

Impressum

Herausgeber: DRK-Generalsekretariat



**Eines für alle ...**

Die DRK-Imagekampagne 2005

## Warum braucht das DRK eine Imagekampagne?

Das Deutsche Rote Kreuz wie auch das Rote Kreuz im Allgemeinen sind über viele Jahre zu einer unschätzbaren Instanz gewachsen. Es existiert kaum eine vergleichbare Organisation von dieser Größe, Bekanntheit und Kraft. Dieser sehr positive Umstand birgt aber auch Risiken.

So wird das Deutsche Rote Kreuz in der Bevölkerung als etwas wahrgenommen, das es eben gibt, das es immer schon gab und auch immer geben wird. Dies wird oft damit begründet, dass das Rote Kreuz eine staatlich finanzierte Selbstverständlichkeit sei, die deshalb kaum einer oder gar keiner individuellen Hilfe bedürfte. Doch das ist ein Irrtum.

**Tatsache ist: Das Rote Kreuz ist bei der Erfüllung seiner vielfältigen Aufgaben sehr wohl auf Hilfe angewiesen – auf Menschen, die sich ehrenamtlich engagieren, und andere, die es finanziell unterstützen. Damit geht es dem DRK so wie vielen anderen Wohlfahrtsverbänden und Hilfsorganisationen, die sich um Spenden und um Unterstützung bemühen. Gerade aufgrund dieser wachsenden Konkurrenz ist es für uns besonders wichtig, das eigene Profil zu stärken und unsere Leistungen darzustellen. Denn nur eine Organisation, der man Vertrauen entgegenbringt, findet auch die Unterstützung, die sie benötigt.**

Das zeigen auch Befragungen, wie beispielsweise der jährliche Emnid-Spenden-Monitor, eindeutig. Vielen fällt die Antwort auf die Frage „Wen würden Sie unterstützen?“ immer schwerer. Diesen Menschen die Entscheidung für uns zu erleichtern sehen wir als Chance und Auftrag zugleich: als Chance, deutlich zu machen, was das Rote Kreuz leistet, und als Auftrag, dieses möglichst vielen Menschen zu vermitteln – auch und gerade durch Werbung, um einen großen Personenkreis zu erreichen.

## Werben wir mit Scham oder Charme?

**Tagein, tagaus prasselt eine ungeheure Menge an Werbeimpulsen auf uns ein. Plakate, Spots und eine Vielzahl von Werbebotschaften begegnen uns nahezu überall. Um in dieser Flut von Bildern und Informationen überhaupt noch wahrgenommen zu werden, gehen wir mit unserer Art zu werben ganz neue und ungewöhnliche Wege. Nur so erzielen wir bei den Menschen eine Wirkung, die Kopf und Bauch zugleich erreicht.**

Getreu dem Grundsatz „Tu Gutes und sprich möglichst viel darüber“ stellt unsere neue Imagekampagne in den Mittelpunkt, was das Rote Kreuz maßgeblich trägt: ehrenamtliches Engagement und die Unterstützung der Bevölkerung. Wir stellen das Rote Kreuz mit seinen Grundsätzen, seinen breiten Hilfsangeboten in Deutschland und seinem internationalen Netzwerk als einzigartig dar. Wir tun dies allerdings nicht wie so viele mit erhobenem Zeigefinger, der beim Betrachter ohnehin nur Schuldgefühle und Abwehr auslöst. Sondern im Gegenteil mit einem Augenzwinkern. Eben selbstbewusst, modern und auf humorvolle Art und Weise. „Wir sind glücklich, helfen zu können.“

Mit heiteren Bildern für eine ernsthafte Sache werben – geht das überhaupt? Wir sagen: Ja. Und wie schaffen wir es, unsere Hilfeleistungen sympathisch darzustellen? Indem wir nicht die Taten in den Fokus rücken, sondern die Motivation, mit der wir sie vollbringen. Wir sind glücklich, helfen zu können! Diese Einstellung verbindet uns mit den Menschen und hebt uns sympathisch von anderen Hilfsorganisationen ab.

Unsere Überzeugung wird durch die Kampagne transportiert, indem wir die Grundsätze der Rotkreuzbewegung bildhaft umsetzen. Denn obwohl fast alle Menschen das Rote Kreuz kennen, dürfen wir längst nicht davon ausgehen, dass sie auch unsere Grundwerte kennen, nämlich das, was unsere Organisation im Innersten zusammenhält und so unverwechselbar macht. Gerade dieses Netzwerk schneller, unterschiedsloser und professioneller Hilfe rücken wir ins Zentrum unserer Kommunikation.

## Jede gute Werbekampagne hat einen guten Slogan

„Eines für alle ...“ lautet der Slogan der Kampagne. Mit dieser Botschaft bringen wir es auf den Punkt:

Das Deutsche Rote Kreuz steht für wirkungsvolle Menschlichkeit und universelle Hilfe, weil es überall vor Ort und in der ganzen Welt zu Hause ist und allseits respektiert wird. Der im Kopf vervollständigte Satz bezeichnet so die größere Idee, die hinter unserer Arbeit steht. Er vereint die Werte und Ideale des Roten Kreuzes – eben ein Rotes Kreuz für alle, die Hilfe brauchen, und für die, die helfen wollen.

## Jede gute Werbekampagne hat ein starkes Symbol

Unverwechselbarer Blickfang unserer Motive: die rote Jacke mit dem großen Logo-Emblem des Deutschen Roten Kreuzes. Sie ist vor allem bei der Großflächenwerbung das zentrale Element. Die rote Jacke, die jeder kennt, ist hier Symbol für die gesamte Rotkreuzarbeit und vermittelt dem Betrachter unsere Hilfe und Einsatzbereitschaft in allen Notlagen.

Im Gegensatz zur letzten Kampagne „Das Abenteuer Menschlichkeit“ wurde diesmal bewusst auf eine genaue Abbildung der Realität zugunsten einer stärkeren Symbolkraft verzichtet. Die aktuelle Kampagne konzentriert sich auf die Grundwerte des Deutschen Roten Kreuzes. Werte, die uns einzigartig von unseren direkten Mitbewerbern abheben.



**Eines für alle ...**



**Jederzeit bereit.**



Wir danken 403.000 freiwilligen Helferinnen und Helfern. [DRK.de](http://DRK.de)

**Eines für alle ...**

## Jede gute Werbekampagne hat einen ebenso guten Plan

Die Kampagne ist auf drei Jahre angelegt. Um den Spannungsbogen über diese lange Laufzeit aufrechtzuerhalten, teilen wir sie in mehrere Phasen. Dabei zeigen wir die vielen Facetten der „DRK-Welt“ lebendig, humorvoll und abwechslungsreich.

### Die Kampagne in der ersten Phase

Gleich zu Anfang stellen wir das große Engagement der vielen ehren- und hauptamtlichen Mitarbeiter in den Mittelpunkt. Als Akteure pointierter kleiner Geschichten werden sie zu Sympathieträgern. Ob in der Sauna, während einer rauschenden Ballnacht oder im Kino: Die vielen Helferinnen und Helfer des DRK sind jederzeit bereit, Hilfe zu leisten, wo immer sie notwendig wird. Und wir sagen DANKE für dieses besondere Engagement. All das zeigen die Motive auf ungewöhnliche, humorvolle und sympathische Art – mit einem Lächeln, das die Herzen öffnet.

Unser Motto der ersten Phase: „**Jederzeit bereit.**“

Nachdem wir mit einem sympathischen Kampagnenstart die Herzen geöffnet haben, gehen wir einen Schritt weiter und vertiefen unsere Botschaften. In den weiteren Kampagnenphasen wird es Motive geben, die nicht minder charmant über verschiedene Mottos die Grundsätze des Roten Kreuzes darstellen.

Lassen Sie sich überraschen!

## Die Kampagnenelemente und Werbemittel



Dekoplate Motiv „Sauna“ (A2 & A3). Zum Aufhängen schön! Diese Plakate setzen überall ein unübersehbares Zeichen für das DRK.



Das Klappkreuz ist das ideale Give-away, um potenzielle Mitstreiter zu begeistern. Es fordert Menschen auf überraschende Weise dazu auf, sich dem DRK in verschiedenen Bereichen anzuschließen. Praktisch und handlich zu verteilen!

Natürlich darf auch der Klassiker unter den Werbemitteln nicht fehlen. Unser Aufkleber unterstützt die Bekanntheit der Kampagne, indem er den Slogan an jeder gewünschten Stelle zur Geltung bringt.





Wie schnell unsere Helferinnen und Helfer bei Bedarf im Einsatz sind, zeigt die Wackelkarte auf charmante und humorvolle Weise. Eben noch trinkt der DRKler einen Kaffee, schon ist er im Einsatz, während die Tasse noch in der Luft schwebt. Getreu dem Motto der ersten Kampagnenphase: „Jederzeit bereit.“



Als echter DRKler „outet“ man sich mit den Original-T-Shirts. Zwei Varianten stehen zur Auswahl. Das Motiv „800.000 helfende Hände“ macht deutlich, welche Größe und Kraft das DRK besitzt, um anderen zu helfen. Das zweite Motiv fordert unumwunden dazu auf, sich bei Bedarf an den Träger des T-Shirts zu wenden.



## Bestellcoupon

Bitte ausfüllen und einsenden an:

**DRK-Service GmbH**  
**Liebigstraße 8**  
**48301 Nottuln**

**Telefax: 02502 940344**  
**E-Mail: vertrieb@drkservice.de**

Für den Start der Kampagne kann ein Werbemittelpaket zum Preis von 119,00 Euro bei der DRK-Service GmbH bestellt werden.

Bezeichnung	Art.-Nr.	Menge	VK	Bestellmenge
Werbemittelpaket: .....	871 800	1 Set	EUR 119,00	_____
25 Plakate, A3 quer, Motiv „Sauna“				
200 Klappkarten mit Pflaster				
200 Klappkreuze, 9,5 x 9,5 cm				
200 Aufkleber, rund				
Plakat, A3 quer, Motiv „Sauna“ .....	871 811	1 Pack à 10 Stück	EUR 4,90	_____
Klappkarte mit Pflaster .....	871 820	1 Pack à 100 Stück	EUR 35,00	_____
Klappkreuz, 9,5 x 9,5 cm .....	871 821	1 Pack à 100 Stück	EUR 25,30	_____
Aufkleber .....	871 822	1 Pack à 100 Stück	EUR 17,00	_____
Wackelkarten, Motiv „Helfer“ .....	871 826	1 Pack à 25 Stück	EUR 37,50	_____
Schlüsselbänder .....	871 830	1 Pack à 10 Stück	EUR 24,90	_____
Lieferung ab 19. Kalenderwoche				
Großflächenplakate .....	871 835	1 Satz à 3 Motive	EUR 17,50	_____
T-Shirt, weiß, Gr.: S bis XXL .....	519 655	1 Stück	EUR 6,80	_____

Die Auslieferung der Werbemittel erfolgt ab dem 18.04.05. Die vorgenannten Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Für die Berechnung der Preise sind die jeweils am Tage der Lieferung gültigen Preise maßgebend. Die Preise sind freibleibend und verstehen sich in EUR ab Lager bzw. Lieferwerk ohne Transport, Verpackung, Porto und Versicherung. Ab einem Bestellwert von 500,00 EUR liefern wir versandkostenfrei. Lieferung, solange der Vorrat reicht. Höhere Bestellmengen auf Anfrage. Für alle Artikel Rückgaberecht innerhalb von 14 Tagen. Es wird nur originalverpackte Ware zurückgenommen. Unter dem Bestellwert von 25,00 EUR muss leider ein Mindestmehrzuschlag von 7,50 EUR berechnet werden.

### Rechnungs-/Lieferanschrift:

DRK-Gliederung \_\_\_\_\_

Name \_\_\_\_\_

Straße/Hausnummer \_\_\_\_\_

PLZ/Ort \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_

Datum \_\_\_\_\_

Unterschrift \_\_\_\_\_

Ich wünsche diese Informationen zukünftig per E-Mail: \_\_\_\_\_

