

Kunde



Initiative „Bewahrt Fehmarn!“, Fehmarn

Verantwortlich: Rainer Ackermann, Volker Binding,
Dr. Angelika Wenner-Binding, Karin Neumann, Oliver Specht

Agentur



achtung! GmbH / Thjnk

Verantwortlich: Mirko Kaminski (achtung! GmbH,
Geschäftsführung), Daniel Rehn (achtung! GmbH, Account
Manager), Marius Murtz (achtung! GmbH, Screendesigner),
Anneli Tomfort (achtung! GmbH, Senior Art Director),
Abir Fouani (achtung! GmbH, Art Director),
Armin Jochum (Thjnk AG, Kreativvorstand)

Bewahrt Fehmarn!

Bewahrt Fehmarn!

Marktsituation

Fehmarn ist eine kleine, idyllische Insel in der Ostsee. Nur 12.000 Menschen leben hier. Die Fehmaraner leben überwiegend vom Tourismus – und sie sind bekannt für ihre hemdsärmelige, manchmal etwas schrullige Mentalität.

Ausgerechnet hier wollen Investoren vom Festland ein Industrieareal in der Größe von 33 Fußballfeldern errichten. Hier soll unter anderem Industrieabfall deponiert und entsorgt werden.

Der Bau- und Umweltausschuss der Stadt Fehmarn stimmt einer Bebauungsplanung zunächst zu; man hofft auf Arbeitsplätze und Gewerbesteuer. Doch das Areal wäre verheerend für die Naturlandschaft – und für den Tourismus, das wichtigste Standbein der Insel. Empörung macht sich breit, viele Fehmaraner packt Existenzangst. Doch wie ist der Bedrohung beizukommen?

Die drohende Katastrophe kann nur noch abgewendet werden, wenn es gelingt, einen verbindlichen Bürgerentscheid herbeizuführen. Doch die finanziellen Mittel einer gegründeten Initiative belaufen sich auf gerade mal 20.000 € Spendenaufkommen.

Eine Herkulesaufgabe – zumal man gegen mächtige und finanzstarke Investoren antritt.

Zielsetzung im Überblick:

1. Aufmerksamkeit erzeugen: die Bewohner über die Initiative und ihre Ziele informieren – und zwar so, dass sich die Menschen gerne anschließen.
Ziel: mindestens 12.000 Media Impressions – so viel wie Fehmarn Einwohner hat.
2. Bürgeranhörung: Möglichst viele Fehmaraner mobilisieren, sich auf einer Bürgeranhörung über das Problem und die Initiative zu informieren.
Ziel: mindestens 50 teilnehmende Bürger, drei Vertreter der Print-Presse sowie ein Radiosender.
3. Online-Petition: 4.000 Unterschriften sammeln, das entspricht 1/3 der Bewohner Fehmarns, um den öffentlichen Druck zu erhöhen.
4. Bürgerbegehren: binnen zwei Wochen 1.000 Unterschriften wahlberechtigter Fehmaraner sammeln, um den Bürgerentscheid herbeizuführen.
5. Bürgerentscheid: eine Mehrheit der Stimmen gegen das Industrieareal erzielen, um das Bauvorhaben verbindlich zu stoppen.

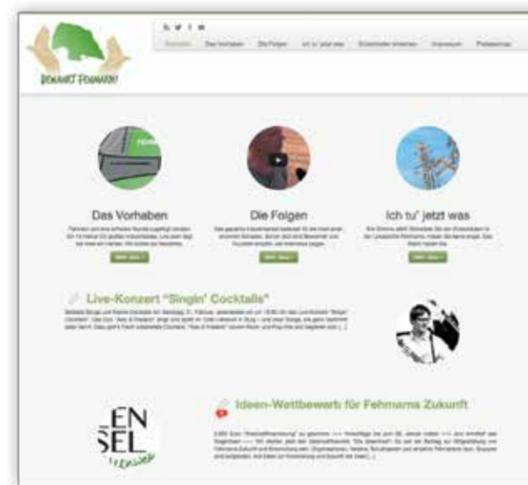
Strategie

Die Hauptzielgruppe sind Fehmarns Einwohner – eine zweite Zielgruppe sind Fehmarn-Urlauber im ganzen Land, die „über Bande“ auf die Meinungsbildung der Fehmaraner einwirken können.

Der verbindende Insight: Bürgerinitiativen, die auf Wut und Empörung bauen, schrecken viele Menschen ab. Eine sympathische, sich engagierende Marke dagegen kann Mehrheiten mobilisieren. So macht sich die Initiative zur Marke mit einem höherem Zweck: Statt GEGEN etwas zu sein, positioniert sie sich FÜR die Gestaltung der Inselzukunft: „Bewahrt Fehmarn!“

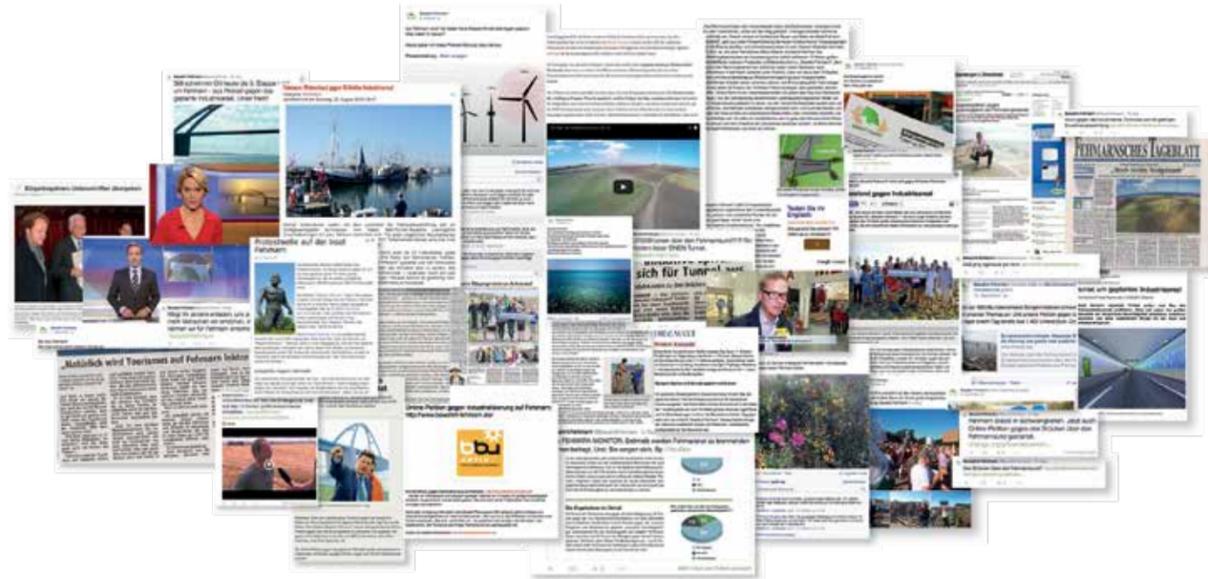
Und: Statt eine gewöhnliche Kampagne zu starten, ruft man eine Plattform ins Leben, die jeden dazu motiviert, selbst originelle, unterhaltsame Aktionen zu entwickeln und zu teilen. „Bewahrt Fehmarn!“ agiert wie ein Medienhaus: zieht an, informiert und unterhält.

Überall auf Fehmarn werden die Menschen kreativ: Ein Schwimmer schwimmt um die Insel, ein Läufer läuft einen Ultramarathon, ein Nachbarsjunge komponiert einen Youtube-Hit, zwei Steeldrummer simulieren den Industrielärm ... und alles wird in Videos dokumentiert und im Blog und in den sozialen Netzen verbreitet.



200 ARTIKEL IN 2 MONATEN

LOKAL • REGIONAL • NATIONAL



10 MILLIONEN REICHWEITE

64% GEGENSTIMMEN REFERENDUM

Ergebnisse

Die Strategie „Originalität statt Wutbürgertum“ geht voll auf: Innerhalb weniger Tage schließen sich Hunderte der Initiative an. Deutschlandweit berichten Medien. Tausende klicken die Videos an. Die Facebook-Page wird mit 5.400 Fans der Top-Medienkanal der Insel – keine Zeitung und keine Organisation hat diese Reichweite. Und www.bewahrt-fehmarn.de zählt bis zu 10.000 Besucher im Monat – bei 12.000 Inselbewohnern.

Ergebnisse im Überblick:

1. Aufmerksamkeit: bundesweit über 300 Medienberichte. Tausende YouTube-Klicks. Die Facebook-Page wird reichweitenstärkster Medienkanal Fehmarns. Gesamtreichweite: 10 Millionen. Das Ziel ist um das 830-fache übererfüllt.
2. Bürgeranhörung: Rund 800 Fehmaraner nehmen teil (Ziel: 50). Dazu vier TV-Sender, vier Radiosender und fünf Zeitungen mehr als angepeilt.
3. Online-Petition: Rund 32.000 aus ganz Deutschland unterzeichnen – fast 10-fache Übererfüllung des Ziels.
4. Bürgerbegehren: Nach gerade mal drei Tagen liegen 1.700 gültige Unterschriften vor – 1.000 waren erforderlich. Übererfüllung: 70 %.
5. Verbindlicher Bürgerentscheid: Mit 64,5 % der Stimmen erreicht die Bewegung eine klare Mehrheit. Das Industrieareal ist vom Tisch.

Der GWA Effie Tweet

Wenn ein paar Insulaner mit Schlitzohrigkeit, Kreativität und nur wenigen t€ mächtige Investoren bezwingen, dann ist das ein #gwaeffie