



Fallstudien zu Marketingzuschüssen

CA I | MD 31, North Carolina | Videomarketing-Kampagne „Arbeitende Lions“

(Marketing-Zuschuss bewilligt in 2024-2025)

Überblick

Dem Multiple District (MD) 31 (North Carolina) wurde ein Marketingzuschuss von Lions International in Höhe von 15.000 US-Dollar bewilligt. Die Mittel ermöglichten es dem Multiple District 31, eine Markenbekanntheits- und Mitgliedergewinnungskampagne von Lions International zu starten, die sich gezielt an die Arbeiterbevölkerung in der Region richtete. Potenzielle Lions in den Vereinigten Staaten geben als einen der Hauptgründe dafür an, dass sie Clubs nicht beitreten, dass sie glauben, nicht genügend Zeit zu haben. Die Lions von North Carolina entwickelten eine Video-Marketing-Kampagne, die die Flexibilität und den Komfort von Lions als Ganzes zeigen sollte.

Ziele

1. **Machen Sie potenziellen Mitgliedern deutlich, dass man sich jederzeit engagieren und helfen kann.** Die Lions in North Carolina wollten den weit verbreiteten Irrglauben widerlegen, dass man nur dann ein Lion sein kann, wenn man im Ruhestand ist oder viel freie Zeit hat.
2. **Markenbekanntheit schaffen:** Der Multiple District 31 verfolgte das Ziel, Lions International im gesamten Bundesstaat North Carolina bekannt zu machen. Die Gruppe strebte an, möglichst viele Menschen zu erreichen – insbesondere Angehörige der Arbeiterklasse.
3. **Eine Videoreihe erstellen und Lions über digitale Kanäle fördern:** Die Lions in North Carolina wollten leicht verständliche Videos erstellen, die den Zuschauern zeigen, wer die Lions sind und was sie tun. Die Marketingkampagne war so konzipiert, dass sie als Werbeanzeige im Fernsehen, über Streaming-Dienste und in den sozialen Medien eingesetzt werden konnte, um möglichst viele potenzielle Lions zu erreichen.



Meilensteine

1. Schaffung eines Dialogs über Zeitverpflichtungen und Hilfsdienst

Die Lions von North Carolina berichteten, dass die Videokampagne großes Interesse bei potenziellen Lions geweckt hat. Es wurden viele Gespräche darüber geführt, wie wenig oder wie viel Zeit Lions dem Helfen in ihren Communitys widmen. Im Mittelpunkt dieser Gespräche stand die Aussage, dass das Lion-Sein das Leben der Engagierten und ihrer Community bereichert – und dass Helfen mit jedem Zeitplan vereinbar ist.

2. Steigerung des Bewusstseins für Lions International

MD 31 berichtete von nahezu drei Millionen Impressionen bei ihrer Werbevideoserienreihe. Die Videos enthielten auch einen QR-Code, der die Zuschauer zur MD 31-Website für weitere Informationen über Lions weiterleitete. Diese Kampagne trug erfolgreich zur Bekanntmachung der Lions von North Carolina sowie der globalen Marke insgesamt bei.

3. Eine Botschaft per Video übermitteln

Die Lions in North Carolina konnten zwei aussagekräftige Werbevideos entwickeln, die ein realistisches Bild der Clubs vermitteln und den Zuschauern zeigen, dass sie unabhängig von ihrem vollen Terminkalender ein Lion sein können. Die Videos konnten problemlos im Fernsehen, über Streaming-Plattformen und online abgerufen werden.

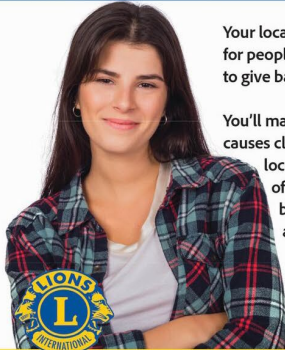
Medien

[Klicken zum Anzeigen: Marketing-Video #1](#)

[Klicken zum Anzeigen: Marketing-Video #2](#)



Your Life is Full, But So is Your Desire to Make a Difference



Your local NC Lions Club is designed for people like you, people who want to give back but need flexibility.

You'll make a lasting impact on causes close to your heart, because local Lions Clubs fit the needs of their community. Every bit of time you give creates a real impact.

Empower Your Community,
Empower Yourself.

Join us, find a club near you... nclions31.org/Go

Life is Busy, But That Doesn't Mean You Can't Give Back



Your local NC Lions Club is designed for people like you... Whether it's hands-on volunteering, leadership, or just helping when you can.

You'll be a part of a supportive network of people like you who share a passion for helping others.

Every moment you give matters. Be a part of something bigger, on your terms, at your own pace. Be a Lion.

Join us, find a club near you... nclions31.org/Go