

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

ROTE NASEN Clowndoctors International

Bitte ankreuzen

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

X

- FVA-Mitglied
- Nicht-FVA-Mitglied

X

Bitte ausfüllen

Ansprechpartner/in:
Funktion:
Organisation:
Agentur:

Tamara Seeliger u. Mag. Alexander Eisenbach
Fundraiser
ROTE NASEN Clowndoctors International

Telefon:

01-318 03 13-0

Fax:

01-318 03 13-20

E-Mail:

tamara.seeliger@rednoses.eu;
alexander.eisenbach@rotenasen.at

Kategorie

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

X

Kampagnen-Titel:

Eine Bank und ihre Kunden bringen Lachen ins Spital

Verantwortlich:

Tamara Seeliger, Alexander Eisenbach

Konzept:

Tamara Seeliger, Alexander Eisenbach

Kreation:

Tamara Seeliger, Alexander Eisenbach

Durchführung:

Tamara Seeliger, Alexander Eisenbach

Kosten:

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

20.000 Schaumstoffnasen	€	4.000
4 Stunden Humorworkshop	€	300

	2 Stunden 4Clowns f.Promotion Einsatz zur Xmas-Kinderjause	€ 680
	2000 RN gebrandete Xmas Karten-Rohlinge	€ 300
	55 Promotion Clowneinsätze	€ 8.748
	der Partnerstand am RN-Tag im Wert von 2.990,- war in der Kooperation inkludiert und wurde nicht extra berechnet.	
Summe	Gesamt	€13.728

Income:

	Jahresspende f. Clownvisiten	35.000
Falls nötig aufgesplittert in verschieden	Vertrieb Schaumstoffnassen in Filialen	26.220
Income Arten (bei gesponserten	Spendeneinnahmen VÖS-Veranstltg.	11.788
Agenturleistungen, Gratisinseraten,	Abgeltung Clown Promotionsinsätze	8.748
etc.) bitte den geschätzten Geldwert	Spende X-mas Kinderjause	2.500
angeben)	RN-BAWAG T-Shirts f.RN-Tag	2.000
Summe	Gesamt	€86.256

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.

Freie Projektbeschreibung

BAWAG P.S.K. hat sich für das Jahr 2008 bereit erklärt mit ROTE NASEN International zu kooperieren.

Die Idee der Zusammenarbeit basierte auf dem gemeinsamen Ziel die Weltsparwoche insgesamt für BAWAG P.S.K- Kunden und ebenso für die Mitarbeiter nachhaltiger zu gestalten und durch eine soziale Komponente aufzuwerten.

Mit der großzügigen finanziellen Unterstützung in der Höhe von insgesamt 72.528 EURO waren Clownvisiten für ein Jahr in einem österreich. Spital sowie die professionelle Schulung von RN-Clowndoctors sichergestellt. Als Gegenleistung haben ROTE NASEN eine Reihe von PR- sowie gezielte CSR-Maßnahmen in Zusammenarbeit mit dem Unternehmen von August bis Dezember 2008 umgesetzt.

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

Aufgabenstellung - Zielsetzung

(was sollte mit der
Kampagne erreicht werden)

Die Kooperation sollte sich sehr stark nach außen an **Bankkunden zur Frequenzerhöhung** und mittels **erhöhter Medienpräsenz** an die Öffentlichkeit richten. Ebenso war es wesentlich, eine nachhaltige Wirkung nach innen hinein in das Unternehmen zu erzielen, das auf Grund des Führungswechsels und der zeitgleichen Bankenkrise die **Mitarbeitermotivation stärken** und ein **positives Signal mittels Imagetransfer** setzen wollte.

Deklariertes Ziel von ROTE NASEN war die Spendengenerierung für ein RN-Spitalsprogramm und für die professionelle Schulung von RN-Clowns.

Hierfür sollte eine Reihe von FR- sowie Kommunikationstools bediente werden:

- diverse aktive Sammelaktionen u. Spendenveranstaltungen,
- Nutzung aller Kommunikationskanäle wie Websites, Intranet, elektronische Newsletter, RN-Mailings,
- PR-Kampagne u. gemeinsame Presseaussendungen rund um den RN-Tag und gezielt in der Weltsparwoche,
- integrierte BAWAG-Kinderproduktkampagne,
- gebrandete Weihnachtskarten und Einladungen usw.

Ein weiteres verfolgtes Ziel und wichtiger Teil des Benefits für das Unternehmen BAWAG P.S.K war die Umsetzung der RN-*Mission*, mittels Humor auch Lebensfreude in ein Unternehmen zu bringen und somit eine Basis zu schaffen, CSR zu übernehmen.

Hierfür war die Präsenz und die Mitwirkung von RN-Clowns bei allen Veranstaltungen, Galaempfangen oder bei internen Mitarbeiter-Treffen vorgesehen, aber auch konkrete Mitarbeiteraktionen und firmeninterne Wettbewerbe sowie Humorworkshops als Incentive waren ausschlaggebend für die erfolgreiche Umsetzung.

Zielgruppe

Soziodemografische Angaben, Umfang, etc.

- BankkundInnen in ganz Österreich,
- Bank-MitarbeiterInnen und deren Familien in ganz Österreich,
- FunktionärInnen und MitgliederInnen des VÖS in ganz Österreich (12.000)
- RN-SpenderInnen in ganz Österreich: elektronischer Newsletter (6.500), Mailing an 129.000 Haushalte, Jahresbericht, Websites,
- Öffentlichkeit RN-Tag: Nennung des Sponsors in gemeinsamen Presseaussendungen, Plakatkampagne in ganz Österreich: Plakate :Auflage 2.120, 120 Rolling Boards in Wien, 5.000 RN-Tag Programmflyer, 4.000 RN-VIP Einladungen

Kampagnenumfeld

Mitarbeitereinsatz, Zeitraum, projektspezifische Angaben

Die Kooperation umfasste

- den **Vertrieb von 20.000 Schaumstoffnasen** durch BAWAG-Angestellte an ihre KundInnen in den 157 Filialen in ganz Österreich rund um den ROTE NASEN-Tag ab August und über die Weltsparwoche bis Weihnachten 2008,
- **Teilnahme am ROTE NASEN-Tag** am 20. September 2008 am Wiener Stephanplatz
 - **der Geschäftsführung** mit offizieller Scheckübergabe auf der Bühne durch Vorstandsdirektorin Mag.DDr. Regina Prehofer und Leiter der Sponsoringabteilung Mag. Rudolf Leeb an

- die GF von ROTE NASEN
 - sowie aktive und ehrenamtliche **Mitarbeit von BAWAG-MitarbeiterInnen am Partnerstand** mit einem interaktiven Kinder-Betreuungsprogramm
- **Österreichweite Spendensammelaktionen** mit Clownauftritten an allen 10 Veranstaltungen des Verbands der Österr. Sparvereine (VÖS) in allen Bundeshauptstädten mit über 12.000 TeilnehmerInnen,
- **BAWAG-Galaempfang am Weltspartag** in der Zentrale mit Vorführung des ROTE NASEN Imagefilms und offizieller Scheckübergabe durch Generaldirektor David Roberts an die GF der ROTE NASEN.
- **BAWAG-Mitarbeiteraktionen:**
 - **Weihnachtskarten-Wettbewerb** - unter dem Motto „**gesunde Kinder malen für kranke Kinder**“ zeichneten Kinder der MitarbeiterInnen eine Weihnachtskarte auf speziell von ROTE NASEN-gebrandeten Kartenrohlinge. Alle Werke wurden im Hauptkassensaal der BAWAG ausgestellt. Die beste Zeichnung wurde anlässl. einer betriebsinternen BAWAG Kindergarten-Weihnachtsjause prämiert und als Sujet der BAWAG-Weihnachtskarte 2008 mit ROTE NASEN branding an alle ihre Kunden und Partner versendet.
 - **Fotowettbewerb: „Witzigstes Schaumstoffnasen-Foto“** überall, wo rote Schaumstoffnasen vertrieben wurden: in den Buffets und Kantinen der zentralen Bürohäuser, in den Bankfilialen oder bei Veranstaltungen. Die Gewinner des witzigsten Fotos und ihr Team wurden ausgelobt und erhielten als Preis die Teilnahme an einem 3stündigen Humor-Workshop gehalten durch RN-Clowndoctors.
- **Integrierte Kampagne „Nicki unterstützt RN“** zur gezielten Kommunikation der Kooperation durch
 - RN-gebrandete BAWAG-Kundengeschenke am Weltspartag: Kinderpuzzle mit BAWAG-Maskotchen NICKI und roter Nase
 - Kommunikation der Kooperation auf Infomaterial von NICKI Produkten (ZB. Sparbuch, Versicherung, Zukunftsvorsorge)
 - Flyer für Kinder zum ausmalen mit RN-Logo u. roter Nasen als Gutschein für eine Sparbucheröffnung mit 5 EURO Guthaben und Teilnahme an Verlosung eines Kindergeburtstages

Nicht-monetärer Erfolg

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

Die Kooperation mit BAWAG PSK brachte eine sehr hohe Medienpräsenz und dadurch eine Stärkung des Bekanntheitsgrades. Des Weiteren eröffnete sie Möglichkeiten der Kontaktaufnahme mit Großkunden und Geschäftspartner der BAWAG für weiteres Fundraising. Auf Grund der guten

Zusammenarbeit mit BAWAG PSK konnte auch im heurigen Jahr trotz Finanzkrise mit der Kooperation fortgesetzt werden, die zu gemeinsamen Auftritten führte wie z.B. BAWAG PSK und ROTE NASEN bringen Lachen in die GRUFT oder als Sponsor des 1. ROTE NASEN-Laufs 2009.

Was war die größte Herausforderung?

Eine sehr große Herausforderung war die fehlerfreie Koordinierung und Disponierung von 55 Clownauftritten mit je 1-2 Clowns in allen Bundesländern.

Das schwierigste bei dieser Kooperation war nicht die Spendengenerierung, sondern das Umsetzen von CSR-Maßnahmen, vor allem da, wo viele MitarbeiterInnen es noch nicht gewohnt sind, sich aktiv zu beteiligen. Die Herausforderung in einem so großen Unternehmen ist die Kommunikation, d.h. alle zuständigen MitarbeiterInnen zu erreichen, zu involvieren und für die gute Sache zu gewinnen, damit die Kooperation intern wirklich auf breiter Ebene erfolgreich ist.

Eine große Herausforderung wird sein, das Kooperationsangebot im kommenden Jahr zu toppen und dem Partner, etwas Neues anbieten.

Welche Erfahrungen leiten Sie für die Zukunft ab?

Gute und große Kooperationen brauchen immer **den einen Menschen** im Unternehmen, der für die Sache steht. Findet man diese Person nicht im Unternehmen, ist CFR kaum möglich.

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

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

Ort, Datum

Wien, 10.9.2009

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