

Marketing-Trophy 2015 Sieger Kategorie Non-Profit-Organisationen

Bestes Projekt seiner Art

Gewinner Schtifti Foundation mit dem Projekt «Gorilla».

NORMAN C. BANDI

Die privat initiierte Schtifti Foundation richtet sich mit «Gorilla» an Kinder und Jugendliche zwischen 10 und 20 Jahren, die hierzulande an Übergewicht oder Fettsucht leiden. Als einziges Projekt in der Schweiz vereint es die für dieses Thema relevanten Bereiche Ernährung und Bewegung. Subtile Gesundheitsförderung als Informationstool und als Begleiter für den positiven Lifestyle durch Freestyle-Sport, gepaart mit Food-Tipps.

Innovationsgrad

Zum Innovationsgrad der Marketingidee meint Kathrin Steiger, Operative Geschäftsleitung der Schtifti Foundation in Zürich: «Gesundheitsprävention wird von Kids schnell als anbiedernd wahrgenommen. Aus diesem Grund ist Gorilla eine Marke einzig für Kinder und Jugendliche und sie richtet sich konsequent an die Bedürfnisse und das Verhalten der jungen Zielgruppe – Gorilla tritt niemals als Gesundheitsförderer auf. Gorilla zeigt der Zielgruppe glaubwürdig auf, dass man nicht uncool und spiessig sein muss, um auf die Gesundheit zu achten. Es geht nie um Verbote, sondern um die Animation und Aufklärung zur Eigenverantwortung. Mittlerweile ist Gorilla das grösste



«WAHNSINNIC STOLZ»

Reaktion «Als kleine Stiftung sind wir wahnsinnig stolz. Dank unseren Partnern und engagierten Personen sowie einem herausragenden Team können wir trotz quasi nicht existierendem Werbebudget umfangreiche und wirksame Kampagnen umsetzen. Die Marketing-Trophy 2015 ist eine Anerkennung für unsere Arbeit und das Herzblut, das wir täglich investieren», sagt Geschäftsführerin Kathrin Steiger.

Gesundheitsförderungsprogramm für Kinder und Jugendliche in der Schweiz.»

Zu den gesetzten Zielen des Projekts sagt Steiger: «Die Kids sollen mit starken Vorbildern dahingehend beeinflusst werden, dass sie die Verantwortung für ihr eigenes Wohlbefinden in ihre eigenen Hände nehmen und auf ihre Balance zwischen Ernährung und Bewegung achten. Dank unserer Werbeagentur Kreienbühl und Vogler sowie unseren Medienpartnern wie Goldbach Media, ZenithOptimedia und APG, die uns mit vielen Leistungen unterstützen, können wir sicherstellen, dass die Messages an die Zielgruppe gelangen.»

Erfolgsmessung

Zur Erfolgsmessung des Projekts erklärt Steiger: «Gorilla führt laufend Befragungen bei Kindern und Jugendlichen durch, die deren Wissen um Ernährung und Bewegung und deren Einstellung und Intentionen in diesem Bereich ermitteln. Die positive Resonanz von Gorilla in den Medien, die verschiedenen Preise, die Gorilla bereits als bestes Bildungsförderungsprojekt, als bestes Bewegungsförderungsprojekt oder als bestes Sozialprojekt gewonnen hat sowie die hohe Kontaktrate zeigen die Effektivität. Kein Schweizer Präventionsprojekt in den Bereichen Ernährung und Bewegung kann so viele Jugendliche erreichen.»

ANZEIGE



10 YEARS
OF
THUNDERING
APPLAUSE!

10 YEAR ANNIVERSARY

standing ovation

Wir schaffen aussergewöhnliche, intelligente und cross-mediale Erlebnisse zwischen Menschen und Marken.

Aus Ihrer Zielgruppe werden Fans, die Ihnen zuhören, mit Ihnen gehen und über Sie sprechen.

standingovation.ch

WE
CREATE
FANS