

FUNDRAISING



Hospiz Ulm e. V.

Seit 1992 gibt es das Hospiz Ulm. Es bietet Sterbenden und ihren Angehörigen einen Ort der Ruhe und dient als Anlaufstelle für Menschen, die sich mit dem Thema Tod, Trauer und Abschiednehmen auseinandersetzen müssen. Wir haben großen Respekt vor den über 120 hauptamtlichen und ehrenamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Hospiz.



unser Fazit

Hier stehen über 120 Frauen „ihren Mann“. Engagieren sich unermüdlich und mit hoher Begeisterung und Leidenschaft für den Erhalt und Ausbau des Hospiz Ulm. Wir haben viel Vertrauen im Vorfeld erhalten. Unser Fachwissen in Marketing und Kommunikation haben wir intensiv eingebracht. Die sehr enge und offene Zusammenarbeit war Teil des Projekterfolgs. Für uns ist die Zusammenarbeit mit den Menschen von Hospiz Ulm e.V. eine Bereicherung, die wir nicht missen möchten.

die Herausforderungen für die Marketing-Kommunikation

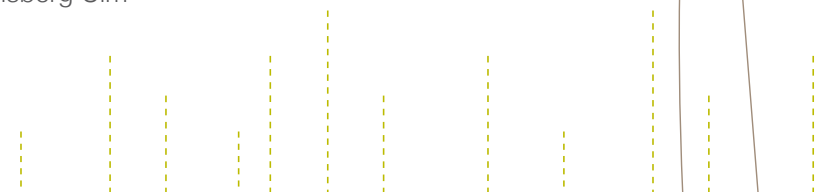
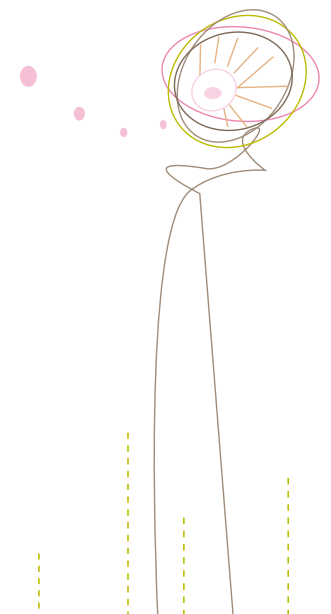
Wie bauen wir Berührungspunkte ab? Können wir durch konzentrierte Maßnahmen das Vertrauen in der breiten Öffentlichkeit gewinnen? Wir haben 8 Monate Zeit, alle relevanten Grundlagen zu entwickeln, Zielgruppen zu definieren und den Prozess nicht nur zu gestalten, sondern vielmehr auch zur Umsetzung zu bringen.

die Zielsetzung unseres Kunden

Es fehlen knapp 3 Mio. Euro für den Umbau einer ehemaligen Klinik zum stationären und ambulanten Hospiz. Nur mit Unterstützung der breiten Öffentlichkeit, den Städten und Landkreisen im Umfeld sowie zahlreichen weiteren Spendern und Sponsoren wird es möglich sein, dieses Großprojekt zu bewältigen. Parallel zum Umbau muss genauso daraufhin gearbeitet werden, das neue und erweiterte Konzept umfassend und klar verschiedenen Zielgruppen nahe zu bringen.

die Meilensteine

- Dezember 2008 – erstes Kennenlernen des Vorstands
- Februar 2009 – Auftakt-Workshop mit einem 15-köpfigen Hospizteam
- September 2009 – Start der Öffentlichkeitsarbeit
- November 2010 – Eröffnung des neuen Hospiz-Hauses am Michelsberg Ulm
- 2011 – Jubiläumsfeierlichkeiten 20-10-5



unsere Zusammenarbeit

1. Analyse

- Kennen lernen der Menschen und der Organisation
- Austausch im Rahmen von Workshops und Einzelgesprächen
- Besuche im stationären und ambulanten Hospiz
- Recherche im Hospiz-Bereich
- Herausfiltern der Kernpunkte
- Konzentration auf die Stärken

2. Konzept

- Vorbereitung der Konzeptphase und Planung durch Filtern und Bewerten der Informationen
- Zielgruppen bestimmen
- Kernbotschaft entwickeln
- strategische Maßnahmenplanung für die Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising entwickeln

3. Umsetzung

- Kommunikations-Mix aufstellen
- Maßnahmenplanung für 24 Monate
- Budgetierung
- Übertragung auf alle Anwendungen in Print und Internet
- Text
- Fotografie
- Gestaltung
- Bildsprache
- Produktion
- Qualitätskontrolle

4. Qualitätskontrolle

- Erfolgskontrolle
- Korrektur in einzelnen Maßnahmen
- weitere Verdichtung von wichtigen Informationen
- Rückführung in weitere Maßnahmen

die Maßnahmen



- Erscheinungsbild
- Corporate Language
- Logo
- Geschäftspapiere, Visitenkarten, Formulare
- Veranstaltungen
- Fundraising-Aktionen
- Internet
- Broschüren, Flyer, Postkarten
- Anzeigen
- Plakate
- Merchandising
- Leitsystem
- Displays
- Textilien
- Dankeskarten
- Einladungen