

© VSG Direktwerbung (2)

**VSG Direkt**

Anton Jenzer ist Geschäftsführer, Ulrike Vaishaipl leitet das Fundraising bei VSG Direkt.

Gerade jetzt: Präsenz zeigen

VSG Direktwerbung unterstützt ihre Kunden dabei, gerade jetzt Marktpräsenz zu zeigen.

••• Von Sascha Harold

BRUNN/GEBIRGE. Firmen und NPOs befinden sich aktuell in einer wirtschaftlich äußerst angespannten Lage. Mit hohem Maß an Know-how in puncto Erfolgsfaktoren und einer umfassenden Dienstleistungspalette schöpft VSG Direktwerbung alle Möglichkeiten und Synergien aus, um Marketing- und Fundraising-Aktionen auch in der Krise konzeptionell vorzubereiten und in Folge nachhaltig, preiswert und in Top-Qualität zu produzieren.

Wider die Schockstarre

„Für alle Unternehmen gilt, nicht erst das Ende der Krise abzuwarten, sondern bereits jetzt aktiv Maßnahmen zu setzen“, bringt Anton Jenzer, Geschäftsführer der VSG Direktwerbung

GmbH, das Gebot der Stunde auf den Punkt.

Der Experte rät weiter: „Unternehmen sollten angesichts der Corona-Pandemie nicht in eine Schockstarre verfallen. Verstärkte Marktpräsenz und proaktive Kommunikation mit Kunden und Interessenten sind notwendig, um es durch die Krise zu schaffen.“

VSG Direktwerbung will es Unternehmen ermöglichen, auch während der Krise aktiv zu bleiben und gleichzeitig für die Zeit danach zu planen. Dazu gehören neben der konzeptionellen Beratung die Bereitstellung von geeigneten Zielgruppen-Adressen, die Datenverarbeitung sowie die Produktion und der Versand von personalisierten Mailings und Werbemitteln. „In Zeiten wie diesen ist jedoch hinsichtlich

Tonalität und Themenauswahl Fingerspitzengefühl gefragt“, erklärt Anton Jenzer.

Speziell für Fundraiser

Gerade die Fundraising-Branche hat die letzten Wochen hart getroffen. Wenn Kultur- und Fundraising-Events abgesagt und soziale Kontakte auf ein Minimum eingeschränkt werden, müssen alternative Wege beschritten werden, um gesellschaftlich wichtigen Anliegen Gehör zu verschaffen und dafür finanzielle Mittel zu lukrieren. Denn nur laufende Spendeneinnahmen stellen die wirtschaftliche Existenz von Non-Profit-Organisationen sicher. „Im Fundraising geht es jetzt darum, weiterzumachen und die Krise durchzustehen – gemeinsam mit den Spenderinnen und Spendern. Wir blei-

ben optimistisch“, bleibt Ulrike Vaishaipl, die die Fundraising-Agentur der VSG Direktwerbung GmbH leitet, positiv.

Nach wie vor ist das Direct Mailing stärkstes Fundraising-Tool und gerade jetzt von ungebrochener Bedeutung für NPOs. Weitere Möglichkeiten reichen dabei von Crowdfunding, über Telefon-Fundraising bis hin zu Online-Spendentools. „Non-Profit-Organisationen müssen in der derzeitigen Krise verstärkt durch Fundraising-Maßnahmen um Spenden werben, damit ihre Hilfsleistungen und Projekte in der öffentlichen Wahrnehmung nicht ins Hintertreffen geraten oder gar auf der Strecke bleiben.“



© Panthermedia.net/Artus

Gerade Fundraiser traf die Krise in den letzten Wochen stark.