



Peter Rettinger & Sabine Keller (beide Licht für die Welt Schweiz), Alfred Koblinger, PKP BBDO Werbeagentur.



Um Licht für die Welt im Kampf gegen vermeidbare Blindheit zu unterstützen und Spenden zu generieren, machte die Agentur im Februar 2017 die Symptome von Grauem Star mittels Mobile-Overlay erlebbar.

Einfache Idee, große Wirkung

Als einzige ausländische Agentur geehrt: PKP BBDO zieht bei Schweizer Dialogmarketing Award alle Blicke auf sich.

ZÜRICH/WIEN. Im Rahmen der Award-Gala des Schweizer Direktmarketing Verbands wurden am 7. Juni in Zürich die Preisträger des diesjährigen Direktmarketing Awards geehrt.

Kampagne: Blinde Flecken

Darunter – als einzige ausländische Agentur – PKP BBDO, die sich mit dem Kunden Licht für die Welt über die Auszeichnung in Gold für die Kampagne „Blinde Fleck“ freuen durfte.

Einfache Idee – große Wirkung: Um Licht für die Welt im Kampf gegen vermeidbare Blindheit zu unterstützen und Spenden zu generieren, machte die Agentur im Februar 2017 die Symptome

von Grauem Star mittels Mobile-Overlay erlebbar. Die kreative Idee, um auf das Problem aufmerksam zu machen, war so einfach wie genial: Wollte man sich auf den Internetportalen von Österreichs größten Tageszeitungen über das Weltgeschehen informieren, wurde dort ein irritierender grauer Fleck über dem Content angezeigt, der sich dank Gyroskop-Sensor dem Blickwinkel des Betrachters anpasste.

Wegwischen gilt nicht

Beim Versuch, den störenden Fleck zu entfernen, kam eine klare Botschaft zum Vorschein: „Wegwischen heilt Grauen Star nicht. 30 Euro schon.“

Die Verlinkung führte auf die Website von Licht für die Welt, auf der User die Möglichkeit hatten, direkt zu spenden.

Zur Unterstützung der Organisation, die erst kürzlich in der Schweiz gestartet hat, unterstrich Alfred Koblinger, CEO von PKP BBDO, bei der Übernahme des Awards die Sinnhaftigkeit des Anliegens von Licht für die Welt und die Notwendigkeit der uneingeschränkten Unterstützung. Und das nicht nur als Worthülse – so betreut PKP BBDO Licht für die Welt bereits seit über 20 Jahren ohne Honorar. „Weil uns Inklusion und Hilfe ein Anliegen sind“, so der CEO und Gründer. (fej)