



Der Online-Film

In einem Online-Video wird die Situation der Menschen auf der Flucht beschrieben und die Idee der Lifejackets erklärt. Der Film führt auf die Kampagnenwebsite.



Die Kampagnen-Website

Auf der interaktiven Website können die Biographien angehört, gleichzeitig die Bilder auf den Westen angeschaut und über Fragen gezielt zu den Interview-Stellen gelangt werden. Über 20 NGOs aus ganz Europa können via die Website kontaktiert werden.



Die Vernissagen

An den Ausstellungen werden die Westen ausgestellt und die berührenden Geschichten dazu können direkt vor Ort angehört werden.

Problem

Menschen, die aufgrund eines Krieges ihr Zuhause verlassen müssen, werden von Menschen zu Flüchtlingen. Dieses Stigma erschwert die Integration.

PROJECT LIFEJACKET

Remember who they are.



Lösung

Wir bauen das ab, indem wir die Menschen in Flüchtlingscamps vom Leben vor der Flucht erzählen liessen und es auf eine besondere Leinwand bannten: auf Lifejackets. Also Rettungsesten, die für die Flucht übers Meer genutzt wurden.



Die Plakate

Via Plakate konnten die Betrachter die Geschichten vor Ort anhören.



Kurt Fluri
FDP-Nationalrat



Sibel Arslan
Bündnis Grüne

Die PR-Aktion

Im Umfeld des Bundeshauses wurden bekannte Politiker abgefangen, auf das Thema aufmerksam gemacht und direkt zu Lösungsvorschlägen befragt.

Resultate

23,5 Millionen Views der Dokumentation
Social Reach: Über 10,3 Millionen
Earned Reach: Weitere 27,7 Millionen
Verweildauer auf der Website über 4 Minuten
25% der User kamen mehrmals
Das Projekt wurde weltweit aufgegriffen
Die Spenden stiegen für über 20 teilnehmende NGOs an