



HAMBURG | BERLIN | KÖLN | MÜNCHEN | STUTTGART | FRANKFURT | WIEN

Pressemeldung

Zum goldenen Hirschen Berlin entwickelt die Kampagne zur Corona-Warn-App

„Wird mit jedem Nutzer nützlicher“: Zum Launch der Corona-Warn-App entwickelt Zum goldenen Hirschen Berlin für das Bundespresseamt die Kommunikationskampagne, das Logo und einen Baukasten für Multiplikatoren.

Berlin, 17. Juni 2020. Die vom Robert-Koch-Institut herausgegebene Corona-Warn-App kann dabei helfen, die Infektionsketten in Deutschland zu unterbrechen. Die Co-Produktion der SAP AG und DTAG ist deshalb ein wichtiger Baustein im Kampf gegen Covid-19. Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung und Zum goldenen Hirschen Berlin haben eine vielschichtige Kampagne entwickelt, die so viele Menschen wie möglich in Deutschland darüber informiert, dass es die Corona-Warn-App gibt. Dafür werden sowohl App-Befürworter angesprochen als auch die Bedenken der Skeptiker adressiert. Die Botschaften umfassen deshalb Headlines zum Zweck, wie „Sagt Bescheid, wenn’s ernst wird.“, zum Datenschutz, „Kennt Sie nicht. Hilft Ihnen trotzdem.“, aber auch zur wichtigen Frage der Gemeinschaft: „Wird mit jedem Nutzer nützlicher.“ Das Ziel ist dabei stets dasselbe: Die Menschen gelangen auf kurzem Weg zum Download und damit zur Nutzung der App.

„Die Kampagne vermittelt Nutzen und Funktionsweise klar, informativ und aufmerksamkeitsstark“, sagt Alexander Lang, Geschäftsführer bei Zum goldenen Hirschen Berlin. „Im Zentrum aller Maßnahmen steht die App: was sie kann, aber auch was sie nicht kann.“ Das gilt etwa für die acht Themenmotive, die über Out-of-Home, Print, Online und soziale Medien ausgespielt werden. Daneben gibt es zudem einen TV-Spot, einen Erklärfilm, einen Funkspot und eine Website, auf der alle Informationen zusammenlaufen. Zur Einführung der App in weiteren Sprachen wird es zudem begleitende Maßnahmen z. B. auf türkisch geben. Zusätzlich hat Zum goldenen Hirschen Berlin auch die Wort-Bild-Marke und das Icon für die App entwickelt.

Ergänzt wird die Kampagne um einen Baukasten, der sie für Unterstützer aus Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft öffnet. So können Multiplikatoren zum aktiven Teil der Kampagne werden. Dafür werden zum einen alle Informationen rund um die App angeboten, um über die Corona-Warn-App selbst kommunizieren zu können. Zum anderen stehen die Werbemittel in allen gängigen Formaten zur Verfügung. „Die Corona-Warn-App wird mit jedem Nutzer nützlicher“, erklärt Steffen Seibert, Sprecher der Bundesregierung und Leiter des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. „Deshalb freuen wir uns sehr, dass wir mit der Unterstützung



HAMBURG | BERLIN | KÖLN | MÜNCHEN | STUTTGART | FRANKFURT | WIEN

zahlreicher Partner aus Verbänden, Unternehmen und der ganzen Gesellschaft unserem Ziel noch näherkommen, möglichst viele Menschen in Deutschland zu erreichen.“

Zum goldenen Hirschen Berlin GmbH

Alexander Lang (Geschäftsführung)
Felix Franz Vogler (Geschäftsführung)
Carsten Kaiser (Etat-Direktor)
Hendrik Gries (Strategie-Direktor)
Cindy Singer (CD Text/Konzept)
Katja Schnabel (CD Art)
Dominik Lang (Senior-AD)
Michael Kreußlein (Senior-Redakteur)
Freya Grundmann (Beratung)
Anna Grass (Beratung)
Alexander Meier (Designer)
Lea Schikora (Junior-AD)
Jana Thiel (Junior Text)
Else Dittel (Reinzeichnung)
Diana Heinemann (Produktion)

Zum goldenen Hirschen ist die siebtgrößte inhabergeführte Agentur Deutschlands mit rund 380 Mitarbeiter*innen sowie über 80 Kunden an 7 Standorten. Seit der Gründung in 1995 sorgt die Agentur mit spektakulären und wirksamen Kampagnen für Aufsehen. Integrierte Campaigning-Teams aus Strategie-, Werbe-, PR- und Digital-Experten decken das gesamte Feld der Kommunikation ab und entwickeln zielgenaue, kreative und bisweilen disruptive Lösungen von hoher Relevanz und Wirksamkeit.

Weitere Informationen

Zum goldenen Hirschen

Anne Oloff, Senior Corporate Communications Manager

m: [0171-8129102](tel:0171-8129102)

e: oloff@hirschen.de