
P R E S S E M I T T E I L U N G

“Null Toleranz”

newswerk PR und Schmittgall Werbeagentur kreieren Awareness-Kampagne für die Stiftung für das behinderte Kind

Prävention aus Liebe zum Kind neuer Claim der Stiftung

Stuttgart, 29.10.2007 – Die Stuttgarter PR-Agentur newswerk und die Schmittgall Werbeagentur haben für die Stiftung für das behinderte Kind eine Awarenesskampagne zur Vermeidung von Alkohol und Nikotin in der Schwangerschaft kreiert. Die beiden sehr auffälligen und bewusst aufrüttelnden Motive und Headlines gegen den Nikotin- und Alkoholkonsum von Schwangeren sind bereits ab November als Plakate auf medizinischen Messen und als Anzeigen in entsprechenden Fachmedien zu sehen. Zielgruppen der Kampagne sind Schwangere, ihre Partner und Ärzte. „Wir haben festgestellt, dass selbst Gynäkologen den Genuss von Alkohol in der Schwangerschaft bei ihren Schwangeren tolerieren oder gar empfehlen. Das ist alles andere als akzeptabel, denn es gibt keine Toleranz für diese Giftstoffe seitens des Embryos“, erläutert Prof. Dr. Joachim W. Dudenhausen, Vorsitzender der Stiftung und Direktor der Klinik für Geburtsmedizin an der Charité Berlin.

Die beiden Motive der Awarenesskampagne zeigen jeweils ein Embryo mit einem Piccolo Sekt bzw. einer brennenden Zigarette am Mund. Ergänzt durch die Headlines „Nicht an allem sind die Gene Schuld“ auf dem „Nikotin-Plakat“ und „Flaschenkinder meint etwas anderes“ (Alkohol) wird im Copytext auf die „Null Toleranz“ für den Genuss des jeweiligen Giftstoffes in der Schwangerschaft hingewiesen. „Wir haben uns für zwei markante Motive und Headlines entschieden, die das Problem mit einem Blick ins Bewusstsein und Gedächtnis der Betroffenen rufen – ob beim Frauenarzt oder der Schwangeren“, begründet Bernd Schmittgall, Inhaber der Werbeagentur und Chef der Schmittgall-Gruppe. „Es geht darum, vermeidbare Risiken in der Schwangerschaft zu minimieren und für solche Risiken zu sensibilisieren. Die Headlines greifen daher Aussagen und Redewendungen aus dem täglichen Sprachgebrauch auf, um ganz direkt an die eigene, große Verantwortung der Schwangeren im Umgang mit den thematisierten Genussmitteln zu appellieren“, skizziert newswerk-Chef Markus Hardenbicker den Entstehungsprozess der Kampagne. Zustimmung für diese Strategie kam auch schnell von der Stiftungsseite. „Wir haben die Idee von newswerk/Schmittgall von Anfang an begrüßt“, erinnert sich Professor Dudenhausen an die umgehend positive Reaktion auf die Präsentation vor dem Stiftungsvorstand.

Die Kampagne soll auch über die derzeit geplanten Anzeigen in Fachmedien und Messeplakate hinausgehend ausgebaut werden. Neben klassischen PR-Maßnahmen sind auch Materialien für den Einsatz in Arztpraxen geplant, die für das Thema einprägsam sensibilisieren. Hierfür wird für die von Spenden getragene Stiftung ein entsprechender Sponsor gesucht, der die Präventions-Kampagne für gesunde Kinder mittragen will.

Mit der „Null Toleranz“-Kampagne für Nikotin und Alkohol in der Schwangerschaft setzen die beiden Agenturen der Schmittgall-Gruppe deren langjährige pro-bono-Zusammenarbeit mit der Stiftung fort. Erst 2006 hatte die Schmittgall Werbeagentur ein neues Logo und einen Relaunch des Stiftungsdesigns entwickelt und umgesetzt. Erweitert wurde dieses Corporate Design jetzt um ein Visual und einen Claim, der die erklärungsbedürftigen Ziele der Stiftung prägnant und appellativ fasst: Prävention aus Liebe zum Kind.

Über die Stiftung für das behinderte Kind

Die Stiftung für das behinderte Kind bemüht sich um die Förderung von Vorsorge und Früherkennung von Behinderungen des Kindes. Die Einführung der allgemeinen Vorsorgeuntersuchungen und der Ausbau genetischer Beratungsstellen in der Bundesrepublik Deutschland zählen in der Vergangenheit mit zu den Erfolgen ihrer Arbeit. Täglich werden in der Bundesrepublik Deutschland über 100 Kinder geboren, bei denen eine bleibende Einschränkung der körperlichen und geistigen Gesundheit vorliegt. Ursachen dieser Behinderungen sind Veränderungen der Chromosomen und Komplikationen in der Schwangerschaft. Aber gerade auch Einwirkungen auf die Mutter und das Kind im Mutterleib wie zum Beispiel durch Nikotin und Alkohol gehören zu den wichtigsten Ursachen einer Fehl- oder retardierten Entwicklung. Es gilt, beeinflussbare Ursachen zu minimieren oder abzustellen und die Folgen nicht beeinflussbarer Ursachen frühzeitig zu erkennen. Durch genetische Beratung bzw. gezielte Vorsorge und Früherkennungsmaßnahmen kann ein Großteil aller angeborenen Behinderungen vermieden oder doch entscheidend gebessert werden. Die Mittel der Stiftung rekrutieren sich ausschließlich aus freiwilligen Zuwendungen. Firmen und jeder Einzelne können die Arbeit der Stiftung mit ihrer Spende lohnenswert unterstützen. Schirmherrin der Stiftung ist die Bundesfamilienministerin Ursula von der Leyen.

Weitere Informationen sind über www.stiftung-behindertes-kind.de oder www.newswerk.de erhältlich.



Motiv „Alkohol“ der **Null-Toleranz-Kampagne** von newswerk PR und Schmittgall Werbeagentur für die **Stiftung für das behinderte Kind**

Die zwei Motive der Awarenesskampagne übersenden wir Ihnen gerne auf Anfrage in druckfähiger Qualität.

PRESSEKONTAKT der Schmittgall-Gruppe:

newswerk
Agentur für Public Relations

Markus Hardenbicker
Albstraße 14
70597 Stuttgart
Telefon: +49 711.606039
Telefax: +49 711.6409168
markus.hardenbicker@newswerk.de