

Kunde



Gesicht Zeigen! Für ein weltoffenes Deutschland e.V., Berlin

Verantwortlich:
Uwe-Karsten Heye (Vorstandsvorsitzender), Sophia Oppermann
(Geschäftsführerin und Vorstandsmitglied), Rebecca Weis
(Geschäftsführerin und Vorstandsmitglied)

Agentur



Ogilvy & Mather Germany, Berlin

Verantwortlich:
Executive Creative Director: Tim Stübane, Birgit van den
Valentyn
Executive Account Director: Stephen Kimpel
Creative Director: Björn Kernspeckt, Stese Wagner, Sebastian
Kraus, Daniela Schmidt
Art Director: Matthias Bauer, Philipp Bertisch, Andreas Richter,
Stephan Westerwelle, Joschka Wolf, Collja Lorig
Copywriter: Janne Sachse, Anke Roell, Michael Mogk
Account: Iskra Velichkova, Carsten Kaiser, Patricia Podewin
Strategie: Rochus Landgraf, Franka Mai

Europa Verlag
Verantwortlich: Christian Strasser (Geschäftsführer)

Gesicht Zeigen! Für ein weltoffenes Deutschland e.V.

Mein Kampf – gegen Rechts

Aufgabenstellung

Ein Rechtsruck geht durch Deutschland und Europa

2015 ist das Jahr, in dem rechtes Gedankengut und Fremdenfeindlichkeit in Europa wieder einen Flächenbrand entfachen. Dessen Brandbeschleuniger ist die Flüchtlingskrise. In der EU gewinnen nationalpopulistische Gruppierungen wie AfD, UKIP oder Front National an Popularität. In der öffentlichen Debatte und den sozialen Netzwerken sind fremdenfeindliche und flüchtlingskritische Äußerungen inzwischen keine Einzelmeinungen mehr, sondern gewinnen an Akzeptanz in der Mitte der Gesellschaft. Dabei bleibt es nicht: Allein in Deutschland zählt das BKA bis Ende 2015 mehr als 1.000 Attacken auf Flüchtlingsunterkünfte, davon 901 mit eindeutig rechtsradikalem Hintergrund. (Quelle: spiegel.de, 2016)

Angst verdrängt Chancen

Dabei kann der Zustrom überwiegend junger Menschen eine Chance für die alternde Bevölkerung der Bundesrepublik sein. Das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung errechnete im November 2015, dass der Nutzen der Flüchtlingsmigration bereits ab 2017 die Kosten überwiegen kann.

Stattdessen machen Populisten wie AfD oder Pegida aus der Zahl von 1,1 Mio. Flüchtlingen in Deutschland ein Feindbild ohne klare Umrisse, das viele Bürger die moralische Pflicht zu helfen vergessen lässt. (Quelle: Bundesamt für Migration und Flüchtlinge, 2016)

Gesicht Zeigen! Für ein weltoffenes Deutschland

Der gemeinnützige Verein „Gesicht Zeigen! Für ein weltoffenes Deutschland e.V.“ setzt sich seit 2000 aktiv gegen Fremdenfeindlichkeit und Rassismus ein. Mit prominenter Unterstützung ermutigt der Verein zu mehr Zivilcourage und realisiert Projekte, die Integration und demokratisches Miteinander fördern.

Angesichts der sich zuspitzenden Lage war die Mission für 2016 klar: der rechten Hetze Paroli bieten mit einer spektakulären Idee, die einen positiven Impuls in der Debatte um das Thema Zuwanderung setzt, Verständnis und Empathie schafft und Vorurteile abbaut. Das alles mit einem Projektbudget von gerade einmal 19.000 Euro.

Strategie

Die Zielgruppe: die Mitte der Gesellschaft

Ziel war es, den Diskurs in der breiten deutschen Öffentlichkeit positiv zu beeinflussen. Aus der Recherche über die Hintergründe des wachsenden Rechtspopulismus in der Mitte der Gesellschaft wurde klar, dass vor allem Unsicherheit und Ungewissheit den fruchtbarsten Boden für rechtes Saatgut bilden. (Quelle: Angst in Deutschland, Ifw Allensbach 2015)

Der strategische Hebel: dem Unbekannten ein Gesicht geben

Im Kern stand die Erkenntnis: „Was wir nicht kennen, macht uns Angst.“ Wir wollten daher durch Einzelschicksale Nähe schaffen – wer ist von Fremdenfeindlichkeit betroffen, wer kämpft dagegen, wie heißen sie, was sind ihre Träume und Ängste?

Die Idee: Buch gegen Buch

Doch wie sollten wir die breite Öffentlichkeit mit nur 19.000 Euro erreichen? Wir entschieden uns, ein Thema zu „kapern“, das eine große PR-Welle erzeugen würde – und sie für uns zu nutzen. Denn ausgerechnet auf dem Höhepunkt der Flüchtlingshetze liefen die Urheberrechte von Adolf Hitlers „Mein Kampf“ aus und die nationalsozialistische Hetzschrift durfte ab Januar 2016 wieder frei verlegt und verkauft werden.

Also veröffentlichten wir – ebenfalls im Januar 2016 – das literarische Gegengift „Mein Kampf – gegen Rechts“. Das weltoffene Buch erzählt die wahren Geschichten von elf Menschen – darunter Flüchtlinge, Migranten und couragierte Deutsche, die sich gegen rechte Gewalt einsetzen. Von jedem Exemplar geht 1 Euro als Spende an „Gesicht Zeigen!“. Der renommierte Europa Verlag konnte als Verleger gewonnen werden. Prominente Vorwortschreiber und Unterstützer wie Iris Berben, Sascha Lobo und Konstantin Wecker kamen unentgeltlich und aus purer Begeisterung für das Projekt an Bord.

Start einer Gegendebatte an allen Fronten

Vor Verkaufsstart versendeten wir Rezensionsexemplare in einem Mailing, das niemanden kaltließ: Die Sendung kam als Original-Exemplar von Hitlers „Mein Kampf“ und nur durch Zerreißen von Hitlers Konterfei kam unser Inhalt zutage. Printanzeigen und Plakate mit kostenfreien Platzierungen sowie Online-Teaser mit den Protagonisten kündigten die Veröffentlichung an. Mitte Januar erschien das Buch mit einer Erstauflage von 11.000 Exemplaren in allen deutschen Buchhandlungen und auf Amazon. Im Rahmen von 26 Lesungen bundesweit unter anderem am Deutschen Theater Berlin und auf der Leipziger Buchmesse trugen die Protagonisten des Buches selbst ihre Geschichten vor und nahmen an Podiumsdiskussionen teil.

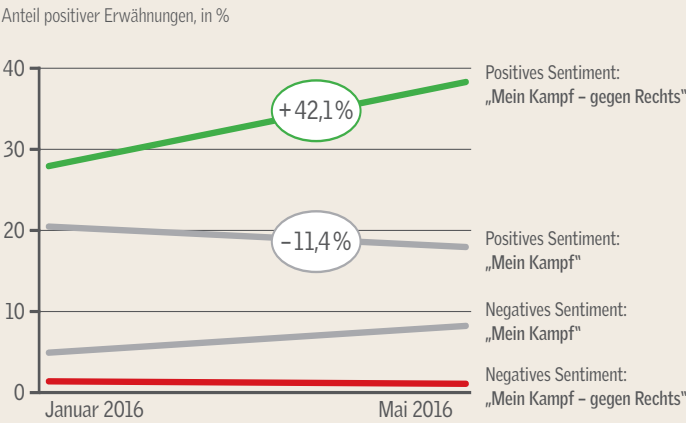


Ergebnisse

Ergebnis 1: Debatte in den öffentlichen Medien ausgelöst

Das wichtigste Ziel konnte bereits innerhalb weniger Wochen nach Veröffentlichung erreicht werden: In den größten überregionalen Medien wurde „Mein Kampf – gegen Rechts“ in einem Atemzug mit der Neuauflage von Hitlers Original genannt und kaperte damit effektiv die Berichterstattung. Mehr als 1.500 Zeitungsartikel, TV- und Radiobeiträge, Blog- und Social-Media-Posts berichteten über das Projekt, darunter Deutschlands reichweitenstärkste Formate wie Die Zeit, Die Welt, BILD und Markus Lanz. BBC World News sorgte sogar für internationale Reichweite. Insgesamt konnten bis Mitte Juni 368 Mio. Kontakte generiert werden.

Entwicklung Sentiment Ratio
„Mein Kampf – gegen Rechts“ vs. „Mein Kampf“

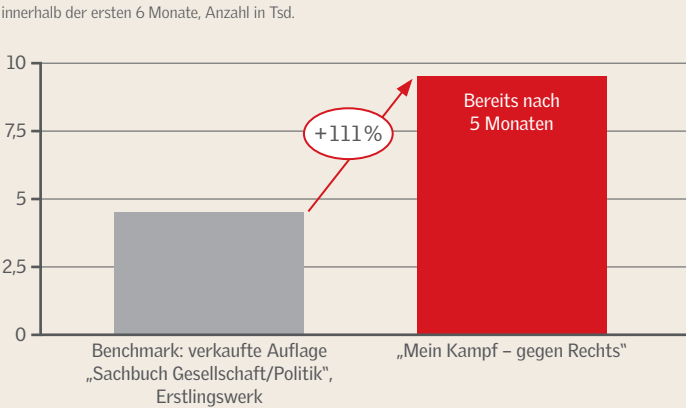


Quelle: uberMetrics Technologies „Social Monitoring – Sentiment Analyse 01/2016–05/2016“

Ergebnis 2: Nachhaltige Beeinflussung des Sentiments

Ein großartiger Nebeneffekt: Im Verlauf der Kampagne wurden immer mehr Menschen mobilisiert, sich positiv zu „Mein Kampf – gegen Rechts“ zu äußern, was im gleichen Atemzug immer eine negative Erwähnung von „Mein Kampf“ zur Folge hatte. Dadurch ist es gelungen, das Sentiment Ratio rund um die Neuauflage nachhaltig zu senken.

Verkaufte Auflage



Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels/ Europa Verlag, 2016

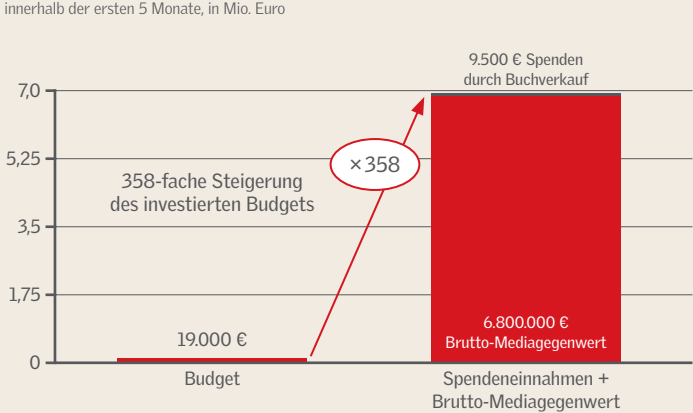
Ergebnis 3: Erstauflage nach fünf Monaten zu 86,4 % ausverkauft

Bereits im Februar 2016 schaffte es „Mein Kampf – gegen Rechts“ im Amazon-Ranking auf Platz 2 im Bereich Gesellschaft und lieferte einen der erfolgreichsten Verkaufsstarts im Sachbuch-Segment. Die Branchen-Benchmark im Polit- und Gesellschaftsgenre von 4.500 verkauften Exemplaren im ersten halben Jahr übertraf „Mein Kampf gegen Rechts“ mit 9.500 Exemplaren bereits im 5. Monat um 111 %.

Ergebnis 4: Refinanzierung des Budgets

Mit den Spendeneinnahmen aus 9.500 Exemplaren ist es gelungen, das Budget von 19.000 Euro zu 50 % zu refinanzieren und damit die Grundlage für neue Projekte zu schaffen. Darüber hinaus konnte durch die immense Berichterstattung ein Brutto-Mediagegenwert von 6,8 Mio. Euro erzielt werden – das entspricht einem Return on Investment von 358 Euro je investierten Euro.

Refinanzierung des Investments



Quelle: Europa Verlag, 2016/uberMetrics Technologies/eigene Kalkulation

Ergebnis 5: Langfristiger Grundstein gelegt

Die Mission geht weiter: Der Europa Verlag ist derzeit in Gesprächen mit der Bundeszentrale für Politische Bildung, um eine Sonderauflage bundesweit an Schulen zu bringen. Eine englische Auflage für den internationalen Handel ist in Verhandlung. Denn was für Deutschland über unser Buch gilt, gilt auch für den Rest Europas: „Mögen es die Buchhändler ins Schaufenster stellen.“ (Die Zeit)

Der GWA Effie Tweet

In einer Zeit, in der Europa von Fremdenhass zerrissen wird, wird durch „Mein Kampf – gegen Rechts“ „Unser Kampf – gegen Rechts“.