

MRRE EDZÜNK – KÖZÖSSÉGI SPORTKIHÍVÁS AZ EGÉSZSÉGES JÖVŐÉRT

Edukációs kampány a gyermekek egészségéért – közérthetően, hitelesen, szórakoztatóan

Miről szól a kampány?

Mi történik, ha a mozgás nemcsak az egészségről, hanem a segítségről is szól?

Az „MRre Edzünk – közösségi sportkihívás az egészséges jövőért” kampányban sportolók, tartalomgyártók és vállalatok közösen mozdulnak meg a Semmelweis Egyetem Gyermekradiológiai Központjáért, hogy a gyerekek egy korszerű, gyermekbarát MR-készülékhez juthassanak.

A kihívás célja, hogy a mozgás a segítségnyújtás szimbólumává váljon. A résztvevő sportolók és tartalomgyártók két héten át inspirálják követőiket aktív életmódra – minden mozdulat, minden edzés és minden megosztás közelebb visz a közös célhoz. A kampány egyszerre ösztönöz egészséges életre, közösségi részvételre és tudatos társadalmi szerepvállalásra.

A vállalatok számára ez a kezdeményezés egy olyan modern CSR-eszköz, amely természetes módon illeszthető a márka kommunikációjába és a belső kultúrába. A dolgozók is bekapcsolódhatnak a kihívásba, közösen sportolva, adományozva vagy tartalmat megosztva, így a kampány egyszerre teremt külső reputációs értéket és belső elköteleződést.

Az „MRre Edzünk” közösségi élménnyé formálja a társadalmi felelősségvállalást: a mozgás itt **nemcsak egészséget ad, hanem valódi, mérhető segítséget is.**

KIK VALÓSÍTJÁK MEG?

A kampányt a Semmelweis Egyetem indítja, szakmai és társadalmi hitelességgel, a mozgás és a közösségi felelősségvállalás jegyében. A kihívás megvalósításában több ismert sportos tartalomgyártó és csapat vesz részt, akik napi aktivitásaikkal, inspiráló tartalmaikkal és közösségeik mozgósításával segítik a gyerekek MR-projektjét.

Dubi Anna, Bőjte Dave, IceBlueBird, a FreeStyle FC és a Semmelweis OSC Vízilabda Klub – mindannyian más oldalról képviselik a mozgás erejét, legyen szó futásról, csapatsportokról, freestyle-ről vagy életmód-tartalmakról. A közös bennük az, hogy hitelesen és személyesen mutatják meg: a sport nemcsak teljesítmény, hanem eszköz is a segítségnyújtásra.

„A mozgás mindannyiunk közös nyelve – most a gyerekek gyógyulásáért beszélünk rajta.”

TARTALOMGYÁRTÓK FELÜLETEI:



Hol jelenik meg a kampány?

Tartalom mennyisége

Minden Tartalomgyártó esetében 1 short videó (akár több platformon) + IG 2 story

TikTok & Instagram Reels / Facebook Reels

→ Rövid, figyelemfelkeltő videós tartalmak (1 short videós tartalom, ami 2 platformon is megjelenik)

Semmelweis Egyetem és MR-re kommunikációs felületein

→ Orvosszakmai és társadalmi hitelesítés

Hogyan jelenik meg a szponzor?

Instagram Reels / TikTok videóknak és leírásban

→ Grafikai megjelenítés + szponzorációs említés - narratívába ágyazva

Hivatalos kampánykommunikációs felületeken

→ Logóval és megnevezéssel a kampány landing oldalon, PR anyagokban

CSR Certificate és SE Alapítvány kommunikáció

→ A támogató hivatalosan nevesítve, auditálható formában

Mit ad ez a kampány a Marketingnek?

- **A márka egy lendületes, közösségi és inspiráló történetbe kapcsolódik** – nem reklámként, hanem hiteles társadalmi aktivitásként jelenik meg
- **Videós jelenlét több csatornán**, rövidformátumú, PR-kompatibilis, magas elérésű sportos tartalmakkal
- **Edukációs és közösségi kampány, amely az egészséges életmód és a segítségnyújtás üzenetét közvetíti** – reputáció- és employer branding szinten is értéket ad

Mit ad ez a kampány a CSR-nak?

- **Valódi társadalmi ügy, konkrét egészségügyi cél:** a gyermekek MR-diagnosztikai esélyegyenlőségének támogatása
- **A vállalatok dolgozói kihívottként csatlakozhatnak a sportkampányhoz** – saját céges csapatban, belső aktivitásként vagy közös mozgásnap keretében –, így a CSR egy motiváló, közösségi élménnyé válik
- **Transzparens támogatási rendszer**, ahol a kapcsolódó adományok mérhetők, dokumentáltak és hivatalosan riportálhatók
- **CSR Certificate a kampány végén** – auditált, ESG-kompatibilis dokumentum, amely riportálható a vállalat fenntarthatósági, HR- és employer branding kommunikációjában is

Ez a kampány a Semmelweis Egyetem Alapítvánnyal közösen valósul meg, a Penta Media Group szervezésében. A projekt célja: egy gyermek-MR készülék beszerzése valamint egy egyedí, tengeralattjáró tematikájú, gyerekbarát vizsgálóhelyiség kialakítása – a támogató márkák kommunikációjával összekapcsolva.

KERESS MINKET:

Zsigri Gábor
+36 30 303 9098
zsigri.gabor@semmelweis.hu

Daubner Tamás
+36 70 677 9800
tamas.daubner@pentamedia.hu

Pataki Renátó
+36 70 677 3735
renato.pataki@pentamedia.hu

Csatári Tamás
+36 30 667 4067
tamas.csatari@pentamedia.hu