

## 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

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

Bitte ankreuzen



- FVA-Mitglied
- Nicht-FVA-Mitglied



Bitte ausfüllen

Ansprechpartner/in:  
Funktion:  
Organisation:  
Agentur:

Mag. Andrea Dierer  
Corporate Relations Key Account Manager  
WWF Österreich

Telefon:  
Fax:  
E-Mail:

01-48817-273  
01-48817-278  
ad@wwf.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

### Kampagnen-Titel:

Verantwortlich:  
Konzept:  
Kreation:  
Durchführung:

### Kröten für die Au

Samsung Austria und WWF Österreich (Andrea Dierer)  
Andrea Dierer  
Agentur E-Century  
Samsung Austria

### Kosten:

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

Summe

Ca. €100.000.- Werbebudget von Samsung

**Income:**

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

**Summe**

Sponsoring für WWF Österreich, nicht zu messender Werbegegenwert aufgrund zahlreicher Inserate in allen wichtigen österr. Magazinen und Zeitungen sowie Rundfunkwerbespots in allen Privatradiosendern Österreichs.

**€104.182.- (Sponsoringssumme)**

**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.**

Kröten für die Au – Samsung und WWF starten österreichweite Umweltaktion für die Erhaltung der March-Thaya-Auen

Im Aktionszeitraum von Jänner bis März 2009 gehen von jedem verkauften Samsung TV-Gerät der LCD-Serien 7, 8 und 9 Euro 30 an das WWF-Projekt zum Schutz der March-Thaya-Auen. Informationsmaterialien im Elektrofachhandel, Hörfunkspots und Anzeigen informieren in ganz Österreich über die Umweltaktion. Den Erfolg können Partner und Kunden im Internet mitverfolgen. Die Spendensumme wird mittels Counter auf der Startseite der Samsung-Website veröffentlicht. Mit einem ganzheitlichen Marketing setzt Samsung ein sichtbares Zeichen für den Umweltschutz.

Gemeinsam mehr bewegen

In der Zusammenarbeit mit verantwortungsbewussten Unternehmen sieht der WWF seit seinem Bestehen eine große Chance umwelt- und naturschutzpolitische Ziele zu erreichen. „Mit dieser Kooperation erwarten wir uns einen starken Impuls für unser Projekt zum Schutz der March-Thaya-Auen“, so DI Dr. Hildegard Aichberger, Geschäftsführerin des WWF Österreich. „Wir hoffen, das Bewusstsein der ÖsterreicherInnen für diese einzigartige heimische Naturlandschaft steigern zu können. Mit Samsung hat der WWF einen starken Partner gewonnen. Denn Green Electronics ist ein hervorragender Botschafter dafür, wie Umwelt und Wirtschaft von neuen energiesparenden Technologien profitieren können.“

„Die Premium-Fernseher von Samsung sind echte Meilensteine in Bildqualität, schlankem Design und insbesondere hinsichtlich der Umweltverträglichkeit. Entsprechend dem 30 Prozent geringeren Stromverbrauch verglichen mit anderen Flachbild-Fernsehern, kommen Euro 30 pro verkauften Fernseher über den WWF den March-Thaya-Auen zugute. Damit unterstützen wir ein Gebiet, das

**Freie  
Projektbeschreibung**

bis dato leider ein ‚weißer Fleck‘ auf der Naturschutzkarte Österreichs ist. Es gibt weltweit viele Projekte, die unserer Aufmerksamkeit bedürfen – nichts ist jedoch naheliegender, als vor der eigenen Haustür damit zu beginnen.“, so Gerald Reitmayr, Leitung Unterhaltungselektronik bei Samsung Electronics Austria.

#### Schützenswerte Auenlandschaft

Die March-Thaya-Auen gehören zu den bedeutendsten Auenlandschaften Mitteleuropas. In der einzigartigen Tieflandflusslandschaft findet man noch urtümliche Auwälder, vielfältige Auwiesen und eine breite Palette von Tier- und Pflanzenarten, die nur noch hier ein gesichertes Vorkommen haben. Seeadler, Weißstorch, Flussschwärze und March-Esche sind nur einige Arten, deren Überleben in Österreich vom Schutz dieser Region abhängt. „Die Bedrohungen für die March-Thaya-Region sind heute zahlreicher denn je“, weiß Aichberger. „Mit dem Fall des Eisernen Vorhangs fand sich die ehemals ruhige Grenzlandschaft plötzlich in mitten der zwei zusammenwachsenden Wirtschaftsräume von Wien und Bratislava wieder. Straßenerschließungen, Infrastrukturprojekte, zunehmender Flächenverbrauch und eine Intensivierung der Landnutzung sind die Folge.“ Der WWF engagiert sich deshalb seit Jahren für eine nachhaltige Sicherung der einzigartigen Auenlandschaft. Denn die biologische Qualität und Vielfalt des Gebiets kann nur dauerhaft erhalten werden, wenn die Lebensadern March und Thaya intakt sind, wenn die Wälder und Wiesen nachhaltig bewirtschaftet werden und wenn das Gebiet streng geschützt und wie vergleichbare Gebiete endlich aktiv betreut wird. Herzstück der Arbeit ist dabei das Auenreservat Marchegg, das der WWF seit vielen Jahren betreut. Das Reservat mit der größten baumbrütenden Storchkolonie Mitteleuropas ist für zahlreiche Besucher ein beliebtes Ruhe- und Erholungsgebiet.

#### Kröten für die Au

Im Aktionszeitraum von Jänner bis März 2009 gingen von jedem verkauften Samsung TV-Gerät der LCD-Serien 7, 8 und 9 Euro 30 an das WWF-Projekt zum Schutz der March-Thaya-Auen. Informationsmaterialien im Elektrofachhandel, Hörfunkspots und Anzeigen informierten in ganz Österreich über die Umweltaktion.

„Mit dieser Kooperation erwarten wir uns einen starken Impuls für unser Projekt zum Schutz der March-Thaya-Auen“, so DI Dr. Hildegard Aichberger, Geschäftsführerin des WWF Österreich. „Wir hoffen, das Bewusstsein der ÖsterreicherInnen für diese einzigartige heimische Naturlandschaft steigern zu können. Mit Samsung hat der

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

WWF einen starken Partner gewonnen. Denn Green Electronics ist ein hervorragender Botschafter dafür, wie Umwelt und Wirtschaft von neuen energiesparenden Technologien profitieren können.“

**Aufgabenstellung - Zielsetzung**

(was sollte mit der Kampagne erreicht werden)

**Teilfinanzierung des WWF-Projekts zum Schutz der March-Thaya-Auen, Erhöhung des Bekanntheitsgrades des Gebiets und seiner Bedrohung in der Öffentlichkeit**

**Zielgruppe**

Soziodemografische Angaben, Umfang, etc.

Alle ÖsterreicherInnen

**Kampagnenumfeld**

Mitarbeitereinsatz, Zeitraum, projektspezifische Angaben

2 Mitarbeiterinnen vom WWF (Corporate Relations und Presse), 3 Zuständige bei Samsung sowie Werbeagentur, Vorbereitungszeit: ca. 6 Wochen

**Nicht-monetärer Erfolg**

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

Erhöhung des Bekanntheitsgrades vom WWF allgemein aufgrund breit angelegter Werbekampagne von Samsung (Radiospots, Inseratenschaltung in zahlreichen österr. Magazinen und Zeitungen, WWF Präsenz am POS von 250 Elektronik-Fachgeschäften (Cosmos, Saturn,...) mit Dispensern, Werbefilmen und Flyern

Was war die größte Herausforderung?

Rasche Umsetzung

Welche Erfahrungen leiten Sie für die Zukunft ab?

Kampagne sehr erfolgreich, Ausweitung auf mehrere EU-Länder geplant.

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, 28.8.2009

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](mailto:fva@fundraising.at)