

TO:GETHER

Integrierte Community- und Video-Area zum Austausch von Spendern und Empfängern im Privat- und Firmenkundenbereich

Programm / Ausschreibung	AT:net, Phase 4, AT-net (4) 1. Ausschreibung	Status	abgeschlossen
Projektstart	01.03.2016	Projektende	30.06.2018
Zeitraum	2016 - 2018	Projektlaufzeit	28 Monate
Keywords			

Projektbeschreibung

Hilfswerk Austria International lukriert derzeit kaum Online-Spenden, seine Unterstützer/innen sind im Bereich der Privatspender/innen eher ältere Personen, und ist bei der jungen Generation, bei den sogenannten „digital natives“, eher unbekannt. Auch im Bereich von Firmenspendern hatten wir bisher keine Berührungspunkte im Online-Segment. Jetzt steht Hilfswerk Austria International vor der Herausforderung, sein Spendenangebot für Unternehmen, für Privatspender/innen und für Jung und Alt online gleichermaßen attraktiv zu gestalten, um neue Zielgruppen an Spender/innen aufzubauen und dadurch höhere Spendeneinnahmen zu lukrieren. Diese Ziele sollen erreicht werden und die Kluft zwischen Alt und Jung soll geschlossen werden, indem ein von Hilfswerk Austria International erstellter Prototyp einer Video- und Community-Area namens „TO:GETHER“ zur Marktreife entwickelt und neuen Spendergruppen angeboten wird. Auf dieser Plattform werden die direkte Kommunikation zwischen Spender/in und Empfänger/in von Spenden, und vor allem der Austausch von Videoinhalten, ermöglicht. Die Plattform soll nach der erfolgreichen Markteinführung auch anderen NGOs zur Nutzung bereitgestellt werden.

Während die Vorteile für den Spender/die Spenderin darin liegen, dass die Wirksamkeit ihrer Spende transparent wird und mit eigenen Augen gesehen werden kann, profitiert Hilfswerk Austria International davon, dass es sich als First Mover positioniert und erstmals eine Möglichkeit einer direkten Kommunikation zwischen Spender/in und Empfänger/in bietet. Laut dem Spendenbericht 2015 vom Fundraising Verband Austria stellen Sicherheit, Sympathie und Solidarität die wichtigsten Spendenmotive dar. Die direkte Kommunikation zwischen Spender/in und Empfänger/in trägt wegen der erzeugten Transparenz zu Sicherheit und wegen der entstandenen, emotionalen Nähe zum Projekt zu Sympathie bei. Deswegen, aber auch weil das online Spenden durch Zusatzfunktionen erleichtert wird, erwartet Hilfswerk Austria International doch einen Zugang zu völlig neuen Spendergruppen im privaten und unternehmerischen Umfeld und somit auch ein deutlich erhöhtes Spendenaufkommen.

Neben dem Videocontent, der sowohl von Hilfswerk Austria International, als auch von den Spender/innen und Empfänger/innen bereitgestellt wird, gehört zur Community Lösung anderer spendenbezogener Content, der die Benutzer/innen auf einer völlig neuartigen Ebene miteinander kommunizieren lässt: Die Down- und Upload Funktion von regionaltypischen Kochrezepten, Kindergeschichten, Malvorlagen für Kinder, Country-Facts, Schnittmuster für Kultur- und

regionaltypischer Trachtendmode, Liedernoten und dergleichen bieten einen besonderen Mehrwert, sich mit seinen Mitmenschen und deren Alltag, deren Kultur und Werten auseinanderzusetzen. In einer Zeit der täglichen Flüchtlingsdiskussion ist das eine interessante Chance, Verständnis und Toleranz gegenüber anderen Kulturen zu entwickeln. Der Videocontent von den Empfänger/innen in den Projekten schafft bzw. stärkt das Bewusstsein für die erschwerten Lebenssituationen anderer Menschen und bewegt wegen der erreichten Emotionalisierung mehr zum Spenden.

Für die Zielgruppe der digital natives sind die Inhalte von TO:GETHER und die Möglichkeit, selber Inhalte beizusteuern, eine interessante Option gegenüber Facebook, Online-Gaming und Videoportalen, das Internet auch in dieser Generation sinnvoll zu nutzen.

Die Begegnung mit fremden Kulturen und Menschen spielt online eine immer größere Rolle. Auch Österreichs Außenminister Sebastian Kurz postet auf seinem Blog von seinem Besuch in einem somalischen Flüchtlingslager in Äthiopien (siehe Screenshot). Die Vereinten Nationen einigten sich auf die Erreichung der Sustainable Development Goals (SDGs), und auch das österreichische Außenministerium nimmt die Erreichung dieser Ziele sehr ernst. Online Aktivitäten sind ein wichtiges Instrument der interkulturellen Kommunikation.

Wie das Außenministerium hat Hilfswerk Austria International das Potential innovativer Möglichkeiten des interkulturellen Online-Austausches erkannt und möchte nun mit vollem Engagement einen vor kurzen fertiggestellten Prototypen zu diesem dargestellten Zwecke in den Spendenmarkt einführen.

Im Bereich der Markteinführung werden durch klassisches online und offline Marketing bestehende und potentielle Spender/innen über die Möglichkeit der direkten Kommunikation mit Empfänger/innen aufgeklärt. Zu den online Marketing Aktivitäten gehören der Versand von Newsletters, bezahlte Google- und Facebook Werbung, sowie das prominente Platzieren eines Blogartikels auf der Hilfswerk Austria International Website sowie auf der von nationalen und internationalen Partnern. Im Zuge der offline Marketingaktivitäten wird der Hinweis auf unsere Community Lösung TO:GETHER auf den Postaussendungen an bestehende Spender/innen geschrieben stehen. Zusätzlich wird das Portal durch Telefonmarketing Aktionen beworben. Die zwei Mal im Jahr stattfindenden Hilfswerk Austria International Veranstaltungen bieten sich zudem gut an, TO:GETHER interessierten Menschen vorzustellen.

Hilfswerk Austria International versteht sich seit Jahrzehnten als zuverlässiger Partner der Wirtschaft. In der Vergangenheit konnten bereits erfolgreiche CSR-Kooperationen (Corporate Social Responsibility) mit namhaften Unternehmen umgesetzt werden. 2015 wurde Hilfswerk Austria International gemeinsam mit der OMV mit dem Trigos für die beste Partnerschaft ausgezeichnet. Aufgrund der guten Erfahrungen mit Partnerschaften mit Unternehmen, wird CSR auch ein wesentlicher Teil in der Vermarktung von TO:GETHER sein, wie später im Antrag noch genauer erklärt wird.

Für die Realisierung von TO:GETHER wurde bereits ein Prototyp entwickelt, der die Grundlegenden Funktionalitäten dieser Community Area abbildet (User-Registrierung/Login/Video Funktionalität, Community-Funktionen). Der Reifegrad des Prototyps ist hinsichtlich der Benutzerfreundlichkeit (auf Basis erster A&B Tests), der Bereitstellungsmöglichkeit von Content, den Administrationsmöglichkeiten, der Barrierefreiheit und der Sicherheitsaspekte als ausgereift einzustufen. Während der Projektlaufzeit sind Fertigstellungsarbeiten vorzusehen, um den Prototypen zur Marktreife zu entwickeln und in einen ersten Testmarkt einzuführen. So erfolgt im Rahmen des Projektes die Überführung des Prototyps zu einem fertigen

Produkt, die Finalisierung des Grafischen Benutzerinterface (GUI), die Überprüfung der Moderationsmechanismen und die Prozessoptimierung, sowie das Durchführen von Userflow-Analysen und Klick-Analysen.

Im Rahmen des vorliegenden Projektes soll neben der Fertigstellung von TO:GETHER zur Marktreife das beantragte Fördergeld insbesondere dafür in Anspruch genommen werden, während der Projektlaufzeit bereits umfangreichen ersten Videocontent in Zusammenarbeit mit ausgewählten Spender- und Empfängergruppen zu erzeugen, und um diese einzigartige Lösung über umfangreiche Marketingmaßnahmen rasch bekannt zu machen und schnell in den Markt einführen zu können. Eine Livesetzung der Lösung ohne ausreichenden Content würde die Akzeptanz der Zielgruppe schmälern.

Bisher stellt keine Hilfsorganisation einen direkten Bezug zwischen Spender/innen und Empfänger/innen mittels einer Community-Lösung her. Das angestrebte Ergebnis der Bereitstellung eines neuen Produktes für eine neue Art der Kommunikation zwischen Spender/innen und Empfänger/innen bewirkt eine Anreizwirkung für die Branche und einen unmittelbaren Wettbewerbsvorteil für Hilfswerk Austria International. Daher bitten wir um die Gewährung der in diesem Förderansuchen angesuchten Mittel.

Nach der erfolgreichen Markteinführung und der Sicherung eines Wettbewerbsvorteils aufgrund der unsererseits getätigten Investitionen möchten wir die Lösung auch anderen NGOs zur Nutzung anbieten.

Abstract

Hilfswerk Austria International currently receives hardly any online donations and their donors in the private sector are usually rather elderly people. It is also rather unknown among the young generation, the so-called "digital natives". When it comes to corporate donors, it previously had no points of contact in the online segment. The aid organization is now facing the challenge of coming up with an offer that attracts young and old potential donors alike as well as companies in order to get more donations and build new audiences. These objectives will be achieved - and the gap between old and young will be closed - by making a prototype of a Hilfswerk Austria International video- and community area called "TO:GETHER" ready for the market. This platform allows direct communication, especially videos, between donors and beneficiaries.

The platform's benefits for the donors will be the transparency of their donation's effectiveness. Hilfswerk Austria International's benefit will be its position as first mover since it is the first one to allow donors to directly communicate with beneficiaries and vice versa. According to the Fundraising Verband Austria's Donations Report 2015, security, sympathy and solidarity are the most important motives for people in Austria to donate money. Direct communication between donor and beneficiary will provide security for the donors because what happens with their money will be as transparent as never before. Since donating online will be facilitated by additional functions and entirely new groups of donors in the private and corporate section will be addressed, a significant increase of donations is expected.

In addition to the video content, which is provided both by Hilfswerk Austria International and by donors and beneficiaries, another part of the community solution is additional donation-related content which lets users communicate with each other on a new level. The down- and upload function of typical regional recipes, stories, coloring sheets for children, country facts, sewing patterns for cultural and regional typical clothing, songs and the like are provided in the Community Area. This offers a particular added value to interact with different people and their everyday life, their cultures and values. In times of daily discussions about the refugee crisis and xenophobia this is an interesting opportunity to develop understanding and

tolerance for other cultures. The beneficiaries' videos create or strengthen the awareness of the maybe difficult situations of others which - due the emotional impact - will motivate the people to donate.

For the digital natives using and participating to the content of TO:GETHER is a possibility to use the internet meaningfully.

The encounter with other cultures and people plays an increasingly important role in online communication. Even Austria's Foreign Minister Sebastian Kurz posts about his visit in a Somali refugee camp in Ethiopia on his blog (see screenshot). The United Nations agreed on the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs). The Austrian Foreign Ministry takes achieving those objectives very seriously. Online activities are an important instrument of intercultural communication.

Just like the Austrian Foreign Ministry, Hilfswerk Austria International has recognized the potential of innovative opportunities for intercultural online exchange. In order to contribute to this exchange, Hilfswerk Austria International wants to finish the prototype and bring the Community Area to the donation market.

The market launch implies online and offline marketing activities to inform potential and existing donors about the possibility of direct communication with the beneficiaries.

The online marketing activities include the dispatch of newsletters, Google and Facebook advertising as well as the prominent placing of an article on the Hilfswerk Austria International website and on websites of national and international partners. The offline marketing activities include the note of the existence of the community solution TO:GETHER on postal mailings that are sent to existing donors and the advertising in telephone marketing campaigns. Also, there are two Hilfswerk Austria International events held every year, where TO:GETHER will be promoted to an already interested audience.

Hilfswerk Austria International has been a reliable partner of the economy for decades. In the past, successful CSR projects with major companies have been implemented. In 2015 Hilfswerk Austria International received the Trigos Award together with OMV for the best partnership. Given the positive experiences with partnerships with companies CSR will also be part of the marketing which is explained in more detail later in the application.

For the realization of TO:GETHER a prototype has been developed. It already shows its essential functionalities (user registration / login / video functions ...). The prototype's maturity level in terms of usability (based on the first A & B test), the provisioning possibility of content, the administration options, accessibility and safety aspects can be classified as mature. During the project term the following development activities are planned: the conversion of the prototype into a finished product, the finalization of the GUI and the layouting, the review of moderation mechanisms and process optimization, and performing user flow analyzes and click analysis.

Projektpartner

- HILFSWERK AUSTRIA INTERNATIONAL (kurz: HWA)