

UHLIG.

PR & KOMMUNIKATION

CASE STUDIE

KUNDE: Arche Warder e.V. – Radio Gewinnspiel inkl. CLUB Kooperation mit Radio Hamburg

Situation

- Die Arche Warder setzt sich als Zentrum für seltene Nutztierassen aktiv für deren Erhaltung ein und leistet somit einen großen Beitrag für die Natur
- Dabei können Besucher von März bis Oktober durch die Teilnahme an Events, Besuchen im Zoo und durch Patenschaften einen Teil der Arche Warder sein und somit ebenfalls einen Beitrag zur Erhaltung der Tiere leisten
- Die Arche Warder ist ein Landschaftspark, welcher sich durch den bildungspolitischen Hintergrund von anderen Freizeit- und Tierparks unterscheidet.

Aufgabe

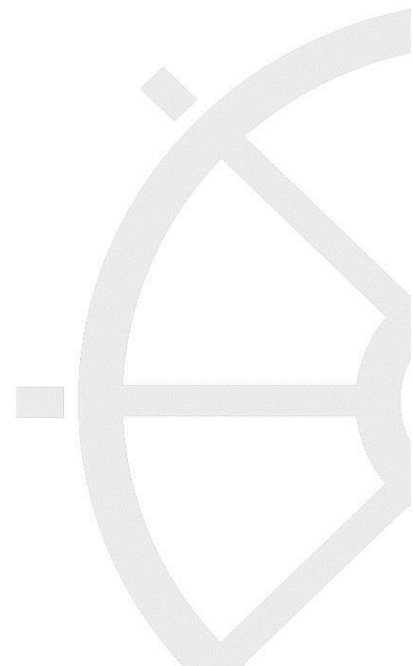
- Steigerung der Bekanntheit für die Arche Warder als ein Landschaftspark zur Erhaltung von alten Haus- und Nutztierassen, die vom Aussterben bedroht sind
- Vermittlung der bildungspolitischen Kompetenz von Arche Warder als ein Freizeitpark und Bildungsort
- Besucherzahlen und Teilnahme an den regelmäßigen Events erhöhen, neue Sponsoren und Partnerschaften gewinnen

Umsetzung

- Gezielte Absprache von Gewinnspielen, Wettbewerben und Veröffentlichungen und dadurch Steigerung der Clipping-Anzahl als auch der Größe und Relevanz der PR-Artikel
- Vernetzung aller vorhandenen On- und Offline Kanäle zur flächendeckenden Streuung einheitlicher Kommunikationsbotschaften und Erhöhung der Reichweite
- Absprache eines Gewinnspiels on Air in Kooperation mit Radio Hamburg sowie einer CLUB-Partnerschaft

Ergebnis

- Schaltung von Radio-Werbespots zu hörerstarken Zeiten
- Integration Arche Warders in der Rubrik „Veranstaltungstipps“
- Einbindung und Präsentation Arche Warders auf der Radio Hamburg-Website, dem Club-Newsletter und weiteren On- und Offline-Kanälen



UHLIG.

PR & KOMMUNIKATION

Integration der Arche Warder auf der Radio Hamburg Startseite

Beitrag zur Arche Warder inkl. aller relevanten Informationen rund um den Landschaftspark