



# Deutsche Rote Kampagne

**DIE NEUE KAMPAGNE DES DRK.**

Wer Menschen dazu bewegen will, sich zu engagieren, muss bewegen. Genau das macht unsere neue Kampagne „ZEICHEN SETZEN!“. Einfach und eindringlich rufen wir damit ab Mai 2016 Menschen dazu auf, Unterstützer des DRK zu werden.

Um möglichst große Aufmerksamkeit für uns und unsere Botschaft zu erreichen, brauchen wir Ihre Unterstützung. Wenn wir einheitlich kommunizieren, stärkt das die Marke DRK nachhaltig. Deshalb bitten wir Sie: Helfen Sie uns, unsere Botschaft „ZEICHEN SETZEN!“ in die Welt hinauszutragen – und damit viele neue Helfer für das DRK zu gewinnen.

Mit dem praktischen Kampagnen-Baukasten ist die Umsetzung für Sie ganz leicht. In diesem Manual zeigen wir Ihnen, wie es geht. Entdecken Sie jetzt mit uns die neue Kampagne des DRK!

# Deutsche Rote Kampagne

Mit einer Stimme sprechen – die Idee und die Ziele dahinter

## Ein Zeichen, eine Botschaft: Hilfe

Das rote Kreuz als Symbol für Hilfe ist in Deutschland den meisten Menschen ein Begriff. Weniger bekannt ist allerdings die Bandbreite unserer Angebote – und wohl noch weniger unsere Abhängigkeit von Spenden. Das wollen wir ändern. Mit einem neuen Auftritt, der uns mehr Aufmerksamkeit bringt und unsere Angebote erlebbar macht. Und der den Aufruf verbreitet: „Setze ein Zeichen und unterstütze das Deutsche Rote Kreuz!“

## Zeigen, wofür wir stehen

Damit sich die Menschen wieder mit dem Roten Kreuz beschäftigen, müssen wir das Bild, das sie von uns haben, in Bewegung bringen. Das Zeichen des Roten Kreuzes ist ein Monolith: Jeder kennt es, aber kaum jemand beschäftigt sich damit. Mit der Kampagne verwandeln wir das ikonische rote Kreuz in all das, wofür es wirklich steht. Zum Beispiel in eine Gabel, wenn es um Mahlzeiten für Bedürftige geht. Oder in ein Flugzeug, wenn Katastrophenhilfe das Thema ist.

## Überraschen, um Aufmerksamkeit zu wecken

Diese auffälligen roten Icons, die die Hilfeleistung veranschaulichen, setzen wir an die Stelle, an der die Betrachter das rote Kreuz erwarten. So entsteht ein Störer-Effekt, mit dem wir maximale Aufmerksamkeit erreichen. Denn das ist das Ziel der neuen Kampagne: als Deutsches Rotes Kreuz gemeinsam bundesweit zu kommunizieren, um große Aufmerksamkeit für unsere Botschaft zu bekommen. Und diese Botschaft heißt: „Wir brauchen Dich! Setze ein Zeichen und engagiere Dich im DRK.“ Egal, ob als Spender, Fördermitglied, Ehrenamtlicher, Hauptamtlicher oder Blutspender – jeder kann beim DRK mitmachen und damit uns und unsere Arbeit unterstützen!

## Einheitlich und individuell zugleich: die Umsetzung

### Eine Kampagne wie für Sie gemacht

Mit der neuen Kampagne „ZEICHEN SETZEN!“ können wir aber nicht nur die unterschiedlichen Arten des Engagements bewerben, sondern auch einzelne Aspekte des Leistungsspektrums thematisieren. Mit jedem Thema können wir große Aufmerksamkeit wecken – ob bundesweit oder regional, ob Leistungen unserer Gemeinschaften oder einzelne Dienstleistungen. Sie können die Kampagne individuell gestalten und so genau die Leistungen, Projekte und Formen des Engagements in den Fokus stellen, die für Ihren Verband wichtig sind. Dabei ist es durch einen flexiblen Aufbau auch möglich, kurzfristig oder auf aktuelle Themen zu reagieren. Zum Kampagnenstart stellen wir einen Motivkatalog inklusive der sechs Fokus-Motive zur Verfügung, der die wichtigsten Angebote aus dem DRK-Leistungsspektrum abbildet.

### Mit vereinten Kräften zu mehr Aufmerksamkeit

Unsere neue Kampagne ist so konzeptioniert, dass wir jedes Thema, das uns – und Ihnen – am Herzen liegt, schnell und einfach bewerben können. Aber etwas sehr wichtiges fehlt noch: Sie! Wir brauchen Sie, um diese Kampagne in die Welt hinauszutragen, um sie mit Engagement und Leidenschaft aufzuladen. Wenn wir unsere Kräfte unter dem Dach der Kampagne zusammenführen, sowohl überregional durch den Bundesverband als auch regional durch die Verbände, dann können wir gemeinsam unsere Botschaft zu den Menschen bringen. Je mehr Sie sich an der Umsetzung der Kampagne beteiligen, desto effektiver ist sie für alle DRKler und den Gesamtverband bundesweit.

### Gemeinsamer Fahrplan für 2016

Kampagnenstart am 8. Mai

Wichtig für den Erfolg der Kampagne ist auch, dass wir zeitlich zusammenarbeiten. Deshalb haben wir für 2016 einen Fahrplan entwickelt, der auf vier Säulen beruht: Mediaschaltungen, der regionalen Kommunikation der Kampagne durch die DRK-Gliederungen, zwei Aktionstagen und den daran anschließenden Unterstützerwochen. Offizieller Kampagnenstart ist der Weltrotkreuztag am 8. Mai 2016. Rund um diesen Termin realisiert der Bundesverband in ganz Deutschland Großflächenplakatierungen und TV-Spots. Eine zweite Schaltung ist zum Tag der Ersten Hilfe am 10. September 2016 in Vorbereitung. Finanziert werden die Mediaschaltungen durch die Landesverbände und das Generalsekretariat.

### Aktionstage nutzen, um zu informieren und zu begeistern

Doch Werbung allein reicht nicht. Wir möchten auch auf die Menschen zugehen und sie ansprechen – ob bei landesweiten Aktionen, vor Ort im eigenen Verband, an der Haustür oder am Telefon. So bringen wir Menschen zum Nachdenken und zeigen Ihnen, dass man sich auf vielerlei Weise im DRK engagieren kann. Zum Weltrotkreuztag und zum Tag der Ersten Hilfe sind deshalb bundesweite Aktionstage geplant. Am 8. Mai findet die Aktion „Kein kalter Kaffee“ statt: Wir Rotkreuzler verteilen im morgendlichen Berufsverkehr Kaffee an alle, die unterwegs zur Arbeit sind. Eine freundliche Geste, mit der wir zeigen wollen: „Wir sind hellwach und heute geben wir einen aus!“ Das kommt gut an und gibt uns auch die Gelegenheit, die Menschen konkret auf ein Engagement beim DRK anzusprechen. Die Kaffee-Aktion ist übrigens eine Erfolgsgeschichte: Die Gliederungen aus Nordrhein und Westfalen-Lippe haben vor drei Jahren damit begonnen und viel positives Feedback dafür bekommen. Ideen für den Aktionstag im September sind in Arbeit und werden rechtzeitig kommuniziert.

### Unterstützerwochen auf den Weg bringen

Idealerweise knüpfen Sie in den Verbänden mit sogenannten Unterstützerwochen an die Aktionstage an und nutzen die bundesweite Aufmerksamkeit auf regionaler Ebene. Bei den Unterstützerwochen können Sie potenzielle Neumitglieder, Förderer und Unterstützer über das DRK nochmals informieren und für unsere Sache begeistern.

Lassen Sie uns gemeinsam die neue Kampagne zu einem großen Ereignis machen! Helfen Sie uns, die Aufmerksamkeit auf unsere Botschaft zu lenken und Menschen bundesweit für ein Engagement beim DRK zu begeistern. Wie einfach das ist, zeigen wir Ihnen auf den nächsten Seiten!

**Bitte denken Sie daran, dass alle Informationen zur Kampagne bis zum Start am 8. Mai 2016 vertraulich sind.**

# Der Kampagnen-Baukasten

## Einfach individuell gestalten

### Die Motive

Im Mai 2016 startet die Kampagne mit einem Motivkatalog, der Motive zu verschiedenen Themen und Leistungen des DRK umfasst. Für den Kampagnenstart setzen wir den Fokus auf sechs zentrale Motive, um einen hohen Wiedererkennungswert zu erreichen. Die vier Basismotive – abgebildet in der oberen Reihe – werden mit dem Mediabudget des Bundesverbands beworben. Aus aktuellem Anlass stellen wir das Thema „Flüchtlingshilfe“ in den Vordergrund. Wir empfehlen Ihnen, zum Kampagnenstart denselben thematischen Schwerpunkt zu setzen. Daneben stellen zwei weitere Motive – abgebildet in der unteren Reihe – die Menschen in den Mittelpunkt, die für das DRK im Einsatz sind.



**Deutsches Rotes Dach** / WIR BRAUCHEN DICH, UM MENSCHEN AUF DER FLUCHT HELFEN ZU KÖNNEN.



**Deutsches Rotes Flugzeug** / WIR BRAUCHEN DICH, UM IN JEDES KRISENGEBIET ZU KOMMEN.



**Deutsche Rote Gabel** / WIR BRAUCHEN DICH, UM BEDÜRFTIGEN EINE MAHLZEIT ZU GEBEN.



**Deutscher Roter Hund** / WIR BRAUCHEN DICH, UM DIE ZU FINDEN, DIE VERMISST WERDEN.



**Deutscher Roter Helfer** / WIR BRAUCHEN DICH, UM ÜBERALL HELFEN ZU KÖNNEN.



**Deutsches Rotes Team** / WIR BRAUCHEN DICH, UM UNSER HELFERTEAM ZU VERSTÄRKEN.

### Aufbau der Motive

Die Motive stehen immer zusammen mit dem DRK-Kompaktlogo und einem Unterstützeraufruf in der Subline, z. B. „Setze ein Zeichen und werde Fördermitglied!“ oder „Setze ein Zeichen und engagiere dich!“.

Weitere Motive aus dem aktuellen Katalog (Stand: 25.01.2016. Änderungen vorbehalten.):



Die oben gezeigten Motive stellen den aktuellen Stand zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses dar. Folgende Motive befinden sich darüber hinaus bereits in der Entwicklung: Jugendrotkreuz, Suchdienst, Interkulturelle Öffnung, Freiwilligendienste, Integration, Verband der Schwesternschaften. Den vollständigen Motivkatalog auf dem neuesten Stand finden Sie im Forum „Mitglieder und Marke“ (MM-Forum) unter [www.drk-intern.de](http://www.drk-intern.de). Wenn Sie eine besondere Botschaft haben und im Katalog nicht das passende Motiv finden, sprechen Sie bitte das Generalsekretariat an. Wir gestalten mit Ihnen ein individuelles Motiv zum Pauschalpreis von 1.500 Euro zzgl. MwSt. Alle Sondermotive, die im Verlauf der Zeit entwickelt werden, pflegen wir in den Motivkatalog ein – dadurch stehen sie jedem zur Verfügung. Es lohnt sich also, immer wieder im Forum „Mitglieder und Marke“ vorbeizuschauen.

### Wichtig:

Der Aufbau der Motive ist denkbar einfach. Jedes Kampagnenmotiv setzt sich aus folgenden feststehenden Elementen zusammen:

- Das rote Icon symbolisiert immer eine Leistung des DRK.
- Die Headline beschreibt das Motiv.
- Die Subline löst das Motiv im Detail auf und erzählt, wie das DRK hilft.
- Der Call to action transportiert den Aufruf zur Unterstützung des DRK.
- Das DRK-Kompaktlogo, die DRK-Servicehotline und die Webadresse informieren über Absender und Kontaktmöglichkeiten.

Zusätzlich haben Sie die Möglichkeit, Sponsoren- und Partnerlogos, die Regionalkennung und weitere Informationen (Termine, Ankündigungen) zu platzieren. Dafür gibt es Platzhalter im Raster der Motive.

# Die Umsetzung

## Fixe und variable Vorlagen

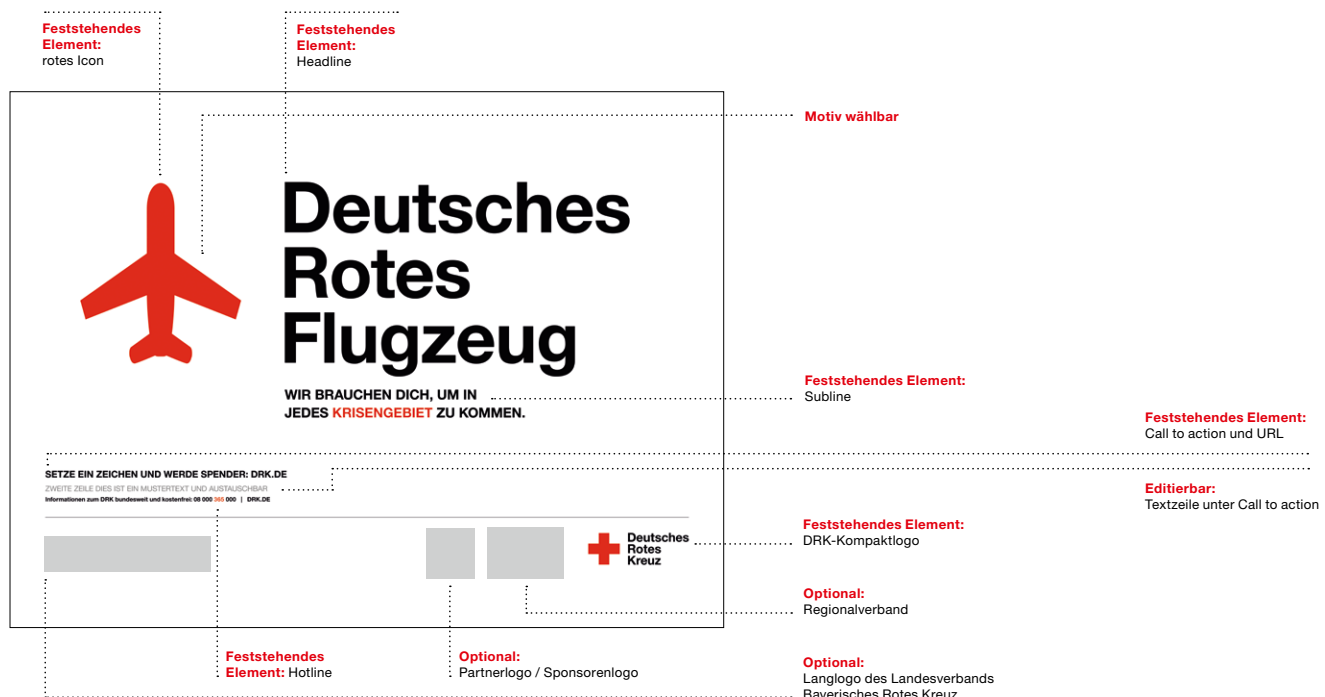
Damit Sie die Kampagne so einfach wie möglich in Ihrem Verband einsetzen können, haben wir für eine Vielzahl von Kommunikationsmitteln Vorlagen und Bestellmöglichkeiten erarbeitet. Einen ersten Überblick geben wir Ihnen in diesem Manual. Den kompletten Motivkatalog finden Sie im Forum „Mitglieder und Marke“ unter dem Punkt „DRK-Kampagne“. Da das Angebot nach dem Kampagnenstart wachsen wird, empfehlen wir Ihnen, regelmäßig im Forum vorbeizuschauen.

### Fixe Vorlagen

Die Motive haben wir zum Kampagnenstart für verschiedene Kommunikationsmittel – wie Poster, Anzeigen und Flyer – adaptieren lassen. Diese fixen Vorlagen sind fertige Druckdaten, die Sie sich als Druck-PDF herunterladen und in die Produktion geben können. Damit sind Sie also ganz schnell einsatzbereit.

### Variable Vorlagen

Neben den fixen Vorlagen gibt es variable Vorlagen. Hierbei handelt es sich um Adobe-InDesign-Dateien, die das Raster der Kampagnenmotive enthalten. Sie bieten Ihnen die Möglichkeit, die Motive mit der Unterstützung eines professionellen Grafikers individuell anzupassen. So können Sie mit wenig Aufwand die Kampagne auf die Kommunikationsbedürfnisse in Ihrem Verband abstimmen. Außerdem ist es möglich, zusätzliche Informationen, Partner- oder Sonderlogos oder Ihren Regionalverband abzubilden.



### Wichtig:

Jedes Kampagnenmotiv setzt sich aus einer Reihe feststehender Elemente zusammen. Das gilt für die fixen und die variablen Vorlagen. Bei den variablen Vorlagen können Sie einige der feststehenden Elemente bearbeiten und weitere Informationen hinzufügen – der Aufbau der Motive bleibt jedoch immer gleich.

### Vordefiniert sind:

- Motiv-Icons, Headlines und Sublines sowie das DRK-Kompaktlogo, Schriftarten, Positionen und Punktgrößen

### Anpassbar sind:

- Call to action: Den Unterstützeraufruf können Sie auf die gewünschte Art des Engagements abstimmen, in der Toolbar der Vorlage finden Sie eine entsprechende Auswahl.
- Zusätzliche Zeile für weitere Infos: Unter dem Call to action können Sie bei Bedarf eine Sonderbotschaft einfügen, z. B. Termine oder Ankündigungen.
- Platzierung Ihres regionalen Verbands: Links neben dem DRK-Kompaktlogo können Sie auf drei Zeilen Informationen zu Ihrem Verband ergänzen, z.B. Ihren Verband, Ort, oder Regionalkennung hinterlegen.
- Sponsoren- und Partnerlogos: Ebenfalls links neben dem DRK-Logo haben Sie einen definierten Platz für das Logo eines Sponsors oder Partners.

Alle Motive finden Sie im Forum „Mitglieder und Marke“!

# Die Vorlagen im Einsatz

## Eine Auswahl von Kommunikationsmitteln

Und hier sehen Sie die Kampagne einmal ganz konkret, angewendet auf verschiedene Kommunikationsmittel.

Zu den vier Basismotiven (Dach, Flugzeug, Gabel, Hund) gibt es fixe Vorlagen in den Formaten 18/1, City Lights und DIN A1 sowie für Banner- und Fülleranzeigen. Für alle weiteren Motive sind fixe Vorlagen im Format DIN A1 als pdf hinterlegt. Zusätzlich steht eine Werbemittel-Edition zur Kampagne bereit. Außerdem gibt es zu allen Motiven variable Vorlagen, die Sie individuell anpassen können. Alle Motive und Vorlagen finden Sie im vollständigen Katalog im Forum „Mitglieder und Marke“.

## In vier Schritten zum fertigen Motiv

Alle Vorlagen sind so aufgebaut, dass Sie in nur vier Schritten Ihr gewünschtes Motiv erstellen können.

### 1. Forum Mitglieder und Marke aufrufen

Hier sind alle Materialien zum Mitgliedermarketing-System hinterlegt. Deshalb finden Sie hier auch den Kampagnen-Baukasten, und zwar im Bereich „DRK Kampagne“.

### 2. Thema und Motiv aussuchen

Im Motivkatalog sind alle aktuellen Motive gelistet. Die Vorlagen sind thematisch sortiert, sodass Sie sich das passende Thema anhand des zugehörigen Piktogramms aussuchen können.

### 3. Entscheidung für fixe oder variable Vorlage

Wählen Sie die Vorlage für das gewünschte Kommunikationsmittel. Wenn Sie dem Motiv weitere Informationen wie Partnerlogos oder Termine hinzufügen möchten, wählen Sie bitte eine der variablen Vorlagen.

### 4. Format wählen

Jedem Motiv bzw. Thema sind die unterschiedlichen Kommunikationsmittel zugeordnet. Das gilt für fixe und variable Vorlagen.

Wenn Sie eine Formatadaption benötigen, wenden Sie sich bitte an das Generalsekretariat.

## Motive im Eigenbau? Bitte nicht!

Unsere neue Kampagne hat eine bestimmte Mechanik. Die Motive folgen stets demselben Prinzip und sind in ihrem Aufbau nicht veränderbar. Um die Kampagne mit maximaler Wirkung professionell umzusetzen, unterstützt uns die Werbeagentur Leo Burnett, die die Kampagne auch entwickelt hat. Wenn Sie Fragen dazu haben, können Sie sich gern an das Generalsekretariat wenden.

## Plakate



Für die Kommunikation in den sozialen Netzwerken steht außerdem im Forum „Mitglieder und Marke“ ein Social-Media-Leitfaden bereit.

## Anzeigen und Banner



## Spot



„Es gibt zahlreiche Flugzeuge. Sie fliegen nach Mallorca oder Toronto. Nach New York, Bangkok, Sao Paolo oder Paris. Und es gibt eins, das Hilfsgüter in Krisengebiete bringt. Das Deutsche Rote Flugzeug. Vom Deutschen Roten Kreuz. Setze ein Zeichen und unterstütze uns mit einer Spende.“

Sie können den Spot vielseitig einsetzen, z. B. für Ihre Online-Kommunikation, in sozialen Netzwerken oder bei Tagen der Offenen Tür.

## Werbeartikel



Hier sehen Sie den aktuellen Entwurf für den Kaffeebecher zur Aktion „Kein kalter Kaffee“. Die Druckvorlage und Bestellmöglichkeiten finden Sie im Forum „Mitglieder und Marke“.

### Bestellmöglichkeiten:

Werbematerialien sowie Stand- und Straßenmodule zur neuen Kampagne können Sie hier bestellen:

mit DRK-Branding: [www.rotkreuzshop.de](http://www.rotkreuzshop.de)

mit BRK-Branding: [www.h-dg.de](http://www.h-dg.de)



Alle hier gezeigten Motive und Kommunikationsmittel sind nur eine kleine Auswahl. Sie befinden sich auf dem Stand vom 25. Januar 2016 und können sich bis zum Kampagnenstart am 8. Mai 2016 noch ändern. **Den vollständigen und aktuellen Motivkatalog halten wir im Forum „Mitglieder und Marke“ für Sie bereit.**

# Gut zu wissen

## Fragen und Antworten

**Welche Motive, Vorlagen und Kommunikationsmittel gibt es zur neuen Kampagne?**

**Wo finde ich die Vorlagen und Bestellmöglichkeiten?**

**Wo finde ich alle weiteren Unterlagen zur Mitgliedergewinnung und -betreuung?**

Alle Unterlagen, Motive und Vorlagen zur neuen Kampagne „ZEICHEN SETZEN!“ finden Sie im Forum „Mitglieder und Marke“ (MM-Forum) unter

<http://www.drk-intern.de/marketingforen>

Dort finden Sie auch die Kontaktdaten der regionalen Ansprechpartner, die Sie bei der Umsetzung der Kampagne beraten und unterstützen.

**Wer hilft mir bei Fragen rund um die Kampagne und ihre Umsetzung?**

**Wie finde ich den für mich zuständigen Multiplikator?**

Bis zum Redaktionsschluss haben wir bereits über 150 Fach- und Führungskräfte des DRK mit der Kampagne vertraut gemacht und zu Multiplikatoren ausgebildet. Den für Ihre Region zuständigen Multiplikator samt Kontaktdaten finden Sie im Forum „Mitglieder und Marke“ – einfach und bequem über eine Landkarte.

**Wenn Sie darüber hinaus Fragen haben oder ein Sondermotiv beauftragen möchten, helfen wir Ihnen gerne:**

### **DRK Generalsekretariat**

Gudrun Greiling  
Projektkoordinatorin  
Telefon: 030 85 404 150  
Mail: greilingg@drk.de

Andreas Rieger  
Marketing  
Telefon: 030 85 404 153  
Mail: riegera@drk.de