

Einreichungsunterlagen FR Award 2009

Fundraising Kampagnen können sehr unterschiedlich sein, daher ist es schwierig ein einheitliches Format zu ihrer Beschreibung zu erstellen. Nutzen Sie bitte wo möglich die vorgeschlagenen Bereiche – wo diese nicht zu Ihrer Kampagne passen, nutzen Sie den Raum bei freier Projektbeschreibung, um beliebige Informationen zu Ihrer Einreichung zu geben. Danke.

Einreichende/r

Hilfsgemeinschaft der Blinden und Sehschwachen Österreichs

Bitte ankreuzen

- Agentur
- Non Profit-Organisation/Unternehmen mit Agenturbetreuung
- Non Profit-Organisation/Unternehmen ohne Agenturbetreuung

- FVA-Mitglied
- Nicht-FVA-Mitglied

Bitte ausfüllen

Ansprechpartner/in:

Funktion:

Organisation:

Agentur:

Mag. Irene Vogel

Geschäftsführung

Hilfsgemeinschaft der Blinden und Sehschwachen Österreichs

aha group

Telefon:

Fax:

E-Mail:

01/330 35 45-17

01/330 35 45-11

vogel@hilfsgemeinschaft.at

Kategorie

Fundraising Innovation des Jahres

Bitte kreuzen Sie an in welcher Kategorie Sie einreichen: **KEINE Mehrfachnennungen möglich**

1. VSG Fundraising Award: Fundraising Aktion des Jahres
2. Schober Fundraising Award: Fundraising Rising Star
3. VSG Fundraising Award: Fundraising Innovation des Jahres

Kampagnen-Titel:

„Blindes Huhn“

Verantwortlich:

Konzept:

Kreation:

Durchführung:

Mag. Britta Wagner, Hilfsgemeinschaft der Blinden und Sehschwachen Österreichs, Marketingleitung

Mag. Jörg Liemandt, aha group

Mag. Jörg Liemandt, aha group

Mag. Jörg Liemandt, aha group

Kosten:

Bitte grob geschätzte Kosten, so dargestellt, dass ein Nachvollziehen möglich ist. Bitte auch Gratisleistungen angeben.

Externe Produktionskosten:

TV-Spot
Kampagnen - Website
Online - Spiel
Poster
Schalt- und Insertionskosten
€ 28.000,-

Mailing
€ 25.000,-

Externe Produktionskosten gesamt: € 53.000,-

Gesponserte Agenturleistungen:

Konzept, Idee, Strategie, Kreative Umsetzung,
Realisation, Animation.

**Gesponserte Agenturleistungen gesamt:
€ 30.000,-**

Gratis Media-Schaltungen:

Gratis-Schaltungen TV-Kampagne: € 20.000,-
**Gratis-Schaltungen Online-Kampagne: (Full
Size Banner; 2,5 Mill. Sichtkontakte): € 21.000,-**

Gratis Media-Schaltungen gesamt: € 41.000,-

Summe

€ 124.000,-

Income:

Falls nötig aufgesplittert in verschieden
Income Arten (bei gesponserten
Agenturleistungen, Gratisinseraten,
etc.) bitte den geschätzten Geldwert
angeben)

Spendenaufkommen: € 90.000,-
Gesponserte Agenturleistungen: 30.000,-
Gratis Media-Schaltungen: € 41.000,-

€ 161.000,-

Beschreibung der Kampagne

**Bitte füllen Sie all diejenigen Felder aus, die Sie als relevant für die Darstellung und
das Verständnis Ihres Projektes als notwendig erachten.**

**"Blindes Huhn" spielen und Barrieren
abbauen**

Wir sensibilisieren mit unserer Kampagne „Blindes Huhn“
auf humorvolle Weise so viele Menschen wie möglich für die
Barrieren für blinde und sehbehinderte Menschen im Alltag –
und sammeln auf spielerische Art Spenden. In der Kampagne
wird bewusst auf die emotionale Schiene „arme Blinde“

**Freie
Projektbeschreibung**

verzichtet. Die Erfahrung zeigt, dass humorvolle Kampagnen ganz neue Spendergruppen erschließen können.

Im Mittelpunkt der Kampagne der Hilfsgemeinschaft der Blinden und Sehschwachen Österreichs steht die Comicfigur Humphrey. Humphrey, ein sympathisches blindes Huhn, mit Armbinde, Brille und Taststock stolpert im Spot durch die Straßen, in denen gefährliche Hindernisse lauern. Ungesicherte Baustellen, Hydranten, Postkästen und Gastronomieaufsteller auf Gehsteigen machen Humphrey's Spaziergang im wahrsten Sinne des Wortes zu einem Hindernisrennen. Der Spot, die Bannerwerbung in Standard, Kurier und ORF, Presseaussendungen und das Mailing verweisen auf die Website www.hindernisrennen.at und das Computerspiel.

Das Computerspiel als Fundraising Tool

Unter www.hindernisrennen.at demonstriert Humphrey auf unterhaltsame Weise, mit welchen Stolpersteinen blinde und sehbehinderte Menschen täglich im öffentlichen Raum konfrontiert sind. Viele davon könnten leicht vermieden werden. Deshalb ist das Computerspiel auch für all jene gedacht, die einmal bewusst erleben wollen, wie es einem „blinden Huhn“ im Dunkeln so geht. Ziel ist es, in zwei Minuten fünf Hindernisse aus dem Weg zu räumen. Dazu müssen die Stolpersteine mit dem Cursor berührt werden, den man auf dem schwarzen Bildschirm allerdings nicht sieht. Nur ein schneller werdender Piepton signalisiert, wenn man sich einem Hindernis nähert.

Am Ende können die erzielten Punkte in Form von EURO an die Hilfsgemeinschaft gespendet werden.

„Blindes Huhn“ spielen und Barrieren beseitigen

Unter www.hindernisrennen.at demonstriert die Comicfigur Humphrey, ein blindes Huhn, womit blinde Menschen im öffentlichen Raum konfrontiert sind. Ungesicherte Baustellen, Hydranten und Postkästen machen Humphrey's Spaziergang im wahrsten Sinne des Wortes zu einem Hindernisrennen! Der Spieler kann in die Rolle von Humphrey schlüpfen und versuchen, die Hindernisse nur mit Hilfe seines Gehörs aufzuspüren. Am Ende des Spiels können die erzielten Punkte in Form von EURO an die Hilfsgemeinschaft der Blinden und Sehschwachen Österreichs gespendet werden.

**Kurzzusammenfassung
(wird auf die Homepage
gestellt – max. 500
Zeichen)**

**Aufgabenstellung -
Zielsetzung**

(was sollte mit der
Kampagne erreicht werden)

3 Zielsetzungen wurden mit der Kampagne verfolgt:

1. Fundraising: Erhöhung des Spendenaufkommens,

Neuspendergewinnung

2. Kommunikation des konkreten inhaltlichen Anliegens: Sensibilisierung der breiten Öffentlichkeit für die Barrieren im Alltag sehbehinderter und blinder Menschen.

3. Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Hilfsgemeinschaft und Positionierung als junge, kreative und innovative Organisation.

Zielgruppe

Soziodemografische Angaben, Umfang, etc.

SpenderInnen, NeuspenderInnen

EntscheidungsträgerInnen

Sensibilisierung der breiten Öffentlichkeit

Mitglieder der Hilfsgemeinschaft

Kampagnenumfeld

Mitarbeitereinsatz, Zeitraum, projektspezifische Angaben

Zeitraum der Kampagne: 4. Quartal 2008 bis Ende 2009

Personaleinsatz: 2,5 MitarbeiterInnen

Nicht-monetärer Erfolg

(Welche Zusatzerfolge wurden erzielt? Z.B. Erhöhung des Bekanntheitsgrades)

Die Positionierung der Hilfsgemeinschaft als junge, kreative und innovative Organisation ist gelungen, sowohl bei Spendern, Entscheidungsträgern, aber auch bei den Mitgliedern der Hilfsgemeinschaft.

Das Kampagnenthema– Beseitigung der Barrieren im Alltag – wurde durch die Art der Kommunikation sehr positiv aufgenommen. Die Aufmerksamkeit für die Thematik wurde erhöht.

Was war die größte Herausforderung?

Erarbeitung einer barrierefreien Online-Lösung

Mit humorvoll aufbereiteten Kampagnen und modernen Fundraising Tools erreichen wir NeuspenderInnen, die wir mit traditionellen Mailings bisher nicht erreichen konnten.

Selbst langjährige SpenderInnen, die wir bisher nur mit traditionellen – und emotional aufbereiteten - Mailings angesprochen hatten, reagierten auf die Kampagne äußerst positiv.

Welche Erfahrungen leiten Sie für die Zukunft ab?

SpenderInnen schätzen und reagieren positiv auf innovative Ansätze im Fundraisingbereich.

NUR BEI KATEGORIE FUNDRAISING INNOVATION: Was war das Innovative Element?

Das innovative Element der Kampagne „Blindes Huhn“ war der Einsatz eines Online-Spiels als Fundraising Tool www.hindernisrennen.at. Gleichzeitig wurde mit dem Spiel der konkrete Kampagneninhalte – Sensibilisierung für die Barrieren sehbehinderter Menschen im Alltag – transportiert.

Ich erkläre, obige Angaben nach bestem Wissen und Gewissen durchgeführt zu haben und bin mit den Teilnahmebedingungen einverstanden.

Ort, Datum

Wien, 2. September 2009

Einreichungsschluss ist der 4.9.2008. Der FVA wünscht Ihnen viel Erfolg!

Mailen Sie bitte das vollständig ausgefüllte Dokument (wählen Sie bitte den Projektnamen, als Namen der Word Datei) und etwaige Bilddateien an: fva@fundraising.at