

# FREIWILLIGENKAMPAGNE 2021

## Wir haben die passende Jacke für Dich!

Leitfaden zur erfolgreichen Umsetzung

Version 3 vom 09.03.2021



**Wir haben die passende Jacke für Dich!**

In Deiner Kragenweite für viele verschiedene Aufgaben.

Freiwillig im Roten Kreuz:  
**MELDE DICH JETZT!**  
[www.passende-jacke.at](http://www.passende-jacke.at)

  
ÖSTERREICHISCHES ROTES KREUZ  
*Aus Liebe zum Menschen.*



ÖSTERREICHISCHES ROTES KREUZ

*Aus Liebe zum Menschen.*

## Kampagnenziele

- Neue Freiwillige im Rettungsdienst (besonders im Alter 17-25 Jahre und 40+)
- Neue Freiwillige in anderen Leistungsbereichen
- Freiwilligkeit als Markenwert stärken

Ob wir das Ziel – die Gewinnung von neuen Freiwilligen primär im Rettungsdienst, aber auch in anderen Bereichen – erreicht haben, kann nur gemessen werden, wenn vor Ort die Infos erfasst und auch an das Freiwilligenmanagement im LV weitergegeben werden:

- registrierte Interessent\_innen (bitte on- und offline registrierte!)
- abgewickelte Kontakte
- durchgeführte Erstgespräche
- Neu-Eintritte in die Organisation als Freiwillige
- Auch negativ ausgegangene Erstgespräche dokumentieren (mit Angabe von Gründen / Zusatzinfos)

Für die Erfolgsmessung bekommen die Freiwilligenkoordinator\_innen ein standardisiertes Formular zur Verfügung gestellt, das an 2 Stichtagen an das Freiwilligenmanagement des LV übermittelt werden soll (31.07.2021 / 31.12.2021).

## Zielgruppe(n)

Den größten Bedarf an Freiwilligen gibt es nach Aussage der Führungskräfte im Roten Kreuz in den Alterssegmenten „18 – 25 Jahre“ und „40+“.

Die Geschäftsführung der Landesverbände aus ganz Österreich hat daher als primäre Zielgruppe die potentiellen Freiwilligen für den Rettungsdienst im Alterssegment 17 – 25 Jahre (also ab dem möglichen Start der Ausbildung) definiert → **auf diese Zielgruppe ist der Mediaplan zugeschnitten, daraus ergibt sich ein klarer Online-Schwerpunkt!**

Auch für andere Altersgruppen und Einsatzbereiche haben wir passende Jacken → wichtig ist daher die Erhebung des **lokalen Bedarfs** und lokale Maßnahmen, die helfen, genau den zu decken.

## Zeitraum

Der Schwerpunkt der Kampagne (Schaltungen, Events) wird um den Weltrotkreuztag, den 8. Mai stattfinden. Die Kampagne und ihre Maßnahmen können aber ab Mai das ganze Jahr über eingesetzt werden. Die Rechte für das Bewegtbild sind bis 2024 abgegolten.

## Sujet – Slogan – Call to action

Die Kampagne setzt auf ein Sujet und einen Slogan, der in Oberösterreich gemeinsam mit der Agentur Upart entwickelt und dort wie auch in anderen Bundesländern schon erfolgreich eingesetzt wurde: „Wir haben die passende Jacke für Dich!“, aber mit der Botschaft und dem Aufruf verbunden:

**Wir haben die passende Jacke für Dich!**  
**In Deiner Kragenweite, für viele verschiedene Aufgaben.**  
**Freiwillig im Roten Kreuz: Melde Dich jetzt!**  
[www.passende-jacke.at](http://www.passende-jacke.at) oder [www.passendejacke.at](http://www.passendejacke.at)

Im Zentrum steht die passende Jacke, sie ist Icon, Eye-Catcher und durchgängiges Element aller Maßnahmen.

- Die Jacke ist ein starkes Symbol mit hohem Wiedererkennungswert
- Das Zeichen des Roten Kreuzes hat einen hohen Sympathiewert
- Wort- und Bildsprache der Kampagne sind klar und einfach
- Betont wird der Nutzen für den Freiwilligen (die Jacke passt und ist freiwillig gewählt)
- Die klare Botschaft soll zur Gewinnung/Akquise neuer Freiwilliger führen

Der Slogan „Wir haben die passende Jacke für Dich“ ist neben „Aus Liebe zum Menschen“ schon gut etabliert (auch in Bundesländern, die die Kampagne noch nicht aktiv geschaltet haben).

## Maßnahmen

Spots, Banner und andere Produkte stehen in der Mediendatenbank des Roten Kreuzes [medien.roteskreuz.at](http://medien.roteskreuz.at) zum Download bereit (in der Suchfunktion „Passende Jacke“ eingeben) Die Links zu den einzelnen „Paketen“ wie Hörfunk und TV-Spot, Online Banner stehen zum direkt anklicken unter „Kampagnenmaterial“ auf [www.roteskreuz.at/jackenkampagne](http://www.roteskreuz.at/jackenkampagne)

## Spot | Video

Der Spot / das Bewegtbild stellt den mehr oder weniger guten Angeboten von Werbern, Freunden, Verwandten und Sozialen Medien, die scheinbar pausenlos und in atemberaubendem Tempo auf uns einprasseln, das Angebot des Roten Kreuzes gegenüber: Wir haben die passende Jacke für Dich! (...und Du kannst sie ganz bewusst wählen).

Es gibt ihn in mehreren Fassungen:

- 30 Sekunden
- 3 Varianten zu je 5 Sekunden
- Und einen „directors cut“ von etwa 40 Sekunden.

Interne Kampagnenseite mit Infos: [www.roteskreuz.at/jackenkampagne](http://www.roteskreuz.at/jackenkampagne).

## Hörfunkspot

20 Sekunden. Der Spot wird, um die Zielgruppe zu erreichen, voraussichtlich hauptsächlich auf Spotify geschaltet. Zusätzlich auf Kronehit und FM4.

Verstärkende, regionale Zusatzschaltungen bzw. Gratisschaltungen sind jederzeit möglich und erwünscht. Spot und Spotblatt in der Mediendatenbank direkt [downloaden](#).

## Plakate und digitale Werbeflächen

Es werden österreichweit (außer Wien) 1.350 Stück 8-Bogen-Plakate im Mai ausgehängt. Auf den Plakaten und Inseraten ab einer Größe von A5 werden die Logos der Kampagnen-Sponsoren, Raiffeisen und Hansaplast, mittransportiert. Diese Partner unterstützen die österreichweiten Kampagnen bereits seit einigen Jahren. Außerdem sind auf 100 Screens österreichweit über 580.000 Ausspielungen geplant.

## Inserate

Grundsätzlich bezahlen wir bei überregionalen Buchungen nicht für Print-Sujets, bitten aber die Anzeigenredaktionen um Gratiszuschaltung. Die Druckdaten für zahlreiche Formate sind bei [kampagne@roteskreuz.at](mailto:kampagne@roteskreuz.at) anzufragen. Bitte um digitale Info / Belegexemplare von umgesetzten Schaltungen (Medium, Erscheinungstermin, Auflage) an [kampagne@roteskreuz.at](mailto:kampagne@roteskreuz.at).

## Kino

Es gibt eine 30-sekündige Kinoversion des Bewegtbilds. Österreichweite Kinobuchungen (außer Wien) sind in Planung, falls die Kinos geöffnet sind. Verstärkende, regionale Zusatzschaltungen bzw. Gratiszuschaltungen sind jederzeit möglich und erwünscht. Eventuelle Kosten (Kodierung von Sendebändern, Anlieferung etc.) sind vorab abzuklären und müssen direkt getragen oder weiterverrechnet werden.

## Uniq Tower

Von 5. – 7. 2021 Mai erstrahlt in der Dämmerung das Rotkreuz-Logo auf dem Uniq-Tower in Wien.

## Online

Beworben wird die Kampagne auf Facebook, Instagram, Youtube, Spotify etc. Den Link zur Kampagnen-Landingpage gibt es in zwei Schreibweisen – beide führen auf dieselbe Seite.

[www.passende-jacke.at](http://www.passende-jacke.at)

[www.passendejacke.at](http://www.passendejacke.at)

Die Interessent\_innen registrieren sich online, bekommen ein Bestätigungsmail und werden im Idealfall innerhalb von 72 Stunden von lokalen Freiwilligenkoordinator\_innen / Zuständigen für Freiwilligkeit kontaktiert.

Wer im ersten Schritt nur die E-Mailadresse angibt, wird mit E-Mails zum Thema Freiwilligkeit beschickt, und dazu motiviert, sich komplett zur registrieren.

Die Kampagne ist in den Social-Media-Kanälen teilbar. Bitte verbreitet Sie!

## Social-Media-Aktionen

Die Rotkreuz-Freiwilligen sind die wichtigsten Kampagnen-Botschafter\_innen. Bitte teilt euren Rotkreuz-Alltag in den Sozialen Medien. Nicht vergessen, entsprechende Inhalte mit #passendejacke zu posten, dann können sie gesehen und auch österreichweit geteilt werden. Aktuelle Challenges, Themenschwerpunkte etc. werden über die New Media Verantwortlichen geteilt. Ihr könnt aber jetzt schon Content sammeln und vorbereiten zu den Terminen und Themen:

09. Mai: Muttertag - Im Einsatz mit Mama

15. Mai: Internationaler Tag der Familie: Die Rotkreuz-Familie in Österreich und weltweit

....

## Online-Schaltungen

Es werden, um die Zielgruppe optimal zu erreichen, schwerpunktmäßig Youtube-Prerolls, Video-ads und Banner auf Facebook und Instagram geschaltet. Außerdem gibt es Content auf Snapchat, Reddit und Tiktok. Achtung: wenn ihr älter als 25 seid, werdet ihr online nicht getargetet, und „seht“ die Kampagne kaum.

## Interne Kampagnenseite

Auf [www.rotekreuz.at/jackenkampagne](http://www.rotekreuz.at/jackenkampagne) stehen die fertiggestellten, laufend aktualisierten Infos und Produkte bzw. der Link zur Mediendatenbank zur Verfügung.

## Externe Landingpage

[www.passendejacke.at](http://www.passendejacke.at) bzw. [www.passende-jacke.at](http://www.passende-jacke.at) ist die österreichweite Landingpage. Von dort werden die Interessent\_innen vom Freiwilligenmanagement des LV an die hinterlegten E-Mailadressen und somit ins Netzwerk Freiwilligkeit zur Kontaktaufnahme weitergeleitet. Wer sich hier registriert, bekommt nach 14 Tagen ein automatisches Mail mit der Frage, ob mittlerweile die Anfrage beantwortet wurde. Falls nicht, können sich die Interessent\_innen wieder bei [kampagne@rotekreuz.at](mailto:kampagne@rotekreuz.at) melden und wir fragen beim\_ bei der Kampagnenkoordinator\_in im Bundesland nach, ob es vielleicht technische Probleme gab. So können wir vermeiden, dass Anfragen ins Leere laufen.

## Banner

Online Banner werden österreichweit gebucht. Banner zur Gratis-Schaltung auf diversen Homepages oder zum Einbinden auf eigenen Seiten stehen auf [www.rotekreuz.at/jackenkampagne](http://www.rotekreuz.at/jackenkampagne) bzw. in der Mediendatenbank.

## Facebook Header

Auf [www.rotekreuz.at/jackenkampagne](http://www.rotekreuz.at/jackenkampagne) zum Download bzw. in der Mediendatenbank.

## Vorschläge zur Umsetzung im Bezirk / an der Dienststelle

### Aktuelle Erfordernisse aufgrund der Covid19-Situation

Aufgrund der derzeitigen Entwicklung der Covid19-Situation sind Infoabende und persönliche Treffen nur sehr eingeschränkt möglich und die Kampagne ist vorwiegend auf Online-Content aufgebaut – bitte unterstützt die Kampagne in diesem Bereich!

Im Kampagnenleitfaden sind natürlich auch Offline-Maßnahmen beschrieben, diese bitte immer im Kontext der aktuellen Covid19-Lage denken und planen – wir haben als Rotes Kreuz hier eine verantwortungsvolle Position innerhalb der Gesellschaft und eine Vorbildfunktion! Bitte beachtet bei der Planung von Offline-Maßnahmen immer die aktuell gültigen gesetzlichen Rahmenbedingungen und unsere Rotkreuz-internen Vorschriften!

### Lage und Bedarf – Vorbereitungen im Bezirk

Um die Maßnahmen gut zu planen und auch den Erfolg zu messen macht es Sinn, die folgenden Infos zu erheben & Maßnahmen zu planen.

#### Bedarf

- den Bedarf an Rettungssanitäter\_innen nach Bezirksstellen erheben
- den Bedarf an Freiwilligen in anderen Bereichen nach Bezirksstelle erheben
- Maßnahmen planen (z.B. Posteraktion, Infoabend, Vortrag in Schulen, Fotoshooting, Videodreh, Storytelling ...)
- Ist klar, wer was mit Freiwilligenanfragen tut? (Workflow, Abstimmung Freiwilligenkoordinator\_innen – Marketingverantwortliche\_r)
- Professionelle Erstgespräche vorbereiten
- Schulungsmodalitäten und Kapazitäten planen
- Begleitung der Interessent\_innen
- Ausbildung
- Begleitung / Monitoring der Freiwilligen
- Ev. Koordination mit anderen Bezirksstellen und LV

#### Maßnahmen

Welche Maßnahmen nehme ich mir an meiner Dienststelle vor?

- Social Media, Presse, Storytelling
- offline Maßnahmen im Bezirk
- Wie hole ich bestehende Freiwillige in die Kampagne?

### Außenwerbung – die Kampagne vor Ort sichtbar machen

Es gibt Plakate, Karton- Jackenhänger, Aufkleber zur Kampagne, Transparente etc.

#### Bitte lokale Kontakte nutzen und die Kampagne sichtbar machen:

- Plakate an öffentlichen Gebäuden (Gemeindeämter, Schulen, Kirchen), in Geschäften und in Unternehmen (z.B. durch Mitarbeiter, die auch RK-Freiwillige sind nach Absprache mit ihren Vorgesetzten) anbringen.
- Transparente an der Dienststelle und im Ort anbringen
- Netzwerk nutzen (Kampagnenmaterial in Krankenhäusern/Arztpraxen etc.)
- Infoabend anbieten
- Dekoration von Schaufenstern bzw. in Geschäften: Schaufensterpuppe mit RK-Jacke + Kartonjacke + Flyer auflegen

- In Garderoben von Wirtshäusern, Veranstaltungsorten, Sporteinrichtungen die Kartonjacken (ev. mit Infolyern in Baumwolltaschen) aufhängen – natürlich nur nach Absprache 😊

### Plakate mit Eindruckmöglichkeit einsetzen



In den Formaten A3 und A4 gibt es Plakate mit Eindruckmöglichkeit. Damit kann auf Infoabende, Kursbeginn, Events hingewiesen werden. (Eindrucktext ist rosa gekennzeichnet, soll aber natürlich in schwarz oder dunkelrot erfolgen). Sie können aber z.B. auch in Auslagen von Geschäften und an anderen öffentlichen Orten mit verschiedenen Botschaften eingesetzt werden. (Bsp.: Wir suchen Lesepaten, diesen Samstag Infoabend, etc.....)

### Öffentlichkeitsarbeit und Social Media: Storytelling

In Absprache mit den PR-Verantwortlichen an der Bezirksstelle und LV: schon jetzt Freiwilligen-Stories sammeln und veröffentlichen: Fotos und Texte als „Futter“ für Gemeindezeitungen, Beilagen, Regional-TV, Pressearbeit, Social Media etc. „Welche Jacke trage ich?“, „Wie sieht meine Freiwilligentätigkeit aus?“, Fokus auf den Nutzen und den Mehrwert für die Freiwilligen „Freiwilligkeit bringt's“ (Erfahrung, Freundschaft, Sinn, etc.). Call to action: Werde auch Du freiwillig im Roten Kreuz tätig und registriere Dich auf [www.passende-jacke.at](http://www.passende-jacke.at).

Diese Maßnahmen können z.B. sein:

- Beiträge in Gemeindezeitungen
- aktives MA-Storytelling auf Facebook
- Teamleader starten auf Facebook eine Aktion mit „Ich hab schon die passende Jacke, hol du dir deine..“ und laden ihre Teammitglieder ein, das zu unterstützen.
- FB Aktion: zu Storytelling motivieren: „Ich habe die passende Jacke / mir passt meine Jacke, weil...“
- Fotoaktion in sozialen Medien: Jacke an typischen Orten fotografieren / hinhängen. „Meine passende Jacke in xy“, ev. bestes Bild prämiieren.
- Eigenes Sujet für Fotobox einrichten.
- Viele Freiwillige machen das aus „Familientradition“. Für den Muttertag Social Media Content vorbereiten: „Im Einsatz mit Mama“ oder für den Welttag der Familie „Die Rotkreuz-Familie“ – bitte daran denken mit #passendejacke zu posten.

### Präsentationen für Vorträge und Infoveranstaltungen

Wir haben mehrere Präsentationen für euch zusammengestellt, die ihr gerne nach den eigenen Bedürfnissen anpassen könnt. Falls ihr virtuelle Beratungsgespräche auf Zoom oder Teams führt, könnt ihr dabei den Hintergrund mit der passenden Jacke verwenden. Sobald es ergänzte / überarbeitete Versionen gibt, findet ihr sie hier auf [www.rotekreuz.at/jackenkampagne](http://www.rotekreuz.at/jackenkampagne) online:

Für die interne Kommunikation

- Freiwilligkeit bringt's (für die interne Kommunikation, Infoabende)
- Kampagne 2021 – Rotkreuz-interne Information

## Für die externe Kommunikation



- Das Rote Kreuz in fünf Minuten – bitte um regionale Infos ergänzen
- Besonders erreichen wir die junge Zielgruppe bei Events oder Vorträgen in Schulen (z.B während der Projektwochen im Juni, besonders 17+ also FH, HTL, berufsbildende Schulen).  
Dafür gibt es die Knotenseite [www.rotekreuz.at/zivildienst](http://www.rotekreuz.at/zivildienst)

## Ideen für weitere Aktionen

### Erste-Hilfe-Kurse branden

Poster, Kartonjacken, Rollup und Flyer bei Erste-Hilfe-Kursen aufhängen/ auflegen.

### Miniquiz beim Ambulanzdienst

Umfrage mit Sofortgewinn z.B. mit einem Eindruckplakat und kleinen (gesponserten) Sofortgewinnen. „Wie viele Rotkreuz-Freiwillige tragen schon die passende Jacke im Bezirk XY?“

### Regionalisierte Plakate

- Regionale Personen aus der eigenen Gemeinde auf Plakate/Inserate und Fotos in Social Media.
  - zB: Ortsschild mit Person/Auto/Jacke – Regionalisierung.
  - „Gib der Jacke ein Gesicht“
  - Orte zum Aufhängen: eigenes KFZ, Fassade der BST, etc.
- RK-Flashmob
- Infotag als „Speed-Dating“ aufbauen, mehrere Stände, kurz prägnante Infos.

### Jackentausch

- Alle Altersgruppen, alle Leistungsbereiche
- Regionale Personen
- Vorgaben: weißer Hintergrund, davor Person, Hälfte RK-Gewand, Hälfte Berufs-/Zivilgewand
- Beschreibung: Vorname, Alter, Beruf, Funktion im RK (Bsp: Apotheker\_in UND Rettungssanitäter\_in)

### Lustige Alltagsgeschichten

Lustige Geschehnisse sammeln und in Social Media Postings amüsant verpacken.

## Give-aways

Wurden bereits im Vorjahr gemeinsam bestellt. Verfügbarkeit für Aktionen oder Nachbestellung bitte beim-bei\_der Kampagnenkoordinator\_in nachfragen.

## Anfragen

An den oder die Zuständige\_n für Freiwillige

Beim\_bei der Kampagnenkoordinator\_in:

BGLD: Manuel Komosny, Sandra Nestlinger

KTN: Melanie Reiter

NÖ: Medea Thiery

OÖ: Miriam Wiedemeier

SALZBG: Roberta Thanner

STMK: Christoph Roppitsch, Dominik Tieber

TIROL: Christine Widmann

VBG: Uli Breuß

Oder bei

Ursula Fraisl oder Corinna Kridlo

Österreichisches Rotes Kreuz, Generalsekretariat

Marketing und Kommunikation

@ [kampagne@roteskreuz.at](mailto:kampagne@roteskreuz.at)

Inhalte der internen Seite werden laufend aktualisiert

[www.roteskreuz.at/jackenkampagne](http://www.roteskreuz.at/jackenkampagne)

Landingpage:

[www.passende-jacke.at](http://www.passende-jacke.at)