

## Für den Bundesverband der Deutschen Luft- und Raumfahrtindustrie macht C3 die gesellschaftliche Relevanz der Raumfahrt mit Storytelling greifbar

**Berlin, 07.06.2019** – Der Bundesverband der Deutschen Luft- und Raumfahrtindustrie (BDLI) beauftragt die Agentur C3 Creative Code and Content mit der Fortsetzung der Kampagne „Raumfahrt ist allumfassend“, um die große gesellschaftliche Relevanz der deutschen Raumfahrt sicht- und greifbarer zu machen. Der Berliner C3-Standort verantwortet dabei die komplette Kampagnen-Umsetzung: von Konzeption, Strategie, Design und Programmierung des Content-Hubs, sowie aller Social Media Tätigkeiten, inklusive Mediausspielung und Performance.

Mit einem kontinuierlichen „Stream of Content“ in den Sozialen Medien soll der konkrete Nutzen der Raumfahrt auf der Erde in informativ-unterhaltsamen Formaten dargestellt und die Nutzer angeregt werden, sich persönlich mit dem Thema zu beschäftigen. Anders als mit reinen One-Way-Botschaften wird so eine echte Auseinandersetzung mit dem Thema erzielt und die Relevanz der Raumfahrt für Deutschland tiefer verankert. Zielgruppe sind Entscheidungsträger in der Politik, Journalisten und die interessierte Öffentlichkeit. Die Kampagne „Raumfahrt ist allumfassend“, streckt sich insgesamt über einen Zeitraum von zehn Monaten (Februar bis November 2019). Den Höhepunkt der Kampagne bildet die ESA (European Space Agency)-Ministerratskonferenz im November 2019.

Cornelia von Ammon, Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des BDLI erklärt: „Ohne Raumfahrt wären für uns inzwischen selbstverständliche Dinge wie beispielsweise Navigationssysteme, zuverlässige Wettervorhersagen oder Live-Übertragungen großer Sportereignisse nicht möglich. Wir möchten die hohe gesellschaftliche und wirtschaftliche Bedeutung der Raumfahrt für den Innovationsstandort Deutschland und in unserem modernen digitalen Alltag hervorkehren. Mit C3 haben wir Experten an Board geholt, um für die unverzichtbaren Leistungen der Raumfahrt gezielt die Awareness zu steigern.“

Highlight der digitalen Kampagne bilden sieben aufwendig produzierte Hero-Videos mit authentischen Geschichten von Menschen, die durch Raumfahrt einen sehr persönlichen Nutzen für ihre Arbeit und ihr Leben gewonnen haben. Diese werden auf [Facebook](#), [Twitter](#) und [Youtube](#) targetiert ausgespielt und durch weiteren Engagement-, Animations- und Snackable-Content ergänzt. Im Zentrum wird der Relaunch des Content-Hubs [www.die-raumfahrt.de](http://www.die-raumfahrt.de) stehen, der kontinuierlich mit Stories, Fakten und interaktiven Formaten befüllt und so ein Prisma mit vielen interessanten Insights bilden wird.

C3-Geschäftsführer Christian Breid sagt: „Komplexe Sachverhalte in spannendes Storytelling zu gießen und kanaladäquat zu vermarkten ist unser Spezialgebiet, und wir freuen uns sehr darauf, unser Raumfahrt-Know-How für diese Kampagne voll ausspielen zu können.“

### Pressekontakt:

Stefan Fehm  
Marketing & Business Development C3 Group  
Tel. : +49 30 44032 2132  
Fax : +49 30 44032 20  
E-Mail: [Stefan.Fehm@c3.co](mailto:Stefan.Fehm@c3.co)  
Web : [www.c3.co](http://www.c3.co)