



Bank
für Sozialwirtschaft





5. Wettbewerb Sozialkampagne

Zum 5. Mal hat die Bank für Sozialwirtschaft AG im Sommer 2006 ihren Wettbewerb „Sozialkampagne“ ausgeschrieben. Zur Teilnahme eingeladen waren Einrichtungen und Organisationen des Sozial- und Gesundheitswesens, Agenturen und Kreative, die seit 2004 eine Kampagne zu einer sozialen Fragestellung realisiert haben, die Anzeigen in Printmedien eingesetzt hat.

Im Rahmen des „5. Kongresses der Sozialwirtschaft“ wurden am 26. April 2007 in Magdeburg drei Gewinner mit Geldpreisen in Höhe von 5.000,- Euro, 2.500,- Euro und 1.500,- Euro ausgezeichnet. Diese Publikation dokumentiert nicht nur ihre Kampagnen, sondern die zehn besten Wettbewerbsbeiträge.

Die Kampagnen der Preisträger thematisierten Fragestellungen, die jeden angehen: Armut, Bildung und Tod. Der 1. Preis ging an die Kampagne für die international tätige Stiftung UNESCO Bildung für Kinder in Not, den 2. und 3. Preis erhalten die regionalen Kampagnen für die Münchner Tafel und das Hamburg Leuchtfeuer Hospiz. Allen ausgezeichneten Kampagnen ist gemeinsam, dass sie von großem Engagement getragen wurden: Die Agenturen – EPS Agentur für Kommunikation, Serviceplan Dritte Werbeagentur, McEmotion/McCann Erickson – haben pro bono gearbeitet, die Anzeigen wurden über Freischaltungen verschiedenster Printmedien veröffentlicht und es gab zahlreiche weitere Förderer, z. B. Fotografen oder Druckereien.

Die Gewinner wurden nach folgenden Kriterien ermittelt: „Idee/Innovationskraft“, „Aufmerksamkeitsstärke“ sowie „Zielsetzung und Umsetzung des Anliegens“. Berücksichtigt wurde außerdem, ob für die Kampagnen Leistungen honorarfrei erbracht wurden. In der Jury waren Experten aus Werbung und Sozialmarketing vertreten.

Mehr als über die drei Preisträger diskutierte die Jury beim 5. Wettbewerb „Sozialkampagne“ über die Plätze 4 bis 10. Eine ganze Reihe interessanter Kampagnen stand zur Auswahl. Im Vergleich zu den ersten Wettbewerben zeigte sich in den 2006 eingereichten Beiträgen deutlich, dass sich professionelle Kommunikation für NPO immer mehr durchsetzt.

Und nun: Machen Sie sich selbst ein Bild! Vielleicht macht unsere Dokumentation Ihnen Lust, beim 6. Wettbewerb „Sozialkampagne“ der Bank für Sozialwirtschaft AG dabei zu sein.

Sie würden gerne mal die Schule schwänzen.
Wenn es eine gäbe.



Foto: CCG/Michel Comte

STRÖER | EPS Kommunikation.de

Sorgen Sie mit Ihrer Spende für eine bessere Zukunft.
Spenden Sie jetzt für die Bildung von Kindern in Not.
Commerzbank, Konto 222, BLZ 300 400 00

Stiftung UNESCO
Bildung für Kinder in Not
www.unesco-kinder.de

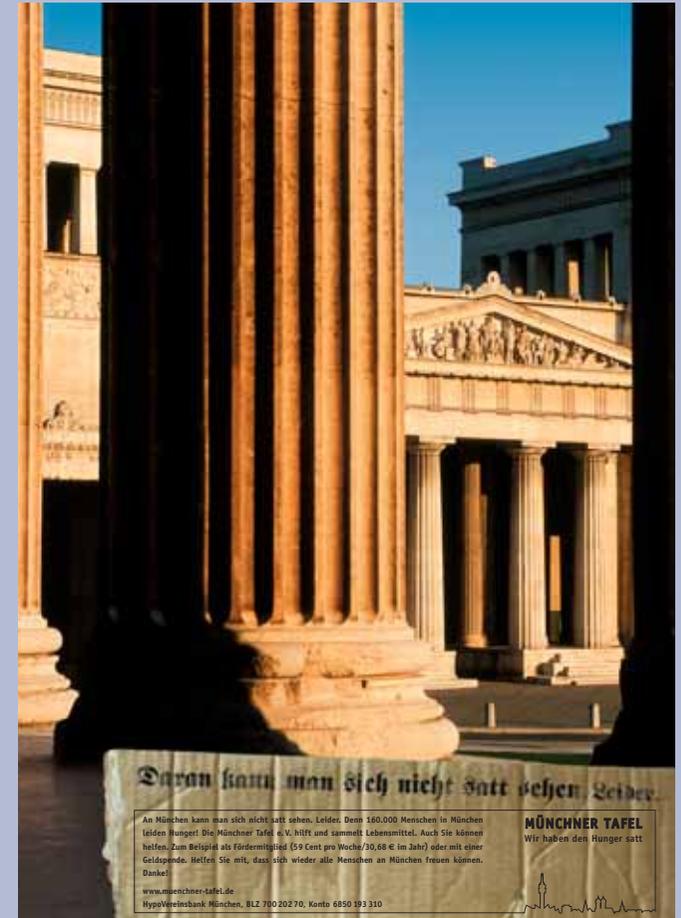
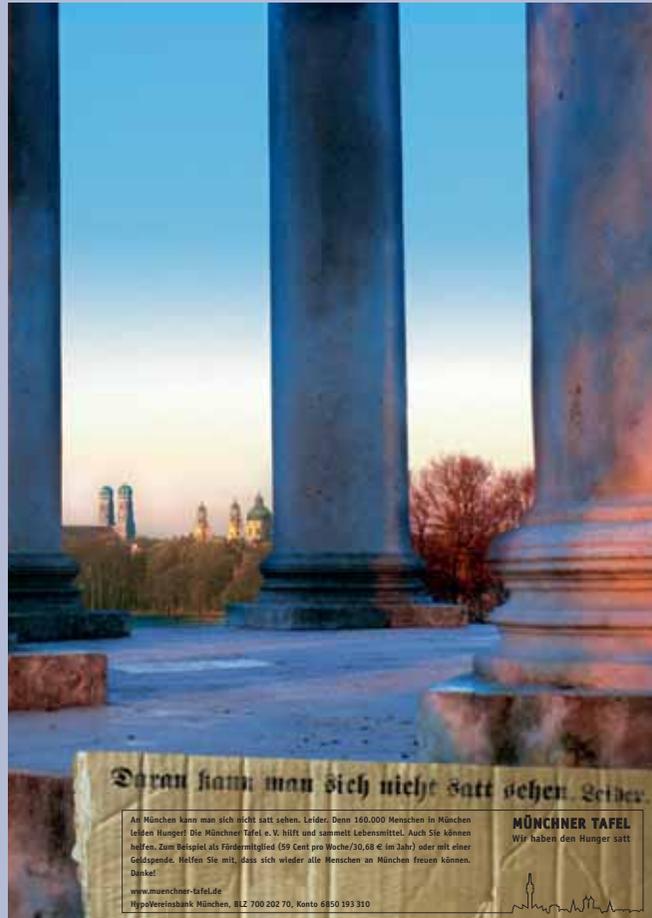


1. Preis

> Kampagne
Sie würden gerne mal die Schule schwänzen.
Wenn es eine gäbe.

> Agentur
EPS Agentur für Kommunikation, Ratingen

> Auftraggeber
Stiftung UNESCO – Bildung für Kinder in Not,
Düsseldorf



2. Preis

> Kampagne
Satt sehen.

> Agentur
Serviceplan Dritte Werbeagentur GmbH, München

> Auftraggeber
Münchner Tafel e.V., München



Ruprecht Schmidt, Köchen bei Hamburg Leuchtfeuer

Jeden Tag kochen, als wäre es der letzte. Niemand kann das wohl besser als Ruprecht. Jeden Morgen geht er zu den Hospiz-Bewohnern und fragt sie, was sie heute gern essen möchten. Und dann kocht er es. Mit aller Liebe. Denn kann man einem Sterbenden einen größeren Dienst erweisen, als ihn noch einmal das Leben genießen zu lassen? Ruprecht ist glücklich, dass er dazu beitragen kann.

etwas, das richtig lecker geschmeckt hat. Es macht ihn glücklich, diese Aufgabe zu haben. Deshalb kocht er so gut und so gern hier im Hospiz. Auch wenn es ihn traurig macht, dass seine Gäste sterben müssen. Aber sie bringen ihm so viel Dankbarkeit entgegen wie er es in keinem Restaurant je erleben würde. Zu kochen für Menschen, die in ihren letzten Wochen und Monaten oft

schwester und Krankenpfleger, die Hauswirtschafterin, die Sozialpädagogin und die ehrenamtlichen Helferinnen und Helfer. Sie alle sehen einen besonderen Sinn in ihrer Arbeit und möchten gern damit weitermachen. Und Sie ermöglichen es. Mit Ihrem Beitrag. Jeder Euro zählt und sichert ein Stück Lebensqualität für unsere Bewohner. Spenden Sie für Hamburg Leuchtfeuer.

Der Koch, dessen Gäste sterben.

Und wenn von den liebevoll gekochten Mahlzeiten nur drei Bissen gegessen werden, weil der Appetit heute nicht so groß ist, dann ist das kein Grund zum Verzweifeln. Jedenfalls nicht für Ruprecht. Er findet, jeder sollte sich am Leben erfreuen können bis zuletzt. Bis zum allerletzten Tag. Dann erst recht. Jeder sollte Abschied nehmen mit der Erinnerung an

niemanden mehr haben, der sich um sie kümmert – das hat für ihn eine große Bedeutung. Gerade diesen Menschen das Gefühl zu geben, dass sie geschätzt und geliebt werden und nicht abgeschieden und verloren sind. Dafür setzt er sein Können und Wissen ein. Mit Herz, Leib und Seele. Dafür setzen sich auch die anderen im Hospiz ein – die Kranken-

Compass
 Ich möchte, dass die Arbeit im Hospiz weiterlebt. Deshalb unterstütze ich die Einrichtung mit:
 _____ Euro, die von meinem Konto, Nr. _____ bei _____ (Institut), BLZ _____ eingezogen werden sollen.
 Mein Name: _____
 Anschrift: _____
 Unterschrift: _____
 Bitte senden an:
HAMBURG LEUCHTFEUER HOSPIZ
 Simon-von-Umsicht-Str. 4d, 20359 Hamburg
 www.hamburg-leuchtfeuer.de

Die Krankenschwester, deren Patienten immer sterben.

Niemals einen Bewohner gesund nach Hause gehen zu sehen, muss das nicht traurig sein? Wenn man Krankenschwester geworden ist, um Menschen zu helfen und dann dort arbeitet, wo es meistens im Tod endet? Wo es doch eher darum geht Heilung zu bringen. Hier im Hospiz. Für Jeanette ist das kein Grund, ihre Arbeit weniger engagiert und mit weniger Herz zu tun. Im Gegenteil. Wenn sie sich um die Hospizbewohner kümmert, dann macht sie das mit besonders viel Liebe und Respekt. Sie sagt, für Sterbende da zu sein, erinnert sie immer und immer wieder an das Leben. Wie kostbar es ist und wie unwichtig manches wird, wenn der Abschied bevorsteht. Um wie vieles intensiver jede Kleinigkeit wahrgenommen wird. Wenn klar ist, dass der Krebs gewonnen hat. Sie erfährt jeden Tag, wie dankbar die Hospizbewohner für ihre Zuwendung und Fürsorge sind. Das ist Jeanettes größter Lohn. Nirgendwo sonst hatte sie so sehr das Gefühl, dass Ihre Arbeit sinnvoll ist. Es geht nicht darum, dass jemand etwas bekommt, weil er es



Jeanette Fuchs, Krankenschwester bei Hamburg Leuchtfeuer

ist die Aufgabe von Jeanette und den anderen Mitarbeitern. Die des Kochs, der Sozialpädagogin, der Hauswirtschafterin und der vielen ehrenamtlichen Helferinnen und Helfer. Ein Job wie kein anderer. Einer, der manchmal traurig macht und manchmal glücklich. Besonders in den Momenten, wenn das Lächeln auf die Gesichter zurückkehrt. Sind Sie auch davon überzeugt, dass diese Arbeit weitergehen muss? Sie können es möglich machen. Das Hospiz von Hamburg Leuchtfeuer ist auf Ihre Unterstützung angewiesen. Spenden Sie für Hamburg Leuchtfeuer.

sich verdient hat. Es geht darum, für andere etwas zu tun, ohne für sich etwas zu erwarten. Einfach da zu sein, weil jeder Mensch so ist wie man selbst. Hilfflos, ängstlich und verzweifelt im Angesicht des Todes. Besonders, wenn da sonst niemand mehr ist, der einem zur Seite steht wie bei einigen Bewohnern im Hospiz. Diese Menschen spüren zu lassen, dass das Leben lebenswert ist bis zuletzt – das

Compass
 Ich möchte, dass die Arbeit im Hospiz weiterlebt. Deshalb unterstütze ich die Einrichtung mit:
 _____ Euro, die von meinem Konto, Nr. _____ bei _____ (Institut), BLZ _____ eingezogen werden sollen.
 Mein Name: _____
 Anschrift: _____
 Unterschrift: _____
 Bitte senden an:
HAMBURG LEUCHTFEUER HOSPIZ
 Simon-von-Umsicht-Str. 4d
 20359 Hamburg
 www.hamburg-leuchtfeuer.de

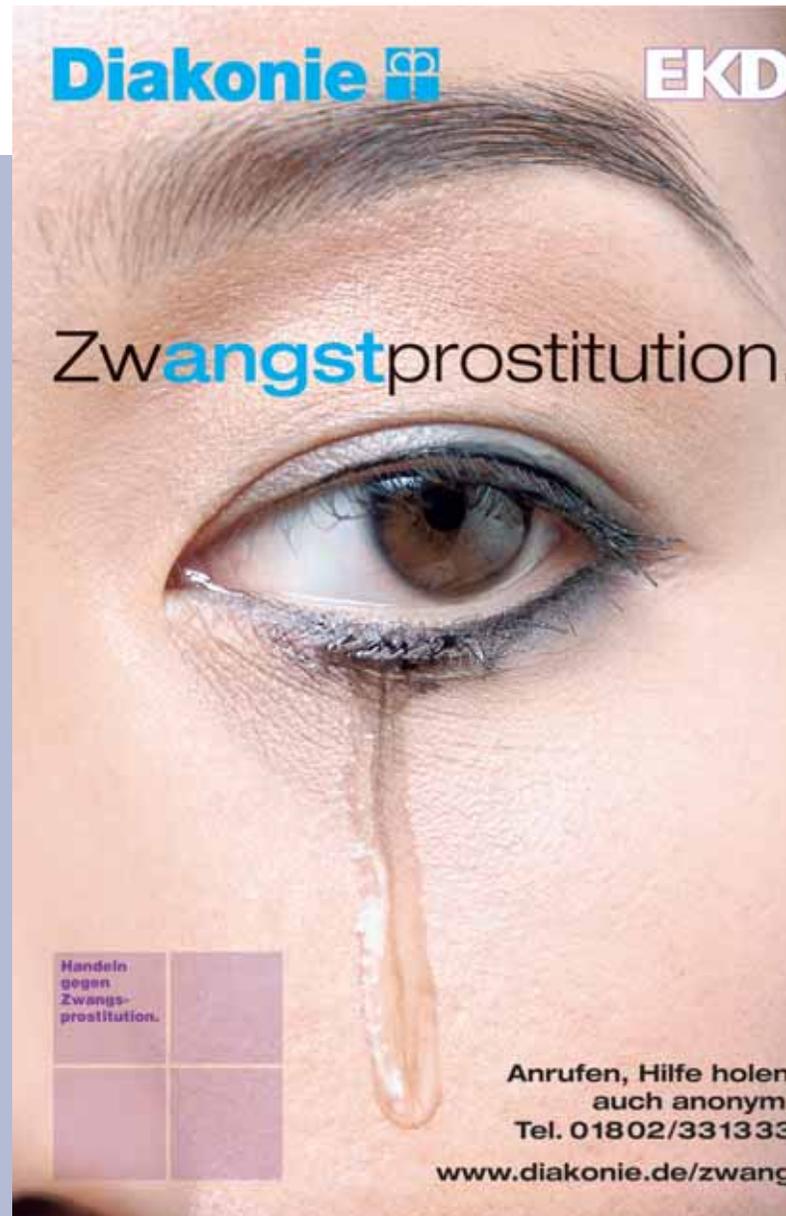


4. Preis

> Kampagne
Dialog

> Agentur
Young & Rubicam Germany, Frankfurt/M.

> Auftraggeber
Notruf und Beratung für vergewaltigte Frauen
und Mädchen e.V., Frankfurt



5. Preis

> Kampagne
Handeln gegen Zwangsprostitution

> Agentur
Morgenstern & Kaes Werbung GmbH, Stuttgart

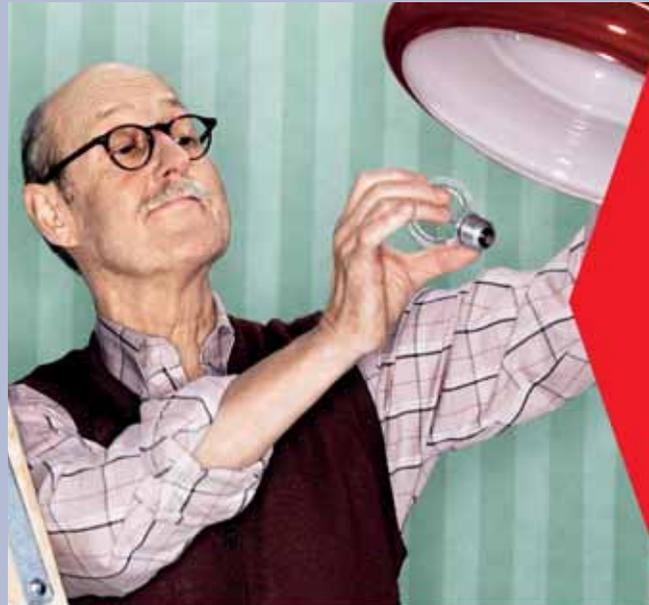
> Auftraggeber
Diakonisches Werk der Evangelischen Kirche in
Deutschland e.V., Stuttgart



Heiß geliebt! Der Johanniter-Menüservice.

Zu Hause essen ohne Einkaufen und Zubereiten: Wir liefern 250 Menüs, mit viel Liebe zubereitet. Rufen Sie uns an, wir beraten Sie gerne persönlich.
Servicenummer:
0180 5 101199 (0,12 Euro/Min.)

DIE JOHANNITER 
Aus Liebe zum Leben



Auf Draht! Der Johanniter-Hausnotruf.

Zu Hause in vertrauter Umgebung leben und im Falle eines Falles rund um die Uhr schnelle Hilfe bekommen. Rufen Sie uns an, wir beraten Sie gerne.
Servicenummer:
0180 5 101199 (0,12 Euro/Min.)

DIE JOHANNITER 
Aus Liebe zum Leben



Wirkt sofort! Der Johanniter-Erste-Hilfe-Kurs.

Ob lebensrettende Sofortmaßnahmen, Erste Hilfe am Kind oder in Betrieben: Bei uns können Sie es lernen. Rufen Sie uns an, wir informieren Sie gerne!
Servicenummer:
0180 5 101199 (0,12 Euro/Min.)

DIE JOHANNITER 
Aus Liebe zum Leben



be part of the legend.



In jedem steckt ein Retter.
 Mach mit beim Schulsanitätsdienst
 der Malteser Jugend.
www.malteserjugend-berlin.de



be part of the legend.

In jedem steckt ein Retter.
 Mach mit beim Schulsanitätsdienst
 der Malteser Jugend.
www.malteserjugend-berlin.de

7. Preis

> Kampagne
 In jedem steckt ein Retter

> Agentur
 Heymann Schnell Werbeagentur AG, Berlin

> Auftraggeber
 Malteser Hilfsdienst / Malteser Jugend, Berlin



8. Preis

> Kampagne
Eines für alle ...

> Agentur
Etwas Neues entsteht Marketing GmbH, Berlin

> Auftraggeber
Deutsches Rotes Kreuz



*Das Leben schreibt die schönsten Drehbücher.
Leider auch die schrecklichsten.*

Ann-Kathrin Kramer, Schauspielerin

Im Fernsehen siegen meistens die Guten über die Bösen. Und die Schwachen über die Starken. Im wahren Leben leider nicht. Da warten immer noch viel zu viele Kinder vergeblich auf ihr Happy End. Doch gerade sie, die Schwächsten und Hilfloosesten unserer Gesellschaft, brauchen Perspektiven und den größtmöglichen Schutz. Im Laufe seiner über 50-jährigen Geschichte entwickelte sich der Deutsche Kinderschutzbund mit über 50.000 Mitgliedern zur größten Lobby für Kinder in Deutschland. Teilen Sie mit mir die verantwortungsvollste Aufgabe unserer Zeit. Spenden auch Sie für die Zukunft aller Kinder: **SEB AG Filiale Hannover, Konto 1953, BLZ 250 101 11**



Deutscher Kinderschutzbund Bundesverband e.V.
Hinüberstraße 8, 30175 Hannover
www.kinderschutzbund.de



*Kinder müssen keine Stars werden.
Sie sind es längst.*

Oliver Geissen, TV-Moderator

Sie sind Very Important People. Sie sind die mit Abstand wichtigsten Mitglieder in unserer Gesellschaft. Und gleichzeitig die kleinsten und hilflosesten. Deshalb müssen wir unseren Kindern den größtmöglichen Schutz bieten. Und ihnen Perspektiven für ihre Zukunft geben. Im Laufe seiner über 50-jährigen Geschichte entwickelte sich der Deutsche Kinderschutzbund mit über 50.000 Mitgliedern zur größten Lobby für Kinder in Deutschland. Teilen Sie mit mir die verantwortungsvollste Aufgabe unserer Zeit. Spenden auch Sie für die Zukunft aller Kinder: **SEB AG Filiale Hannover, Konto 1953, BLZ 250 101 11**



Deutscher Kinderschutzbund Bundesverband e.V.
Hinüberstraße 8, 30175 Hannover
www.kinderschutzbund.de



*Mit den größten Spitzen unseres Hauses
gibt es regelmäßig Pizza essen.*

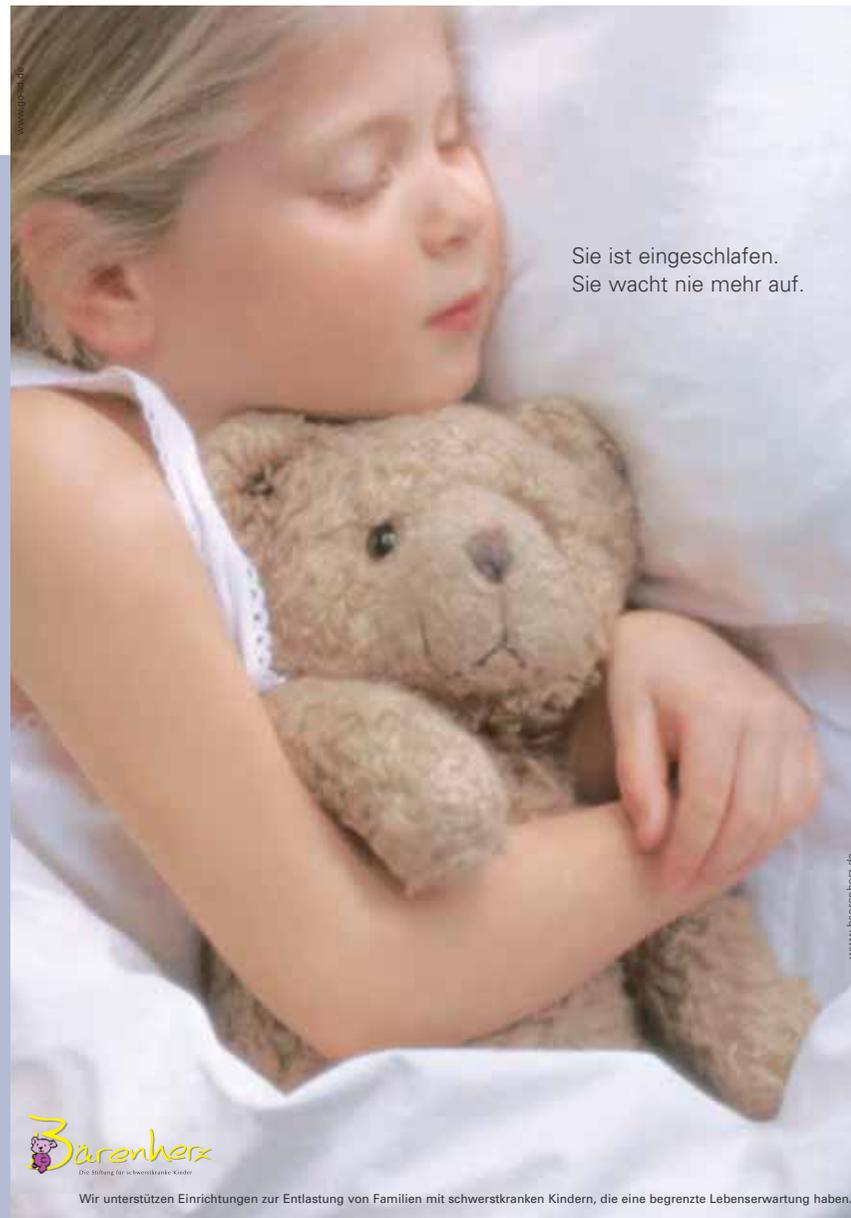
Fürstin Gloria von Thurn und Taxis

Egal wie voll der Terminplan ist: Meine Kinder gehen vor. Doch das ist heute leider nicht selbstverständlich. Immer mehr Kinder erleben die Schattenseiten unserer Gesellschaft. Sie werden vernachlässigt und viel zu oft mit ihren Problemen allein gelassen. Dabei sind sie die kleinsten und hilflosesten, aber gleichzeitig auch die wichtigsten Menschen in unserem Land. Und deshalb brauchen sie Perspektiven und den größtmöglichen Schutz. Im Laufe seiner über 50-jährigen Geschichte entwickelte sich der Deutsche Kinderschutzbund mit über 50.000 Mitgliedern zur größten Lobby für Kinder in Deutschland. Teilen Sie mit mir die verantwortungsvollste Aufgabe unserer Zeit. Spenden auch Sie für die Zukunft aller Kinder: **SEB AG Filiale Hannover, Konto 1953, BLZ 250 101 11**



Deutscher Kinderschutzbund Bundesverband e.V.
Hinüberstraße 8, 30175 Hannover
www.kinderschutzbund.de

10



10. Preis

> Kampagne
Sie ist eingeschlafen

> Agentur
GO! advertising Gesellschaft für Marketing und
Kommunikation, Wiesbaden

> Auftraggeber
Bärenherz Stiftung, Wiesbaden

Ausrichter des Wettbewerbs „Sozialkampagne“

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

Ansprechpartnerin

Stephanie Rüth
Leiterin Public Relations
Telefon 0221.97356-210, Telefax -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
Simone Mutert, Kommunikationsdesign, Köln
Irmgard Nolte, Geschäftsführerin, Agentur neues handeln GmbH, Köln/Berlin



