

Spieglein, Spieglein an der Wand ...

...bei der Awareness-Kampagne von den Werbehelden geht es nicht um Schönheit, sondern um die Früherkennung von HPV.

WIEN. Der Below-The-Line-Werbespezialist Werbehelden möchte mit seiner neuen Kampagne zeigen, dass wichtige Anliegen außergewöhnliche und aktivierende Werbeformen brauchen.

Für die Initiative Frauengesundheit machen die Werbehelden aktuell mit ihren Spiegelaufklebern in Damentoiletten auf die Gefahr von Humanen Papillomviren (HPV) aufmerksam. Die sexuell übertragbaren Viren sind für weltweit etwa 70% aller Fälle von Gebärmutterhalskrebs verantwortlich. Mit dem Hashtag #trustyourgyn werden junge Frauen zu einem HPV-Test beim Gynäkologen angeregt.

Bewusstsein schaffen

Dieser ermöglicht es, Zellveränderungen am Gebärmutterhals *früh* nachzuweisen. Neben den auffälligen Spiegelklebern ergänzen die bekannten Freecards die Awareness-Kampagne. Sie erreicht die Zielgruppe so nicht nur vor dem Spiegel, sondern auch überall dort, wo diese ihre Freizeit verbringt. „HPV ist ein ernst zu nehmendes Thema, das schlimme Folgen für Frauen haben kann. Das Bewusstsein für dieses Schattenthema der Medizin muss bei der Zielgruppe auf den ersten Blick geweckt werden. Die Spiegelkleber stellen einen direkten Bezug zur eigenen Person her und aktivieren zur Krebsvorsorge“, so Werbehelden-Geschäftsführer Ernst Buchinger.

Ohne langen Bart

Vergangenen Dezember machte der Mobilfunker Bob Schluss mit „kitschigen, an den Haaren herbeigezogenen Weihnachtsgeschichten“. Die Kampagne lief unter dem Titel „Ohne langen



© Werbehelden (3)

Bart“ und beabsichtigte, den ganzen Weihnachtstrubel samt Weihnachtsmann-Bart hinter sich zu lassen, stattdessen ins Warme zu fahren und am Strand zu liegen. Die Werbehelden setzten zur optimalen Bewerbung der Mobilfunktarife von Bob auf ein Freecard-Sonderbranding an zehn frequenzstarken Wiener Standorten. Neben dem Displaybranding wurden die extra für Bob entworfenen Freecards mit abziehbaren Wachsstreifen versehen. So konnte die Zielgruppe wortwörtlich günstige Mobiltarife ohne langen Bart abschließen und, falls gewünscht, selbst bei den eigenen Haaren Hand anlegen. (red)



Auffallend

Die neue Awareness-Kampagne von den Werbehelden soll Bewusstsein schaffen. Mit dem Hashtag #trustyourgyn werden junge Frauen dazu animiert, einen HPV-Test zu machen. Die Werbehelden setzen dafür auf ausdrucksstarke Spiegelaufkleber und Freecards an den Hotspots in Wien.