



»OBSERVER«

LEADERSNET

by OPINION LEADERS NETWORK

DAILY BUSINESS NEWS
Newsletter abonnieren

Suche Facebook



HOME FOTO-GALERIE EVENTKALENDER LEADERSNET.TV LUXURY NEWS ÜBER UNS PODCAST PROFIL PORTFOLIO

OLN NEWS MEDIEN AGENTUREN HANDEL IT FINANZ & IMMO AUTO TOURISMUS KARRIERE BIZ-TALKS OPINION LEADERS CORONAVIRUS

Bei dieser neuen Kampagne sind "Nebenwirkungen erwünscht"

OLN NEWS, MEDIEN | 22.03.2021

Rote Nasen und Infoscreen setzen in den Öffis auf Lachen als die beste (Krisen-) Medizin.



Ivana Bacanovic (Geschäftsführerin Rote Nasen Clowndoctors), Hans-Jörg Steiner (Leitung Marketing & Sales Infoscreen), Rudi & Dagmar (Rote Nasen Clowndoctors), Stefan Marz (Leitung Marketing & Fundraising Rote Nasen Clowndoctors) und Sascha Berndl (Geschäftsführer Infoscreen) (v.l.) © Rote Nasen Clowndoctors

"Wir haben über 25 Jahre Erfahrung darin, wie man Krisen mit Humor bekämpft", sagt Ivana Bacanovic, die Geschäftsführerin der Roten Nasen Clowndoctors. Deshalb konnte der 1994 gegründete Verein auch im ersten Corona-Lockdown rasch reagieren. Kurzerhand wurden die plötzlich verbotenen persönlichen Kontakte in Rehabilitationszentren, Pflege- und Krankenhäusern durch Online-Visiten und andere kreative Alternativen ersetzt. Von dieser speziellen Expertise in der Krisenbekämpfung profitieren nun auch die Fahrgäste der Öffis in den Infoscreen-Städten Wien, Graz, Linz, Salzburg, Innsbruck, Klagenfurt, Wels und Eisenstadt. Gemeinsam mit den Roten Nasen Clowndoctors setzt der Fahrgast TV-Sender ab 22. März drei Wochen lang auf Humor als Krisenmedizin. Ein Viertel der Sendezeit wird dem Lachen gewidmet sein. Was den Zuseherinnen und Zusehern fröhliche Momente in schwierigen Zeiten beschert, soll gleichzeitig die Markenbekanntheit der Roten Nasen und die Spendenbereitschaft unterstützen.

MEISTGELESEN

1 Ringana stampft Mega-Projekt in der Steiermark ein

OLN NEWS, HANDEL, ENERGIE & UMWELT | 21.03.2021

2 Eines der ältesten Kaffeehäuser Wiens sperrt als "Allday-Lokal" wieder auf

OLN NEWS, HANDEL, FINANZ & IMMO, TOURISMUS | 21.03.2021

3 "Die Milch ist zum Kaffee gekommen": Erik Hofstädter wird Tchibo/Eduscho-Geschäftsführer

OLN NEWS, HANDEL, INDUSTRIE, KARRIERE | 18.03.2021

Advertisement

Ohne Werbung können wir die Arbeit unserer Redakteure nicht finanzieren.



»OBSERVER«

Es ist eine beeindruckende Bilanz, auf welche die Roten Nasen zurückblicken können: Seit 1994 haben die Clowndoctors bei knapp 150.000 Visiten rund 6,5 Millionen humorbedürftige Kinder, Seniorinnen und Senioren und Erwachsene besucht! Die insgesamt 83 Clowndoctors der Roten Nasen sind allesamt darstellende Künstlerinnen und Künstlern, die meist jahrelang in Schauspiel, Musik, Performance, Kindertheater oder Comedy Erfahrung gesammelt haben.

Krisenkommunikation von Vollprofis

"Im ersten Lockdown haben sie den Dialog mit humorbedürftigen Patientinnen und Patienten sofort mit Online-Besuchen, Briefen, Gartenkonzerten, Hofbesuchen und Fenstervisiten von der Hebebühne aus aufrecht erhalten. Das ist Krisenkommunikation, wie sie nur Vollprofis können", ist Infoscreen-Geschäftsführer Sascha Berndl beeindruckt. Entsprechend positiv war auch die Resonanz der Patientinnen und Patienten und Angehörigen: "Wir möchten uns ganz herzlich für den virtuellen Clownsbesuch bedanken. In diesen schwierigen Zeiten haben uns die magischen Momente mit den Clowns viel Vergnügen bereitet! Wir waren total begeistert, macht weiter so und bringt den Menschen weiter Freude ins Leben", heißt es etwa in einer Dankesmail. Umso größer ist bei Sascha Berndl und *Infoscreen* die Freude über die Kooperation mit den Roten Nasen Clowndoctors, die während der gesamten Corona-Krise uneingeschränkt und in voller Mannschaftsstärke für ihre kranken Zuseherinnen und Zuseher da waren.

Zum Lachen in die Öffis gehen

So ist ab 22. März auf allen 3.338 Infoscreens in den öffentlichen Bussen, Straßenbahnen und U-Bahn-Stationen in Wien, Graz, Linz, Salzburg, Innsbruck, Klagenfurt, Wels und Eisenstadt für drei Wochen "Lachen" angesagt. In enger redaktioneller Zusammenarbeit zwischen dem Fahrgast TV-Sender und den Roten Nasen werden redaktionelle Formate wie "Die Welt in Zahlen", "Für helle Köpfe" und "Quiz" mit Wissenswertem und Skurrilem rund ums Lachen und Humor entwickelt. "Dass Lachen eine Krisenmedizin mit ansteckenden Nebenwirkungen wie guter Laune und Durchhaltevermögen ist, wollen wir allen Öffi-Nutzern vermitteln", erklärt Rote Nasen Clowndoctors-Geschäftsführerin Ivana Bacanovic. Diese Botschaft mit einem derartig reichweitenstarken Medium wie *Infoscreen* verbreiten zu können, sei eine einmalige Chance, die man am Schopf packen musste. Partnerschaft mit Herzblut

Der Fahrgast TV-Sender erreicht laut Media-Analyse pro Woche 1,54 Millionen Menschen in ganz Österreich. Beeindruckend ist für Bacanovic aber auch das Engagement des gesamten *Infoscreen*-Teams. So haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit "Lach mal wieder" ein eigenes Format entwickelt. Darin sind sie selbst mit einem Lachen zu sehen und erklären, wie sie sich dadurch im täglichen Leben gestärkt fühlen. "Diese Initiative, die innerhalb des Teams entstanden ist, zeigt, wie viel Herzblut von *Infoscreen* in dieser Partnerschaft steckt", freut sich Ivana Bacanovic.

LEADERSNET.TV



1. virtuelle Supplier Convention der METRO Österreich

Advertisement

Ohne Werbung können wir die Arbeit unserer Redakteure nicht finanzieren.



»OBSERVER«

"Erwünschte Nebenwirkungen"

Dass diese gemeinsame Humor-Offensive auch der täglichen Arbeit der ausschließlich über Spenden finanzierten Clowndoctors zugutekommt, ist freilich eine weitere erwünschte Nebenwirkung. "Natürlich hoffen wir, dass diese gemeinsame Aktion die Markenbekanntheit der Roten Nasen stützt und Rückenwind für die Spendenbereitschaft bringt", sagt Bacanovic. Deshalb sind im Programm von *Infoscreen* auch immer wieder klassische Imagespots zur sehen, in denen die ausnahmslos unentgeltlichen Leistungen der Roten Nasen Clowndoctors thematisiert werden. (red)

www.rotenasen.at

www.infoscreen.at

