

SPENDENWERBUNG BEI UNICEF

UNICEF Deutschland setzt nur Mittel der Spendenwerbung ein, die wirksam, seriös und kosteneffizient sind. Die ehrenamtlichen UNICEF-Gruppen unterstützen die Spendenwerbung mit vielen Aktionen und eigenen Ideen.

Auch die prominenten UNICEF-Botschafter und –Paten engagieren sich ehrenamtlich. Einzelne Verlage und Sendeanstalten engagieren sich als Medienpartner ganz besonders.

UNICEF leistet in Deutschland intensive Medien- und Öffentlichkeitsarbeit und vermittelt Journalisten Ansprechpartner in den Projektländern. Pressereisen zahlt UNICEF jedoch in der Regel nicht.

UNICEF prüft in der Spendenwerbung regelmäßig, dass Standards und ethische Grundsätze eingehalten werden und weist Kosten transparent aus. Hier Details zu den Werbewegen:

Briefe an Spender:

2016 hat UNICEF in 13 verschiedene Spendenbriefe investiert und so ein Vielfaches an Einnahmen erzielt. Die Briefe helfen auch, über die UNICEF-Arbeit zu informieren - und „Danke“ zu sagen. Alle Adressen unterliegen dem Datenschutz. Wer keine Spendenbriefe wünscht, wird selbstverständlich vom Versand ausgeschlossen.

Online-Marketing:

UNICEF informiert über www.unicef.de sowie per E-Mail über seine Arbeit und ruft zu Spenden auf. Für Anzeigen in Onlinemedien zahlt UNICEF teilweise Schaltkosten. Die Stiftung United Internet for UNICEF stellt ihre Plattformen GMX, 1&1 und web.de zur Verfügung und erreicht so viele Millionen von Menschen.

Außenwerbung:

UNICEF nutzt auch Plakate und elektronische Flächen für die Werbung. Die Flächen werden teilweise kostenfrei zur Verfügung gestellt, in diesen Fällen übernimmt UNICEF lediglich Produktions- und Klebekosten.

Printanzeigen:

UNICEF bietet Zeitungen und Zeitschriften verschiedene Anzeigen an, die in der Regel kostenlos geschaltet werden.

Straßenwerbung:

UNICEF Deutschland setzt Straßenwerbung ein, um weitere regelmäßige Unterstützer zu gewinnen. In einzelnen Regionen wird auch an der Haustür geworben. Dabei wird jede Methode vermieden, mit der sich Menschen unter Druck gesetzt fühlen könnten.

Telefonmarketing:

UNICEF setzt ausgewählte Dienstleister ein, um neue Spender zu begrüßen und zu informieren. Die Gespräche ermöglichen es auch, uns zu bedanken sowie Wünsche und Kritik entgegenzunehmen. Wer keinen Telefonkontakt wünscht, erhält selbstverständlich keinen Anruf.

TV-Spots:

UNICEF schaltet TV-Spots, um regelmäßige Unterstützer zu gewinnen und über die UNICEF-Arbeit zu informieren. Fernsehsender schalten diese Spots teilweise kostenlos, auch Internetnutzer verbreiten sie.

Unternehmenskooperationen:

Unternehmen, die die UNICEF-Arbeit unterstützen, werden nach verbindlichen Leitlinien geprüft. Ausgeschlossen ist beispielsweise eine Zusammenarbeit mit Unternehmen der Branchen Rüstung, Glücksspiel (Ausnahme staatliche Anbieter) oder Erotik.