

ENTDECKE DEN ENERGIE- UND KLIMAPIONIER

Aufgabenstellung

Zu «Energie- und Klimapionieren» werden Schulkinder mit dem Bildungsprojekt von myclimate. Die Eigeninitiative wird geweckt, zum eigenen Handeln und zur Sensibilisierung des eigenen Umfeldes. Mit Solar Impulse, Swisscom und Energie Schweiz tragen starke Partner das Projekt mit. Im Jahr 2015 sollte die Zahl der Teilnehmenden (neu auch Oberstufe und Mittelschule) verdoppelt werden. Die Zielgruppe Lehrpersonen verfügt über ein Überangebot an unterrichtsbegleitenden Angeboten. Der Anspruch war daher, überhaupt Aufmerksamkeit zu erregen und über die Wertigkeit des Mailings ein langfristiges Überleben im Lehrzimmer zu sichern. So dass ein konkreter Verweis für die folgenden Akquiseschritte vorlag.

Um diesen Anspruch zu erfüllen wurden drei 4.-Lehrjahrsklassen des Fachbereichs Grafik der Berufsschule für Gestaltung Zürich zu einem Wettbewerb eingeladen.

Idee und Konzept

Das siegreiche Konzept der Lernenden Carina Roost, Claire Griffiths und Jasmin Zurfluh überzeugte mit dem zentralen Element eines Spiegels. Dieser schafft die unmittelbare Ansprache der Zielgruppe und gleichzeitig die Verbindung zu den Solarzellen, die Solar Impulse mit Energie für die Weltumrundung versorgen. Mit einem Klimawunsch der teilnehmenden Klassen versehen wird der Spiegel in der selben Verpackung zurückgeschickt und für eine Inszenierung am jährlichen Klimafest eingesetzt. Das Ziel, 400 Klassen zu begeistern, wird in Bezug gebracht zum Ziel der Weltumrundung von Solar Impulse. Zielerreichung und Schulprojekte können online mitverfolgt werden. Am Klimafest werden die beteiligten Klassen durch den Projektpaten Bertrand Piccard als «Energie- und Klimapioniere» diplomiert.

Eine Zusammenarbeit von

myclimate
shape our future

medien form farbe
Berufsschule für Gestaltung Zürich

Ergebnis

Das Mailing war Start des Akquisekonzeptes mit dem Ziel mehr als doppelt so viele Teilnehmer verglichen zu den Vorjahren zu gewinnen. Das Ziel wurde mit 412 Klassen übertroffen. Das Mailing war dabei ein massgeblicher Erfolgsfaktor. Als direkte Reaktion meldeten sich 30 Schulen für das Projekt an. Im nächsten Akquiseschritt, dem telefonischen Nachkontakt, wurde auf das Mailing Bezug genommen, mit 90% positiver Reaktionen. So wurden mehr als 50% der Klassen durch den dem Mailing folgenden telefonischen Nachkontakt gewonnen. Weiter diente es als erklärendes Handout für weitere Kontakte, die sich innerhalb des Jahres aufgetan hatten. Daher wird es im Jahr 2016 ein weiteres Mal eingesetzt.

DER BEIGELEGTE SPIGEL HAT EXAKT
DIE GRÖSSE EINER SOLARZELLE AUF DEM
SOLARFLUGZEUG «SOLAR IMPULSE».

