

# Mein\_ EinkaufsBahnhof Immer für mich da.











#### **DAS ZIEL**

# Aufmerksamkeit für die von Seltenen Erkrankungen

**Betroffenen,** Positionierung bei und Unterstützung von der breiten Öffentlichkeit sowie Meinungsbildnern aus Politik, Wirtschaft und Medien.

Diese Aufmerksamkeit schärft das Bewusstsein und Verständnis für diese (gar nicht so seltenen) Erkrankungen. Mit dieser Kunstaktion – den Selbstporträts erkrankter Menschen und einer öffentlichkeitswirksamen Plattform iden Einkaufsbahnhöfen der DB erreichen wir viele Menschen.

#### **DIE IDEEN DAHINTER**

- Hohe Besucherzahlen in Bahnhöfen zum Kontakt nutzen.
- Mit Bildern und Emotionen Menschen erreichen.
- Aktion holt "Seltene Erkrankungen" aus der Freakshow-Ecke.
- Bunte, persönliche Bilder statt medizinischer Fachbegriffen.
- Spitzenmedizin in den Zentren der Städte präsentieren.
- Betroffene gewähren individuelle Einblicke in ihre Situation.
- Mitmachaktion stärkt das Selbstbewusstsein.

# **MEDIALE MULTIPLIKATION**

- Bundesweite Kampagne erhöht Medienpräsenz.
- Größere Bandbreite kreativer Ansätze schafft Flexibilität.
- Multi-Channel-Strategie für Reichweite und Flexibilität.

## Ausstellungsbereich

Ausstellung der Zeichnungen in einer kuratierten Austellung mit begleitenden Informationen (digital und analog, Porträts der Künstler/Patienten).

## Aktions-/Infopunkte

Teaser der Bilder in Punkten mit Namen und Link zur Aktions-Webseite. Optional im Umfeld eine Tafel oder Austellungselement mit analogen weiterführenden Erklärungen.

## Zentraler Informationspunkt

Stele, ca. 1,20 x 2,50 m, im Aktionsbranding gestaltet. Zugängigkeit von beiden Seiten, Informationen mittels interaktivem Display/Monitor und/oder Informationen von beiden Seiten, auf dem Fußboden als großen Kreis das Aktionslogo.

## Webseite

Zentrales Informationsportal rund um die Aktion mit einem Hauptteil zu den Künstlern und einer Galerie aller eingereichten Zeichnungen. Informationen und Erklärungen zur Aktion, (medizinisches) Hintergrundwissen sowie Präsenz aller Partner, Verlinkung zu den Einkaufsbahnhöfen bzw. den jeweiligen Bahnhöfen vor Ort.



#### **MEDIENAUFMERKSAMKEIT**



#### Medieninfo

Medium: STERN:DE

Visits (Reichweite): ca. 63,1 Mio



## Medieninfo

Medium:

SUEDDEUTSCHE.DE

Visits (Reichweite): ca. 69,2 Mio.

Süddeutsche Zeitung

## Medieninfo

Medium:

WELT.DE

Visits (Reichweite): ca. 144,3 Mio.

## Medieninfo

Medium:

ZEIT.DE

Visits (Reichweite): ca. 93,8 Mio.

