

Presseinformation

Kampagne zur UN-Naturschutzkonferenz gewinnt Deutschen PR Preis

Berlin, 6. Oktober 2009. Pleon hat gemeinsam mit der Werbeagentur KNSK den Deutschen PR-Preis in der Kategorie Umwelt/Natur gewonnen. Die beiden Agenturen erhielten die höchste Auszeichnung der Branche am vergangenen Freitag in Wiesbaden für die Kampagne zur biologischen Vielfalt. Sie machte mit Plakaten, einem Internetauftritt, einer Bustour sowie prominenter Unterstützung darauf aufmerksam, wie abhängig wir Menschen vom Artenreichtum der Erde sind.

Die Aktionen im Auftrag des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit bereiteten die 9. UN-Naturschutzkonferenz vor, die im Mai 2008 in Deutschland stattfand. Kern der Kampagne für biologische Vielfalt war die Naturallianz, ein Zusammenschluss von Vertreterinnen und Vertretern aus Politik, Nichtregierungsorganisationen, Wirtschaft, Medien, Wissenschaft und Kultur. „Die Mitglieder der Naturallianz haben sich in einem Maße engagiert, das unsere kühnsten Hoffnungen übertroffen hat“, freut sich Frank Behrendt, CEO von Pleon Deutschland. „Welche andere Kampagne kann schon darauf verweisen, in einer Samstagabendshow der ARD Millionen von Zuschauern erreicht zu haben.“ „Die Hühner“ hatten bei Florian Silbereisens „Winterfest der Volksmusik“ ihren Titel „I'm a part of it“ präsentiert, die Hymne der Naturallianz. Neben der Kult-Band aus Köln gehörten zur Naturallianz unter anderen der Geschäftsführer des WWF Deutschland Eberhard Brandes, der Musiker Samy Deluxe, der Polarforscher Arvid Fuchs und der Vorstandsvorsitzende der Lufthansa Wolfgang Mayrhuber. Die Fluggesellschaft brachte das Logo der Kampagne auf einer Boeing 747 auf und zeigte ihren Passagieren einen Film zur biologischen Vielfalt.

Die Kampagne für biologische Vielfalt, die Pleon Berlin gemeinsam mit der Hamburger KNSK Werbeagentur umgesetzt hat, stand unter dem Motto „Jede Art hängt von der anderen ab. Zerstören wir eine, gefährden wir viele.“ Diesen Zusammenhang verbildlichte ein Elefant, der sich aus Hunderten Vögeln zusammensetzte. „Die Plakate und Informationsmaterialien mit diesem eindrucksvollen Motiv haben in Deutschland viel Aufmerksamkeit erregt“, sagt Cornelius Winter, Geschäftsführender Partner von Pleon Berlin. „Sie haben die Bürgerinnen und Bürger auf den Besuch unseres Kampagnenbusses bestens vorbereitet.“ Mitarbeiter von Pleon tourten im Auftrag des Bundesumweltministeriums in einem umweltfreundlichen Infobus durch die Bundesländer, der mit zahlreichen interaktiven Wissensstationen ausgestattet war. Vor allem Schulklassen, aber auch Passanten nutzten die Gelegenheit, ihre Kenntnisse über die biologische Vielfalt zu testen.

Über Pleon

Pleon ist Europas führende Agentur für Kommunikationsberatung. Das Unternehmen kombiniert globale Reichweite mit lokaler Erfahrung. Berater bei Pleon verbinden Geschäfts- und Politikverständnis mit kreativem Denken und setzen so Kommunikationsstrategien mit messbaren Ergebnissen für ihre Kunden um. In Deutschland betreuen mehr als 400 Berater an den Standorten Berlin, Bonn, Dresden, Düsseldorf, Frankfurt/Main, Hamburg, München und Stuttgart über 200 Klienten aus der freien Wirtschaft, Institutionen und Nonprofit-Organisationen. Der Holmes Report zeichnete Pleon kürzlich als „European Consultancy of the Year“ aus. Weitere Informationen finden Sie unter: www.pleon.de

Ansprechpartner:

Cornelius Winter

Managing Partner

T +49 30 726 139 - 806

F +49 30 726 139 - 890

M +49 178 322 00 29

cornelius.winter@pleon.com