

Kunden

DRK (Deutsches Rotes Kreuz)

Das Rote Kreuz ist die größte Hilfsorganisation der Welt. Es bietet umfangreiche Hilfsdienste für notleidende und unterstützungsberechtigte Menschen von Jung bis Alt. Rund 2,5 Mio. Mitglieder geworben. www.drk.de (in Bayern: www.brk.de)



JUH (Johanniter-Unfall-Hilfe)

Als eine der größten Hilfsorganisationen Deutschlands und das mit Abstand größte Ordenswerk besteht die Hauptaufgabe der JUH aus dem Dienst am Nächsten. Fast 2 Mio. Mitglieder geworben. www.johanniter.de



NABU (Naturschutzbund Deutschland)

Der NABU leistet mit seinen über 390.000 Mitgliedern aktive Hilfe im Bereich Naturschutz, Artenschutz und Umweltschutz. Ca. 250.000 Mitglieder geworben. www.nabu.de



BUND (Bund für Umwelt- und Naturschutz)

Der BUND setzt sich als eine der größten Umweltschutzorganisationen u.a. für den Artenschutz, die Landwirtschaft, den Naturschutz und den Klimaschutz ein. Etwa 150.000 Mitglieder geworben. www.bund.net



LBV (Landesbund für Vogelschutz)

Der LBV ist der bayrische Partnerverband des NABU, der sich für eine vielfältige Natur, den Artenschutz, Lebensraumsicherung und Umweltbildung engagiert. Etwa 15.000 Mitglieder geworben. www.lbv.de



Leif Miller NABU Bundesgeschäftsführer

Der NABU ist seit 1899 im praktischen Naturschutz aktiv und betreut heute mehr als 5.000 Schutzgebiete in ganz Deutschland. Unsere Arbeit wird getragen von mehr als 390.000 Mitgliedern. Der NABU möchte dafür begeistern, sich in gemeinschaftlichem Handeln für Mensch und Natur einzusetzen. Wir wollen, dass auch kommende Generationen eine Erde vorfinden, die lebenswert ist. Der NABU setzt sich darum für den Schutz vielfältiger Lebensräume und Arten ein sowie für gute Luft, sauberes Wasser, gesunde Böden und den schonenden Umgang mit endlichen Ressourcen.

Mit Erfahrung setzen sich Menschen im NABU dafür ein, dass auch kommende Generationen eine lebenswerte Erde vorfinden. Dabei steht konkreter Naturschutz vor Ort genauso auf dem Programm wissenschaftliche Forschung und politische Lobbyarbeit.



Mit der Firma Wesser als Partner sind wir auf einem guten Weg unserer Stimme für die Natur mehr Gehör zu verschaffen und das seit fast 20 Jahren - Dank Ihrer Hilfe!

Wolfram Rohleder JUH Bundesvorstand

Die Geschichte der Johanniter ist der Aufbau und die Entwicklung zu einer der größten Hilfsorganisationen Deutschlands. Christliche Werte und die Freude am Helfen sind bis heute Leitgedanke und Unternehmensphilosophie der Johanniter geblieben. Insgesamt helfen derzeit 26.678 in Ehrenamt und Jugend, 11.363 Hauptamtliche, 885 Zivildienstleistende und 754 FOJ'ler unsere ehrgeizigen sozialen und caritativen Ziele umzusetzen.

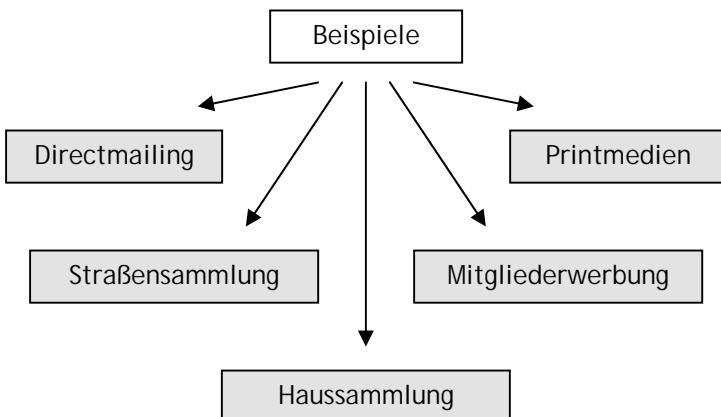
Als fördernde Mitglieder unterstützen uns rund 1,49 Millionen Menschen finanziell und ideell - deren Beiträge und diese Lobby sind ein wichtiger und integraler Bestandteil für die praktische Arbeit der JUH.



Wir sind froh, dass wir mit der Wesser GmbH seit 1981 einen Partner gefunden haben, der uns maßgeblich zu dieser Mitgliederzahl geführt hat und der unser Verständnis einer professionellen und qualitativ hochwertigen Mitgliederwerbung umsetzt. Wir freuen uns, wenn auch Sie sich entscheiden unser Image und unsere Mitgliederzahlen in Deutschland weiter zu steigern, damit wir weiter helfen können.

Warum Mitgliederwerbung?

- Finanzierung über Fördermittel ist für Non-Profit-Organisationen zu einem wichtigen wirtschaftlichen Faktor geworden. Die Mittelbeschaffung kann auf verschiedene Arten erfolgen.



Von allen Möglichkeiten der Mittelbeschaffung ist die Mitgliederwerbung die effizienteste und durch die durchschnittliche Verweildauer eines Mitglieds von 8 bis 10 Jahren auch die kostengünstigste.

Nebenstehend sind alle Effekte der Mitgliederwerbung aufgelistet, die für unsere Kunden wichtig sind.

Finanzieller Effekt

- Langfristig hohes Beitragsaufkommen
- Kalkulierbare Beträge
- Werbung muss nicht jährlich wiederholt werden
- Größere Mitgliederzahl = mehr Zuschüsse
- Keine Vorfinanzierung für die Organisationen

Gesellschaftlicher Effekt

- Lobbying durch viele Mitglieder
- Personlicher Kontakt / Bekanntheitsgradsteigerung
- Direkte Information durch Gespräche und Infomaterial
- Feedback aus der Bevölkerung

Weitere Vorteile für unsere Kunden

- Über 40 Jahre Know-How in der Mittelbeschaffung
- Übernahme des finanziellen Risikos
- Auswahl und Betreuung der Mitarbeiter
- Eigene Mitarbeiter scheuen oft Aufgabe der Werbeaktion
- Gewinnung ehrenamtlicher Helfer, Zivis etc.