtschaft
BLZ 370 205 00

ai
amnesty international
FÜR DIE MENSCHENRECHTE

Unter dieser Plane liegt eine Frau, die von mehreren Soldaten vergewaltigt wurde. Das Recht der Sieger?

HINSEHEN & HANDELN
Gewalt gegen Frauen verhindern

Vergewaltigung von Frauen wird als Kriegswaffe eingesetzt, amnesty international fordert ein Ende dieses grausamen Verbrechens und eine Rechtsprechung, die auch vor Staatsbediensteten wie Soldaten und Polizisten nicht Halt macht.

Unterstützen Sie uns dabei. Informationen unter www.amnesty.de
Spendenkonto: 80 90 100
Bank für Sozialwirtschaft
BLZ 370 205 00

ai
amnesty international
FÜR DIE MENSCHENRECHTE

Nachwuchspreis

Kampagne
Halbe Miete
Agentur
Felix Hornung, Köln
Auftraggeber
Fiftyfifty, Düsseldorf



5

Kampagne
Schreib dich nicht ab. Lern lesen und schreiben.
Agentur
Grey Worldwide Düsseldorf GmbH
Auftraggeber
Bundesverband Alphabetisierung e.V., Münster

GREY WORLDWIDE

164000 BERLINER BRAUCHEN HILFE.

Frank K., 23 Jahre

Auch in Ihrer Nachbarschaft leben Analphabeten. Um ihnen helfen zu können, braucht das Alfa-Telefon des Bundesverbandes Alphabetisierung Ihre Spende. Dringender denn je.

Bundesverband Alphabetisierung e.V.
Postbank Hamburg: BLZ 200 100 20
Spendenkonto: 7777 90-200

ALFA @orange
0251-53 33 44
Schreib Dich nicht ab. Lern lesen und schreiben!

 
Unterstützt von der Deutschen UNESCO-Kommission.

GREY WORLDWIDE

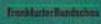
SIE KONTEN DIE TITTELSAITE NICH LÄSEN?

Vier Millionen Menschen in Deutschland machen diese Erfahrung jeden Tag. Vier Millionen Menschen in Deutschland sind funktionale Analphabeten. Jedes Jahr kommen auch viele Jugendliche dazu. Der Bundesverband Alphabetisierung e.V. hilft. Das Alfa-Telefon bietet kostenlose Beratung und Informationen und hat als einzige Einrichtung einen kostenlosen Überdach über sämtliche Les- und Schreibkurse für Erwachsene. Diese Arbeit wird ausschließlich durch Spenden finanziert. Wenn Sie uns unterstützen möchten, schicken Sie Ihre Spende bitte an unser Spendenkonto. Eine Spendenquittung wird ausgestellt.

Spendenkonto: 777790200
BLZ 20010020
Postbank Hamburg

Informationen zum Alfa-Telefon und zur Alphabetisierung bei uns finden Sie unter www.alphabetisierung.de
Bundesverband Alphabetisierung e.V.
Schulstraße 15, D-31143 Münster

ALFA @orange
0251-53 33 44
Schreib Dich nicht ab. Lern lesen und schreiben!

    
Eine Aktion des Bundesverbandes Alphabetisierung e.V. mit freundlicher Unterstützung der Frankfurter Bundestage, der Deutschen UNESCO-Kommission, von Ernst Klatt Sprachen, Mediations und Grey Worldwide.

GREY WORLDWIDE

SPÄNDEN HILFT.

Sara K., 25 Jahre

4 Mio. Menschen in Deutschland können nicht richtig lesen und schreiben. Um ihnen helfen zu können, braucht das Alfa-Telefon des Bundesverbandes Alphabetisierung Ihre Hilfe. Dringender denn je.

Bundesverband Alphabetisierung e.V.
Postbank Hamburg BLZ 200 100 20
Spendenkonto: 7777 90-200

ALFA @orange
0251-53 33 44
Schreib Dich nicht ab. Lern lesen und schreiben!

 
Unterstützt von der Deutschen UNESCO-Kommission.

6

Kampagne
Üben Sie mal Toleranz

Agentur

Kolle Rebbe Werbeagentur GmbH, Hamburg

Auftraggeber

Bundesvereinigung Lebenshilfe für Menschen mit
geistiger Behinderung e.V., Marburg

Üben Sie mal Toleranz.

Übung 3:

Zurück
lächeln.



Lebenshilfe

Bundesvereinigung
Lebenshilfe für Menschen mit
geistiger Behinderung e.V.

Postfach 70 11 63
35020 Marburg
www.lebenshilfe.de
Spendenkonto 299
Marburger Bank
BLZ 533 900 00

Nutzen Sie jede Gelegenheit zum Trainieren. Dann ist ein entspannter, respektvoller Umgang mit geistig behinderten Menschen bald Ihre leichteste Übung. Wir helfen Ihnen gern dabei.

Üben Sie mal Toleranz.

Übung 14:

Nicht
tuscheln.



Lebenshilfe

Bundesvereinigung
Lebenshilfe für Menschen mit
geistiger Behinderung e.V.

Postfach 70 11 63
35020 Marburg
www.lebenshilfe.de
Spendenkonto 299
Marburger Bank
BLZ 533 900 00

Nutzen Sie jede Gelegenheit zum Trainieren. Dann ist ein entspannter, respektvoller Umgang mit geistig behinderten Menschen bald Ihre leichteste Übung. Wir helfen Ihnen gern dabei.

Üben Sie mal Toleranz.

Übung 36:

Daneben
setzen.



Lebenshilfe

Bundesvereinigung
Lebenshilfe für Menschen mit
geistiger Behinderung e.V.

Postfach 70 11 63
35020 Marburg
www.lebenshilfe.de
Spendenkonto 299
Marburger Bank
BLZ 533 900 00

Nutzen Sie jede Gelegenheit zum Trainieren. Dann ist ein entspannter, respektvoller Umgang mit geistig behinderten Menschen bald Ihre leichteste Übung. Wir helfen Ihnen gern dabei.

7

Kampagne
Mond / Münzschloss

Agentur

Grabarz Et Partner Werbeagentur GmbH, Hamburg

Auftraggeber

Internationale Gesellschaft für Menschenrechte e.V., Frankfurt

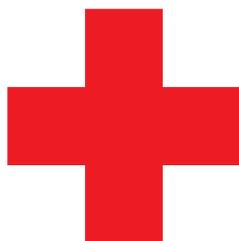


8

Kampagne
Blut kann man nicht kaufen
Agentur
Flaskamp AG, Berlin
Auftraggeber
Deutsches Rotes Kreuz e.V., Berlin



**Büroklammern
gibt's im Laden.
Blut nicht.**



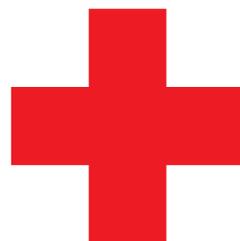
**SPENDE
BLUT
BEIM ROTEN KREUZ**

Deutsches Rotes Kreuz

Termine und Infos 0800 11 949 11 oder www.DRK.de



**Taschentücher
gibt's im Supermarkt.
Blut nicht.**



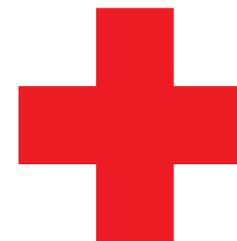
**SPENDE
BLUT
BEIM ROTEN KREUZ**

Deutsches Rotes Kreuz

Termine und Infos 0800 11 949 11 oder www.DRK.de



**Die erste Liebe gibt's
im Spielzeugladen.
Blut nicht.**



**SPENDE
BLUT
BEIM ROTEN KREUZ**

Deutsches Rotes Kreuz

Termine und Infos 0800 11 949 11 oder www.DRK.de

9

Kampagne
Wir helfen denen, die vergessen
Agentur
Jung von Matt an der Elbe GmbH, Hamburg
Auftraggeber
Deutsche Alzheimer Gesellschaft e.V., Berlin

Sie lesen gerade die COSMOPOLITAN.

100% Alu. Ein Gegenstand der Zukunft. COSMOPOLITAN® ist das höchste Maß an Qualität. © 2017

Wir helfen denen, die vergessen. Mit dem Alzheimer-Telefon der Deutschen Alzheimer Gesellschaft e.V.: 01803-171017* 

Sie lesen gerade die SHAPE.

100% Alu. Ein Gegenstand der Zukunft. © 2017

Wir helfen denen, die vergessen. Mit dem Alzheimer-Telefon der Deutschen Alzheimer Gesellschaft e.V.: 01803-171017* 

Sie lesen gerade die JOY.

100% Alu. Ein Gegenstand der Zukunft. © 2017

Wir helfen denen, die vergessen. Mit dem Alzheimer-Telefon der Deutschen Alzheimer Gesellschaft e.V.: 01803-171017* 

10

Kampagne

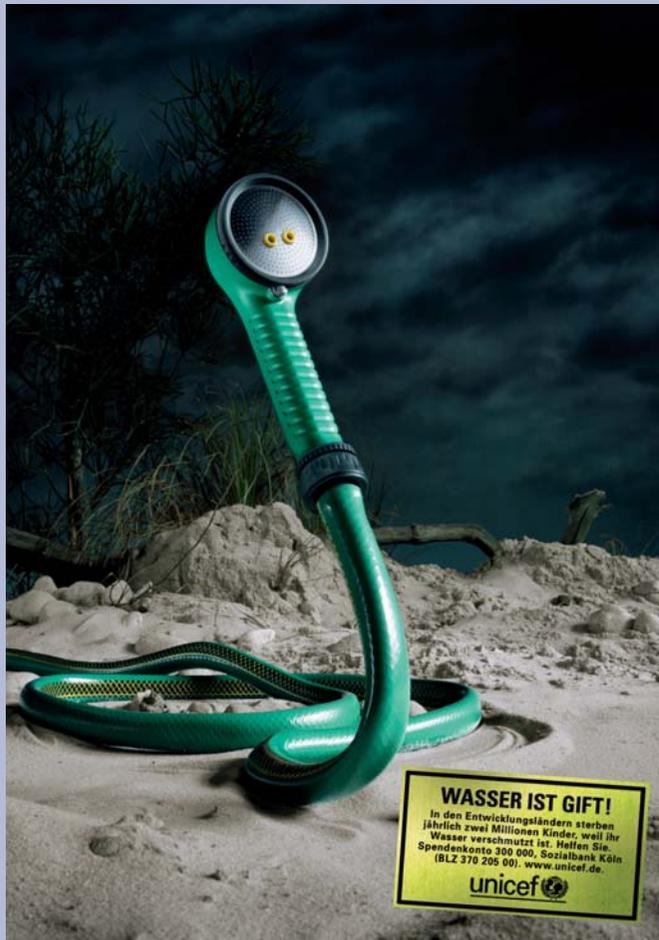
Wasser ist Gift

Agentur

Springer & Jakoby Fünfte Werbeagentur GmbH & Co KG, Hamburg

Auftraggeber

Deutsches Komitee für UNICEF e.V., Köln



Ausrichter des Wettbewerbs „Sozialkampagne“

Bank für Sozialwirtschaft AG
Wörthstrasse 15-17
50668 Köln
www.sozialbank.de

Ansprechpartnerin

Stephanie Rüth
Leiterin Public Relations
Telefon 0221.973 56-210, Fax -477
s.rueth@sozialbank.de

Jury des 4. Wettbewerbs „Sozialkampagne“

Ulrike Borchert, Geschäftsführerin, Agentur Borchert & Schrader GmbH, Köln
Ulrike Brenner, Visual Department, Düsseldorf
Bernd Labetzsch, Marketingleiter, Bank für Sozialwirtschaft AG, Köln
Jens Lönneker, Managing Partner, rheingold Institut für qualitative Markt- und Medienanalysen GmbH & Co. KG, Köln
Karl-Josef Mittler, Marketingleiter, Aktion Mensch e.V. Bonn
Simone Mutert, Kommunikationsdesign, Köln
Irmgard Nolte, Geschäftsführerin, Agentur neues handeln GmbH, Köln

Diese Dokumentation können Sie auch als pdf-Dokument von der Website www.sozialbank.de herunterladen.



