

HALTUNG ALS WETTBEWERBSVORTEIL

Was das Herz nicht mag, lässt der Verstand nicht rein.

„Liebe mich!“ anstelle von „Kaufe mich!“

Das ist die Essenz inspirativer Markenkommunikation. Wer Kunden zu Freunden machen will, darf nicht (nur) Produktwerbung betreiben, sondern muss die Herzen seiner Zielgruppen erreichen. Das geht am besten mit ernstgemeinter, authentischer Kommunikation, basierend auf einer klaren unternehmerischen Werthaltung. Aus Haltung und Werten lassen sich Leitideen ableiten, die dem Unternehmen eine unverwechselbare Kontur, kommunikativen Vorsprung und ökonomischen Gewinn bringen können.

KOMMUNALES CROWDFUNDING

„Unsere mendenCROWD hat mit 1.100 Spendern und Sponsoren in knapp zwei Jahren für 22 Vereine über 90.000 Euro zusammengetragen – und das mit einer Einwohnerzahl von 55.000. Heruntergebrochen hat also jeder Bürger fast 2 Euro für die Herzensprojekte der Mitbürger gespendet. Das hätten wir ohne die Plattform nicht geschafft.“

Stadtwerke Menden GmbH
Bernd Reichelt, Geschäftsführer

www.kommunales-crowdfunding.de

Die kommunalen Unternehmen sind neben den Stadtsparkassen die größten Förderer für Kultur, Kunst, Soziales, Bildung, Umwelt und Sport in den Kommunen. Damit werden „Die Kommunalen“ einem wichtigen gesellschaftlichen Anspruch gerecht. Um dieser herausragenden Bedeutung auch in der breiten Öffentlichkeit Wahrnehmung zu verschaffen, entwickelt Steilpass für den VKU eine Crowdfunding White-Label-Plattform speziell für kommunale Unternehmen. Der Betrieb der Plattformen erfolgt über den Crowdfunding Spezialisten fairplaid GmbH und bietet den kommunalen Unternehmen eine Full-Service-Betreuung.

Innerhalb kurzer Zeit entwickelt sich das Angebot zu Deutschlands erfolgreichster kommunaler Förderplattform mit mittlerweile 14 individuellen Plattformen und über 500.000 EUR Spendenvolumen (Stand Q2 2019). Tendenz stark steigend.

Dank der Kommunalen Crowdfunding White-Label-Lösung leisten die Stadtwerke nun das, was sie bisher auch leisten mussten. Nur besser, schneller, mehr davon und mit deutlich größerer öffentlicher Aufmerksamkeit. Der Betrieb der Plattformen generiert im Vergleich zum erforderlichen Investment ein Vielfaches an Fördergeldern, stärkt gleichzeitig nachhaltig das Markenimage und reduziert den internen Aufwand für Sponsoring- und Spendenanfragen durch digitale Prozesse.

Mit der kommunalen Crowdfunding-Plattform erreichen die kommunalen Unternehmen mit weniger Aufwand deutlich mehr!

ZEICHEN SETZEN FÜR DEN NACHWUCHS!

Berlin Recycling GmbH / BERLIN RECYCLING Volleys

Das Unternehmen BERLIN RECYCLING steht als regionaler Anbieter im Wettbewerb mit den großen Platzhirschen auf dem Berliner Entsorgungsmarkt. Mit dem Naming-Right bei den BERLIN RECYCLING Volleys erfolgt die erste Emotionalisierung der Marke und der Aufbau einer potenziellen Plattform für den Vertrieb. Das entscheidende Differenzierungsmerkmal vom Wettbewerb erreicht das Unternehmen allerdings nicht durch das Sponsoring allein, sondern mit der wertebasierten Leitidee „ZEICHEN SETZEN für den Nachwuchs!“.

Aus dem Antrieb heraus, eines der großen gesellschaftlichen Probleme in Angriff zu nehmen, plant BERLIN RECYCLING mit der Initiative ZEICHEN SETZEN! umfangreiche Maßnahmen, um Kinder und Jugendliche in Berlin in Bewegung zu setzen und zum Sporttreiben zu animieren. Sämtliche Aktivierungsmaßnahmen auf der Plattform BERLIN RECYCLING Volleys werden mit großer Unterstützung des Vereins auf diese Leitidee und das gemeinsame Ziel ausgerichtet.

Kreative Maßnahmen zur Förderung des Nachwuchssports sorgen für Aufmerksamkeit

Unter der kommunikativen Leitidee ZEICHEN SETZEN! werden seit 2017 in regelmäßigen Abständen konkrete Maßnahmen zur Förderung des Nachwuchssports geplant und umgesetzt. Durch die Medienpartnerschaften mit STAR FM, dem Tages-

spiegel und der Morgenpost erzielen die Maßnahmen in der Saison 2018/2019 rund 130 Millionen PR Kontakte in Berlin und sorgen für eine starke und unverwechselbare Wahrnehmung für BERLIN RECYCLING.



Mit der Aktion #1000Teile stattet BERLIN RECYCLING rund 50 Vereine und Schulsportmannschaften mit kostenlosen Trikots aus. Die Bewerbung der Kampagne und das Big Picture in der Max-Schmeling Halle anlässlich eines Heimspiels der BR Volleys gehen durch die Presse.



Das BR Volleys Talente-Camp wird vom ersten Jahr an das größte Beachvolleyball Sommercamp für Kinder und Jugendliche in Berlin. Dank Crowdfunding können zahlreiche Jugendliche aus sozial schwachen Familien kostenlos am Sommercamp teilnehmen.

„Steilpass ist hervorragend aufgestellt. Sie sind kompetent, schnell und innovativ. Unser Projekt ist bei ihnen in den besten Händen.“

Berlin Recycling GmbH

Stephan Hartrampf

Prokurist – Geschäftsleitung Marketing und Vertrieb



Mit dem HEIMSPIEL für den Nachwuchs! wird ein neuer Zuschauerrekord für den VC Olympia, das Nachwuchsteam der Volleyball Bundesliga, aufgestellt, der über Jahre Bestand haben wird.

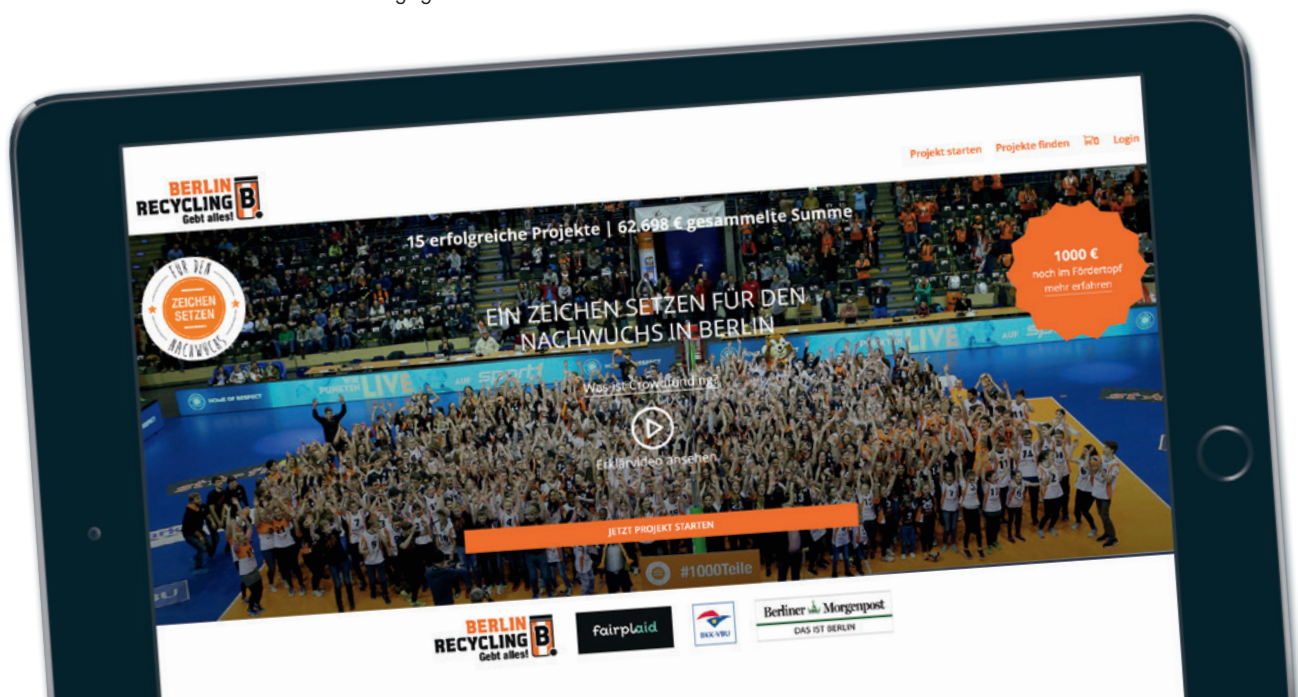


Mit der Aktion #FelixFischer500 stellen die BERLIN RECYCLING Volleys, anlässlich des 500. Spiels der BR Volleys Ikone Felix Fischer einen einmaligen Rekord auf: 5.000 Zuschauer, die Spieler und das ganze Betreuersteam laufen mit Felix Fischer Stirnbändern auf.

Die BERLIN RECYCLING CROWD als Zeichen für eine nachhaltige Nachwuchsförderung

Seit 2018 betreibt BERLIN RECYCLING in Kooperation mit fairplaid, der Morgenpost und der BKK VBU eine eigene Crowdfunding Plattform zur Finanzierung von Nachwuchsprojekten in Berlin und Brandenburg. Statt Budgets in klassische Werbung zu investieren, schafft BERLIN RECYCLING durch das Investment in die BR-CROWD eine nachhaltige Plattform für zahlreiche gesellschaftlich relevante Projekte. Der daraus resultierende Content wird von den Medienpartnern und der Presse in Berlin dankend aufgegriffen.

Innerhalb der ersten 1,5 Jahre hat die BERLIN RECYCLING CROWD 15 Projekte mit einem Finanzierungsvolumen von über 62.000,- EUR umgesetzt. Die generierten Spendeinnahmen übersteigen bei Weitem das Investment für den Betrieb der Nachwuchs-Crowd und die Berichterstattung der Medienpartner über die Projekte der Crowd erzielte mehr als 3,5 Mio. PR Kontakte innerhalb des ersten Jahres.



PARTNER DER ENERGIEWENDE

Stadtwerke Stuttgart GmbH

Kann die Energiewende Spaß machen? Ja, sie kann!

Ökologisches Handeln resultiert aus einer verantwortungsvollen Haltung und der Überzeugung, dass der gesamtgesellschaftliche Nutzen vermeintliche wirtschaftliche Nachteile mehr als ausgleicht. Ein Engagement in erneuerbare Energien oder der Schritt zu einem Wechsel der Mobilitätsgewohnheiten erfordern Weitblick und Mut zum Handeln. Energiewende bedeutet Veränderung und das ist nicht jedermanns Sache.

Da Kommunikation mit dem erhobenen Zeigefinger keine Kunden gewinnt, zeigen die Stadtwerke Stuttgart mit der Initiative „Partner der Energiewende“ erlebnisreich die Chancen und Vorteile der Energiewende auf. Verantwortungsvolle Unternehmen und Privatpersonen erleben Anerkennung und Wertschätzung, die sie durch ihr Engagement verdienen.

Mit „Partner der Energiewende“ initiieren die Stadtwerke Stuttgart ein Netzwerk Gleichgesinnter und schaffen mit einer Reihe von Maßnahmen eine Community der Energiewende.



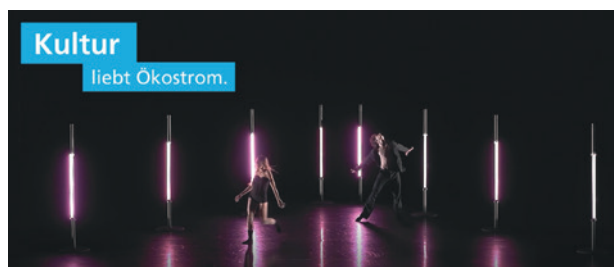
Die Kraft der Energiewende live erleben mit der Solar Kitchen

Firmen, die z.B. mit einer eigenen PV-Anlage oder durch innovatives LED-Licht-Contracting den Primärenergiebedarf senken, mit E-Mobilität und Ladeinfrastruktur zum lokal emissionsfreien Verkehr beitragen oder ihre Mitarbeiter beim Bezug von reinem Ökostrom fördern, werden von den Stadtwerken als offizieller „Partner der Energiewende“ ausgezeichnet. Im Rahmen der Eventreihe „Partner der Energiewende Netzwerk“ findet die Ehrung der Unternehmer, eingebettet in ein attraktives Rahmenprogramm mit spannenden Impulsvorträgen zum Thema, statt. Zusätzlich erfolgt eine umfangreiche Einbindung in die Kommunikation der Stadtwerke Stuttgart sowie Unterstützung bei der eigenen PR-Arbeit mit einem umfassenden Kommunikationspaket „Energiewende“.



Sogar ins Kino hat es die Kampagne „Partner der Energiewende“ mit einem sehenswerten Imagefilm geschafft. Die Vernetzung erfolgt online über zahlreiche „Energiewender Spots“ in den sozialen Medien. Hier werden Stuttgarts Energiewender-Community spannende Mehrwerte durch die Vernetzung von B2C und B2B Kunden geboten.

Mit dem Programm „Stuttgart erleben“ zielen die Stadtwerke Stuttgart auf ein freudvolles Erleben der Energiewende ab und bieten Ökostromkunden attraktive und erlebnisreiche Momente in der Landeshauptstadt. Da heißt es z.B. „Fernsehturm liebt Ökostrom“ oder „CO₂-Bremsen statt Spaßbremse“ auf dem Cannstatter Wasen - und Stuttgarts Energiewender-Community profitiert von Erlebniscoupons, Erlebnis-Wechselprämien und limitierten Zugängen zu exklusiven Veranstaltungen wie z.B. dem Partner Theaterhaus Stuttgart.



Exklusive Erlebnisse für Stadtwerke Stuttgart Kunden bei Partnern der Energiewende

Ihr Ansprechpartner:

Jens Leonhäuser

Telefon: +49 711 46059 620

Mobil: +49 172 7561155

E-Mail: erlebnis@steilpass.com

Hohnerstr. 23 • 70469 Stuttgart

www.steilpass.com