

Philipp Lahm ruft für den AOK-Bundesverband zum Sport-Typentest auf

25.10.2017 09:53

Die aktuelle Kampagne für die Initiative „Gesunde Kinder – gesunde Zukunft“ von Serviceplan Berlin für den AOK-Bundesverband erreicht einen weiteren Höhepunkt: Philipp Lahm ruft Kinder in einem Online-Spot dazu auf, einen Sporttypentest zu machen, um so eine Sportart zu finden, die sie regelmäßig ausüben wollen. Ziel der Initiative, die bereits seit 2014 mit der Kampagnenarbeit von Serviceplan Berlin begleitet wird, ist es, Kinder an eine gesunde Lebensweise heranzuführen. Auch Sterne-Köchin Sybille Schönberger war wieder Teil der Kampagne.



Seit gestern ruft **Ex-Fußballprofi und Sportidol Philipp Lahm** Eltern mit Kindern in einem Online-Spot dazu auf, **einen Sporttypentest auf der Website der AOK-Initiative „Gesunde Kinder – gesunde Zukunft“ zu machen**. Mithilfe des Tests sollen Kinder Sportarten für sich entdecken, die sie gerne dauerhaft ausüben. Die Aktion ist eine Maßnahme im Zuge der diesjährigen Kampagne zur Initiative, die Serviceplan Berlin für den AOK-Bundesverband realisiert.

Bereits im August hatte Philipp Lahm – ebenfalls in einem Online-Spot – an Familien appelliert, Sportarten für ihn vorzuschlagen, damit er nach seiner Fußballkarriere fit bleibt. Die Kinder mit den besten Ideen durften die ausgewählten Sportarten im September gemeinsam mit dem ehemaligen Profisportler ausprobieren.

Beide Projekte gehören zum Schwerpunktthema „Bewegung“, das in die integrierte Kampagne „Gesunde Kinder – gesunde Zukunft“ eingegliedert ist. Den anderen Schwerpunkt der Kampagne für das Jahr 2017 stellt das Thema „Ernährung“ (speziell Zucker) dar. Hierfür wurde ein redaktionelles Zucker-Special zu den Gefahren von verstecktem Zucker entwickelt, das auf der für den Bundesverband entwickelten „Gesunde Kinder – gesunde Zukunft“-Website zu sehen ist. Dort machten zudem Koch-Tutorials mit AOK-Testimonial Sybille Schönberger, Sterneköchin und selbst Mutter von zwei Kindern, Lust auf eine gesunde Küche.

In Form von fünf kurzweiligen und modernen Spots werden familientaugliche Rezepte mit wenig Zucker vorgestellt. Darüber hinaus veröffentlicht der AOK-Bundesverband im Herbst einen Film zum Thema „Die dunkle Seite des industriellen Zuckers“. Umgesetzt wurde der Film von Filmhochschulstudenten, deren Skript bei einem vom Bundesverband mit 25.000 Euro dotierten Wettbewerb als das beste ausgewählt wurde.

Die Kampagnen zur Initiative werden von Serviceplan Berlin seit 2014 für den AOK-Bundesverband realisiert. Ziel ist es, Kinder für mehr Bewegung und gesunde Ernährung zu begeistern und sie so fit für die Zukunft zu machen. Angesprochen werden sollen Familien mit Kindern im Alter von bis zu 14 Jahren. Philipp Lahm ist seit dem Jahr 2014 Botschafter der AOK-Initiative und setzt sich auch als Vorstand der Philipp Lahm-Stiftung für benachteiligte Kinder und Jugendliche in Deutschland und Südafrika ein.

„Serviceplan Berlin verpackt in der Kampagne die Themen Sport und gesunde Ernährung so, dass sowohl Eltern als auch Kinder Lust auf's Ausprobieren bekommen. Die Vielfältigkeit des Contents – sei es ein Sporttypentest, leckere Rezepte oder eine informative Website – führt dazu, dass für jeden etwas dabei ist“, fasst Elke Schmitt, Marketingleiterin beim AOK-Bundesverband, die Kampagne zusammen.

Unter der Betreuung von Serviceplan Berlin startete das erste Projekt der vielschichtigen Kampagne „Gesunde Kinder – gesunde Zukunft“ im Jahr 2014: die Nachmacher-Kampagne. Darin drehte sich alles um die Vorbildfunktion von Eltern. In den Jahren 2015 und 2016 folgte die Kleinschmecker-Kampagne, bei der das Thema Ernährung im Mittelpunkt stand. Die Sterne-Köchin Sybille Schönberger und Philipp Lahm gaben dabei Tipps, wie man sich als Familie einfach, lecker und gesund ernähren kann. Daraufhin startete im Jahr 2016 ein Projekt zum Thema Selbsteinschätzung und Kreativität, bei dem es um Persönlichkeit, Selbstbewusstsein der Eltern und Vertrauen in die eigenen Erziehungsmethoden ging. Ebenfalls wurde zu dieser Zeit eine Infotainment-Seite zur Kampagne gelauncht, auf der die Schwerpunktthemen Bewegung, Ernährung, Gesundheit und Persönlichkeit abgebildet sind.

Quelle: Pharma Relations Newsletter 25.10.2017