

Pressemitteilung

16. August 2013

Berlin summt! gewinnt Plakatwettbewerb „Gute Tat mit Plakat“

Die Draussenwerber und betterplace kürten Berliner Initiative zum Schutz der Bienen zum ersten Gewinner des Mediapreises für soziale Projekte

Eine freundlich lächelnde Biene summt über dem Brandenburger Tor – mit diesem Plakatmotiv und der Aufforderung „Seid nett zu den Bienen... sie tun uns viel Gutes.“ setzte sich die Initiative „Berlin summt!“ im neuen Plakatwettbewerb „Gute Tat mit Plakat“ an die Spitze. Die Draussenwerber – das lokale Außenwerkeunternehmen der Wall AG – und das Spendenportal berlin.betterplace.org hatten den neuen Mediapreis für soziale Projekte im Juni ins Leben gerufen. Als erster Gewinner im alle zwei Monate ausgelobten Wettbewerb erhält die Berliner Initiative zum Schutz der Bienen eine kostenfreie Plakatkampagne der Draussenwerber in Berlin. Der nächste Einsendetermin für kreative Plakatentwürfe ist der 2. September 2013.

Das minimalistische, aber dennoch kreative Plakatmotiv mit der Honigbiene schafft Lokalbezug und erregt Aufmerksamkeit. Die Zeichnung stammt von Karin Clauß. In der Jurybewertung setzte sich der Plakatentwurf von „Berlin summt!“, einer Initiative der Stiftung für Mensch und Umwelt, gegen 35 weitere Motiveinreichungen anderer sozialer Projekte in Berlin durch. Ab heute ist das Siegermotiv bis Ende September auf bis zu 1.000 Plakaten an Litfaßsäulen sowie in Plakatvitruinen in Wartehallen und U-Bahnhöfen der Draussenwerber in Berlin zu sehen. Die Druck- und Mediakosten für die stadtweite Plakatkampagne übernehmen die Draussenwerber.

Dr. Marc Bieling, Geschäftsführer der Draussenwerber GmbH, ist begeistert vom Motiv des ersten Gewinners: „Mit „Berlin summt!“ hat ein ausdrucksstarkes und kreatives Motiv gewonnen. Das gemeinnützige Projekt setzt sich für den Erhalt der Artenvielfalt in der Stadt ein, was wir ebenfalls gern unterstützen. Mit den 1.000 Plakaten auf unseren Werbeflächen wollen wir jeden ansprechen, sich mit diesem speziellen und den kommenden Projekten auseinanderzusetzen. So kann soziales und ökologisches Engagement neue Unterstützer und zusätzliche Spenden auf der Plattform betterplace.org gewinnen.“

„Auch wir freuen uns sehr, dass mit „Berlin summt!“ ein Projekt gewinnt, das sein Anliegen des Natur- und Bienenschutzes so originell zum Ausdruck bringt. Das Projekt steht für die Vielfalt an lokalen sozialen und ökologischen Initiativen, die über berlin.betterplace.org unterstützt werden können. Wir sind schon sehr gespannt auf die Plakatentwürfe der nächsten Wettbewerbsrunde“, so Christina Wegener, Berlin-Botschafterin von betterplace.org.

Die Initiative „Berlin summt!“ hat mit großer Freude auf das Ergebnis des Plakatwettbewerbs reagiert: „Wir sind sehr dankbar für diese tolle Hilfsaktion und hoffen, dass unsere fröhliche Biene die Herzen vieler Berliner im Sturm erobert“, sagt Dr. Corinna Hölzer, Initiatorin von „Berlin summt!“.

Der Plakatwettbewerb „Gute Tat mit Plakat“ ist ein Mediapreis für soziale Projekte in Berlin. Wer als soziale Initiative auf dem betterplace-Portal zum Spenden aufruft und sein Projekt mit einem kreativen Plakatentwurf vorstellt, hat die Chance auf eine kostenfreie Plakatkampagne der Draussenwerber in Berlin.

Die Jury bestehend aus Hella Dunger-Löper, Beauftragte für das Bürgerschaftliche Engagement des Berliner Senats; Daniel Wall, Vorstandsvorsitzender der Wall AG; Dr. Marc Bieling, Geschäftsführer der Draussenwerber; Dr. Joana Breidenbach, Mitgründerin von betterplace.org und Marc Sasserath, Gründer von Sasserath Munzinger Plus, kürt zweimonatlich unter allen Teilnehmern einen Gewinner. Die zu gewinnende Plakatkampagne verschafft sozialen Initiativen einen Aufmerksamkeitsschub im Stadtbild. Sie können berlinweit auf ihre Anliegen hinweisen und um Unterstützung werben. Weitere Informationen unter www.berlin.betterplace.org und www.draussenwerber.de

Key-Facts für den Wall-Konzern:

- Internationaler Stadtmöblierer und Außenwerber in Deutschland und der Türkei
- Teil des internationalen Konzerns JCDecaux, der Nummer 1 der Außenwerbung weltweit
- Innovative Stadtmöbel in höchster Designqualität mit mehr als 28 verschiedenen Designlinien
- Maßgeschneiderte Lösungen durch eigenes Forschungs- und Entwicklungszentrum
- Höchstes Qualitätsniveau durch eigene Produktion, Wartung und Reinigung
- Intelligente Außenwerbung an mehr als 93.300 leistungsstarken Werbeflächen, darunter 6.635 Flächen an Transportmitteln, wie Tram, Bus, U-Bahn und LKW
- Nationale Vermarktungskompetenz durch den Vertriebsbereich WallDecaux Premium Outdoor Sales mit fünf regionalen Verkaufsbüros in Deutschland
- Größter Anbieter in Deutschland für das Format City Light Poster (CLP)
- Vermarktungsportfolio in Deutschland: analoge und digitale Werbeflächen in rund 60 Städten, AirportNet, ShoppingNet, Leipziger Hauptbahnhof, Berlinale, Smartphone-App *U snap*, bluespot, LKW-Werbemedium RollAd sowie Transportmedien in Berlin, inkl. aller U-Bahn-Stationen
- Mitarbeiter: 1.067, Stand: 31.03.2013

Für Rückfragen:

Wall AG
Frauke Bank
Leiterin Unternehmenskommunikation
Tel.: +49 (0)30 / 33 8 99-381
E-Mail: frauke.bank@wall.de
www.wall.de