

UBS Optimus: Spendenkampagne

UBS Optimus Foundation

Aufgabenstellung

Damit Kinder in Not wieder eine Perspektive haben, unterstützt die UBS Optimus Foundation Hilfsprojekte in der ganzen Welt und in unmittelbarer Nähe. Das Projekt «AMIE» hilft sehr jungen Müttern in der Schweiz, ihre berufliche Entwicklung fortzuführen und gleichzeitig die Betreuung ihrer Kinder zu gewährleisten. Und mit den «Speed Schools» erhalten syrische Flüchtlingskinder im Libanon eine beschleunigte Wiedereingliederung in den Schulalltag. Eine integrierte Kampagne mit DM-Fokus soll diese Projekte bekannt machen und für deren Arbeit Spenden generieren.

Lösung

In der Advents- und Weihnachtszeit spenden Menschen gern. Dementsprechend häufen sich die Spendenaufrufe. Um sich in diesem kompetitiven Umfeld durchzusetzen, fokussierte das Targeting der Kampagne auf UBS-Kunden mit sehr spezifischen Kriterien punkto Vermögen und Spendenaffinität. Als zusätzlicher Hebel wurde jeder gespendete Franken von der UBS Optimus Foundation und ihren Partnern verdoppelt.



Schuber mit halbdtransparenter Folie und Mailingflyer zum Herausziehen



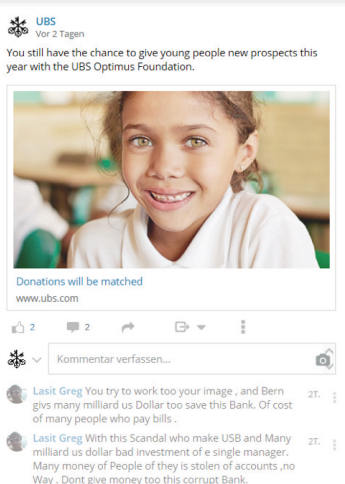
POS Schalterdisplay



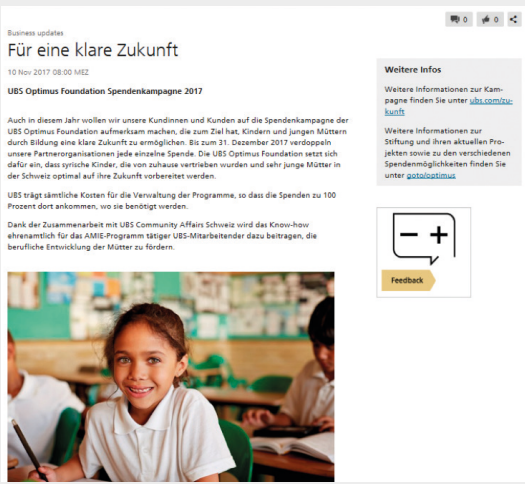
Microsite



Spendenbarometer auf E-Screens in den Geschäftsstellen



Social Media auf Facebook, Twitter und LinkedIn



Intranet „WM News“



Kunden E-Mail



E-Banking-Messages

Ergebnis

Am Stichtag (31.12.2017) verzeichnete das Spendenbarometer die Summe von rund CHF 1,2 Millionen, die von der UBS Optimus Foundation und ihren Partnern auf rund 2,4 Millionen Franken verdoppelt wurde. Das entspricht einem Spendenzuwachs von 71% (Anzahl Spender) im Vergleich zum Vorjahr.