

STIFTUNGS- KOMMUNIKATION IN CORONAZEITEN

Die digitale Chance am Beispiel
digitaler Veranstaltungen

In Kooperation mit



DONNER & REUSCHEL

PRIVATBANK SEIT 1798

UNSERE ZAHLEN, DATEN UND FAKTEN

GRÜNDUNG
2002

AGENTUR-
GEMEINSCHAFT
**ANSICHTSSACHE UND
SENGER/PRAGER**
DESIGN,
PROGRAMMIERUNG
UND FILM

12 MITARBEITER
FACTUM

SITZ DER AGENTUR:
LEOPOLDSTRASSE 54
MÜNCHEN

UNSERE BEREICHE



Forschung &
Technologie



Startups



Stiftungen &
Soziales



Moderne
Dienstleister



Bildung



Gesundheit &
Ernährung



WIE WIR KOMMUNIKATION VERSTEHEN

CORPORATE IDENTITY

Ziele, Zielgruppen, Botschaften, Innovationen



CONTENT

Themen, Geschichten, Expertenwissen

CORPORATE DESIGN



PRESSE

WEBSITE

SOCIAL
MEDIA

EVENT

DIGITAL

PRINT



OUTPUT / KEY PERFORMANCE INDIKATOREN (KPI)

Reichweite, Veröffentlichungen, Follower,
Teilnehmer, Interaktion, Klickzahlen, etc.

OUTPUT

Website, Broschüren,
Flyer, Produktblätter,...



DIGITALE VERANSTALTUNG



TIPPS FÜR KONZEPT UND UMSETZUNG





„Durch die Corona-Krise sind [...] alle zivilgesellschaftlichen Organisationen und Projekte in ihrer wirtschaftlichen Existenz bedroht, weil [...] Benefizkonzerte, Spendenläufe und andere Fundraising-Events wegfallen und sich Einnahmeverluste nicht kompensieren lassen.“

*Offener Brief des gemeinnützigen Sektors
an die Politik, 22. April 2020*

DIGITALE VERANSTALTUNGSFORMATE

NEWSLETTER

PODCAST

LIVE STREAM

WEBSITE

WEBCAST

BLOG

VIDEO-
KONFERENZ

SOCIAL
MEDIA

MEDIEN

WEBINAR

TIPPS FÜR DIE DIGITALE VERANSTALTUNG



Nutzen Sie die Chance, die Ziele, Zielgruppen und Inhalte Ihrer Veranstaltung zu hinterfragen und ggfs. neu zu definieren.

SCHRITT 1: ZIELE, ZIELGRUPPEN & INHALTE

Mögliche Ziele

- Fundraising
- Projektförderung
- Netzwerkausbau & -pflege
- Imagebildung



Mögliche Zielgruppen

- Potentielle Geldgeber
- Förderprojekte gemäß dem Stiftungszweck
- Partner, Stakeholder, Investoren
- Öffentlichkeit



Ableitung individueller Botschaften & Inhalte für die Veranstaltung

TIPPS FÜR DIE DIGITALE VERANSTALTUNG



Die ausgewählten Formate richten sich nach Zielgruppe und Inhalt. Dank zahlreicher Tools findet sich immer die passende Lösung.

SCHRITT 2: PASSENDE DIGITALE FORMATE

Videokonferenz

Digitales Gespräch in einem kleinen, geschlossenen Kreis ohne externe Zuhörer

Webcast / Stream

Videoübertragung eines Vortrags oder eines Gesprächs an eine kleinere oder größere Gruppe von Zuhörern.

Webinar

Vergleichbar mit Webcast, nur interaktiver gestaltet, d.h. Zuhörer können live oder im Chat Fragen stellen, die im Rahmen des Webinars beantwortet/diskutiert werden.

TIPPS FÜR DIE DIGITALE VERANSTALTUNG



Auf die eigenen Kanäle ist Verlass! Hier bestimmen Sie die Inhalte – unabhängig von tagesaktuellen Ereignissen in den Medien.

SCHRITT 3: KANÄLE FÜR KOMMUNIKATION UND DURCHFÜHRUNG

- **Website:** Landingpage oder Blog auf der eigenen Website, wo alle Inhalte rund um die Veranstaltung gesammelt werden.
- **Social Media:** Bewerbung der Veranstaltung im Vorfeld, Aufruf zur Beteiligung der Community, Kommunikation der Inhalte über einen längeren Zeitraum, Social Ads zur Erhöhung der Reichweite über das bestehende Netzwerk hinaus
- **Newsletter:** Bewerbung im Vorfeld und Rückblick im Nachgang
- **Partner:** Nutzung der Kanäle von Partnern zur Erweiterung des Netzwerks (hohe Glaubwürdigkeit, niedriger Streuverlust)
- **Medien:** Fachmedien aus Fachbereich und Stiftungslandschaft, Medien aus der Region

TIPPS FÜR DIE DIGITALE VERANSTALTUNG



Menschen lieben Geschichten – finden Sie einen roten Faden, der Ihre Zielgruppe vor, während und nach der Veranstaltung begleitet.

SCHRITT 4: EINE GESCHICHTE DARAUS MACHEN

Denken Sie über den Tellerrand hinaus: Die digitale Veranstaltung ist mehr als ein 60-minütiges Videoevent

- Entwickeln Sie eine Dramaturgie für Ihre Veranstaltung
- Machen Sie eine mehrtägige oder sogar mehrwöchige Kampagne daraus
- Nutzen Sie alle Vorteile der digitalen Kommunikation: Texte, Bildmaterial, Videos, Audioaufzeichnungen
- Lassen Sie Ihre Zielgruppe die Inhalte der Veranstaltung mitgestalten
- Nutzen Sie die Inhalte auch nach der Veranstaltung weiter und stellen Sie sie Ihrer Zielgruppe langfristig zur Verfügung

BEISPIEL AUS DER PRAXIS

DIGITALE PREISVERLEIHUNG FÜR EINE STIFTUNG



BEISPIEL AUS DER PRAXIS



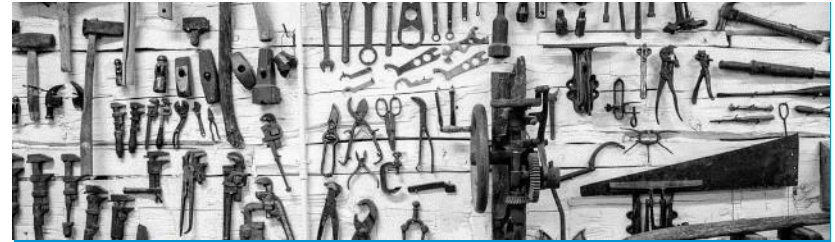
DAS STIFTUNGSPROFIL

Die Stiftung fördert Wissenschaft, Forschung, Nachwuchs und Lehre im MINT-Bereich



DIE PREISVERLEIHUNG

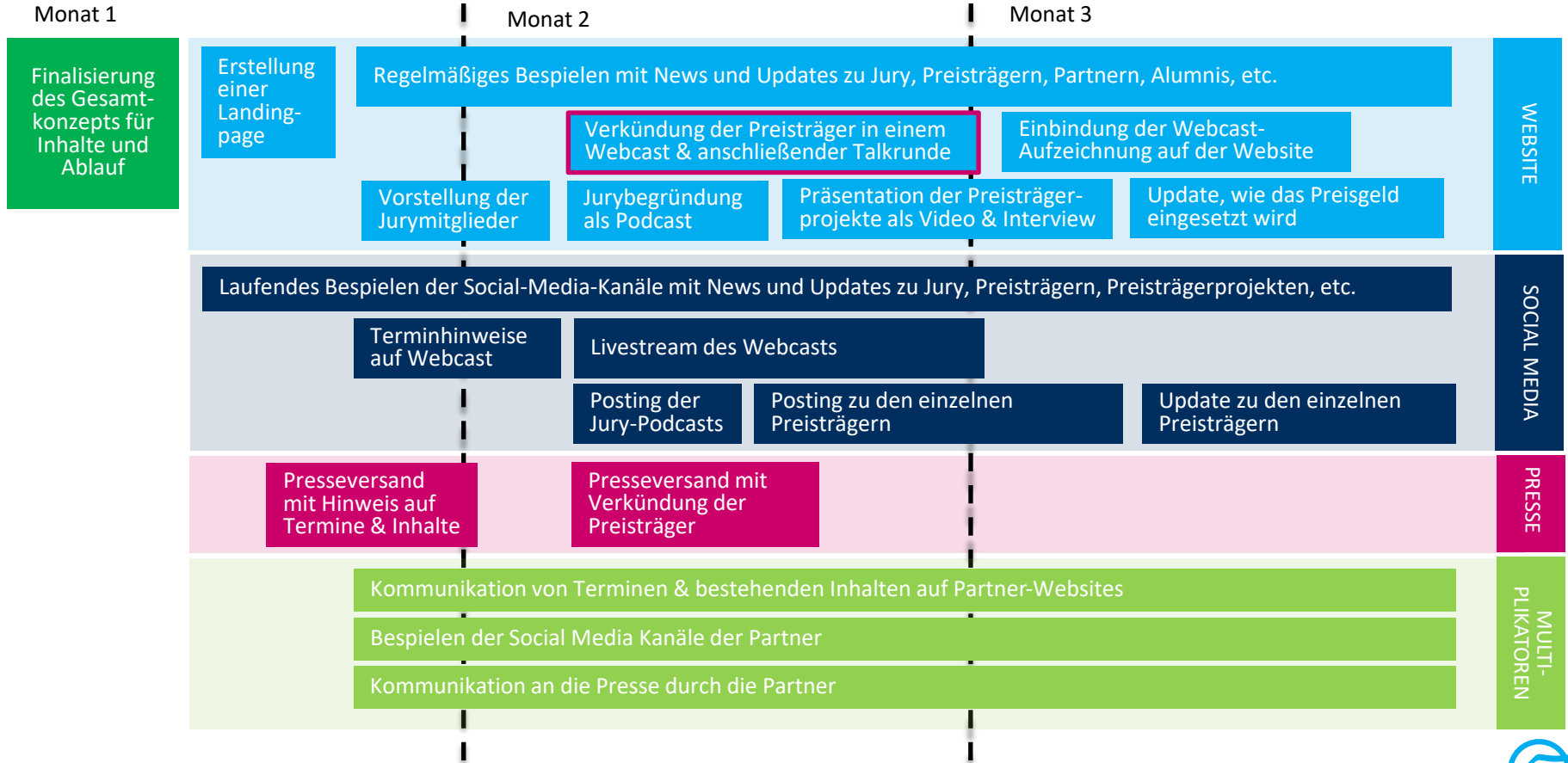
Sie verleiht regelmäßig einen Preis an Nachwuchswissenschaftler. Ziele sind Forschungsförderung sowie der Austausch zwischen Hochschulen und Stiftungen.



DIE UMSETZUNG

- Landingpage auf der Stiftungswebsite
- Vorstellung der Preisträgerprojekte in Videos und Interviews
- Darstellung der Juryprofile
- Jurybegründung als Podcast
- Livestream einer moderierten Talkrunde
- Bewerbung via Pressemitteilung & Social-Media-Kanäle der Partner

BEISPIEL AUS DER PRAXIS



VORTEILE EINER DIGITALEN VERANSTALTUNG



VORTEILE EINER DIGITALEN VERANSTALTUNG

- Generierung von **Inhalten, die bleiben**: Videos, Aufzeichnungen und Podcasts können noch Wochen oder Monate später genutzt werden
- **Erweiterte Zielgruppe** durch breitere Nutzung von Kommunikationskanälen (eigene & Partner)
- **Größere Reichweite** durch die Bespielung eines deutlich längeren Zeitraums
- **Keine Mehrkosten** durch höhere Teilnehmerzahl
- Teilnahme für alle **zeit- und ortsunabhängig**
- Modernes Image und erhöhte Aufmerksamkeit durch **neuartige Konzepte**



FRAGEN?



JÖRG RÖTHLINGSHÖFER

Geschäftsführer & Teamleiter
Strategie

tel: +49 89 / 80 91 31 7-10
mobil: +49 151 / 11 60 23 80

roethlingshoefer@factum-pr.com



CARINA FREUTSMIEDL

Teamleiterin PR & Veranstaltungen

tel: +49 89 / 80 91 31 7-42
mobil: 49 1590 / 68 19 109

freutsmiedl@factum-pr.com