

PRESSEMITTEILUNG

Neue Kampagne macht bundesweit auf Erkrankung Depression aufmerksam und hilft, Vorurteile abzubauen

Wall unterstützt Verbreitung der Motive – Kreativentwurf von Grabarz & Partner

Leipzig/Berlin/Hamburg, 04.01.2024 – Die gemeinnützige Stiftung Deutsche Depressionshilfe und Suizidprävention und die Wall GmbH starten gemeinsam eine Plakatkampagne in deutschen Großstädten. Auf digitalen Flächen wird auf das Thema Depression aufmerksam gemacht und auf Informations- und Unterstützungsangebote verwiesen. Die Idee und Umsetzung der Motive stammen von der Kreativagentur Grabarz & Partner in Hamburg.

Motive zeigen: Depression hat viele Gesichter

Die Kampagnenmotive zeigen im Vordergrund Menschen, die traurig aussehen und damit dem Klischee eines depressiv erkrankten Menschen entsprechen. Sie sind es aber gar nicht, die an einer Depression leiden, sondern jeweils eine andere Person auf dem Foto, der es vermeintlich gut zu gehen scheint. Die Motive verdeutlichen damit, dass Depression viele Gesichter hat und auf den ersten Blick oft nicht zu erkennen ist. Die Idee zu der Kampagne entstand in einem Agentur-Workshop von Grabarz & Partner, fotografiert wurde sie von Philipp Rathmer. Ralf Heuel, Managing Director und Chief Creative Officer bei Grabarz & Partner in Hamburg über die Kampagne: „Die Kampagne zu machen war uns eine Herzensangelegenheit, denn diese Krankheit betrifft auch Menschen in unserem privaten Umfeld. Mit dem Insight des Versteckten und Verborgenen möchten wir mehr Empathie und Sensibilität für unsere Mitmenschen schaffen, die mit der Last dieser schweren Erkrankung leben. Unsere Kampagne ist ein Appell, unter diese Oberfläche zu schauen, sich mit dem Thema Depression zu beschäftigen, die Website der Deutschen Depressionshilfe zu besuchen und dort zum Beispiel einen Selbsttest zu machen, der einen ersten Hinweis auf eine Depression geben kann.“

Depression unterschätzte Volkskrankheit

5,3 Millionen Menschen erkranken jedes Jahr an einer behandlungsbedürftigen Depression. Gedrückte Stimmung bis hin zur Freud- und Gefühllosigkeit und das Fehlen von Interesse sind die Hauptmerkmale der Erkrankung. Hinzu kommen meist ein permanentes Erschöpfungsgefühl, die Neigung zu Schuldgefühlen, hartnäckige Schlaf- und Appetitstörungen und das Gefühl der Ausweglosigkeit bis hin zu Suizidgedanken. „Depressionen gehören zu den häufigsten und hinsichtlich ihrer Schwere am meisten unterschätzten Erkrankungen. Menschen können an Depressionen erkranken, obwohl die Betroffenen in einer glücklichen Partnerschaft leben, beruflich erfolgreich sind und kein äußerer Anlass vorliegt. Depressionen können jeden treffen – oft auch Menschen, von denen man es augenscheinlich nicht vermutet. Das machen die neuen Kampagnenmotive deutlich und leisten so einen wichtigen Beitrag, gängige Vorurteile abzubauen“ sagt Prof. Ulrich Hegerl,

PRESSEMITTEILUNG

Vorsitzender der Stiftung Deutsche Depressionshilfe und Suizidprävention. Darüber hinaus machen die Motive auf die Informations- und Unterstützungsangebote aufmerksam, die auf der Webseite der Stiftung Deutsche Depressionshilfe und Suizidprävention zu finden sind. „Wir sind sehr dankbar, dass Wall sowie Grabarz & Partner uns dabei unterstützen, das Thema Depression an die Öffentlichkeit zu bringen und Menschen zu ermutigen, sich Hilfe zu suchen“, so Hegerl weiter.

Kampagne auf digitalen Flächen in vielen deutschen Großstädten

Zu sehen sind die Motive dank der Unterstützung von Wall auf digitalen Flächen in Dresden, Hamburg, Bremen, Dortmund, Düsseldorf, Köln, Wiesbaden, Mannheim, Ludwigshafen, Saarbrücken und Stuttgart. Frauke Bank, Leiterin Corporate Communications & Affairs von Wall: „Depressionen sind ein Thema, über das ungern oder nicht ernst genug gesprochen wird – in der Familie, im Freundeskreis, aber auch am Arbeitsplatz. Mentale Gesundheit zu stärken und frühzeitig Hilfe im Falle einer auftretenden Erkrankung zu erhalten, um schlimmere Auswirkungen zu verhindern, muss weiter aus der immer noch existenten Tabuzone geholt werden. Damit Betroffene und Angehörige leichter Hilfe finden, zeigen wir die Kampagne der Stiftung Deutsche Depressionshilfe auf unseren Werbeflächen im Bundesgebiet und machen ihre Hilfsangebote weithin sichtbar.“

Pressekontakt:

Stiftung Deutsche Depressionshilfe und Suizidprävention
Heike Friedewald
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Goerdelerring 9, 04109 Leipzig
Tel: 0341/22 38 74 12
presse@deutsche-depressionshilfe.de

Wall GmbH
Frauke Bank, Leiterin Corporate Communications & Affairs
E-Mail: presse@wall.de
Tel.: +49 30 33899-325

Grabarz & Partner Werbeagentur GmbH
Elke Jacob
Schaartor 1
20459 Hamburg
Tel: 040/376 41 – 0
elke.jacob.fr@grabarzundpartner.de

Über die Stiftung Deutsche Depressionshilfe und Suizidprävention

Ziel der 2008 gegründeten Stiftung Deutsche Depressionshilfe ist es, einen wesentlichen Beitrag zur besseren Versorgung depressiv erkrankter Menschen und zur Reduktion der Zahl der Suizide in Deutschland zu leisten. Vorstandsvorsitzender ist Prof. Dr. Ulrich Hegerl, der auch die Senckenberg-Professur an der Goethe Universität Frankfurt innehat. Die Schirmherrschaft hat der Entertainer und Schauspieler Harald Schmidt übernommen. Neben Forschungsaktivitäten bietet die Stiftung Betroffenen und Angehörigen vielfältige Informations- und Hilfsangebote wie das deutschlandweite Info-Telefon Depression (0800 33 44 5 33). In

PRESSEMITTEILUNG

90 Städten und Kommunen haben sich lokale Bündnisse gegen Depression gebildet, die auf lokaler Ebene Aufklärung über die Erkrankung leisten. www.deutsche-depressionshilfe.de

Über Wall

Das Unternehmen Wall ist einer der führenden Anbieter für hochwertige Stadtmöblierung und Premium-Außenwerbung in Deutschland. Wall ist Teil der JCDecaux-Gruppe, dem Weltmarktführer für Außenwerbung. Das Unternehmen hat seinen Firmensitz in Berlin und beschäftigt rund 700 Mitarbeitende. www.wall.de

Über Grabarz & Partner:

Grabarz & Partner ist eine eigenständig operierende Werbeagentur und zählt zu den kreativsten Agenturen Deutschlands und der Welt. Mit rund 300 Mitarbeitenden betreut die Agentur Kunden wie die Deutsche Bahn, Burger King, IKEA, Lidl oder Porsche. Der Cannes Lions Creativity Report zählt sie zu den "Top Ten Independent Agencies of the Decade". „Horizont“ zeichnete das Management als „Frauen und Männer des Jahres“ aus. „w&v“ kürte sie zur „Agentur des Jahres“, genauso wie die Eurobest und Clio Awards. Für „Campaign“ gehört Grabarz & Partner zu den „World's Leading Independent Agencies". www.grabarzundpartner.de