



JEDES STÜCK ZÄHLT!

Die im Herbst 2012 von der auf Fundraising spezialisierten Kölner Agentur Puzzlestück als „steinrücke + ich“ konzipierte Kampagne „Jedes Stück zählt“ mit dem goldgelben Kampagnenlogo ist nach der Präsentation vor dem Vorstand und dem Kuratorium der Stiftung Stadtgedächtnis ausgearbeitet worden. Dabei waren neben den Mitarbeitern des Historischen Archivs auch verschiedene Testgruppen im Rahmen von zwei Marktforschungs-Analysen beteiligt.

Die Kampagne wurde aus verschiedenen Bausteinen zusammengesetzt, die auf mindestens drei Jahre ausgelegt sind. Zuerst soll in Köln sowie der Region und dann auch national und international ein Bewusstsein für den einmaligen Bestand des Historischen Archivs und die Notwendigkeit seiner Rettung geschaffen werden, denn die zeitliche Distanz zum Einsturz des Archivs hat dazu beigetragen, die Katastrophe aus dem kollektiven Bewusstsein zu verdrängen.

Erster Schritt ab Februar 2013 war die Gewinnung der Zusage von mindestens 30 Rettern als Multiplikatoren, die die Kampagne mit mindestens 1000,- € unterstützen wollen. Die Mitglieder dieser „Retter-Runde“, die in kurzer Zeit zusammen kamen, bilden die Basis für die weitere Ansprache und Kontakte potentieller Spender. Auf mehreren Veranstaltungen wurden sie über das Fundraising-Konzept und die Restaurierungsarbeiten des Historischen Archivs der Stadt Köln informiert. Diese Personengruppe hat zugleich eine positive Signalwirkung für den zweiten Kampagnenbaustein, die Breitenkampagne „Jedes Stück zählt“.

Am 27. Juli 2013 wurde dann die Kampagne „Jedes Stück zählt“ der breiten Öffentlichkeit präsentiert. Mit dem Slogan „Jedes Stück zählt“ und dem Visual, dem goldgelben Puzzlestück mit der Skyline von Köln, wurde die Botschaft in die Bevölkerung getragen, dass der große Geschichtsschatz der Stadt Köln Stück für Stück gerettet und wieder zusammengefügt werden muss.

Ca. 2,23 Millionen Menschen (Media-Statistik) sahen unsere Plakate zur Kampagne „Jedes Stück zählt“ im ganzen Stadtgebiet. Die Firma Ströer stellte im Sommer 450 Flächen im Gegenwert von 175.000 Euro kostenfrei zur Verfügung. Auch mit Postkarten, Anzeigen, T-Shirts und Flyern sowie 100 (kostenfreien) Spots bei Center-TV informierten wir über die Kampagne.

Mit von uns geschulten „Dialogern“ und dem mobilen Informationsstand haben wir in der Folgezeit an Veranstaltungen wie dem „Tag des offenen Denkmals“, dem „Längsten Desch vun Kölle“ im Severinsviertel, beim Ehrenamtstag oder auf der Rennbahn teil-



genommen und unser Netzwerk stetig ausgebaut. Dabei kamen wir mit vielen Menschen unserer Region ins Gespräch und konnten in - häufig emotionsgeladenen - Gesprächen über die Notwendigkeit der Rettung des Kölner Stadtgedächtnisses informieren.

Begleitet wurden diese Aktionen durch ein Testmailing mit einem Spendenaufruf, dessen Rückläufe jedoch nicht sonderlich erfolgreich waren. Von einer großen Mailingaktion mit gekauften Adressen wurde daher Abstand genommen.

Sehr erfolgreich war dagegen die Facebook-Aktion in Zusammenarbeit mit einem Mitglied der Retter-Runde, der einen Tag lang für jedes Facebook „Gefällt mir“ einen Euro gespendet hat. Hier wurden über 150.000 Personen erreicht und es konnten fast 4000,- Euro Spenden generiert werden.

Im November erhielt die Stiftung Stadtgedächtnis für den Internet Auftritt der Kampagne den KOMPASS-Preis des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen, dessen Voraussetzung u.a. die Einhaltung der „Grundsätze guter Stiftungsführung“ ist.

Der Dezember stand in einer Kombination von Information und Spendenaufruf ganz im Zeichen der „Schmück mich!“ Aktion. Hier konnten bei Aktionspartnern und auf dem Weihnachtsmarkt am Dom am Dialoger-Stand Puzzleteile gegen eine Spende erworben und in einen Weihnachtsbaum gehängt werden. Auch im Internet gab es auf der Kampagnen-Homepage einen virtuellen Spendenbaum. Unterstützt wurde der „Schmück mich!“ Aufruf durch die Plakatierung mit „City-Lights“ und durch Werbeflächen, die die Firma Ströer kostenlos zur Verfügung gestellt hat. Insgesamt konnten wir im Dezember einen Spendeneingang von 8.000 € verzeichnen.

Mit den im Rahmen der Kampagne in 2013 eingenommenen Spendengelder konnten wir dem Historischen Archiv der Stadt Köln im Januar 2014 einen Spezialtransporter zur Verfügung stellen. Mit ihm können Archivalien klimatisiert und stoßgedämpft entsprechend der Versicherungsaufgaben von den Asylarchiven in das Restaurierungs- und Digitalisierungszentrum nach Köln gebracht werden. Für die Mitarbeiter bedeutet dies eine deutliche Arbeitserleichterung und eine Ersparnis für die Haushaltsmittel, da bisher immer über Ausschreibungsverfahren Transportaufträge an kostenintensive Spezialpeditionen gegeben werden mussten.

Insgesamt haben wir feststellen können, dass die Kampagne greift und die Beschäftigung mit dem Thema wieder beginnt. Auf dieser Basis sind die nächsten geplanten Maßnahmen, die räumliche Ausweitung der Kampagne und die Ansprache von potentiellen Großspendern.