



Blihpaterschafts-
KAMPAGNE

ERFOLGREICH DURCHFÜHREN

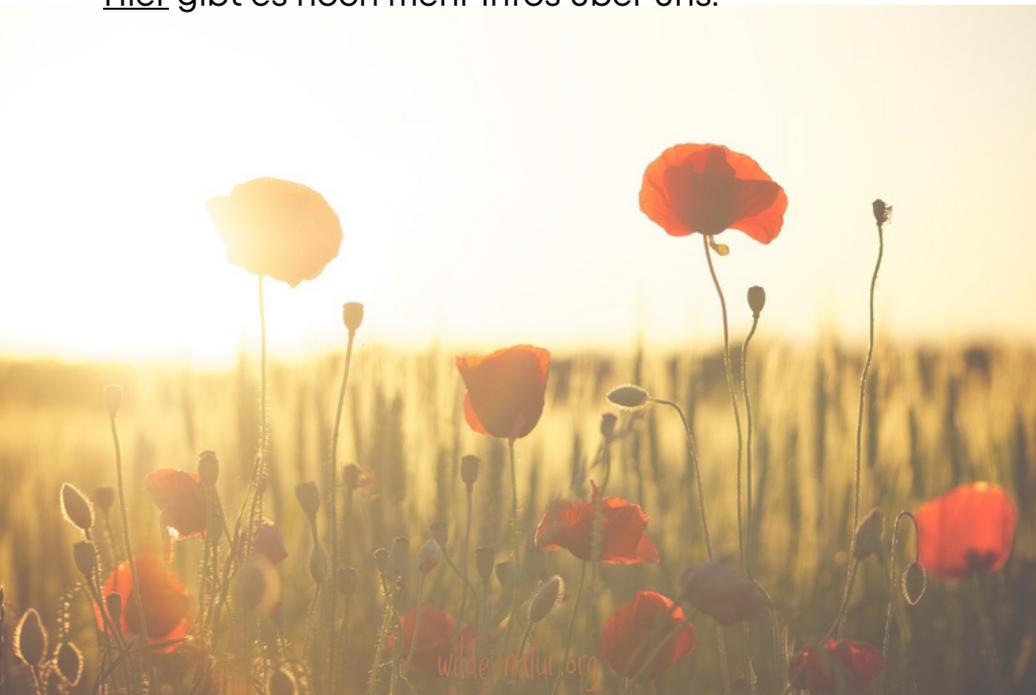
wilde-natur.org

Wer wir sind

Wir - wilde-natur.org - sind eine Naturschutzorganisation mit dem Ziel, der Natur wieder mehr Lebensraum zu verschaffen, damit sie sich artenreich weiterentwickeln kann.

Um diesem Ziel einen Schritt näher zu kommen, haben wir erfolgreich eine Blühpatenschafts-Kampagne ins Leben gerufen. Unsere Vorgehensweise und weitere Tipps möchten wir gerne an Interessierte weitergeben.

Hier gibt es noch mehr Infos über uns.



INHALT

KAPITEL

01

Team zusammenstellen

KAPITEL

02

Geeignete Fläche finden

KAPITEL

03

Marketing

KAPITEL

01

Team zusammenstellen



Die wichtigste Info vorab: **Die Zielgruppe ist das eigene Netzwerk.**

Daher wird gleich zu Beginn ein buntes Team zusammengestellt, bestehend aus:

- Politik (z. B. Bürgermeister)
- Landwirte, Forstämter
- Naturschutzorganisationen (z. B. NABU)
- interessierte Bürger



KAPITEL

02

Geignete Fläche finden

Gemeinsam mit dem Team kann nun eine geeignete Fläche für das Blühpatenschafts-Projekt gesucht werden.

Hierbei können folgende Fragen wichtig sein:

- **Wem** gehört die Fläche?
- **Von wem** wird die Fläche bewirtschaftet?
- Gibt es bereits **geschützte Bereiche** auf der Fläche?

Für das Projekt ist es von Vorteil, wenn Grundstücke gefunden werden können, welche im Eigentum der Kommune oder des Planungsteams selbst sind. Wenn der Eigentümer einer Fläche unbekannt ist, kann die Kommune hierüber Auskunft geben.

Wenn eine oder mehrere Fläche(n) gefunden wurden, kann das Projekt der Kommune und ggf. dem Eigentümer der Fläche vorgestellt werden. In manchen Fällen unterstützen Kommunen solche Projekte.

KAPITEL

03

Marketing



Um die Blühpatenschafts-Kampagne erfolgreich durchzuführen, haben wir die Crowdfunding-Strategie angewendet.

Die wichtigsten Inhalte des Crowfundings, sind in diesem Kapitel zusammengefasst.

Definiton

Beim Crowdfunding wird ein Projekt finanziell von einer Vielzahl an Menschen unterstützt. Die Projektverantwortlichen versuchen, viele Menschen für eine Finanzierung zu gewinnen, in dem Sie mit dem Projekt in die Öffentlichkeit treten.



PLATTFORM

Im ersten Schritt muss eine Crowdfunding-Plattform ausgesucht werden. Über solche Plattformen werden Investoren auf Projekte aufmerksam gemacht und können diese dann unterstützen.

Crowdfunding-Plattformen sind zum Beispiel:

- **Start Next**
- **Kickstarter**
- **INDIEGOGO**

Auf der Website von Start Next gibt es außerdem einen sehr hilfreichen Artikel mit 10 wichtigen Punkten, welche bei einer erfolgreichen Crowdfunding-Kampagne beachtet werden sollten. [Hier](#) geht es zu dem Artikel.

VOR-PROMOTION

2-4 Wochen vor dem Start der Blühpatenschaftskampagne ist es sinnvoll, eine Vor-Promotion durchzuführen. Hierbei wird ein Medienvorstoß erstellt, wodurch alle von der bald startenden Kampagne erfahren sollen.

Das kann zum Beispiel so aussehen:

- Das **Startdatum der Kampagne** in allen Social-Media-Kanälen teilen. Hierbei können auch Facebook-Anzeigen geschaltet werden, welche direkt der passenden Zielgruppe ausgespielt werden.
- **Medienmitteilungen** an lokale Zeitungsverlage senden.
- Erste **Werbeaktionen** schalten, welche helfen werden, die Erstverkäufe zu steigern.

Außerdem ist auch hier das **eigene Netzwerk** ein wichtiger Indikator, da die Kampagne über WhatsApp, per E-Mail oder über den Gartenzaun zum Nachbar in das eigenes Netzwerk verbreitet werden kann.

EINFÜHRUNGSWOCHE

In der Einführungswoche ist es besonders wichtig, den Start der Blühpatenschafts-Kampagne auf allen möglichen Wegen publik zu machen.

- Die Kampagne auf allen **Social-Media-Kanälen** teilen.
- Fotos, Videos, Reels, Live-Streamings - so **viele Formate wie möglich** nutzen, um mehr Reichweite zu erhalten.
- Einen **tollen Kundenservice** bieten, damit die Menschen gerne mit dem Team interagieren und so die Kampagne unterstützen möchten.
- **Kurzfristige Werbeaktionen** anzeigen, um den Umsatz zu steigern.
- Die Information wie in bei 1. in das **eigene Netzwerk** verbreiten.

FOLLOW-UPS

Die Menschen müssen über den aktuellen Stand und Fortschritt der Kampagne informiert werden, damit sie so auf dem Laufenden blieben. Es ist wichtig, wöchentliche Updates über das Projekt zu senden, damit sich die Follower keine Sorgen machen.

Folgende Inhalte sollten regelmäßig geteilt werden:

- **Updates** über die Kampagne
- neue **Entwicklungen**
- spezielle **Ankündigungen**
- **Erfolge**
- **Dankeschön**, an diejenigen, welche das Projekt bereits unterstützen

VIDEO

Ein Video über die Blühpatenschafts-Kampagne, welches auf verschiedenen Plattformen eingesetzt werden kann, ist elementar für eine erfolgreiche Kampagne.

Folgende Punkte sollte das Video beinhalten:

- **Wer** steckt hinter dem Projekt?
- Die **Geschichte** des Blühpatenschafts-Projektes - **wie** wurde die Idee entwickelt, **warum** ist das Projekt wichtig und **wieso** ist es für die Zielgruppe relevant?
- Warum wird **Unterstützung** benötigt? Warum wird über Crowdfunding Geld gesammelt und wie wird es eingesetzt?
- Was hat das Publikum von einer Investition?

Das Video sollte nicht länger als 2-3 Minuten gehen, um die Aufmerksamkeitsspanne der Zuschauer einzuhalten.

INHALTE

Durchdachte Inhalte der Kampagne sind das A und O für den Erfolg. Daher sollten die Inhalte nach den Interessen, Fragen und Meinungen des Publikums gerichtet sein.

Kreative Beschreibungen, Newsletter und E-Mailings müssen fester Bestandteil der Kampagne sein.

Besonders erfolgsversprechend ist auch die Erstellung eines eigenen Blogs, da hier hochwertige Inhalte mit dem Publikum geteilt werden können:

- Die **wichtigsten Fortschritte** können hier geteilt werden, da Menschen gerne den Fortschritt sehen, in was sie investiert haben.
- Ein **Q&A-Post**, der typische Fragen beantwortet, verbindet das Publikum noch mehr mit dem Blühwiesen-Projekt.
- Der Zielgruppe können in einem Beitrag **Gründe/Vorteile** genannt werden, wieso sie in das Projekt investieren sollen.
- **Gastbeiträge** von relevanten Personen z. B. dem Landwirt sind ebenso für die Leser interessant und von Bedeutung.

WEBSITE (OPTIONAL)

Bevor die Kampagne startet, kann eine Website der Blühpatenschaften erstellt werden. Diese dient als zentrale Anlaufstelle für die Bewerbung der Blühpatenschaften. Wichtige Informationen über das Projekt sind hier zusammengefasst.

Falls die Kampagne über eine Plattform wie StartNext läuft, ist eine eigene Website allerdings nicht zwingend notwendig.



HILFREICHE LINKS

- Eine Liste der besten Crowdfunding-Plattformen, ist hier zusammengestellt:

<https://www.marketingfaktor.de/crowdfunding-marketing/>

- Die 10 erfolgreichsten Crowdfunding-Projekte aus Deutschland sind hier beschreiben:

<https://www.marketingfaktor.de/crowdfunding-projekte/>

- 10 Tipps für ein erfolgreiches Crowdfunding-Projekt werden hier aufgeführt:

<https://www.startnext.com/blog/Blog-Detailseite/crowdfunding-guide-10-tipps-fr-ein-erfolgreiches-crowdfunding-projekt~ba509.html>

Das E-Book darf gerne verlinkt werden, solange wilde-natur.org als Quelle angegeben wird.



Impressum

wilde-natur.org gGmbH
Zollhaus 1
21785 Belum

Handelsregister: HRB208305
Registergericht: Amtsgericht Tostedt

Umsatzsteuer-Id: DE334930813

Vertreten durch:
Elke Freimuth

Kontakt
Telefon: 047522224546
E-Mail: mail@wilde-natur.org