



Wettbewerbsbeitrag

Unternehmen:
Nessbach Agentur für Kommunikation GmbH, Köln

Partner:
Zartbitter e.V., Köln

1. Titel / Kurzbezeichnung des Engagements

Zartbitter Fundraising-Kampagne

2. Ziele

Nach mehreren Jahren mit "Weihnachtsspenden" will Nessbach Zartbitter stärker unterstützen – mit Kommunikationsdienstleistungen. Ein aufmerksamkeitsstarker Spendenauftrag soll differenziert den Auftrag von Zartbitter vermitteln. Dabei dürfen keine Opfer präsentiert werden, sondern der Fokus soll auf die positive Botschaft von selbstbewussten Kindern gerichtet werden.

3. Charakter

Mit halbseitigen 4c-Anzeigen in der BILD Köln ruft Nessbach – auf eigene Kosten – zu Spenden für Zartbitter auf. Unterstützt wird die Aktion durch das gemeinsame Engagement aller Beteiligten: Agentur, Models, Fotograf und Lithoanstalt verzichten auf ihr Honorar. Später werden Poster und Postkarten mit den Anzeigenmotiven adaptiert und produziert.

4. Ressourcen

Konzeptioner, Graphiker, Fotografen und Berater von Nessbach arbeiten zusammen für das Projekt. Die nicht in Rechnung gestellten Leistungen aller Beteiligten sind rund 20.000 Euro wert, die Kosten in Höhe von insgesamt rund 6000 Euro für die Schaltung der Anzeigen übernimmt Nessbach.

5. Partner

Zartbitter: Empfänger der Leistungen, Fotograf: Achim Hehn, Köln; Lithoanstalt: Purpur Köln; Models: Kinder von Mitarbeitern und Freunden

6. Beteiligte aus dem Unternehmen

Beteiligt sind Kreation und Beratung.

7. Bedeutung des Engagements für das Unternehmen

Nessbach engagiert sich an mehreren Stellen. Gesellschaftliche Engagements laufen unter dem Projektnamen "N-Extra". Mit N-Extra wurden bereits Projekte für die Aids-Hilfe NRW, für Reformhaus/Barmer, die Evangelische Kirche Monheim, etc. realisiert. Das Engagement für Zartbitter hat bei Nessbach Tradition und hat die Agentur um die Erfahrung in der Arbeit mit

gemeinnützigen Verbänden und Vereinen bereichert. Das Engagement für Zartbitter ist integraler Bestandteil der Entwicklung der Agenturausrichtung.

8. Motivation

Nessbach findet die Aufgabe von Zartbitter unterstützenswert.

9. Wirkung

Es gehen mehr Spenden bei Zartbitter ein. Mit einem Teil der Spenden werden Postkarten umgesetzt, um die Kampagne auszuweiten und Zartbitter noch bekannter zu machen.

10. Dauerhaftigkeit

Das Engagement ist

längerfristig bzw. unbefristet angelegt.

Das Engagement hat bei Nessbach Tradition. Hatte es mit Spenden an Zartbitter angefangen, so wurde es mit der oben beschriebene Kampagne weitergeführt. Nessbach hat sich über einen Zeitraum von vier Jahren für Zartbitter engagiert.

11. Verhältnis zum Kerngeschäft und der Kernkompetenz

Nessbach ist eine Agentur für Kommunikation. Beim Engagement für Zartbitter wurde im selben Maß Know-How und Ressourcen eingesetzt wie die Agentur es auch für zahlende Kunden aufbringt.

12. Veröffentlichte Informationen zum Engagement

--