



Dialog: Top 3 Gesamtwertung

Top-Agenturen Die besten Dialogagenturen, bezogen auf das kumulierte Ergebnis aus „Daten und Fakten“, „Leistung: Kreation, Innovation, Strategie“ und „Kundenzufriedenheitskoeffizient“.

auch eine Wertschätzung und Anerkennung der Marketing- und Kommunikationsarbeit von Non-Profit-Organisationen *allgemein*. Tatsächlich ist der Grad der Professionalität von Non-Profit-Organisationen enorm. Und das muss er auch sein, denn wir und unsere Kunden stehen vor speziellen Herausforderungen: Es wird kein Produkt vermarktet, das dem Käufer von Nutzen ist, man kann nichts kaufen, das man dann Zuhause hat. Der Spender tätigt freiwillig eine Zahlung, ohne selbst eine direkte Gegenleistung zu erhalten; die Leistungserbringung erfolgt an einen Dritten.

Der Spender tätigt diese Zahlung, weil wir ihn durch die direkte Kommunikation von der Wichtigkeit der Arbeit unserer Kunden überzeugen, Vertrauen und eine starke Kundenbeziehung aufbauen. Es gibt auch keine Schnäppchen, Angebote oder Rabatte, denn wir können

2017 gewonnen. Wie verlief das letzte Jahr aus Ihrer Sicht für Direct Mind?

Rödler: Im Laufe unserer 30-jährigen Geschichte konnten wir die Ergebnisse für unsere Kunden immer weiter steigern. Auch 2017 war dabei keine Ausnahme – trotz Herausforderungen wie der Neuregelung der steuerlichen Absetzbarkeit von Spenden oder der kommenden Datenschutzgrundverordnung. Das sind nur zwei neue Herausforderungen, denen wir uns stellen mussten und müssen, die einiges an Mehrarbeit verursachen. Aber nichts davon ist unlösbar oder beeinträchtigt unser Geschäft stark. Im vergangenen Jahr haben wir für unsere Kunden rund 24 Millionen Briefe versendet, 160.000 Telefonate geführt und 16 Millionen E-Mails verschickt.

In Zeiten, in denen wir alle immer mehr Informationen und Werbebotschaften ausgesetzt sind, spielt *Relevanz* eine wichtige Rolle, um aus der Flut hervorstechen. Schließlich erkennen wir schnell, ob es sich bei einer Botschaft um eine Masseninformatio handelt, oder ob es etwas für mich persönlich Wichtiges ist. Daher müssen unsere Kampagnen immer zielgerichteter und individueller werden. Das ist uns auch 2017 wieder gut gelungen, denn wir konnten durch unsere Arbeit mehr Spenden generieren als jemals zuvor.

medianet: Welche dieser Kampagnenprojekte war das Spannendste?

Rödler: Wir durften viele spannende Projekte unserer Kunden mit diversen Kampagnen begleiten. Bei mehr als 40 Kunden sind jede Menge großartige Themen dabei gewesen.

In den meisten Fällen ging es um die wichtige Erhaltung langjähriger Projekte, um wissenschaftliche Studien, Forschung, die Finanzierung von Therapien,

1 ranking	Direct Mind	89,87 rating points
Basket 1:	Basket 2:	Basket 3:
29,00 Pkt.	23,86 Pkt.	37,01 Pkt.
2 ranking	Österreichische Post	82,26 rating points
Basket 1:	Basket 2:	Basket 3:
28,75 Pkt.	19,23 Pkt.	34,28 Pkt.
3 ranking	W1 Omnichannel	79,72 rating points
Basket 1:	Basket 2:	Basket 3:
27,25 Pkt.	16,86 Pkt.	35,61 Pkt.

Gewichtung

Kumuliertes Ergebnis aus drei Baskets:

„Daten und Fakten“ (30 Pkt. max.), „Leistung: Kreation, Innovation, Strategie“ (30 Pkt. max.) und „Kundenzufriedenheitskoeffizient“ (40 Pkt. max.).

”

Less magic, more hard work.

Marion Rödler
Geschäftsführerin
Direct Mind

“

nicht sagen ‚Heute retten Sie zwei Tiger zum Preis von einem‘. Das funktioniert auf Dauer nur mit intelligenten Datenanalysen und -interpretationen, herausragenden Kreationen und – nicht zuletzt – kontinuierlicher harter Arbeit. Dass dies nun beim medianet xpert-Ranking anerkannt und ausgezeichnet wurde, freut uns alle wirklich sehr.

medianet: Sie haben den Award aufgrund Ihrer Leistungen von

die Rettung und Heilung, die Wahrung von Menschenrechten, den Schutz von Natur und Tier und vieles mehr. Eines der für mich persönlich beeindruckendsten Projekte, das wir mit Kampagnen begleiten durften: Die Rettung der Bärin Luna und des Löwen Simba aus Mossul durch Vier Pfoten.

Die Mission glich einem wahren Thriller, denn just nach der Ankunft des Vier Pfoten-Teams in Erbil startete die irakische Armee in Mossul mit einer kriegerischen Offensive gegen den IS. Drei Jahre lang hatte Mossul als verloren gegolten, drei Jahre lang hatten dort Tod und Zerstörung geherrscht, drei Jahre lang hatten Hunderttausende Men-

schen die Flucht ergriffen oder waren in den Kämpfen ums Leben gekommen, drei Jahre lang hatten die Bärin Lula und der Löwe Simba in einem völlig zerstörten Zoo im Osten der Stadt ausgeharrt.

Doch das mutige Team ließ sich nicht beirren. Heute leben beide Tiere in Al Ma'wa – einem Schutzzentrum für gerettete Wildtiere, das Vier Pfoten gemeinsam mit der Princess Alia Foundation in der Nähe von Ammann in Jordanien errichtet haben. Beide Tiere konnten sich rasch an ihre neue Umgebung und die artgemäße Unterkunft gewöhnen und genießen heute ein Leben fast wie in freier Wildbahn. Der Mut, den Men-