

## PRESSEINFORMATION

### **Gemeinsam gegen Blutkrebs: VOX – DKMS – WEFRA „Club der roten Bänder“ sucht Stammzellspender**

*Neu-Isenburg, 02.11.2016 – Zum Start der zweiten Staffel der Erfolgsserie „Club der roten Bänder“ entwickelte die WEFRA Werbeagentur Frankfurt® für die DKMS die Idee für eine emotionale TV-Kampagne. Diese ruft die Serienfans dazu auf, sich als Stammzellspender zur Behandlung von Blutkrebs zu registrieren. Damit gelingt WEFRA ein effektvoller Brückenschlag zwischen fiktiver Serie und Realität.*

Am 07. November geht die Dramey-Serie rund um den Alltag erkrankter Jugendlicher in einem Krankenhaus in die zweite Staffel. In der dritten Folge wird Finn vorgestellt, der an Blutkrebs erkrankt ist und auf eine passende Stammzellspende wartet. „Bei einem derartig sensiblen Thema bietet die Handlung der Serie einen hervorragenden Ansatzpunkt für eine aufmerksamkeitsstarke Awareness-Kampagne samt Call-to-action“, sagt Patrick Ackmann, Geschäftsleitung Kreation, WEFRA Classic. Denn schon die erste Staffel hatte dem Sender Einschaltquoten von 2,35 bis 2,78 Millionen Zuschauern pro Ausstrahlung beschert.

#### **Jede Registrierung kann Leben retten**

Die von WEFRA entwickelte Idee, mit einer Aufklärungsaktion an die Serie anzuknüpfen, überzeugte auch das Team für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der DKMS. Die internationale gemeinnützige Organisation hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Aufmerksamkeit für Blutkrebserkrankungen zu erhöhen und jedem Patienten eine Therapie zu ermöglichen.

#### **TV-Clips holen Zuschauer in die Realität zurück**

In Zusammenarbeit mit VOX und der Mediengruppe RTL entstanden jetzt mehrere TV-Clips, die die Zuschauer aus der Fiktion in die Realität zurückholen. Bezugnehmend auf die Serienfigur Finn erzählt die – dank eines geeigneten Spenders – heute gesunde 13-jährige Rinah ihre eigene Krankheitsgeschichte und motiviert zur Registrierung. Die TV-Spots werden in der Werbepause einer jeden Folge ausgestrahlt. Zusätzliche Informationen zu Rinah und der DKMS bietet eine Dokumentation von VOX zur Serie. Gleichzeitig wird die

Kampagne crossmedial über Facebook (gemeinsam über 1 Mio. Follower), Instagram und die Homepage des Fernsehsenders begleitet.

### **Gelungene Zusammenarbeit**

Beim Pre-Launch der Staffel am 5. Oktober in Köln kündigte VOX-Senderchef Bernd Reichart die gemeinsame Aktion an und bedankte sich bei der DKMS und Rinah für ihren Einsatz. Auch Ackmann zeigt sich erfreut über die Kooperation: „Durch die Vernetzung von Fiktion und Realität lassen sich Millionen Fernsehzuschauer erreichen, die als potenzielle Spender infrage kommen. Denn für die Betroffenen kann jede Spende lebensrettend sein.“

### **Über die WEFRA Werbeagentur Frankfurt®**

Ganzheitliche strategische Healthcare-Kommunikation aus einer Hand – das ist die Philosophie der WEFRA Werbeagentur Frankfurt®. Neun spezialisierte Agenturen, unter einem Dach vereint, sind der Garant für eine nachhaltige Umsetzung. 120 Kommunikationsspezialisten in den Tochtergesellschaften WEFRA Media, WEFRA Mediaplus, WEFRA Mediaplus 2, HEAL [Germany], WEFRA Classic, WEFRA PR, WEFRA Digital, WEFRA Publishing und WEFRA Consult stehen für eine „Kommunikation, die Werte schafft“.

### **Bildmaterial**



Gemeinsam wollen die DKMS und VOX für mehr Spenderbewusstsein sorgen.



Höchste Konzentration beim Dreh des TV-Spots für die DKMS.



Am Set von „Club der roten Bänder“ (v.l.n.r.): Ivo Kortlang, Tim Oliver Schultz, Rinah, Damian Hardung, Luise Befort, Nick Julius Schuck und Timur Bartels.

Bilder © Stefan Gregorowius für DKMS

**Pressekontakt:**

Silke Schrader

Geschäftsleitung

WEFRA PR Gesellschaft für Public Relations mbH

Tel. +49 (0)69 / 695008-18

Fax +49 (0)69 / 695008-71

[www.wefra.de](http://www.wefra.de)

[ssr@wefra.de](mailto:ssr@wefra.de)

Mitteldicker Weg 1 - WEFRA Haus

63263 Neu-Isenburg - OT Zeppelinheim