

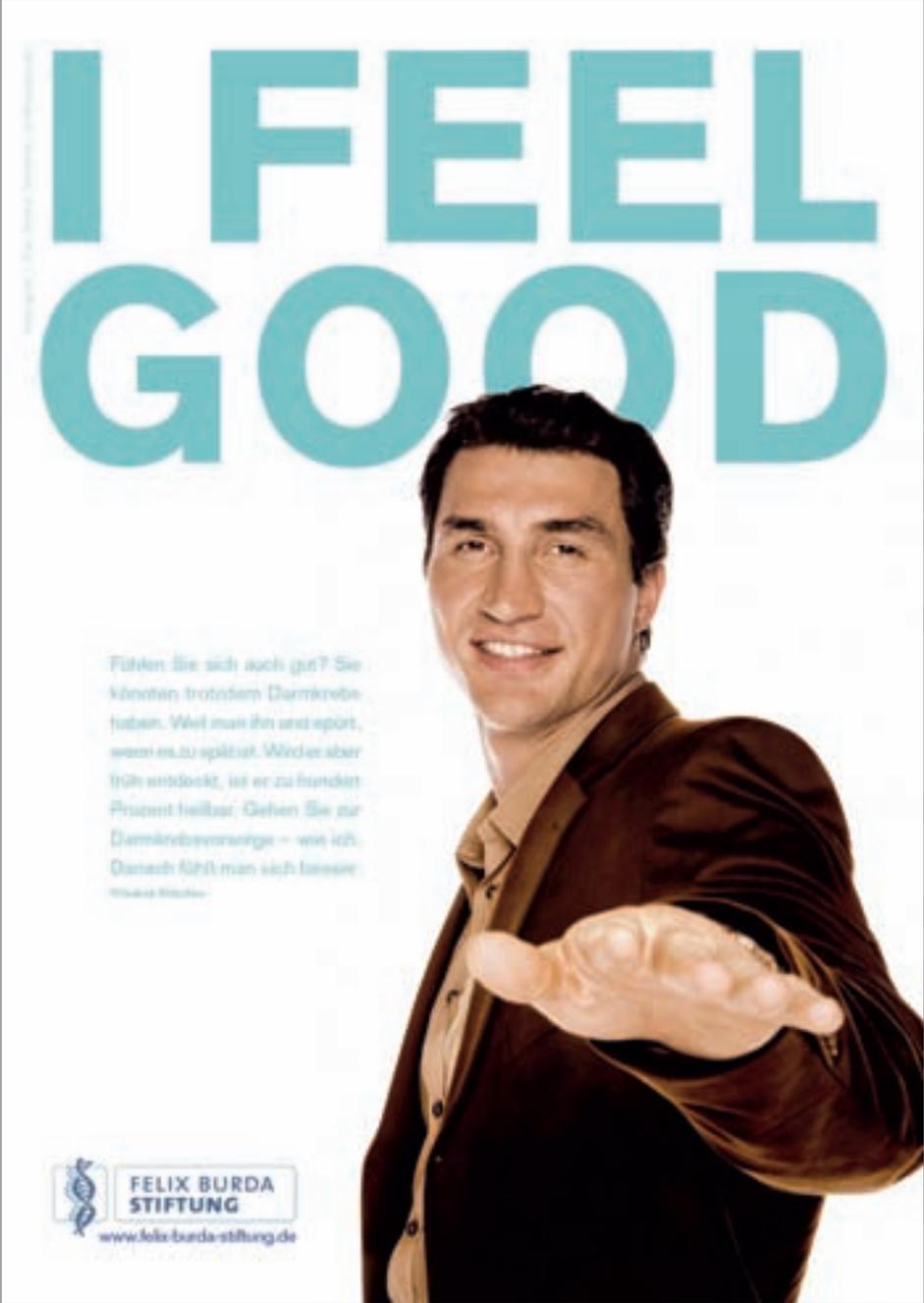
Felix Burda Stiftung startet neue Medien-Kampagne

Die Felix Burda Stiftung geht mit einer neuen Werbekampagne in den diesjährigen „Darmkrebsmonat März“. Unter dem Motto „I FEEL GOOD“ motivieren prominente Persönlichkeiten zur Darmkrebsfrüherkennung.

Zahlreiche Prominente unterstützen das Anliegen der Felix Burda Stiftung, die Bevölkerung zur Darmkrebsvorsorge zu motivieren. Getreu dem Leitsatz der Kampagne – „I feel good“ – geben sich Wladimir Klitschko, Verona Pooth und Barbara Schöneberger in dem neuen TV-Spot sichtlich gut gelaunt. Entspannt tanzen sie zu dem Soukklaskiker von James Brown. Doch das gute Gefühl kann trügen, denn Darmkrebs spürt man erst, wenn es zu spät ist. Nur die Darmkrebsvorsorge gibt Sicherheit und ein wirklich gutes Gefühl. Diese Botschaft vermitteln die prominenten Darsteller sehr eindrücklich und machen gleichzeitig Hoffnung, denn früh erkannt ist Darmkrebs zu nahezu 100 Prozent heilbar.

„Kampagnen, die Krebsangst schüren, sind kontraproduktiv, weil niemand Angst machende Botschaften hören will. Unsere Kampagne setzt hingegen auf das positive Lebensgefühl: Man kann aktiv etwas für den Erhalt seiner Gesundheit tun, indem man zur Vorsorge geht“, kommentiert Dr. Christa Maar, Vorstand der Felix Burda Stiftung, das Konzept der neuen Medienoffensive. Bei allen positiven Gefühlen muss natürlich dennoch die ernste Botschaft verdeutlicht werden, „denn viele Leute denken: Ich fühle mich gut, ich muss gar nicht zum Arzt gehen, ich bin doch gesund“. Doch dem guten Gefühl zu trauen, kann tückisch sein, denn Darmkrebs zeigt im Frühstadium keine Symptome.

Zusätzlich wurden acht Anzeigenmotive produziert. Neben den drei Prominenten aus dem Fernseh-Spot wirken in der Printkampagne Maria Furtwängler, Johannes B. Kerner, Sandra Maischberger, Christine Neubauer und Nina Ruge mit. Die Anzeigen zeigen Portraits gut gelaunter Prominenter ab der Taille vor weißem Hintergrund. Die Motive werden von Ende Februar bis Ende April 2008 in sämtlichen Zeitschriften von Hubert Burda Media und der Verlagsgruppe Milchstraße sowie in zahlreichen Medien anderer Verlagshäuser pro bono geschaltet.



I FEEL GOOD

Fühlen Sie sich auch gut? Sie könnten trotzdem Darmkrebs haben. Weil man ihn unentdeckt, wenn es zu spät ist. Wird er aber früh entdeckt, ist er zu hundert Prozent heilbar. Gehen Sie zur Darmkrebsvorsorge – wie ich. Danach fühlt man sich besser. Ulrich Miesler

FELIX BURDA STIFTUNG
www.felix-burda-stiftung.de

Daneben setzt die Stiftung auf Ambient Media sowie virales Marketing und will zusätzlich durch zielgruppenspezifische Onlinebanner die Aufmerksamkeit der Internetnutzer auf das Thema Darmkrebsvorsorge lenken.

Ingo Buchholzer, Felix Burda Stiftung, Referent Marketing & Communications, Rosenkavalierplatz 10, 81925 München, E-Mail: buchholzer@burda.com