



SILBER

KATEGORIE: Soziales

## BEWORBENES PRODUKT:

Team Österreich



TV-Spot

## CREDITS

**Auftraggeber:** Österreichisches  
Rotes Kreuz & Hitradio Ö3

**Kommunikationsleitung:**

Mag. Michael Opriesnig, Georg Spatt

**Agentur:** Ogilvy & Mather

**Kontakt:** Marcus G. Rotter (Bild),  
Birgit Liedtke

**Kreation:** Alexander Rudan, Ivo  
Kobald, Alexander Trybus, Florian  
Gigler, Helge Haberzettl, Michael  
Koeditz, Karin Luser, Martin  
Radjaby, Michael Pauser, Christian  
Gartner, David Höller, Thomas  
Pfaller, Doris Granegger

## FACTS

**Äquivalente Mediakosten:**  
300.000 Euro

**Schaltzeitraum:**  
20. August bis 16. September

**Zielgruppe:** breite Öffentlichkeit

**Mediamix:** Print, TV, Radio

**Registrierte Freiwillige bei Team**

**Österreich:** 23.000

**Bekanntheitsgrad:**  
ungestützt 53 % bei 30- bis 39-Jäh-  
rigen, 37 % bei ab 15-Jährigen

## Eine Lawine von Helfern

Einer allein kann nichts bewegen? Aber drei können: Das Rote Kreuz, Hitradio Ö3 und Ogilvy & Mather haben 2007 in vier Wochen 23.000 Freiwillige aufgetrieben.

Sind Sie bereit, alles liegen und stehen zu lassen? Eventuell auch das gerade im Supermarkt gefüllte Einkaufswagen? Nämlich dann, wenn Österreich wieder einmal von Naturkatastrophen wie Lawinen oder Hochwasser betroffen sein wird? 23.000 Freiwillige haben diese Frage von Ö3 und dem Roten Kreuz im August und September 2007 mit Ja beantwortet und sich dem Team Österreich angeschlossen. Obwohl Zeit angeblich Geld ist und ehrenamtliches Engagement besonders kostbar.

### Auch der Bundespräsident hilft

Dass sich mehr als doppelt so viele ÖsterreicherInnen wie erwartet vom Hilfsaufruf angesprochen gefühlt haben, wird auch an den Sprechern selbst gelegen sein: Opfer von Umweltkatastrophen, erste Team-Österreich-Mitglieder und Prominente bis

hin zu Bundespräsident Heinz Fischer. Der Skepsis, dass einer allein nichts bewegen kann, war damit sehr schnell jede Grundlage entzogen. Auf der eigenen Website konnte das stetige Anwachsen des Teams Österreich live mitverfolgt werden.

### Welle der Hilfsbereitschaft

In nur knapp vier Wochen stieg die ungestützte Bekanntheit des Teams Österreich auf 37 %, die gestützte auf 56 % und bei den 30- bis 39-Jährigen sogar auf 72 %. Zu Ende der Kampagne hatte die Aktion die Zustimmung von 93 % aller ÖsterreicherInnen ab 15 Jahren gefunden. Wieder einmal darf die heimische Bevölkerung also auf ihre Hilfsbereitschaft stolz sein. Und die „Trainer“ des Teams Österreich dürfen sich ebenfalls freuen: über Silber. ■

