

Home > Agenturen > News

H+ GEMEINSAM, INKLUSIV, NORMAL

So hinterfragen und erweitern Dodo und GiN den Normalitätsbegriff

Von **Horizont Redaktion**
Donnerstag, 25. April 2024

Anzeige



MEIST GELESEN

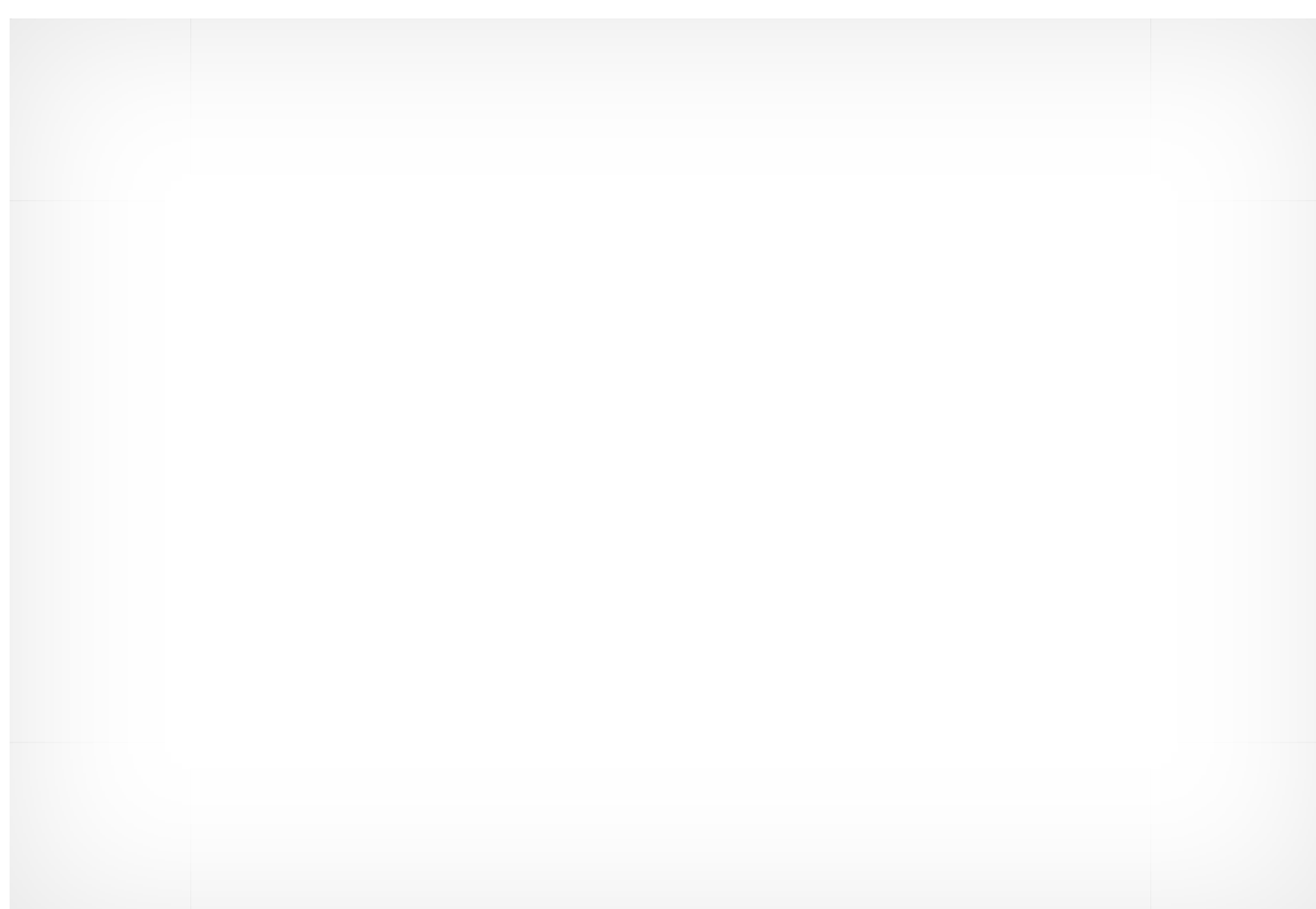
MEDIENGRUPPE ÖSTERREICH
Fellner stoppt Verkauf seines Radiosenders

BLOCKCHAIN-TECHNOLOGIE
Wie Tickethead das Event-Ticketing zum Erlebnis machen will

GEMEINSAM, INKLUSIV, NORMAL
So hinterfragen und erweitern Dodo und GiN den Normalitätsbegriff



Jüngst durfte sich die Wiener Kreativagentur über den **Etatgewinn von dm freuen**, nun verkündet Dodo den nächsten und zeigt bereits die erste gemeinsame Kampagne mit dem neuen Kunden GiN.



Der 1992 gegründete **Verein GiN** bietet Menschen mit kognitiven oder mehrfachen Behinderungen Assistenz. Das Angebot des Vereins reicht von betreutem Wohnen über Arbeit, Freizeit bis zu Mobilitätshilfen. Ein normales, maximal selbstbestimmtes Leben zu ermöglichen sei oberste Prämisse des Vereins. Der Name GiN steht dabei für gemeinsam, inklusiv, normal.

Anzeige

Im vergangenen Jahr konnte die Wiener Agentur **Dodo** mit ihrer Präsentation zum Redesign und der dazugehörigen Kampagne überzeugen. Unter dem Motto "Ich GiN normal" werden nun Klient:innen und Assistent:innen von GiN unverfälscht so gezeigt, wie sie sich selbst aktiv präsentieren wollen. Der gängige Normalitätsbegriff unserer Gesellschaft soll dabei hinterfragt und erweitert werden. Für die authentischen Portraits konnte der international renommierte Modefotograf **Mato Johannik** gewonnen werden.

Anzeige



Dodo habe die Erwartungen von GiN mit ihren Ideen übertroffen: "Diese Initiative hat das Potential die Bedeutung von Vielfalt und Inklusion zu stärken und setzt ein starkes Zeichen für Selbstbestimmung. Wir sehen diese Arbeit als wichtige Anregung zur gesellschaftlichen Debatte darüber, was als "normal" betrachtet wird", kommentiert Obfrau **Irina Nalis**.



Weiteres Sujet der neuen Kampagne.

GiN-Geschäftsführerin **Petra Dobler** ergänzt: "Im Namen des Vereins möchte ich mich bei der Agentur Dodo für diese herausragende Arbeit bedanken. Diese Kampagne ist auch ein Ausdruck des Danks für unsere aktuellen Mitarbeiter:innen und Klient:innen, und eine Einladung an potenzielle neue Kolleg:innen."

Der Verein leiste Unglaubliches für 550 Klient:innen, war der breiteren Öffentlichkeit bisher aber kaum bekannt, sagen **Georg Feichtinger** und **Katharina Maun** von Dodo. "Das humanistische Menschenbild und der authentische Umgang miteinander hat uns von Anfang an begeistert. Wir freuen uns mit Design und klarer kommunikative Ausrichtung da etwas beitragen zu dürfen." Die neue Kampagne wird online, auf Social Media, via OOH und auf Digiscreens in Wien zu sehen. Ein schöner Nebeneffekt der Kampagne sei, dass "in Zukunft hoffentlich klar ist, dass der Vereinsname GiN wie das deutsche 'bin' auszusprechen ist und nicht, wie die gleichnamige Spirituose."

THEMEN

- Kreativagentur
- Etatgewinn
- dm

Sie haben Fragen oder Anmerkungen zu diesem Artikel?
Schicken Sie eine [E-Mail an die Redaktion](#).

Artikel drucken

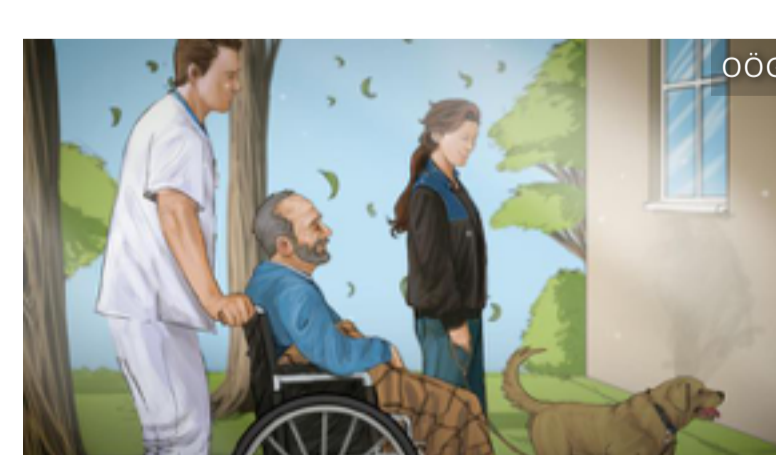
LESEN SIE JETZT



REUTERS-FOTOGRAF
World Press Photo Award würdigt die Trauer im Gazakrieg



H+ REBRANDING
So setzt Cin Cin das KunstHausWien neu in Szene



H+ GESUNDHEITSHOLDING
OÖG wirbt 'Gemeinsam für Generationen'

Folgen Sie uns:

