

fiftyfifty | Winter in Germany

28.März 2023

fiftyfifty

h ▪ Casefilm

Casefilm



[Zum Link](#)

h ▪ OOH

Biker

64 Motive an
Einfahrts- und
Ausfahrtstraßen



City



Dog



h ▪ Digital OOH

Biker

25 Flächen an
Bahnhöfen
und Flughafen



City



Dog



h ▪ Mural

Mural

Ab dem 25.01
Maße: 11,65x
10,10m

Dorotheenstraße 79,
40235 Düsseldorf



 Print

Printanzeige in der Rheinischen Post

Erschienen am 14.02

Städtischer Personaldezernent soll abgewählt werden

VERSTÄRKUNG Der Vizebürgermeister...
 Die Rheinische Post berichtet über die...
 Die Stadtverwaltung hat...
 Die Personaldezernenten...
 Die Stadtverwaltung hat...
 Die Personaldezernenten...

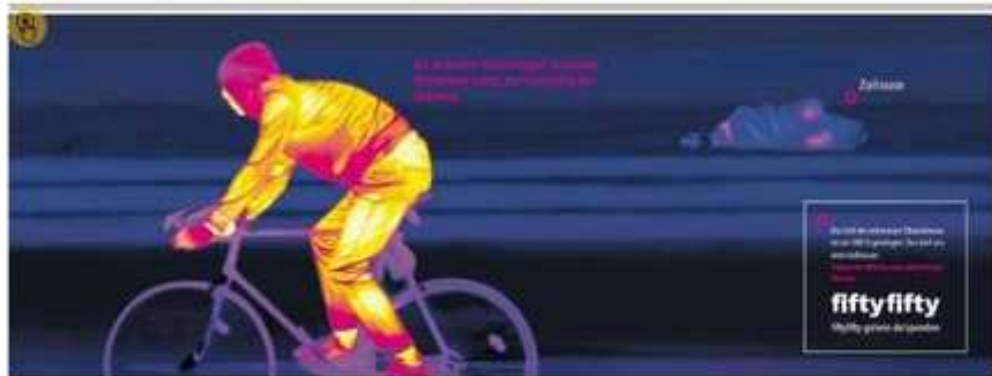
Die Rheinische Post berichtet über die...
 Die Stadtverwaltung hat...
 Die Personaldezernenten...
 Die Stadtverwaltung hat...
 Die Personaldezernenten...

Die Rheinische Post berichtet über die...
 Die Stadtverwaltung hat...
 Die Personaldezernenten...
 Die Stadtverwaltung hat...
 Die Personaldezernenten...

Die Rheinische Post berichtet über die...
 Die Stadtverwaltung hat...
 Die Personaldezernenten...
 Die Stadtverwaltung hat...
 Die Personaldezernenten...



Die Rheinische Post berichtet über die...
 Die Stadtverwaltung hat...
 Die Personaldezernenten...
 Die Stadtverwaltung hat...
 Die Personaldezernenten...



Printanzeige in der fiftyfifty



Erschienen in der
Februarausgabe

h ▪ Kino

40 Sekunden Kinospot

Ab dem 09.02
im Metropol



[Zum Link](#)

h ▪ Social Media

Film



Ab dem 14.02
auf facebook
& Instagram

[Zum Link](#)

Story Nr. 1



Story Nr. 2



Story Nr. 3



Story Nr. 4



h ▪ Social Media Influencer

Über 1,4
Mio.
erreichte
Follower

Mehr als 5.000
Views



Support von
34 Seiten

Support von
sehr vielen
Privatpersonen

Viele positive
Kommentare

412 Likes auf
dem eigenen
Post

So viel Unterstützung




- Tobias Wolf
- Fortuna Düsseldorf
- Oliscartoons
- Duesselmeme
- Mr. Düsseldorf
- The Dorf
- Page
- DIEVERPEILTE
- HHU Düsseldorf
- Geheimtipp Düsseldorf
- Düsseldorfer Perlen
- Pfand gehört daneben
- zakk Düsseldorf
- Tim
- Tanzhaus NRW
- Velvet
- Düscover Düsseldorf City + Food
- Bulle Bäckerei
- Fortuna Düsseldorf Fanlabel
- Pure Note
- Concept Riesling
- StrassenBLUES
- Kulturliste Düsseldorf e.V.
- Fleischfrei Düsseldorf
- Havas Germany
- Marie Rauschen
- Catcalls of Düsseldorf
- Franziskustreff
- Johann Lensing
- Radschläger
- Main Weg gGmbH
- Dogs of Havas
- Mustermann & Sonnenschein
- Freiraum Hamburg e.V.


Tobias Wolf






482.000
Follower





< tobiaswolf [Zum Profil](#)


 tobiaswolf  

[Folgen](#) [Nachricht senden](#) 




Tobias Wolf
Künstler/in
TOBIAS=WOLF |
  @marenwolf

tobiaswolf@netzschreier.com | Mein Impressum:
[@impressum_netzschreier_gmbh](#)

ischarisik ist Follower

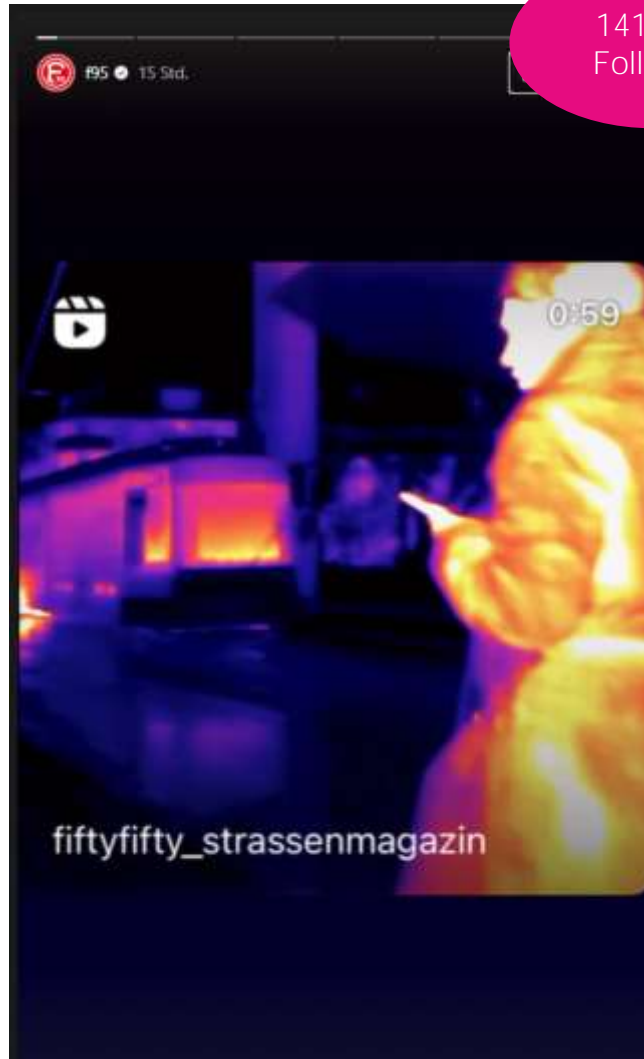
   

Outfits  Porsche G... 24H Race 24NBR 20...

1.511 Beiträge 482.000 Follower 521 abonniert

Fortuna Düsseldorf

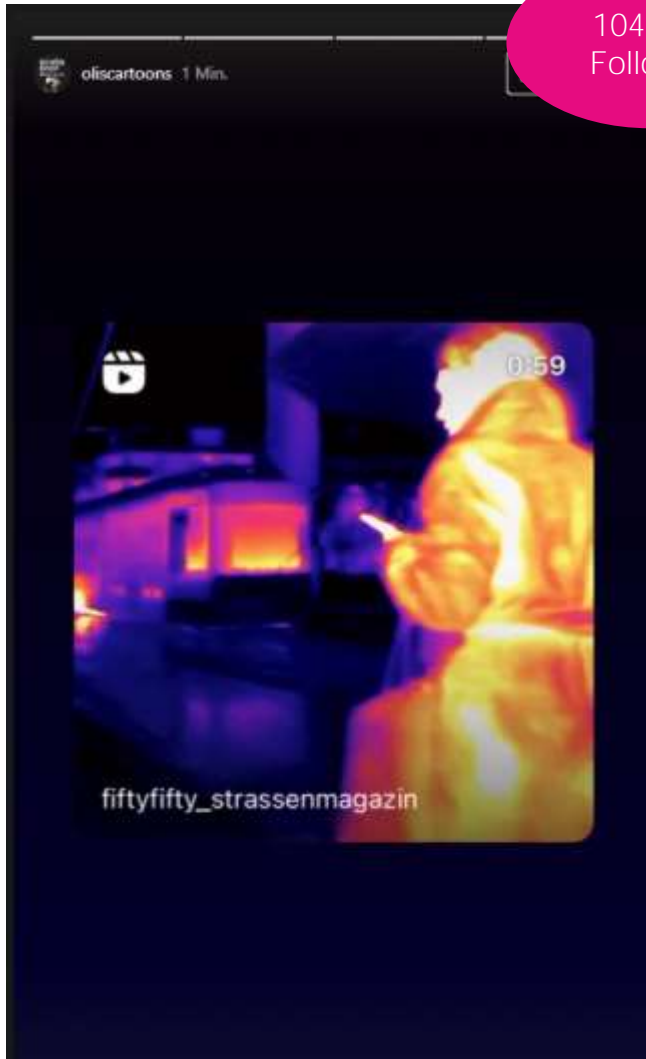


141.000
Follower

A screenshot of the Instagram profile for Fortuna Düsseldorf. At the top, there is a back arrow, the username 'f95', and a 'Zum Profil' link. The profile picture is the Fortuna Düsseldorf logo. Below it, the name 'f95' is followed by a verified badge and a menu icon. There are buttons for 'Folgen', 'Nachricht senden', and a plus sign. The bio reads: 'Fortuna Düsseldorf', 'Professionelle Sportmannschaft', 'Welcome to the official Instagram Account of Fortuna Düsseldorf', and '#f95'. A website link 'www.f95.de//verein/rechtliches/impressum' is provided. Below the bio, it says 'duesselmeme, mr_duesseldorf und rausgegangenduesseldorf sind Follower'. A row of six circular avatars follows. At the bottom, there are statistics: '8.051 Beiträge', '141.000 Follower', and '53 abonniert'. The bottom navigation bar is partially visible.

Zum Profil

Oliscartoons



104.000
Follower

Instagram profile page for 'oliscartoons'. The profile picture is a circular logo with the text 'SCHÖN DOOF Olis Cartoons' and a cartoon character. The bio identifies the user as 'Olis Cartoons Künstler/in' and 'Oli Hilbring, Scherzchirurg. Cartoonist aus Bochum. Fußball. Fieses. Flaches. Alles aus eigenem Anbau direkt vom Erzeuger.' It includes a link to 'www.oli-hilbring.de/blog' and a list of followers including 'havasgermany, mlle_frederique und 5 weitere Personen sind Follower'. The bottom navigation bar shows icons for home, activity, posts, stories, and profile.

[Zum Profil](#)

oliscartoons

SCHÖN DOOF
Olis Cartoons

1.689 Beiträge 104 Tsd. Follower 555 Gefolgt

Olis Cartoons
Künstler/in
Oli Hilbring, Scherzchirurg.
Cartoonist aus Bochum. Fußball. Fieses. Flaches.
Alles aus eigenem Anbau direkt vom Erzeuger.

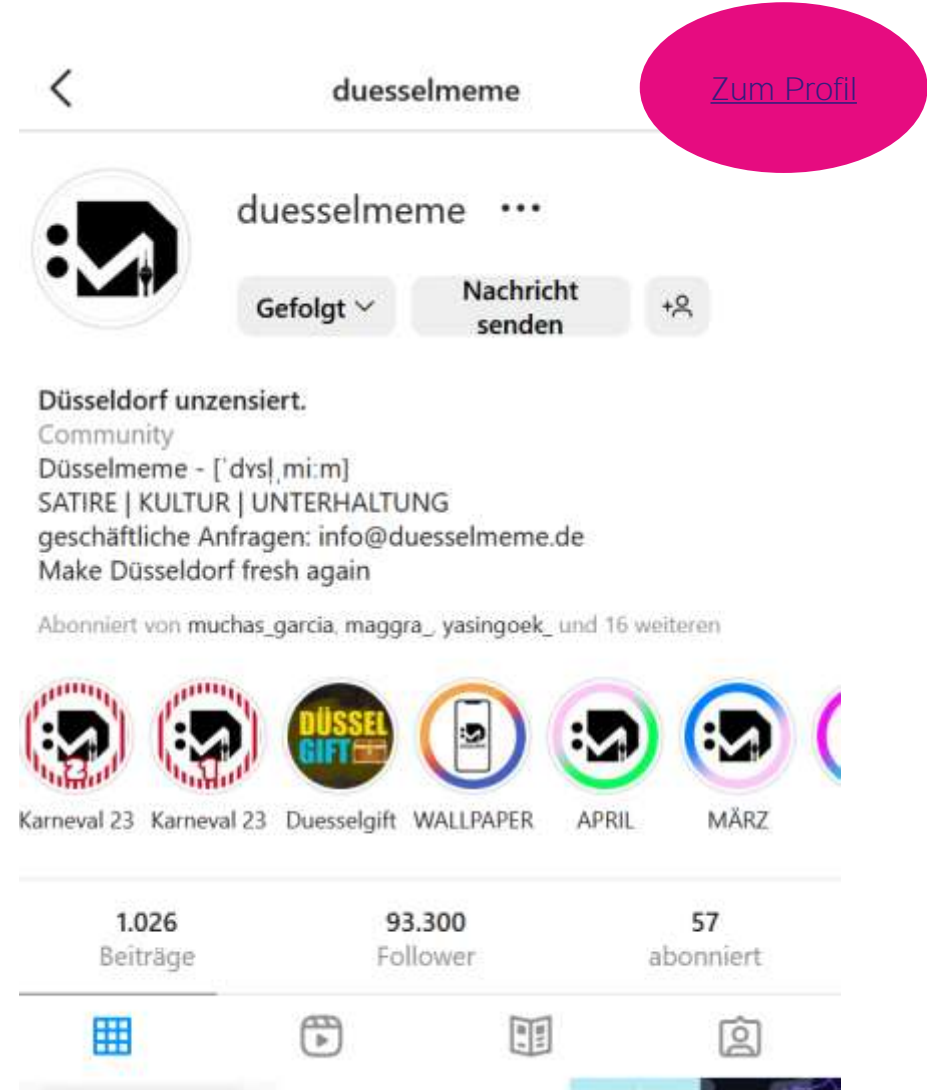
www.oli-hilbring.de/blog

havasgermany, mlle_frederique und 5 weitere Personen sind Follower

Fletch ZweiStricher Querdenker Eddy Van H... Gemis

Duesselmeme

93.300
Follower



Mr. Düsseldorf



74.200
Follower

< mr_duesseldorf 🔔

[Zum Profil](#)

2.302 Beiträge 74,2 Tsd. Follower 7.120 Gefolgt

Mr. Düsseldorf
Regionale Website
Essen. Trinken. Ausgehen. Einkaufen. Erleben.
Hotspots in Düsseldorf und Tipps aus erster Hand.
#mrduesseldorf... mehr

linktr.ee/mrduesseldorf.de

laura_schk,
peekundcloppenburg_duesseldorf und
30 weitere Personen sind Follower

P&C THE BOX Pepe Jeans Vabali MET

The Dorf

29.100
Follower

thedorf_de · 55m

@fiftyfifty_strassenmagazin hat eine Kampagne ins Leben gerufen, die auf die Gefahr von Obdachlosigkeit im Winter aufmerksam macht. Ab einer Körpertemperatur unterhalb 30 Grad droht Tod durch Erfrieren.

Aus dem Grund findet Ihr auf dem fiftyfifty-Account einen kurzen Film, der zum Nachdenken und zur ein oder anderen Spende anregen soll.

[@ MEHR INFOS HIER](#)

thedorf_de · 58m
Ganzes Reel ansehen >


Hier geht's zum Video:



fiftyfifty_strassenmagazin

thedorf_de · 6 Min.

Bei dem aktuell sehr ungemütlichen Wetter möchten wir Euch nochmal auf die wichtige Kampagne #WinterInDeutschland vom @fiftyfifty_strassenmagazin aufmerksam machen, die auf die Gefahr von Obdachlosigkeit im Winter aufmerksam macht.



Wärme zeigen und unterstützen könnt Ihr hier [@ FIFTYFIFTY-GALERIE.DE](#)

thedorf_de

#hatsgermany

Antworte thedorf_de ...

The Dorf



 **thedorf_de** Original-Audio ...

 **thedorf_de** Bei dem aktuell sehr ungemütlichen Wetter möchten wir Euch nochmal auf die wichtige Kampagne #WinterInDeutschland vom @fiftyfifty_strassenmagazin aufmerksam machen, die auf die Gefahr von Obdachlosigkeit im Winter aufmerksam macht.

Das Video zeigt mit eindringlichen Wärmebildaufnahmen, dass wir das existenzielle Problem von Wohnungslosen an kalten Wintertagen oft erst auf den zweiten Blick erkennen können.

Wärme zeigen und unterstützen könnt auf www.fiftyfifty-galerie.de/spenden

Produktion: @havasgermany
Musik: Oliver Koletzki - Warschauer Strasse [Stil vor Talent]

#fiftyfifty #winteringermany #strassenmagazin #winter #obdachlosenhilfe #wuhungler #obdachlosigkeit #wutema




Gefällt 92 Mal

MÄRZ 11

 Kommentieren ...

92 Likes

thedorf_de

 **thedorf_de** ...


[Folgen](#) [Nachricht senden](#) [+](#)

THE DORF
Zeitschrift
Magazin für Düsseldorf • Spots, Highlights, Gesichter und Gegenwartskultur • #thedorf
www.thedorf.de
wonderl.ink/@thedorf

Abonniert von carodaur, mr_duesseldorf, duesselmeme und 5 weiteren

THE MAG 6 Gesichter Speis & Tr... Wochenti... Neu in DUS URBAN-A... Be

1.610 Beiträge 29.100 Follower 6.788 abonniert



Zum Profil

Page

fiftyfifty



25.000 Follower




Zum Profil

DIEVERPEILTE

23.400
Follower

Erwähnungen · dieverpeilte_ · 2h



Weltweit sterben jährlich etwa 5 Millionen Menschen an „ungünstigen Umgebungstemperaturen“. Hinter dem wissenschaftlichen Begriff werden Tote gezählt, die wegen extremen Temperaturen (Hitze oder Kälte) sterben müssen. 21 Menschen starben im warmen Winter 2020/2021 am Kältetod in Deutschland und auch in diesem Winter 2022/2023 sind schon mindestens die ersten drei Menschen in Halle, Saarlouis und Hannover erfroren.

Quelle: @perspektiveonline

Erwähnungen · dieverpeilte_ · 2h
Ganzes Reel ansehen >


@fiftyfifty_strassenmagazin macht aktuell auf das Thema aufmerksam. Unter anderem mit diesem Film hier 🖱️



fiftyfifty_strassenmagazin

Zum Profil


< dieverpeilte_



dieverpeilte_ ...


Folgen Nachricht senden +8

DIEVERPEILTE
Zeitschrift
Drogen, Sex, Mental Health – wir schreiben über alles, was ungemütlich ist.
Du willst für uns schreiben?
✉️ info@dieverpeilte.de
linktr.ee/dieverpeilte_



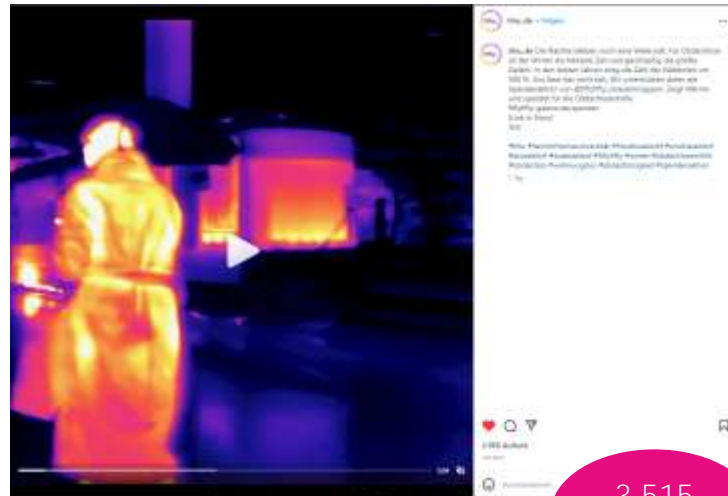
Gastautor:... Sofia SEENO KA... Laura Teresa Ida

941 Beiträge 23.400 Follower 4.861 abonniert



HHU Düsseldorf

20.900
Follower



3.515
Views

Zum Profil

hhu_de

20.900 Follower

364 abonniert

2.700 Beiträge

HHU Düsseldorf
Bildung
Offizielles Instagram-Profil der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf
Taggt uns! #hhu | @hhu_de | hhu.de
linktr.ee/hhu

mr_duesseldorf ist Follower

ERSTI INFOS 2022 | HHU MINE CRAFT | ERSTI TAKEOVER 2022 | DÜSSELDINO | ERSTI BEGRÜßUNG 2022 | HHU CORONA INFOS

HHU Düsseldorf

 **Heinrich-Heine-Universitä...** @... · 21. Feb. ...
Antwort an @HHU_de
Zeigt Wärme und spendet für die
[#Obdachlosenhilfe:](#)
[fiftyfifty-galerie.de/spenden](#)
2/2


Zum Profil

 **Heinrich-Heine-Universitä...** @... · 21. Feb. ...
Die Nächte bleiben noch eine Weile kalt. Für
Obdachlose ist der Winter die härteste Zeit und
gleichzeitig die größte Gefahr. In den letzten Jahren
stieg die Zahl der Kältetoten um 500 %. Uns lässt
das nicht kalt. Wir unterstützen daher die
Spendenaktion von #fiftyfifty. 1/2




0:44 516 Aufrufe

 1  1  18 

 **Heinrich Heine Universität
Düsseldorf** ✓
1 Tg. · 

Zum Profil

Die Nächte bleiben noch eine Weile kalt. Für
Obdachlose ist der Winter die härteste Zeit und
gleichzeitig die größte Gefahr. In... Mehr anzeigen



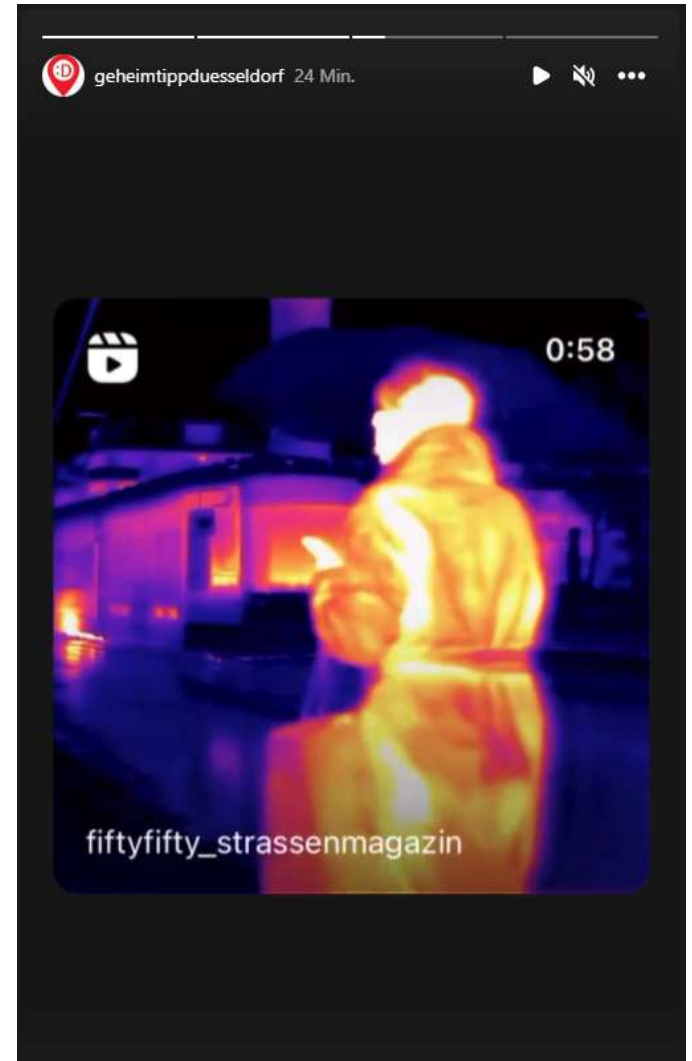
Winter in Deutschland

 5 2 Mal geteilt 120 Aufrufe

120 Views

Geheimtipp Düsseldorf

18.100
Follower



Geheimtipp Düsseldorf



geheimtippduesseldorf • Folgen

geheimtippduesseldorf

@fiftyfifty_strassenmagazin

#geheimtippduesseldorf #duesseldorf #düsseldorf #schönsteatmosphäre #duesseldorf #duesseldorf

1 Tag

fiftyfifty_strassenmagazin Vielen Dank für Posten! Wir geben immer bestes die Message zu verlinken und freuen uns über jede HRs.

1 Tag · 1.459 Aufrufe · 1 Mal Antworten

1.459 Aufrufe

Kommentieren ...

1.500 Views

< geheimtippduesseldorf [Zum Profil](#)

geheimtippduesseldorf ...

[Folgen](#) [Nachricht senden](#)

Geheimtipp Düsseldorf
Regionale Website
insider | events | pictures | locals | and more
📍 Düsseldorf | #geheimtippduesseldorf
www.geheimtipp-duesseldorf.de

rausgegangenduesseldorf ist Follower

GEHEIMTIPPS DER WOCHE **GASTRO** **SCHON GEWÜST?** **LOCALS** **DÜSSELDORF PICTURES**

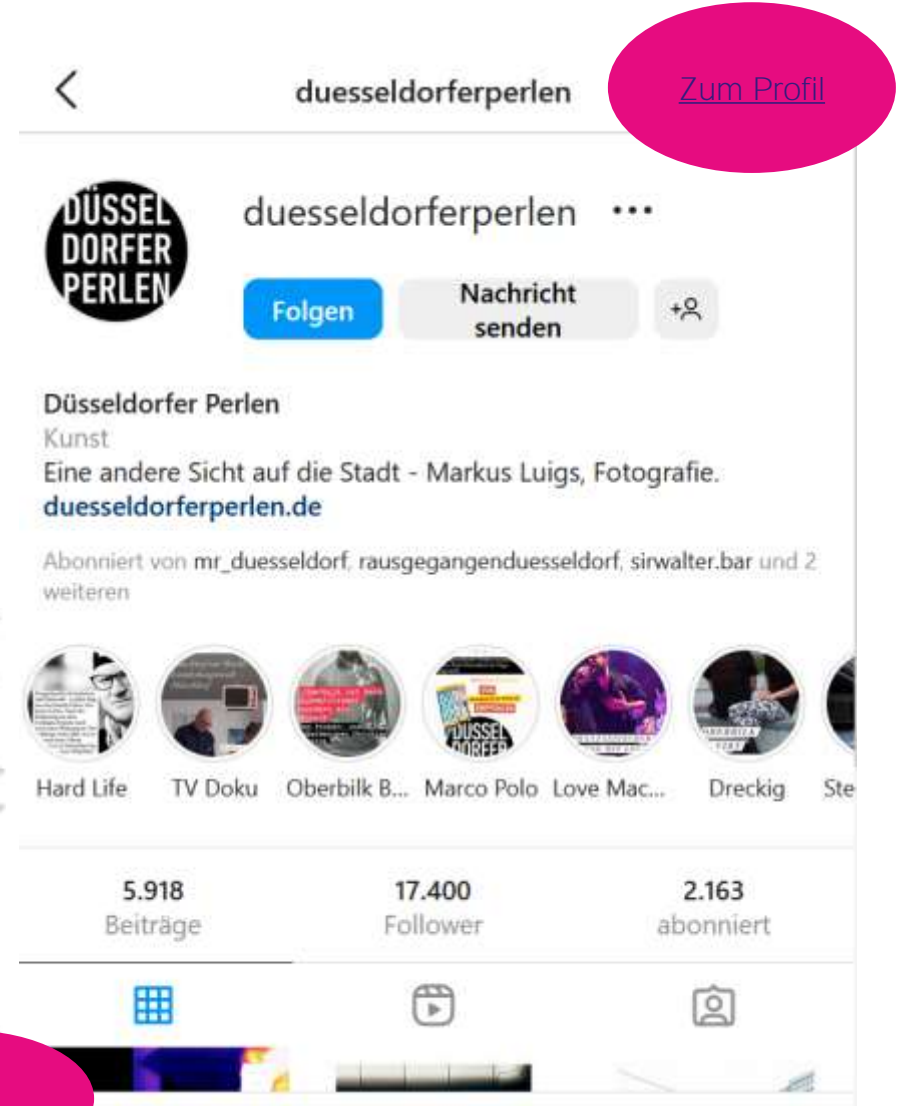
1.456 Beiträge 18.100 Follower 92 abonniert

Düsseldorfer Perlen

17.400
Follower



73
Likes

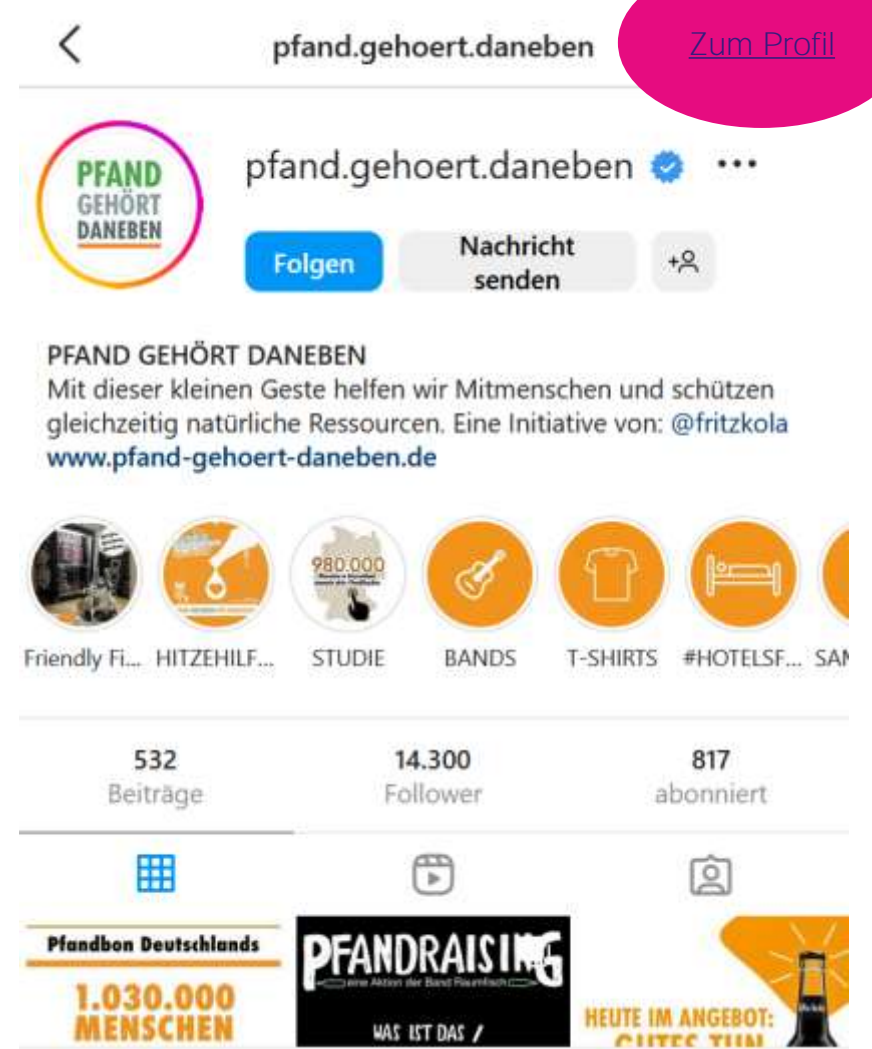


Pfand gehört daneben

14.300
Follower

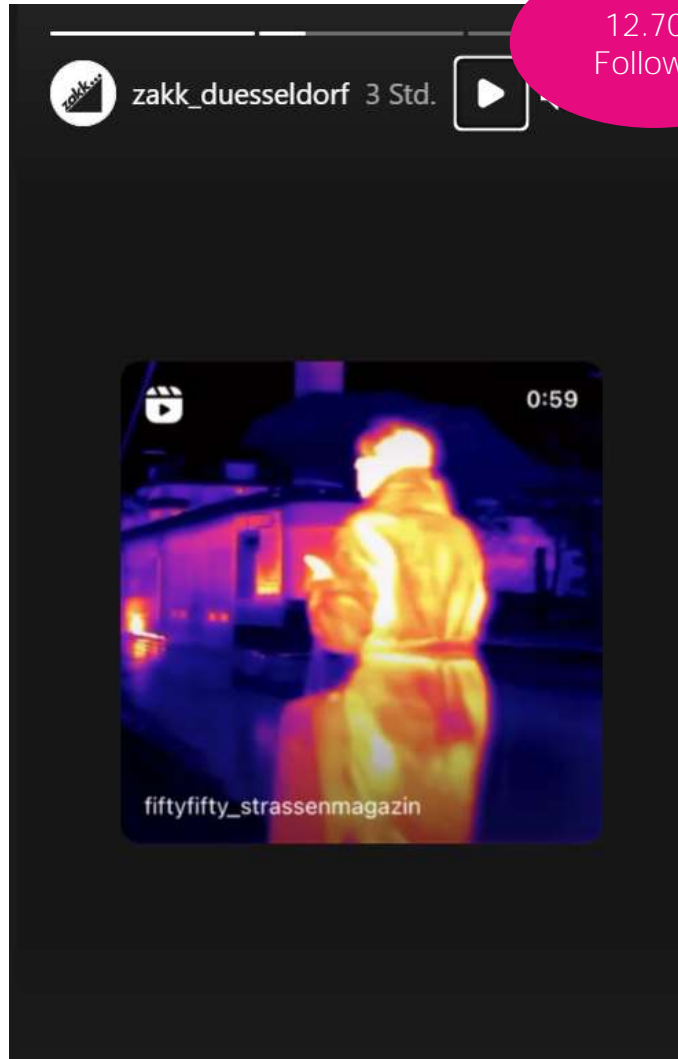


Zum Profil




zakk Düsseldorf

12.700
Follower





zakk_duesseldorf [Zum Profil](#)

 zakk_duesseldorf ...

[Folgen](#) [Nachricht senden](#) [+](#)




zakk Düsseldorf
linktr.ee/zakkdus




mr_duesseldorf und rausgegangenduesseldorf sind Follower

COMEDY I... STRASSEN...

1.138 Beiträge 12.700 Follower 377 abonniert

Tim

12.700
Follower

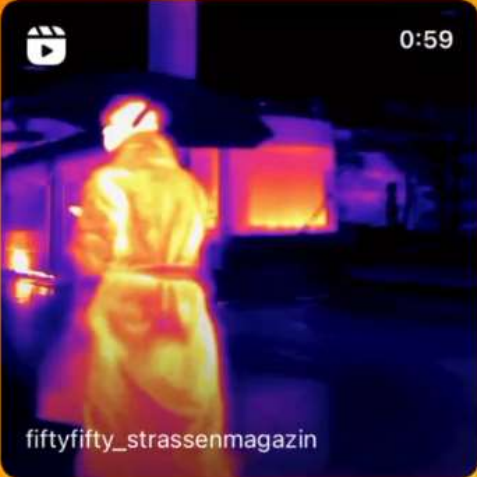
tmknd 19 Std. **||**

Wie von euch feiern gerade aber nicht alle Menschen können feiern, weil sie vor allem jetzt Hilfe brauchen. Während ihr gerade euer Leben genießen könnt kämpfen diese Menschen jeden Tag um ihr!

Wenn ihr helfen wollt dann klick weiter da erfährst du mehr ;)

tmknd 19 Std. **||** **🔊** **⋮**

@fiftyfifty_strassenmagazin



fiftyfifty_strassenmagazin

timswolke 21 Std. **▶** **🔊** **⋮**

0:59



fiftyfifty_strassenmagazin

**BITTE DENKT
BESONDERS AN DEN
KALTEN TAGEN SO WIE
HEUTE AN DIE
MENSCHEN DIE KEIN
ZUHAUSE HABEN. WENN
IHR WO HELFEN KÖNNT
DANN HIER DIREKT VOR
DER TÜR**

Tim

tmknd 19 Std. fiftyfifty_strassenmagazin

Hilf Obdachlose von der Straße zu holen.

fiftyfifty - Winter in Germany

BISHER GESAMMELT: 145 €

Spenden

Falls ihr in den nächsten Tagen noch etwas Geld übrig habt und genug vom Alkohol habt hier könnt ihr was gutes tun ;)

< timswolke [Zum Profil](#)

timswolke

Folgen Nachricht senden +

tim Digital Creator
⚡ broadcast yourself ⚡
digital creator// acting
📍 Düsseldorf | 🌱 vegan | 🏳️ equality
TikTok: timscloud (+who cares) • dm/mail for work
linktr.ee/timscloud

sch_lukas_en_rico.a und joane_dc sind Follower

"bye-bye" ;) adhd ?

206 Beiträge 12.700 Follower 1.893 abonniert

Tanzhaus NRW



11.400
Follower



tanzhausnrw ...

Zum Profil

Folgen

Nachricht senden



tanzhaus nrw

Gemeinnützige Organisation

#TanzhausNRW Internationales Zentrum für zeitgenössischen Tanz. Spiel- und Produktionsort sowie Akademie mit zwei Bühnen und acht Studios.

www.tanzhaus-nrw.de

isabell.97, mr_duesseldorf und rausgegangenduesseldorf sind Follower

836
Beiträge

11.400
Follower

837
abonniert




Velvet



8.242
Follower




< velvet_collective [Zum Profil](#)

 velvet_collective ...



[Folgen](#) [Nachricht senden](#) [+](#)

velvet
Community
Di-So 10—18/ Mi+Fr 10—24
keine Reservierungen
www.velvetcollective.com

Abonniert von mr_duesseldorf, _____teresa, rausgegangenduesseldorf und 2 weiteren

  
Öffnungsz... Dezember Velvet Bar

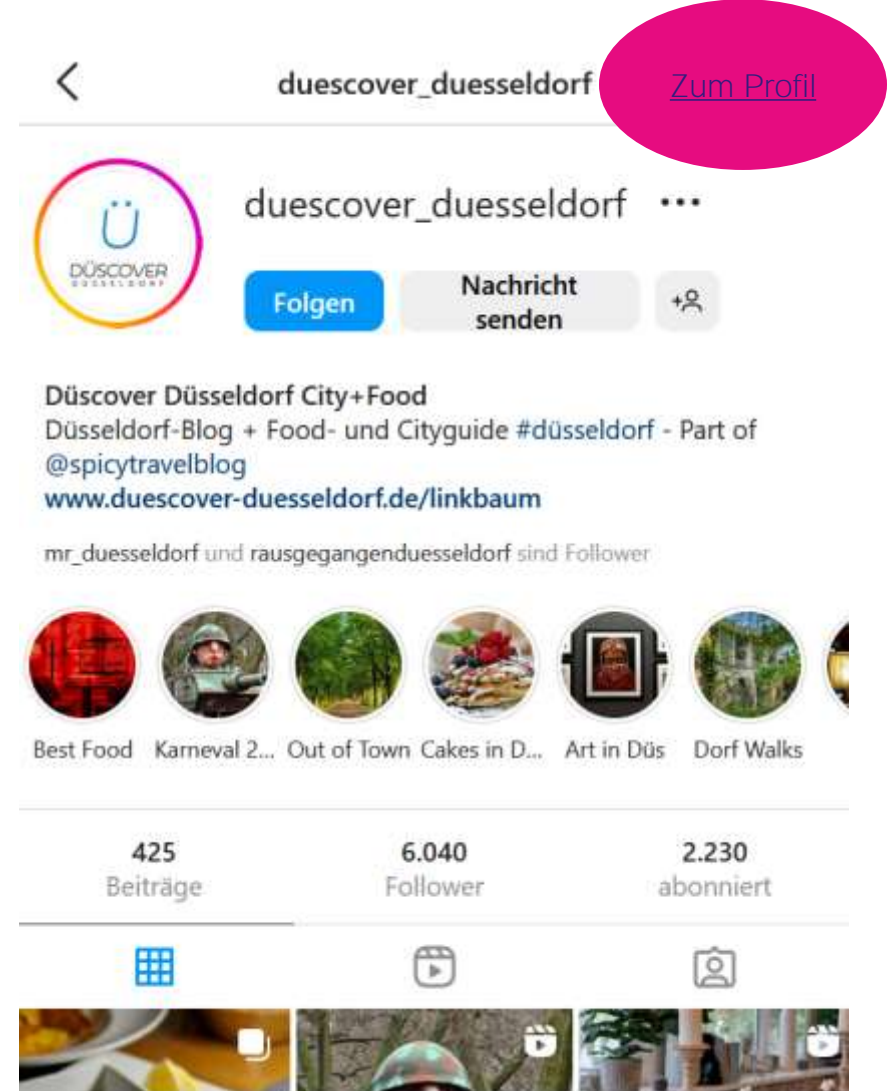
245 Beiträge 8.242 Follower 893 abonniert

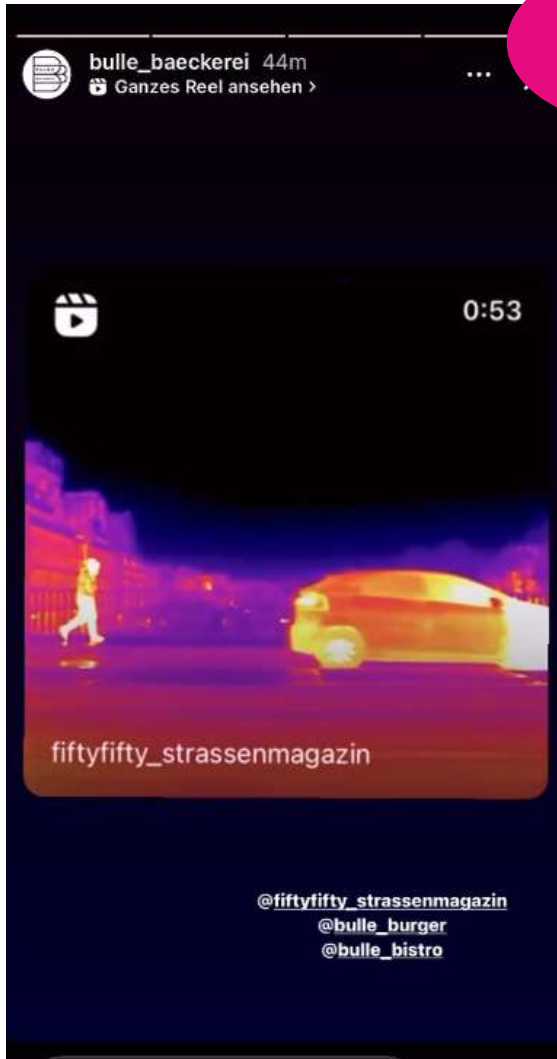
BAR FÉ

Düscover Düsseldorf City + Food

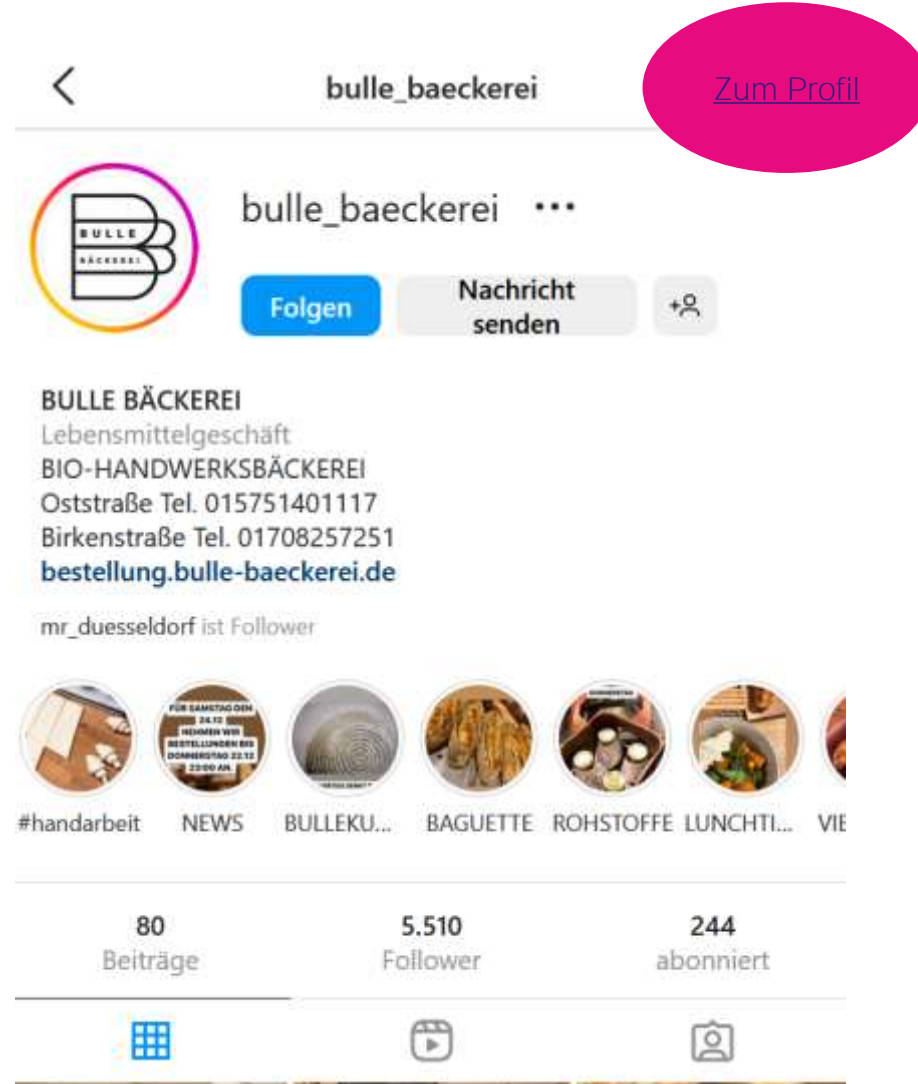
6.040
Follower



Bulle Bäckerei



5.510
Follower



Fortuna Düsseldorf Fanlabel

4.911
Follower



Zum Profil

< forteng.fanlabel

forteng.fanlabel ...

Folgen Nachricht senden +

Fortuna Düsseldorf Fanlabel
Fortuna | Streetwear | Shirts und mehr...

Our local Dealers:
@foto_soehn (Flinger Str. 20) 📷
@bezirk9 (Hasselsstr. 70) ⚽️ 🔴 ⚪️

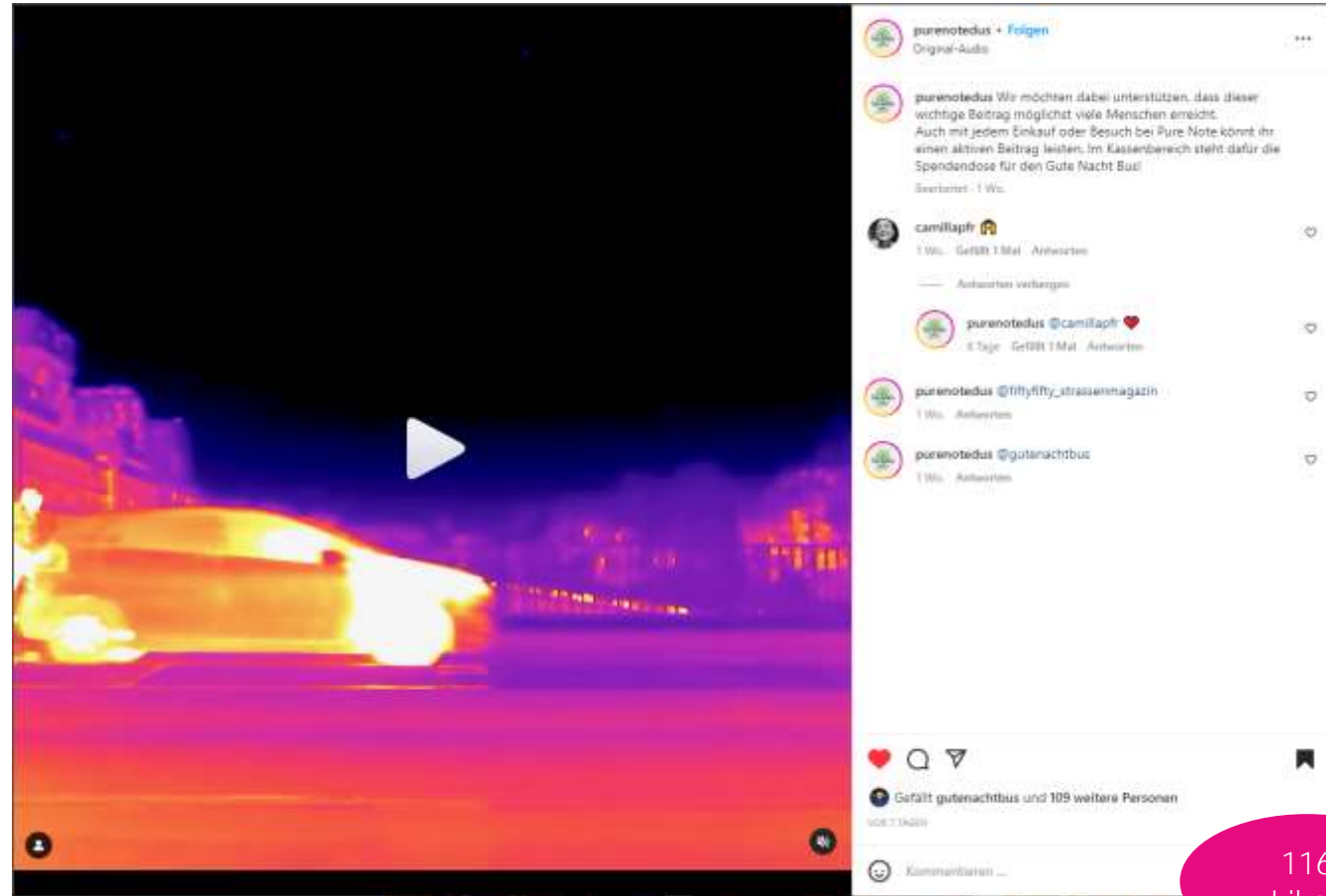
Online-Shop:
www.forteng.de/shop

Per Sempre Gutschein ... Boycott Q... Shop Rela...

475 Beiträge 4.911 Follower 2.591 abonniert

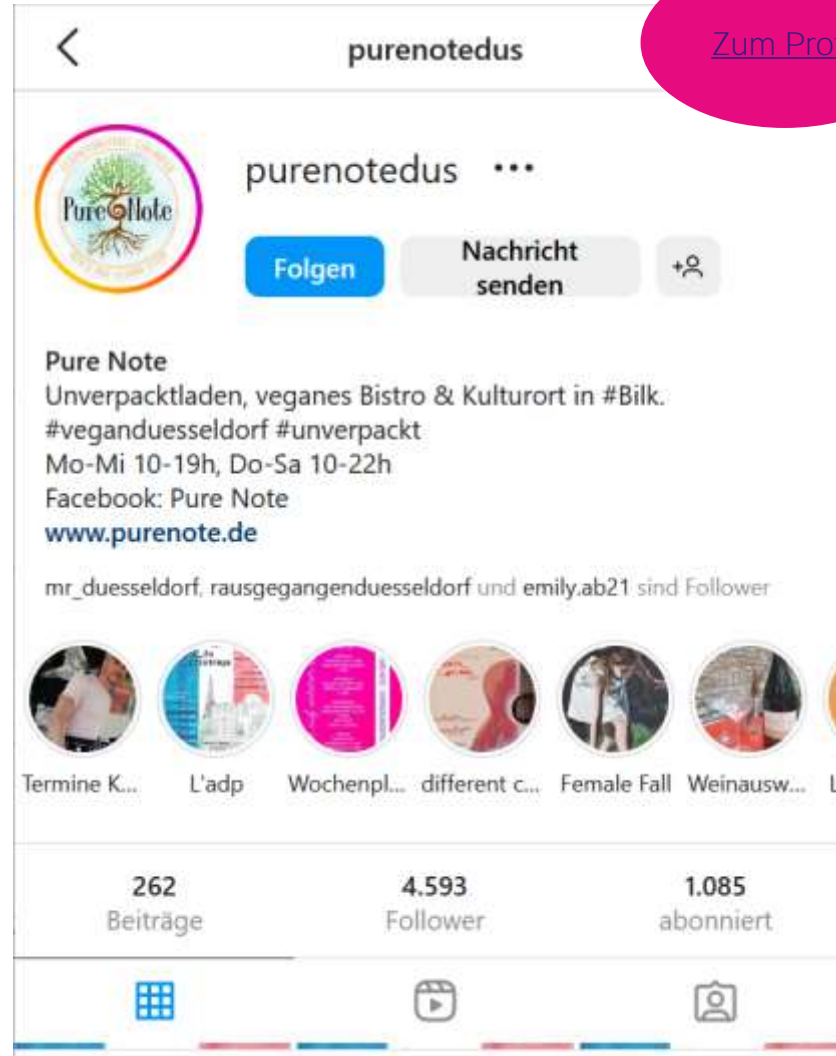
Pure Note

4.593
Follower



116
Likes

Pure Note



Concept Riesling

4.562
Follower

 concept_riesling 1 Std.  

Wir haben privat und auch als Unternehmen eine soziale Verantwortung. Concept Riesling unterstützt schon seit Jahren unterschiedliche Projekte. Heute möchten wir euch auf das [@fiftyfifty_strassenmagazin](#) aufmerksam machen.

[@FIFTYFIFTY_STRASSENMAGAZIN](#)

Der Winter ist die härteste Zeit für Obdachlose. Allein in den letzten Jahren ist die Zahl der Kältetoten um 500% gestiegen. Unsere Gesellschaft lässt das oft immer noch kalt. Wärme kann man spenden!



Concept Riesling



< concept_riesling [Zum Profil](#)

concept_riesling

Folgen Nachricht senden

CONCEPT RIESLING
Weinbar
📍 Weinbar, Weinhandel, Events
📍 nur handwerklich-arbeitende Familienbetriebe
📍 keine Tischreservierungen
✉️ Veranstaltungen/Gruppenanfragen via Mail!
www.conceptrieslingshop.com

mr_duesseldorf und sirwalter.bar sind Follower

Weine Empfehlung Events Infos Events Informatio... C

484 Beiträge 4.562 Follower 866 abonniert

StrassenBLUES



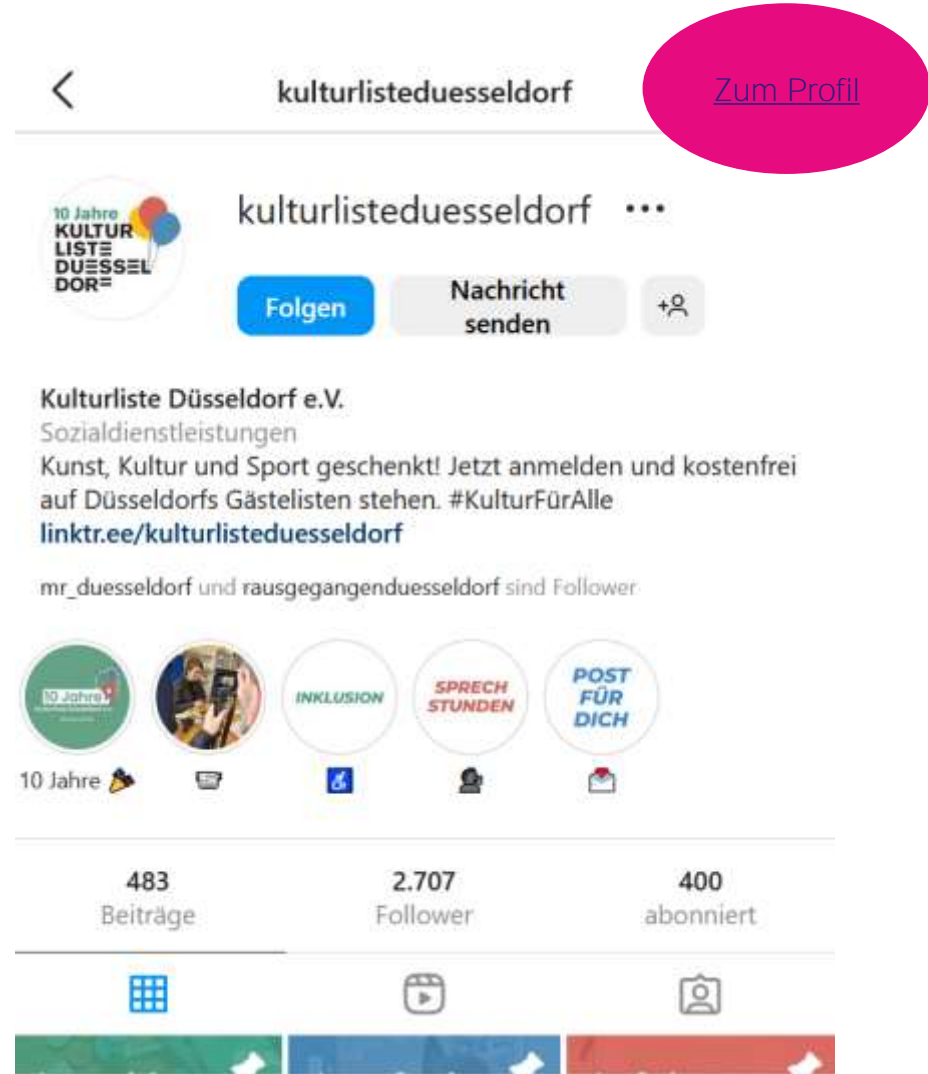
4.493 Follower



Kulturliste Düsseldorf e.V.



2.707
Follower



Zum Profil

Fleischfrei Düsseldorf



2.527
Follower

fleischfreiduesseldorf [Zum Profil](#)

fleischfreiduesseldorf ...

Folgen Nachricht senden

Fleischfrei Düsseldorf
Vegan
Vegetarisch
Düsseldorf
Lieferservice
Catering
#veganfood#fleischfrei_duesseldorf#fleischfreiduesseldorf
0211 9847090
fleischfrei-online.de

rausgegangenduesseldorf ist Follower

Lieferando... Catering

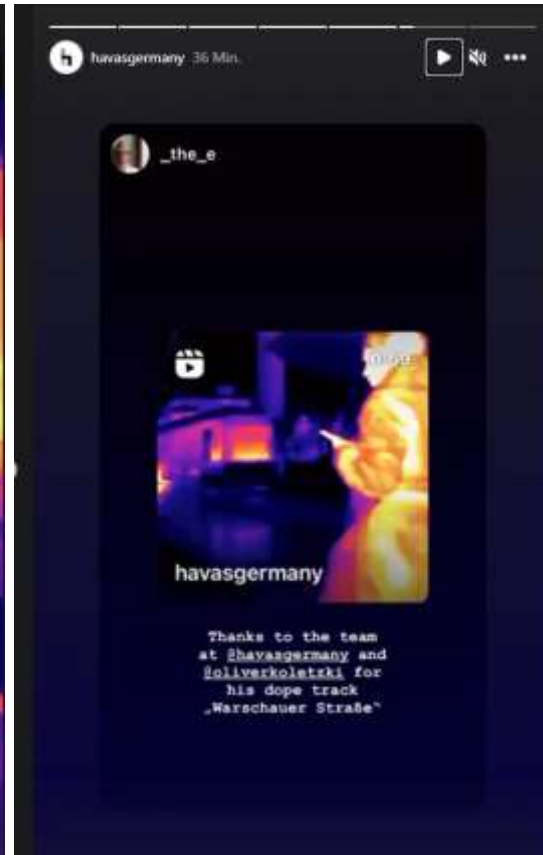
55	2.527	30
Beiträge	Follower	abonniert

Havas Germany

2.209
Follower



Havas Germany



havasgermany [Zum Profil](#)

havasgermany

Gefolgt Nachricht senden

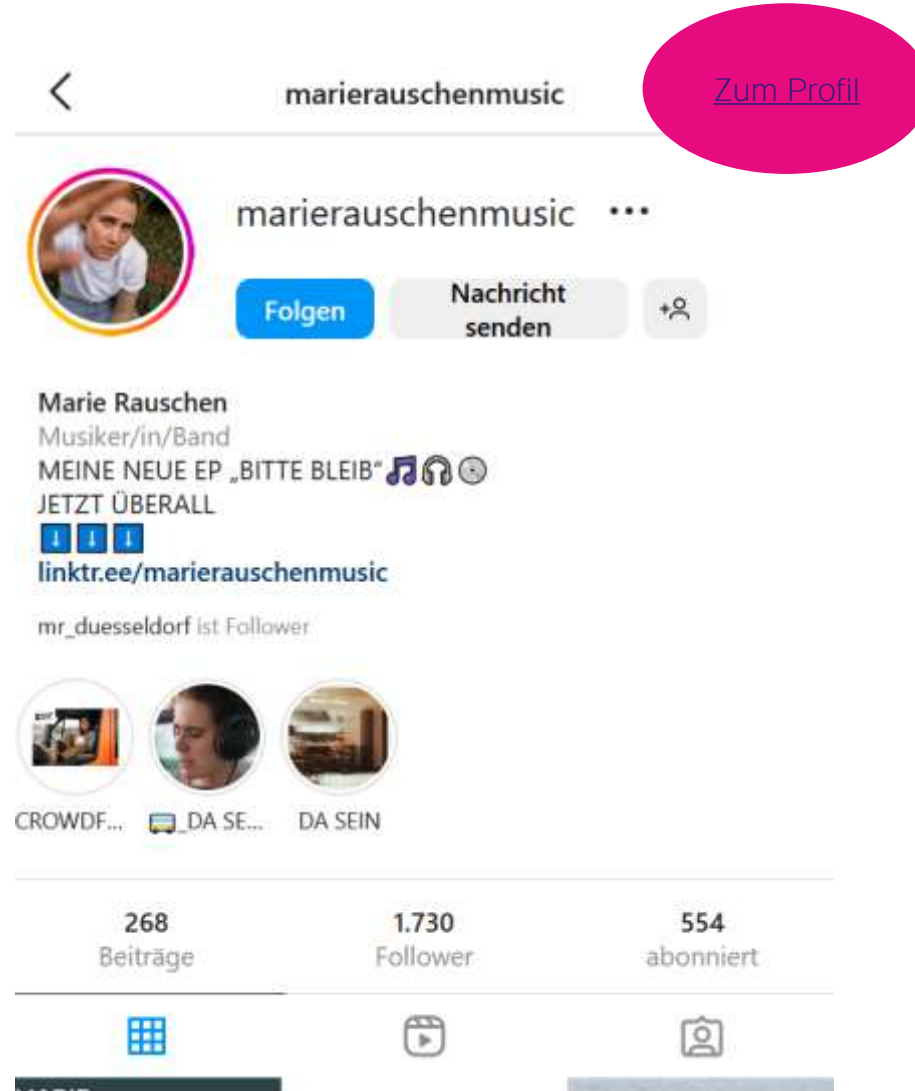
Havas Germany
Werbeagentur
We make a meaningful difference to brands, businesses and people.
... and dogs; @dogsofhavas
linktr.ee/havasgermany

Abonniert von muchas_garcia, jennyandthejennifers, marie.ot und 16 weiteren

Exhibitions Shoot Kicker Awards Ping Pong Diversity

360 Beiträge 2.209 Follower 244 abonniert

Marie Rauschen



Catcalls of Düsseldorf



1.541 Follower



Zum Profil

Franziskustreff

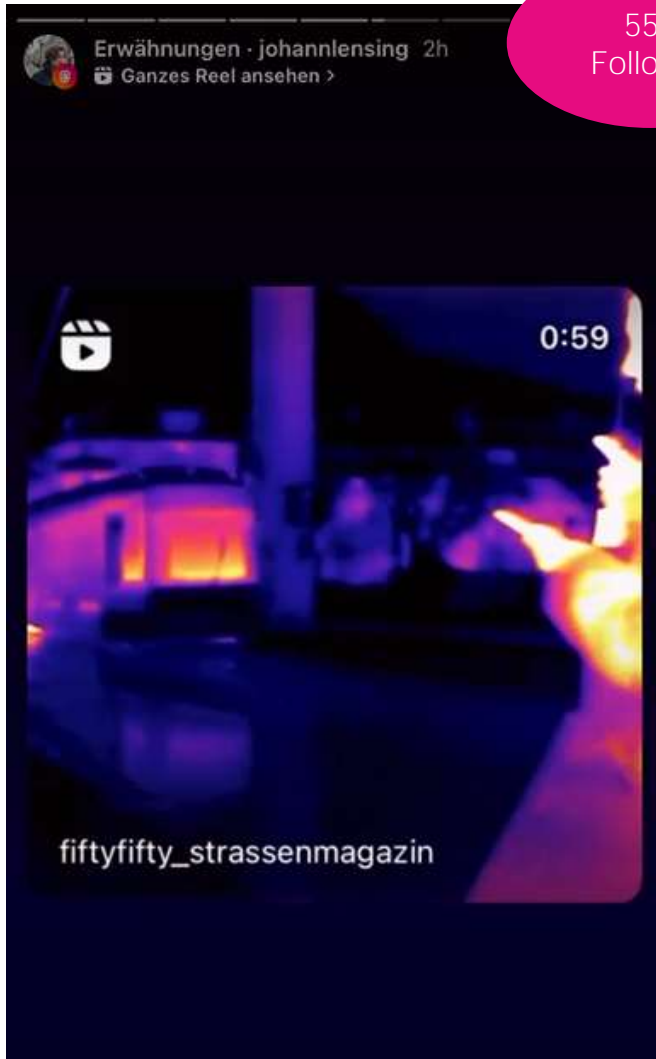


1.470
Follower

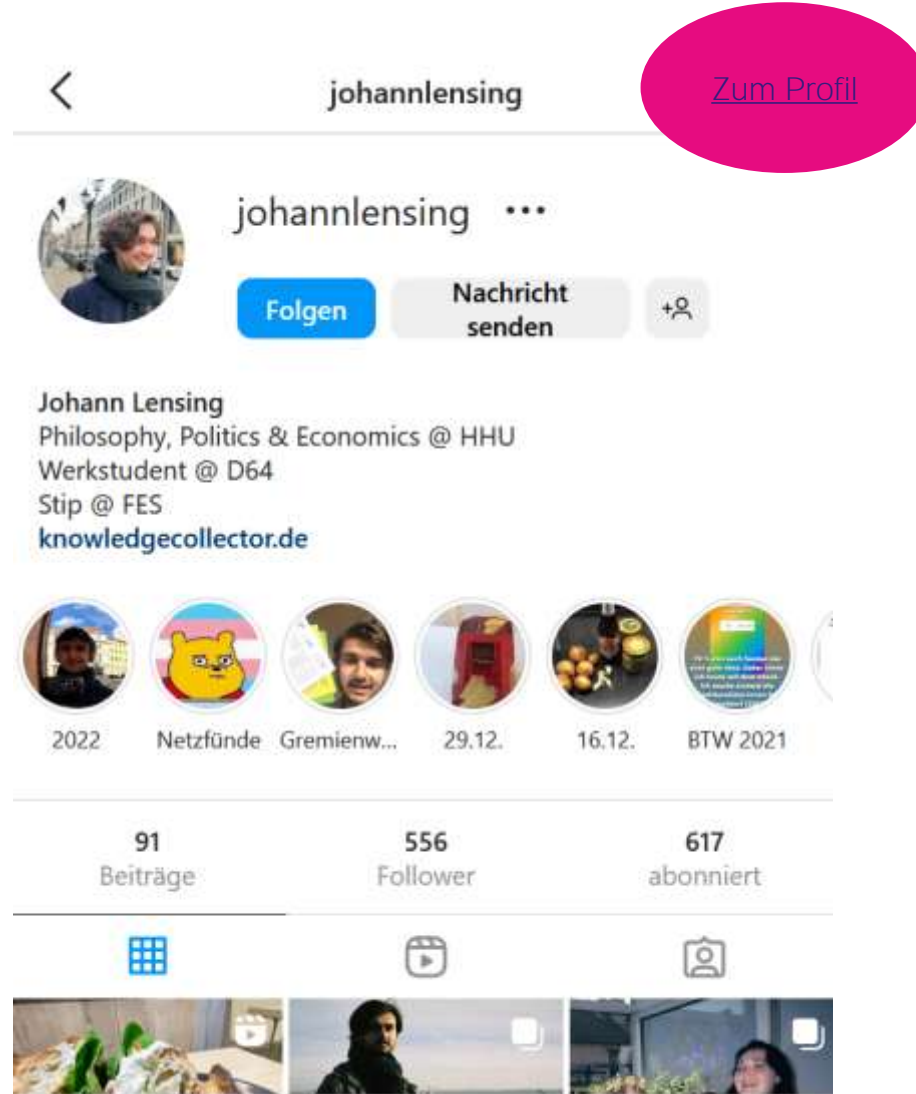
A screenshot of the Instagram profile page for 'franziskustreff'. The profile picture is a logo consisting of a square with four circles inside. The bio states: 'Franziskustreff + Wir servieren Obdachlosen täglich Frühstück und bieten soziale Beratung an + ❤️-lich und diskret + Frankfurt Innenstadt www.franziskustreff.de/spenden/jetzt-spenden'. Below the bio are several story highlights with titles like 'Auf der St...', 'Einblicke', 'Es wirkt', 'Kälte', '#Sichtbark...', and 'Weihnacht...'. At the bottom, statistics show 648 Beiträge, 1.470 Follower, and 408 abonniert. A pink oval callout points to the 'Zum Profil' link.

Zum Profil

Johann Lensing



556
Follower



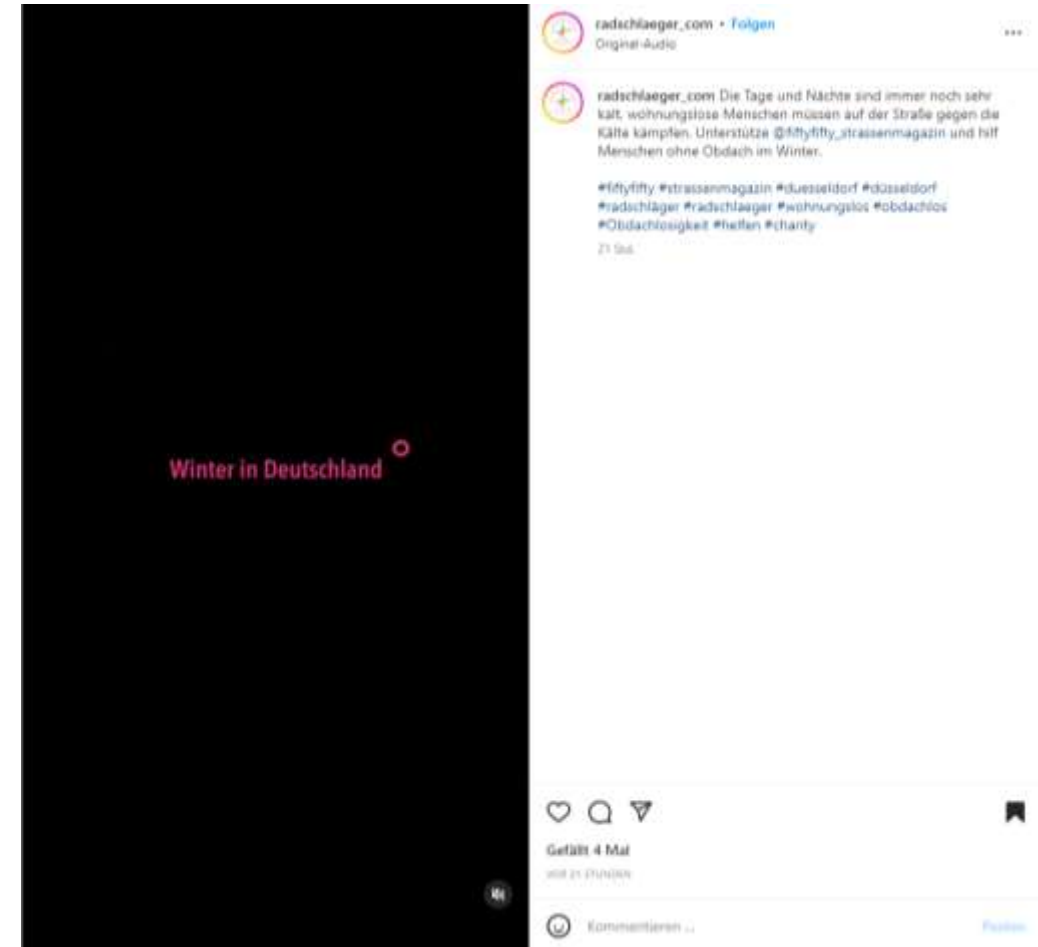
Zum Profil

Radschläger

478
Follower



19 Likes



Radschläger



radschlaeger_com • Folgen

Bei diesem kalten Wetter mit Schnee und Frost wollen wir euch nochmal an die Kampagne von @fiftyfifty_strassenmagazin erinnern und sensibilisieren. Auf deinem Weg nach Hause bist du vielleicht nur kurz in der Kälte - andere Menschen, die wohnungslos sind, können sich der Kälte und Nässe kaum entziehen. Sei achtsam und umsichtig - Düsseldorfer für Düsseldorfer. Mit dem Kauf eines fiftyfifty Straßenmagazins kannst du wohnungslose Menschen unterstützen, aber auch ein heißes Getränk und auch ein paar warme Worte können manchmal helfen.

#fiftyfifty #straßenmagazin #kälte #winter #radschläger #radschlaeger

♥ 💬 📌

Gefällt 6 Mal

VOR 2 STUNDEN

😊 Kommentieren ...

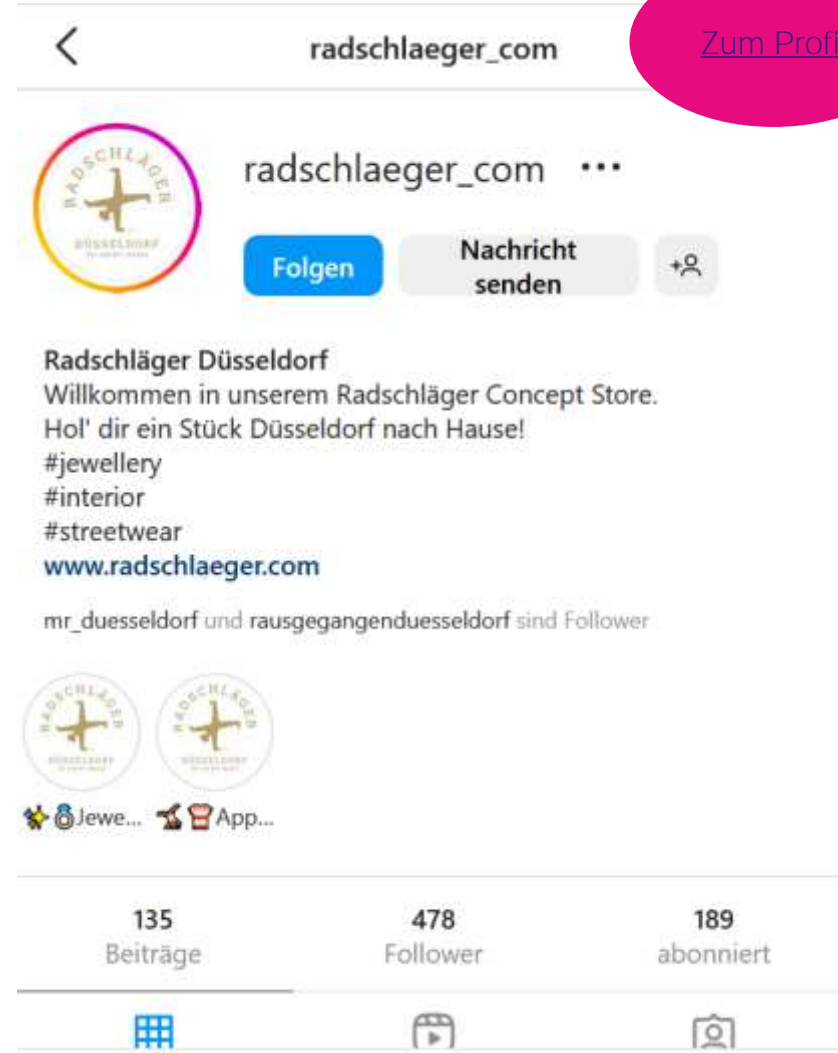
8 Likes

Radschläger



24 Likes

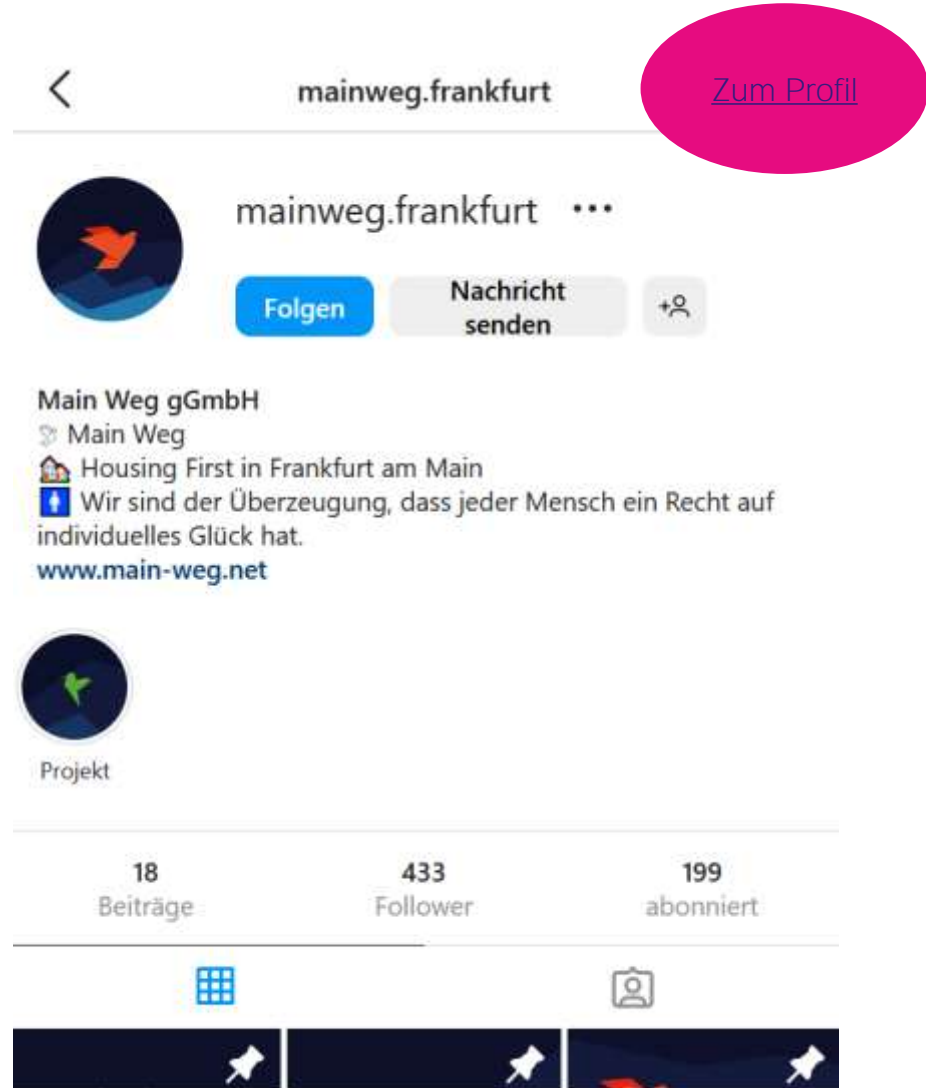
Zum Profil



Main Weg GmbH

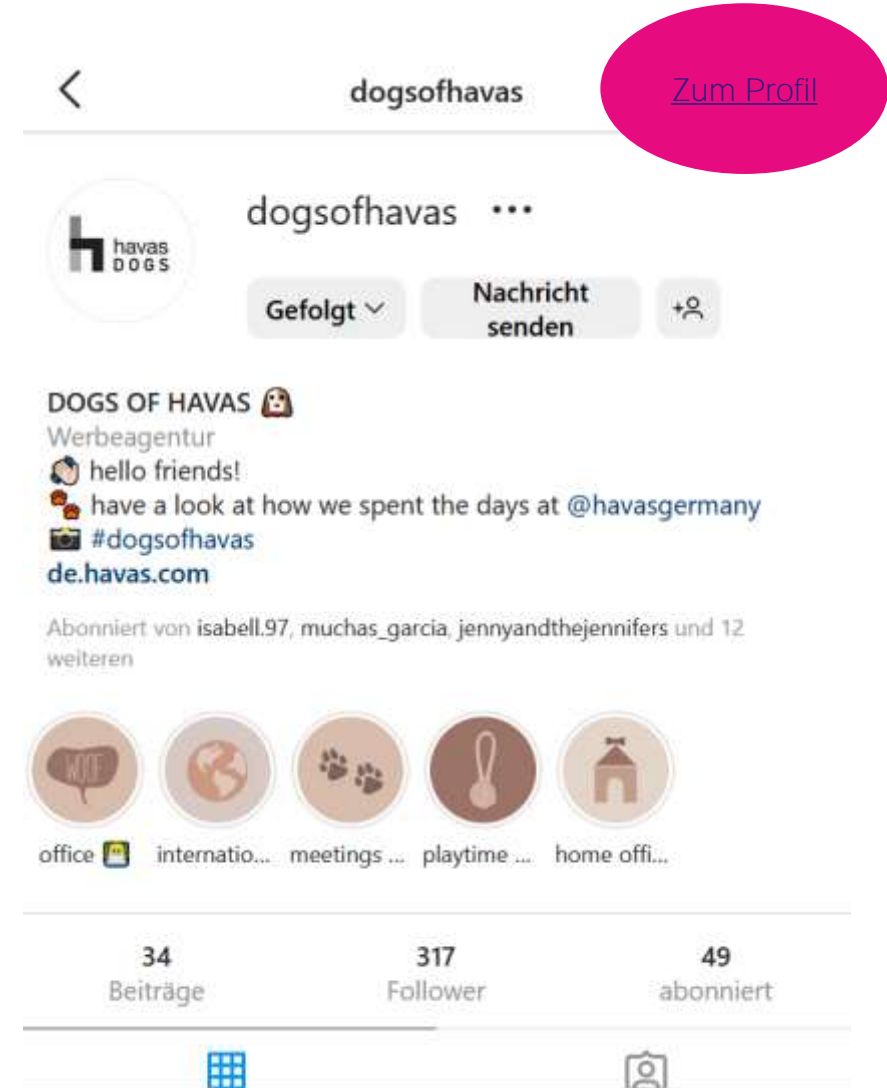


433
Follower

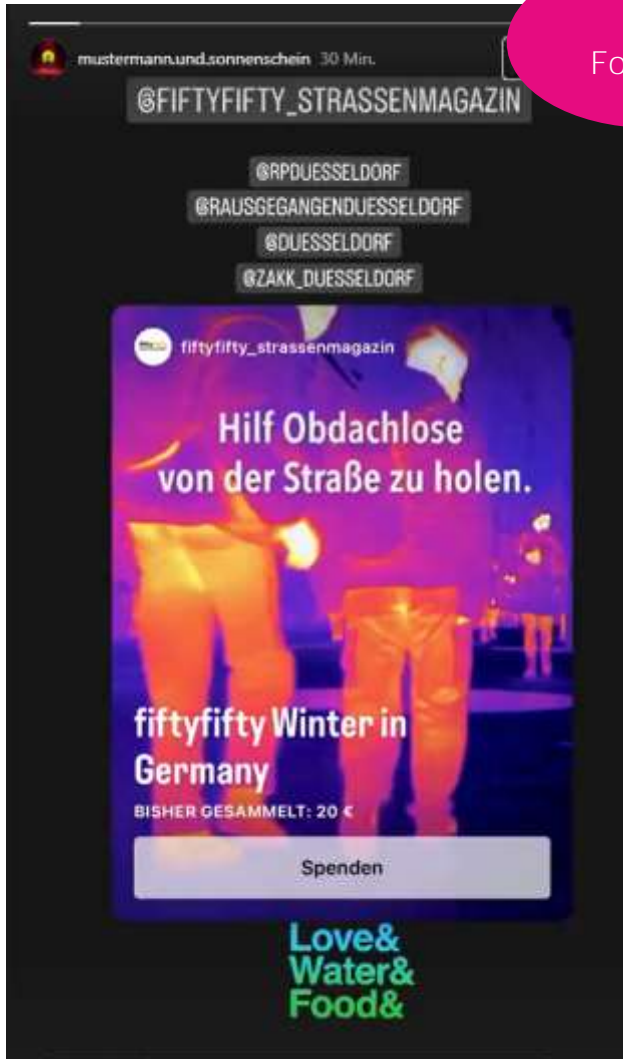


Dogs of Havas

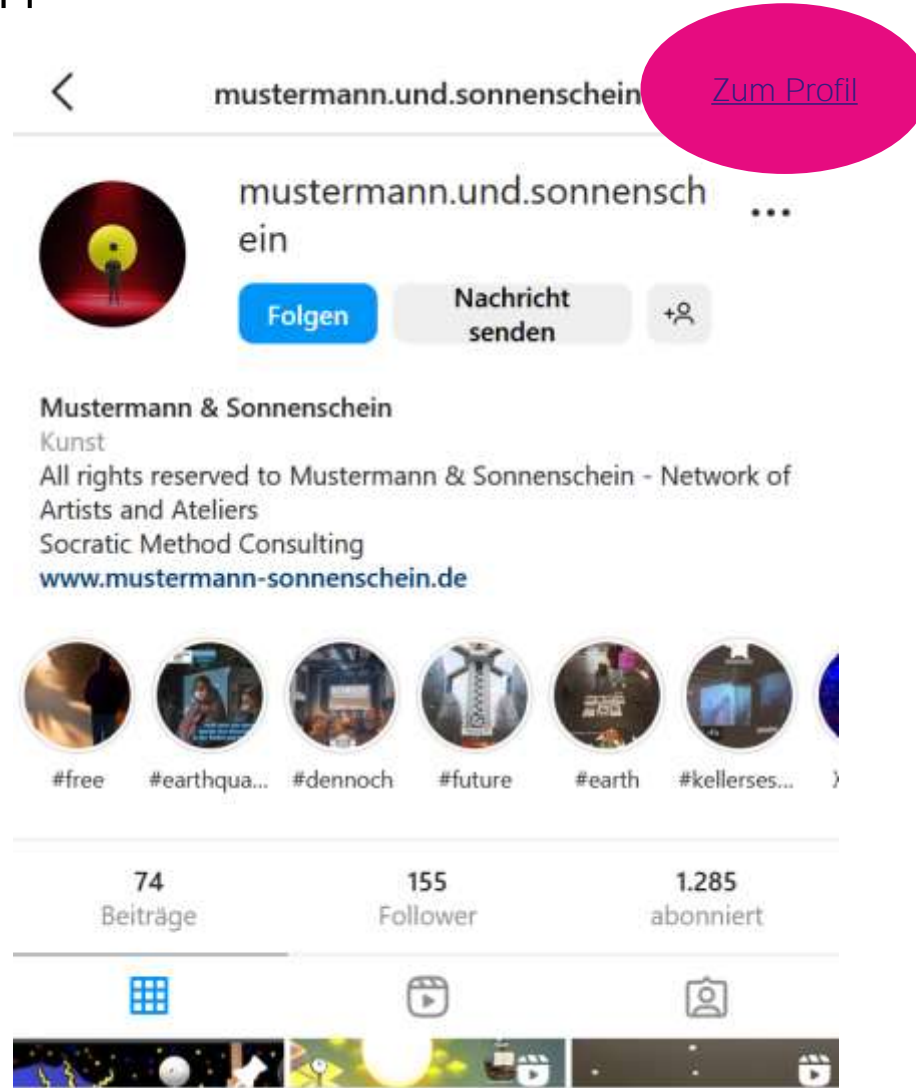
fiftyfifty



Mustermann & Sonnenschein



155 Follower



Zum Profil

Freiraum Hamburg e.V.



139
Follower

abrigado.freiraum.hamburg [Zum Profil](#)

Freiraum Hamburg e.V.
Niedrigschwellige akzeptanzorientierte Beratungsstelle für Menschen, die Drogen gebrauchen.
Datenschutz & mehr:
629763e60ace6.site123.me

Stellenang... Über uns unterstütz...

9 Beiträge 139 Follower 112 abonniert

h ▪ Radio

Antenne Düsseldorf

DÜSSELDORF - "FIFTYFIFTY" RÜTTELT MIT KAMPAGNE AUF

Veröffentlicht: Samstag, 11.02.2023 07:41

Vielen Menschen in Düsseldorf ist die aktuelle Kampagne des Straßenmagazins fiftyfifty schon aufgefallen: Auf Plakaten, in Kinospots und auf einer Hauswand in Flingern sind Motive mit Obdachlosen zu sehen.



Das Besondere: Die Bilder sind mit einer Wärmebildkamera aufgenommen worden. Das heißt: Andere Menschen auf den Bildern fallen mehr auf, weil sie - aufgrund ihrer normalen Körpertemperatur - rot sind. Die Obdachlosen sieht man erst auf den zweiten Blick, weil sie unterkühlt - und somit blau sind. Das soll auch die "soziale Kälte" gegenüber obdachlosen Menschen zeigen, heißt es von fiftyfifty. Die Kampagne sei während der Frostperiode geschaltet worden, um dazu aufzufordern, einen zweiten Blick auf seine Mitmenschen zu werfen und zu helfen.

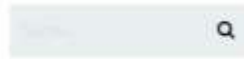
[Zum Link](#)

h ▪ Presse

HORIZONT

HORIZONT

Neue Kampagne: Havas und FiftyFifty zeigen, w...



NEUE KAMPAGNE

Havas und FiftyFifty zeigen, wie hart der Winter für Obdachlose in Deutschland ist

von Bärbel Unckrich
Freitag, 10. Februar 2023

Die Düsseldorfer Agentur Havas macht mit einer neuen Kampagne für das Straßenmagazin Fiftyfifty auf die lebensbedrohliche Lage von obdachlosen Menschen in kalten Winternächten aufmerksam. Der Grund dafür ist erschreckend: In den vergangenen zehn Jahren ist die Zahl der erfrorenen Obdachlosen in Deutschland um 500 Prozent gestiegen (Quelle: Bundesarbeitsgemeinschaft für Wohnungslosenhilfe).



Der Auftritt dreht sich darum, dass es Obdachlosen im Winter nicht einfach nur an warmer Kleidung oder einem Dach über dem Kopf fehlt, sondern auch an sozialer Wärme und Aufmerksamkeit durch die Menschen. Um für dieses Thema zu sensibilisieren wurden Wärmebildaufnahmen von Orten in Düsseldorf gemacht, an denen sich reale Obdachlose im freien Raum aufhalten. Allerdings wird die Aufmerksamkeit des Betrachters automatisch auf die warmen, durch die Wärmebilder orange-rot gekennzeichneten Passanten gelenkt, die achtlos an den Obdachlosen vorbeiziehen.

Die wohnungslosen Menschen verschmelzen aufgrund ihrer eigenen, unterkühlten Körpertemperatur farblich mit der kalten, bläulich charakterisierten Umgebung. Die Agentur spielt dabei bewusst mit einer Doppeldeutigkeit: Es geht nicht nur um ein visuelles Verschwinden, das hier aufgezeigt wird, sondern vielmehr um das gesellschaftliche: Obdachlose werden in ihrer lebensbedrohlichen Lage schlichtweg übersehen.

HORIZONT

FiftyFifty-Gründer **Hubert Ostendorf** erklärt: "Obdachlosigkeit ist die krasseste Form von Armut. Erst recht in einem reichen Land wie Deutschland. Auf diesen Skandal weist die Kampagne von Havas Germany für Fiftyfifty eindrucksvoll hin. Wir wollen damit aufrütteln und zu Unterstützung durch Zivilgesellschaft und Politik aufrufen. Denn Obdachlosigkeit lässt sich überwinden, indem wir Menschen von der Straße eine Wohnung geben – so, wie wir es über 80-mal mit unserem Programm 'Housing First' getan haben."

"Es sind eindringliche Momentaufnahmen, die uns erst auf den zweiten Blick anregen können, umzudenken. Ein Effekt, der uns auf frischer Tat dabei ertappt, dass wir nicht gut genug hinsehen – obwohl wir es könnten", fügt **Eric Schoeffler**, CCO Havas Germany hinzu. "Wir hoffen, dass wir mit dieser Maßnahme viele Menschen erreichen und für die lebensgefährliche Lage von obdachlosen Menschen sensibilisieren können."

Die Kampagne "Winter in Deutschland" ist im Düsseldorfer Raum als (D)OOH- und Print Kampagne zu sehen. Außerdem kommen Kino-Spots zum Einsatz, die mit Musik des Berliner Star-DJs Oliver Koletzki untermalt sind. Ein aufwendig gestaltetes Mural, das großflächig in Düsseldorf-Flingern zu sehen ist, rund die Kampagne ab. Havas engagiert sich schon seit Jahren für FiftyFifty und hat bereits in der Vergangenheit mit seinen Auftritt für Gesprächsstoff und den einen oder anderen Kreativpreis gesorgt. *bu*

FiftyFifty "Winter in Germany"



[Zum Link](#)

Düsseldorf

Fiftyfifty und Havas machen soziale Kälte gegenüber Obdachlosen sichtbar

Obdachlose in Deutschland sind im hiesigen Winter lebensbedrohlichen Situationen ausgesetzt und werden doch oft übersehen. Havas und das Magazin Fiftyfifty stellen daher unsere Wahrnehmung auf den Prüfstand. Mit Musik von Oliver Koletzki.



In den vergangenen zehn Jahren ist die Zahl der erfrorenen Obdachlosen in Deutschland um drastische 500 Prozent gestiegen. Und Tage und Nächte mit hartem Frost sind immer noch bittere Realität. Eine Realität, die immer mehr Obdachlosen zum Verhängnis wird und für die das gesellschaftliche Bewusstsein nicht hinreichend geschärft ist. Um auf dieses soziale Problem aufmerksam zu machen, zeigen das von obdachlosen Menschen vertriebene, Düsseldorfer Straßenmagazin Fiftyfifty und Havas Germany nun eindrucksvolle Aufnahmen.



life PR





"Winter in Deutschland": Wärmebild-Kampagne macht soziale Kälte gegenüber Obdachlosen sichtbar

(lifePR) (Düsseldorf, 09.02.2023) Das Düsseldorfer Straßenmagazin fiftyfifty und Havas Germany führen in ihrer bildstarken Kampagne „Winter in Deutschland“ vor Augen, welcher lebensbedrohlichen Lage obdachlose Menschen im hiesigen Winter ausgesetzt sind. Dabei zeigen Wärmebildaufnahmen echter Szenarien, wie unterkühlte Wohnungslose buchstäblich übersehen werden und stellen dabei die eigene Wahrnehmung auf den Prüfstand.

In den vergangenen 10 Jahren ist die Zahl der erfrorenen Obdachlosen in Deutschland um drastische 500%* gestiegen. Denn hingegen der Annahme, dass der Klimawandel uns ausschließlich wärmere Winter beschert, steigen gleichermaßen die Tage und Nächte mit hartem Frost. Eine Realität, die immer mehr Obdachlosen zum ultimativen Verhängnis wird und für die das gesellschaftliche Bewusstsein nicht hinreichend geschärft ist. Denn während der eisigen Kälte benötigt der menschliche Körper ausreichend Schutz und Wärme – ob durch warme Kleidung oder nur kurze Aufenthalte im Freien. Diese Schutzmaßnahmen sind für obdachlose Menschen bei den Extremtemperaturen nicht zugänglich und Kompensationsmaßnahmen wie Alkohol nicht nur wirkungslos, sondern tückisch. Dabei ist im Winter nicht nur die fehlende Körperwärme verhängnisvoll, sondern gleichermaßen die zu oft ausbleibende soziale Wärme und Aufmerksamkeit durch Mitmenschen. Um auf dieses soziale Problem aufmerksam zu machen, zeigen das von obdachlosen Menschen vertriebene, Düsseldorfer Straßenmagazin fiftyfifty und Havas Germany nun eindrucksvolle Aufnahmen, die zum Selbsttest einladen.

Für „Winter in Deutschland“ wurden Wärmebildaufnahmen von Orten in Düsseldorf gemacht, an denen sich reale Obdachlose im freien Raum aufhalten. Doch die Aufmerksamkeit liegt unweigerlich auf den warmen, durch die Wärmebilder orange-rot gekennzeichneten Passanten, die an den Obdachlosen vorbeiziehen. Die obdachlosen Menschen jedoch verschmelzen aufgrund ihrer eigenen, unterkühlten Körpertemperatur farblich mit der kalten, bläulich charakterisierten Umgebung. Dabei ist es nicht nur ein visuelles Verschwinden, das aufgezeigt wird, sondern vielmehr das gesellschaftliche: Obdachlose Menschen werden in ihrer lebensbedrohlichen Lage schlichtweg übersehen.

Hubert Ostendorf, Gründer von fiftyfifty: „Obdachlosigkeit ist die krasseste Form von Armut. Erst recht in einem reichen Land wie Deutschland. Auf diesen Skandal weist die Kampagne von Havas Germany für fiftyfifty eindrucksvoll hin. Wir wollen damit aufrütteln und zu Unterstützung durch Zivilgesellschaft und Politik aufrufen. Denn Obdachlosigkeit lässt sich überwinden, indem wir Menschen von der Straße eine Wohnung geben – so, wie wir es über 80 Mal mit unserem Programm „Housing First“ getan haben.“

„Es sind eindringliche Momentaufnahmen, die uns erst auf den zweiten Blick anregen können, umzudenken. Ein Effekt, der uns auf frischer Tat dabei ertappt, dass wir nicht gut genug hinsehen – obwohl wir es könnten“, fügt Eric Schoeffler, CCO Havas Germany und ECD Europe, hinzu. „Wir hoffen, dass wir mit dieser Maßnahme viele Menschen erreichen und für die lebensgefährliche Lage von obdachlosen Menschen sensibilisieren können.“

„Winter in Deutschland“ ist weitflächig im Düsseldorfer Raum zu sehen – von (D)OOH und Print über geschaltete Kino-Spots mit Musik des Berliner Star-DJs Oliver Koletzki bis hin zu einem aufwendig gestalteten Mural, das großflächig in Düsseldorf-Flingern zu sehen ist. Die Kampagne wurde während der deutschen Frostperiode geschaltet, um akut dazu aufzufordern, einen zweiten Blick auf seine Mitmenschen zu riskieren und zu helfen.

[Zum Link](#)

Im Mittelstand



STARTSEITE SERVICE »

Suchen...

NEUESTE BEITRÄGE

- 25 Ostinspektium auf der Burg Starikow
- Es ist Zeit für neue Abenteuer – Erlebnisangebote 2023 in Bad Liebenzell
- Rechtsschutzversicherer mit hoher Kundenorientierung



„Winter in Deutschland“: Wärmebild-Kampagne macht soziale Kälte gegenüber Obdachlosen sichtbar

7. Februar 2023 Firma Havas Germany Medien

Das Düsseldorfer Straßenmagazin fiftyfifty und Havas Germany führen in ihrer bildstarken Kampagne „Winter in Deutschland“ vor Augen, welcher lebensbedrohlichen Lage obdachlose Menschen im hiesigen Winter ausgesetzt sind. Dabei zeigen Wärmebilddaufnahmen echter Szenarien, wie unterkühlte Wohnungslose buchstäblich übersehen werden und stellen dabei die eigene Wahrnehmung auf den Prüfstand.

In den vergangenen 10 Jahren ist die Zahl der erfrorenen Obdachlosen in Deutschland um drastische 500%⁹ gestiegen. Denn hingegen der Annahme, dass der Klimawandel uns ausschließlich wärmere Winter beschert, steigen gleichermaßen die Tage und Nächte mit hartem Frost. Eine Realität, die immer mehr Obdachlosen zum ultimativen Verhängnis wird und für die das gesellschaftliche Bewusstsein nicht hinreichend geschärft ist. Denn während der eisigen Kälte benötigt der menschliche Körper ausreichend Schutz und Wärme – ob durch warme Kleidung oder nur kurze Aufenthalte im Freien. Diese Schutzmaßnahmen sind für obdachlose Menschen bei den Extremtemperaturen nicht zugänglich und Kompensationsmaßnahmen wie Alkohol nicht nur wirkungslos, sondern tödlich. Dabei ist im Winter nicht nur die fehlende Körperwärme

verhängnisvoll, sondern gleichermaßen die zu oft ausbleibende soziale Wärme und Aufmerksamkeit durch Mitmenschen. Um auf dieses soziale Problem aufmerksam zu machen, zeigen das von obdachlosen Menschen vertriebene, Düsseldorfer Straßenmagazin fiftyfifty und Havas Germany nun eindrucksvolle Aufnahmen, die zum Selbsttest einladen.

Für „Winter in Deutschland“ wurden Wärmebilddaufnahmen von Orten in Düsseldorf gemacht, an denen sich reale Obdachlose im freien Raum aufhalten. Doch die Aufmerksamkeit liegt unweigerlich auf den warmen, durch die Wärmebilder orange-rot gekennzeichneten Passanten, die an den Obdachlosen vorbeiziehen. Die obdachlosen Menschen jedoch verschmelzen aufgrund ihrer eigenen, unterkühlten Körpertemperatur farblich mit der kalten, bläulich charakterisierten Umgebung. Dabei ist es nicht nur ein visuelles Verschwinden, das aufgezeigt wird, sondern vielmehr das gesellschaftliche: Obdachlose Menschen werden in ihrer lebensbedrohlichen Lage schlichtweg übersehen.

Hubert Ostendorf, Gründer von fiftyfifty: „Obdachlosigkeit ist die krasseste Form von Armut. Erst recht in einem reichen Land wie Deutschland. Auf diesen Skandal weist die Kampagne von Havas Germany für fiftyfifty eindrucksvoll hin. Wir wollen damit aufrütteln und zu Unterstützung durch Zivilgesellschaft und Politik aufrufen. Denn Obdachlosigkeit lässt sich überwinden, indem wir Menschen von der Straße eine Wohnung geben – so, wie wir es über 80 Mal mit unserem Programm „Housing First“ getan haben.“

„Es sind eindringliche Momentaufnahmen, die uns erst auf den zweiten Blick anregen können, umzudenken. Ein Effekt, der uns auf frischer Tat dabei ertappt, dass wir nicht gut genug hinsehen – obwohl wir es könnten“, fügt Eric Schoeffler, CCO Havas Germany und ECD Europe, hinzu. „Wir hoffen, dass wir mit dieser Maßnahme viele Menschen erreichen und für die lebensgefährliche Lage von obdachlosen Menschen sensibilisieren können.“

„Winter in Deutschland“ ist weitflächig im Düsseldorfer Raum zu sehen – von (D)OOH und Print über geschaltete Kino-Spots mit Musik des Berliner Star-DJs Oliver Koletzki bis hin zu einem aufwendig gestalteten Mural, das großflächig in Düsseldorf-Flingern zu sehen ist. Die Kampagne wurde während der deutschen Frostperiode geschaltet, um akut dazu aufzufordern, einen zweiten Blick auf seine Mitmenschen zu riskieren und zu helfen.



Deutscher Presseindex

„WINTER IN DEUTSCHLAND“: WÄRMEBILD-KAMPAGNE MACHT SOZIALE KÄLTE GEGENÜBER OBdachLOSEN SICHTBAR

Firma Havas Germany © 9. Februar 2023

No comments

Das Düsseldorfer Straßenmagazin fiftyfifty und Havas Germany führen in ihrer bildstarken Kampagne „Winter in Deutschland“ vor Augen, welcher lebensbedrohlichen Lage obdachlose Menschen im hiesigen Winter ausgesetzt sind. Dabei zeigen Wärmebildaufnahmen echter Szenarien, wie unterkühlte Wohnungslose buchstäblich übersehen werden und stellen dabei die eigene Wahrnehmung auf den Prüfstand.

In den vergangenen 10 Jahren ist die Zahl der erfrorenen Obdachlosen in Deutschland um drastische 500%* gestiegen. Denn hingegen der Annahme, dass der Klimawandel uns ausschließlich wärmere Winter beschert, steigen gleichermaßen die Tage und Nächte mit hartem Frost. Eine Realität, die immer mehr Obdachlosen zum ultimativen Verhängnis wird und für die das gesellschaftliche Bewusstsein nicht hinreichend geschärft ist. Denn während der eisigen Kälte benötigt der menschliche Körper ausreichend Schutz und Wärme – ob durch warme Kleidung oder nur kurze Aufenthalte im Freien. Diese Schutzmaßnahmen sind für obdachlose Menschen bei den Extremtemperaturen nicht zugänglich und Kompensationsmaßnahmen wie Alkohol nicht nur wirkungslos, sondern tückisch. Dabei ist im Winter nicht nur die fehlende Körperwärme verhängnisvoll, sondern gleichermaßen die zu oft ausbleibende soziale Wärme und Aufmerksamkeit durch Mitmenschen. Um auf dieses soziale Problem aufmerksam zu machen, zeigen das von obdachlosen Menschen vertriebene, Düsseldorfer Straßenmagazin fiftyfifty und Havas Germany nun eindrucksvolle Aufnahmen, die zum Selbsttest einladen.

Für „Winter in Deutschland“ wurden Wärmebildaufnahmen von Orten in Düsseldorf gemacht, an denen sich reale Obdachlose im freien Raum aufhalten. Doch die Aufmerksamkeit liegt unweigerlich auf den warmen, durch die Wärmebilder orange-rot gekennzeichneten Passanten, die an den Obdachlosen vorbeiziehen. Die obdachlosen Menschen jedoch verschmelzen aufgrund ihrer eigenen, unterkühlten Körpertemperatur farblich mit der kalten, bläulich charakterisierten Umgebung. Dabei ist es nicht nur ein visuelles Verschwinden, das aufgezeigt wird, sondern vielmehr das gesellschaftliche: Obdachlose Menschen werden in ihrer lebensbedrohlichen Lage schlichtweg übersehen.

Hubert Ostendorf, Gründer von fiftyfifty: „Obdachlosigkeit ist die krasseste Form von Armut. Erst recht in einem reichen Land wie Deutschland. Auf diesen Skandal weist die Kampagne von Havas Germany für fiftyfifty eindrucksvoll hin. Wir wollen damit aufrütteln und zu Unterstützung durch Zivilgesellschaft und Politik aufrufen. Denn Obdachlosigkeit lässt sich überwinden, indem wir Menschen von der Straße eine Wohnung geben – so, wie wir es über 80 Mal mit unserem Programm „Housing First“ getan haben.“

„Es sind eindringliche Momentaufnahmen, die uns erst auf den zweiten Blick anregen können, umzudenken. Ein Effekt, der uns auf frischer Tat dabei ertappt, dass wir nicht gut genug hinsehen – obwohl wir es könnten“, fügt Eric Schoeffler, CCO Havas Germany und ECD Europe, hinzu. „Wir hoffen, dass wir mit dieser Maßnahme viele Menschen erreichen und für die lebensgefährliche Lage von obdachlosen Menschen sensibilisieren können.“

„Winter in Deutschland“ ist weitflächig im Düsseldorfer Raum zu sehen – von (D)OOH und Print über geschaltete Kino-Spots mit Musik des Berliner Star-DJs Oliver Koletzki bis hin zu einem aufwendig gestalteten Mural, das großflächig in Düsseldorf-Flingern zu sehen ist. Die Kampagne wurde während der deutschen Frostperiode geschaltet, um akut dazu aufzufordern, einen zweiten Blick auf seine Mitmenschen zu riskieren und zu helfen.

[Zum Link](#)

GWA



Wärmebild-Kampagne macht soziale Kälte gegenüber Obdachlosen sichtbar

"Winter in Deutschland"

Düsseldorf, 09. Februar 2023 – Das Düsseldorfer Straßenmagazin fiftyfifty und Havas Germany führen in ihrer bildstarken Kampagne „Winter in Deutschland“ vor Augen, welcher lebensbedrohlichen Lage obdachlose Menschen im hiesigen Winter ausgesetzt sind. Dabei zeigen Wärmebildaufnahmen echter Szenarien, wie unterkühlte Wohnungslose buchstäblich übersehen werden und stellen dabei die eigene Wahrnehmung auf den Prüfstand.

In den vergangenen 10 Jahren ist die Zahl der erfrorenen Obdachlosen in Deutschland um drastische 500 %* gestiegen. Denn hingegen der Annahme, dass der Klimawandel uns ausschließlich wärmere Winter beschert, steigen gleichermaßen die Tage und Nächte mit hartem Frost. Eine Realität, die immer mehr Obdachlosen zum ultimativen Verhängnis wird und für die das gesellschaftliche Bewusstsein nicht hinreichend geschärft ist. Denn während der eisigen Kälte benötigt der menschliche Körper ausreichend Schutz und Wärme – ob durch warme Kleidung oder nur kurze Aufenthalte im Freien. Diese Schutzmaßnahmen sind für obdachlose Menschen bei den Extremtemperaturen nicht zugänglich und Kompensationsmaßnahmen wie Alkohol nicht nur wirkungslos, sondern tückisch. Dabei ist im Winter nicht nur die fehlende Körperwärme verhängnisvoll, sondern gleichermaßen die zu oft ausbleibende soziale Wärme und Aufmerksamkeit durch Mitmenschen. Um auf dieses soziale Problem aufmerksam zu machen, zeigen das von obdachlosen Menschen vertriebene, Düsseldorfer Straßenmagazin fiftyfifty und Havas Germany nun eindrucksvolle Aufnahmen, die zum Selbsttest einladen.

GWA

Für „Winter in Deutschland“ wurden Wärmebildaufnahmen von Orten in Düsseldorf gemacht, an denen sich reale Obdachlose im freien Raum aufhalten. Doch die Aufmerksamkeit liegt unweigerlich auf den warmen, durch die Wärmebilder orange-rot gekennzeichneten Passanten, die an den Obdachlosen vorbeiziehen. Die obdachlosen Menschen jedoch verschmelzen aufgrund ihrer eigenen, unterkühlten Körpertemperatur farblich mit der kalten, bläulich charakterisierten Umgebung. Dabei ist es nicht nur ein visuelles Verschwinden, das aufgezeigt wird, sondern vielmehr das gesellschaftliche: Obdachlose Menschen werden in ihrer lebensbedrohlichen Lage schlichtweg übersehen.

Hubert Ostendorf, Gründer von fiftyfifty: „Obdachlosigkeit ist die krasseste Form von Armut. Erst recht in einem reichen Land wie Deutschland. Auf diesen Skandal weist die Kampagne von Havas Germany für fiftyfifty eindrucksvoll hin. Wir wollen damit aufrütteln und zu Unterstützung durch Zivilgesellschaft und Politik aufrufen. Denn Obdachlosigkeit lässt sich überwinden, indem wir Menschen von der Straße eine Wohnung geben – so, wie wir es über 80 Mal mit unserem Programm „Housing First“ getan haben.“

„Es sind eindringliche Momentaufnahmen, die uns erst auf den zweiten Blick anregen können, umzudenken. Ein Effekt, der uns auf frischer Tat dabei ertappt, dass wir nicht gut genug hinsehen – obwohl wir es könnten“, fügt **Eric Schoeffler**, CCO Havas Germany und ECD Europe, hinzu. „Wir hoffen, dass wir mit dieser Maßnahme viele Menschen erreichen und für die lebensgefährliche Lage von obdachlosen Menschen sensibilisieren können.“

„Winter in Deutschland“ ist weitflächig im Düsseldorfer Raum zu sehen – von (D)OOH und Print über geschaltete Kino-Spots mit Musik des Berliner Star-DJs Oliver Koletzki bis hin zu einem aufwendig gestalteten Mural, das großflächig in Düsseldorf-Flingern zu sehen ist. Die Kampagne wurde während der deutschen Frostperiode geschaltet, um akut dazu aufzufordern, einen zweiten Blick auf seine Mitmenschen zu riskieren und zu helfen.

[Zum Link](#)

Pharma Relations

The screenshot shows the Pharma Relations website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Startseite', 'Unser', 'Politik', 'Dienstleister', 'Unternehmen', 'Medien', and 'Fakten'. Below this is another row with 'Unser Profil', 'Stellenmarkt', and 'Editorial'. The main content area features an 'Editorial' section with a profile picture of a woman and the text 'Editorial 01-02/2023' and 'Das Redaktionsteam der Pharma Relations wächst ...'. The main article is titled 'Bis zu 3000 Seitenaufrufe täglich' and 'Wärmebild-Kampagne macht soziale Kälte sichtbar'. The article text discusses the 'Winter in Deutschland' campaign by fiftyfifty and Havas Germany, highlighting the plight of homeless people in winter and the effectiveness of heat image campaigns in raising awareness.

In den vergangenen 10 Jahren ist laut Bundesarbeitsgemeinschaft für Wohnungslosenhilfe die Zahl der erfrorenen Obdachlosen in Deutschland um drastische 500 % gestiegen. Denn hingegen der Annahme, dass der Klimawandel uns ausschließlich wärmere Winter beschert, steigen gleichermaßen die Tage und Nächte mit hartem Frost. Eine Realität, die immer mehr Obdachlosen zum ultimativen Verhängnis wird und für die das gesellschaftliche Bewusstsein nicht hinreichend geschärft ist. Denn während der eisigen Kälte benötigt der menschliche Körper ausreichend Schutz und Wärme – ob durch warme Kleidung oder nur kurze Aufenthalte im Freien. Diese Schutzmaßnahmen sind für obdachlose Menschen bei den Extremtemperaturen nicht zugänglich und Kompensationsmaßnahmen wie Alkohol nicht nur wirkungslos, sondern tückisch. Dabei ist im Winter nicht nur die fehlende Körperwärme verhängnisvoll, sondern gleichermaßen die zu oft ausbleibende soziale Wärme und Aufmerksamkeit durch Mitmenschen. Um auf dieses soziale Problem aufmerksam zu machen, zeigen das von obdachlosen Menschen vertriebene, Düsseldorfer Straßenmagazin fiftyfifty und Havas Germany nun eindrucksvolle Aufnahmen, die zum Selbsttest einladen.



Für „Winter in Deutschland“ wurden Wärmebildaufnahmen von Orten in Düsseldorf gemacht, an denen sich reale Obdachlose im freien Raum aufhalten. Doch die Aufmerksamkeit liegt unweigerlich auf den warmen, durch die Wärmebilder orange-rot gekennzeichneten Passanten, die an den Obdachlosen vorbeiziehen. Die obdachlosen Menschen jedoch verschmelzen aufgrund ihrer eigenen, unterkühlten Körpertemperatur farblich mit der kalten, bläulich charakterisierten Umgebung. Dabei ist es nicht nur ein visuelles Verschwinden, das aufgezeigt wird, sondern vielmehr das gesellschaftliche: Obdachlose Menschen werden in ihrer lebensbedrohlichen Lage schlichtweg übersehen.

Hubert Ostendorf, Gründer von fiftyfifty: „Obdachlosigkeit ist die krasseste Form von Armut. Erst recht in einem reichen Land wie Deutschland. Auf diesen Skandal weist die Kampagne von Havas Germany für fiftyfifty eindrucksvoll hin. Wir wollen damit aufrütteln und zu Unterstützung durch Zivilgesellschaft und Politik aufrufen. Denn Obdachlosigkeit lässt sich überwinden, indem wir Menschen von der Straße eine Wohnung geben – so, wie wir es über 80 Mal mit unserem Programm „Housing First“ getan haben.“

„Es sind eindringliche Momentaufnahmen, die uns erst auf den zweiten Blick anregen können, umzudenken. Ein Effekt, der uns auf frischer Tat dabei ertappt, dass wir nicht gut genug hinsehen – obwohl wir es könnten“, fügt Eric Schoeffler, CCO Havas Germany und ECD Europe, hinzu. „Wir hoffen, dass wir mit dieser Maßnahme viele Menschen erreichen und für die lebensgefährliche Lage von obdachlosen Menschen sensibilisieren können.“

„Winter in Deutschland“ ist weitflächig im Düsseldorfer Raum zu sehen – von (D)OOH und Print über geschaltete Kino-Spots mit Musik des Berliner Star-DJs Oliver Koletzki bis hin zu einem aufwendig gestalteten Mural, das großflächig in Düsseldorf-Flingern zu sehen ist. Die Kampagne wurde während der deutschen Frostperiode geschaltet, um akut dazu aufzufordern, einen zweiten Blick auf seine Mitmenschen zu riskieren und zu helfen.



NRZ

Neuss-Grevenbroich

Agentur macht Werbung für Fiftyfifty

Eine Kampagne auf die bedrückte Lage von Wohnungslosen im Winter hinweisen

Hoppe Bach und Stadler Neuss

Neuss. Einmal um Düsselstein und zurück, das ist die Idee der Kampagne. Die Agentur hat sich für die bedrückte Lage von Wohnungslosen im Winter entschieden. Eine Kampagne auf die bedrückte Lage von Wohnungslosen im Winter hinweisen. Die Agentur hat sich für die bedrückte Lage von Wohnungslosen im Winter entschieden. Eine Kampagne auf die bedrückte Lage von Wohnungslosen im Winter hinweisen.



Agentur Neuss hat Hoppe Bach und Stadler Neuss

Agentur wirbt gratis für Hilfsorganisation Fiftyfifty

VON ANJA BUCHHEITZ

Die Agentur hat sich für die bedrückte Lage von Wohnungslosen im Winter entschieden. Eine Kampagne auf die bedrückte Lage von Wohnungslosen im Winter hinweisen. Die Agentur hat sich für die bedrückte Lage von Wohnungslosen im Winter entschieden. Eine Kampagne auf die bedrückte Lage von Wohnungslosen im Winter hinweisen.

Thema zu helfen, sagt eine Werbeagentur. Die Agentur hat sich für die bedrückte Lage von Wohnungslosen im Winter entschieden. Eine Kampagne auf die bedrückte Lage von Wohnungslosen im Winter hinweisen. Die Agentur hat sich für die bedrückte Lage von Wohnungslosen im Winter hinweisen.

59% der Originalgröße

Lokales Rheinische Post

14 DÜSSELDORF

Eindruckvolle Kälte-Kampagne

Panz und Eltern pflanzen Bäumchen

Senior (83) rast auf jekken Umzug zu

Obdachlose in der tödlichen Falle

Auto verkauft für Mobility Challenge

Britta Zur zahlt 99-Euro-Knöllchen

RHEINISCHE POST

Agentur Havas wirbt gratis für Fiftyfifty

Düsseldorf. Die Werbeagentur Havas macht erneut eine große Kampagne für die Obdachlosenhilfe Fiftyfifty in Düsseldorf. Das Unternehmen verdient damit kein Geld, sondern will vor allem Aufmerksamkeit für das Thema Kältetod erregen – und Kreativpreise gewinnen.

RP online

Agentur Havas wirbt gratis für Fiftyfifty

Düsseldorf - Die Werbeagentur Havas macht erneut eine große Kampagne für die Obdachlosenhilfe Fiftyfifty in Düsseldorf. Das Unternehmen verdient damit kein Geld, sondern will vor allem Aufmerksamkeit für das Thema Kältetod erregen – und Kreativpreise gewinnen.

Page

Von der Straße: Echte Wärmebilder gegen den Kältetod

23.02.2023 von [Sabine Danak](#) | Lesezeit: ca. 2 Minuten

Um 500 % ist die Zahl erfrorener Obdachloser in Deutschland in den letzten 10 Jahren gestiegen. Mit Wärmebild-Aufnahmen echter Szenarien kämpft die Kampagne »Winter in Deutschland« gegen diese schrecklichen Zahlen – und für soziale Wärme.



● 500 Prozent mehr Tote? Die Zahlen sind tröstlos. Denn während seit Monaten über kühlere Wohnungen und Büros diskutiert wird, sind **obdachlose Menschen** dem Winter oft völlig schutzlos ausgeliefert.

Vielen sei gar nicht klar, welchem harten Frost die Menschen, die auf der Straße leben, ausgesetzt sind, heißt es von dem Frankfurter Straßenmagazin fiftyfifty, das gemeinsam mit der Agentur Havas die Kampagne »Winter in Deutschland« entwickelt hat.

Mit **Wärmebildkameras** hat sie Straßenszenarien in Düsseldorf aufgezeichnet – und macht sichtbar, was uns nur selten auffällt.

Sie zeigt **Fahrradfahrer**, die an Obdachlosen, die auf der Straße liegen, vorbei radeln, Menschen, denen sie in der **Fußgängerzone** nicht auffallen und auch am Bürgersteig nicht.

Doch während die meisten Menschen nur kurze Zeit in der Kälte verbringen, dick eingepackt und oft in Bewegung, zeigen die Bilder, wie **unterkühlt** die Wohnungslosen sind.



Das Bewusstsein für die Obdachlosen muss geschärft werden. Denn neben fehlendem Schutz und Kompensationsmaßnahmen wie Alkohol, ist auch die **soziale Kälte** für sie verhängnisvoll, heißt es von fiftyfifty.

Sie werden **übersehen**, nicht beachtet oder man schaut weg.

In **Kino-Spots**, auf verschiedenen Plakaten, OoH-Medien und einem Mural in Düsseldorf-Flingern, das in der Dunkelheit leuchtet.

Eindrücklich zeigen die **Wärmebildaufnahmen** orange-rot leuchtende Passanten, die trotz der Kälte eine warme Körpertemperatur haben, während die unterkühlten obdachlosen Menschen mit ihrer Umgebung verschmelzen und unsichtbar werden. Und das kann tödlich sein.



»Obdachlosigkeit ist die krasseste Form von Armut. Erst recht in einem reichen Land wie Deutschland. Auf diesen Skandal weist die Kampagne von Havas Germany für fiftyfifty eindrucksvoll hin. **Wir wollen damit aufrütteln** und zu Unterstützung durch Zivilgesellschaft und Politik aufrufen«, sagt Hubert Ostendorf, Gründer des Obdachlosenprojekts fiftyfifty.

»Denn **Obdachlosigkeit** lässt sich überwinden, indem wir Menschen von der Straße eine Wohnung geben – so, wie wir es über 80 Mal mit unserem Programm »Housing First« getan haben.«



LBB

Campaign Uses Thermal Imaging to Highlight 'Social Coldness' Towards Homeless People in Germany



In the past decade, the number of homeless people who have died from frostbite in Germany has dramatically increased by 500%. Contrary to the belief that climate change would only bring warmer winters, days and nights with hard frost are on the rise, putting homeless people in extreme danger.

Homeless people lack access to protective measures like warm clothing, and compensatory measures like alcohol are not only ineffective but also treacherous. Homelessness is not only a lack of body warmth but also a lack of social warmth and attention from fellow human beings.



To bring attention to this social problem, fiftyfifty and Havas Germany present 'Winter in Germany', a campaign featuring thermal images of real homeless people in Düsseldorf exposed to the cold. The images show how warm passers-by, marked orange/red by the thermal images, overlook the homeless, who blend in with the cold, bluish surroundings due to their supercooled body temperature.



Hubert Ostendorf, founder of fiftyfifty: "Homelessness is the most blatant form of poverty. Especially in a rich country like Germany. The campaign of Havas Germany for fiftyfifty points to this scandal impressively. We want to shake things up and call for support from civil society and politics. Because homelessness can be overcome by giving people off the street a place to live - just as we have done over 80 times with our Housing First program."

"They are haunting snapshots that can only inspire us to rethink at second glance. An effect that catches us in the act of not looking well enough - even though we could," adds Eric Schoeffler, CCO Havas Germany and ECD Europe. "We hope that we can reach many people with this measure and raise awareness of the life-threatening situation of homeless people."

The campaign aims to inspire people to take a second look at their fellow human beings, raise awareness of the life-threatening situation of homeless people, and call for support from civil society and politics. 'Winter in Germany' can be seen widely in the Düsseldorf area through various media, including print, cinema, and an elaborately designed mural in Düsseldorf-Flingern.



Roastbrief

FiftyFifty – Winter in Germany

by Roastbrief — 7 days ago · In Advertising, Campaign · Reading Time: 2 mins read



In the past 10 years, the number of homeless people in Germany who have died of frostbite has risen by a dramatic 500%*. This is because, in contrast to the assumption that climate change will bring us exclusively warmer winters, the days and nights with hard frost are rising in equal measure. A reality that is becoming the ultimate undoing for more and more homeless people and for which social awareness has not been sufficiently raised. But it is not only the lack of body warmth that is fatal, but equally the too often lack of social warmth and attention from fellow human beings.

For "Winter in Germany," thermal images were taken of places in Düsseldorf where real homeless people are in the open. But the attention is inevitably on the warm passers-by, marked orange/red by the thermal images, who pass by the homeless people. The homeless people, however, due to their own supercooled body temperature, blend in color with the cold, bluish-characterized surroundings. It is not only a visual disappearance that is pointed out but rather the social one: Homeless people are simply overlooked in their life-threatening situation.

This professional campaign titled 'Winter in Germany' was published in Germany in February, 2023. It was created for the brand: FiftyFifty, by ad agency: Havas Germany. This Film, Outdoor, and Print media campaign is related to the Public Interest, NGO industry and contains 5 media assets. It was submitted 28 minutes ago.



[Zum Link](#)

La gazetta

Winter in Germany mostra ciò che vivono i senzatetto nella freddissima Germania

La rivista fiftyfifty e Havas Germany sono andati **per le strade tedesche con una termocamera per rappresentare la freddezza sociale di fronte alla situazione dei senzatetto nei gelidi inverni tedeschi**. Le morti di persone senza fissa dimora per assideramento sono aumentate del 500% nell'ultimo decennio. Infatti, al contrario di come si potrebbe pensare, il cambiamento climatico porta anche all'aumento dei momenti di freddo estremo. La campagna mostra il calore di chi cammina per le strade in contrasto ai senzatetto esposti al gelo e, allo stesso tempo, **evidenzia l'indifferenza delle persone nei loro confronti**.

Agenzia: **Havas Germany**



[Zum Link](#)

Brand News

LA CAMPAGNA “WINTER IN GERMANY” DENUNCIA L’INVISIBILITÀ DEGLI HOMELESS USANDO TELECAMERE TERMICHE

© 27 Febbraio 2023

FREE ADV NO PROFIT



In Germania, a causa delle punte di gelo, lo scorso anno la mortalità tra i senza tetto si è innalzata del 500%.

La campagna “Winter in Germany” evidenzia dunque la disparità di calore tra i cittadini – vestiti adeguatamente e impegnati nelle loro consuete attività – e gli homeless, facendo ricorso a delle telecamere termiche.

Rendendola evidente grazie ai colori, l'intento del brand FiftyFifty e dell'agenzia Havas Düsseldorf è puntare l'attenzione sulla mancanza di attenzione e di 'calore sociale' dei comuni cittadini verso quest'emergenza silenziosa e, come rilevano le telecamere, invisibile.



[Zum Link](#)

Commercial Junkie



FiftyFifty - Winter in Germany



Commercial Junky
1320 Abonnenten

Abonnieren



0



Teilen



[Zum Link](#)

Adindex

Благотворительная организация показала тепловые различия между бездомными и обычными людьми



Немецкая благотворительная организация, поддерживающая бездомных, FiftyFifty и агентство Navas создали социальную кампанию Winter in Germany («Зима в Германии»), которая рассказывает, с какими проблемами сталкиваются бездомные в самое холодное время года.

В рамках рекламы были сделаны тепловые снимки многолюдных мест в Дюссельдорфе. Изображения показывают температуру тела проходящих мимо обычных людей и бездомных, который большую часть дня проводят под открытым небом.

Самая яркая часть фотографии — «теплые» прохожие, которые отмечены оранжевым или красным цветом. При этом попавшие в кадр бездомные люди из-за переохлаждения никак не выделяются на «тепловом» снимке, сливаясь с улицей.

В этой кампании незаметность бездомных на фото становится метафорой их невидимости в глазах общества.



Ads of the world

In the past 10 years, the number of homeless people in Germany who have died of frostbite has risen by a dramatic 500%*. This is because, in contrast to the assumption that climate change will bring us exclusively warmer winters, the days and nights with hard frost are rising in equal measure. A reality that is becoming the ultimate undoing for more and more homeless people and for which social awareness has not been sufficiently raised. But it is not only the lack of body warmth that is fatal, but equally the too often lack of social warmth and attention from fellow human beings.

For "Winter in Germany," thermal images were taken of places in Düsseldorf where real homeless people are in the open. But the attention is inevitably on the warm passers-by, marked orange/red by the thermal images, who pass by the homeless people. The homeless people, however, due to their own supercooled body temperature, blend in color with the cold, bluish-characterized surroundings. It is not only a visual disappearance that is pointed out but rather the social one: Homeless people are simply overlooked in their life-threatening situation.

This professional campaign titled 'Winter in Germany' was published in Germany in February, 2023. It was created for the brand: FiftyFifty, by ad agency: Havas Germany. This Film, Outdoor, and Print media campaign is related to the Public Interest, NGO industry and contains 6 media assets. It was submitted 25 days ago.



[Zum Link](#)



MÄRZ-HEFT ab sofort bei Ihren VerkäuferInnen! Das sind die Themen >> mehr

(Soziale) Kälte visualisieren

Plakat/e



fiftyfifty-Gründer **Hubert Ostendorf** erklärt: "Obdachlosigkeit ist die krasseste Form von Armut. Erst recht in einem reichen Land wie Deutschland. Auf diesen Skandal weist die Kampagne von Havas Germany für fiftyfifty eindrucksvoll hin. Wir wollen damit aufrütteln und zu Unterstützung durch Zivilgesellschaft und Politik aufrufen. Denn Obdachlosigkeit lässt sich überwinden, indem wir Menschen von der Straße eine Wohnung geben – so, wie wir es über 80-mal mit unserem Programm 'Housing First' getan haben."

Mural (Hauswand)



Kino- und Youtube-Spot

<https://www.youtube.com/watch?v=5XzopB4ND5M&t=5s>

(lifePR). Das Düsseldorfer Straßenmagazin fiftyfifty und Havas Germany führen in ihrer bildstarken Kampagne „Winter in Deutschland“ vor Augen, welcher lebensbedrohlichen Lage obdachlose Menschen im hiesigen Winter ausgesetzt sind. Dabei zeigen Wärmebildaufnahmen echter Szenarien, wie unterkühlte Wohnungslose buchstäblich übersehen werden und stellen dabei die eigene Wahrnehmung auf den Prüfstand.

fiftyfifty

In den vergangenen 10 Jahren ist die Zahl der erfrorenen Obdachlosen in Deutschland um drastische 500%* gestiegen. Denn hingegen der Annahme, dass der Klimawandel uns ausschließlich wärmere Winter beschert, steigen gleichermaßen die Tage und Nächte mit hartem Frost. Eine Realität, die immer mehr Obdachlosen zum ultimativen Verhängnis wird und für die das gesellschaftliche Bewusstsein nicht hinreichend geschärft ist. Denn während der eisigen Kälte benötigt der menschliche Körper ausreichend Schutz und Wärme – ob durch warme Kleidung oder nur kurze Aufenthalte im Freien. Diese Schutzmaßnahmen sind für obdachlose Menschen bei den Extremtemperaturen nicht zugänglich und Kompensationsmaßnahmen wie Alkohol nicht nur wirkungslos, sondern tückisch. Dabei ist im Winter nicht nur die fehlende Körperwärme verhängnisvoll, sondern gleichermaßen die zu oft ausbleibende soziale Wärme und Aufmerksamkeit durch Mitmenschen. Um auf dieses soziale Problem aufmerksam zu machen, zeigen das von obdachlosen Menschen vertriebene Düsseldorfer Straßenmagazin fiftyfifty und Havas Germany nun eindrucksvolle Aufnahmen, die zum Selbsttest einladen.

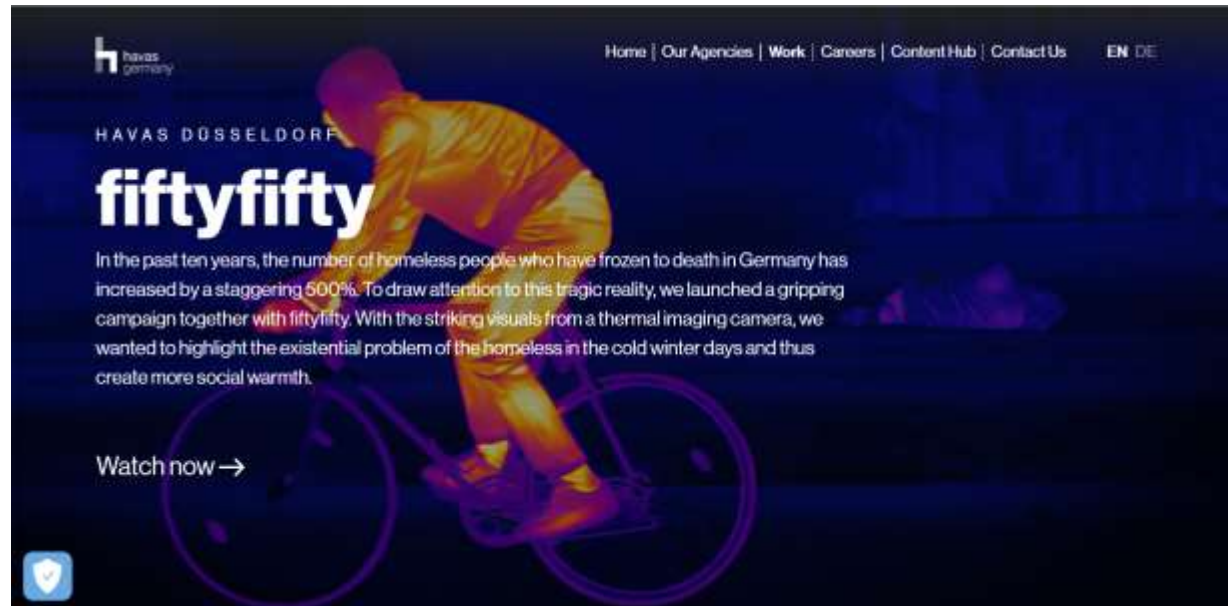
Für „Winter in Deutschland“ wurden Wärmebildaufnahmen von Orten in Düsseldorf gemacht, an denen sich reale Obdachlose im freien Raum aufhalten. Doch die Aufmerksamkeit liegt unweigerlich auf den warmen, durch die Wärmebilder orange-rot gekennzeichneten Passanten, die an den Obdachlosen vorbeiziehen. Die obdachlosen Menschen jedoch verschmelzen aufgrund ihrer eigenen, unterkühlten Körpertemperatur farblich mit der kalten, bläulich charakterisierten Umgebung. **Dabei ist es nicht nur ein visuelles Verschwinden, das aufgezeigt wird, sondern vielmehr das gesellschaftliche: Obdachlose Menschen werden in ihrer lebensbedrohlichen Lage schlichtweg übersehen.**

„Es sind eindringliche Momentaufnahmen, die uns erst auf den zweiten Blick anregen können, umzudenken. Ein Effekt, der uns auf frischer Tat dabei ertappt, dass wir nicht gut genug hinsehen – obwohl wir es könnten“, fügt Eric Schoeffler, CCO Havas Germany und ECD Europe, hinzu. „Wir hoffen, dass wir mit dieser Maßnahme viele Menschen erreichen und für die lebensgefährliche Lage von obdachlosen Menschen sensibilisieren können.“

„Winter in Deutschland“ ist weitflächig im Düsseldorfer Raum zu sehen – von (D)OOH und Print über geschaltete Kino-Spots mit Musik des Berliner Star-DJs Oliver Koletzki bis hin zu einem aufwendig gestalteten Mural, das großflächig in Düsseldorf-Flingern zu sehen ist. Die Kampagne wurde während der deutschen Frostperiode geschaltet, um akut dazu aufzufordern, einen zweiten Blick auf seine Mitmenschen zu riskieren und zu helfen.

[Zum Link](#)

Havas Webseite



[Zum Link](#)

h ▪ Danke!