



STIFTUNG
ELBPILHARMONIE

Pressemitteilung

26. Oktober 2007

Stiftung Elbphilharmonie nominiert für den KOMPASS

Die Werbekampagne „Hamburg baut ein Wahrzeichen“ von der Agentur gürtlerbachmann für die Stiftung Elbphilharmonie gehört zu den Finalisten des Kommunikationspreises des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen.

Die im Oktober bereits mit dem Social EFFIE 2007 ausgezeichnete Fundraisingkampagne „Hamburg baut ein Wahrzeichen“ der Stiftung Elbphilharmonie ist weiter auf Erfolgskurs: nun hat sie auch der Bundesverband Deutscher Stiftungen für den KOMPASS nominiert. Mit diesem Preis würdigt der Bundesverband zum zweiten Mal gelungene Stiftungskommunikation in den drei Kategorien „Gesamtauftritt“, „Strategische Projekt-PR“ und „Einzelne Kommunikationsmaßnahmen“. Mit ihrer Werbekampagne „Hamburg baut ein Wahrzeichen“ von der Agentur gürtlerbachmann steht die Stiftung Elbphilharmonie mit zwei weiteren Stiftungen im Finale um den KOMPASS in der Kategorie „Gesamtauftritt“. Insgesamt wurden 70 Bewerbungen eingereicht. Juroren waren unter anderem der FOCUS Chefredakteur Helmut Markwort, Prof. Manfred Harnischfeger, Direktor Konzernkommunikation der Deutschen Post World Net und andere namhafte Journalisten, Stiftungsexperten und Kommunikationsfachleute.

Die Kampagnenidee hat von November 2005 bis April 2007 für die Stiftung Elbphilharmonie und Unterstützung des Hamburger Zukunftsprojekts Elbphilharmonie geworben. Der zentrale Claim der Kampagne „Hamburg baut ein Wahrzeichen“ erklärte alle 1,7 Mio. Hamburger zu Bauherren des neuen Wahrzeichens ihrer Stadt. Einfaches und schnell verständliches Key-Visual war der „gelbe Bauhelm“, unter welchem alle Hamburger Bürger und Unternehmen vereint werden sollten. Der Helm zeichnete seine Träger als „Bauherren“ aus und zeigte damit, dass sie sich für die Elbphilharmonie und den Bau engagieren. Ziel der Kampagne war es, die positive Wahrnehmung der Elbphilharmonie zu unterstützen und zu Spenden aufzurufen. Alle Ziele und Erwartungen an diese Kampagne wurden deutlich übertroffen. So konnte beispielsweise die Bekanntheit des Bauprojektes deutlich gesteigert werden. Mit Spenden- und Spendenzusagen von ca. 64 Mio. Euro in neun Monaten Kampagnenlaufzeit ist dies die mit großem Abstand erfolgreichste Spendeneinwerbeaktion, die es im kulturellen Bereich in Deutschland ohne staatliche Bezuschussung jemals gegeben hat.

Gefördert wird der KOMPASS von der Bank Sal. Oppenheim jr. & Cie., der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft BDO Deutsche Warentreuhand AG, der Klaus Tschira Stiftung und Molthan van Loon Communications Consultants GmbH (GPRA).

Die Stiftung Elbphilharmonie wurde im Oktober 2005 auf Initiative der Bankhäuser M.M. Warburg & CO und HSH Nordbank AG gegründet. Sie versteht sich als Bürgerinitiative für die Unterstützung des Jahrhundertprojekts Elbphilharmonie.

Die Agentur gürtlerbachmann wurde im April 2006 von den Ex-Springer & Jacoby-Managern Uli Gürtler und Frank Bachmann gegründet und beschäftigt inzwischen 24 Mitarbeiter. Die Agentur bietet strategische Markenberatung, Design und Werbung aus einer Hand und hat damit im engen Markt der Kommunikationsagenturen in kürzester Zeit einen festen Platz einnehmen können.

Für Rückfragen und Bildmaterial stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Kontakt: Frau Wibke Kähler-Siemssen, Tel./Fax: 040 - 3282 -5260 / -5264 oder per
E-Mail: info@stiftung-elbphilharmonie.de