

## 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

**Herzkinder Österreich – Susanne Schmid**

Bitte ankreuzen

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

- FVA-Mitglied
- Nicht-FVA-Mitglied

Bitte ausfüllen

Ansprechpartner/in:

Susanne Schmid

Funktion:

Elternbetreuung, Organisation von Herzkindertreffen, Zusammenarbeit mit Ärzten, Kinderkardiologen und Krankenhäusern, Verantwortlich für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Organisation:

Herzkinder Österreich

Agentur:

gantnerundenzi

Telefon:

Susanne Schmid, 0664 884 32 801

Fax:

E-Mail:

s.schmid@herzkinder.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:

**„Öffnen auch Sie Ihr Herz“**

Verantwortlich:

Herzkinder Österreich Susanne Schmid

Konzept:

gantnerundenzi,

Kreation:

gantnerundenzi

Durchführung:

Herzkinder Österreich Susanne Schmid

### Kosten:

**ca. 2.800,-- Plakatproduktion,**

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

**Summe****ca. 2.800,--****Income:**

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

Agenturleistungen (inkl. Filmproduktion): 85.000,--  
Gratisinserate: 18.800,--  
Outdoor: 49.000,--  
TV: 13.000,--  
Online: 640,--  
**€ 166.640,-- Kampagnenwert**

**Summe****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.**

Kampagnenzeitraum:

Plakat: 24/1 Bogen erste Augushälfte, 14 Tage, 300 Stellen in Wien

TV 20": On Air seit letzter Augustwoche bis laufend

Print: 1/1 4c, 1/2 4c seit letzter Augustwoche bis laufend

Online: Banner seit Anfang September

Mit der neuen Kampagne „Öffnen auch Sie ihr Herz!“ wird die Öffentlichkeit auf sehr direkte und eindringliche Art mit dem Problem konfrontiert.

„Herzkinder“ werden Kinder genannt, die mit einem Herzfehler geboren werden.

Was viele vielleicht nicht wissen: Herzfehler stellen die häufigste angeborene Fehlbildung dar. Bis zu 700 Kinder pro Jahr sind in Österreich davon betroffen. Die Erscheinungsformen sind vielfältig und stellen Ärzte und Eltern vor immer wieder neue Herausforderungen.

Je nach Grad und Art des Herzfehlers werden Säuglinge unmittelbar nach der Geburt bei geöffnetem Brustkorb am offenen Herzen operiert. In schweren Fällen sogar mehrmals. Dies stellt für Kinder und Eltern gleichermaßen eine ungemeine physische und psychische Belastung dar.

Dank engagierter Ärzte und moderner Operationsmethoden können heute viele Herzkinder später wieder ein ganz normales Leben führen. Was oft zurückbleibt sind unsichtbare Narben in der Seele und eine unübersehbare Narbe inmitten des Brustkorbes.

Der Verein wurde 1995 gegründet und nennt sich seit 2007 „Herzkinder Österreich“.

Herzkinder Österreich ist mittlerweile eine Österreich weite Anlaufstelle für alle nicht

medizinischen Anliegen und Belange für herzkrankte Kinder, Jugendliche und deren Familien. Er hilft Eltern und Kindern dabei, Ihr Schicksal zu meistern. Betreut werden derzeit über 4000 Familien aus ganz Österreich. Spendenkonto Volksbank: 400 5005 0000, BLZ: 43210, [www.herzkinder.at](http://www.herzkinder.at)

**Freie  
Projektbeschreibung****Kurzzusammenfassung**

Mit der neuen Kampagne „Öffnen auch Sie ihr Herz!“ wird die

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

Öffentlichkeit auf sehr direkte und eindringliche Art mit dem Problem konfrontiert.

„Herzkinder“ werden Kinder genannt, die mit einem Herzfehler geboren werden.

Was viele vielleicht nicht wissen: Herzfehler stellen die häufigste angeborene Fehlbildung dar. Bis zu 700 Kinder pro Jahr sind in Österreich davon betroffen. Die Erscheinungsformen sind vielfältig und stellen Ärzte und Eltern vor immer wieder neue Herausforderungen.

Herzkinder Österreich ist mittlerweile eine Österreich weite Anlaufstelle für alle nicht medizinischen Anliegen und Belange für herzkranken Kinder, Jugendliche und deren Familien. Er hilft Eltern und Kindern dabei, ihr Schicksal zu meistern. Betreut werden derzeit über 4000 Familien aus ganz Österreich. Spendenkonto Volksbank: 400 5005 0000, BLZ: 43210, [www.herzkinder.at](http://www.herzkinder.at)

**Aufgabenstellung - Zielsetzung**  
(was sollte mit der Kampagne erreicht werden)

Mit der neuen Kampagne „Öffnen auch Sie ihr Herz!“ wird die Öffentlichkeit auf sehr direkte und eindringliche Art mit dem Problem konfrontiert.

Den Aufmerksamkeitsgrad in der Öffentlichkeit zu steigern. Spendengenerierung

**Zielgruppe**  
Soziodemografische Angaben, Umfang, etc.

**Keine Einschränkung**

Plakat, TV, Anzeigen, Banner

**Kampagnenumfeld**

Mitarbeitereinsatz, Zeitraum, projektspezifische Angaben

**Österreich weit Plakat, Anzeigen, TV: ORF und Private, zusätzlich Presseinformation an Gesundheitsmedien, Gesundheitsressorts,**

Herzkinder Österreich – Susanne Schmid, 10.03.2009 Kontaktfanfrage von gantnerundenzi, 19.3.2009 Meeting mit gantnerundenzi, Michaela Altendorfer – Herzkinder Österreich; 24.4.2009 Konzeptpräsentation, Kontaktaufnahme zu div. Medien, Verlage, PanMedia Western Frau Dr. Ochsner, etc.. 18.06.2009 Drehbeginn Spot, Filmabnahme 23.06.2009, Kontaktaufnahme Gewista, etc.. Kampagnenstart Ende September

**Nicht-monetärer Erfolg**  
(Welche Zusatzerfolge wurden erzielt? Z.B. Erhöhung des Bekanntheitsgrades)

Erhöhung des Bekanntheitsgrades. Angehörige, Verwandte, Bekannte von Herzfamilien entwickeln ein besseres Verständnis dafür, was es bedeutet ein Herzkind zu haben. Kooperationsmöglichkeiten

Was war die größte Herausforderung?

Die Kampagne „Öffnen auch Sie Ihr Herz“ kostenfrei zu realisieren. Bis auf den Plakatdruck (ca. 2.800,-) ist dies auch gelungen.

**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, 09.10.2009

Einreichungsschluss ist der 10.9.2008. 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)