

Editorial

Liebe Leserin, lieber Leser,

in diesem Jahr wirft die Wirtschaftskrise dunkle Schatten auf den Spendenmarkt. Für viele Organisationen eine besondere Herausforderung, wollen sie nicht im Schatten stehen. Hier hilft oft ein neuer ungewohnter Auftritt, um die notwendige Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen. Gerade in finanzgebeutelten Zeiten wie diesen sind außer konstruktiven Ideen auch Mut zur Veränderung und gleichzeitig Tradition und Verlässlichkeit gefragt. Herausforderung für uns als Agentur: Altes neu denken und Veränderungen umsetzen ohne angepasst zu sein. Trotzdem immer nah am Menschen, mit gesellschaftlicher Relevanz und klaren Botschaften – und gerne im attraktiven (sommer)frischen Outfit. Eine Herausforderung, die wir mit Vergnügen annehmen.

Einen schönen Restsommer wünscht
Ihr Team von steinrücke+ich

[fundraising:] „Helfen hilft“ – klassische Aktion in neuer Verpackung



Es muss wirklich nicht immer alles ganz anders sein, um besser zu werden. Traditionelles auf zeitgemäß trimmen, damit es mehr und andere Menschen anspricht – lautete deshalb die Aufgabe, mit der die AWO Westliches Westfalen an **steinrücke+ich** herangetreten ist: Die jährliche Haus- und Straßensammlung sollte neu aufgestellt werden. Die traditionelle Sammlung von Geldspenden erhielt dazu mit „Helfen hilft“ ein neues Etikett, das zukünftig einen höheren Wiedererkennungswert schafft. Außerdem steht nun jedes Jahr ein bestimmtes Thema bzw. eine bestimmte Gruppe sozial benachteiligter Menschen im Mittelpunkt der Spendenwerbung: 2009 sind es von Armut betroffene Kinder. Neu ist auch, dass für konkrete Projekte der AWO-Organisationen vor Ort gesammelt wird. Diesmal für Schulspeisungen, Schulstarthilfen oder Freizeit- und Förderungsangebote. Themen, die ansprechen und ziehen. In Deutschland leben mehr als 1,5 Millionen Kinder in Armut, deshalb standen sie 2009 im Fokus. Im nächsten Jahr sollen es Obdachlose oder alte Menschen sein.

Eine attraktive Verpackung allein reicht nicht aus, um erfolgreich neue SpenderInnen anzusprechen. Wer verändert, der muss auch überzeugen. Deshalb konzipierte und gestaltete **steinrücke+ich** nicht nur das Aktionslogo sowie sämtliche Materialien – vom Spendenflyer, über Displays und Pins bis zum lebensgroßen Aufsteller. Zum Basiskonzept gehört auch der Leitfaden für die Sammelakteure mit guten Argumenten und Tipps zur Ansprache, Gewinnung und Bindung von (neuen) SpenderInnen. Die ersten Sammelerfolge haben sich bereits eingestellt.

Fazit: Es lohnt sich, Altbekanntes neu zu denken. Wichtig dabei: Neuerungen nicht nur überzeugend nach außen, sondern auch nach innen transportieren.



[kampagne:] Bewegendes Fotoshooting für die Welt-Aids-Tag-Kampagne 2009

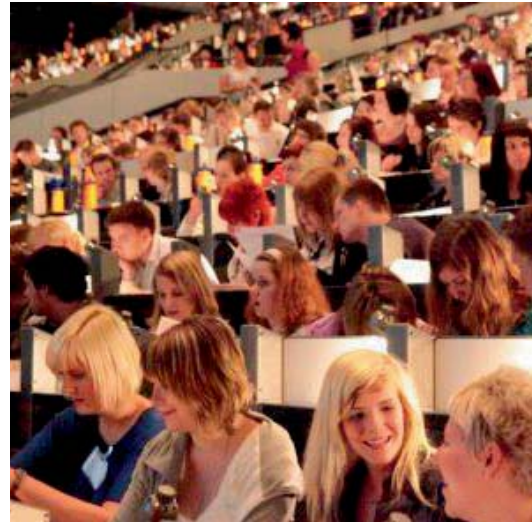


Einmal mit Philipp Lahm oder Anni Friesinger auf einem Plakat zum Welt-Aids-Tag stehen? Für rund 40 Botschafterinnen und Botschafter der Welt-Aids-Tag Kampagne wird dies Realität. Unter dem Motto „Gemeinsam gegen Aids“ rufen sie mit prominenten Botschaftern zu Aufklärung und Solidarität mit den etwa 60.000 Betroffenen in Deutschland auf.

600 Bewerbungen gingen für das Casting zur Plakatkampagne ein. 40 „Models“ zwischen 13 und 67 mit deutschen, afro-deutschen, italienischen oder türkischen Wurzeln wurden ausgewählt. So unterschiedlich sie auch sind, eines haben sie gemeinsam: Sie engagieren sich alle gegen HIV und Aids. Der besondere Reiz für die Auserwählten neben Styling, Maske und Fotosession war daher nicht der bis dahin mögliche digitale, sondern der direkte Austausch in den Shootingpausen – über ihre Motivation, ihr Engagement und ihre Erfahrung mit HIV/Aids. Bewegende Momente.

Nach 9 Stunden ist außer den vier Plakaten, in die die prominenten BotschafterInnen dazumontiert werden, auch das gemeinsame Gruppenfoto im Kasten. Trotz aller Anstrengungen haben die Models, der Fotograf, die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) als Initiatorin der Kampagne und die Orgacrew von **steinrücke+ich** und ihrer Partneragentur kakooi ihre gute Laune behalten. Ein bewegter Tag, der alle darin bestärkt weiterzumachen. Mehr bewegende Zeiten folgen im Herbst und am 1. Dezember, dem Welt-Aids-Tag!

[kongressevent:] **DEKV/Diakonie: Die Pflege hat Zukunft?!**



Der Diakoniekongress „zukunfft:pflegen“ hat mit dem 2. Deutschen Pflegeschüler/-innen-Kongress alle Erwartungen übertroffen. Nicht nur die Zahl der über 1.800 TeilnehmerInnen beeindruckte die Veranstalter, den Deutschen Evangelischen Krankenhausverband (DEKV) und die Diakonie/Bundesverband. Auch die Gestaltung und Dramaturgie der Gesamtveranstaltung im ICC Berlin mit Sideevents und Abendprogramm sorgten für Begeisterung – und hinterließen Spuren. Der bislang einmalige Kongress im Pflegebereich bot mit seinem umfangreichen Programm einen breiten Veranstaltungsmix. Außer den Pflegeschüler/-innen und ihren Lehrkräften trafen sich auch Führungs- und Leitungskräfte aus diakonischen Einrichtungen und Verbänden zum Expertenforum sowie MitarbeiterInnen der Pflegeberufe und der Heilerziehungspflege zum Symposium „Spiritualität in der Pflege“. Hier wurde nicht nur die Zukunft der Pflege auf allen möglichen Ebenen diskutiert, hier wurden auch erste Brücken zwischen den Pflegegenerationen geschlagen. Die hier liegenden Chancen des generationenübergreifenden Austauschs und der Vernetzung gilt es zukünftig zu nutzen. Fortsetzung folgt!

Als begleitende Agentur entwarf **steinrücke+ich** ein attraktives Kongresskonzept und entwickelte die CD-Linie, sämtliche Materialien sowie die Raum- und Bühnengestaltung. Die gesamte Organisation und Durchführung der 3-Tage-Veranstaltung gehörte ebenfalls zum Agenturjob. Ein dritter Folgekongress ist bereits geplant und damit wäre die Tradition besiegelt.

zukunfft:
pflegen
Diakoniekongress



[termine:] kollekta 2009 – aufgefrischt und mit aktuellem Programm

Ein Highlight der *kollekta* in diesem Jahr: Der Eröffnungsdredner Arnd Brummer, Chefredakteur der Zeitschrift *Chrismon*, blickt kritisch aufs Fundraising und die (notwendige) Orientierung an Mitglieder. Zum selbstverständlichen Angebot der Tagung gehören auch diesmal wieder Workshops und Basisseminare für Einsteiger wie Fortgeschrittene und die „Special Interest“-Seminare zu aktuellen Fundraisingfragen. Moderierte Foren bieten zudem die Möglichkeit zum professionellen Erfahrungsaustausch. Besonders im Fokus bei allen Veranstaltungen: der Praxisbezug, der konkrete Anregungen für die eigene Arbeit liefert. Den diskussionsanregenden Abschluss der *kollekta* bildet die Jahresaktion der Caritas „Soziale Manieren für eine bessere Gesellschaft“, die sich zwischen Anwaltschaftlichkeit und Fundraising bewegt.

Außerdem: Die *kollekta* präsentiert sich in neuem Outfit. Das Erscheinungsbild ist frisch und wurde in den Farben dem Design des Deutschen Fundraising-Verbandes angeglichen. Das neue Logo stellt mit seinem signifikanten „k“ den kirchlichen Fokus modern in den Mittelpunkt. Somit ist die Veranstaltung auch optisch eindeutig als Veranstaltung der Fachgruppe Kirche im Deutschen Fundraisingverband erkennbar.

Das vollständige Programm sowie die Anmeldeöglichkeiten finden Sie im Internet unter www.kollekta.de.



[buchtipp:] Sven Plöger: Gute Aussichten für Morgen

Diplom-Meteorologe Sven Plöger nähert sich seinem Thema differenziert aber mit Optimismus. Anpassung an den Klimawandel ist möglich – und nützlich, so seine These. Denn Ökologie und Wirtschaftlichkeit müssen sich nicht ausschließen, wenn wir die Herausforderung annehmen, effiziente Technologien zu entwickeln und Alternativen zu fossilen Energieträgern zu fördern. Sven Plöger hilft den Klimawandel selbst und die vielfältigen Interessengruppen zu verstehen. Denn wir haben alle das gleiche Ziel: gute Aussichten für die Welt von Morgen. Auf dem Weg dorthin begleitet uns Plögers neues Buch (Piper Verlag). Mehr dazu: www.meteo-ploeger.de

[zu guter letzt:] Pecha Kucha – oder: die Kunst der knappen Präsentation



PECHA KUCHA ist eine Powerpoint-Vortragstechnik, die 2003 von zwei Architekten in Tokio im Rahmen einer Designveranstaltung entwickelt wurde und mittlerweile weltweit Kultstatus genießt. Das Besondere daran? Die Powerpoint-Charts werden unter rigiden Zeitvorgaben präsentiert. Dauer des Vortags: 6 Minuten 40 Sekunden, 20 Folien werden jeweils genau 20 Sekunden projiziert und laufen automatisch weiter. Das Ergebnis: keine langatmigen Vorträge, sondern kurze Präsentationen auf den Punkt. Da kann sich niemand hinter einer Informationsflut verstecken. Auch die Wirtschaft weiß das mittlerweile zu schätzen. Und wann fangen Sie an? Schauen Sie mal rein unter www.pecha-kucha.org.