

Pressemitteilung**Super gibt dem 1.Mai die Street Credibility zurück**

Berlin, 25. April 2018 Der Tag der Arbeit ist das bedeutendste Datum im Jahreskalender der Gewerkschaftsbewegung. Dieses Jahr setzt *Super an der Spree* den Tag für den DGB kommunikativ in Szene und übersetzt dafür die Geschichte des Großkampftages der Arbeiterbewegung kreativ ins Jahr 2018.

Unter dem Motto „Solidarität, Vielfalt, Gerechtigkeit“ fordert der DGB mehr Solidarität und Gerechtigkeit für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer von der Bundesregierung. Die Demonstrationen sollen 2018 aber auch klare Kante gegen Rassismus, extreme Rechte und die Spaltung der Gesellschaft zeigen. Um der aktuellen politischen Großwetterlage gerecht zu werden, in der die traditionellen Begriffe der Gewerkschaften plötzlich wieder ganz aktuelle, alltägliche Bedeutung erhalten, setzt *Super an der Spree* die Kampagne zum 1.Mai 2018 spitzer und rauer um als gewohnt.

„Die Kommunikation zum 1.Mai dient vor allem der Mobilisierung und dann der Begleitung der Medienberichterstattung. Wir wollten dabei weniger auf Folklore setzen und stattdessen visuell sowie im Storytelling stärker betonen, dass eine solidarische Arbeiterbewegung ihre Stimme 2018 mehr denn je auch wieder auf der Straße hörbar machen muss. Das schaffen wir einerseits mit stark an einer rauen Plakatoptik orientierten Typo-Sujets und andererseits mit einem Spot, der die abstrakten Begriffe ‚Solidarität, Vielfalt, Gerechtigkeit‘ nicht einfach nur bunt abhandelt, sondern deren konkrete Bedeutung für den DGB und eine bessere Gesellschaft verständlich und emotional erfassbar macht,“ so Stefan Trabant *Super* Kreationsgeschäftsführer.

Traditionell setzt der DGB zum 1.Mai weniger auf Paid Media sondern vor allem auf die enorme Reichweite seiner weit verzweigten Organisationen. Während die Plakate über die DGB-Bezirke die breite Öffentlichkeit am 1. Mai auf

den Straßen direkt erreichen, gilt ähnliches für den Spot, der auf den reichweitenstarken Social Media Kanälen der Gewerkschaften läuft und zur besten Sendezeit Teil der TV-Berichterstattung wird.

„Wir haben die einmalige Situation, dass wir garantiert und gratis von einer Millionenzielgruppe wahrgenommen werden. Unsere Aufgabe ist es, dass das nicht auf dem Weg in den Feierabend nach dem Schema, aus dem Auge aus dem Sinn‘ passiert. Wir müssen daher anders kommunizieren als im gewohnten TKP-Denken oder der „get the message through early“ Logik der Werbung. Wenn die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer dieses Jahr in ihren Betrieben über die Kommunikation zum 1.Mai diskutieren anstatt sie abzunicken, dann haben wir unser Ziel erreicht und die Aktualität des geschichtsträchtigen Tages auch 2018 zu einem Tag gemacht, für den es sich zu kämpfen lohnt,“ schließt Super Head of Strategy Yannick Gotthardt.

Downloadlink zu Plakaten und Videos: <https://we.tl/c9aV9Plm6i>

Super an der Spree ist eine ideengetriebene Full-Service-Agentur und wurde Anfang 2009 von Stefan Trabant und Karsten Göbel gegründet. Die Berliner betreuen und beraten neben dem DGB u.a. terre des hommes, Philips Healthcare, das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) und die Kooperationsgemeinschaft Mammographie. Seit 2014 existiert die österreichische Agenturtochter Super am See mit Kunden wie Verbund AG und Tiger Coatings – mit dem Zürcher Standort Super an der Limmat werden seit Anfang 2016 die Kunden MCH Messe Schweiz AG und Datahouse AG betreut.

Weitere Informationen finden Sie unter:

www.s-u-p-e-r.de

Kontakt:

Karsten Göbel

Super an der Spree GmbH

Tel +49 30 6900408-0

goebel@s-u-p-e-r.de