

Du entscheidest! Organspende-Kampagne geht mit Jürgen Vogel, Tomatolix und Marti Fischer in die dritte Runde

Berlin, 03.06.2022 – Anlässlich des Tags der Organspende am 4. Juni startet eine groß angelegte Influencer-Kampagne des Bayerischen Staatsministeriums für Gesundheit und Pflege. Das diesjährige Motto: *Du entscheidest! Organspende? Deine Wahl.*

In Deutschland gilt: eine Organspende ist nur dann möglich, wenn eine Person zu Lebzeiten oder stellvertretend die Angehörigen zugestimmt haben. Die Kampagne greift genau hier an: Sag „ja“, sag „nein“, aber triff eine Entscheidung und halte sie fest.

Prominente Unterstützung

Mit dabei sind Influencer:innen und Prominente, die sich aktiv für Organspende einsetzen: Moderator Markus Kavka interviewt Schauspieler und Organspende-Aktivist Jürgen Vogel sowie Ivan Klasnić. Der ehemalige Fußballprofi lebt seit Jahren mit einer Spenderniere. Multitalent Marti Fischer steuert einen Organspendesong bei. YouTuber Tomatolix spricht in einer ausführlichen Reportage mit Betroffenen und Ärzten. Die YouTuber von „Senioren zocken“ spielen ein Organspende-Game. Und Influencerin Sophie Laurent spricht über das Thema auf Instagram mit ihrem Alter Ego.

Die Filme werden auf den Kanälen der Prominenten und Influencer:innen veröffentlicht und von einer Social-Media-Kampagne des Ministeriums begleitet. Interessierte werden so auf die Seite www.du-entscheidest.bayern geführt, wo sie zusätzliche Informationen und Fakten zur Organspende finden.

Der **Bayerische Gesundheitsminister Klaus Holetschek** zeigt sich optimistisch: „Mit den beiden letzten Kampagnen konnten wir viele Menschen erreichen und eine sachliche Auseinandersetzung mit dem Thema Organspende anregen. Ich freue mich, dass wir in diesem Jahr diesen Weg weiterführen und unserem Ziel - jedem einzelnen die persönliche Entscheidung zur Organspende zu erleichtern - so näherkommen.“

Denn der Handlungsbedarf ist nach wie vor groß: Über 9.000 Menschen warten in Deutschland auf ein lebensrettendes Organ, jeden Tag sterben drei Personen, denen eine Spende das Leben gerettet hätte. Gleichzeitig haben immer noch zu viele – 61 Prozent - keinen Organspendeausweis.*

Für C3 ist „Du entscheidest“ ein Herzensprojekt. **Executive Director Peter Kasza**, der die Kampagne verantwortet: „Organspende geht uns alle etwas an. Wir bei C3 setzen aktiv ein Zeichen und ändern unseren Claim von „Creating what matters“ zu

„Donating what matters“. Auch unsere Mitarbeitenden klären wir auf und verteilen an allen deutschen Standorten Organspendeausweise.“

Zur Kampagnenseite: <http://du-entscheidest.bayern/>

*Quelle: Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA)

Pressekontakt:

Anna Hubmann
Senior Manager Marketing & Communications
Tel.: +49 89 207004 1042
E-Mail: presse@c3.co

Über C3 Creative Code and Content

Creating what matters - C3 Creative Code and Content verschafft Marken und Unternehmen einen relevanten Platz im Leben ihrer Kund:innen. Mehr als 600 Mitarbeitende entwickeln und realisieren Content-Marketing-Lösungen, die messbar Wirkung zeigen. Die Agentur kombiniert Kreativität, Content und Technologie und vereint alle Disziplinen für zeitgemäßes Marketing unter einem Dach: von Strategie und Konzeption über Content-Kreation, Technologie und Plattformkompetenz bis hin zu Marketing Intelligence, Channels und Performance. C3 ist die führende europäische Content-Marketing-Agentur und unterhält Standorte in Berlin, München, London, Hamburg, Stuttgart, Zagreb, Prag und Ljubljana sowie ein internationales Partnernetzwerk.

Mehr Infos zu C3 Creative Code and Content

Web: www.c3.co
Instagram: www.instagram.com/c3content
LinkedIn: www.linkedin.com/company/c3-creative-code-and-content
Facebook: www.facebook.com/C3content
XING: www.xing.com/company/c3content