

#Zielgruppen #Adressen #Neuspender #B2C

Potenzielle Neuspender gezielt erreichen

Erfolg abseits des Mainstreams

Für Spendenorganisationen sind Printmailings ein wichtiges Instrument zur Neuspendergewinnung: Die Kernzielgruppe für das Thema Spenden ist älter als 60 Jahre und wurde mit dem Mailing als Kommunikationsanstoß sozialisiert. Gedruckte Informationen in Kombination mit der Haptik des Papiers zeigen bei Best Agern erfolgreich Wirkung.

Also einfach die Zielgruppe 60+ anschreiben? Ganz so einfach ist es nicht. Werfen wir zunächst einen etwas differenzierten Blick auf die Zielgruppe:

Gut beschreibbar: Die Spenderzielgruppe

Typischerweise lässt sich die Spenderzielgruppe wie folgt charakterisieren:

- + überwiegend 60 Jahre und älter
- + in der Regel mittleres bis gehobenes Einkommensniveau
- + Wertespektrum umfasst Verantwortungsbewusstsein
- + organisationsabhängig: Themenaffinitäten

Was bedeuten diese „Themenaffinitäten“?

Klassische Selektionslogiken greifen auf soziodemographische und mikrogeografische Kriterien zurück und stellen ergänzend häufig die thematische Nähe zur jeweiligen Organisation in den Fokus: Tierschutzorganisationen adressieren bevorzugt Personen mit nachgewiesener Tieraffinität, Umweltorganisationen fokussieren auf Zielgruppen mit Interesse an ökologischen Fragestellungen etc.

Dieser Ansatz ist nachvollziehbar und bewährt – greift jedoch in vielen Fällen zu kurz: Er blendet Potenziale außerhalb der offensichtlichen Themencluster aus und in der Praxis zeigt sich, dass auch Adressatenkreise mit anderem thematischen Fokus eine hohe Reaktionsbereitschaft aufweisen können. Gerade diese „zweite Reihe“ ist häufig weniger stark umworben und entsprechend offener für neue Impulse.

Team Adressen

Dialoghaus
Beratungsgesellschaft für
Dialogkommunikation mbH
info@dialoghaus.com
www.dialoghaus.com

adressen@dialoghaus.com

Büro Hamburg
Borsteler Chaussee 111
22453 Hamburg
T 0 40 / 46 88 58-0
F 0 40 / 46 88 58-25

T 02173 / 8483-201

Büro Düsseldorf
Bahnhofstraße 39
40764 Langenfeld
T 0 21 73 / 84 83-0
F 0 21 73 / 84 83-2 22

W dialoghaus-adressen.de

Und was bedeutet das konkret?

Es gibt verschiedene Quellen, die für Selektionen in Frage kommen und die eine Prüfung lohnen:

- + Listen mit aktiven Spendern von NGOs (Einige Kollektionen stehen auch für andere Spendenorganisationen zur Verfügung)
- + Auskopplung spendenaffiner Zielgruppensegmente aus Haushaltsdatenbanken
- + vermeintlich themenfernere Kollektionen mit erprobter Response für NGOs

Gerade die letztere Gruppe wird häufig noch unterschätzt und birgt einiges an Potenzial für Printmailings - entscheidend ist, psychographische Ähnlichkeiten zu identifizieren.

Wenn du hieran und an einer Auswahl passender Adressbestände für deine Organisation Interesse hast, sprich uns gerne an. Wir erarbeiten dir gerne eine Empfehlung.



Team Adressen

Dialoghaus
Beratungsgesellschaft für
Dialogkommunikation mbH
info@dialoghaus.com
www.dialoghaus.com

adressen@dialoghaus.com

Büro Hamburg
Borsteler Chaussee 111
22453 Hamburg
T 0 40 / 46 88 58-0
F 0 40 / 46 88 58-25

T 02173 / 8483-201

Büro Düsseldorf
Bahnhofstraße 39
40764 Langenfeld
T 0 21 73 / 84 83-0
F 0 21 73 / 84 83-2 22

W dialoghaus-adressen.de