



Gemeinsam für **eine wache Welt**

Eine crossmediale Kampagne

FRÜH
RAMA
3000



 **Thalia**

Die Leipziger
Buchmesse:

**Das Highlight
des 1. Quartals.**



Wie können wir auf
der Buchmesse stattfinden?

Ohne da zu sein.

Wir begrüßen
die Besucher*innen
**auf dem Weg zum
Messegelände.**



Idee und **Umsetzung**



Welt, bleib wach.

wird zu

Wir haben die
Community gefragt:

**Mit welchem Buch
bleibt ihr wach?**



Das Feedback
war enorm.

Und bewegend.



Nicole,
29 Jahre

Ich bleibe wach mit
„Die Geschichte der Bienen“,
denn wir alle sollten uns
mehr um unsere Welt
sorgen und auch die
kleinsten Lebewesen
schützen.



Kristin,
20 Jahre

Ich bleibe wach mit
„The Hate U Give“, weil es
zeigt, dass Rassismus überall
ist. Nur wenn darüber ge-
sprochen wird, wenn wir
unsere Stimme erheben,
kann er verschwinden!



Sophie,
18 Jahre

Ich bleibe wach mit „Vox“,
weil es einem die Augen öffnet
und hilft, die Dinge, die man
bisher für selbstverständlich
genommen hat, zu hinter-
fragen. Politisch, kritisch,
am Zahn der Zeit.



Nach Leipzig ...



Sarah
28 Jahre

„Ich bleibe wach mit
»Ein wenig Leben«,
weil es daran erinnert,
dass ausnahmslos jedes
Leben wunderschön
und zugleich unendlich
schmerzhaft ist.“



Welches Buch bereichert dein Leben?
Werde Botschafter für das Lesen und teile deine
Empfehlung unter #weltbleibwach auf Instagram.

Welt, bleib wach.



JCDecaux



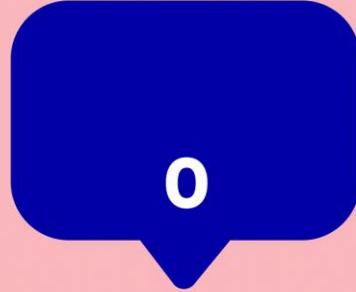
und zurück **in die sozialen Medien.**

Ergebnisse

The word "Ergebnisse" is written in a bold, black, sans-serif font. To its left, there are several white, hand-drawn scribbles that appear to be overlapping or layered, adding a dynamic and artistic touch to the presentation.



20 individuelle Plakate,
die gezielt in Leipzig
platziert wurden



**über 6000 eingereichte
Buchempfehlungen,**
die Welt, bleib wach.
individuell interpretieren



**~ 2.000.000
erreichte Personen**
in den sozialen Medien



**~ 137.000
Interaktionen**
in den sozialen Medien



DPOK-Nominierung
in der Kategorie
Brand Engagement

Vielen **Dank.**

