

Medienmitteilung

Geile Zukunft – myclimate stellt neue Kampagne vor

Zürich, den 21.11.2016 – „Die Zukunft kommt sowieso. Wie sie aussehen wird, liegt an uns.“ Diese Tagline zeichnet die neue Kampagne der Klimaschutzstiftung myclimate aus. Die Motive kommen in 60er-Jahre Anmutung und im Comicstrip-Format daher. Ihr grelles Äussere und auf den ersten Blick verwirrenden Botschaften wie weihnachtliches Badewetter mit Bademode-Sale in der Schweiz zeichnen sie aus. Für die Konzeption und der neuen Kampagne hat myclimate zum ersten Mal mit der Berner Agentur Maxomedia zusammengearbeitet.

Zukunft ist das Leitthema der neuen myclimate Kommunikation. Neben der Tagline dominiert der Störer „Geile Zukunft“ die Motive. Dieser suggeriert auf den ersten Blick, dass es sich bei den verschiedenen Geschichten um scheinbar positive Entwicklungen handelt. Beworben werden Umweltthemen wie weihnachtliches Badewetter in der Schweiz ebenso wie Konsumgeschichten mit Bananen aus Finnland oder technische Innovationen („Tiergalerie auf neuen Smartphones“). Bei genauer Betrachtung fallen aber die vielen Fragezeichen auf, die den Gedanken verstärken, ob es sich hierbei tatsächlich um eine „geile Zukunftsvision“ handelt. Optisch erinnern die Motive mit der Comic-Anmutung und der Farbwahl an das Lebensgefühl der 60er Jahre, als eine positive Zukunftsvision in der Gesellschaft vorherrschte.

„Wir setzen uns mit unseren Angeboten für eine lebenswerte Zukunft ein. Daher wollen wir mit der Kampagne die Menschen auf die Themen Klimaschutz und Klimawandel hinweisen, ihre Aufmerksamkeit wecken und einen Denkprozess auslösen,“ beschreibt René Estermann, Geschäftsführer von myclimate, das Ziel der Kampagne. „Bei weiterer Auseinandersetzung mit dem Thema wird schnell klar, dass diese Zukunftsvisionen keine Erstrebenswerten sind“, führt Estermann weiter aus.

„Warnfinger-Kampagnen provozieren oft nur. Gehen wir das Thema humorvoll an. Klimaschutz sollte keine Last sein, sondern lustvoll im Alltag praktiziert werden. So wird die Zukunft geil und wir dürfen weiterhin Freude an unserer Welt haben.“, sagt Reto Schild, Creative Director bei Maxomedia.

Die Motive sind sowohl für den Einsatz im Digitalen als auch im klassischen Print konzipiert. Zum Start plant myclimate selektive eBoards und Online-Platzierungen sowie Kommunikation über reichweitenstarke Printformate. Die Kampagne bildet den Startschuss für weitere kommunikative Massnahmen. „Es gibt unzählige Beispiele, wie heute schon mit nachhaltigen Lösungen an einer „geilen Zukunft“ gearbeitet wird, diese werden wir peu a peu vorstellen“, erklärt René Estermann.

Für die Kampagne „Geile Zukunft“ sind verantwortlich bei Maxomedia: Simon Muster (Gesamtverantwortung), Andrey Klemenkov (Konzept/Idee/Text/Art Director), Reto Schild (Creative Director), Yves Krähenbühl (Design/Text), Anouk Karrer, Antonia Bekiaris (Text/Konzept) – bei myclimate René Estermann (Geschäftsführer), Kai Landwehr (Leiter Marketing), Kathrin Dellantonio (Bereichsleiterin Sales, Marketing, Kommunikation), Stephan Hayoz (Projektleiter Visuelle Kommunikation)

Für Medienanfragen kontaktieren Sie bitte

Kai Landwehr, Mediensprecher myclimate, Tel. +41 44 500 3761, kai.landwehr@myclimate.org
Stefan Kern, Communication Manager Maxomedia AG, Tel. +41 31 370 01 42,
stefan.kern@maxomedia.ch

Über myclimate:

myclimate ist Partner für wirksamen Klimaschutz – global und lokal. Gemeinsam mit Unternehmen, Institutionen sowie Privatpersonen will myclimate durch Beratungs- und Bildungsangebote sowie eigene Projekte die Zukunft der Welt gestalten. Dies verfolgt myclimate als gemeinnützige Stiftung mit Sitz in Zürich marktorientiert und kundenfokussiert.