

„SZEREPCSERÉK” – HUMORRAL AZ MR-ÉRT

Edukációs kampány a gyermekek egészségéért – közérthetően, hitelesen, szórakoztatóan

Miről szól a kampány?

Mi történik, ha az orvos lesz az influenszer, és a humorista a páciens?

A „Szerepcserék – Humorral az MR-ért” kampányban ismert stand-up előadók és influenszerek rövid, kreatív videóknak cserélnek szerepet orvosokkal, hogy közösen oldják a gyerekek MR-vizsgálattal kapcsolatos félelmeit. A cél egyszerű, mégis különleges: megmutatni, hogy a humor nemcsak nevetést, hanem megértést is adhat – még az egészségügyi témákban is.

A kampány játékosan mutatja be, hogy a félelem természetes, de közösséggel, odafigyeléssel és edukációval oldható. A tartalmak egyszerre szórakoztatnak és érzékenyítenek: a nézők nevetnek, miközben közelebb kerülnek a Semmelweis Egyetem gyermekkori MR-diagnosztikai programjához és annak adománygyűjtő céljához.

Ez nem paródia, hanem humorral formált társadalmi edukáció – ahol a közös nevetés segít lebontani a távolságot orvos és beteg, felnőtt és gyermek között. A támogató márkák olyan történethez csatlakoznak, amely képes egyszerre hatni a szívre, a fejre és a hírtérkére is.

KIK VALÓSÍTJÁK MEG?

Dumaszház – Magyarország legnépszerűbb stand-up társulata, amely évek óta bizonyítja, hogy a humor képes hidat építeni emberek és társadalmi ügyek között. Most először vesznek részt egészségügyi célú CSR-kampányban, ahol a nevetés szó szerint gyógyító erejű.

Dombóvári István, Ács Fruzsina, Benk Dénes és Csenki Attila – ismert humoristák, akik rövid, videós szerepcserékben jelennek meg, ezúttal orvosi szerepben. A humoros történetek a gyerekek MR-vizsgálatának élményét dolgozzák fel, miközben segítenek lebontani a félelmet és közelebb hozni a közönséget a témához.

„A félelem természetes, de ha nevetni tudunk rajta, máris veszített az erejéből.”

TARTALOMGYÁRTÓK FELÜLETEI:

Ács Fruzsina



@fruzsiacsi

42.8K KÖVETŐ



@fruzsiacs

128.2K KÖVETŐ



25-34 ÉVES

Benk Dénes



@benkdenes

1.5K KÖVETŐ



@benkdenes

68.9K KÖVETŐ



25-34 ÉVES

Csenki Attila



@csenkiattila

2.5K KÖVETŐ



@csenkifoldje

10.3K KÖVETŐ



25-34 ÉVES

Dombóvári István



@dombipisti

108K KÖVETŐ



@Dombovari

310K KÖVETŐ



25-34 ÉVES

Hol jelenik meg a kampány?

Tartalom mennyisége

Minden tartalomgyártó esetében
1 short videó + 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 videókban 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 országos, érzelmi és szórakoztató társadalmi történetbe kapcsolódik** – nem reklámként, hanem érték alapú tartalomként jelenik meg
- **Videós jelenlét több csatornán: TikTok, Instagram/ Facebook** rövidformátumú, PR-kompatibilis és magas elérésű humoros tartalmakkal
- **Edukációs és közösségi kampány, amely a humor eszközével épít pozitív márkaérzetet** – belső kommunikációban és employer brandingben is felhasználható

Mit ad ez a kampány a CSR-nak?

- **Valódi társadalmi ügy, konkrét egészségügyi cél:**
a gyermekek MR-diagnosztikai esélyegyenlőségének támogatása humorral és edukációval
- **A humoron keresztül valós érzékenyítést nyújt** – a félelem oldását, a pszichés biztonság és az empátia társadalmi értékékként való megjelenítését
- **Transzparens támogatási rendszer,**
támogatási szerződéssel és riportolt hatás kommunikációval
- **CSR Certificate a kampány végén** – hivatalos, auditáláshoz használható dokumentum, amely riportálható az ESG-jelentésekben 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 egyedi, 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