

# Schneckenhaus

Das Umweltzentrum in Grevenbroich

Erhöhung der Spendeneinnahmen durch  
Fundraising - Kommunikation



**Vom Kennen zum Schätzen**

—

**Vom Schätzen zum Schützen**



# Inhalt

<b>1. Einleitung</b> .....	<b>5</b>
<b>2. Ist-Analyse</b> .....	<b>6</b>
<b>2.1 Unternehmerische Analyse</b> .....	<b>6</b>
2.1.1 Standortanalyse .....	<b>6</b>
2.1.2 Finanzanalyse .....	<b>7</b>
2.1.3 Bezugsgruppenanalyse .....	<b>7</b>
2.1.4 Konkurrenzanalyse .....	<b>9</b>
<b>2.2 Kommunikative Analyse</b> .....	<b>9</b>
2.2.1 Website .....	<b>10</b>
2.2.2 Flyer .....	<b>10</b>
2.2.3 Erreichbarkeit, Ansprechpartner .....	<b>10</b>
2.2.4 Aktivitäten .....	<b>10</b>
<b>2.3 SWOT-Analyse</b> .....	<b>11</b>
<b>2.4 Fazit</b> .....	<b>12</b>
<b>3. Soll-Analyse</b> .....	<b>13</b>
<b>4. Kommunikationsziel</b> .....	<b>15</b>
<b>5. Zielgruppen</b> .....	<b>15</b>
<b>6. Instrumente</b> .....	<b>17</b>
<b>7. Maßnahmen</b> .....	<b>18</b>
<b>7.1 Grundlagen der Fundraising-Kommunikation</b> .....	<b>19</b>
<b>7.2 Interne Kommunikation</b> .....	<b>20</b>
7.2.1 Newsletter .....	<b>20</b>
7.2.2 Treffen/Veranstaltungen .....	<b>20</b>
7.2.3 Einbindung .....	<b>21</b>
<b>7.3 Externe Kommunikation</b> .....	<b>21</b>
7.3.1 Relaunch der Website .....	<b>21</b>
7.3.2 Aktive Pressearbeit .....	<b>21</b>
7.3.3 Kooperation mit dem lokalen Radiosender NE-WS 89.4 .....	<b>22</b>
7.3.4 Postkarten mit Motiven aus dem Schneckenhaus .....	<b>22</b>
<b>7.4 Aktionen</b> .....	<b>22</b>

7.4.1 Patenschaften für Jung und Alt.....	22
7.4.2 Promi-Patenschaft mit Fernsehkoch Horst Lichter.....	23
7.4.3 Fotowettbewerb „Grün, grün, grün ist...“ .....	25
7.4.4 Beitragsserie „Neues aus dem Schneckenhaus“ .....	26
7.4.5 Radio-Gewinnspiel „Das total verrückte Tiergeräusch“ .....	27
7.4.6 Das Sommerfest im Schneckenhaus .....	29
7.4.7 Natursteinaktion „Bauen Sie mit uns!“ .....	30
7.4.8 Aktion „Weihnachten in der Futterdose“ .....	30
7.4.9 Weitere Aktionen.....	31
<b>8. Zeitplan Umsetzung.....</b>	<b>32</b>
<b>9. Budgetierung .....</b>	<b>33</b>
<b>10. Evaluation .....</b>	<b>34</b>
10.1 Medienresonanzanalyse.....	34
10.2 Spendenanalyse.....	34
10.3 Bezugsgruppenanalyse.....	34
<b>11. Impressum.....</b>	<b>35</b>
<b>12. Quellen.....</b>	<b>36</b>
<b>13. Eidesstattliche Versicherung.....</b>	<b>37</b>
<b>14. Anhang.....</b>	<b>39</b>
14.1 Bezugsgruppenanalyse.....	39
14.2 Medienanalyse .....	42
14.3 Regionaler Presseverteiler (Auszug).....	43
14.4 Vision/Mission/Leitbild .....	47
14.5 Vorgeschriebene Moderationsbausteine für NE-WS 89.4 .....	49
14.6 Entwurf Aufbau Website.....	50
14.7 Entwurf Aufkleber/Buttons.....	51
14.8 Entwurf Flyer .....	52
14.9 Entwurf Postkarten .....	54
14.10 Entwurf Urkunde .....	56
14.11 Entwurf Pressemitteilungen/Presseeinladungen .....	57
14.12 Anfrage Horst Schlämmer .....	63
14.13 Kosten Website .....	64



# Schneckenhaus

Das Umweltzentrum in Grevenbroich

## Erhöhung der Spendeneinnahmen durch Fundraising - Kommunikation

**Schriftliche Ausarbeitung des Konzepts  
für die WBS TRAINING AG**

**vorgelegt von:**

Julia Chafik  
Dessislava Georgieva  
Kerstin Jambor  
Andreas Unterberger

**Abgabedatum:**

5. August 2009

**Prüfer:**

Nina Klotzek  
Astrid von Prondzinski  
Oliver H.P. Last



## 1. Einleitung

Wildtierauffangstationen gibt es viele. Grüne Klassenzimmer gibt es viele. Beides in einem gibt es in Grevenbroich.

Das Schneckenhaus finanziert sich hauptsächlich über Spenden und Mitgliedsbeiträge seines Fördervereins – und das mehr schlecht als recht. Dabei bietet es viel Potential: Menschen helfen gerne. Jährlich strömen viele Besucher auf das Gelände im südlichen Bend. Sie nehmen die vielen kostenlosen Möglichkeiten in Anspruch, sich über Natur und heimische Wildtiere zu informieren. Außerdem ist das Schneckenhaus in Grevenbroich ein fester Begriff und regelmäßig in den lokalen Medien vertreten. Es gibt aber auch ein Problem: Die Besucher wissen nicht, dass sie spenden dürfen. Denn das Umweltzentrum hält sich in Sachen Spendenaufrufe sehr zurück.

Um die finanziellen Probleme langfristig zu lösen, haben wir ein Konzept zur Fundraising-Kommunikation entworfen, das der Philosophie des Auftraggebers entspricht. Wir klimpern nicht mit dem Klingelbeutel und gehen nicht hausieren. Wir nutzen das positive und familienfreundliche Image des Schneckenhauses.

Zunächst haben wir die aktuelle Situation des Auftraggebers analysiert und seine Stärken und Schwächen herausgearbeitet. Unsere Fundraising-Maßnahmen sind ohne großen finanziellen Aufwand umsetzbar. Außerdem haben wir darauf geachtet, dass sie für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Schneckenhauses nicht viel Zeit in Anspruch nehmen. Der Philosophie des Auftraggebers entsprechend ist unsere Kommunikation nicht aggressiv und aufdringlich, sondern gewitzt und charmant.

Als Anlass für unser Fundraising-Konzept haben wir den 15. Geburtstag des Schneckenhauses im Jahr 2010 gewählt. Wir versprechen uns deutlich höhere Spendeneinnahmen und steigende Mitgliederzahlen im Förderverein.

## **2. Ist-Analyse**

### **2.1 Unternehmerische Analyse**

Das Schneckenhaus und das Grüne Klassenzimmer sind Projekte des Fördervereins Grünes Klassenzimmer Grevenbroich 2003 e.V.. Die Idee zum Projekt entwickelte sich aus der im Jahre 1995 in Grevenbroich durchgeführten Landesgartenschau. Ursprünglich wurde das Schneckenhaus als Informationszentrum des Umweltministeriums NRW errichtet. Nach der Landesgartenschau wurden die unterschiedlichen Darstellungsbe-  
reiche, die heute auf dem circa 15.000 Quadratmeter großen Gelände zu sehen sind, räumlich nah zusammengefasst und rund um das Schneckenhaus angeordnet. Bis heute wird dieses Areal für die Zwecke des Grünen Klassenzimmers mit Informationsmöglichkeiten für Schulklassen und Kindergärten genutzt. Daneben ist die Initiative für die Betreuung und Behandlung von kranken und verletzten Wildtieren verantwortlich. Verschiedene heimische Tiergruppen finden hierbei im Schneckenhaus ein vorübergehendes Zuhause. Dazu gehören etwa (Greif-) Vögel, Eichhörnchen, Igel, Wildschweine, Rehe, Marder, Feldhasen, Füchse, aber auch Exoten wie Schlangen. Auch die Pflege der örtlichen Grünanlagen sowie das Erledigen von Waldarbeiten rund um den Grevenbroicher Bend gehören zum Aufgabengebiet des Schneckenhauses.

Unter der Leitung von Norbert Wolf, Umweltschutzbeauftragter der Stadt Grevenbroich, arbeiten derzeit ein weiterer Festangestellter, sechs Zivildienstleistende, drei Ein-Euro-Jobber sowie ehrenamtliche Helfer in der Umweltschutzstation am Schneckenhaus. Hinzu kommen jährlich 35 Studenten, Schülerpraktikanten und Schulabgänger im freiwilligen sozialen Jahr. In Kooperation mit der Staatsanwaltschaft Mönchengladbach leistet im Schnitt ein Verurteilter pro Jahr Sozialstunden ab.

Die 50 Mitglieder des Fördervereins Grünes Klassenzimmer e. V. haben sich die Erhaltung dieser Stätte zur Aufgabe gemacht. Neben Einnahmen aus Mitgliedsbeiträgen verfügt das Schneckenhaus über Mittel aus städtischen Fördergeldern sowie aus Geld- und Sachspenden für die Unterhaltung des Geländes, des Gewässerlehrpfades und der Tierpflege.

#### **2.1.1 Standortanalyse**

Das Schneckenhaus ist zentral gelegen, befindet sich in unmittelbarer Nähe zur Fußgängerzone der Stadt Grevenbroich und ist mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen. Kostenpflichtige Parkplätze stehen zur Verfügung.

In direkter Nachbarschaft zum Schneckenhaus liegen ein Freibad, Einfamilienhäuser und ein Seniorenheim. Der Grevenbroicher Stadtwald ist fußläufig erreichbar.

## 2.1.2 Finanzanalyse

Nach Angaben von Leiter Norbert Wolf beliefen sich die Ausgaben des Schneckenhauses im Jahr 2008 auf circa 12.000 Euro. Getragen wurden diese durch Mitgliedsbeiträge des Fördervereins in Höhe von 1.250 Euro, durch Einnahmen von Spenden in Höhe von 8.000 Euro sowie durch städtische Fördergelder in Höhe von 1.600 Euro. Es ergibt sich somit eine Differenz von 1.150 Euro, die durch projektbezogene Sach- und Dienstleistungsspenden gedeckt wurden.

Die Spenden und die Fördergelder der Stadt schwanken. Die einzige regelmäßige und gesicherte Einnahmequelle sind die Mitgliedsbeiträge des Fördervereins.

## 2.1.3 Bezugsgruppenanalyse

Die Bezugsgruppen<sup>1</sup>, die für die Fundraising-Kommunikation des Schneckenhauses relevant sind, lassen sich in drei Bereiche unterteilen.

An erster Stelle sind die *internen Bezugsgruppen* zu nennen. Dazu zählen zunächst die Mitarbeiter des Schneckenhauses: Zwei Festangestellte, sechs Zivildienstleistende, drei Ein-Euro-Jobber sowie einige ehrenamtliche Helfer arbeiten derzeit in der Grevenbroicher Einrichtung. Die Anzahl der Studenten, Schülerpraktikanten und Schulabgänger im freiwilligen sozialen Jahr variiert, beläuft sich aber in der Regel auf etwa 35 pro Jahr. Weiterhin gehört der Förderverein Grünes Klassenzimmer e.V. zu den internen Bezugsgruppen. Dieser setzt sich aus zwei Vorsitzenden und einer Kassiererin sowie derzeit 50 Mitgliedern zusammen.

Um die internen Bezugsgruppen gezielt zu erreichen, muss zunächst geklärt werden, wo man diese Menschen findet, wie sie sich informieren und wofür sie sich interessieren. Für das bestehende Schneckenhaus-Team ist eine konsequente interne Kommunikation notwendig: Dabei kann es sich um regelmäßige Teambesprechungen, aber auch um elektronische Informationswege oder ein Schwarzes Brett handeln. Ein transparenter Informationsaustausch in alle Richtungen ist wichtig, wenn Entscheidungen, Aktionen oder Veränderungen anstehen, denn interne Bezugsgruppen fungieren auch als Multiplikatoren und Informationsquellen.

Wenn es darum geht, neue Mitarbeiter und Vereinsmitglieder zu informieren und zu akquirieren, so macht es im Fall des Schneckenhauses Sinn, den Weg über die Stadtverwaltung sowie über Schulen, Vereine und Arbeitsagenturen zu gehen. Aber auch jeder Besucher ist als potenzielles internes Bezugsgruppenmitglied zu betrachten, besonders im Hinblick auf die Gewinnung neuer Vereinsmitglieder und Spender.

Damit kommen wir zu den *Kernbezugsgruppen* des Schneckenhauses: Das sind in erster Linie Besucher und Kooperationspartner.

---

<sup>1</sup> Siehe Anhang Seite 40



Die jährliche Besucherzahl des Schneckenhauses in Grevenbroich liegt bei geschätzten 3.000. An erster Stelle stehen etwa 124 Kindergarten- und Schulgruppen pro Jahr, die somit den größten Besucheranteil ausmachen. Besonders wichtig ist es hier also, Direktoren, Lehrer und Erzieher über die Angebote des Schneckenhauses zu informieren, beispielsweise über Online- und Printmedien oder über den Fachbereich „Schulen“ der Stadt Grevenbroich. Außerhalb von Schule und Kindergarten können Kinder, Jugendliche und deren Eltern in Sport- und Jugendvereinen sowie in Freizeiteinrichtungen erreicht werden. Grundlage für die Gewinnung dieser Bezugsgruppen soll stets die Idee sein, dass das Schneckenhaus als Informations- und Bildungseinrichtung rund um Tiere und Natur den Spaß am Lernen möglich macht, die eigene Kreativität fördert sowie zum Erfolgserlebnis als Klasse beziehungsweise Gruppe führt.

Mit etwa 19 Besuchergruppen aus Seniorenheimen und Vereinen pro Jahr rücken auch Kontakte zu Heim- und Vereinsleitern, Pflegern und Sozialarbeitern in den Vordergrund. Für Seniorenheime ist das Schneckenhaus insofern interessant, als dass es älteren Menschen durch spezielle Führungen und Gedächtnistrainings eine sinnvolle Freizeitbeschäftigung bietet, die sie fit im Alter macht. Vereine, die sich thematisch im Schneckenhaus wiederfinden, wie beispielsweise Imker-, Falkner- und Angelvereine, haben dort die Gelegenheit, durch Kooperationen und Workshops ihr Netzwerk auszubauen und Nachwuchs zu fördern.

Zu den genannten Besuchergruppen kommen weitere Interessierte und Tierfreunde, wie Einwohner der Stadt Grevenbroich und des Rhein-Kreises Neuss, Nachbarn des Schneckenhauses, deren Verwandte und Freunde sowie Stadtbesucher und Ausflügler. Hier ist in erster Linie eine regionale Berichterstattung wichtig, die auf das abwechslungsreiche, sehenswerte und kostenfreie Bildungs- und Freizeitangebot des Schneckenhauses aufmerksam macht, denn das ist für diese Besucher von Interesse. Weiterhin sind Informationen über Reiseveranstalter und Touristikzentralen, aber auch Beiträge in thematisch relevanten Foren sinnvoll, um diese Zielgruppen zu erreichen.

Das Schneckenhaus verfügt über ein überregionales Netzwerk an Kooperationspartnern. Diese setzen sich zusammen aus Tierarztpraxen, Zoofachgeschäften, Unternehmen aus der Region, Vereinen, Verbänden und lokalen Arbeitsagenturen. Die Aufrechterhaltung und der Ausbau dieses Netzwerks sind für die Arbeit des Schneckenhauses von großer Bedeutung, da damit sowohl ein fachlicher Austausch als auch kostengünstige Dienstleistungen oder Spenden ermöglicht werden. Durch die lokale Bekanntheit und Akzeptanz des Schneckenhauses profitieren die Kooperationspartner umgekehrt von der Wahrnehmung ihres sozialen Engagements und ihrer regionalen Identifikation.



Die dritte wichtige Bezugsgruppe des Schneckenhauses ist die der *Multiplikatoren und Meinungsbildner*. Dazu gehören die Medien mit all ihren Kommunikationskanälen, die lokale Politik, Fachorganisationen und -verbände wie beispielsweise Imker-, Falkner-, Angel- oder Gartenbauvereine sowie lokale Prominenz wie Bürgermeister Dr. Axel J. Prümm, Kultfigur Horst Schlämmer und Fernsehkoch Horst Lichter.

Da das Grundstück des Schneckenhaus-Geländes Eigentum und Norbert Wolf Angestellter der Stadt Grevenbroich sind, ist eine kontinuierliche Zusammenarbeit zwischen Förderverein und Stadt erforderlich. Gleiches gilt auch für die Kooperation mit Fachverbänden, die einen großen fachlichen und finanziellen Beitrag für die Arbeit des Schneckenhauses leisten.

Ein prominenter Name verspricht eine breite mediale Resonanz. Bezogen auf die Zielsetzung eines höheren Spendenaufkommens bedeutet das, dass diese Botschaft mithilfe einer lokalen prominenten Persönlichkeit nicht nur gezielt öffentlich platziert werden kann, sondern auch eine breite Streuung findet. Da das Schneckenhaus über eine hohe Akzeptanz und ein positives Image verfügt, ist eine derartige Verbindung für eine ausgewählte prominente Persönlichkeit interessant.

#### **2.1.4 Konkurrenzanalyse**

Im Großraum Düsseldorf und im Rhein-Kreis Neuss gibt es drei direkte Konkurrenten, die ebenfalls Naturbildungseinrichtungen für Kinder zur Verfügung stellen. Dazu zählen der Botanische Garten der Uni Düsseldorf, Schloss Dyck sowie Schloss Benrath, das das Grüne Klassenzimmer nur in den Schulferien anbietet. Der Eintritt ist bei allen drei Einrichtungen kostenpflichtig.

Bei den Wildtierauffangstationen gibt es folgende Konkurrenten: den Förderverein NaturGut Ophoven in Leverkusen sowie den gemeinnützigen Verein für Wildschutz/Naturschutz/Umweltschutz KiTiNa in Werl. Beide Initiativen bieten kein Grünes Klassenzimmer an.

### **2.2 Kommunikative Analyse**

Unsere Medienresonanzanalyse<sup>2</sup> für den Zeitraum 2007 bis 2009 zeigt, dass die Berichterstattung über das Schneckenhaus entweder projektbezogen ist oder in keinem direkten Bezug zur Einrichtung steht. Es findet keine aktive Pressearbeit statt.

Die Kommunikationsmittel des Schneckenhauses werden in den folgenden Unterpunkten erläutert:

---

<sup>2</sup> Siehe Anhang Seite 43

### **2.2.1 Website**

Den Internetauftritt des Schneckenhauses erreicht man unter [www.schneckenhaus-grevenbroich.de](http://www.schneckenhaus-grevenbroich.de). Die Seite ist im Flash-Format und kann deshalb nicht von jedem Internetuser aufgerufen werden. Die Menüführung ist nicht einheitlich.

Die Inhalte der Website sind nicht aktuell. So ist im Bereich „News“ der letzte Artikel am 30. Oktober 2008 eingestellt worden. Auch das Zeitungs- und Medienarchiv ist auf demselben Stand.

Die Kontaktdaten findet man im Bereich „Info“. Sie stehen am untersten Ende der Seite und sind nicht sofort zu sehen.

Das zum Download bereitgestellte Informationsmaterial trennt nicht klar zwischen Stadt und Förderverein. Zusätzlich werden die Dokumente in verschiedenen Formaten angeboten. So ist zum Beispiel der Förderverein-„Jahresbericht“ 2007 eine PDF-Datei, das Informationsblatt zum Grünen Klassenzimmer ein Word-Dokument. Der Jahresbericht enthält keine Zahlen und ist somit kein Jahresbericht im klassischen Sinne.

Die Information zum Förderverein besteht aus einem persönlichen Anschreiben der 2. Vorsitzenden, den Kontaktdaten und der Bankverbindung. Es gibt keinen direkten Spendenaufruf.

### **2.2.2 Flyer**

Informationsflyer liegen vor Ort aus und stehen auf den Internetseiten des Schneckenhauses und der Stadt Grevenbroich zum Download zur Verfügung. Auch hier gibt es keine klare Trennung zwischen Stadt und Förderverein. In keinem der Flyer wird das Spendenkonto des Fördervereins genannt oder um neue Vereinsmitglieder geworben.

### **2.2.3 Erreichbarkeit, Ansprechpartner**

Auf den Flyern und der Internetseite sind unterschiedliche Telefonnummern angegeben: Die Internetseite enthält die Telefonnummer des Schneckenhauses. Wer die Nummer auf den Flyern anruft, landet im Umweltbüro der Stadt Grevenbroich. Der Leiter Norbert Wolf ist mobil erreichbar.

### **2.2.4 Aktivitäten**

Das Schneckenhaus veranstaltet jedes Jahr ein Sommerfest, das immer an unterschiedlichen Terminen stattfindet.

Im Jahre 2009 gab es zum ersten Mal einen Bild-Kalender mit Tierfotos aus dem Schneckenhaus, der in der Mayerschen Buchhandlung und vor Ort auslag.

## 2.3 SWOT-Analyse

### Stärken

- Das Schneckenhaus liegt in unmittelbarer Nähe zur Grevenbroicher Fußgängerzone.
- Die Einrichtung ist fester Bestandteil der Stadt
- Täglich kommen viele Besucher ins Schneckenhaus.
- Aufgrund seiner hohen Akzeptanz stehen dem Schneckenhaus viele ehrenamtliche Mitarbeiter und freiwillige Helfer zur Seite.
- Das Umweltzentrum stellt ein vielfältiges Angebot zur Verfügung (Unterricht, Wanderungen, Rallyes, ...)
- Es verfügt über ein breitgefächertes Netzwerk (Fotograf, Imker, Angelverein, Falkner, Schutzgemeinschaft „Deutscher Wald“, Wildparks, Staatsanwaltschaft, Arbeitsagentur und ARGE)
- Das Alleinstellungsmerkmal: die Kombination aus Grünem Klassenzimmer und Wildtierauffangstation.
- Der Eintritt ins Schneckenhaus ist frei.

### Schwächen

- Insgesamt stehen der Einrichtung zu wenig finanzielle Mittel zur Verfügung.
- Der Spendenbedarf wird kaum nach außen kommuniziert.
- Es findet keine aktive Pressearbeit statt.
- Das Schneckenhaus verfügt über kein zusätzliches Personal, welches die Pressearbeit verantwortet oder in Pressearbeit geschult ist.
- Die Einrichtung hat kein Corporate Design: Es existiert kein Logo, das Informationsmaterial ist nicht einheitlich, so dass kein Wiedererkennungseffekt eintritt.
- Die Begrifflichkeiten Grünes Klassenzimmer und Wildtierauffangstation werden nicht trennscharf behandelt.
- Der Förderverein macht keine aktive Mitgliederwerbung und dient nicht als Multiplikator.

### Chancen

- Die vielfältigen bestehenden Aktivitäten werden genutzt und weiter ausgebaut.
- Durch eine neue beziehungsweise optimierte Namensgebung wird ein einheitlicher Außenauftritt garantiert.
- Durch ein neues beziehungsweise optimiertes Corporate Design wird eine einheitliche Unternehmenserscheinung gewährleistet.

- Durch aktive Pressearbeit wird auf den Spendenbedarf hingewiesen.
- Viele Besucher bedeuten viele potenzielle Spender.
- Das Schneckenhaus ist ein fester Begriff in der Stadt Grevenbroich und verfügt über eine hohe lokale Akzeptanz.
- Durch den Förderverein ist das Umweltzentrum in der Spendenakquise unabhängig von der Stadt Grevenbroich.
- Ein Vorteil ist der Niedlichkeitsfaktor der Tiere.
- Kinder und Tiere sind positiv besetzt.

### **Risiken**

- Wenn keine „süßen“ Tiere aufgenommen werden, gibt es weniger Spenden.
- Die Spendenkommunikation erreicht nicht die Zielgruppen.
- Der Spendenaufruf wird falsch interpretiert (zum Beispiel als aufdringlich).
- Durch zu viele Besucher kann es zur Überlastung im Schneckenhaus kommen.

### **2.4 Fazit**

Das Schneckenhaus ist gut besucht, liegt zentral und hat viele Bezugsgruppen. Es verfügt über ein vielfältig ausgebautes Netzwerk, benötigt aber mehr Spenden, um die Kosten für alltägliche Ausgaben zu decken. Das Alleinstellungsmerkmal des Schneckenhauses ist die Kombination aus Wildtiertrauffangstation und Grünem Klassenzimmer, das kostenfrei zur Verfügung steht und ein abwechslungsreiches Programm beinhaltet.

Die Begriffe „Grünes Klassenzimmer“ und „Schneckenhaus“ werden nicht sauber getrennt. Sie werden abwechselnd für ein und dieselbe Institution verwendet. Darüber hinaus wird die Wildtiertrauffangstation dem Grünen Klassenzimmer zugerechnet, de facto stecken hinter beiden Begriffen aber unterschiedliche Aufgaben: Tierschutz und Bildung.

Der kommunikative Auftritt des Schneckenhauses ist nicht aktuell. Zudem fehlen gezielte Informationen über die Einrichtung, den Förderverein und die Möglichkeit, Geld-, Sach- und Dienstleistungen zu spenden. Ein einheitliches Auftreten nach außen sowie eine aktive Pressearbeit sind nicht vorhanden.

Die Veranstaltungen und Aktivitäten der letzten Jahre sind beliebt und können für kommunikative Zwecke genutzt werden.

Durch den Förderverein und der damit verbundenen Unabhängigkeit vom Presseamt der Stadt Grevenbroich kann eine aktive Fundraising-Kommunikation beginnen, die das Schneckenhaus in Zukunft finanziell unterstützt.

### 3. Soll-Analyse

Um die finanzielle Situation des Schneckenhauses zu verbessern, müssen eine aktive Pressearbeit und eine aktive Fundraising-Kommunikation stattfinden. Erste Schritte dafür sind die Entwicklung einer Corporate Identity, ein Relaunch der Homepage und eine neue Namensgebung. Ein einheitlicher Name ist wichtig, um gemeinsame Aktivitäten des Grünen Klassenzimmers und der Tierauffangstation zu unterstreichen und ein einheitliches Auftreten zu garantieren. Da das Schneckenhaus in Grevenbroich ein Begriff ist, und die Internetadresse der Institution [schneckenhaus-grevenbroich.de](http://schneckenhaus-grevenbroich.de) lautet, ist es wichtig, diesen etablierten Namen beizubehalten. Das Grüne Klassenzimmer sowie die Wildtierauffangstation werden zu Teilbereichen der Initiative „Schneckenhaus“. Darüber hinaus ist es sinnvoll, auch den Namen des Fördervereins in Schneckenhaus Grevenbroich e.V. zu ändern. Um zu verdeutlichen, was die Einrichtung anbietet, empfehlen wir einen Slogan. Diesen erarbeiten wir im Zuge der Internen Kommunikation<sup>3</sup> mit allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Für das Kommunikationskonzept wählen wir der Einfachheit halber einen Arbeitstitel: „Schneckenhaus – Das Umweltzentrum in Grevenbroich“.

Weiterhin wird der Internetauftritt<sup>4</sup> aktualisiert. Schon auf der Startseite muss der Besucher deutlich erkennen, dass er spenden darf und wie er es tun kann.

Wir empfehlen außerdem, das Wort „Bankverbindung“ durch „Spendenkonto“ zu ersetzen und die Telefonnummer des Fördervereins als „Spendenhotline“ zu bezeichnen. Für Fragen potentieller Geldgeber richtet der Verein eine spezielle E-Mail-Adresse ein, etwa unter [spenden@schneckenhaus-grevenbroich.de](mailto:spenden@schneckenhaus-grevenbroich.de). Auch ein Link, unter dem Interessierte online Mitglied im Förderverein werden können, ist in Zukunft verfügbar. Kooperationspartner und Großspender werden gut sichtbar mit Logo auf der Startseite verlinkt. Da es verschiedene Bezugsgruppen gibt, sollten auch verschiedene Mitgliedschaften zur Verfügung stehen. Es ist sinnvoll, diese für Kinder, Erwachsene und Familien in unterschiedlicher Beitragshöhe anzubieten.

Für Spender oder Unternehmen, die mehr als den regulären Mitgliedsbeitrag spenden möchten, gibt es eine weitere Unterteilung in Bronze-, Silber-, Gold- und Platin-Mitgliedschaften.

Jede Telefonnummer, die auf der Website genannt wird, muss entweder ins Schneckenhaus oder zum Förderverein führen, nicht jedoch zur Stadt.

Neben dem neuen Internetauftritt benötigen sowohl das Schneckenhaus als Institution sowie der Förderverein eigene Flyer<sup>5</sup>. Dort wird wie auf der Startseite der Homepage

---

<sup>3</sup> Siehe Kapitel 7.2

<sup>4</sup> Siehe Anhang Seite 51

<sup>5</sup> Siehe Anhang Seite 53



darauf hingewiesen, dass man sich über Spenden freut. Ebenso werden dort das Spendenkonto, die Hotline, die E-Mail-Adresse und die Kontaktdaten des Schneckenhauses und des Fördervereins genannt, nicht die der Stadt Grevenbroich. Es wird ein Logo entwickelt, um eine Corporate Identity zu schaffen. Dieses gibt sowohl der Website als auch den Flyern und Pressemitteilungen ein einheitliches Aussehen. Dies muss spätestens bis zum 15. November 2009 geschehen sein, da die eigentliche Fundraising-Kommunikation am 16. November 2009 mit der ersten Pressemitteilung startet.

Wir haben einen Vorschlag verfasst, wie Vision, Mission und Leitbild<sup>6</sup> für das Schneckenhaus aussehen können. Dieser Vorschlag dient auch als Grundlage unseres Kommunikationskonzepts und der Boiler-Plate, die in Zukunft in allen Presseveröffentlichungen<sup>7</sup> des Schneckenhauses auftaucht.

Da das Schneckenhaus bislang keine aktive Pressearbeit betrieben hat, haben wir im Rahmen unserer Konzeption einen Presseverteiler<sup>8</sup> erarbeitet, den wir dem Schneckenhaus zur Verfügung stellen. Er umfasst das direkte Einzugsgebiet des Schneckenhauses, den Rhein-Kreis Neuss. Die Pflege des Verteilers und die gesamte Pressearbeit für das Jubiläumsjahr 2010 übernehmen wir auf ehrenamtlicher Basis.

Nach der erforderlichen Optimierung ist es notwendig, dass die Zusammenarbeit mit der Presse verbessert wird. Zusätzlich muss auf die Möglichkeit hingewiesen werden, dass Spenden erwünscht sind. Dies soll nicht durch ein aggressives Werben, sondern durch Hinweise, gezielte Platzierung von Spendeninformationen und Fundraising-Maßnahmen erfolgen. Um darüber hinaus Geldmittel oder Sachspenden zu akquirieren, ist es sinnvoll, auf der neuen Homepage Platz für Anzeigen von Kooperationspartnern zu schaffen. Mittelfristig kann so das Spendenaufkommen um 50 Prozent und die Mitgliederzahl des Fördervereins auf 75 gesteigert werden.

---

<sup>6</sup> Siehe Anhang Seite 48

<sup>7</sup> Siehe Anhang Seite 58

<sup>8</sup> Siehe Anhang Seite 44

## 4. Kommunikationsziel

Wir wollen sowohl eine Steigerung der Spenden von 8.000 Euro auf 12.000 Euro als auch eine Erhöhung der Mitgliederzahl im Förderverein von 50 auf 75 erreichen. Zurzeit gibt es nur projektbezogene Patenschaften von Firmen. Wir bieten auch Patenschaften für Privatpersonen mit kleinem Geldbeutel an. Ziel ist es, zumindest die Verpflegung der Tiere in der Tierauffangstation durch Patenschaften zu finanzieren.

Kurzfristig soll eine Vereinheitlichung des Auftretens nach außen erfolgen und der Spendenbedarf kommuniziert werden. Denn nur wer weiß, dass er spenden darf, wird spenden. Mitarbeiter und Mitglieder des Fördervereins dienen hierbei als direkte Multiplikatoren und müssen durch interne Kommunikation informiert und in relevante Entscheidungsprozesse mit einbezogen werden. Die Medien dienen ebenfalls als direkte Multiplikatoren. Ziel ist es, das Spendenaufkommen im Jubiläumsjahr 2010 um 50 Prozent zu steigern.

Mittelfristig ist eine Erhöhung der Mitgliederzahl des Fördervereins um ebenfalls 50 Prozent anvisiert. Das ist eine Steigerung von 50 auf 75 Mitglieder. Durch regelmäßig stattfindende Fundraising-Maßnahmen und eine aktive und vor allem regelmäßige Pressearbeit soll ein kontinuierliches Spendenaufkommen garantiert werden.

Weiterhin sollen durch Patenschaften regelmäßige Einnahmen erzielt werden. Angestrebt sind im Jahr 2010 mindestens 30 solcher Patenschaften.

Neben den rein quantitativen Zielen stehen langfristig natürlich vor allem die qualitativen Ziele im Vordergrund. Das bedeutet eine systematische Kommunikation, sowohl extern als auch intern. Die interaktiven Möglichkeiten der Neuen Medien müssen hierfür ebenfalls genutzt werden, denn sowohl Mitarbeiter und Mitglieder als auch Spender und Interessierte brauchen Feedbackmöglichkeiten. Nur durch eine geplante Kommunikation wird die Erhaltung des Schneckenhauses und seiner vielfältigen Informationsmöglichkeiten gewährleistet.

## 5. Zielgruppen

Die Fundraising-Kommunikation des Schneckenhauses muss unbedingt auf die Merkmale seiner Zielgruppen abgestimmt sein, um diese tatsächlich auch zu erreichen. Die Zielgruppendifinition bildet also das Fundament der geplanten Spendenkommunikation.

Die Angebote des Umweltzentrums sollen geschlechtsneutral Personen aller Altersstufen erreichen, die ein besonderes persönliches oder berufliches Interesse an Bildung, Natur und/oder Tierschutz haben oder einen gesteigerten Wert auf die genann-



ten Bereiche legen. Diese Menschen sind in beziehungsweise um Grevenbroich sowie im Rhein-Kreis Neuss angesiedelt und haben somit einen lokalen, persönlichen oder beruflichen Bezug zum Schneckenhaus und seiner Arbeit.

Besucher und Kooperationspartner bilden die primäre Bezugsgruppe der Grevenbroicher Einrichtung. Im Einzelnen handelt es sich dabei um Kindergarten- und Schulkinder sowie um deren Eltern, Lehrer, Erzieher und Direktoren. Erreicht werden diese Zielgruppen über Schulen, Kindergärten, Sport- und Jugendvereine sowie über Freizeiteinrichtungen oder die Stadtverwaltung. Als Motivation für diese Zielgruppen gilt die Idee, dass das Schneckenhaus Lernen zum Erlebnis macht und es mit Spaß, Kreativität und Erfolg als Gruppe verbindet. Zusätzlich sind Einwohner der Stadt Grevenbroich und des Rhein-Kreises Neuss, Nachbarn des Schneckenhauses, deren Verwandte und Freunde sowie Stadtbesucher und Ausflügler für das Schneckenhaus wichtig: Sie sind potenzielle Besucher, Spender und Multiplikatoren. Für sie ist das abwechslungsreiche, sehenswerte und kostenfreie Bildungs- und Freizeitangebot des Schneckenhauses von Interesse. Informationen darüber erhalten sie über Mundpropaganda sowie über Touristikzentralen und die Stadt Grevenbroich.

Imker-, Falkner- und Angelvereine sowie lokale Unternehmer, die über persönliche Kontakte, Fachforen oder Fachpublikationen angesprochen werden können, gehören ebenfalls zur primären Zielgruppe des Schneckenhauses. In ihrer persönlichen und/oder beruflichen Einstellung finden sich diese Personen im Engagement des Schneckenhauses wieder. Dort können sie zum fachlichen Austausch beitragen, mit Dienstleistungen aushelfen und ihr (Nachwuchs-)Netzwerk ausbauen.

Meinungsbildner und Multiplikatoren bilden die sekundäre Zielgruppe des Schneckenhauses und haben Einfluss auf die Verbreitung von relevanten Informationen und/oder Meinungen. Mitarbeiter und Vereinsmitglieder, die vom Engagement des Umweltzentrums überzeugt sind, werden dies auch nach außen tragen. Lokale Politiker und Prominente leihen gerne ihren guten Namen, denn sie profitieren im Gegenzug von ihrem lokalen und sozialen Engagement. Nicht nur sie zählen zu den wichtigsten Multiplikatoren der Einrichtung: Die Medien mit all ihren Kommunikationskanälen spielen eine bedeutende Rolle bei der Streuung und Vervielfachung relevanter Informationen. Sie sind glaubwürdig und erreichen eine breite Öffentlichkeit.

In Bezug auf die Fundraising-Kommunikation des Schneckenhauses handelt es sich bei den vorgenannten Personen um die Auswahl der attraktivsten Zielgruppen: Sie sind gut und gezielt erreichbar, zeitlich stabil und fungieren ausnahmslos als potenzielle Mitarbeiter, Spender und/oder Vereinsmitglieder. Die Pflege gesellschaftlicher, politischer und medialer Beziehungen ist für das Schneckenhaus unabdingbar, um diese Zielgruppen zu erreichen und in seine Arbeit einzubinden.

## 6. Instrumente

Beim vorliegenden Fundraising-Konzept setzen wir folgende PR-Instrumente ein:

**Newsletter:** Im Rahmen der Internen Kommunikation garantiert der Newsletter, dass wirklich alle Mitarbeiter und Mitglieder des Schneckenhauses stets über die Fundraising-Maßnahmen informiert sind. So schaffen wir die Transparenz, die nötig ist, um die Beteiligten für die anstehenden Aufgaben zu begeistern.

**Internet:** Über die Website des Schneckenhauses erreichen wir sämtliche Zielgruppen auf einmal. Jede Neuigkeit ist dort möglichst schnell und mit möglichst geringem Aufwand für alle Ansprechpartner abrufbar.

**Flyer:** Ein Flyer ist leicht zu transportieren und kann überall verteilt werden. Als Informationsmittel setzt ihn das Schneckenhaus nach Bedarf ein und macht so ohne weiteren Aufwand auf seinen Spendenbedarf aufmerksam.

**Medienarbeit:** Die Menschen vertrauen dem, was sie in den Medien lesen, sehen und hören. Über aktive Pressearbeit schaffen wir Vertrauen in die Arbeit des Schneckenhauses und so die Basis für Spenden und ehrenamtlichen Einsatz.

Durch die Kooperation mit einem lokalen Radiosender erreicht das Schneckenhaus in kürzester Zeit eine breite Masse an potentiellen Spendern. Der Aufwand ist dabei gering und die Kosten äußerst niedrig.

**Aktionen/Patenschaften:** Aktionen sind emotional und beziehen die Zielgruppen direkt ins Geschehen mit ein. Sie werden so zum Teil des Schneckenhauses, was ihre Bereitschaft zu spenden steigert.

**(Promi-)Events:** Events begeistern die Menschen für die Arbeit des Schneckenhauses direkt vor Ort. Die Zusammenarbeit mit einem Prominenten sichert dem Schneckenhaus Aufmerksamkeit und Medienresonanz.

**Merchandising:** Die Menschen haben gerne eine Erinnerung an einen schönen Tag und/oder wollen ihren Liebsten davon berichten. Postkarten oder Kalender bieten sich dafür an. Sie sind günstig in der Herstellung und erschwinglich für den Besucher.

**Verzicht auf Mailing:** In diesem Fundraising-Konzept verzichten wir aus zwei Gründen auf eine Mailing-Aktion. Zum einen wäre der finanzielle Aufwand für das Schneckenhaus nicht zu stemmen. Zum anderen widerspricht Mailing der Philosophie des Auftraggebers.<sup>9</sup> Offensives „Betteln“ um Spendengelder ist genau das, was Schneckenhaus-Leiter Norbert Wolf nicht möchte.

---

<sup>9</sup> Siehe Anhang Seite 48

## 7. Maßnahmen

### PR-Maßnahmen

### S. Instrumente

#### Interne Kommunikation

7.2.1 Newsletter	20	Newsletter
7.2.2 Treffen/Veranstaltungen	20	Events
7.2.3 Einbindung	21	Internet/Newsletter/Events

#### Externe Kommunikation

7.3.1 Relaunch der Website	21	Internet
7.3.2 Aktive Pressearbeit	21	Medienarbeit/Flyer
7.3.3 Kooperation mit Radiosender NE-WS 89.4	22	Medienarbeit
7.3.4 Postkarten mit Motiven aus dem Schneckenhaus	22	Merchandising
7.4.1 Patenschaften für Jung und Alt	22	Aktion/Flyer/Medienarbeit/Internet
7.4.2 Promi-Patenschaft mit Fernsehkoch Horst Lichter	23	Event/Aktion/Internet
7.4.3 Fotowettbewerb „Grün, grün, grün ist...“	25	Aktion/Medienarbeit/Internet
7.4.4 Beitragsserie „Neues aus dem Schneckenhaus“	26	Aktion/Medienarbeit
7.4.5 Radio-Gewinnspiel „Das total verrückte Tiergeräusch“	27	Aktion/Medienarbeit
7.4.6 Das Sommerfest im Schneckenhaus	29	Event/Medienarbeit/Internet
7.4.7 Natursteinaktion „Bauen Sie mit uns!“	30	Aktion/Medienarbeit/Flyer/Internet
7.4.8 Aktion „Weihnachten in der Futterdose“	31	Aktion/Medienarbeit/Internet
7.4.9 Weitere Aktionen	32	Aktion/Medienarbeit/Internet

## 7.1 Grundlagen der Fundraising-Kommunikation

### **Das Leitmotiv<sup>10</sup>**

Leitmotiv der gesamten Fundraising-Kommunikation ist das Motto „Vom Kennen zum Schätzen - Vom Schätzen zum Schützen“. Dieser Grundsatz drückt das aus, was hinter dem vorliegenden Konzept steht: Geld besorgen – ja. Aber ohne mit dem Klingelbeutel zu klimpern. Passend zur Philosophie des Auftraggebers geht es um Aufklärung und Akzeptanz. Die Menschen lernen die Arbeit des Schneckenhauses und die Natur ihrer Heimat kennen und schätzen. Und was sie schätzen, werden sie auch schützen. Das Leitmotiv findet sich auf allen Veröffentlichungen zum Jubiläumsjahr (Pressemitteilungen, Presseeinladungen, Flyer, Postkarten, Website etc.) in folgendem Wortlaut wieder: „15 Jahre Schneckenhaus. Vom Kennen zum Schätzen - Vom Schätzen zum Schützen.“

### **Das Give-Away<sup>11</sup>**

Bei allen Veranstaltungen zur Fundraising-Kommunikation gibt es ein Gläschen mit Honig aus dem Schneckenhaus beziehungsweise mit Honig, den befreundete Imker hergestellt haben. Darauf steht „Honigschneckchen“ und der Zusatz „15 Jahre Schneckenhaus“. Zusätzlich lassen wir für diesen Aufdruck eine Bildmarke entwerfen, die zum Namen „Honigschneckchen“ passt. Die Gläschen werden unter anderem Pressemappen beigelegt, gehen an Tierpaten, neue Mitglieder oder Baustein-Spender.

Als natürliches Produkt mitten aus der Region passt dieses Give-Away perfekt in das Fundraising-Konzept. Denn die Botschaft von „Honigschneckchen“ lautet: „Lernt die Natur vor eurer Haustüre kennen und schätzen (in diesem Fall: genießen).“ Wer sie schätzt, will sie auch schützen. Und hat dabei mit dem Schneckenhaus genau den richtigen Ansprechpartner.

### **Die große Schneckenfamilie**

Das Thema Familie zieht sich durch das gesamte Fundraising-Konzept. Und das aus zweierlei Gründen: Erstens richtet sich das Schneckenhaus mit seinem Angebot „Grünes Klassenzimmer“ in besonderer Weise an Familien mit Kindern. Zweitens ist das Schneckenhaus für seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine große Familie. Das stellen wir mit folgender Terminologie auch nach außen dar:

- *Schneckenfamilie* -

Immer wenn es darum geht, neue Mitglieder oder ehrenamtliche Mitarbeiter zu werben, setzen wir diesen Ausdruck ein. Er gibt allen potentiellen Schneckenhausenern das Gefühl, willkommen zu sein und wichtiger Teil eines großen Ganzen zu werden. So

---

<sup>10</sup> Siehe Anhang Seite 48

<sup>11</sup> Siehe Anhang Seite 52



findet sich über der Mitgliederwerbung in Flyern, auf der Internetseite etc. stets der Slogan: „WERDE TEIL DER SCHNECKENFAMILIE!“

- *Schneckenmama und Schneckenpapa* -

Damit bezeichnen wir Kinder, die eine Patenschaft für ein verletztes Tier übernehmen. Das gibt den Kleinen das Gefühl, in der Schneckenfamilie eine große (Eltern-)Rolle zu übernehmen. Außerdem schafft die Vorstellung Tiermama oder Tierpapa zu sein, einen zusätzlichen Anreiz, eine Patenschaft zu übernehmen. Dieser Anreiz wird durch stylische Buttons mit den Aufschriften „Schneckenmama“ und „Schneckenpapa“ noch einmal vergrößert.<sup>12</sup>

## **7.2 Interne Kommunikation**

Die Mitarbeiter des Schneckenhauses sowie die Mitglieder des Fördervereins dienen alle als Multiplikatoren und können für kommunikative Zwecke und Aktionen eingespannt werden. Um jeden dieser Multiplikatoren zu motivieren, ist es unbedingt erforderlich, die Ziele und Absichten des Schneckenhauses transparent zu machen und das „Wir-Gefühl“ zu stärken. Das bedeutet, dass Informationen an diese weitergegeben und alle bei für Mitarbeiter und Mitgliedern relevanten Entscheidungen mit einbezogen werden.

Jeder Zivildienstleistende, Ein-Euro-Jobber oder Praktikant ist ein potentieller ehrenamtlicher Mitarbeiter, der dem Schneckenhaus auch nach der abgeleisteten Zeit gerne mit Rat und Tat zur Verfügung steht. Und der ehrenamtliche Mitarbeiter braucht einen Grund, um seine Zeit und Energie unentgeltlich zu investieren.

Es gibt einfache und kostengünstige Mittel, um diese Multiplikatoren zu motivieren.

### **7.2.1 Newsletter**

Ein Newsletter ist ein probates Mittel zur Informationsweitergabe. Fast jeder hat heutzutage eine E-Mail-Adresse. Es wird ein E-Mail-Verteiler mit allen Mitarbeitern und Mitgliedern erstellt, die bei Neuigkeiten den Newsletter „Schneckenpost“ in Form einer E-Mail erhalten. Inwieweit eine Trennung von Mitarbeitern und Mitgliedern sinnvoll ist, muss im Vorfeld abgeklärt werden.

### **7.2.2 Treffen/Veranstaltungen**

Regelmäßige Treffen stärken das „Wir-Gefühl“. Es muss nicht unbedingt ein kostenintensiver Ausflug oder ein großes Event sein. Alle Beteiligten wissen schließlich, dass kaum finanzielle Mittel zur Verfügung stehen. Ein Sonntagsbrunch mit belegten Bröt-

---

<sup>12</sup> Siehe Anhang Seite 52



chen reicht hier durchaus. Diese Treffen sollen dem Austausch untereinander dienen. Wer hat welche Erfahrungen gemacht? Wo gibt es Probleme? Welche Entscheidungen stehen kurz-, mittel- oder langfristig an und wer kann was dafür tun? Austausch aller Beteiligten untereinander ist wichtig. Der Mensch ist ein kommunikatives Wesen und möchte sich mitteilen.

### **7.2.3 Einbindung**

Alle Mitarbeiter und Mitglieder des Fördervereins sollten bei allen relevanten Entscheidungen einbezogen werden. Allen voran steht, wie in den Empfehlungen erläutert, die Entwicklung einer Vision, einer Mission und eines Leitbildes. Mitarbeiter sowie Mitglieder des Fördervereins müssen sich mit den Zielen, Absichten und auch der Vorgehensweise des Schneckenhauses identifizieren. Das Gefühl „etwas Gutes zu tun“ reicht nicht aus. Gerade bei dem „wie“ etwas umgesetzt wird, sollten alle ein Mitspracherecht haben.

Die Einbindung kann zunächst durch gezielte Umfragen per E-Mail erfolgen. Bei Diskussionsbedarf bieten sich allerdings eher die regelmäßigen Treffen an.

Wichtig ist, dass niemand bei Entscheidungen übergangen wird. Denn letztendlich sind die Mitarbeiter dafür verantwortlich, dass gefasste Ziele später auch umgesetzt werden.

## **7.3 Externe Kommunikation**

### **7.3.1 Relaunch der Website**

Der neue Internetauftritt des Schneckenhauses bietet eine Feedbackmöglichkeit in Form eines moderierten Forums. Dort können sich nicht nur Interessierte austauschen, sondern es kann auch vom Schneckenhaus für Veranstaltungshinweise, News etc. genutzt werden.

### **7.3.2 Aktive Pressearbeit**

Um die Fundraising-Maßnahmen zu unterstützen und zu begleiten, bedarf es einer regelmäßigen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Über den Presseverteiler<sup>13</sup> informiert das Schneckenhaus die Ansprechpartner der lokalen, regionalen und überregionalen Medien über Neuigkeiten und Aktivitäten.

Mit jeder Pressemitteilung wird durch die neue Boiler-Plate indirekt auf den Spendenbedarf hingewiesen. Das macht einerseits Naturfreunde auf die Situation und andererseits Unternehmen auf neue Sponsoring-Möglichkeiten aufmerksam.

---

<sup>13</sup> Siehe Anhang Seite 44

### **7.3.3 Kooperation mit dem lokalen Radiosender NE-WS 89.4**

Wir schlagen eine Kooperation mit dem lokalen Radiosender für den Rhein-Kreis Neuss vor. NE-WS 89.4 ist der einzige Lokalsender im direkten Einzugsgebiet des Schneckenhauses. Dort hat er eine Einschaltquote von 29 Prozent. Bei gut 450.000 Einwohnern im Rhein-Kreis Neuss erreicht die Station im Schnitt über 130.000 Hörer pro Tag.

### **7.3.4 Postkarten mit Motiven aus dem Schneckenhaus<sup>14</sup>**

Als Andenken für die Besucher werden Postkarten mit Motiven vom Schneckenhaus und seinen Tieren und Pflanzen erstellt. Die Souvenirs werden vor Ort für 80 Cent verkauft, so dass auch Kinder die Kosten tragen können.

Die Andenken sollen zusätzliche Einnahmen für das Schneckenhaus garantieren. Gleichzeitig behalten die Besucher damit erlebte Momente in Erinnerung.

## **7.4 Aktionen**

### **7.4.1 Patenschaften für Jung und Alt**

Im Rahmen der Fundraising-Kommunikation bietet das Schneckenhaus Patenschaften an. Dabei wird zwischen Tier-, Projekt-, Futter- und Geschenkpatenschaften unterschieden. Tier- und Geschenkpatenschaften eignen sich besonders für jüngere Tierfreunde, während Projekt- und Futterpatenschaften zum sozialen Engagement von Firmen und Vereinen, aber auch zu Schul- und Kindergartengruppen passen. Die Aktion startet rechtzeitig zur Weihnachtszeit am 1. Dezember 2009.

Mit der Übernahme einer Patenschaft unterstützen die Paten den personellen und finanziellen Aufwand des Schneckenhauses, der für eine optimale Haltung und Pflege der Wildtiere erforderlich ist. Gleichzeitig zeigen sie ihre Verbundenheit zur Einrichtung und ihre Verantwortung als Naturschützer.

Schon ab einem monatlichen Beitrag von fünf Euro können Tierfreunde eine Patenschaft übernehmen. Diese kann jederzeit beendet oder auf ein anderes Tier übertragen werden, etwa wenn ein gesundes Tier wieder in die Freiheit entlassen wird. Der Pate erhält eine Urkunde<sup>15</sup> und eine steuerlich abzugsfähige Spendenbescheinigung. Kinder freuen sich zusätzlich über einen Button. Darüber hinaus werden die Paten zu einem besonderen Patentag eingeladen, bei dem sie „ihre Tiere“ kennenlernen und bei Führungen auch einmal hinter die Kulissen des Schneckenhauses schauen können.

---

<sup>14</sup> Siehe Anhang Seite 55

<sup>15</sup> Siehe Anhang Seite 57



Patenschaften können auch für einzelne Projekte übernommen werden, wie zum Beispiel für den Neubau des Wildgeheges am Schneckenhaus. Auch hier ist das System ähnlich: Projektpate wird man, indem man monatlich einen selbst festgesetzten Betrag spendet. Bereits ab fünf Euro im Monat kann auch eine Futterpatenschaft übernommen werden, die das Schneckenhaus bei der Versorgung der Wildtiere entlastet. Selbstverständlich sind auch „richtige“ Tierfutterspenden jederzeit willkommen.

Geburtstag, Namenstag, Weihnachten oder ein besonders gutes Zeugnis – Patenschaften des Schneckenhauses können auch verschenkt werden. Anlässe gibt es viele, und die Schneckenhaus-Bewohner werden es ihren Paten danken.

Vor Einführung der Patenschaftsprogramme bereitet das Schneckenhaus Tier- und Projektvorstellungen vor, die auf der Internetseite veröffentlicht werden. Dort können Interessenten mithilfe eines Download-Formulars direkt einen Patenschaftsantrag stellen. Zusätzlich wird auf Pressemitteilungen und Flyer zurückgegriffen, um das neue Angebot zu streuen. Nach Übernahme der ersten Patenschaften werden die Paten nach Zustimmung auf der Homepage präsentiert und erhalten eine Urkunde sowie eine Spendenbescheinigung. Sie erfahren regelmäßig Neuigkeiten über ihr Tier oder Projekt und werden in relevante Aktivitäten einbezogen, wie etwa bei der Einweihung des Wildtiergeheges. Solche Sonderaktionen werden von der Presse begleitet, die darüber hinaus kontinuierlich über neue Entwicklungen in den Patenschaftsaktivitäten des Schneckenhauses berichtet.

Am 16. November 2009 geben wir eine erste Mitteilung an die Presse heraus, die die Patenschaftsaktion ankündigt. Außerdem wird die Kampagne auf Flyern und auf der Startseite des Internetauftritts publik gemacht. Zum Verlauf der Aktion werden auch weiterhin regelmäßig Pressemitteilungen verschickt.

Nutzen für das Schneckenhaus:

Durch die Tierpatenschaften erhält das Schneckenhaus kontinuierlich Beträge, durch die Kosten für Futter, Tierarztbesuche und den Bau von Käfigen gedeckt werden. Da der Mindestbetrag nur fünf Euro beträgt, erwarten wir viele Patenschaften und hohe Einnahmen.

#### **7.4.2 Promi-Patenschaft mit Fernsehkoch Horst Lichter**

Um den Menschen die Patenschafts-Aktion des Schneckenhauses in Erinnerung zu rufen, setzen wir auf ein Event mit einem Prominenten aus der Region. Dieser Promi ist Horst Lichter, berühmter Fernsehkoch aus der Nachbargemeinde Rommerskirchen. Er passt perfekt zum familienfreundlichen Image des Schneckenhauses: Lichter ist sympathisch, auf dem Boden geblieben, witzig und in allen Altersgruppen beliebt. Eine Veranstaltung mit ihm verspricht darüber hinaus unterhaltsame, emotionale O-Töne für



die Presse und damit eine positive Berichterstattung. Wir gehen davon aus, dass die gesamte regionale Presse über Horst Lichters Besuch im Schneckenhaus berichten wird.

Auf der Wiese des Schneckenhauses findet ein Pressegespräch statt. Der Termin ist Dienstag, der 4. Mai 2010, von 11 bis 11.30 Uhr. Ein lockeres, gemütliches Beisammensein passt von der Anmutung sowohl zur Umgebung als auch zu Horst Lichter. Prominenter und Presse sitzen quasi direkt zwischen den Tieren, kleine Vögel fliegen auf die Tische, Eichhörnchen klettern die Bäume hoch und nur ein paar Meter vom Geschehen entfernt füttert ein Zivi das kleine Marderbaby. Draußen zu sitzen ist im Schneckenhaus bereits Teil der Inszenierung. Schneckenhaus-Leiter Norbert Wolf begrüßt seinen Gast und stellt ihn kurz vor. Dann erzählt Horst Lichter, warum er sich freut, Tierpate im Schneckenhaus zu werden. Dafür findet im Vorfeld ein Briefing statt, in dem die wichtigsten Punkte (Arbeit des Schneckenhauses, Einsatz der Spenden, Ablauf von Patenschaften) mit dem Fernsehkoch abgesprochen werden. Im Anschluss erhalten die Journalisten die Möglichkeit zu ersten Fragen.

Norbert Wolf, Horst Lichter und die Presse begeben sich zum Gehege des Patientieres, in dem der TV-Star seinen Schützling auf den Namen Horst tauft. Er träufelt ein paar kleine Tropfen Wasser auf die Stirn des Tierbabys und spricht salbungsvolle Worte wie: „Hiermit taufe ich dich auf den wunderschönen Namen Horst.“ Das bietet für Zeitung und Fernsehen tolle Bilder, die den Menschen das Thema „Patenschaften im Schneckenhaus“ noch einmal näher bringen. Als Taufgeschenk überreicht Norbert Wolf dem Promi die offizielle Patenschaftsurkunde des Schneckenhauses und ein Glas „Honigschneckchen“, das während der gesamten Jubiläums-Fundraising-Kommunikation als Wiedererkennungsmerkmal dient. Am Gehege von Horst bringt der Schneckenhaus-Leiter zusammen mit Lichter das Patenschafts-Schild an. Im Anschluss besteht für die Presse die Möglichkeit für weitere Fotos, Fragen und O-Töne.

Durch die zusätzliche Tiertaufe versprechen wir uns einen „Knut-Effekt“. Die Menschen werden extra zum Schneckenhaus kommen, um Horst zu sehen. Die Folge: Wer Horst sieht, denkt an die Berichterstattung über Horst Lichter. Und wer an Horst Lichter denkt, dem wird die Möglichkeit zu Patenschaften und Spenden wieder ins Gedächtnis gerufen.

Zur Bodenständigkeit von Horst Lichter passend wird deftige, kräftige (und bezahlbare) rheinische Kost serviert: Röggelchen mit Flönz und Düsseldorfer Senf; also Roggenbrötchen mit Blutwurst und richtig scharfem Senf.

Als Getränke werden Kaffee, Wasser, Limonade, Cola, sowie Horst Lichters „Lecker Bierchen“ angeboten. Letzteres hat Lichter zusammen mit einer Brauerei aus der Region entwickelt.



Drei Wochen vor dem Event verschicken wir die Presseeinladungen. Am Tag selber findet das Pressegespräch statt, und eine Pressemitteilung mit Fotos im Anhang geht an die Medien.

Nutzen für das Schneckenhaus:

Durch den prominenten Gast richtet sich die Aufmerksamkeit der gesamten regionalen Presse auf das Schneckenhaus. Horst Lichter bringt der Öffentlichkeit das Thema Patenschaften auf unterhaltsame Art und Weise näher, ohne erhobenen Zeigefinger. Mit Tierbaby Horst bekommt die Einrichtung eine zusätzliche Attraktion, die der Besucher außerdem mit dem Thema Patenschaften in Verbindung bringt.

Nutzen für Horst Lichter:

Für den Fernsehkoch bedeutet die Aktion vor allem, dass er sein positives Image weiter stärkt. „Horst Lichter tut etwas Gutes für Tiere und für Kinder“, wird der Tenor in der Presse sein. Außerdem bestätigt Lichter noch einmal, wie sehr er in seiner Heimatregion verwurzelt ist. Sein Restaurant „Oldiethek“ in Rommerskirchen, nur wenige Autominuten vom Schneckenhaus entfernt, kann davon nur profitieren.

Was folgt:

Über Tierbaby Horst wird das Schneckenhaus auch im Anschluss an das Event Pressemitteilungen veröffentlichen („Horst ist wieder gesund“, „Dank Horst haben wir zwanzig Tierpaten mehr“ etc.), und so das Thema Patenschaften immer wieder in den Medien platzieren.

### **7.4.3 Fotowettbewerb „Grün, grün, grün ist...“**

Zum 1. März 2010 findet unter dem Motto „Grün, grün, grün ist...“ ein Fotowettbewerb statt. Teilnehmen können Kinder, Jugendliche (gerne mit Hilfe ihrer Eltern) sowie Hobbyfotografen, die ein Herz für die Natur haben. In Zusammenarbeit mit einem Kooperationspartner, dem bekannten Tierfilmer Helmut Sütsch ([www.fuchsfilm.de](http://www.fuchsfilm.de)), werden die 13 schönsten Fotos prämiert, die Platz im neuen Schneckenhaus-Kalender für das Jahr 2011 finden. Der Kalender wird jährlich in Kooperation mit einer Druckerei produziert. Im Vorfeld wird über die internen und externen Informationskanäle angekündigt, dass er sowohl im Schneckenhaus, als auch in der Mayerschen Buchhandlung in Grevenbroich für jeweils zehn Euro zum Verkauf angeboten wird. Die Siegerfotografen erhalten ein Gratisexemplar. Darüber hinaus werden die Fotos aller Teilnehmer über drei Wochen im Schneckenhaus, im Bürgeramt oder in einer ausgewählten Schule ausgestellt.

Die Aktion wird im Vorfeld mit einer Pressemitteilung sowie auf der Internetseite des Schneckenhauses bekanntgegeben. Bei der Siegerehrung ist die Presse vor Ort.

Nutzen für das Schneckenhaus:

Der Fotowettbewerb weckt eine Menge Aufmerksamkeit und kurbelt den Verkauf des Kalenders weiter an.

#### **7.4.4 Beitragsserie „Neues aus dem Schneckenhaus“**

In Kooperation mit dem lokalen Radiosender startet am 1. März 2010 die Beitragsserie „Neues aus dem Schneckenhaus“. Die Serie orientiert sich an den zurzeit äußerst erfolgreichen Zoo-Dokumentationen im deutschen Fernsehen. „Neues vom Schneckenhaus“ nutzt kuriose und putzige Situationen mit den Tieren, um eine breite Masse auf die Arbeit im Schneckenhaus aufmerksam zu machen.

Am 1. März 2010 startet die Serie. Einmal pro Woche wird eine neue Folge ausgestrahlt. Diese läuft in der Morningshow „Hallo wach“, der Sendung mit den höchsten Einschaltquoten. Die genaue Zeit wird zusammen mit NE-WS 89.4 festgelegt. Am Morgen der Erstausstrahlung wird Norbert Wolf live zu Gast im Studio sein und die Arbeit des Schneckenhauses vorstellen. Da der 1. März 2010 ein Montag ist, werden auch die späteren Folgen immer montags ausgestrahlt. Vorgesehen ist weiterhin eine Wiederholung der Folge am darauf folgenden Samstag. Auch hierfür wird eine genaue Zeit festgelegt.

Grundsätzlich sind die Moderatorinnen und Moderatoren aus Gründen der Abwechslung in ihren Formulierungen frei. Allerdings werden ihnen Moderationsbausteine zur Hand gegeben, die sie verpflichtend wortwörtlich einbauen müssen (Linercards)<sup>16</sup>. Die Beitragslänge richtet sich nach dem Format des Senders und liegt damit maximal bei 1:30 Minuten.

An der Erstellung sind sowohl NE-WS 89.4 als auch das Schneckenhaus beteiligt. Letzteres meldet sich zu einem festgelegten Zeitpunkt beim Sender und macht mindestens einen Themenvorschlag pro Woche (zum Beispiel neue Fuchsbabys in der Wildtierauffangstation). Der Sender schickt einen Reporter und übernimmt die Produktion des Beitrags.

Fotos zu den Beiträgen werden auf den Internetseiten [schneckenhaus-grevenbroich.de](http://schneckenhaus-grevenbroich.de) und [news894.de](http://news894.de) hochgeladen.

Nutzen für das Schneckenhaus:

Mit geringem Aufwand (Themen vorschlagen, Interviews geben) wird eine wöchentliche Platzierung des Schneckenhauses im Medium Hörfunk garantiert. Durch die Reichweite und Kontinuität wird auch der Kreis der potentiellen Spender deutlich erweitert. Da NE-WS 89.4 seine Rubriken im laufenden Programm bewirbt, fällt der Name Schneckenhaus auch außerhalb der Beitragsserie.

---

<sup>16</sup> Siehe Anhang Seite 50



Nutzen für NE-WS 89.4:

Der Sender kann zweimal pro Woche einen lokalen und spannenden Beitrag fest einplanen. Damit wird seine lokale Kompetenz gestärkt. In nachrichtenarmen Zeiten, etwa in den Sommerferien, gewinnt NE-WS 89.4 über die Beitragsserie hinaus einen ständigen Ansprechpartner für interessante Themen, etwa für Reportagen und Interviews.

#### **7.4.5 Radio-Gewinnspiel „Das total verrückte Tiergeräusch“**

„Das total verrückte Tiergeräusch“ ist eine speziell für Kinder erstellte Variante des Gewinnspiels „Das geheimnisvolle Geräusch“, das die Hörer bereits aus dem Programm von NE-WS 89.4 kennen. Der Ablauf ist ähnlich. Allerdings wird der Gewinner nicht im Laufe von mehreren Tagen oder sogar Wochen ermittelt, sondern innerhalb einer Sendung. Gespielt wird während der Sommerferien (15. Juli bis 27. August 2010) in der Sendung „Drivetime“, die in der schulfreien Zeit in der Regel mehr Hörer hat als die Morningshow „Hallo wach“. Erster Ferientag ist Donnerstag, 15. Juli 2010. Deswegen werden auch die anderen Spielrunden immer donnerstags ausgetragen, zuletzt am 19. August 2010. Insgesamt gibt es also sechs Spielrunden. Die Teilnehmer müssen kuriose und witzige Tiergeräusche aus dem Schneckenhaus erraten. Es spielen entweder Kinder oder Eltern für ihre Kinder.

Der Preis: Den Gewinnern winkt unter dem Motto „Willkommen in Schneckenhausferien bei Fuchs und Igel“ (siehe nächste Seite) ein exklusiver Ferientag im Umweltzentrum. NE-WS 89.4 begleitet diesen Tag live und in der Nachberichterstattung.

Die Spielrunde beginnt auf dem ersten Beitragsplatz der „Drivetime“ gegen 15.10 Uhr. Der Moderator spielt das für diesen Tag eingeplante Tiergeräusch und fordert die Hörer auf anzurufen. Passend zum Jubiläumsjahr des Schneckenhauses kommt der 15. Anrufer durch. Nach einem Musiktitel wird der Teilnehmer live auf Sendung genommen und muss das Tiergeräusch erraten. Liegt er richtig, was ohne Hinweise eher unwahrscheinlich ist, hat er gewonnen. Rät er falsch, findet gegen 16.10 Uhr eine weitere Spielrunde nach dem gleichen Prinzip statt. Mit einem Unterschied: Der Moderator gibt immer wieder Hinweise darauf, um welches Tier es sich handeln könnte. Diese Hinweise werden im Laufe der Sendung immer konkreter, so dass spätestens in der letzten Spielrunde um 17.10 Uhr ein Gewinner feststeht.

Nutzen für das Schneckenhaus:

Das Schneckenhaus macht mit sehr geringem Aufwand (es schlägt die Tiere für das total verrückte Geräusch vor) eine breite Masse auf seine Ferienaktion aufmerksam. Diese ist fester Bestandteil der Fundraising-Kommunikation. Zusätzlich zur Beitragsserie „Neues vom Schneckenhaus“ ist es damit mindestens dreimal pro Woche im Pro-



gramm von NE-WS 89.4 vertreten. Backsellings (O-Töne der Gewinner), On-Air-Promotion und Eigenwerbung des Senders sind noch nicht mit eingerechnet.

Nutzen für NE-WS 89.4:

Der Sender überbrückt das Sommerloch mit einem spannenden, unterhaltsamen und lokalen Gewinnspiel. Mit Hilfe von Backsellings hat er die Möglichkeit, „Das total verrückte Tiergeräusch“ auch außerhalb der Spielrunden in sein Programm einzubauen.

**„Willkommen in Schneckenhausen – Ferien bei Fuchs und Igel“** (Preis des Gewinnspiels bei NE-WS 89.4):

Die Aktion ist Teil der Kooperation mit NE-WS 89.4. Sie richtet sich insbesondere an Kinder, die ihre Sommerferien zu Hause verbringen müssen. Das Schneckenhaus nimmt damit zwar nicht unmittelbar Geld ein. Durch Moderationsbausteine und Linercards<sup>17</sup> platziert es aber das Thema „Schneckenhaus als Klassenzimmer im Freien“ auf der meistgehörten Frequenz im Rhein-Kreis Neuss. Die Menschen unterstützen mit ihren Spenden also nicht „nur“ verletzte Tiere, sondern auch eine wichtige Bildungseinrichtung in ihrer Region.

Für die sechs Gewinner (und jeweils einen Erziehungsberechtigten, insgesamt also zwölf Personen) gibt es einen spannenden Tag im Schneckenhaus – nur für sie. Dazu nutzt das Schneckenhaus die bestehenden Kooperationen mit Imkern, Anglern, einem Falkner etc.. Diese erklären den Kindern die Tierwelt, zeigen ihnen wie Greifvögel jagen oder Bienen im Hochsommer eine Klimaanlage in ihren Stock einbauen. Schneckenhaus-Leiter Norbert Wolf führt die Gewinner nicht nur über das Gelände, sondern auch durch den Stadtwald. Dort zeigt er ihnen heimische Pflanzen und Insekten und erzählt dazu spannende Geschichten. Zurück im Schneckenhaus wird gebastelt, mit dem Mikroskop untersucht, Tiere gefüttert und Gehege geöffnet, in welche die Besucher sonst keinen Blick werfen dürfen. Als Abschluss der rund fünfstündigen Veranstaltung werden zusammen mit den Kindern Würstchen gegrillt.

Dieses Event setzt besonders auf den hohen Einsatz der Kooperationspartner, Ehrenamtlichen (Grillen, Tiere füttern etc.) und Norbert Wolf, die dafür einen Ferientag „opfern“ müssen. Termin der Veranstaltung ist der 26. August 2010, der letzte Donnerstag in den Sommerferien, von 11.30 Uhr bis 17 Uhr.

---

<sup>17</sup> Siehe Anhang Seite 50

#### **7.4.6 Das Sommerfest im Schneckenhaus**

Anlässlich des 15-jährigen Bestehens des Schneckenhauses im Jahr 2010 wird der Geburtstag gebührend gefeiert. Hierfür wird ein Jubiläumsmotto festgelegt, das als Jubiläumskampagne auf der Internetseite, Pressemitteilungen, Flyern und einem gesonderten Faltblatt erscheint. Da in den letzten Jahren stets ein Sommerfest stattgefunden hat, dies aber zu keinem festgelegten Termin veranstaltet wurde, bietet es sich an, das Sommerfest und das Geburtsdatum auf einen Termin zu legen. Gefeiert wird immer am ersten Samstag im August. Das Datum bringt gewisse Vorteile mit sich: Es kann mit schönem Wetter gerechnet werden, aufgrund der Sommerferien haben viele Kinder Zeit und das Sommerloch bei den Medien bietet Raum für eine breite Berichterstattung in Zeitungen, Radio und TV. In Zukunft findet das Sommerfest jährlich zu einem festen Termin statt und wird gleichzeitig mit Jubiläen (20. Geburtstag) verbunden.

Durch das gut ausgebaute Netzwerk aus einem Angler-, einem Imkerverein und Ehrenamtlichen können Speisen selbst organisiert und für einen kleinen Betrag an die Besucher verkauft werden. Der Erlös geht an das Schneckenhaus. Auch ein Falkner, der im engen Kontakt mit dem Schneckenhaus steht, wirkt durch eine Wildvogelschau als Publikumsmagnet und begeistert Jung und Alt. Um das Sommerfest/den Geburtstag auch für Familien mit Kindern interessant zu gestalten, werden Schnecken-Maskottchen aus Holz geschnitzt, die in unterschiedlichen Größen (10cm, 30cm) selbst bemalt werden und als Andenken dienen.

Zusätzlich gibt es ein Schneckenrennen, bei dem Kinder in Staffeln als Schnecken bemalte Eier balancieren. Als "Geburtstagskuchen" werden in Kooperation mit der örtlichen Bäckerei Lenzens Backstube kleine Schnecken aus Hefeteig gebacken, die mit der Zahl 15 verziert werden. Diese werden für 90 Cent verkauft, so dass für jede verkaufte Schnecke 20 Cent an das Schneckenhaus gehen. Würstchen liefert die Metzgerei Wagner zu 50 Cent das Stück. Verkauft werden diese zu 1,50 Euro.

Der Tag beginnt um 11 Uhr und endet um 18 Uhr.

Vor und nach der Aktion werden Pressemitteilungen verschickt. Außerdem empfehlen wir eine Kooperation mit dem lokalen Radiosender NE-WS 89.4, der live vom Sommerfest berichten kann.

Nutzen für das Schneckenhaus:

Durch den Verkauf der Würstchen und Rosinenschnecken nimmt das Schneckenhaus Geld ein. Ein festgelegtes Datum kann in Zukunft von den Besuchern eingeplant werden und hilft den Mitarbeitern des Umweltzentrums, eine organisierte und routiniertere Jahresplanung durchzuführen. Das Sommerfest animiert die Besucher zusätzlich, das Schneckenhaus zu unterstützen.

### **7.4.7 Natursteinaktion „Bauen Sie mit uns!“**

Eine weitere Fundraising-Maßnahme stellt die Natursteinaktion dar. Sie wird hier für den geplanten Neubau des Wildtiergeheges vorgestellt, kann aber auch exemplarisch für ähnliche Projekte verwendet werden. Die Vorgehensweise ähnelt den bereits erwähnten Projektpatenschaften. Hierbei haben Freunde des Schneckenhauses die Gelegenheit, ein (bauliches) Projekt finanziell zu unterstützen. Im Fall des geplanten Wildtiergeheges wird eine Spendenaktion als Natursteinaktion unter dem Motto „Bauen Sie mit uns!“ kommuniziert. Dabei erhalten Interessenten die Möglichkeit, einen Naturstein für die Mauer im Gehege zu einem festgelegten Preis zu kaufen. Als Dankeschön bekommen die Käufer ein Bauherrenzertifikat und können den jeweiligen Stein mit ihrem Namen versehen lassen. Alternativ wird eine Spendenwand mit den entsprechenden Namen aufgestellt. Eine Spende für das Gesamtprojekt ist natürlich ebenfalls möglich.

Vor dem Start der Natursteinaktion stellt das Schneckenhaus ein Bautagebuch online, das Informationen zum Grund des Neubaus, zu Bauplänen, zur Bauphasen- und Finanzierungsplanung, aber auch Fotos vom Projektfortschritt enthält.

Der Start der Spendenkampagne wird mit Pressemitteilungen, Flyern und auf der Startseite publik gemacht. Bei Fertigstellung des Geheges werden die Spender über dessen Einweihung informiert. Diese wird von der Presse begleitet, die darüber hinaus kontinuierlich über den Baufortschritt berichtet.

Nutzen für das Schneckenhaus:

Durch den Verkauf von Natursteinen kann der Bau eines Wildgeheges finanziell unterstützt werden. Die Möglichkeit, den Namen des Spenders auf dem verkauften Stein zu gravieren, bietet einen zusätzlichen Anreiz für Leute, die das Schneckenhaus gerne unterstützen. ("Oh, der Willi hat hier mitgeholfen, das könnte ich ja auch machen!")

### **7.4.8 Aktion „Weihnachten in der Futterdose“**

Als weitere Fundraising-Aktion, die zeitlich nach dem Geburtstagsfest des Schneckenhauses im August 2010 angesiedelt ist, ist die Aktion „Weihnachten in der Futterdose“ geplant. Hierbei handelt es sich um einen Aufruf für Tierfutter-, aber auch für Geldspenden zu Weihnachten, der am 1. Oktober 2010 starten soll. In Absprache mit städtischen Kooperationspartnern wie Zoofachhändlern, Supermärkten oder anderen Geschäften werden Sammelstellen für Tierfutter- und Geldspenden eingerichtet werden. Darüber hinaus soll das pädagogisch wertvolle und sozial sinnvolle Thema Tierschutz, das mit der Aktion „Weihnachten in der Futterdose“ verbunden ist, von Lehrern als Unterrichtsbaustein eingebettet werden. Dabei kann es sich um die Gestaltung eines Projekttags oder einer einzelnen Schuleinheit handeln, in der sich Kinder über heimi-



sche Wildtierarten informieren, über ein beschenktes Tier schreiben oder Futterdosen als Sparbüchsen gestalten – das Ganze öffentlichkeits- und medienwirksam. Unter dem Motto „Schüler aktiv für Tiere“ kann zum Beispiel auch eine Theateraufführung oder ein Schulfest organisiert werden, dessen Erlös mit Einverständnis der Besucher für „Weihnachten in der Futterdose“ gespendet wird.

Der Spendenverlauf wird kontinuierlich von der Presse begleitet und auf der Internetseite des Schneckenhauses präsentiert. Nach Ablauf von „Weihnachten in der Futterdose“ werden ein Rückblick mit Danksagung und Fotos auf der Internetseite des Schneckenhauses veröffentlicht.

Nutzen für das Schneckenhaus:

Zu Weihnachten möchten viele Menschen durch Spenden etwas Gutes tun. Durch die Einbindung von Schulen und Zoofachgeschäften werden potenzielle Spender auf die Möglichkeit hingewiesen, dass sie für das Schneckenhaus spenden dürfen.

#### **7.4.9 Weitere Aktionen**

Zeitlich unabhängig können noch weitere öffentlichkeitswirksame Aktionen durchgeführt werden, die in Kooperation mit Netzwerkpartnern des Schneckenhauses stattfinden. Beispielsweise ist die Einführung regelmäßiger Workshops möglich, in denen Imker über die Honigbiene informieren, Fischer ein Fischquiz durchführen, Falkner über Federn und Nester erzählen oder Norbert Wolf zeigt, was Wildtierpfleger so tun.

Bei einem Stadtökologie-Projekt können Schüler kreative Ideen entwickeln, um etwa Nisthilfen und Lebensräume für Tiere auf ihrem Schulgelände anzulegen. Besonders aktive Kinder, die sich in ihrer Freizeit für die Sauberkeit und Ordnung im und rund ums Schneckenhaus engagieren, erhalten einen Ausweis, in dem sie Schneckenstempel sammeln können. Ab einer bestimmten Stempelzahl werden sie zu Junior-Schneckenhaus-Rangern.



## 9. Budgetierung

Die Budgetierung der Fundraising-Kommunikation des Schneckenhauses verteilt sich auf die einzelnen Maßnahmen, die für das Jubiläum geplant sind.

Dienstleistung/Produkt	Lieferant	Zusatzinformationen	Preis
Corporate Design	Mirowitzki Dienstleistungen		236,81
Relaunch der Website			260,61
Layout Flyer			439,11
Entwicklung Logo			
Druck			
Postkarten (1000 Stück)	overnightprints.de		89,96
Buttons (500 Stück)	diebuttonmacher.de		148,70
Kalender (250 Stück)	Kooperationspartner		800,00
Flyer (1250 Stück)	diedruckerei.de	DIN A4, gefalzt	72,35
Give-Away			
Gläser, 37ml (50 Stück)	gläserundflaschen.de	angestrebt ist Honigglaspense des Imkereivereins	30,90
Etiketten (140 Stück)	vistaprint.de		12,49
Promi-Event			
Brötchen, Blutwurst, Senf (30-40 Personen)			20,00
Getränke und Kaffee (30-40 Personen)		Horst Lichter sponsort hauseigenes Bier	20,00
Sommerfest			
Würstchen für 1500 Personen a 50 Cent	Metzgerei Wagner	Der Angelsportverein Erfttal stellt gegrillten Fisch zur Verfügung.	750,00
Hefeschnecken	Bäckerei Lenzens Backstube		1.050,00
Bier, Softgetränke	Getränke Franz Preckel	stellt Zapfanlange, Garnituren und Personal. Verkauft selber.	
<b>Kosten</b>			<b>3.930,93</b>
Schneckenhaus			
Postkarten (0,80 Euro pro Karte)		800,- ./.. 89,96 = 710,04	710,04
Kalender (10,00 Euro pro Kalender)		2500,00 ./.. 800,00 = 1700,00	1.700,00
Sommerfest			
Würstchen (1,50 Euro pro Wurst)		2250,00 ./.. 750,00 = 1500,00	1.500,00
Hefeschnecken (0,90 Euro pro Schnecke)		1350,00 ./.. 1050,00 = 300,00	300,00
<b>Gewinn</b>			<b>4.210,04</b>

Ab 2011 beliefte sich der Gewinn bei gleicher Ausgangslage durch Wegfall der Kosten für den Relaunch der Website auf 5.173,57 Euro.

## 10. Evaluation

Der Prozess der Evaluation dient dazu, die Fundraising-Kommunikation des Schneckenhauses nach deren Umsetzung im Jahr 2010 zu kontrollieren, sowie gegebenenfalls deren Qualität zu verbessern, die Zielgruppen neu zu bestimmen oder die Kommunikationskanäle zu ändern. Analysiert werden hauptsächlich drei Bereiche: die Resonanz in den Medien, das Spendenverhalten sowie die Entwicklung innerhalb der Bezugsgruppen des Schneckenhauses. Für die Auswertung der einzelnen Gebiete ist es erforderlich, dass Informationen zur Ausgangslage, wie konkrete Zahlen bereitgestellt werden. Von dieser Basis ausgehend werden in der Evaluationsphase folgende Fragen beantwortet werden:

### 8.1 Medienresonanzanalyse

- Wie sind Reaktion und Beteiligung der Medien während und nach der Umsetzung der Fundraising-Maßnahmen einzuschätzen?
- Wie viele Berichte über das Schneckenhaus gab es im Jahr 2010?
- In welchen Medien war das Schneckenhaus thematisch vertreten?
- In welchen Medien war das Schneckenhaus thematisch am häufigsten vertreten?
- In welchem Verhältnis stehen die regionale und die überregionale Berichterstattung über das Schneckenhaus?

### 8.2 Spendenanalyse

- Hat sich das Spendenverhalten der Zielgruppen verändert und inwiefern?
- Um wie viel Prozent sind die Spenden an das Schneckenhaus gestiegen?
- Wie viele Tier-, Projekt- und Futterpatenschaften konnte das Schneckenhaus vermitteln?
- Wie viele neue Mitgliedschaften zählt der Förderverein?
- Haben Berichterstattung und öffentlichkeitswirksame Aktionen einen kurzfristigen Einfluss auf das Spendenverhalten ausgeübt?

### 8.3 Bezugsgruppenanalyse

- Wie hat sich die Zusammenarbeit im Rahmen der Fundraising-Maßnahmen mit verschiedenen Beteiligten wie Mitarbeitern, Presse und Spendern gestaltet?
- Wie viele und welche neuen Sponsoren stehen dem Schneckenhaus zur Seite?
- Wie viele und welche neuen Kooperationspartner hat das Schneckenhaus mithilfe seiner optimierten Kommunikationsmethoden gewonnen?
- Ist die Bekanntheit des Schneckenhauses in der Region gewachsen und sind die Besucher- und Interessentenzahlen im Jahr 2010 gestiegen?

## 11. Impressum

Das Konzept wurde gemeinschaftlich von den Projektmitarbeitern entwickelt.

### Projektmitarbeiter:

Julia Chafik  
0176 - 23 80 87 80  
julia\_chafik@yahoo.de

Dessislava Georgieva  
0173 - 5867955  
d.georgieva@gmx.de

Kerstin Jambor  
0151 - 11692226  
kjambor@stageact.de

Andreas Unterberger  
0175 - 9894640  
andreas.unterberger@gmx.de

**Projektträger:**  
WBS TRAINING AG  
Jägerstraße 26  
45127 Essen

**Projektgeber:**  
Schneckenhaus Grevenbroich  
Norbert Wolf  
Im Bend 10  
41515 Grevenbroich

**Projektbetreuung:**  
Oliver H.P. Last  
Liboriusstraße 29  
44807 Bochum

Leipzig  
in mehreren  
Projekten, ist  
erfordert mög-  
lichkeiten und





## 12. Quellen

### Literatur

- Diesler, Peter (2009): Der Jahresplaner 2009. Weissenburg.
- Gries, Martin (2002): Vom Sommerfest zum Fundraising-Event. Berlin.
- Haibach, Marita (2006): Handbuch Fundraising. Spenden, Sponsoring, Stiftungen in der Praxis. Frankfurt/Main.
- Hoffmann, Beate und Müller, Christina (2008): Public Relations Kompakt. Konstanz.
- Voss, Kathrin (2006): Öffentlichkeitsarbeit von Nichtregierungsorganisationen. Mittel-Ziele-Interne Strukturen. Hamburg.

### Internet

- [www.buttonorder.de](http://www.buttonorder.de)
- [www.diebuttonmacher.de](http://www.diebuttonmacher.de)
- [www.diedruckerei.de](http://www.diedruckerei.de)
- [www.gema.de](http://www.gema.de)
- [www.gettyimages.de](http://www.gettyimages.de)
- [www.glaeserundflaschen.de](http://www.glaeserundflaschen.de)
- [www.grevenbroich.de](http://www.grevenbroich.de)
- [www.news894.de](http://www.news894.de)
- [www.overnightprints.de](http://www.overnightprints.de)
- [www.party-as.com](http://www.party-as.com)
- [www.rhein-kreis-neuss.de](http://www.rhein-kreis-neuss.de)
- [www.schneckenhaus-grevenbroich.de](http://www.schneckenhaus-grevenbroich.de)
- [www.vistaprint.de](http://www.vistaprint.de)
- [www.warnermusic.de/medialounge](http://www.warnermusic.de/medialounge)



### 13. Eidesstattliche Versicherung

Hiermit versichern wir an Eides statt, dass wir die Arbeit selbständig angefertigt, außer den im Quellen- und Literaturverzeichnis sowie in den Anmerkungen genannten Hilfsmitteln keine weiteren benutzt und alle Stellen der Arbeit, die anderen Werken, dem Wortlaut oder dem Sinn nach entnommen sind, unter Angaben der Quellen als Entlehnung kenntlich gemacht haben.

-----  
Julia Chafik

-----  
Dessislava Georgieva

-----  
Kerstin Jambor

-----  
Andreas Unterberger



# ANHANG

---







## 14.2 Medienanalyse

### Medienanalyse Pressearbeit Schneckenhaus 2007 - 2009

Jahr	Monat	Medium	Art	Thema	Betreff
2007	Mai	WDR Fernsehen (Daheim & Unterwegs)	TV	"Ganz süß" (Fuchswelpen)	direkt
2007	Juni	NGZ-Online	Online	"Bacillus" gegen Mückenplage (MA des Schneckenhauses gießen das Substrat aus)	indirekt
2007	Oktober	NGZ-Online	Online	"Schneckenhaus braucht Hilfe" (bauliche Instandhaltung)	direkt
2008	Januar	NGZ-Online	Online	"Mehr wilde Müllkippen" (Umwelteam vom Schneckenhaus)	indirekt
2008	Januar	Presseportal / Polizeipresse	Online	"Schlange machte sich selbständig"	indirekt
2008	Februar	NGZ-Online	Online	"Schneckenhaus wird saniert"	direkt
2008	März	NGZ-Online	Online	"Geglückte Rettung für Igel Birgit"	indirekt
2008	Juni	Presseportal / Polizeipresse	Online	"Gruppe junger Männer überfallen" (Waldweg Richtung Schneckenhaus)	indirekt
2008	Juli	NGZ-Online	Online	"Petri Heil im Wellenbad" (Angelverein Grevenbroich eröffnet Treffpunkt Neurath)	nicht erwähnt
2008	August	Presseportal / Polizeipresse	Online	"Vandalen beschädigen das Aquarium im Schneckenhaus"	direkt
2008	August	NGZ-Online	Online	"Tiefe Kratzer im Panzerglas" (Vandalismus auf Schneckenhaus-Gelände)	direkt
2008	September	WZ-Newsline	Online	"Eine Honigschleuder fürs Schneckenhaus"	direkt
2008	Oktober	WDR	TV	?	
2008	November	NGZ-Online	Online	"Mit gutem Beispiel voran" (Pflegerin Mandra Nikischin zur Wahl als "Helden im Alltag")	indirekt
2008	November	NGZ-Online	Online	"Waschbär-Jagd geglückt"	indirekt
2008	November	NGZ	Print	s.o.	
2008	Dezember	NGZ-Online	Online	"Der Gemeinschaft verpflichtet" ("Helden im Alltag")	indirekt
2009	Februar	NGZ-Online	Online	"Die bange Zeit des Wartens" (Mäusebussarde)	indirekt
2009	Februar	NGZ	Print	s.o.	
2009	März	WDR Fernsehen (Lokalzeit Düsseldorf)	TV	"Fuchsbabys im Schneckenhaus"	direkt
2009	März	NGZ-Online	Online	"Fische sterben im Graben"	indirekt
2009	März	NGZ	Print	s.o.	
2009	März	NGZ-Online	Online	"Füchse zum Knuddeln"	direkt
2009	März	NGZ	Print	"Füchse zum Knuddeln"	
2009	März	WZ-Newsline	Online	"Grevenbroich: Frieda liebt die Fuchs-Babys"	direkt
2009	April	NGZ-Online	Online	"Nachwuchs im Schneckenhaus" (Feldhase, Kaninchen)	direkt
2009	April	NGZ	Print	"Nachwuchs im Schneckenhaus" (Feldhase, Kaninchen)	
2009	Mai	NGZ-Online	Online	"Bienen sind unersetzlich" (Imker beim ToT im Schneckenhaus)	indirekt
2009	Mai	NGZ	Print	s.o.	

## 14.3 Regionaler Presseverteiler (Auszug)

### PRINT:

#### 1) Neuss-Grevenbroicher Zeitung (NGZ)

Ansprechpartner: Lokalchef Rhein-Kreis Neuss Frank Kirschstein  
Redaktionsleiter Ludger Baten  
Kontakt: FK: 02131/ 404-228 fk@ngz-online.de  
LB: 02131/ 404-246 baten@ngz-online.de  
Fax Lokalredaktion: 02131/ 404-249  
Anschrift: Neusser Zeitungsverlag GmbH  
Neuss-Grevenbroicher Zeitung  
Moselstraße 14  
41464 Neuss

#### 2) Westdeutsche Zeitung (WZ)

Ansprechpartnerin: Redaktionsleiterin Rhein-Kreis Neuss Ellen Schröder  
Kontakt: 02131/ 273894  
ellen.schroeder@westdeutsche-zeitung.de  
Fax: 02131/ 273785  
Anschrift: Westdeutsche Zeitung  
Redaktion Rhein-Kreis Neuss  
Markt 1-7  
41460 Neuss

#### 3) Rheinische Post (RP)

Ansprechpartner: Leiter Lokalredaktion Düsseldorf Hans Onkelbach  
Kontakt: 0211/505-2361  
lokalredaktion.duesseldorf@rheinische-post.de  
Fax: 0211-505 2294  
Anschrift: Rheinische Post  
Lokalredaktion Düsseldorf  
Blumenstraße 14  
40196 Düsseldorf

#### 4) Neue Rhein-Zeitung (NRZ)

Ansprechpartner: Leiter Lokalredaktion Düsseldorf Dieter Schneider  
Kontakt: 0211/16708-41 lok.duesseldorf@nrz.de  
Fax: 0211/16708-10  
Anschrift: Neue Rhein-Zeitung



Lokalredaktion Düsseldorf  
Kasernenstraße 1  
40213 Düsseldorf

#### **5) BILD**

Ansprechpartner: Redaktionsleiter Peter Maskow  
Kontakt: 0211/1301-0            p.maskow@bild.de  
Fax: 0211/1301-198  
Anschrift: BILD  
Redaktion Düsseldorf  
Königsallee 1  
40212 Düsseldorf

#### **6) Express**

Kontakt: 0211/13930            duesseldorf@express.de  
0211/324835  
Anschrift: Express  
Redaktion Düsseldorf  
Königsallee 27  
40212 Düsseldorf

#### **7) Erft-Kurier Grevenbroich**

Ansprechpartner: Redaktionsleiter Frank Möll  
Kontakt: 02131/404465 (privat)    02181 / 69502 (Redaktion)  
frank.moell@stadtkurier.de  
Fax: 02181 / 69526  
Anschrift: Erft-Kurier  
Südwall 16  
41515 Grevenbroich

#### **8) Lokal-Anzeiger Grevenbroich**

Ansprechpartner: Verantwortlicher Redakteur Frank Möll  
Kontakt: 02131/404465 (privat)    02181 / 69534 (Redaktion)  
redaktion@lokalanzeiger-gv.de  
Anschrift: Lokal-Anzeiger Grevenbroich  
Südwall 16  
41515 Grevenbroich

## **9) Stattblatt**

Ansprechpartner: Inhaber Thomas Wiedenhöfer  
Kontakt: 02181/21584-24      hallo@stattblatt.de  
Fax: 02181 / 21584-14  
Anschrift: STATTBLATT Verlag  
Kölner Straße 40  
41515 Grevenbroich

## **10) Top Magazin Neuss**

Ansprechpartnerin: Chefredakteurin Stefanie Bulang-Matern  
Kontakt: 02131/42929      neuss@top-magazin.de  
Fax: 02131/41719  
Anschrift: TOP Magazin Neuss  
An der Obererft 139  
41464 Neuss

## **TV:**

### **1) WDR Lokalstudio Düsseldorf**

Ansprechpartnerin: Kommissarische Studioleiterin Birgit Lehmann  
Kontakt: 0211/8900-506      birgit.lehmann@wdr.de  
Fax: 0211/8900-309  
Anschrift: Westdeutscher Rundfunk  
Studio Düsseldorf  
Stromstraße 24  
40221 Düsseldorf

### **2) nrw.tv**

Ansprechpartner: Key Account Manager Jörg Volkmar  
Kontakt: 0211/95700-542      joerg.volkmar@nrw.tv  
Fax: 0211/95700-555  
Anschrift: NRW.TV  
Fernsehen aus Nordrhein-Westfalen GmbH &Co.KG  
Kaistraße 3  
40221 Düsseldorf

### **3) Tele West (verantwortlich für das RTL-Regionalprogramm in NRW)**

Ansprechpartner: Geschäftsführer Jörg Zajonc  
Kontakt: 0211/1640833      redaktion@rtl-west.de  
Anschrift: TELE WEST

Rheinisch- Westfälische Fernseh- GmbH & Co.KG  
Graf-Adolf-Straße 80  
40210 Düsseldorf

#### **4) center.tv Düsseldorf/Neuss**

Ansprechpartner: Redaktionsleiter Christian Zeelen  
Kontakt: 0211/54 000 500 duesseldorf@centertv.de  
Anschrift: center.tv Heimatfernsehen Düsseldorf GmbH & Co. KG  
Schadowstraße 11b  
40212 Düsseldorf

#### **HÖRFUNK:**

##### **1) NE-WS 89.4**

Ansprechpartner: Chefredakteur Stefan Cornelissen  
Kontakt: 02131/40000 stefan.cornelissen@news894.de  
Fax: 02131/400011  
Anschrift: NE-WS 89.4  
Moselstraße 16  
41464 Neuss

##### **2) WDR Düsseldorf siehe TV, Punkt 1**

##### **3 ) Radio Neandertal**

Ansprechpartnerin: Chefredakteurin Tatjana Pioschyk  
Kontakt: 02104/919020 pioschyk@radioneandertal.de  
Fax: 0204/919089  
Anschrift: Radio Neandertal  
Elberfelder Straße 81  
40822 Mettmann

##### **4) Radio 90,1**

Ansprechpartnerin: Chefredakteurin Gudrun Gehl  
Kontakt: 02161/9019010 gehl@radio901.de  
Fax: 02161/9019099  
Anschrift: Radio 90,1  
Lüpertzender Straße 6  
41061 Mönchengladbach

## 14.4 Vision/Mission/Leitbild

### **Vision:**

Der Mensch begreift sich als Teil der Natur – er bewahrt und achtet sie.

Der Schutz von Tier und Umwelt gehört zu seinen obersten Zielen.

### **Mission:**

Das Schneckenhaus verbindet als einzige Einrichtung im Rhein-Kreis Neuss eine Wildtierauffangstation und ein Grünes Klassenzimmer. So erfüllen wir gleich zwei wichtige Aufgaben im Umweltschutz: Unsere Mitarbeiter pflegen verletzte Tiere und wildern sie aus. Damit tragen sie dazu bei, den Tierbestand in der Region zu erhalten.

Im Grünen Klassenzimmer bietet das Schneckenhaus Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen die Möglichkeit zum Biologie-Unterricht im Freien. Die Menschen lernen auf diese Weise die Natur vor ihrer Haustüre kennen und schätzen. Und was sie schätzen, schützen sie.

### **Leitbild:**

Das Leitmotiv des Schneckenhauses lautet „Vom Kennen zum Schätzen – Vom Schätzen zum Schützen“. Es bildet die Grundlage unserer täglichen Arbeit:

Mit dem Grünen Klassenzimmer sorgen wir dafür, dass die Menschen die Natur ihrer Heimat kennen und schätzen lernen. Es ermöglicht Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen Biologie-Unterricht in der freien Natur. Das Grüne Klassenzimmer besteht im Einzelnen aus:

- 1) einem Bienengarten mit gläsernen Bienenkästen
- 2) einem Gewässerlehrpfad mit heimischen Fischen
- 3) einem Wasserpflanzengarten
- 4) einem Stinkgarten mit außergewöhnlich riechenden Pflanzen.

Der Unterricht im Grünen Klassenzimmer ist weit mehr als nur Zuhören und Lernen. Die Kinder und Jugendlichen nehmen aktiv teil. Am Mikroskopiertisch erforschen sie die Natur, sie basteln Nistkästen für Bussarde oder bauen Vogelhäuser. Das macht den Unterricht im Schneckenhaus spannend und aufregend. Auch die Wildtierauffangstation beziehen wir ins Grüne Klassenzimmer mit ein. Dort können die Kinder und Jugendlichen Füchse, Marder und Co. aus nächster Nähe erleben.

Wichtigste Aufgabe der Schutzstation ist es, den Wildtierbestand in unserer Region zu erhalten. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter pflegen und versorgen verletzte Tiere mit größter Hingabe. Sie sorgen dafür, dass die Tiere ihre natürliche Scheu vor dem Menschen behalten und später in freier Wildbahn überleben können.



Das Schneckenhaus hat seine Türen für alle Interessierten geöffnet. Unsere Angebote sind kostenfrei. Finanziert werden wir zum größten Teil durch Spenden und die Mitgliedsbeiträge des Fördervereins Schneckenhaus Grevenbroich e.V.. Wir verzichten auf aufdringliche und aggressive Spendenaufrufe. Kein Besucher darf das Gefühl haben, er werde zum Spenden genötigt. Jede Gabe muss auf völlig freiwilliger Basis geschehen. Ist dies der Fall, freuen wir uns nicht nur über Geld, sondern auch über Sachspenden und Dienstleistungen.

Egal ob hauptamtlicher Leiter, ehrenamtlicher Pfleger, Zivildienstleistender oder Praktikantin - im Schneckenhaus behandeln wir alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gleich. Wir wissen, dass die Arbeit jedes Einzelnen für unsere Einrichtung unersetzlich ist und würdigen sie entsprechend.

Bei uns herrscht eine familiäre Atmosphäre. Jede neue Mitarbeiterin, jeder neue Mitarbeiter ist uns willkommen und wird mit offenen Armen im Schneckenhaus aufgenommen. Mit vollem Einsatz und viel Freude arbeiten wir alle an einem Ziel: den Erhalt der Tier- und Pflanzenwelt in unserer Region.

## 14.5 Vorgeschriebene Moderationsbausteine für NE-WS 89.4

Liebe Moderatorinnen, liebe Moderatoren,

wie ich Ihnen bereits mitgeteilt habe, startet am 1. März 2010 die Kooperation von NE-WS 89.4 mit dem Schneckenhaus in Grevenbroich. Da sich unser Partner von dieser Zusammenarbeit steigende Spendeneinnahmen verspricht, ist es unbedingt notwendig, dass Sie folgende Linercards in ihre Texte einbauen. Einer dieser Bausteine muss in *jeder* Moderation zum Schneckenhaus auftauchen:

„Wenn auch Sie das Schneckenhaus in Grevenbroich unterstützen möchten: Alle Infos zu Spenden und zur Mitgliedschaft im Förderverein finden Sie ganz leicht im Internet.  
Unter  
schneckenhaus-grevenbroich.de oder news894.de.“

„Sie möchten das Schneckenhaus in Grevenbroich unterstützen? Kein Problem:  
Alle Infos zu Spenden und zur Mitgliedschaft im Förderverein finden Sie im Internet.  
Unter  
schneckenhaus-grevenbroich.de oder news894.de.“

„Werden Sie Teil der großen Schneckenfamilie! Das Schneckenhaus in Grevenbroich freut sich über jede Spende. Und natürlich über jeden, der ehrenamtlich mit anpacken möchte. Wie's geht, das finden Sie ganz leicht im Internet.  
Unter schneckenhaus-grevenbroich.de oder news894.de.“

Wenn Sie noch Fragen haben, wenden Sie sich einfach an mich.

Viel Spaß beim Senden.

Stefan Cornelissen  
Chefredakteur NE-WS 89.4

# Schneckenhaus



## Über uns

- Das Schneckenhaus
- Geschichte
- Grünes Klassenzimmer
- Wildtieraufzuchtstation
- Vision/Mission/Leitbild
- Jobs

## News

- Aktuelles
- Archiv

## Galerie

- Schneckenhaus (Logo)
- Mitarbeiter
- Tiere

## Presse

- Pressemitteilungen
- Artikel
- Beiträge

## Kontakt

- Adresse
- Ansprechpartner
- Anfahrt

## Forum

## Links

- Sponsoren
- Kooperationspartner

Logos/Link Sponsoren  
z.B. Stiftung NRW



Spendenkonto

Förderverein Information  
interner Link  
Mitgliedsantrag interner Link

Stadt Grevenbroich externer Link

Tier des Monats mit Foto und Kurzbeschreibung -> interner Link

Anzeigen ausgewählter Kooperationspartner

## 14.7 Entwurf Aufkleber/Buttons

**Vistaprint** Hinterlassen Sie bleibenden Eindruck.

Home | Sonderangebote | Wählen Sie eine Webseite | Bestellstatus | Hilfe | Anmelden | Mein Konto | Warenkorb

**Bestellvorgang**

1 Auswahl bearbeiten >> 2 Lieferadresse >> 3 Rechnungsadresse >> 4 Zahlungsinformationen >> 5 Bestellbestätigung

Adressaufkleber: Auswahl bearbeiten

Bestellmenge | Passend | Zubehör | Partnerangebote

**HONIGSCHNECKCHEN**  
10-JAHRE SCHNECKENHAUS

**Bestellmenge auswählen**  
Stocken Sie jetzt Ihren Vorrat auf! 280 für nur 0,09 € pro Stück.

- 140 für 12,49 €
- 280 für 24,99 €
- 420 für 36,99 €

**Rabatte und Angebote**  
Dank Ihrer heutigen Bestellung können Sie zukünftig E-Mails mit Rabatten und Sonderangeboten empfangen. Möchten Sie diesen Service nutzen?

Ja  Nein, danke

[Weiter](#)

\* Zzgl. Versand- und Bearbeitungskosten. Mehr Information finden Sie [hier](#).

**Über uns** | **Dienstleistungen** | **Service** | **Vertrauen**  
Wer wir sind | Design-Uploads | Kundenservice | Datenschutz & Sicherheit

### So könnten Deine Ansteckbuttons aussehen!



Lade Dein Motiv als jpg hoch und wir zeigen Dir sofort, wie Deine Buttons aussehen könnten.

Falls Dein Bild nicht unseren [Vorgaben](#) für einen 25mm-Button entspricht (insbesondere Randabstand!), kann die

Vorschau vom Lieferergebnis beträchtlich abweichen. Wir werden aber nötige Anpassungen nach bestem Gewissen vornehmen und Dich bei Fragen kontaktieren.

#### 1. Auf Durchsuchen klicken und Bild wählen.



#### 2. Jetzt auf Vorschau klicken.



#### 3. Dir gefällt's?

Dann [hier bestellen](#) und Dein **Bild nochmal** auf den Druckserver **hochladen**.

### So könnten Deine Ansteckbuttons aussehen!



Lade Dein Motiv als jpg hoch und wir zeigen Dir sofort, wie Deine Buttons aussehen könnten.

Falls Dein Bild nicht unseren [Vorgaben](#) für einen 25mm-Button entspricht (insbesondere Randabstand!), kann die

Vorschau vom Lieferergebnis beträchtlich abweichen. Wir werden aber nötige Anpassungen nach bestem Gewissen vornehmen und Dich bei Fragen kontaktieren.

#### 1. Auf Durchsuchen klicken und Bild wählen.



#### 2. Jetzt auf Vorschau klicken.



#### 3. Dir gefällt's?

Dann [hier bestellen](#) und Dein **Bild nochmal** auf den Druckserver **hochladen**.

## 14.8 Entwurf Flyer



**Der Förderverein:**

Der Förderverein zählt zur Zeit 50 Mitglieder. Diese haben es sich zur Aufgabe gemacht, das Schneckenhaus mit seinen angegliederten Teilbereichen Grünes Klassenzimmer und Wildtierauffangstation zu unterstützen.

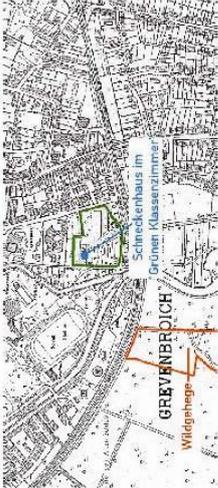
Wegen der seit Jahren angespannten Haushaltslage der Stadt Grevenbroich stehen kaum Gelder für die Institution zur Verfügung. Für die Unterhaltung des Geländes und des Gewässerlehrpfades sowie der Tierpflege ist der Verein dringend auf Geld- und Sachspenden angewiesen. Für Spenden jeglicher Art stellt der Förderverein als eingetragene gemeinnützige Organisation Spendenbescheinigungen aus.

Er freut sich auch auf Mitgliederzuwachs (25 Euro Jahresbeitrag) jegliche Unterstützung ist herzlich Willkommen.

**Spendenkonto:**

Förderverein  
Kto-Nr: 80230725  
BLZ: 30550000  
SparkasseNeuss

**So finden Sie uns:**



**Schneckenhaus**

Das Umweltzentrum in Grevenbroich



**Im Bend 10  
41515 Grevenbroich**

**Ansprechpartner:**  
Herr Norbert Wolf  
Herr Ralf Dietrich  
**Tel.: 02181-9199**

[www.schneckenhaus-grevenbroich.de](http://www.schneckenhaus-grevenbroich.de)



### Herzlich Willkommen im Schneckenhaus

Das Schneckenhaus und das Grüne Klassenzimmer sind eine Initiative des Fördervereins Grünes Klassenzimmer Grevenbroich 2003 e.V. Die Idee zum Projekt entwickelte sich aus der im Jahre 1995 in Grevenbroich durchgeführten Landesgartenschau. Ursprünglich wurde das Schneckenhaus als Informationszentrum des Umweltministeriums NRW errichtet. Nach der Landesgartenschau wurden die unterschiedlichen Darstellungsbereiche, die heute auf dem circa 15.000 Quadratmeter großen Gelände zu sehen sind, räumlich nah zusammengefasst und rund um das Schneckenhaus angeordnet. Bis heute wird dieses Areal für die Zwecke des Grünen Klassenzimmers mit Informationsmöglichkeiten für Schulklassen und Kindergärten genutzt. Daneben ist die Initiative für die Betreuung und Behandlung von kranken und verletzte Wildtieren verantwortlich. Verschiedene heimische Tiergruppen finden hierbei im Schneckenhaus ein vortretendes Zuhause wie zum Beispiel (Greif-)Vögel, Eichhörnchen, Igel, Wildschweine, Rehe, Marder, Feldhasen, Füchse, aber auch Exoten wie Schlangen. Auch die Pflege der örtlichen Grünanlagen sowie das Erledigen von Waldarbeiten rund um den Grevenbroicher Bend gehören zum Aufgabengebiet des Schneckenhauses.

Unter der Leitung von Norbert Wolf, Umweltschutzbeauftragter der Stadt Grevenbroich, arbeiten derzeit ein weiterer Festangestellter, sechs Zivildienstleistende, drei Ein-Euro-Jobber sowie ehrenamtliche Helfer in der Umweltschutzstation am Schneckenhaus. Hinzu kommen 35 Studenten, Schülerpraktikanten und Schülabgänger im freiwilligen sozialen Jahr. In Kooperation mit der Staatsanwaltschaft der Stadt Grevenbroich leistet im Schnitt ein Verurteilter pro Jahr Sozialstunden ab.

Die 50 Mitglieder des Fördervereins Grünes Klassenzimmer e.V. haben sich die Erhaltung dieser Stätte zur Aufgabe gemacht. Neben Einnahmen aus Mitgliedsbeiträgen verfügt das Schneckenhaus über Mittel aus städtischen Fördergeldern sowie aus Geld- und Sachspenden für die Unterhaltung des Geländes, des Gewässerlehrpfades und der Tierpflege.



Sie finden eine Vielzahl detaillierter Informationen z. B. zu:

- heimischen Fischen 
- heimischen Bäumen und Strauchern 
- Amphibien 
- Honigbienen, Wildbienen und sozialen Faltenwespen 
- Gewässern und Gewässeruntersuchungen 

- heimischen Vögeln und deren Schutz 

- Auffangstation für verletzte Wildtiere und Vögel 

- Einsatz und Bau von Nisthilfen 

- Möglichkeiten der Gartengestaltung 

- Trockenmauern 

- Schulpraktika, Freiwilliges Ökologisches Jahr, Zivildienst im Umweltschutz 

Wünschen Sie Führungen durch das Gelände, Auskünfte oder Informationen zu Unterrichtsveranstaltungen???

Rufen Sie uns an: 02181-9199

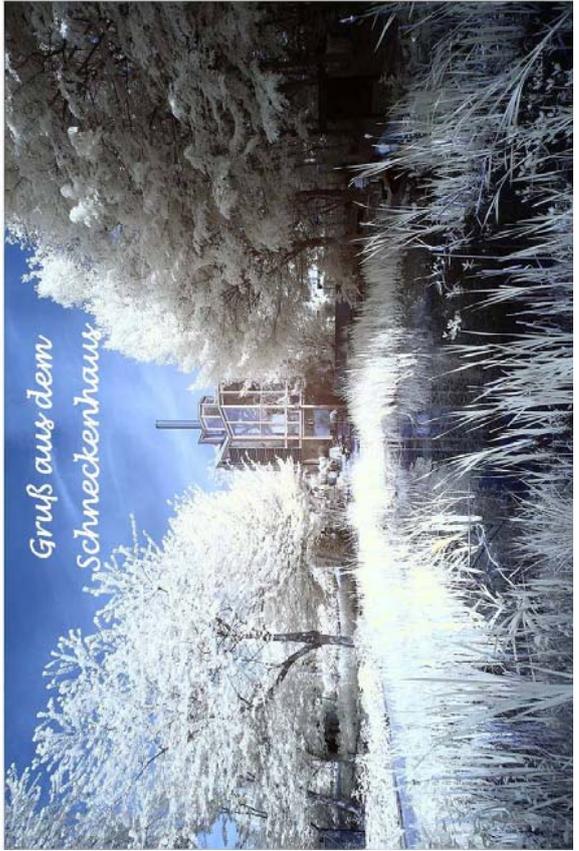
## 14.9 Entwurf Postkarten



A template for a postcard. The back of the postcard is shown, featuring a vertical line on the left side. On the right side, there is a rectangular area with a scalloped border, intended for a postage stamp. Below the stamp area, there are four horizontal lines for an address. At the bottom left of the postcard template, the text 'Schneckenhaus, Im Band 10, 41515 Grevenbroich - www.schneckenhaus-grevenbroich.de' is printed.



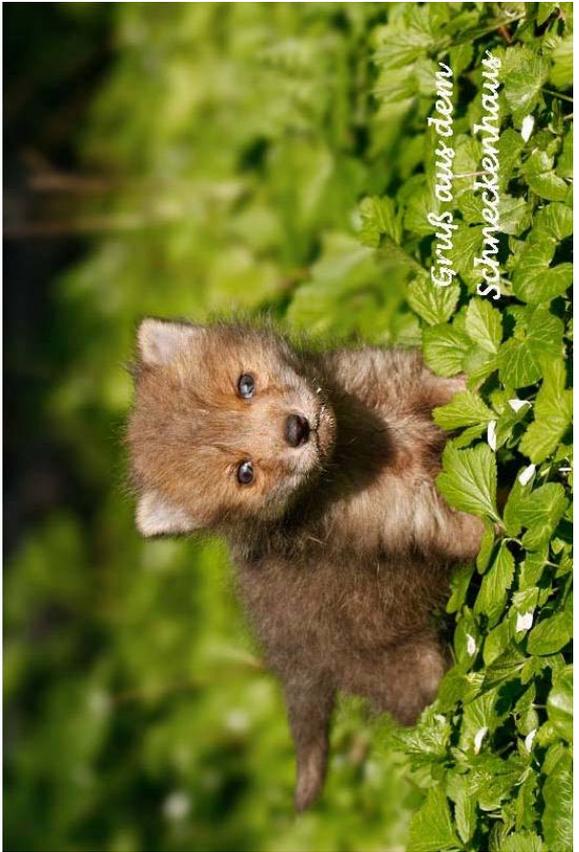
*Gruß aus dem  
Schneckenhaus*



*Gruß aus dem  
Schneckenhaus*



*Gruß aus dem  
Schneckenhaus*



*Gruß aus dem  
Schneckenhaus*

# Patenurkunde

**Maria Mustermann**

---

übernimmt die Patenschaft für Eichhörnchen

**„Freddy“**



---

Datum, Unterschrift Pate

---

Datum, Unterschrift Leiter Schneckenhaus

**Die Patenschaft beinhaltet einen monatlichen Betrag von  
-10,00 Euro-  
und wird per Lastschriftverfahren abgebucht.  
Die Patenschaft beginnt am 00.00.2000 und endet mit der Entlassung des Tieres aus dem  
Schneckenhaus.**

Schneckenhaus – Im Bend 10 – 41515 Grevenbroich – 02181/9199  
info@schneckenhaus-grevenbroich.de  
Spendenkonto: Sparkasse Neuss BLZ 30550000 Konto: 80230725

## 14.11 Entwurf Pressemitteilungen/Presseeinladungen

Schneckenhaus  
Umweltzentrum Grevenbroich  
Im Bend 10  
41515 Grevenbroich  
Telefon: (0 2181) 9199



Vom Kennen zum Schätzen  
-  
Vom Schätzen zum Schützen  
**15 Jahre Schneckenhaus**

# Pressemitteilung

16. November 2009

**Die Wildtierauffangstation im Schneckenhaus in Grevenbroich versorgt das ganze Jahr über verletzte Tiere. Ab dem ersten Januar kann man als Pate für verschiedene Tiere die Helfer im Schneckenhaus finanziell unterstützen.**

Grevenbroich, 16. November 2009: Pünktlich zum Relaunch der neuen Website bietet das Schneckenhaus in Grevenbroich ab dem 1. Januar 2010 Patenschaften für Tiere an. Durch einen Mindestbeitrag von fünf Euro kann man sich monatlich an Futter-, Tierarztkosten oder einem Wildgehegeaufbau beteiligen und somit das Schneckenhaus unterstützen. Von der Schnecke bis hin zum Fuchs, die Patenschaft endet, wenn das Tier wieder entlassen wird.

Jeder Pate erhält eine Urkunde und wird regelmäßig über sein „Patenkind“ informiert. Wird es entlassen, kann die Patenschaft auf ein anderes Tier übertragen werden. Tierfreunde können sich die Patenschaften natürlich auch schon vorher zu Weihnachten schenken lassen.

Das Schneckenhaus ist eine Initiative für Natur- /Umweltschutz und Naturbildung und dient sowohl als Grünes Klassenzimmer als auch als Wildtierauffangstation. In dieser Kombination ist das Schneckenhaus einmalig in der Region. Besucher können die Einrichtung unentgeltlich besuchen und sich über die Aktivitäten informieren. Neben einer geringen Förderung der Stadt Grevenbroich und den Mitgliedsbeiträgen des Fördervereins Schneckenhaus Grevenbroich e.V. finanziert sich das Schneckenhaus hauptsächlich aus Spenden.

- Spendenkonto: Förderverein, Kontonr.: 80 23 07 25, BLZ 305 500 00 Sparkasse Neuss -

Kontakt:

Julia Chafik  
Pressereferentin Schneckenhaus  
Im Bend 10  
41515 Grevenbroich  
Tel: 0123 – 456789  
E-Mail: [julia.chafik@schneckenhaus-grevenbroich.de](mailto:julia.chafik@schneckenhaus-grevenbroich.de)

NE-WS 89.4

Chefredakteur Stefan Cornelissen

Moselstraße 16

41464 Neuss



Vom Kennen zum Schätzen  
-  
Vom Schätzen zum Schützen  
**15 Jahre Schneckenhäuser**

# Presseeinladung

22. April 2010

## **Horst Lichter übernimmt Patenschaft für Fuchsbaby im Schneckenhäuser Fernsehkoch tauft kleinen Kerl auf den Namen Horst**

Sehr geehrter Herr Cornelissen,

der bekannte Fernsehkoch Horst Lichter aus Rommerskirchen übernimmt als erster Prominenter eine Tierpatenschaft im Schneckenhäuser. Bei der Pflege unseres neuen Fuchsbabys unterstützt er uns nicht nur finanziell, sondern auch mit seinem guten Namen: Der TV-Star lässt es sich nicht nehmen, sein Patenkind auf den Namen Horst zu taufen

Zur Übergabe der Patenurkunde und zur Taufe von Horst würden wir Sie gerne bei uns begrüßen.

**Termin: Dienstag, 4. Mai 2010, 11 bis 11.30 Uhr**

**Ort: Schneckenhäuser, Im Bend 10, 41515 Grevenbroich**

Für Fotos und O-Töne steht Ihnen neben Horst Lichter Schneckenhäuser-Leiter Norbert Wolf zur Verfügung. Gerne laden wir Sie auch zu Kaffee, Kaltgetränken und Röllchen mit Flönz ein. Bei Fragen erreichen Sie mich unter der Telefonnummer 0175/989 4640 oder mit einer Email an [andreas.unterberger@schneckenhäuser-grevenbroich.de](mailto:andreas.unterberger@schneckenhäuser-grevenbroich.de).

Freundliche Grüße aus dem Schneckenhäuser

Andreas Unterberger

Pressereferent Schneckenhäuser

Im Bend 10

41515 Grevenbroich

Tel: 0123-456789

E-Mail: [andreas.unterberger@schneckenhäuser-grevenbroich.de](mailto:andreas.unterberger@schneckenhäuser-grevenbroich.de)

Schneckenhaus  
Umweltzentrum Grevenbroich  
Im Bend 10  
41515 Grevenbroich  
Telefon: (0 2181) 9199



Vom Kennen zum Schätzen  
-  
Vom Schätzen zum Schützen  
**15 Jahre Schneckenhaus**

# Pressemitteilung

4. Mai 2010

## **Horst Lichter übernimmt im Schneckenhaus Patenschaft für neues Fuchsbaby**

**Als erster Prominenter hat der bekannte Fernsehkoch Horst Lichter eine Tierpatenschaft im Schneckenhaus übernommen. Der TV-Star unterstützt das Grevenbroicher Umweltzentrum bei der Pflege des neuen Fuchsbabys finanziell und mit seinem guten Namen: Das putzige Kerlchen heißt seit heute Horst.**

**Grevenbroich, 4. Mai 2010.** Der beliebte Fernsehkoch Horst Lichter aus Rommerskirchen hat die Patenschaft für das neue Fuchsbaby im Schneckenhaus übernommen. Er ist damit der erste Prominente, der die Pflege eines Wildtieres im Grevenbroicher Umweltzentrum finanziell unterstützt. „Ich bin ein Kind der Region“, sagte Horst Lichter, als ihm Schneckenhaus-Leiter Norbert Wolf heute Vormittag die Patenurkunde überreichte. „Es ist mir ein besonderes Anliegen, die Natur vor meiner Haustür zu bewahren. Die Mädels und Jungs hier in Grevenbroich machen einen tollen Job.“

Horst Lichter ließ es sich auch nicht nehmen, dem jungen Fuchs-Männchen seinen Namen zu schenken. „Das Kerlchen sieht noch so mager aus. Ich bin mir aber sicher: Mit dem wunderschönen Namen Horst wird der Kleine bald einen gesunden Appetit entwickeln“, scherzte der TV-Star bei der Fuchs-Taufe mit echtem Rhein-Wasser.

„Wir sind glücklich, dass wir Horst Lichter als ersten prominenten Tierpaten gewinnen konnten. Mit seiner freundlichen und fröhlichen Art passt er prima zum Schneckenhaus“, freute sich Leiter Norbert Wolf. Mit der Unterstützung des beliebten Fernsehkochs will er Fuchswelpe Horst in den nächsten Wochen aufpäppeln und spätestens Mitte Juli auswildern.



Das Schneckenhaus ist eine Initiative für Natur- /Umweltschutz und Naturbildung und dient sowohl als Grünes Klassenzimmer als auch als Wildtierauffangstation. In dieser Kombination ist das Schneckenhaus einmalig in der Region. Besucher können die Einrichtung unentgeltlich besuchen und sich über die Aktivitäten informieren. Neben einer geringen Förderung der Stadt Grevenbroich und den Mitgliedsbeiträgen des Fördervereins Schneckenhaus Grevenbroich e.V. finanziert sich das Schneckenhaus hauptsächlich aus Spenden.

- Spendenkonto: Förderverein, Kontonr.: 80 23 07 25, BLZ 305 500 00 Sparkasse Neuss –

**Kontakt:**

Andreas Unterberger  
Pressereferent Schneckenhaus  
Im Bend 10  
41515 Grevenbroich  
Tel: 0123 – 456789  
E-Mail: [andreas.unterberger@schneckenhaus-grevenbroich.de](mailto:andreas.unterberger@schneckenhaus-grevenbroich.de)

Schneckenhaus  
Umweltzentrum Grevenbroich  
Im Bend 10  
41515 Grevenbroich  
Telefon: (0 2181) 9199



Vom Kennen zum Schätzen  
-  
Vom Schätzen zum Schützen  
**15 Jahre Schneckenhaus**

26. Mai 2010

# Pressemitteilung

## **Vom Naturschützer zum Bauherrn: Schneckenhaus startet Natursteinaktion für Wildtiergehege**

**Das Schneckenhaus baut ein neues Auswilderungsgehege für Rehe. Ab sofort können sich Freunde der Wildtierauffangstation an der Natursteinaktion beteiligen und den Bau des Geheges finanziell unterstützen.**

Grevenbroich, 26. Mai 2010: „Bauen Sie mit uns!“. Unter diesem Motto startet das Schneckenhaus eine ganz besondere Spendenaktion. Anlässlich des neu entstehenden Wildtiergeheges bietet das Grevenbroicher Umweltzentrum allen Interessierten die Möglichkeit, sich ideell und finanziell als Baupate zu engagieren. Stein um Stein soll eine Mauer im Gehege entstehen, deren Bestandteile zuvor käuflich erworben wurden. Als Dankeschön erhalten die Bauherren ein Zertifikat und können den erstandenen Stein mit ihrem Namen versehen lassen. Eine Spende für das Gesamtprojekt ist ebenfalls möglich.

Näheres zur Aktion finden interessierte Baupaten auf der Internetseite des Schneckenhauses unter [www.schneckenhaus-grevenbroich.de](http://www.schneckenhaus-grevenbroich.de). Dort steht auch das Online-Bautagebuch zur Verfügung, das über Bauphasen und neue Natursteinbesitzer informiert.

Das Schneckenhaus ist eine Initiative für Natur- /Umweltschutz und Naturbildung und dient sowohl als Grünes Klassenzimmer als auch als Wildtierauffangstation. In dieser Kombination ist das Schneckenhaus einmalig in der Region. Besucher können die Einrichtung unentgeltlich besuchen und sich über die Aktivitäten informieren. Neben einer geringen Förderung der Stadt Grevenbroich und den Mitgliedsbeiträgen des Fördervereins Schneckenhaus Grevenbroich e.V. finanziert sich das Schneckenhaus hauptsächlich aus Spenden.

- Spendenkonto: Förderverein, Kontonr.: 80 23 07 25, BLZ 305 500 00 Sparkasse Neuss -

### Kontakt:

Dessislava Georgieva  
Pressereferentin Schneckenhaus  
Im Bend 10  
41515 Grevenbroich  
Tel: 0123 – 456789  
E-Mail: [dessislava.georgieva@schneckenhaus-grevenbroich.de](mailto:dessislava.georgieva@schneckenhaus-grevenbroich.de)

Schneckenhaus  
Umweltzentrum Grevenbroich  
Im Bend 10  
41515 Grevenbroich  
Telefon: (0 2181) 9199



Vom Kennen zum Schätzen  
-  
Vom Schätzen zum Schützen  
**15 Jahre Schneckenhaus**

# Pressemitteilung

25. Juli 2010

## **Naturschützer feiern ihren Geburtstag: Großes Sommerfest im Schneckenhaus**

**Auch im 15. Jahr seines Bestehens veranstaltet das Schneckenhaus in Grevenbroich ein großes Sommerfest.**

Grevenbroich, 25. Juli 2010: Das Schneckenhaus, Im Bend 10, 41515 Grevenbroich lädt alle Interessierten und Tierfreunde am 7. August 2010 zum großen Sommerfest ein. Anlässlich des 15. Geburtstages der Institution haben sich die Organisatoren wieder einiges einfallen lassen, um die Besucher auf das Gelände zu locken.

Wie schon die Jahre zuvor wird die Falknerei Schmidt aus Ertstadt mit einer Greifvogel-Flugshow die Zuschauer begeistern. Das Grüne Klassenzimmer und die Wildtierauffangstation laden zum Verweilen und Lernen ein. Für die Kleinen gibt es außerdem Spiel und Spaß. Die Bäckerei Lenzens Backstube wird eigens für die Geburtstagsparty produzierte kleine Schnecken aus Hefeteig anbieten. Ansonsten sorgt der Angelsportverein Erttal Frimmersdorf mit moderaten Preisen fürs leibliche Wohl. Die Erlöse kommen dem Förderverein Schneckenhaus Grevenbroich e.V. zugute.

Das Schneckenhaus wird 15. Feiern Sie mit.

Das Schneckenhaus ist eine Initiative für Natur- /Umweltschutz und Naturbildung und dient sowohl als Grünes Klassenzimmer als auch als Wildtierauffangstation. In dieser Kombination ist das Schneckenhaus einmalig in der Region. Besucher können die Einrichtung unentgeltlich besuchen und sich über die Aktivitäten informieren. Neben einer geringen Förderung der Stadt Grevenbroich und den Mitgliedsbeiträgen des Fördervereins Schneckenhaus Grevenbroich e.V. finanziert sich das Schneckenhaus hauptsächlich aus Spenden.

- Spendenkonto: Förderverein, Kontonr.: 80 23 07 25, BLZ 305 500 00 Sparkasse Neuss –

Kontakt:

Kerstin Jambor  
Pressereferentin Schneckenhaus  
Im Bend 10  
41515 Grevenbroich  
Tel: 0123 – 456789  
E-Mail: [kerstin.jambor@schneckenhaus-grevenbroich.de](mailto:kerstin.jambor@schneckenhaus-grevenbroich.de)

## 14.12 Anfrage Horst Schlämmer

**Betreff:** AW: Anfrage für Auftritt von Horst Schlämmer in Grevenbroich  
**Von:** "Elke" <elke@medienbuero-krueger.de>  
**Datum:** Thu, 2 Jul 2009 10:35:47 +0200  
**An:** "Andreas Unterberger" <andreas.unterberger@gmx.de>

Lieber Geschäftspartner,

vielen Dank für Ihre freundliche Mail.

Aufgrund der vielen Anfragen, die wir erhalten haben sind wir leider gezwungen Ihnen eine formlose Antwort zu erteilen, da wir nicht auf jedes Mail persönlich eingehen können.

Hape Kerkeling steht für keinerlei Galas, Moderationen, Lesungen, Auftritte, Autogrammstunden, Sponsoring etc. zur Verfügung, dieses ist weder als Uschi Blum, Gisela oder Horst Schlämmer in den nächsten Jahren geplant, sollte sich hier etwas ändern, melden wir uns unverzüglich bei Ihnen, wir speichern Ihre Daten ab und bitten Sie daher von weiteren Anfragen aus logistischen Gründen bis auf weiteres abzusehen.

Mit freundlichen Grüßen

Elke Krüger

-----Ursprüngliche Nachricht-----

Von: Andreas Unterberger [<mailto:andreas.unterberger@gmx.de>]  
Gesendet: Donnerstag, 2. Juli 2009 09:04  
An: [hape@medienbuero-krueger.de](mailto:hape@medienbuero-krueger.de)  
Betreff: Anfrage für Auftritt von Horst Schlämmer in Grevenbroich

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir sind eine vierköpfige Gruppe angehender PR-Referenten, die zurzeit bei der WBS TRAINING AG in Essen eine Weiterbildung im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit absolviert. Als Abschlussprojekt entwerfen wir ein neues Medienkonzept für die Wildtier Auffangstation „Schneckenhaus“ in Grevenbroich. Im Rahmen dieses Konzepts, das zunächst einmal nur auf dem Papier existieren wird, planen wir auch den Besuch eines Prominenten im „Schneckenhaus“. Als erster ist uns dabei natürlich Grevenbroichs berühmtester Sohn, Horst Schlämmer, in den Sinn gekommen. Er könnte zum Beispiel ein zugelaufenes Reh „Horst“ taufen oder die Patenschaft für ein verletztes Tier übernehmen.

Ziel ist es, das sich hauptsächlich durch Spenden finanzierende „Schneckenhaus“ durch aktive PR-Arbeit auch außerhalb Grevenbroichs bekannter zu machen und dadurch die Spendeneinnahmen zu erhöhen. Da es sich erst einmal um ein Konzept handelt, ist unsere Anfrage eher theoretischer Natur:

Ist es grundsätzlich denkbar, dass sich Horst Schlämmer für diesen pressewirksamen Auftritt in seiner Heimatstadt Grevenbroich zu Verfügung stellt, und damit (nicht finanziell!) das „Schneckenhaus“ unterstützt? Wenn ja, welche Voraussetzungen müssten vor Ort erfüllt werden, damit Herr Schlämmer sich wohl fühlt?

Wir freuen uns auf Ihre Antwort. Bei Fragen erreichen Sie uns unter folgenden Kontaktdaten:

Andreas Unterberger  
Grünwalder Berg 46

## 14.13 Kosten Website

MROWITZKI Mediendienstleistungen  
Tobias Mrowitzki  
Ahornstraße 90  
45892 Gelsenkirchen  
Ust-IdNr. : DE 256 788 187

**MROWITZKI**  
Mediendienstleistungen

[MROWITZKI Mediendienstleistungen • Ahornstr. 90 • 45892 Gelsenkirchen](#)

**Julia Chafik**  
Pressereferentin Schneckenhaus

### Angebot 0046

Sehr geehrte Frau Chafik,

auf Grundlage Ihrer Anfrage vom 20.07.2009 erstellen ich Ihnen ein Angebot über folgende Leistungen: Erstellung eines Logos (Briefing vor Ort, drei Entwürfe, Reinzeichnung und Lieferung auf Datenträger), Layout eines Folders (DinLang, 6-seitig, Zickzackfalz, excl. Druck, Texte und Bilder werden geliefert) sowie Layout und Umsetzung einer Website (Hauptseite sowie 5 Unterseiten, Texte und Bilder werden geliefert).

Datum	Angebotsnr.
22.07.2009	0046

Menge	Bezeichnung	Nettopreis	MwSt.	Preis	Zwischensumme
1	Entwicklung eines Logos	EUR 199,00	19%	EUR 236,81	EUR 236,81
1	Layout Folder, 6-seitig	EUR 219,00	19%	EUR 260,61	EUR 260,61
1	Konzept, Layout und Umsetzung 6-seitige Website „Schneckenhaus“	EUR 369,00	19%	EUR 439,11	EUR 439,11

Gesamtnettobetrag: EUR 787,00  
Mehrwertsteuerbetrag: EUR 149,53  
Rabatte (+) oder weitere Kosten (-): EUR 0,00  
**Gesamtbetrag inkl. MwSt.:** EUR 936,53

Folgekosten (Druck des Folders, Miete des Serverplatzes) trägt der Kunde. Im Falle eines Auftrags finden je zwei Korrekturläufe statt. Daraus resultierende Änderungen sind in diesem Angebot enthalten.  
Fertigstellung (Lieferdatum) nach Absprache.  
Der Betrag ist nach Absprache auch in Raten zahlbar.

Ich freue mich auf Ihren Auftrag!  
Mit freundlichen Grüßen aus Gelsenkirchen

Tobias Mrowitzki

Seite 1 von 1

Mrowitzki Mediendienstleistungen • Tobias Mrowitzki • Middelicher Str. 260 • 45892 Gelsenkirchen • 0209-3668887 • tobias@mrowitzki.de  
Sparkasse Gelsenkirchen • KTO 258127465 • BLZ 42050001 • Ust-IdNr.: DE 256 788 187