

ib

dietrichid.com



- Zielgruppe
- Zielsetzung
- Story
- Themen
- Redaktionsplan
- Channel
- KPI's







Digitalisierung der Kommunikation

40 Sekunden Verweildauer betrug 2019 der
Durchschnittswert für eine **Website**.

Quellen: Nielsen

50 Minuten Verweildauer betrug 2019 der
Durchschnittswert bei **Facebook**.

Quellen: Nielsen

Mediennutzung am Tag

1980 3 Medien | ca. 5 Stunden

2020 8 Medien | ca. 10 Stunden

Quellen: Nielsen

Generation Y und Z



GEN Y (ab 1980) und GEN Z (ab 2000)
wollen **Content** der unterhält und
konzentrierte Informationen bietet.

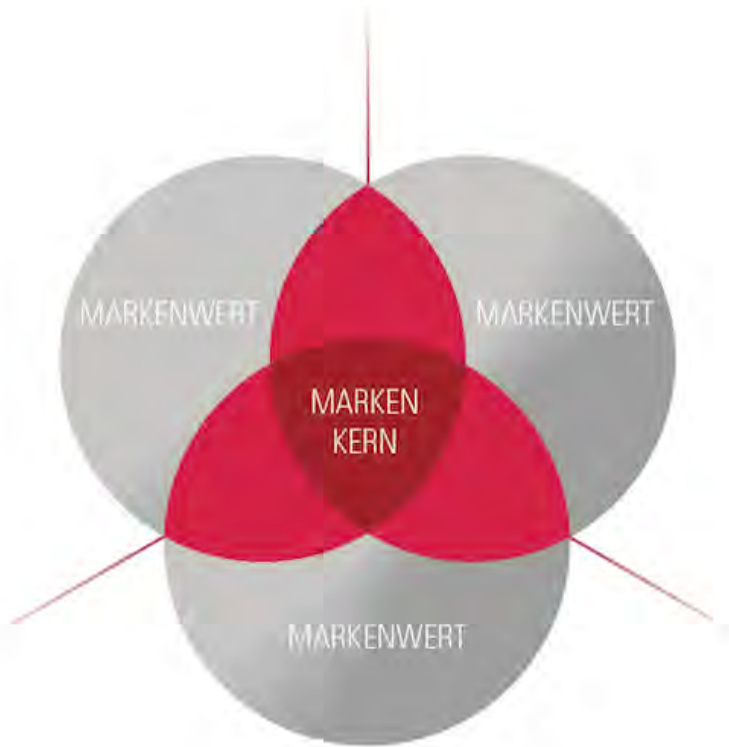
Sie engagieren sich für **Organisationen**
die Ihnen in ihren Netzwerken eine **Bühne**
und positive **Resonanz** schenkt.

Sie wünschen sich **Marken**, die eine klare
Haltung haben.

*"Ein Logo ist nur ein Kennzeichen.
Eine Marke hat Werte und Haltung.
Im Zeitalter der Digitalisierung hat
eine Marke ohne Werte und Haltung
keine Zukunft."*



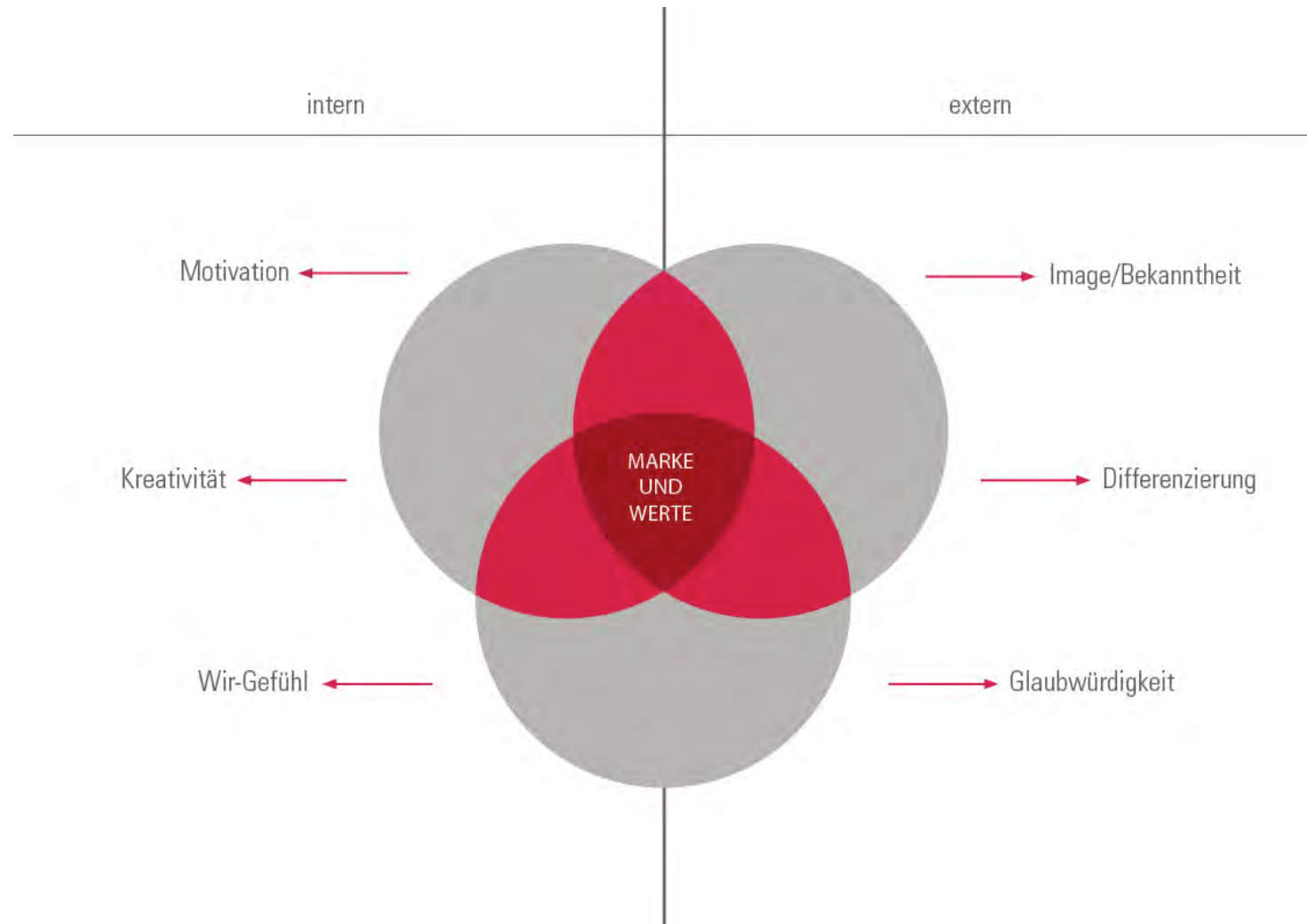
Was macht eine Marke aus? Echte Werte



Der **Markenkern** symbolisiert den wichtigsten Wert. Er identifiziert nach außen und differenziert am Stärksten zum Wettbewerb.

Die **Markenwerte** beschreiben die Haltung der Marke. Sie sind authentisch (echt), relevant (Nutzen) und konkret (bildhaft). Und sind somit Ihr Kompass für die Tonalität der Kommunikation.

Nutzen der Marke: „Zwei Fliegen mit einer Klappe“



Mit der starken kbo-Marke zur Spendenkampagne

kbo – ECHTE Werte



© Dietrich Identity

Eine starke Marke fällt auf.



Eine starke Marke hat klare Botschaften.



WERDE FREUDESCHENKER.



kbo  Kinderzentrum München
Zuverlässig an Ihrer Seite

Kliniken des Bezirks Oberbayern

WERDE HELFERSHELPER.



kbo  Kinderzentrum München
Zuverlässig an Ihrer Seite

Kliniken des Bezirks Oberbayern

WERDE ZUKUNFTSRETTER.



kbo  Kinderzentrum München
Zuverlässig an Ihrer Seite

Kliniken des Bezirks Oberbayern

Eine starke Marke erzählt eine Geschichte.



JEDE SPENDE HILFT!

JETZT SPENDEN

Spendenkonto
bei der HypoWeinbank
IBAN DE56 7002 0270 0015 6349 51

KIBO ist ein lieber kleiner Käfer.
Er lebt nur in der Phantasie der Kinder.
Die Kinder aber leben in der Wirklichkeit.

Sie werden im kbo-Kinderzentrum in München behandelt und gefördert, jedes Jahr etwa 11.000 Kinder und junge Menschen ambulant und 850 stationär. Sie leiden an Entwicklungsverzögerungen oder Behinderungen und kommen meist aus Bayern, aber auch aus ganz Deutschland und aus dem Ausland. Die betroffenen Familien sind in die Diagnostik und Therapie einbezogen. Das ist die Wirklichkeit, zu der auch eine Phantasiegestalt wie KIBO gehört. Denn die Kinder lieben KIBO und identifizieren sich mit ihm. KIBO gibt allen jungen Menschen hier im kbo-Kinderzentrum eine Stimme und vertritt ihr Anliegen. Ein Anliegen, das er nun auch als Botschafter für das kbo-Kinderzentrum mit der Spendenrampe in die Münchner Stadt trägt.

Wenn jetzt das kbo-Kinderzentrum in München einen Neubau braucht, ist KIBO ganz bei der Sache. Er „fliegt“ auf der Baustelle. Er motiviert, ermuntert und setzt sich ein. Sein Engagement fliegt uns buchstäblich zu – jetzt auch mit der Spendenrampe, die quer durch München fährt. Und vor allem: KIBO weiß, wozu es geht. Weil er überall zugleich ist, kennt er im bestehenden Gebäude die engen und in die Jahre gekommenen Räume. Er weiß um den Andrang immer neuer Patienten und deren Wartzeiten. KIBO leidet mit.

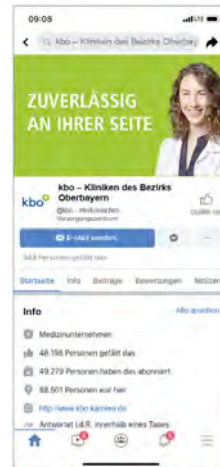
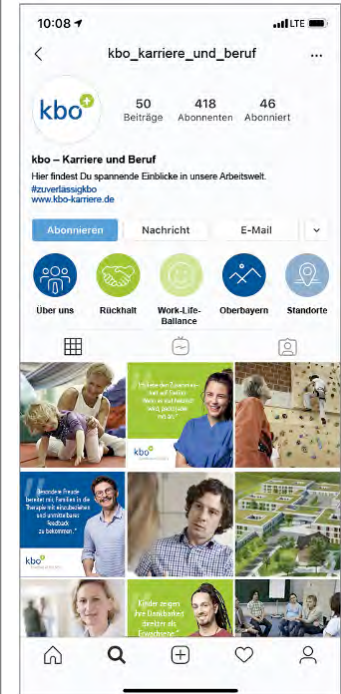
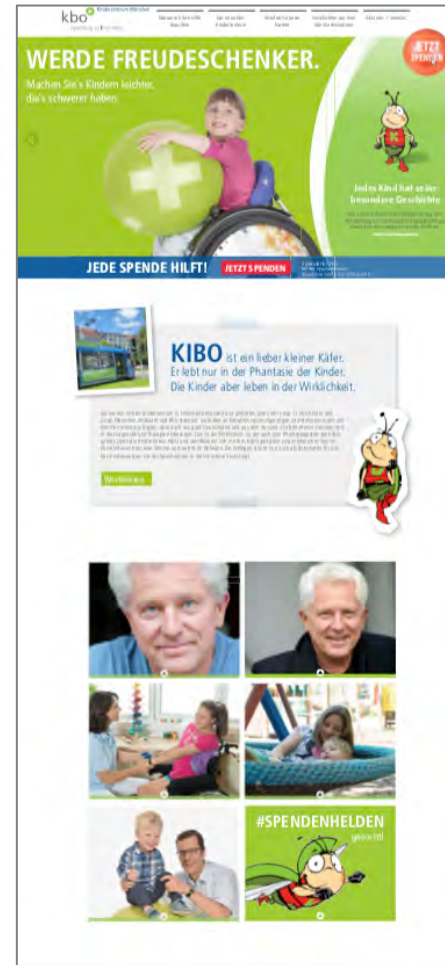
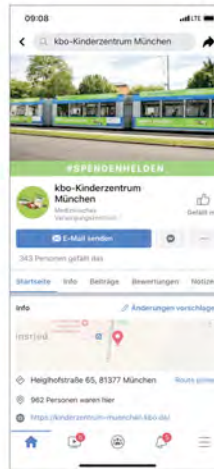
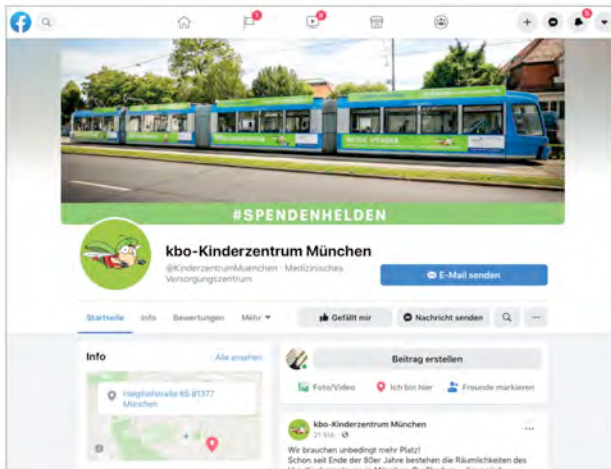
KIBO wünscht sich, was alle wünschen: die Kinder, die Familien und natürlich auch die Mitarbeiter. Für sie alle träumt KIBO von noch besseren Therapien und noch besseren Medizingeräten, von kindgerecht gestalteten Wartebereichen, von ausgedehnten Freizeitanlagen mit Therapiegärten, von Spielmöglichkeiten auf den Stationen, von Übernachtungsmöglichkeiten für Eltern – gerade auf den Säuglings- und Kleinkind-Stationen.

KIBOs Traum wird konkret umgesetzt. Die Neubaurbeiten haben begonnen. Auch KIBO ist dabei, er fliegt so fleißig herum wie nie zuvor. Wer kann ihm die Ideen zu helfen? Hier ein paar: Für Spenden ist KIBO auf so viele Weise dankbar. Kein Wunder, er vertritt die Dankbarkeit aller Kinder, zum Beispiel die der 5-jährigen Stella, die mit ihrer angeborenen Querschnittslähmung auf ganz spezielle Therapien angewiesen ist, oder die des 2-jährigen Noah, der schon nach 3 Wochen einen Schlaganfall hatte und intensive wöchentliche Behandlungen braucht.

Sie zählen alle auf KIBO – und KIBO zählt auf uns.

Jetzt Spendenheld werden!

Eine starke Marke ist mobil und konsistent.



Wie bekommen auch Sie als
Organisation eine starke
Marke?

STANDORTBESTIMMUNG GEFÄLLIG?

WARUM – tun wir, was wir tun?

WIE – tun wir, was wir tun?

WAS – tun wir?

WER
– sind wir?



Marketingarbeit wird leichter

Kommunikation wird digitaler



Entscheidungen werden sicherer



Ohne Marke kein
Spendenmarketing

Standortbestimmung gefällig?
Buchen Sie jetzt unseren Einsteigerworkshop Marke
mit 25% Stiftungsnetzwerk25 rabatt.
Einfach Workshop auswählen, Angebot anfragen und
Code: Stiftungsnetzwerk25 angeben.
Gültig bis Ende Dezember 2020



Vielen Dank.

Dietrich Identity GmbH
Fridolin Dietrich
Tel: +49 89 55 27 188 - 10
E-Mail: fd@dietrichid.com