

22. September 2008

## Post fördert Krebs-Hilfe

**Der Direct Marketing Förderpreis 2008 geht an die Österreichische Kinder Krebs Hilfe.**

Der Direct Marketing Förderpreis 2008 geht diesmal an die Österreichische Kinder Krebs Hilfe. Der von der Österreichischen Post AG ausgeschriebene Preis ist mit Direct Marketing-Leistungen im Wert von 25.000 Euro dotiert und wurde heuer bereits zum vierten Mal vergeben. Zum **Siegerprojekt**: Im Rahmen der seit März laufenden Kampagne werden Schulen dazu bewogen preiswerte Schulhefte zu erwerben, wobei der Reinerlös in Form von 5 Cent pro verkauften Heft der Österreichischen Kinder-Krebs-Hilfe zugute kommt. Im Rahmen der Kampagne werden neben dem klassischen Direct Mail auch innovative Produkte der Post AG, wie zum Beispiel die Response Card oder "Meine Marke" eingesetzt.

"Kampagnen von Non Profit Organisationen müssen besonders hervorstechen, um sich im Wettbewerb gegenüber Unternehmen durchzusetzen", betont Friedrich Kern, Leitung Marketing Brief/Infomail und Direct Marketing Center der Österreichischen Post AG. "Umso höher ist diese Auszeichnung einzuschätzen." Überglücklich zeigt sich Projektleiter Thomas Muhr, seines Zeichens Creative Director der Unit Marketing und Werbung der betreuenden Agentur bdcg – business data consulting group. "Der Gewinn in der Höhe von 25.000 Euro deckt nahezu den gesamten Kostenrahmen für die ‚Hefte helfen‘ Herbstkampagne ab".



Gernot Mach, bdcg, Friedrich Kern, Post AG, Anita Kienesberger, Kinder-Krebs-Hilfe, Thomas Muhr, Projektleiter „Hefte helfen“.  
(c)Post AG