



Wir besiegen Blutkrebs.

Pressemitteilung

„Fühlen lassen“

DKMS startet mit neuer überraschender Registrierungskampagne

Tübingen, 06.07.2015 – „*Fühlen lassen*“ – die neue crossmediale Kampagne der DKMS sorgt ab sofort bundesweit für Aufmerksamkeit, in dem sie Nicht-Betroffene nachempfinden lässt, welche Gefühlsachterbahn Blutkrebspatienten durchleben. Die Botschaft: Blutkrebs kann jeden treffen, plötzlich und unvermittelt. Ziel ist die Steigerung der Neuaufnahmen potenzieller Stammzellspender in die Datei, um so noch mehr Lebenschancen für Patienten weltweit ermöglichen zu können.

Schock, Angst, Verzweiflung, Wut, Trauer, Hoffnung – Emotionen, die Blutkrebspatienten nach der Diagnose durchleben. Diese sollen mit der neuen Kampagne für Jedermann nachvollziehbar und erlebbar gemacht und dadurch die Abstraktheit und Distanz zu der lebensbedrohlichen Krankheit minimiert werden. Dafür werden Personen in nachvollziehbaren Situationen portraitiert und dann in einen gänzlich unerwarteten Kontext gesetzt: die Suche des Patienten nach einem lebensrettenden Stammzellspender.

„Mit der Kampagne *Fühlen lassen*, die den Betrachter im besten Fall bewegt und nicht mehr loslässt, schaffen wir Awareness und die nötige Emotionalität, sich mit unserem Thema auseinanderzusetzen und sich als Stammzellspender zu registrieren. Die Herausforderung lag darin, eine Kampagne zu entwickeln, die das Potential zur langfristigen Plattform hat und trotzdem für alle Kanäle und kurzfristige Sonderaktionen zielgruppenspezifisch angepasst und weiterentwickelt werden kann“, sagt **Sabine Freude**, Head of Marketing.



Kennst Du das, einfach nicht den Richtigen zu finden? Download [hier](#).



Kennst Du das, sehnlichst auf jemanden zu warten? Download [hier](#).



Kennst Du das, wenn aufgeben keine Alternative ist? Download [hier](#).

Der bereits durch die letzte Kampagne etablierte Aufruf zur Registrierung „Mund auf. Stäbchen rein. Spender sein.“ bleibt auch in dieser Kampagne erhalten. Zielt er doch darauf ab zu verdeutlichen, wie einfach eine Registrierung als potenzieller Stammzellspender ist.

Die Kampagne ist crossmedial angelegt: So gibt es neben Plakatmotiven, die bundesweit auf City-Light Boards und Mega-Light Boards zu sehen sind, Online- und Social Media Aktivitäten auch einen aufrüttelnden TV-Spot. Dieser läuft ab sofort auf Pro7, RTL und diversen weiteren Sendern.



Der Spot der DKMS läuft ab sofort auf vielen Kanälen. Ansicht [hier](#).

Kreiert wurde die gesamte Kampagne von der Werbeagentur GREY, Düsseldorf. Der TV-Spot wurde von e+p films aus München unter der Regie von Laurentius Emmelmann unentgeltlich realisiert – ein großartiges Engagement im Kampf gegen Blutkrebs von ihm und vielen weiteren Menschen, die mehrere Tage für die DKMS und somit für Patienten weltweit gearbeitet haben.

Über die DKMS Familie

Die DKMS Deutsche Knochenmarkspenderdatei gemeinnützige Gesellschaft mbH sucht und vermittelt Stammzellspender für Menschen mit Blutkrebs und anderen Erkrankungen des blutbildenden Systems. Mit weltweit über 5,4 Millionen Registrierten (davon mehr als 4 Millionen in Deutschland) und 50.000 ermöglichten Stammzelltransplantationen ist sie die weltweit größte Stammzellspenderdatei. Den Anstoß zur Gründung gab 1991 das Schicksal der an Leukämie erkrankten Mechtild Harf, die eine Stammzelltransplantation benötigte.

Mit dem Ziel, gemeinschaftlich noch mehr Leben zu retten, engagiert sich die DKMS seit 2013 verstärkt in der Forschung und weitet ihre Arbeit auch auf andere Länder aus. Bisher ist sie in den USA (Delete Blood Cancer DKMS), Polen (DKMS Polska), Spanien (Fundación DKMS España) und in Großbritannien (Delete Blood Cancer UK) vertreten.

Weitere ausführliche Informationen finden Sie unter www.dkms.de