



## Presseinformation

09.01.2015

# Gemeinsam gegen die Muskelkrankheit ALS

**Nach der „Ice Bucket Challenge“ geht es mit größerem Engagement weiter: WallDecaux, BBDO Düsseldorf, Staudigl-Druck und Kinetik starten eine bundesweite Außenwerbekampagne im Wert von über 250.000 Euro zugunsten der Deutschen Gesellschaft für Muskelkranke.**

Im vergangenen Jahr sorgte die „Ice Bucket Challenge“ für Furore und weltweite Aufmerksamkeit für die Krankheit ALS. Auch in der Werbebranche ist die Challenge angekommen. WallDecaux, BBDO Düsseldorf, Staudigl-Druck und Kinetik haben die Herausforderung angenommen und verstärken ihren Einsatz gegen die Muskelkrankheit.

Gemeinsam starten die Unternehmen heute eine bundesweite Außenwerbekampagne, in denen die Betroffenen von ALS selbst zu Wort kommen. Unter dem Motto: „Die Ice Buckets sind verschwunden. Die Challenge bleibt.“ geht das Engagement für stärkeres öffentliches Bewusstsein für ALS-Erkrankte und die Krankheit selbst weiter. Auf über 2500 Plakaten zeigen fünf ALS-Patienten ihre persönlichen Botschaften, die deutlich machen, dass ALS tödlich ist und viele Menschen betrifft.

„Schreiben lernen war schwer. Es zu verlernen noch viel schwerer.“ Mit diesem und weiteren mit zitteriger Hand oder sogar dem Mund geschriebenen, dramatischen Statements richten sich fünf ALS-Patienten an die Öffentlichkeit. Ihr Ziel: Aufklärung. Ihr Wunsch: Dass ALS-Betroffene der kommenden Generationen eine Chance auf ein besseres und vielleicht sogar längeres Leben haben.

WallDecaux stellt für die Kampagne City Light Poster-Flächen im Wert von 250.000 Euro zur Verfügung. Das Plakat- und Film-Konzept und deren kreative Umsetzung stammen von der Werbeagentur BBDO Düsseldorf in Zusammenarbeit mit BBDO CraftWork. Staudigl-Druck übernimmt den Druck der Plakate. Für den Mediaplan übernimmt Kinetik die Verantwortung. Alle Beteiligten arbeiten ohne Honorar und sind Sponsoren.

**Andreas Prasse, Vorstand Marketing und Vertrieb der Wall AG:** „Die Ice-Buckets sind leer. Die Challenge bleibt. Ich freue mich sehr, dass wir dieses Motto mit der ganzen Kraft unserer Außenwerbemedien weiter ins Bewusstsein der Menschen bringen. ALS muss ein Thema bleiben. Allen Beteiligten war das ein großes Anliegen.“

**Sebastian Hardieck, Geschäftsführer Kreation der Werbeagentur BBDO Düsseldorf:** „Nach Millionen von Ice-Bucket-Challenges war es uns jetzt wichtig, die ganze Story hinter ALS zu erzählen. Deshalb haben wir eine Kampagne entwickelt, die das aufmerksamkeitsstarke Medium Plakat und Bewegtbild im Web miteinander verzahnt. Online konnten wir den wahren Machern der Kampagne, den ALS-Patienten, genug Zeit und Raum geben, um sich und ihre Krankheitsgeschichte eindrucksvoll zu präsentieren.“



**Dietmar Birkner, Managing Director von Kinetic Worldwide Germany:** „Die Umsetzung der Kampagne war für alle Beteiligten ein ganz besonderes Anliegen. Wir freuen uns sehr, dass wir die Mediaplanung übernehmen und damit dazu beitragen konnten, dass die Aufmerksamkeit auf ALS nicht abebbt“.

**Helmut König, Vertrieb Staudigl-Druck:** „Ich hatte keine Sekunde gezögert, als wir von WallDecaux aufgefordert worden sind, an dieser Aktion teilzunehmen. Die Krankheit ist schrecklich und ich hoffe wir können mit dieser Aktion etwas bewegen. Die Plakate rufen mir eine Gänsehaut hervor. Ich hoffe dies passiert bei vielen Menschen, damit wir gemeinsam etwas bewegen“.

**Horst Ganter, Bundesgeschäftsführer der Deutschen Gesellschaft für Muskelkranke e.V.:** „Aufmerksamkeit für eine seltene Erkrankung wie ALS zu schaffen, ist keine leichte Aufgabe. Umso begeistert sind wir davon, was WallDecaux, BBDO, Staudigl und Kinetic auf die Beine gestellt haben. Alle Beteiligten, eingeschlossen der ALS-Betroffenen, die sich für die Plakate zur Verfügung gestellt haben, sind unglaublich motiviert und engagiert an die Arbeit gegangen, wofür wir sehr dankbar sind. Denn auch wenn die Eiskübel mittlerweile verschwunden sind: unsere Challenge geht solange weiter bis ALS eines Tages geheilt werden kann!“

#### **WallDecaux Premium Outdoor Sales**

WallDecaux Premium Outdoor Sales ist die Vertriebsmarke der Wall AG und der größte Anbieter in Deutschland für das Format City Light Poster (CLP). Mit 48.846 City Light Poster-Werbeflächen in 37 Städten – darunter alle Millionenstädte wie Berlin, Hamburg, München und Köln – können mit Werbung im CLP-Format pro Woche rund 23,3 Mio. Menschen bundesweit angesprochen werden. Wer bei WallDecaux bucht, verschafft seinen Kampagnen maximale Aufmerksamkeit. Durchdachte Werbenetze, Top-Standorte und innovative Medien unterschiedlicher Formate sorgen für eine integrierte Kampagnenplanung und die hochwirksame Kommunikation von Werbebotschaften. WallDecaux vereint das gemeinsame und starke Portfolio von JCDecaux und der Wall AG in Deutschland. Mit fünf regionalen Verkaufsbüros in Deutschland bieten wir Werbungtreibenden Premium-Außenwerbung und nationale Vermarktungskompetenz.

#### **BBDO Düsseldorf**

BBDO ist die Kernmarke von Deutschlands größter Agenturgruppe BBDO Group Germany. Mehr als 300 Kreative, Strategieberater, Dialog- und CRM-Experten sowie Onlinespezialisten stehen für integrierte Markenkommunikation. An den Standorten Düsseldorf und Berlin entwickeln sie nationale und internationale Kampagnen für Kunden wie Dr. Oetker, smart, Postbank, ARAG, Henkel, LBS, Mars, Wrigley, sky und Beck's.

#### **Staudigl-Druck**

Das 1979 gegründete deutsche Unternehmen Staudigl-Druck GmbH & Co. KG ist Spezialist für Plakate und andere hochwertige Drucksachen im Offset- und Digitaldruck bis zum Format 130 cm x 185 cm. Die Produktpalette konzentriert sich vor allem auf die Hauptgeschäftsfelder PLAKATE, KALENDER und Werbetechnik. Die aktuelle Servicepalette umfasst das gesamte Spektrum eines modernen Fullservice-Unternehmens von der Datenerstellung und -korrektur bis zur Distribution des fertigen Produkts an den Endkunden. Gleichbleibende Qualität garantiert die Zertifizierung nach PSO und PSD. Gemeinsam mit Industriekunden werden neue, interaktive Shopsysteme entwickelt. Staudigl-Druck produziert nachhaltig und ist u.a. zertifiziert nach PEFC und FSC. Mit der neu gegründeten Marke PicaPoint etabliert sich Staudigl-Druck erfolgreich auf dem Online-Druckmarkt.



Hier bietet sich dem Kunden die Möglichkeit, Druckprodukte für den Point of Sale zu bestellen –rund um die Uhr, zuverlässig und in gewohnter Staudigl-Qualität.

### **Kinetic – Shaping the moving world**

Kinetic Worldwide Germany GmbH ist eines der weltweit führenden Agenturnetzwerke für Mediaberatung im Bereich der Out-of-Home-Kommunikation. Besondere Schwerpunkte liegen dabei auf der strategischen Mediaplanung und der Umsetzung von OoH-Kampagnen. Unsere Kommunikationslösungen erreichen effizient die mobile Zielgruppe und ermöglichen die optimale Vernetzung von Unternehmen und Marken mit den Konsumenten außer Haus. Kinetic Worldwide Germany vertritt dabei namhafte Unternehmen aus Industrie und Handel sowie Mediaagenturen. In Deutschland beschäftigt Kinetic rund 100 Mitarbeiter in den Büros in Frankfurt, Düsseldorf, München, Berlin und Hamburg. Weltweit setzen über 800 Mitarbeiter an 38 Standorten die Kinetic Vision „Shaping the moving world“ erfolgreich um. [www.kineticww.de](http://www.kineticww.de)

### **Deutsche Gesellschaft für Muskelkranke e.V.**

Die Deutsche Gesellschaft für Muskelkranke e.V. (DGM) feiert in diesem Jahr ihr 50-jähriges Bestehen und ist damit die älteste und größte Selbsthilfeorganisation für Menschen mit neuromuskulären Erkrankungen in Deutschland. Seit Ihrer Gründung im Jahr 1965 versteht sich die DGM als Interessenvertretung aller Muskelkranken. Zu ihren Aufgaben gehören die Forschungsförderung, die soziale Betreuung und Unterstützung der Betroffenen, Öffentlichkeitsarbeit sowie die Vertretung im gesundheitspolitischen Bereich. Mehr Informationen unter: <http://www.dgm.org>