



Frank Bodin  
CEO, Havas Worldwide,  
Zürich

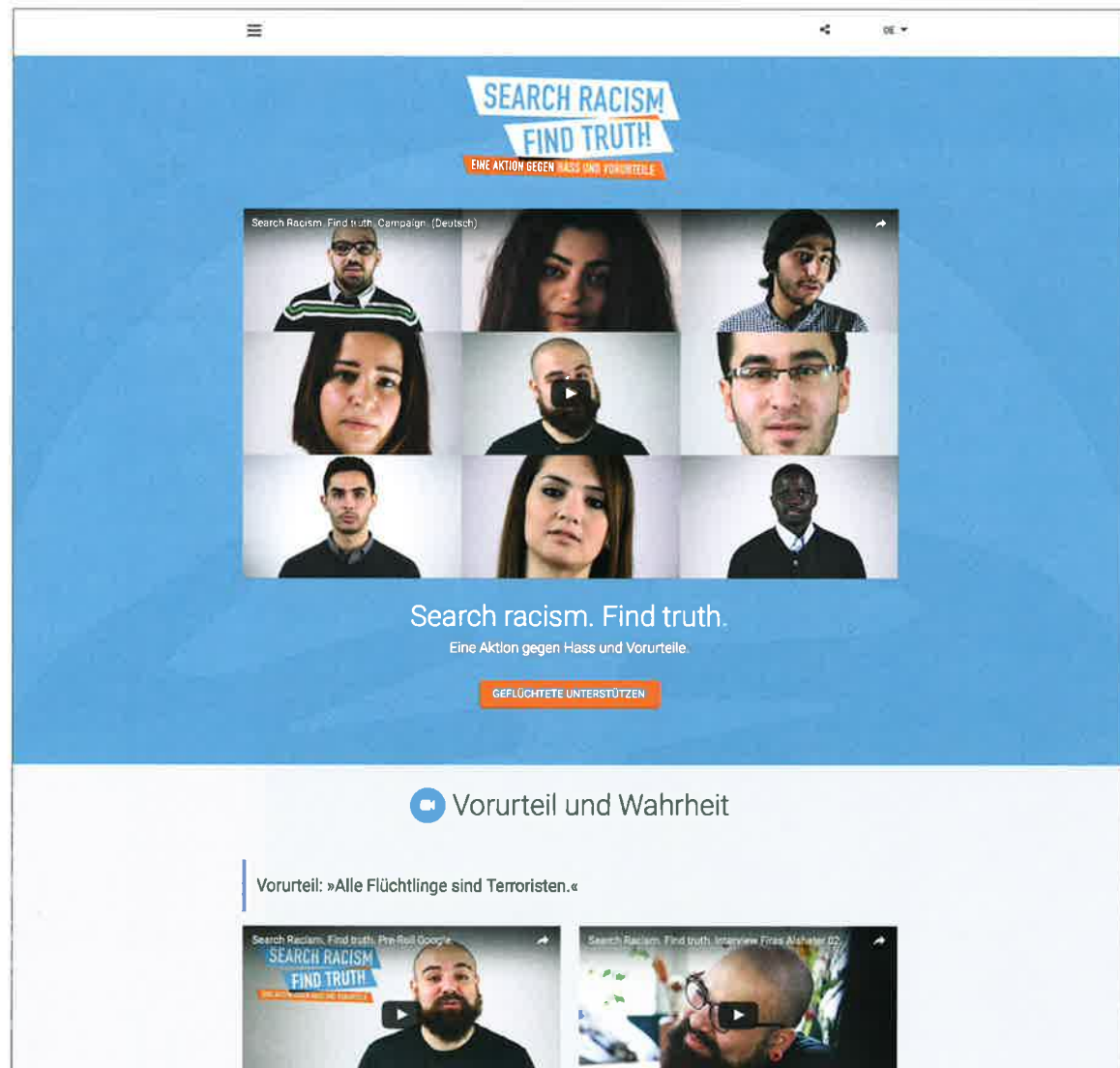
Wer seit Dienstagmorgen, dem 22. April 2016 auf YouTube nach fremdenfeindlichen Videos sucht (3), bekommt vorher Clips zu sehen, in denen Geflüchtete die Vorurteile, die ihnen entgegengebracht werden, auf ihre ganz eigene Art und Weise entkräften: Mit Fakten, persönlichen Geschichten, überraschenden Enthüllungen oder sogar mit Humor.

Dank einer komplexen Kombination aus Channel- und Keyword-Targeting sowie Buchungen von „Unskipable Ads“ vor selektierten Hetzvideos, erreicht die Kampagne eine höchste Aufmerksamkeit. So sind fremdenfeindlich Denkende gezwungen, sich mit

den Argumenten der Geflüchteten auseinanderzusetzen.

Doch nicht nur diejenigen, die auf YouTube nach fremdenfeindlichen Inhalten suchen, sind von der Aktion „betroffen“. Auch wer auf Google nach entsprechenden Begriffen sucht, wird mit einladenden AdWords-Anzeigen (1) auf die entwaffnenden Clips gelockt. Die Spots selber führen zu einer Kampagnenseite (2), auf der man die Geflüchteten und ihre Geschichten näher kennenlernen kann.

Insgesamt hat die Organisation Spots mit neun Geflüchteten produziert. Jeder Spot widmet sich einem ganz bestimmten Vorurteil oder Thema.



„Search Racism. Find Truth“ für die Organisation Refugees Welcome von FCB Zürich ist eine dieser Kampagnen, die ich gern selbst gemacht hätte.

Die Idee in einem Satz (was deren Qualität zeigt): Zwingt fremdenfeindliche Menschen beim Aufsuchen rechtsradikaler YouTube-Filme, zuerst einen nicht-skipbaren Spot mit Statements von Flüchtlingen anzuschauen.

Das ist nur eine von so manch gescheiterten Kampagnen, die der mit Tattoos und Awards schwer dekorierte Dennis Lück verantwortet. Danke Dennis.“

Frank Bodin  
CEO Havas Worldwide, Zürich

Ziel:  
Generierung von Aufmerksamkeit, Einsicht und einer neuen Einstellung

Zielgruppe:  
Rassisten, Rechtsradikale, Faschisten

Kampagneneinsatz:  
Deutschland, Österreich, Schweiz

Eingesetzte Medien:  
Video, Unskipable Ads, Web, Social Media

Auftraggeber:  
Flüchtlinge Willkommen, Berlin

Verantwortlich:  
Mareike Geiling, Jonas Kakoschke

Agentur:  
FCB, Zürich  
CCO: Dennis Lück  
CD: Andy Lusti  
CD Digital: Hanja Baruschke  
CSD: Mark Becher  
Beratung: Mirjam Milenkovic, Sharon Nehrenheim, Michael Hürlimann  
Art: Olivia Schläpfer, Fabian Sigg, Elgee Wee, Lia Bellini  
Text: Sarah Ming  
Content Development: Emanuel Büchler, Marco Frei  
Frontend Development: Aleksandar Sofranec

