

„1 KÉP 1000 SZÓÉRT” VIZUÁLIS KAMPÁNY A GYÓGYULÁSRÓL

Edukációs kampány a gyermekek egészségéért – közérthetően, hitelesen, szórakoztatóan

Miről szól a kampány?

Nem csak képeket mutatunk – történeteket mesélünk. És minden történet mögött ott van egy gyerek, aki éppen tanul bátor lenni.

Mit mesél el egy kép a gyógyulásról – és vajon mit lát benne egy gyermek? Egy fotó lehet pillanat, emlék vagy bátorság, de néha annál is több: kapcsolat egy történethez, ami közös. Az „1 kép 1000 szóért” kampányban fotósok, tartalomgyártók és közösségek mutatják meg, mit jelent számukra a gyógyulás, a remény és az emberi összefogás. Minden beküldött kép egy apró ablak arra, hogy lássuk, a kórházi falak mögött is mennyi szeretet, humor, kitartás és hit rejtőzik.

A képekből országos kiállítás és digitális galéria születik, amely a Semmelweis Egyetem Gyermekgyógyászati Klinikáját támogatja egy új, kifejezetten gyermekekre szabott MR-készülék beszerzésében. A kampány célja, hogy a vizuális történetmesélés erejével érzékenyen, mégis közérthetően mutassa be, mit jelent a gyógyulás gyermekszemmel.

Ez nem egy művészeti pályázat, hanem egy társadalmi vizuális kampány, ahol minden kép hozzájárul ahhoz, hogy a gyerekek barátságos, félelemmentes környezetben vizsgálódhassanak. A kampányt támogató márkák nemcsak láthatóvá válnak benne, hanem részévé egy közös történetnek, amely egyszerre szól az egészségről, az emberi jóságról és a közösségi felelősségről. A támogatásuk nem promóció, hanem értelmes szerepvállalás: egy ügy mellé állnak, amely képekben, érzelmekben és valódi hatásban él tovább.

KIK VALÓSÍTJÁK MEG?

A kampány megvalósításában több ismert alkotó és tartalomgyártó vesz részt, akik saját közösségük nyelvén, hitelesen adják át a gyógyulás és a bátorság üzenetét. A projekt szakmai kurátora Lampert Benedek fotóművész, aki vizuális irányt és művészeti hitelességet ad a kezdeményezésnek, miközben fotói a kampány kiállításainak és kommunikációs anyagainak meghatározó elemei lesznek.

A közösségi térben a projektet négy ismert tartalomgyártó kommunikálja: **Nagy Dani**, **TheReelCrew**, **Simonffy Peti** és **Lampert Benedek**. Mindannyian saját stílusukban, saját közösségükön keresztül mesélik el, mit jelent számukra a gyógyulás és az emberi összefogás.

„Nem csak képeket mutatunk – történeteket mesélünk. És minden történet mögött ott van egy gyerek, aki éppen tanul bátor lenni.”

TARTALOMGYÁRTÓK FELÜLETEI:

Nagy Dani FI



@daninagyofficial
40.3K KÖVETŐ



@daninagy99
104.9K KÖVETŐ



25-44
ÉVES

TheReelCrew



@the_reelcrew
8.6K KÖVETŐ



@thereelcrew
87.6K KÖVETŐ



18-34
ÉVES

Simonffy Péter



@simonffypeter
23.5K KÖVETŐ



@simonffypeter
45.1K KÖVETŐ



18-34
ÉVES

Lampert Benedek



@benedek.lampert
25.9K KÖVETŐ



@figsfanphotos
53.1K KÖVETŐ



18-34
ÉVES

Hol jelenik meg a kampány?

Tartalom mennyisége

Minden tartalomgyártónál
2 db short - 2 db story
(1 db Reels + TT + 2 db story)

TikTok & Instagram Reels

→ Rövid, figyelemfelkeltő videós tartalmak

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, PR anyagokban

CSR Certificate és SE Alapítvány kommunikáció

→ A támogató hivatalosan nevesítve, auditálható formában

Mit ad ez a kampány a Marketingnek?

- **A márka egy érthető, érzelmi társadalmi narratívába kapcsolódik** – nem róla szól, de róla beszélnek
- **Többplatformos videós jelenlét (Instagram, TikTok)** – short form, vizuális storytelling és PR-kompatibilis tartalom
- **Hiteles közeg**, amely reputációt, láthatóságot és belső kommunikációs értéket egyaránt teremt

Mit ad ez a kampány a CSR-nak?

- **Valódi társadalmi ügy, konkrét egészségügyi cél:** a gyermekek esélyegyenlősége és félelemmentes gyógyulása
- **Transzparens támogatási rendszer**, szerződésekkel és visszakövethető adományfolyamattal, riportokkal
- **Auditálható CSR Certificate a kampány végén** – hivatalos, riportálható és ESG-kompatibilis dokumentációval

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