

Berlin, 30. Juli 2024

Mit Kreativität die Demokratie zum Leuchten bringen: Jahrgang der Hamburg School of Ideas und Wall gestalten Werbekampagne für Vielfalt, Gleichberechtigung und Freiheit

Der Außenwerber Wall zeigt die selbst entworfenen Motive zum Thema Demokratie von drei Schüler:innen-Teams der Hamburg School of Ideas auf seinen digitalen Stadtinformationsanlagen in rund 20 deutschen Städten. Im Auftrag von Wall entwarfen die Schüler:innen digitale Plakatmotive. Eine 18-köpfige Jury wählte die drei Gewinner-Motive aus, die ab Ende Juli bundesweit ausgestrahlt werden.

Weltweit ist die Demokratie vermehrt von demokratiefeindlichen Tendenzen bedroht. Umso wichtiger ist es deshalb, das allgemeine Bewusstsein für die Bedeutung demokratischer Grundwerte zu stärken. Eine Aufgabe, der sich auch immer mehr Wirtschaftsunternehmen engagiert verschreiben.

Unterstützt durch das Unternehmen Wall, werden ab Ende Juli Schüler:innen der Hamburg School of Ideas selbst zu Botschaftern für Demokratie und Freiheit. Aus denen vom Nachwuchs entworfenen Ideen wurden von einer Jury drei Motive ausgewählt, die deutschlandweit die Öffentlichkeit für den Stellenwert der Demokratie sensibilisieren. Auf der eigenen Landingpage www.deine-demokratie.info können die Menschen mehr über die Initiative erfahren.

Die von den Initiatoren Wall und Hamburg School of Ideas ernannte Jury bestand u.a. aus Tatjana Kiel (CEO KLITSCHKO Venture), Katrin Ansorge (Redakteurin bei HORIZONT), Ralf Heuel (Grabarz & Partner), Florentin Hock (KNSK), Marjorieth Sanmartin (PuK), Jicky von Bechtolsheim (Wall), Stefan Zschaler (TankTank und Vorstand der Hamburg School of Ideas) sowie 11 weiteren hochkarätigen Kreativen und Manager:innen aus den Förderagenturen der Hamburg School of Ideas.

Frauke Bank, Leiterin Corporate Communications and Affairs bei Wall, betont die Notwendigkeit der Aktion: *„Wir wollten mit diesen ausgewählten Kampagnen einerseits der jungen Generation und ihrer Kreativität eine Stimme geben, gleichzeitig einmal mehr dem Wert von Demokratie und Vielfalt im öffentlichen Raum Präsenz verschaffen. Als Unternehmen, dessen Medien in ganz Deutschland eine hohe Reichweite haben, sehen wir es als unsere Verantwortung an, über diese immer wieder ein sichtbares Zeichen für die demokratischen Werte unserer Gesellschaft zu setzen. Ich danke unserem Kooperationspartner, der Hamburg School of Ideas und ihren Schüler:innen für ihre Unterstützung dieser Initiative, die beeindruckende Kreativität in der Umsetzung des vorgegebenen Themas und natürlich für die gefertigten, eindrucksvollen Kampagnenmotive.“*

Stefan Zschaler, Vorstand der Hamburg School of Ideas und Gründer von TankTank, freut sich über diese einmalige Chance für den kreativen Nachwuchs: „*Unsere Schüler:innen sind bekanntlich Quereinsteiger:innen, die in einem Jahr unserer dualen Ausbildung an das Berufsfeld Text und Konzeption herangeführt werden. Das Briefing bot unseren Talenten eine doppelte Attraktivität. Zum einen können sie helfen, unsere Demokratie zu stärken. Zum anderen können sie ihr Portfolio mit einem Motiv bestücken, das in der Republik gesehen wird. In Zeiten, in denen wir um jedes einzelne Talent hart kämpfen müssen, sind solche Initiativen sehr wertvoll für unsere Branche. Großen Dank an Wall, die das Engagement der Schule so tatkräftig unterstützen.*“

Die Hamburg School of Ideas legt bekanntlich ab 1. Oktober 2025 ein Pausenjahr ein und erfindet sich neu. 20 Agenturen haben sich inzwischen bereit erklärt, an dieser Neuerfindungsphase, sowohl finanziell als auch konzeptionell teilzuhaben.

Key-Facts zur Wall GmbH:

- Ein Unternehmen der JCDecaux-Gruppe, der Nummer 1 der Außenwerbung weltweit
- Stadtmöblierer und Vermarkter von Premium-Außenwerbung mit analogen und digitalen Werbeflächen sowie Transportmedien in mehr als 20 deutschen Großstädten, darunter alle Millionenstädte (Berlin, Hamburg, München und Köln)
- Deutschlandweite Vermarktungskompetenz durch Vertriebsmarke WallDecaux Premium Out of Home mit fünf regionalen Verkaufsbüros in Deutschland
- Klimaoptimierte Vermarktung aller analogen und digitalen Werbeflächen als Bestandteil der umfassenden Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens
- Höchste Qualitätsstandards bei Reinigung und Wartung der Werbeträger und Stadtmöbelprodukte durch umfassendes Servicekonzept und festangestellte Mitarbeiter
- Mitarbeiter: 680, Stand: 01.01.2024

Key-Facts zur Hamburg School of Ideas:

- Die Hamburg School of Ideas ist ein gemeinnütziger Verein und arbeitet auf Non-Profit-Basis. 1998 als Texterschmiede gegründet, ermöglicht die Schule bis heute talentierten Menschen einen erfolgreichen (Quer-)Einstieg in die Kommunikationsbranche. In nur einem Jahr können sie hier aus ihrer kreativen Berufung einen Beruf machen.
- Die Absolvent:innen reüssieren nach ihrer Ausbildung nicht nur als Copywriter:in, sondern auch als Content Creator:in, Konzeptioner:in, Social Media- oder Online Marketing-Manager:in, Drehbuch- oder Buchautor:in sowie Planner:in.

- Die Schule bietet eine duale kreative Ausbildung und ist mit ihrem partizipativen Konzept einzigartig im deutschsprachigen Raum. Über 150 Dozent:innen aus führenden Agenturen und Unternehmen bilden die Schüler:innen ein Jahr lang aus. Sowohl in einer Förderagentur als auch in der Schule.
- Aufgrund der drastisch sinkenden Bewerber:innen-Zahl und vielen neuen Bedürfnissen der jungen Zielgruppen, wird die Hamburg School of Ideas nach erfolgreichem Abschluss des 31. Jahrgangs ab dem 1. Oktober 2024 ein Pausenjahr einlegen, um die Schule neu zu erfinden. 20 Agenturen haben sich bereit erklärt, dieses Projekt zu unterstützen.

Für Rückfragen:

Wall GmbH
Christian Knappe, Corporate Communications & Affairs
Telefon: (030) 338 99-379
E-Mail: presse@wall.de
www.wall.de

Hamburg School of Ideas e.V.
Stefan Zschaler
Vorstand + Curricularer Beirat
Tel. +491724509712
E-Mail: zschaler@hsoi.de
www.hsoi.de