

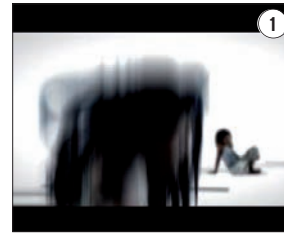
BEWORBENES PRODUKT:
Augustsammlung der Caritas

CREDITS

Auftraggeber: Caritas Österreich
Kommunikationsleitung:
Mag. Gabriela Sonnleitner
Agentur: CCP,Heye
Kontakt: Ursula Klugt,
Irene Werschlan, Nicole Maschik
Kreation: Michael Huber,
Gerhard Plakolm, Thomas Riegler,
Lisbeth Schneider, Avin Fathulla
Mediaagentur: CCP,Heye
Kontakt: Irene Werschlan,
Nicole Maschik

FACTS

Kommunikationsbudget:
0,03 Millionen Euro
Schaltzeitraum:
August bis Oktober 2006
Zielgruppe: alle Menschen mit
sozialem Gewissen im
erwerbsfähigen Alter
Mediamix: Plakat, Print, TV, Radio
Spendeneinnahmen: 3,6 Millionen
Euro (+ 10,4 %)



1 Printanzeige (links) und TV-Spot



2



3

Die Uhr tickt

Das Wertvollste in unserem Leben ist die Zeit, ein knappes Gut. Aber was sind schon fünf Sekunden? Ein Menschenleben, wenn es nach der Caritas geht.

Kinder sitzen auf einer Uhr. Kinder aus der Dritten Welt. Ihre spärliche Kleidung zerlumpt und schmutzig, genauso wie die Kleinen selbst. So präsentierten sich Plakate und Anzeigen der Caritas-Augustsammlung. Ein ähnliches Bild im TV-Spot: Alle fünf Sekunden öffnet sich eine Luke und ein Kind stürzt hinein. In Afrika, Lateinamerika und Asien stirbt alle fünf Sekunden ein Kind am Hungertod. Die Caritas wollte das durch ihre Augustsammlung verhindern.

Fünf Sekunden

Die Kampagne der Caritas sollte die Notsituation in Afrika, Lateinamerika und Asien verdeutlichen. Ohne Spenden ist die Überlebenschance der Kinder nicht allzu hoch. Wenn alle fünf Sekunden ein Kind am Hungertod stirbt, sind das

6,5 Millionen Mädchen und Buben jährlich.

3,6 Millionen

Die Kinder in den notleidenden Ländern hatten Glück im Unglück. Herr und Frau Österreicher waren 2006 sehr großzügig und öffneten nicht nur ihr Herz, sondern auch ihre Geldbörsen für bedürftige Kinder in der Dritten Welt. Durch die Kampagne von CCP,Heye, gelang es der Caritas, ihre Spendeneinnahmen um über 10 % auf 3,6 Millionen Euro zu erhöhen. Die Werbekosten pro gespendeter Million sanken von 2005 auf 2006 sogar um 10 %, wobei der Werbeaufwand gleich blieb. Effizienz, die Leben rettete. ■