



Pressemitteilung

Michael Stich Stiftung wirbt gegen Ausgrenzung von HIV positiven Menschen - Außenwerber JCDecaux startet Kampagne in zehn deutschen Städten

Hamburg, 27. Oktober 2008 – Ab dem 28. Oktober 2008 präsentiert JCDecaux – das führende Unternehmen für Außenwerbung in Europa – deutschlandweit ein weiteres Motiv der Präventionskampagne der Michael Stich Stiftung. Auftakt bildet eine CityLightBoard-Kampagne in den zehn deutschen Städten Hamburg, Rostock, Köln, Mannheim, Ludwigshafen, Saarbrücken, Heilbronn, Gera, Dresden und Leipzig.

Das Motiv „Schweigen“ von Jung von Matt/ Necker zeigt den Gründer der Stiftung, der sich durch Aufklärung gegen die Ausgrenzung von HIV positiven und an AIDS erkrankten Menschen stark macht. Im Gegensatz zu den bisher gezeigten Plakaten, die auf provokante Weise auf die Übertragungswege des HI-Virus hinweisen, stellt das aktuelle Bild mit Michael Stich selbst die sozialen Folgen der Krankheit in den Mittelpunkt. Mit dem Motiv von Fotograf Ralph Hergarten wird darauf hingewiesen, wie wichtig es ist, dass sich die Menschen wieder mit HIV & AIDS beschäftigen, um sich einerseits vor einer Infektion zu schützen, aber andererseits auch den Umgang mit infizierten Kindern und Erwachsenen zu verbessern.

Die Motive der Plakatkampagne stoßen nicht nur bei den „normalen“ Betrachtern auf großes Interesse, sondern sind auch bei den „Profis“ hoch angesehen: Im Rahmen der Effie-Verleihung durch den Gesamtverband der Kommunikationsagenturen (GWA) in Berlin wurden vier Kampagnen aus dem Themenfeld „Soziale Kommunikation“ mit dem „Social Effie“ ausgezeichnet. Dazu zählt auch die



Präventionskampagne der Michael Stich Stiftung mit Motiven aus dem Jahr 2007, die von Jung von Matt/Alster entwickelt wurden. Der GWA vergibt den Social Effie, um erfolgreiche und effektive Marketing-Kommunikation zu präsentieren, mit deren Unterstützung hochgesteckte soziale und gesellschaftliche Ziele erreicht werden können.

Michael Stich Stiftung

Seit 1994 unterstützt Michael Stich mit seiner Stiftung HIV infizierte und an AIDS erkrankte Kinder in Deutschland. Die Hilfe reicht von der ersten Babyausstattung über Kinderzimmereinrichtungen, Brillen und Zahnsparren bis hin zu Mitgliedschaften in Sportvereinen oder Musikschulen sowie vielen anderen Herzenswünschen der Kinder. Aber auch Arzt-, Krankenschwester-, Therapeuten- und Pädagogenstellen werden aus den Spenden finanziert. Neben der Hauptaufgabe betroffenen Kindern „ein Lachen zu schenken“, engagiert sich die Michael Stich Stiftung seit einiger Zeit verstärkt in der Prävention und Aufklärung von HIV und AIDS. Mit Veranstaltungen an Schulen sowie Anzeigenmotiven und Kino-/ TV-Spots soll HIV und AIDS sollen die Menschen aufgefordert werden sich mit der Krankheit auseinander zu setzen.

JCDecaux

JCDecaux ist weltweit das größte Unternehmen für Stadtmöblierung und Transportwerbung und das führende Außenwerbeunternehmen Europas. In Deutschland ist das Unternehmen seit über 25 Jahren erfolgreich tätig. Zahlreiche Innovationen wurden auf Initiative von JCDecaux am deutschen Außenwerbemarkt eingeführt, u.a. City-Light-Poster, City-Light-Boards oder vollautomatische Toilettenanlagen. Das Unternehmen ist in vielen wichtigen deutschen Städten mit eigenen Werbenetzen vertreten und bietet als einziger Außenwerber Deutschlands eine direkte Einbindung in weltweite Außenwerbenetze.

Pressekontakt Michael Stich Stiftung

PRaffairs, Schmalkaldener Straße 16, 22761 Hamburg

T: 040/555 838 50, E: info@pr-affairs.de