



Briefing zum MAX Junior Award 2023

Jedes Jahr schreibt der Deutsche Dialogmarketing Verband den MAX Junior Award für Studierende und junge Kreative aus. Hierbei dürfen Junior*innen aus Agenturen mit weniger als zwei Jahren Berufserfahrung sowie Student*innen vollkommen frei und kreativ an eine Aufgabe herangehen. Für das Jahr 2023 ist das Briefing erneut eines, das als echtes Projekt seitens des Auftraggebers für die Umsetzung geplant ist. (Alles über Aktion Deutschland Hilft ab S. 4)

Die 3 besten Arbeiten werden im Rahmen des MAX-Award mit Gold, Silber und Bronze prämiert. Aus diesen Arbeiten wählt der Auftraggeber eine, die umgesetzt wird.

Der Kontext

Anderen Menschen Hoffnung & Freude schenken: Darum geht es beim Aktionstag Giving Tuesday, der jedes Jahr am Dienstag nach dem US-amerikanischen Feiertag Thanksgiving stattfindet. Ziel des Aktionstages ist es, eine Kultur des Gebens zu etablieren und Menschen zu sozialem Engagement zu motivieren – z.B. mit einer Spende an notleidende Menschen oder einer gemeinsamen Spendenaktion mit Familie, Freunden oder Kollegen. In Großbritannien und den USA ist der Giving Tuesday bereits bekannt und etabliert. Dort entstand er 2012 als Gegengewicht zu konsumorientierten Tagen wie dem Black Friday.

In Deutschland ist der Giving Tuesday bisher noch nicht so bekannt. Trotzdem – oder gerade deswegen – bietet er als Anlass großes Potenzial, um Menschen zum Spenden zu bewegen.

Zum Giving Tuesday am 28. November 2023 wollen wir Spenden für unsere Nothilfe weltweit sammeln. Manche Katastrophen sind laut und plötzlich. Andere sind leiser und schleicher, aber nicht weniger schlimm für die betroffenen Menschen. Daher ist es für Hilfsorganisationen wichtig, auch zweckungebundene Spenden zu erhalten. Spenden für "Nothilfe weltweit" ermöglichen den Bündnisorganisationen von Aktion Deutschland Hilft gezielt dort zu helfen, wo die Not gerade besonders groß ist – auch in Krisengebieten, die weniger im Zentrum der Öffentlichkeit stehen. Schon mit 55 Euro tragen unsere Spender*innen dazu bei, dass wir zehn Kinder im Jemen fünf Tage lang mit Notfallnahrung versorgen können. 65 Euro helfen vier Familien im überfluteten Pakistan mit sauberem Trinkwasser. Und mit 270 Euro können wir drei Menschen in Afghanistan psychosoziale Hilfe leisten.

Die Aufgabe

Entwickelt eine kreative und umsetzbare Dialogmarketing-Kampagne für die weltweite Nothilfe des Bündnisses „[Aktion Deutschland Hilft](#)“. Anlass soll der Giving Tuesday 2023 (28. November 2023)“ sein.

[Informationen zum Giving Tuesday](#)

[Informationen zur weltweiten Nothilfe](#)

[Informationen zu Spendenaktionen](#)



Das Ziel

Aktion Deutschland Hilft will dazu beitragen, den Giving Tuesday in Deutschland bekannter zu machen und zu etablieren. Er soll spendenbereite Menschen als Anlass inspirieren, die „Nothilfe weltweit“ von Aktion Deutschland Hilft mit einer Spende zu unterstützen oder sogar andere Menschen mit Spendenaktionen zur Unterstützung zu bewegen. Anschauliche Beispiele sollen zeigen, was die Spender*innen mit ihrer Spende weltweit bewegen können.

Die Zielgruppe

Die Kampagne soll Menschen ansprechen, die grundsätzlich bereit sind, zu spenden. Vorrangig Menschen, die bereits in Kontakt mit Aktion Deutschland Hilft sind: Spender:innen, Fans, Follower.

Der Giving Tuesday soll nach Aktionstagen wie Black Friday und Cyber Monday, bei denen der Fokus auf dem Konsum liegt, zum Teilen und Helfen anregen. Daher bietet es sich an, jüngere Zielgruppen anzusprechen, die diese Tage kennen und den Giving Tuesday als Kontrast einordnen können.

Die Rahmenbedingungen

Die Kampagne soll für unsere Online-Kanäle konzipiert werden. Wir erreichen unsere Spender:innen über regelmäßige Newsletter, unsere Webseite und unsere Social Media Kanäle (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Youtube).

Die Vorgehensweise

- 1) Alle Arbeiten, die im Rahmen des MAX Junior Award 2023 eingereicht werden, werden dem Bündnis „Aktion Deutschland Hilft“ unentgeltlich zur freien Verfügung gestellt. Es ist Wunsch und Ziel, Ideen auch zu realisieren – natürlich nach vorangegangener Benachrichtigung der entsprechenden Kreativteams und Agenturen.
- 2) Die MAX-Jury bewertet die Einreichungen unabhängig vom Urteil der Initiatoren des Projekts nach Strategie, kreativer Idee, Umsetzung und Realisierbarkeit. Die drei besten Einreichungen werden mit einem Gold-, Silber- oder Bronze-Award ausgezeichnet.

Die Einreichung

Bitte bereite Deine Idee auf einem Präsentations-Chart auf, das der Jury ermöglicht sie zu verstehen und bewerten. Dafür muss es wie folgt aufgebaut sein:

- Titel der Arbeit
- Zwei kurze Beschreibungstexte zu "Aufgabenstellung" und "Lösung". Jeder der zwei Absätze darf nicht mehr als 100 Worte umfassen.
- Darstellung der Idee, Abbildung der Werbemittel. Ergänzend zur Abbildung der Werbemittel sind kurze, erklärende Captions möglich.
- WICHTIG: Die einreichende Agentur/Hochschule darf auf dem Template nicht genannt werden!
- Umfang: bis zu drei Seiten je Einreichung
- Seiten-Format: 16:9
- Datei-Format: pdf
- Dateigröße: max. 6 MB



Gib bei Deiner Einreichung die Kontaktdaten eines Ansprechpartners/einer Ansprechpartnerin sowie die Namen und Funktionen aller Mitwirkenden an (wichtig: nicht auf dem Chart).

Studierende: Bitte lege den Unterlagen Deine Immatrikulationsbescheinigung bei.

Bitte lade deine Kampagne auf der MAX-Award Seite über das Einreichungstool hoch.

Einsendeschluss ist der 03. März 2023

Fragen? Fragen!

Bettina Chevalier

Leiterin Messen und Veranstaltungen

Tel.: 069 401 276-542

E-Mail: b.chevalier@ddv.de



Das Bündnis „Aktion Deutschland Hilft“

„Aktion Deutschland Hilft“ ist ein Zusammenschluss von über 20 renommierten deutschen Hilfsorganisationen. Im Falle großer Katastrophen und Notsituationen leisten sie humanitäre Hilfe im In- und Ausland. Außerdem hilft das Bündnis mit Katastrophenvorsorge. Diese Hilfsprojekte unterstützen Menschen, besser auf Naturkatastrophen und die Folgen des Klimawandels vorbereitet zu sein.

Die Hilfsorganisationen sind in über 130 Ländern weltweit tätig und gut mit lokalen Partnern vernetzt, sodass das Bündnis meist direkt vor Ort ist, wenn sich eine Katastrophe ereignet.

Jedes Bündnismitglied hat unterschiedliche Schwerpunkte und Kompetenzen. Im Katastrophenfall stimmen sie ihre Kenntnisse und Fähigkeiten über das zentrale Aktionsbüro ab, ergänzen ihre Hilfsmaßnahmen und bündeln ihre Kräfte effizient. Dadurch werden Überschneidungen und Versorgungslücken schon im Vorfeld der weltweiten Hilfseinsätze verringert.

In der akuten Phase großer Katastrophen wendet sich „Aktion Deutschland Hilft“ mit einem gemeinsamen Spendenaufruf an die deutsche Öffentlichkeit. Die Aufteilung der Spendengelder erfolgt nach einem Schlüssel. Dieser berücksichtigt die Leistungsfähigkeit der beteiligten Hilfsorganisationen.

„Aktion Deutschland Hilft“ steht für humanitäre Hilfe aus Deutschland, die gemeinsam, schnell und abgestimmt erfolgt. Das spiegelt sich auch im Claim „Gemeinsam schneller helfen“ wider.

1) Positionierung und Markenkern

Schnelle und abgestimmte humanitäre Hilfe im Katastrophenfall: Das ist „Aktion Deutschland Hilft“. Dahinter stehen viele starke deutsche Hilfsorganisationen, die ihre umfangreichen Erfahrungen und Fähigkeiten einsetzen, um Menschen, die durch Katastrophen in Not geraten sind, gemeinsam schneller zu helfen.

2) Markenkern

Der Markenkern von „Aktion Deutschland Hilft“ lautet: GEMEINSAM SCHNELLER HELFEN IN DER KATASTROPHE.

Als Claim wird die Kurzfassung GEMEINSAM SCHNELLER HELFEN verwendet.

3) Markenattribute

Die vier seit 2006 verfolgten und intern abgestimmten Markenattribute lauten:

- Der Bündnischarakter: Gemeinsame und abgestimmte Hilfe in der Katastrophe.
- Schnell & effizient: Bündnis renommierter, weltweit tätiger Organisationen, die ihre Stärken und Erfahrungen einbringen und Synergien nutzen, um schnelle und bedarfsgerechte Hilfe für Menschen in Not zu leisten.
- Das nationale Element: Wir stehen für humanitäre Hilfe aus Deutschland. „Deutschland hilft durch uns“.
- Qualität & Transparenz: Wir legen konsequent offen Rechenschaft über den Einsatz der gemeinsam eingeworbenen Mittel ab. Wir leisten qualitativ hochwertige Arbeit auf allen Ebenen.

4) Consumer Benefit und Reason Why

Was „Aktion Deutschland Hilft“ seinen Spendern verspricht: Gemeinsam mit „Aktion Deutschland Hilft“ kann jeder einen Beitrag leisten, um Menschen, die durch große Krisen und Katastrophen in Not geraten



sind, zu helfen. Da „Aktion Deutschland Hilft“ ein Zusammenschluss vieler professioneller Hilfsorganisationen ist, kann sich jeder Spender sicher sein, dass seine Spende bei den Menschen ankommt!

Wir können unser Markenversprechen halten,

- weil unsere Bündnismitglieder in über 130 Ländern tätig sind. Somit sind wir in vielen der Länder direkt vor Ort, in denen sich eine Katastrophe ereignet.
- weil unsere Bündnismitglieder unterschiedliche Schwerpunkte und Kompetenzen haben und unsere Nothilfe somit alle Bereiche abdeckt (z. B. medizinische Hilfe, Bau von Notunterkünften, Hilfe für Menschen mit Behinderung etc.).
- weil wir über ein zentrales Aktionsbüro verfügen, über das die Mitgliederorganisationen ihre Einsätze koordiniert abstimmen.
- weil wir uns im Einsatzfall kontinuierlich zur Lage vor Ort und über Hilfsmaßnahmen abstimmen und somit Synergien nutzen und bedarfsgerecht helfen können.
- weil wir die Spenden, die auf dem gemeinsamen Spendenkonto eingehen nach der Leistungsfähigkeit der Mitgliederorganisationen und dem Bedarf für die Menschen vor Ort verteilen.
- weil im Bündnis nur Organisationen Mitglied sind, die unsere hohen Ansprüche an Qualität in der humanitären Hilfe erfüllen.
- weil wir die Qualität unserer Projekte durch gemeinsame Evaluierungen laufend verbessern, indem wir uns auch außerhalb großer Katastrophen im Bündnis austauschen und voneinander lernen.

5) Markenpersönlichkeit

Aktiv, dynamisch, tatkräftig, mutig, kompetent, solidarisch, partnerschaftlich, vertrauenswürdig, glaubwürdig, erfahren, unbürokratisch-pragmatisch, effizient, innovativ, überkonfessionell.

- Solidarische Partner in der Not
- Helfer in der Katastrophe vor Ort
- Strukturierte Helfer im Chaos
- Erfahrungsträger in verzweifelten Notlagen
- Vernetzt Leben retten
- gemeinsam effizient handeln
- Vorausschauend agieren, um Leid zu mindern

6) Farbwelt/Außenauftritt

Primärfarbe ist Rot (Aktivität/Emergency). Die Farbwelt des Logos: schwarz/rot/gold/blau.

Der Außenauftritt klar und professionell, emotional aktivierend, aber nicht verspielt.

7) Abgrenzung von „Aktion Deutschland Hilft“ gegenüber Wettbewerbern

Wettbewerber sind insbesondere: SOS-Kinderdörfer, Caritas International, PLAN, DRK, UNICEF

u.a. Neben diesen etablierten Einzelmarken sind die weiteren Bündnisse als direkte Wettbewerber um Spendengelder aufzufassen (Aktionsbündnis Katastrophenhilfe, Bündnis Entwicklung hilft, Gemeinsam für Afrika).



- a) Durch die Kompetenzen vieler verschiedener Hilfsorganisationen deckt „Aktion Deutschland Hilft“ das komplette Spektrum der humanitären Nothilfe ab. Katastrophenvorsorgeprojekte der Bündnispartner helfen Leid zu mindern. Das gesamte Spektrum der Nothilfe kann von Einzelorganisationen nur sehr schwer erbracht werden.
- b) Da die verschiedenen Organisationen im Rahmen der Entwicklungszusammenarbeit weltweit tätig sind, sind meist mehrere Bündnismitglieder direkt vor Ort, wenn sich eine größere Katastrophe ereignet. So können wir sehr schnell Nothilfe leisten. Bündnismitglieder, die planen tätig zu werden, können auf Erfahrung und oft auch auf eine gute Infrastruktur der Bündnismitglieder (und von deren Partnern) zurückgreifen. Aus der Abstimmung über das zentrale Aktionsbüro ergeben sich Synergien, die bedarfsgerechte, schnelle Nothilfe ermöglichen. Die aus der Vernetzung entstehenden Synergien sind für Einzelorganisationen kaum erreichbar.
- c) Anders als andere Bündnisse stimmen sich die zu „Aktion Deutschland Hilft“ zusammengeschlossenen Organisationen auf allen Ebenen (Fundraising, Medienarbeit, Projektarbeit u.v.m.) innerhalb und außerhalb von gemeinsamen Einsatzfällen ab. Dies findet Ausdruck in den verschiedenen permanenten Arbeitsgruppen (AGs) und in Kooperationen vor Ort. Der Austausch von Informationen und Ressourcen und das gemeinsame Lernen schaffen Wettbewerbsvorteile insbesondere gegenüber externen Einzelorganisationen.
- d) „Aktion Deutschland Hilft“ ist ein Bündnis vieler unterschiedlicher Organisationen und spiegelt so die gesamtgesellschaftliche Vielfalt wider (christliche, muslimische, jüdische, nichtkonfessionelle Organisationen mit verschiedenen Arbeitsschwerpunkten). Eine solche Vielfalt ist von Einzelorganisationen nicht abdeckbar und von anderen Bündnissen bisher nicht abgedeckt.

Fragen? Fragen!

Bettina Chevalier

Managerin Messen und Veranstaltungen

Tel.: 069 401 276-542

E-Mail: b.chevalier@ddv.de