

Das Problem



Landwirte

müssten ihr Saatgut registrieren

- hoher bürokratischer Aufwand
- hohe Kosten

Private Personen:

Dürfen nur mehr registriertes Saatgut verkaufen. Eigenes kann nicht mehr angeboten werden

Vielfalt

Wird in Nischen verbannt und geht zusehends verloren

GLOBAL 2000



ARCHE NOAH



+

Zielgruppen-Analyse



Settlers

Pioneers



Medien?

Klassisch

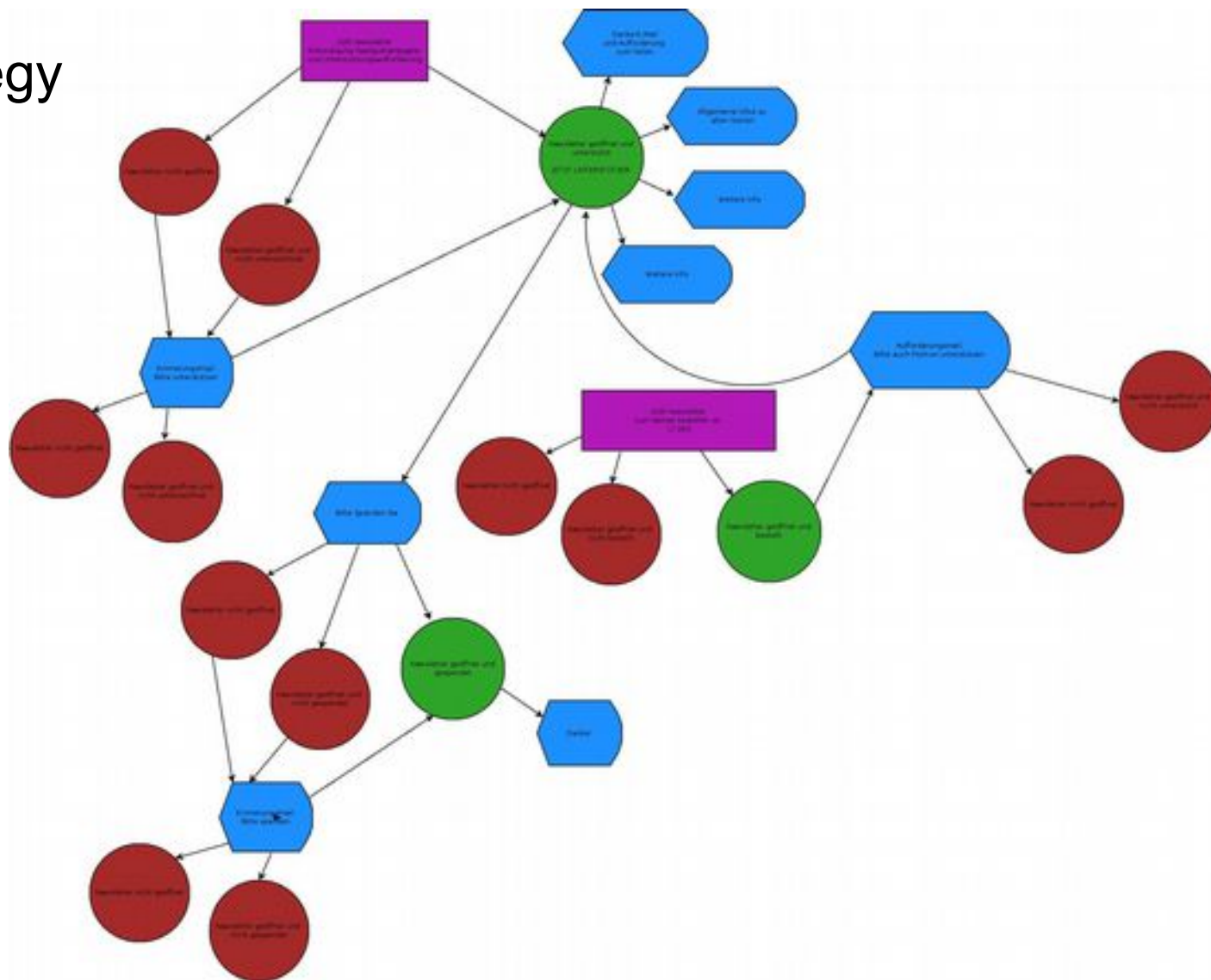
Kronen Zeitung (vor allem Settlers)
Reichweite 36,2%

Krone Bunt
Reichweite 43,7%
3.158.000 LeserInnen in Österreich

Online

E-Mail (vor allem Pioneers)

Newsletter Strategy



GLOBAL 2000 und ARCHE NOAH
starten Petition „Freiheit für die Vielfalt“
am 16. April 2014

Petitionsseite
freievielfalt.at



Freiheit für die Vielfalt!

Lesen Sie mehr zum Thema

GEFAHR FÜR SAATGUT DURCH NEUE GESETZE

2013 wird das EU-Saatgutrecht überarbeitet. Die Industrie betreibt Lobbying für Gesetze, die kleine Samenhändler, Baumschulen, bäuerliches Saatgut und die Sortenvielfalt gefährden.

Saatguttausch: Bald illegal?
Der freie Tausch von Saat- und Pflanzgut zwischen Bauern und Gärtnern könnte strafbar werden. Auch gefährdete Sorten dürften ohne aufwändige amtliche Zulassung nicht weitergegeben werden.

ARCHE NOAH und GLOBAL 2000 setzen sich für ein nachhaltigeres EU-Saatgutrecht ein. Zum Schutz der Vielfalt, der Konsumenten und der bäuerlichen Saatgut-Kultur.

JETZT PETITION UNTERZEICHNEN!

Vorname *

Nachname *



Eine gemeinsame Kampagne mit Arche Noah



Gemeinsam erreichen wir 300.000 Unterschriften.

Sie haben bereits 266.515 mitgemacht!



Danke!

Vielen Dank dass du dich für die
Bewahrung der Vielfalt einsetzt.

Was jetzt?

Überlassen wir die Saatgutfrage nicht den
Agrar-Konzernen. Hilf mit die Kampagne
erfolgreich zu machen indem du deine
FreundInnen bittest diese Initiative zu
unterzeichnen. Gemeinsam können wir
diese Naturschätze retten.



JETZT TEILEN!



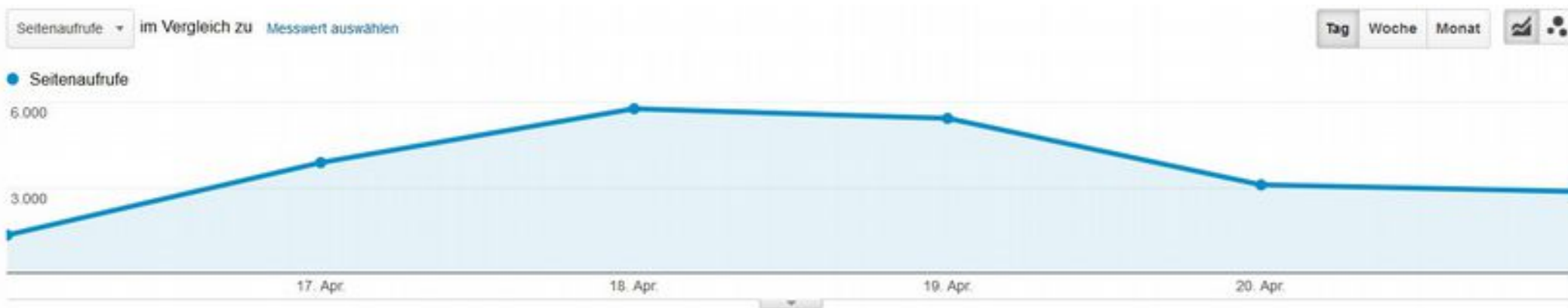
Twitter



Facebook



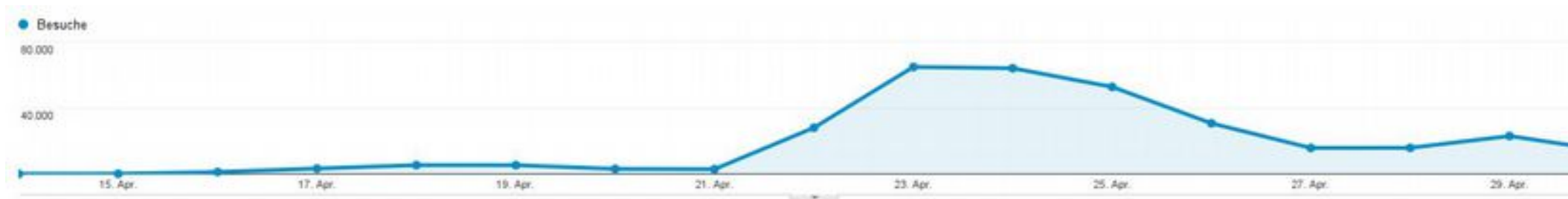
E-Mail



Pressekonferenz: 16. April

16.-21. April:
20.000 BesucherInnen
16.000 UnterzeichnerInnen
Conversion Rate: 80%

Shares via Facebook: 12%
Shares via E-Mail: 12%



275.838 Personen haben diese Website besucht

- Pressekonferenz 16. April
- 3.000 – 5.000 Besucher pro Tag bis 21. April
- 30.000 Besucher am 22. April
- 65.000 Besucher am 23. April
- 16.000 Besucher am 27. April
- ...

Conversion Rate 77%

bis 7. Mai > 7.000 Besucher/Tag

- > 16% teilten via Facebook
- > 6% teilten via Email
- 41,6% Zugriffe via Facebook
- 53,2% Direktzugriffe

Die Mobilisierung für die Petition erfolgte hauptsächlich über Social Media und Email.

Social Share Ratio: 22%

UnterzeichnerInnen via facebook mobilisiert: 44% (110.000)

UnterzeichnerInnen via E-Mail mobilisiert: 32% (80.000)

76% der UnterzeichnerInnen kamen via E-Mail und Facebook.

Kronen Zeitung
18. April 2013

Unglaublich, was auf dem Rücken der Bauern und Hobbygärtner ausgeheckt wird: Eine neue EU-Verordnung sieht für die Bewilligung alter Sorten Gebühren, Prüfungen und unmögliche Zulassungsverfahren vor. Die Saatgut-Weitergabe wird unmöglich, Rares stirbt aus!

Die neue EU-Saatgutverordnung wäre für viele uralte (Paradeiser-)Sorten der Öko-Todesstoß

Kleine Zeitung,
24. April 2013

In Österreich jedenfalls springen nun Politiker – von Agrarminister Niki Berlakovich über die Grünen bis zur FPÖ – auf den Protestzug auf. [...] Bis jetzt seien nur Großbritannien und Dänemark auf Seite Österreichs. Arche Noah und Global 2000 haben überdies eine Petition unter www.freievielfalt.at aufgelegt: Diese haben in wenigen Tagen mit weit mehr als 60.000 schon fast mehr Leute unterschrieben als die jüngsten Volksbegehren . . .

250.000 Unterschriften bewirken

- dass alle österreichischen Entscheidungsträger, inklusive dem Umweltminister, die Petition unterzeichnen
- einen Beschluss im Nationalrat, der den Umweltminister daran bindet sich für die Vielfalt in Brüssel einzusetzen.



E-Mail-Protest vor der letzten Abstimmung im EU-Parlament

48.000 Email-Appelle in 7 Tagen



69.000 Besucher

Conversion Rate: 70%

Share via email: 0,54%
Share via Facebook: 8,3%

Social Share Ratio: ~ 9%

Besucher über Facebook: 15%
Direkt: 82%

Newslettermobilisierung: 22% CTR

Lessons learned

Landing Page

- Nutze "social proof"
- Weniger content
- Immer nur einen "Call to action"

Mobilisierung

- Klare und einfache Sprache
- Wechselspiel zwischen „klassischen“ Medien und Social Media
- Twitter bringt keine Unterschriften

Improvement

Imagine it's big. Was tun wenn die Kampagne abhebt?

Hab immer einen Plan B zur Hand (Campaign cycle management)

Kenne deine Zielgruppe (wirklich!)

Frage nicht nur mit welchen Medien Menschen zu erreichen sind, sondern auch, wie sie damit umgehen.

Risk Management

Definiere unterschiedliche Szenarios

Wie gehe ich mit „zu schnellem Erfolg“ um?

Wie gehe ich mit Attacken um?

Ressourcen-Planung

Wie flexibel kann ich Änderungen in der Kampagne mit Ressourcen abdecken?

Wie kann ich meine Supporter weiterhin begeistern? Wie verwandle ich Sie in SpenderInnen?

Erfolgsfaktoren?

Hohe moralische Aufladung der Kampagne

Reale, direkte Bedrohung

David gegen Goliath: Wir (Bevölkerung) gegen die große, böse Saatgutindustrie
80% der ÖsterreicherInnen sind gegen Gentechnik

EU-kritische Einstellung (50% sind der EU gegenüber skeptisch eingestellt)

Positivkommunikation

Ausstieg: Sharen oder schließen



Die Geschichte endet mit einem Sieg...

Vielen Dank für eure Aufmerksamkeit!

Fragen?

