

## ARBEITSHILFEN FÜR EIN ERFOLGREICHES FUNDRAISING

6.

### „DIE ALTERNATIVEN“

... wie Sie über Mailings hinaus weitere Spender gewinnen



©Grace Winter / PIXE



Mehr als nur Adressen

Arnold, Demmerer & Partner  
Gesellschaft für creatives Zielgruppenmarketing mbH

Zentrale Stuttgart  
Mittlerer Pfad 26  
70499 Stuttgart

Tel. +49 (0)711/8 87 13 – 0  
Fax +49 (0)711/8 87 13 – 44

Niederlassung München  
Bayerstraße 24  
80335 München

Tel. +49 (0)89/66 60 91 – 12  
Fax +49 (0)89/66 60 91 – 20



[www.zielgruppenmarketing.de](http://www.zielgruppenmarketing.de)

Viele Spendenorganisationen setzen Mailings (adressierte Werbesendungen) zur Neuspendergewinnung ein. Mit Mailings können Sie viele potentielle Neuspender erreichen, aber nicht alle.

Es gibt zwei weitere, sehr interessante Alternativen, die Sie unbedingt in Ihren Marketing-Mix einbauen sollten:

- **Beilagen**  
Bei Paket- und Katalogbeilagen werden Ihre Werbemittel in die ausgehende Warensendung bzw. Katalog gelegt. Sie erreichen damit 100% aktive Postkäufer.
  
- **Postwurf Spezial**  
Beim Postwurf Spezial werden Ihre Werbemittel an die Bewohner einzelner, ausgewählter Häuser zugestellt.

Auf den folgenden Seiten erläutern wir die Besonderheiten und Vorteile dieser zwei Werbemaßnahmen.

**Diese effektiven Möglichkeiten zur Neuspendergewinnung sollten Sie unbedingt testen!**

## Beilagen

Sie kennen sicherlich Zeitschriften- und Zeitungsbeilagen. Aber haben Sie auch schon einmal Paket- oder Katalogbeilagen zur Neuspendergewinnung getestet?

Mit zielgruppenaffinen Paket- und Katalogbeilagen steht Ihnen ein kostengünstiges und effizientes Instrument im Marketing-Mix für die Neuspendergewinnung zur Verfügung.

Insbesondere Paketbeilagen bieten entscheidende Vorteile:

- **Breites Angebot**  
Wir kennen mehr als 1.000 Versender und Verlage aus allen Bereichen, die für unsere Kunden Beilagen aufnehmen
- **Profilgenaue Auswahl**  
Wir kennen die Kundenprofile der wichtigsten Versender und können Ihnen höchste Annäherung an Ihr Spenderprofil ermöglichen
- **Kostengünstiger Werbemittelversand**  
Da keine Kosten für Adressierung und Porto anfallen
- **Empfänger sind offen für Werbung und Dialog**  
Es handelt sich um aktive Distanzkäufer, die der direkten Kommunikation positiv gegenüberstehen
- **Keine Streuverluste**  
Da die Pakete den Bestellern in der Regel zu 100% zugestellt werden
- **Sehr hohe Aufmerksamkeit**  
Ihre Werbemittel treffen im Moment der Wareneinstellung ein

## Einige Möglichkeiten für Beilagen

| Bereich  | Auflagen / Jahr  |
|--|--|
| <b>Gesundheit</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Eher älterer Personenkreis,</li> <li>○ postkauffaffin, überdurchschnittlich hohe Kaufkraft</li> </ul>                   | ca. 6,4 Mio.<br>Versandapotheken, Versendern von Nahrungsergänzungsmitteln, Gesundheitsartikeln etc.                             |
| <b>Umwelt / Natur</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Altersschwerpunkt 30 – 50 Jahre</li> <li>○ Postkauffaffin</li> <li>○ Gehobene Kaufkraft</li> </ul>                  | ca. 0,8 Mio.<br>Versender von Umweltprodukten, z.B. Kleidung, Kosmetik, Möbel etc.   |
| <b>Mode</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Altersschwerpunkt je nach Versender wählbar</li> <li>○ niedrige bis sehr hohe Kaufkraft</li> </ul>                            | ca. 14,0 Mio.<br>Versender von Mode , jüngere, mittlere und ältere Zielgruppen verfügbar sowie unterschiedliche Kaufkraftgruppen |
| <b>Familien und Kinder</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kinder im Alter von 0 – 16 Jahren</li> <li>○ Durchschnittliche Kaufkraft</li> </ul>                            | ca. 6,7 Mio.<br>Versender von Kinderkleidung, -spielzeug, -möbeln, Reiseveranstalter etc.  |
| <b>Buch / Lesen / DVD-affin</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Altersgruppen je nach Verlag</li> <li>○ Leseaffin</li> <li>○ Überdurchschnittlich hohe Bildung</li> </ul> | ca. 18,4 Mio.<br>Buchclubs, Verlage, Spezialtitel  |
| <b>exklusive Hobbies</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Altersschwerpunkt &gt; 40 Jahre</li> <li>○ Hohe bis sehr hohe Kaufkraft</li> </ul>                               | ca. 1,0 Mio.<br>Versender von Sportartikeln und –kleidung, z.B. Golf, Tauchen, Jagd etc.   |

Ein konkretes Angebot erfolgt nach Abstimmung der Zielgruppen, Streutermine, Streumengen.

Paket- und Katalogbeilagen können Sie nicht bei den großen Mediaagenturen buchen. Für diese ist dieses Nischensegment zu aufwendig, zu klein und auch das Know-how fehlt.

Wir verfügen über 20 Jahre Erfahrung im Zielgruppenmarketing. Daraus resultieren umfassende Kenntnisse, die es uns ermöglichen Ihnen dementsprechende Test- und Einsatzpläne unterbreiten. Die Erfahrungen aus dem Adressengeschäft sind hier übertragbar.

Aufgrund des großen Interesses und begrenzter Kapazitäten muß für den Werbeweg Paketbeilagen mit Vorlaufzeiten von ca. 3 – 9 Monaten gerechnet werden.

**Bei Interesse an einem Test mit Paketbeilagen sollten Sie daher umgehend mit uns Kontakt aufnehmen.**

## **Postwurf Spezial**

### **Ganz gezielt Haushalte erreichen und neue Spender gewinnen – ohne Adressen anzumieten**

Im Gegensatz zu Postwurfsendungen, die auf Ebene von Postleitzahlen verteilt werden, können Sie beim POSTWURF SPEZIAL Ihre Werbemittel an die Bewohner einzelner, ausgewählter Häuser zustellen lassen.

Über unser micro-geographisches LQ-System stellen wir Ihnen Selektionskriterien zur Verfügung, die eine zielgruppenaffine Annäherung an Ihr Spenderprofil ermöglichen.

#### **Diese Selektionskriterien können u.a. sein:**

- Alterswahrscheinlichkeiten
- Wohnlagen
- Haustyp
- Mailingaffinitäten
- Wertetypologien
- Sozio-ökonomischer Status

**Sie können zwischen zwei unterschiedlichen Vorgehensweisen wählen:**

**a) Expert-Scorings**

- Definition des Spenderprofils aufgrund bisheriger Erfahrungen.

Wir legen gemeinsam fest, welche Variablen für Ihr Spenderkernprofil entscheidend sind (z.B. Altersklassen > 40 Jahre, hoher sozio-ökonomischer Status, Mailingaffinität „Gesundheit“ etc.)

**b) Regressionsanalyse und Scoring**

- Ermittlung der geeigneten Häuser über Analysen Ihres aktiven Spenderbestandes.

Wir reichern Ihren Bestand mit Daten unseres LQ-Systems an, analysieren den Bestand und bilden eine Regressionsformel. Nach anschließendem Scoring ermitteln wir die besten Häuser im Streugebiet.

**Die Basisdaten für Expert-Scorings sowie Analysen sind:**

- ca. 30 Mio. Haushalte
- ca. 19 Mio. Gebäude
- ca. 5,7 mio. Zellen (mit bis zu 50 statistischen Informationen)

**Ihre Vorteile:**

- Gezielte Auswahl der Häuser im Streugebiet
- Keine Kosten für Adressen
- Portoersparnis bis 48%

**Testen Sie diese interessante Variante, um gezielt neue Spender zu erreichen.**

Wir erstellen Ihnen gerne ein Angebot über Ablauf, Kosten und Termine!

**Für weitere Fragen und/oder ein persönliches Beratungsgespräch stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.**

Ihre Ansprechpartner in Stuttgart:

**Herr Klaus Arnold**

Tel. 0711 / 8 87 13 - 11

Email: [arnold@arnold-demmerer.de](mailto:arnold@arnold-demmerer.de)

**Frau Anita Demmerer**

Tel. 0711 / 8 87 13 - 10

Email: [demmerer@arnold-demmerer.de](mailto:demmerer@arnold-demmerer.de)

**Herr Helmut Scheu**

Tel. 0711 / 8 87 13 - 16

Email: [scheu@arnold-demmerer.de](mailto:scheu@arnold-demmerer.de)

**Frau Sarah Ehmann**

Tel. 0711 / 8 87 13 - 15

Email: [ehmann@arnold-demmerer.de](mailto:ehmann@arnold-demmerer.de)

**Frau Natascha Mahn**

Tel. 0711 / 8 87 13 - 13

Email: [mahn@arnold-demmerer.de](mailto:mahn@arnold-demmerer.de)

Ihre Ansprechpartner in Taufkirchen:

**Herr Peer Buchholtz**

Tel. 089 / 66 60 91-14

Email: [buchholtz@arnold-demmerer.de](mailto:buchholtz@arnold-demmerer.de)

**Frau Brigitte Schopf**

Tel. 089 / 66 60 91-12

Email: [schopf@arnold-demmerer.de](mailto:schopf@arnold-demmerer.de)

**Zentrale:**

**Arnold, Demmerer & Partner**

Gesellschaft für creatives Zielgruppenmarketing mbH  
Mittlerer Pfad 26  
D-70499 Stuttgart

Telefon: +49 (0)711 / 8 87 13 - 0

Fax: +49 (0)711 / 8 87 13 - 44

**Niederlassung München:**

**Arnold, Demmerer & Partner**

Gesellschaft für creatives Zielgruppenmarketing mbH  
Bayerstr. 24  
D-80335 München

Telefon: +49 (0)89 / 66 60 91-0

Fax: +49 (0)89 / 66 60 91-20

e-mail: [post@arnold-demmerer.de](mailto:post@arnold-demmerer.de)

Web: [www.zielgruppenmarketing.de](http://www.zielgruppenmarketing.de)

[www.arnold-demmerer.de](http://www.arnold-demmerer.de)

Amtsgericht Stuttgart HRB 12468

Geschäftsführer: Klaus Arnold, Anita Demmerer, Peer Buchholtz

USt-ID: DE 147 797 164

Mitglied im DDV-Deutscher Dialogmarketing Verband e.V. mit dem DDV-Qualitäts- und Leistungssiegel Listbroking.

