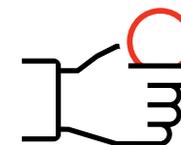


Je genauer Sie als Non-Profit-Organisation die Selektion auf Ihre eigene Zielgruppe bei Fundraising-Kampagnen eingrenzen können, desto höher ist der Spendenrücklauf. Wir haben für Sie **6 themenspezifische Zielgruppen** modelliert und als Selektionskriterien in **kbCONSUMER** fest hinterlegt. Die empirischen Zielgruppendefinitionen spiegeln dabei die typischen, gemeinsamen Merkmale der jeweiligen Spenderzielgruppen wider. Innerhalb jeder NPO-Zielgruppe werden **3 Affinitäts-Stufen** für die Selektion kodiert:

- **High** höchste Affinitäts-Klasse für das Thema
- **Medium** 2. höchste Affinitäts-Klasse für das Thema
- **Low** 3. höchste Affinitäts-Klasse für das Thema

### *Beschreibung der einzelnen Zielgruppen:*

- **Nothilfe** Diese Zielgruppe konzentriert sich auf die Bereitstellung von Soforthilfe und Unterstützung in Krisensituationen wie Naturkatastrophen oder humanitären Notlagen.
- **Gesundheit** Diese Zielgruppe widmet sich der Förderung und Verbesserung der öffentlichen Gesundheit durch Prävention, Behandlung und Gesundheitsaufklärung.
- **Umwelt** Diese Zielgruppe setzt sich für den Schutz und die Erhaltung der natürlichen Umwelt ein, um nachhaltige Lebensbedingungen zu fördern.
- **Kinder & Familie** Diese Zielgruppe unterstützt die Entwicklung und das Wohlbefinden von Kindern und Familien durch Bildungs-, Betreuungs- und Förderprogramme.
- **Ausland** Diese Zielgruppe engagiert sich in internationalen Projekten, um die Lebensbedingungen und Chancen in Entwicklungsländern zu verbessern.
- **Inland** Diese Zielgruppe konzentriert sich auf die Unterstützung und Verbesserung der Lebensqualität innerhalb des eigenen Landes durch soziale, wirtschaftliche und kulturelle Initiativen.



Der Einsatz von Charity-Adressen für NPO's ist von unschätzbarem Wert. Wir haben für Sie neue, themenspezifische Zielgruppen mit spendenaffinen Adressen entwickelt. Durch den Einsatz von Charity-Adressen erreichen Sie effizient und kostengünstig zusätzliche Spender:innen, die bereit sind, sich für gute Zwecke zu engagieren. Das Resultat: höhere Spendenbereitschaft, gesteigerte Conversion-Rate und eine nachhaltige Unterstützung Ihrer Projekte. Nutzen Sie diese wertvolle Ressource, um Ihre Botschaft direkt in die Herzen Ihrer zukünftigen Unterstützer:innen zu bringen und den Impact Ihrer Arbeit zu maximieren.

