Christine Pendl Büro für Online Kommunikation

Universumstraße 17/8
A-1200 Wien
+43 699 11448291
christine@pendl.net
www.pendl.net

Fiat Lux – Es werde Licht!

Blogging, Social Networking, E-Campaiging, Online Fundraising ...

NGOs im Web 2.0, eine Erfolgsgeschichte?

Christine Pendl Büro für Online Kommunikation

facebook

When was FACEBOOK founded?

Warming-up question

a. 1998

b. 2003

c. 2004

Fiat Lux?

Fiat Lux

Fiat Lux (lat. „Es werde Licht!", nach Genesis 1,3) steht für:

- Fiat Lux (neureligiöse Bewegung), neureligiöse Bewegung
- Fiat Lux (Band), britische Popband
- *Fiat Lux*, Buch von James G. McCarthy
- *Fiat Lux*, brasilianischer Streichholzhersteller (gehört zu "Swedish Match do Brasil S/A")
- *Fiat Lux*, Lied der Mittelalter-Rock-Band Saltatio Mortis aus deren Studioalbum "Sturm aufs Paradies"

Was steht hinter den Begriffen …

- E-Campaigning?
- Online Fundraising?
- E-Newsletter Marketing?
- Social Networking? Social Media-Targeting?
- Blogging?

= eine Neuoffenbarungsbewegung?

E-Campaigning ist strategische Online-Kommunikation

Was heißt strategisch?
Ziel, Zielgruppe/n und Verbreitungskanäle
sind definiert.

NGO-Zauberwörter:
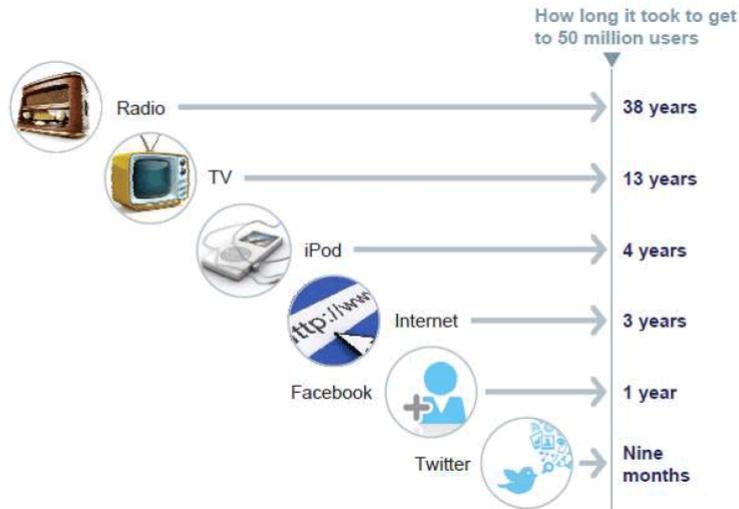## involvieren, mobilisieren, engagieren
= Beziehungsaufbau

NGOs haben das Ziel
• Massen oder
• spezifische Zielgruppen
mit Inhalten und Spendenaufrufen zu erreichen.

Wie kommt man mit wichtigen Themen an interessierte
Menschen?

Historischer Blick aufs Campaigning

19. Jahrhundert: Das Grassroots-Modell
Institutionelle Netzwerke wie die Kirche, Gewerkschaften, Verbände, persönliche Netzwerke (Schule, Beruf, Gesangsverein uvm.)

20. Jahrhundert: Das Jh. der Massenmedien
Zeitungen, Radio, Fernsehen + persönliche Netzwerke

Historischer Blick aufs Campaigning

Web 1.0. **Das Statische Web: Webseiten und E-Mail**
„Die Demokratisierung der Information"

21. Jahrhundert: Selbstorganisation & Social Networking
Persönliche soziale Netzwerke werden digitalisiert
Die Welt wird kleiner und beschleunigt sich!

Web 2.0. **Das soziale Web**
Blogging, Social Media - vom Broadcasting zur Interaktion!

Historischer Blick aufs Campaigning

Web 3.0. **Das mobile Web**
1 + 2 = 3

Kombinert beide und lässt sie auf mobilen Devices immer und überall stattfinden
Mobile Websites, Smartphones and Tablet Apps,
Mobile Action und Fundraising via SMS

Mobile NutzerInnen verbringen 50% ihrer Zeit in Sozialen Netzwerken.

Höchste Zeit für ein Best Practice-Beispiel, finden Sie nicht?

The Force: Volkswagen Commercial

präsentiert zum Super Bowl 2011, mittlerweile über 53 Millionen Views auf YouTube

http://www.youtube.com/watch?v=R55e-uHQna0

Greenpeace-Kampagne:
Die dunkle Seite des Volkswagen Konzerns

Kritik: *VW betont, besonders umwelt-freundlich zu sein, doch ein Großteil der von Volkswagen verkauften Fahrzeuge gehört zu den umweltschädlichsten Autos Europas*, sagt Greenpeace.

http://www.youtube.com/watch?v=nXndQuvOacU&list=PLB142C942D1D0B2A4&index=72&feature=plpp_video

---

Gamification

Gamification & Social Action

Real action: http://www.waz-online.de/Wolfsburg/Wolfsburg/Volkswagen/Greenpeace-stoert-VW-Hauptversammlung

---
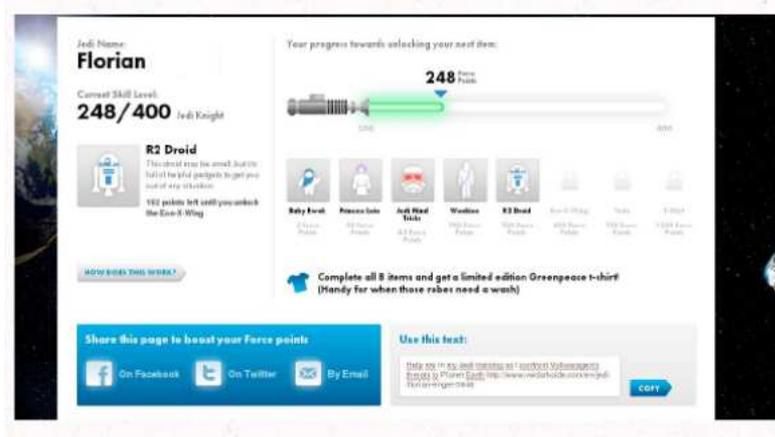
Join the Rebellion!   GREENPEACE

Ziele:
- Solidarisierung durch gemeinsames Feindbild
- Community Building via Gaming/Sharing
- E-Mailadressen generieren
- Fundraising

Engagement = Unterhaltung

Christine Pendl Büro für Online Kommunikation

Frage: **Wie viele Facebook-Profile gibt es in Österreich?**

2,746.160 Profile

Frage: **Wie viele Twitter-Accounts sind in Österreich registriert?**

81.212 Accounts

source: http://socialmediaradar.at/

Christine Pendl Büro für Online Kommunikation

Are you feeling **hopelessly** lost?

Social media is like teen sex.
Everyone wants to do it.
No one actually knows how.
When finally done, there is surprise
its not better.

Avinash Kaushik,
Web analytics guru at Google

twitter

Social Media-Plattformen wie

- Soziale Netzwerke
- Businessnetzwerke
- (Mikro-)Bloggingdienste
- Multimedia Sharing-Portale
- Location based Services

sind sehr erfolgreiche Verbreitungskanäle.

Was aber ist die weitaus erfolgreichste Plattform?

Millenials: live and breath social networking and increasingly prefer mobile
Generation X: actively use social networks and read blogs
Best Agers/Silver Surfer: browse websites and increasingly donate online, fastest growing group on Facebook is now 55+
 All ages use ….

Das am meisten verbreitete E-Campaigning Modell ist also:

E-Mail to Action

Webseite und E-Newsletter haben nach wie vor die höchsten Erträge im Fundraising
ROI (Return on Investment)

- personalisiert
- segmentiert
- günstig
- schnell
- standardisiert

Slogan:
Action for Human Rights
Hope for Humanity

- personalisiert
- strukturiert
- schnell
- aktuell bezugnehmend

Appell an den Gerechtigkeitssinn:
4 Links = **1 Möglichkeit zu interagieren**:
Landing Page
http://takeaction.amnestyusa.org/siteapps/advocacy/ActionItem.aspx?c=6oJCLQPAJiJUG&b=6645049&aid=517387&msource=W1203EAIJ1

Social Media-Sharing

Fast 15 Millionen „Mitglieder": Der Siegeszug von Avaaz

Wikipedia:

Avaaz ist eine international agierende, US-amerikanische Stiftung, die eine internetbasierte Beteiligungsplattform in 14 Sprachen betreibt. Das Wort *Avaaz* stammt aus dem persischen Wort آواز*āwāz*, das „Stimme" oder „Klang" bedeutet.

Avaaz organisiert globale politische Kampagnen, vorwiegend innerhalb der Themenkreise Klimawandel, Menschenrechte und Armut Die Kampagnen stützen sich auf öffentliche Online-Petitionen.

Clicktivism/Slacktivism

- **signing Internet Petitions**
- **copying and pasting of Social Network statuses or messages**
- **minimal Effort**
- **no engagement**

Slacktivism (sometimes **slactivism** or **slackervism**) is a term formed out of the words *slacker* and *activism*. The word is usually considered a pejorative term that describes **"feel-good" measures**, in support of an issue or social cause, that have little or no practical effect other than to make the person doing it feel satisfaction.

http://www.change.org/

Christine Pendl Büro für Online Kommunikation

Fundraising Kampagne:
Radios für Burma

AMNESTY INTERNATIONAL

15 November 2010

While Amnesty International obviously welcomes the release of Aung San Suu Kyi, we should remember that millions of people in Burma are still denied essential rights such as freedom of expression, association and assembly.

Radio verkörpert die Werte von Amnesty International: Menschenrechte, Freiheit, Demokratie, Selbstbestimmtheit

Spendengründe "angreifbar" machen!
http://www.youtube.com/watch?v=M4bsWA9KSTM

Christine Pendl Büro für Online Kommunikation

Social Fundraising

http://www.charitywater.org/

Christine Pendl Büro für Online Kommunikation

Awareness & Fun

FIGHT against
Breast Cancer

http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=VsyE2rCW71o

---

Christine Pendl Büro für Online Kommunikation

Danke!

christine@pendl.net
www.pendl.net

facebook.com/christine.pendl
twitter.com/c_pendl
xing.com/profile/Christine_Pendl