

PRESSEMITTEILUNG

FAKEBOOK: DEEPBLUE NETWORKS BRINGT FACEBOOK INS REALE LEBEN

Integrierte Kampagne von Save the Children Deutschland und deepblue networks schärft Bewusstsein für verantwortungsvollen Umgang mit Social Networks wie Facebook. Direktansprache von Meinungsmachern und Multiplikatoren Offline und Online.

Hamburg, 28. Januar 2010 – Kinder und Jugendliche verbringen inzwischen mehr Zeit auf Facebook als vor dem Fernseher. Für viele verschwimmen bereits die Grenzen zwischen Freunden und Netzwerkkontakten, realem Leben und dem digitalen Abbild im Netz. Mit der Initiative „Fakebook“ wollen Save the Children und deepblue networks das Bewusstsein für diese Grenzen wieder schärfen. Die Idee: Zentrale Features von Facebook werden real nachgebaut, um sie auch außerhalb des Internets nutzen zu können. So wird plakativ gezeigt, wie stark soziale Netzwerke wie z.B. Facebook schon jetzt den Alltag beeinflussen.

Als Teaser für Fakebook bekamen ausgewählte Entscheider in der Werbe- und Medienbranche zunächst eine handgeschriebene und persönlich formulierte Urlaubspostkarte von einem unbekanntem Absender. Die PS-Zeile deutet an, was hier schief gegangen ist: „Hast Du auch so viele Freunde in Social Networks, dass Du manchmal den Überblick verlierst?“

Einige Tage danach folgte dann das Fakebook-Starterpaket von Save the Children. In diesem Starterpaket befanden sich kleine Helfer, die Funktionen von Facebook ins reale Leben übersetzen: Postkarten zum Verschicken von „Statusmeldungen“, Kommentar-Sticker, Beziehungsstatus-Buttons und sogar ein Päckchen Tomatensamen, um das Facebook-Spiel „Farmville“ real auf der Fensterbank zu spielen. Weitere Informationen zur Initiative gibt es auf der Website

www.savethechildren.de/fakebook

Dort wird die Kampagne erklärt und zum Spenden aufgerufen.

„Uns geht es nicht darum, Social Networks zu verdammen. Wir wollen den Jugendlichen aber zeigen, welche Konsequenzen es hat, wenn sie private Informationen ungefiltert und unkontrolliert ihren virtuellen „Freunden“ preisgeben“ erklärt Kathrin Wieland von Save the Children Deutschland die Kampagne. Oliver Czok, Vorstand von deepblue networks, ergänzt: „Mit Fakebook platzieren wir Facebook direkt und greifbar auf den Schreibtischen von Entscheidern, um sie zum Nachdenken zu bringen, wie sehr Social Media unser Leben schon verändert hat.“

Website: www.savethechildren.de/fakebook
(inkl. Video)

(264 Wörter, 1.916 Zeichen inkl. Leerzeichen; Abdruck frei)

Save the Children Deutschland e.V.

Save the Children ist die größte unabhängige Kinderrechtsorganisation der Welt. Die Organisation arbeitet in über 120 Ländern und kämpft für das Recht aller Kinder auf Gesundheit, Bildung und Schutz vor Missbrauch und Gewalt. Save the Children hat Beraterstatus beim Wirtschafts- und Sozialrat (ECOSOC) der Vereinten Nationen. Weitere Informationen finden Sie unter www.savethechildren.de

deepblue networks AG

Die Hamburger Agentur deepblue networks AG setzt auf ganzheitliche Kommunikation mit den Kompetenzfeldern Strategic Planning, Classical Communication, Digital Solutions, Below the Line, Dialog-Marketing und Package Design. Gegründet am 1. Januar 2001 beschäftigt die Agentur heute über 160 Mitarbeiter. Zu den Kunden zählen Marken wie Barclay Card, Burger King, Commerzbank, Davidoff, Du darfst, Freixenet, Gerolsteiner, Honda, Knorr, KPM, JPS, MTV, Rama, ran, Saeco, Swatch, TUI, TV Digital, Vodafone, West und Xing. Mehr Informationen bietet die Homepage des Unternehmens unter www.deepblue-networks.com

Pressekontakt:

deepblue networks AG
Oliver Czok
Schützenstraße 21
22761 Hamburg
T (040) 28 40 88-0
F (040) 28 40 88-111
contact@db-n.com
www.db-n.com

Gegründet am 1. Januar 2001 beschäftigt die Agentur heute über 120 Mitarbeiter.