Geldbußen-Marketing optimieren

Der Verband Bewährungs- und Straffälligenhilfe Württemberg e.V. (Verband BSW) hatte am 01.07.2015 zu einem Workshop mit dem Marketing- und Fundraising-Experten Julian Feil eingeladen. Zahlreiche Geschäftsführer württembergischer Straffälligenvereine konnten zu dieser Veranstaltung in Stuttgart begrüßt werden. Schon in der Vorstellungsrunde wurde deutlich, dass das Interesse der Teilnehmer neben der Geldbußenakquise vor allem der Optimierung der Auftritte der Vereine galt um die Straffälligenhilfe als solche besser zu vermarkten.

Feil stellte fest, dass die Straffälligenhilfe ihr Licht nicht unter den Scheffel stellen soll, weil sie wichtige kriminalpräventive Arbeit in der Gesellschaft leistet. Er regte an, auch in Richtung Privatspender zu gehen und gegenüber den Spendern auch klar zum Ausdruck zu bringen „wie viel man braucht“.

Feil referierte über

- bisheriges Geldbußen-Marketing: Was lief bisher gut und wo waren die Flops anzusiedeln,
- die Strategie-Entwicklung: Positionierung – was zeichnet uns aus, womit machen wir den Unterschied zu anderen Institutionen: z.B. :
  Kriminalprävention und Opferschutz, Angehörigen-Unterstützung inkl. Kinder, Beziehungsangebot als Familienersatz, wir sparen Haftkosten ein, wir bieten Wohnmöglichkeiten und Vermittlung auf dem ersten Arbeitsmarkt, wir schaffen gesellschaftlichen Frieden,
- wir sind nah dran am Täter: Justiznähe macht unsere Professionalität aus.
- Tradition herausstellen, um Glaubwürdigkeit zu unterstützen. Unsere Projekte sind stark und medienwirksam.
- strategische Kommunikation: Persönlicher Kontakt und Service, Events, Presse, Brief, Info-Mappe, Geschäftsbericht, Folder. Der Referent gab hier praktische Tipps zum Aufbau und Inhalt von Briefen zum Geldbußen-Marketing. Gute Bilder für Info-Broschüren sind essentiell.

Es folgte eine Diskussion im Plenum: Was ist auf die Vereine übertragbar? Vorausgefüllte Überweisungsvordrucke, Brief-Optimierung, Spenden-Dossiers, Spendenbedarf transparent machen, hochwertige Fotos, Alleinstellungsmerkmal des Arbeitsfeldes ausarbeiten.
Die Idee einer zentralen Info-Ausstellung durch den Verband kam auf. Der Internetauftritt der Verbände ist im Hinblick auf Aktualität, Struktur und Usability zu optimieren. Lokal umsetzbar sind die Projekte auf Vereinsebene z.B. zu Themen wie Ehrenamt, Fürsprecherarbeit, Weihnachtsbriefe, Events für Spender aller Art.
Welche Schritte gehen die Vereine / Organisationen an:
Wanderausstellung mit positiven Botschaften zur Straffälligenhilfe, die durch regionale Schwerpunkte ergänzt werden - vorbereitet und erarbeitet unter Mitwirkung des Marketing-Experten Feil.
Abschließend zeigte Feil anhand der mitgebrachten Flyer / Infomaterial aus den Vereinen, was positiv und optimierbar an den Info-Broschüren ist. Es stellte sich heraus, dass bei den Verbandsrundbriefen, die für Richter, Staatsanwälte und das Fachpublikum sowie die Politik gedacht sind, eine Kontinuität zumindest in Form von Newslettern erwartet wird.

W.W.