

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

DEBRA Austria

Bitte ankreuzen

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



- FVA-Mitglied
- Nicht-FVA-Mitglied



Bitte ausfüllen

Ansprechpartner/in:

Dr. Susanne Zenz, SAZ Marketing GmbH

Funktion:

Key Account Managerin

Organisation:

DEBRA Austria

Agentur:

SAZ Marketing GmbH

Telefon:

+43-1-6023912-295

Fax:

+43-1-6023912-10

E-Mail:

susie.zenz@saz.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:

Medium-donor-Mailing

Verantwortlich:

Herr Dr. Rainer Riedl & Team

Konzept:

Herr Dr. Rainer Riedl & Team, Dr. Susanne Zenz

Kreation:

Herr Dr. Rainer Riedl & Team, Dr. Susanne Zenz

Durchführung:

SAZ Marketing GmbH

Kosten:

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

Summe

€3.187,-

Income:

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

Summe

€23.350,-

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

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

Aufgabenstellung -

Auflage: 1.099 Adressen
Postaufgabe: 20. Juni 2008

Mailingbestandteile:
Neutrales C4-Kuvert mit Briefmarke frankiert, Brief +
Zahlschein, Memo und Produktbeschreibungen

Thema dieser Aussendung war die Anschaffung eines
Crytotanks, eines Transfektionsgeräts und eines
Photometers / Kostenpunkt insg.: €23.900,- Diese Geräte
– für Lagerung, Reparatur und Messung von Zellen - sind
ein unablässiger Bestandteil, um die Forschung weiter
vorzubringen. Im Brief wurde ein konkreter
Spendenvorschlag angeführt – z.B. €200,- / abhängig
von den bislang vorangegangenen Spenden

Das beiliegende Memo vom Leiter der
Forschungsabteilung verstärkt die Wichtigkeit, warum
die Anschaffung der drei Geräte unbedingt erforderlich
ist.

Die Aussendung erzielte einen Response von 40,49 %
und eine Durchschnittsspende von €59,64. Der ICR
beläuft sich auf 8,33.

Medium-donor-Mailing an 1.099 sehr gute Spender von
DEBRA Austria. Thema der Aussendung war die
Anschaffung von modernster Laborausstattung -
Crytotank, Transfektionsgerät und Photometer. Diese
Geräte zur Lagerung, Reparatur und Messung von Zellen
- sind ein unablässiger Bestandteil, um die Forschung
weiter vorzubringen. Kostenpunkt: €23.900,-. Im Brief
wurde ein individueller, konkreter Spendenvorschlag
angeführt – z.B. €200 – abhängig von den
vorangegangenen Spenden. Für den persönlichen
Eindruck: Kuvert mit aufgeklebeter Briefmarke und
beiliegendes Memo als „Insight“.

Zielsetzung

(was sollte mit der Kampagne erreicht werden)

Zielgruppe

Soziodemografische Angaben, Umfang, etc.

1.099 sehr gute Spender aus der debra-Hausliste (gelistet nach Spendensumme und gemäß dem SAZ Scoringmodell)

Kampagnenumfeld

Mitarbeitereinsatz, Zeitraum, projektspezifische Angaben

Postaufgabe: 20. Juni 2008

Nicht-monetärer Erfolg

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

Was war die größte Herausforderung?

Mehrere komplizierte technische Geräte, komplizierte Forschungsaufgaben und einfacher Spendenappell zu kombinieren. Scoring und individuell passende Spendenvorschläge.

Welche Erfahrungen leiten Sie für die Zukunft ab?

Individualisierung wird immer wichtiger, sowohl bei der Gestaltung als auch bei den individuell erstellten Spendenvorschlägen.

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, 03.09.2009

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