

Okusun, Cumhuriyet'in Geleceği Olsun.

Özet

Kampanya
Başlangıç
Tarihi:

22.Eylül.2023

Kampanya Bitiş
Tarihi:

31.Aralık.2023

Zorluk:

Cumhuriyet'in 100. yılında TEV, markaların kutlamaları arasından sıyrılıp, kısıtlı kaynaklarla üniversite öğrencilerinin geri planda kalan eğitim sorunlarına odaklanarak kaynak yaratmalı ve bağışları artırmalıydı, bu Türkiye'nin yoğun gündeminde zor bir hedefti.

İçgörü:

Ülkenin ekonomik yıkımla ve afetle savaştığı, umutların her zamankinden daha da azaldığı bir dönemde kıvılcım olarak okumalarına TEV destek olur; onların binlercesi alev olarak Cumhuriyetin geleceğine katkı sağlar.

Büyük Fikir:

TEV'in gelecekte de ulaşacağı her genç, Cumhuriyetin geleceğini yaratacaktı.

Fikrin Hayata
Geçmesi:

TEV, bağışçıları, gençlerin zorluklar içinde eğitime olan bağlılıklarıyla yüzleştirdi. Tabeladan harf öğrenen, şişe etiketinden kelime kesen, her şeye rağmen okuma arzusuyla dolu, imkânsızlıklar içindeki gençlerin hikâyesin ön plana çıkardı.

Pazarlama iletişim etkinliği kapsamında bu vakanın neden bu kategoride ödül alması gerektiğini düşünüyorsunuz? Vakanızı elde ettiğiniz sonuçların zorluğu aşmakla ilişkisini kurarak özetleyiniz. İki ayrı kategoriden giren kampanyalar için bu özet farklı olmalıdır.

Bu vaka, TEV'in, Türkiye'de eğitim konusunun gündemin gerisinde kaldığı bir dönemde, Cumhuriyet'in 100. yılını anlamlandırarak eğitime odaklanma stratejisinin başarısını yansıtır. Küçük bir bütçeyle, yaratıcı, empati yaratan, kurumlar kadar bireyleri de mobilize eden bir iletişim kampanyasıyla, geniş çapta farkındalık ve bağış hareketi başlattı, eğitime erişimde zorluk yaşayan başarılı üniversitelilere umut oldu. 550'den fazla üniversite öğrencisine destek sağlandı. Bu başarı sadece eğitim alanında değil, genel olarak STK'ların karşılaştığı zorlukların üstesinden gelme kabiliyetini de gözler önüne sermektedir.



Künye

Marka Adı:	Türk Eğitim Vakfı
Kampanya Adı:	Okusun, Cumhuriyet'in Geleceği Olsun.
Kategori Adı:	Sektörel Kategoriler 23. Sivil Toplum Kuruluşları

Reklamveren

Adı:	Türk Eğitim Vakfı
Adresi:	Esentepe Mah. Büyükdere Cad. No: 111 TEV Kocabaş İşhanı Kat: 1-6-7-8 PK: 34394 Şişli-İstanbul / TÜRKİYE
Holding:	-
Web Sitesi:	www.tev.org.tr
Yetkililer:	Banu Taşkın, Genel Müdür Zeynep Canan Sülün, Müdür (Kurumsal İletişim) Ali Emre Yıldırım, Kurumsal İletişim Direktörü Aslı Ceren Noyan, Kurumsal İletişim Uzmanı Şimal Sivrikaya, Kurumsal İletişim Uzmanı

Başvuran Ana Ajans

Adı:	Happy People Project
Adresi:	ArapCami Mah, Söğüt Sk. Eski Posta Han No:1 Karaköy, 34421 Beyoğlu/İstanbul
Bağlı Olduğu Network:	-
Adı:	https://happypeople.com.tr
Yetkililer:	Yaşar Akbaş, Ajans Başkanı (Kurucu Ortak) Orçun Onural, CEO (Kurucu Ortak) Pelin Börklüoğlu, Genel Müdür Ergin Binyıldız, Yönetici Kreatif Direktör Özgün Özkalay, Genel Müdür Yardımcısı (Strateji) Atilla Karabay, Kreatif Direktör Zihni Başsaray, Kreatif Direktör Mesut Yüksel, Kreatif Grup Lideri (Metin Yazarı) Şadi Akbudak, Kreatif Grup Lideri (Sanat Yönetmeni) Yasemin Küçük, Kreatif Grup Lideri (Dijital Medya) Tamer Kılıç, Metin Yazarı Sezgin Bulut, Sanat Yönetmeni Nilüfer Özlem Akbaş, Stratejik Planlama Direktörü Ezgin Avkaroğulları, Stratejik Planlama Kerem Yalçın, Türkiye Markaları ve İş Geliştirme Lideri Seren Toktamış, Müşteri Süpervizörü Şeyma Tekin, Müşteri Temsilcisi Sümeyra Gümülü, Sosyal Medya Süpervizörü

Nisa Şentürk, Sosyal Medya Yöneticisi
Sevinç Öktem, Ajans Prodüksiyon Direktörü
Ali Çiçek, Ajans Prodüktörü
Adnan Algın, Ajans Redaktörü

Katkıda Bulunan Ajanslar

Ingage Dijital Pazarlama
Mindshare

1A - İletişimde karşı karşıya bulunduğunuz stratejik durum nedir?

Türk Eğitim Vakfı (TEV), maddi imkânsızlıkları nedeniyle eğitime erişimde güçlük çeken başarılı üniversite öğrencilerini 56 yıldır destekleyen bir sivil toplum kuruluşu (STK). Kuruluşundan beri 270 bini aşkın burs vererek öğrencilerin yanında olmuş, sadece 2022-23 eğitim yılında hane geliri %81'i açlık, %99'u yoksulluk sınırının altında ailelerden gelen 4850 yeni bursiyer öğrenciye 9 ay boyunca aylık ortalama 1.325 TL burs vermişti; fakat bu tutar TEV'e o dönemde yapılan 43 bin başvurunun sadece %11'i idi (Kaynak: TEV Bursiyer Dataları, 1967-2022). Faaliyetlerini bağış destekleriyle sürdüren TEV, başvuru kriterlerini karşılayan her 10 üniversiteliden 9'unu geri çevirmek zorunda kalmıştı. Daha fazla öğrenciye ulaşabilmek için bağış artırmalı, bağış artırmak için "eğitim" sorununun içselleştirilmesini sağlamalıydı. Ne var ki Türkiye gibi, bir Avrupa ülkesine bir yıl yetecek gündemi kısa aralıklarla tüketen bir ülkede kamuoyunu "eğitim" konusuna odaklamak çok zordu.

1) TÜRKİYE GÜNDEMİNDE "EĞİTİM" HER ZAMAN EN GERİDE:

2022 yılı itibariyle Türkiye halkının gündemindeki en önemli mesele 4 senede 22 puan yükselen "ekonomide yaşanan sorunlar"dı (%29). İkinci sırayı, bir önceki sene ile karşılaştırıldığında üç basamak yükselen "terörle mücadele" (%15,4) alıyordu. Onu "mülteciler" (%9,4), "hak ve özgürlüklerin sınırlanması" (%7,8) ve "dış ilişkilerdeki sorunlar" (%6), yolsuzluklar (%5,6) ve siyasal sıkıntılar (%5,3) izliyordu. 2021 yılında en önemli gündem maddeleri arasında altıncı sırada (%5) yer alan "eğitim", 2022 yılında listeye girememişti (Kaynak: KHAS Üniversitesi, Türkiye Eğilimleri Araştırması, N: 1.000, 2019-2022. Araştırma %4,6'nın altındaki değerleri listeye dahil etmemiştir.).

2) OMUZZLARDAKİ AĞIR EKONOMİK YÜK, ÖNCELİKLERİ SORGULATIYOR:

Her 100 kişiden 75'inin "elime fazladan para geçebildiğinde ihtiyacı olanlara dağıtım" dediği hayırsever bir toplumda yaşıyorduk (Kaynak: TÜSEV, Türkiye Bireysel Bağışçılık ve Hayırseverlik Araştırması, N: 1734, 2021). Ancak konut, gıda, sağlık gibi harcamalarda resmî enflasyon artışının %70'ler, asgari ücret artışının ise ancak %50'lerde gerçekleştiği bir senede (TÜİK, 2022 verileri) kamuoyunun önceliği epey değişmişti. Her iki kişiden biri "kendimi ve ailemi geçindiremiyorum" diyor (Kaynak: KHAS, Türkiye Eğilimleri Araştırması, N: 1.000, 2022), her üç kişiden biri eline yüklü bir miktar para geçtiği zaman ilk yapacağı şeyin borç ödemek olduğunu söylüyordu (Kaynak: İstanbul Ekonomi Araştırma, Türkiye Raporu, Ocak 2022. N: 2000. Ocak 2023'te oran %37 olmuştur.). Geliri olan vatandaşı bile etkileyen krizin üniversite öğrencilerine faturası ağırdı. Kira ödeme gücü olmayan her 10 öğrenciden 9'u devlet yurdu çıkmadığı için eğitimini dondurmaya başlamıştı (Kaynak: Ipsos, Ekonomi Dosyası, Ağustos 2023).

3) ACİLİYET VE MAĞDURİYET TANIMI BİR GECEDE DEĞİŞİRSE:

6 Şubat 2023 gecesi Kahramanmaraş merkezli, 11 ilde hasara yol açan ve 14 milyon kişiyi doğrudan etkileyen deprem sonrası, 2 milyondan fazla kişi barınma sorunu yaşarken en az 5 milyon kişi farklı bölgelere göç etmiş; Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) raporuna göre, Türkiye'de 658 bin çalışan geçim olanaklarını bir gecede kaybetmişti (Kaynak: Wikipedia girdisi, https://tr.wikipedia.org/wiki/2023_Kahramanmara%C5%9F_depremleri , Mart 2024). Bir millet, seferberlik hâlinde devletin yetersiz kaldığı noktalarda, varını yoğunu paylaşarak yardımlaşmaya çalışıyordu. Milyonların suya, sağlıklı yaşam koşullarına ulaşamadığı ortamda, TEV'in eğitime aradığı destek daha da önemsiz hâle geliyordu. Oysa bugünün gündemi ne olursa olsun, eğitimde fırsat eşitliği vizyonuyla hareket eden TEV, başarılı üniversite öğrencileri maddi zorluklar yüzünden geleceklerini kaybetmesin diye, savaşmak zorundaydı.

YÜZ YILDA BİR ÖDENEBİLECEK VEFA BORCU, SENENİN EN BÜYÜK BAĞIŞ DÖNEMİNE DENK GELİRSE:

TEV'in bu savaşında en önemli dönem, üniversite öğrencilerinin barınma ve eğitim masraflarının kamuoyunun radarına takılmaya başladığı "okula dönüş" dönemiydi. Bu dönem, yeni bursiyer başvurularının da açıldığı eylül ayında başlıyor, yılın en önemli kaynak yaratma etkinliği olan İstanbul Maratonu iletişimleriyle devam ediyor ve yılbaşı dönemindeki kutlama kartları satışlarıyla bitiyordu. Bu dönemin 2023 yılında başka bir anlamı daha vardı. Eğitim ve bilimde fırsat eşitliği, çağdaşlık ve kalkınma gibi ortak idealleri paylaştığı, TEV'in varlığının temeli olan Cumhuriyet'in de 100. yılına denk geliyordu.

TEV, Cumhuriyet'in 100. yılında, diğer markaların kutlama yoğunluğu arasından sıyrılarak kısıtlı kaynaklarıyla üniversite öğrencilerinin eğitim sorunlarına odaklanmalı ve bu alanda kaynak yaratma misyonunu sürdürmeliydi.

1B - Hedefleriniz nelerdi? Somut hedeflerinizi belirtiniz.

HEDEF 1: Cumhuriyet kutlamalarının gölgesindeki ülke gündeminden ve medya yoğunluğundan sıyrılıp üniversiteli gençlerin eğitim meselesini ön plana çıkararak bayramı bir eğitim seferberliğine dönüştürmek ve **bir önceki seneden %50 daha fazla yeni TEV bursiyerine yetecek kaynak yaratmak (480 başarılı üniversite öğrencisi).**

HEDEF 2: Cumhuriyet Bayramı ile çakışan "okula dönüş" döneminde kamuoyunun değişen öncelikleri arasında eğitim konusunun önemini vurgulayarak bireysel bağışçı sayısını arttırmak, **bireysel bağış miktarının genel içindeki payını en az %40'ta tutmak.** Kurumlar kadar bireyleri de harekete geçirerek ilerleyen dönemlerde düzenli bağış çekme potansiyelini de güçlendirmek.

HEDEF 3: Halk koşusu madalyalarının kaldırılacağı, zor bir yıl geçiren Türk kamuoyu nezdinde ilginin azalacağı öngörülen, önceki yıl "Yarıda Kalmasın" motto'suyla 3.355.179 TL rekor bağış toplanan 45. İstanbul Maratonu'nda, **bir önceki yıla eş değer bağış miktarına ulaşmayı** hedeflemek.

BENCHMARK: TEV, 2022 yılı "okula dönüş" döneminde gerçekleştirdiği "Yarıda Kalmasın" iletişimi ilk fazında "Yarıda Kalmasın Burs Fonu"na 270 bireysel, 22 kurumsal bağışçısıyla 470.026 TL toplamış ve maratondan 3.355.179 TL gelir elde etmiştir. Toplam tutar [3.8



milyon TL] o dönemde 320 öğrencinin 1 yıllık burs miktarıdır.

1C - Toplam Medya Harcamaları

0 - 5 milyon TL

2A - "Büyük Fikir" neydi?

TEV'İN ELİNDEN TUTACAĞI HER GENÇ CUMHURİYETİN GELECEĞİNİ YARATMA GÜCÜNE SAHİP.

2B - "Büyük fikir" nasıl doğdu, ona nasıl ulaştınız?

DAHA FAZLA BAŞARILI ÖĞRENCİ YARDIM BEKLİYOR:

Kahramanmaraş'taki deprem, TEV'in 2.573 bursiyerini doğrudan etkiledi ve bu felaket, daha fazla öğrencinin vakfın yardımlarına ihtiyaç duymasına neden oldu. Felaketinin hemen ardından, TEV, kontenjan sınırlamaları nedeniyle 2022-2023 burs başvurusu döneminde burs alamamış 2.000'den fazla öğrenciye ek kontenjan açtı (Kaynak: TEV, Bursiyer Dataları, 2023). Cumhuriyet'in 100. yıl dönümünde TEV, Cumhuriyet Bayramı'nı kutlamanın yanı sıra eğitimde eşit fırsatlar yaratma misyonunu daha da güçlendirmeye odaklandı. Bu karar hem Cumhuriyet'in hem vakfın değerlerine sadık kalarak eğitime ve daha fazla öğrenciye ulaşmaya yönelik bir hamleydi. Sonuçta vefa borcu olduğu Cumhuriyet'i 100'üncü yılında hak ettiği şekilde kutlamanın yolu, Türkiye'nin değişen gündemi içinde, eğitimin gelecek için taşıdığı hayati önemi vurgulamak ve daha çok öğrenciye ulaşmaktan geçiyordu; çünkü ulaşmak istediği gençlerin durumu her zamankinden kötüydü.

STRATEJİ: CUMHURİYETİN GELECEĞİNE BAĞIŞLARLA ULAŞILACAK GENÇLERİ KOYMA

TEV, Cumhuriyet'in yüzüncü yılında, Atatürk'ün eğitime olan bağlılığını ve fırsat eşitliğine olan inancını rehber olarak stratejik bir yaklaşım geliştirdi. TEV de Atatürk gibi kendi idealleri doğrultusunda okumak isteyen, içinde okuma ateşi olan gençlerin yapabileceklerine, hayallerine ve geleceklerine inanıyordu. TEV de Atatürk gibi okuma aşkı ile yanan ve başarılı olacak gençleri fark edecek vizyona sahipti. Ata'nın Cumhuriyet'i yaşatma planında kilit anlardan biri bu gençleri "Sizleri kıvılcım olarak gönderiyorum, alevler olarak dönün" ifadesiyle yetenekli gençlerin eğitimlerini desteklediği andı. Gençecik bir öğrenciyken Dr. Sadi Irmak'a gönderilen bu mesaj, Irmak'ın, Atatürk'ün vizyonunu gerçekleştirecek biri olarak yetişmesini sağladı. O dönemde atılan adımlar Cumhuriyet'i bugünlere taşıyan kadroları yetiştirmişti. Ülkenin ekonomik bir yıkımla savaştığı, 11 ilin yerle bir olduğu ve umutların her zamankinden daha da azaldığı bir dönemde kıvılcım olarak okumalarına destek olacağımız ve alev olarak memlekete katkı sağlayacağına inandığımız binlerce öğrencimiz vardı. TEV'in gelecekte de ulaşacağı her genç, Cumhuriyetin geleceğini yaratacaktı.

3A - Fikri nasıl hayata geçirdiniz?

Türkiye'de hayırseverlerin yardım davranışlarını anlamak.

Türkiye'deki hayırseverlerin ezici bir çoğunluğu (%75) yaptığı yardımı doğrudan kendileri ihtiyaç sahiplerine ulaştırmak istediklerini belirtiyor; fakat bu insanların sadece %21'inin

kurumlar aracılığı ile bağış yapmama sebebi olarak “kurumlara güvensizliği” gösteriyordu (Kaynak: TÜSEV, Türkiye Bireysel Bağışçılık ve Hayırseverlik Araştırması, N:1734, 2021). Bu davranışın ardında bilindik bir olgu yatıyordu: Tanımlanabilir mağdur etkisi. Problemin tanımlanabilir bir bireyle ilgili olduğu durumlarda birey hakkında ne kadar bilgi sahibi olursak onlar için zaman, para ve gayret harcama olasılığımız o kadar artıyordu. Kavramın fikir babası Thomas Schelling’in dediği gibi “Ne kadar çok bilirsek o kadar çok önemsiyorduk” (Kaynak: Dr. Küçün N & Dr. Güngör S., Victim Identification, Framing Heuristic And Stress Effects On The Donation Decision, 2020, sf: 23). Bu gerçekten yola çıkan Türk Eğitim Vakfı, kimin neye nasıl ihtiyacı olduğunu görmek isteyen potansiyel bağışçıları gençlerin imkânsızlıklar içinde eğitimlerine devam etme gayretleri ile yüzleştirme kararı aldı.

İlk harflerini bir tabeladan öğrenen, ilk sözcüğünü bir şişenin etiketinden kesen, yokluk içinde her şeyden ama her şeyden çok okumak isteyip buna gücü yetmeyenleri ekrana taşıdı.

Cumhuriyet’in geleceği: Okumak isteyen gençler.

Okuyup farkında olduğu potansiyelini gerçekleştirmek her çalışkan ve başarılı çocuğun hayaliydi; bazıları bu hayallerine ulaşırken bazıları doğumlarından itibaren ayaklarına takılan prangalar nedeniyle potansiyellerini gerçekleştiremiyordu. Bu, TEV’in her yıl başvuru mülakatlarında binlercesini başroldekilerin ağzından dinlediği heveslere, hayallere, hayal kırıklıklarına ve onca gayrete rağmen sönmek bilmeyen okuma ateşinin hikâyesiydi. TEV iletişimde bu engellenemez azmi, gelecek için umut; onlara destek olacak potansiyel bağışçıları da ülkenin geleceğine yön verecekler olarak konumladı. Bu ülke yüz binlerce insanın çabasıyla kurulmuştu; DNA’sında “birlik ve beraberlik” olan Türkiye Cumhuriyeti 100. yılında, kendileri ve ülkeleri için okumak isteyen gençleri, yani bu ülkenin geleceğini yine Türk halkı okutacaktı.

Zorlu görev, Cumhuriyet’in 100. yılına odaklanmış onlarca markanın arasından sıyrılmak:

“Okusun, Cumhuriyet’in Geleceği Olsun” kampanyası 22 Eylül 2023’te dijitalde ve TV’de başlayan yayınlarla başladı. “Okumak istiyor. Okutmak ister misin?” sorusuyla bağışçıları çağıran ve Cumhuriyet’in 100. yılına özel 59 saniyelik reklam filmi dijitalde 22 milyon reklam erişimine ulaştı. Elinden gelse bütün bütçesini öğrencilerine ayıracak TEV, medya kullanımında küçük bütçelerle büyük işler başarma alışkanlığını devam ettirdi. “Okusun, Cumhuriyetin Geleceği Olsun” ulusal kanalların da duyarlılığı sayesinde prime time’da bedelsiz spotlar girdi, ölçülebilir (%69) ve tematik kanallarda (%31) yayınlandı. TV iletişimi ile 58,65 GRP’ye ve %17 SOS’a ulaştı. Sivil toplum kuruluşu olarak aynı dönemde iletişim yapan LÖSEV (%26 SOS), Darüşşafaka (%19 SOS) ve TEMA’nın (%19 SOS) ardından medya harcamasında dördüncü sırayı aldı (Kaynak: Medya Ajansı Datası, 22 Eylül-31 Aralık 2023 dönemi baz alınmıştır).

Cumhuriyet iletişimlerinin yoğunlaştığı ekim ayında Cumhuriyet Bayramı iletişimleri %14 SOV aldı, ticari markaların yoğun medya bombardımanı arasında TEV bu rakamın sadece %0,02’sine erişti (Kaynak: Medya Ajansı Datası, Ekim 2023).

Kampanya söylemi, 24 Kasım’da gerçekleşen ve yılın en önemli bağış etkinliği olan İstanbul Maratonu’nda TEV kampanyasının omurgasını oluşturdu. Kampanya filmi 28 Aralık’a kadar da sinemalarda gösterildi. 6 ilde (Antalya, Eskişehir, İzmir, Kocaeli, Muğla, Trabzon) 26 noktada bedelsiz billboard ve LED ekran uygulaması yapıldı. 193 bin TL’lik medya bütçesinin



%74'ü dijital mecralara, %26'sı gazete ilanlarına harlandı.

3B - Fikri nasıl hayata geçirdiniz? (İletişimde "Touchpoints")

TV: Spotlar

RADYO: Spotlar

BASILI: Gazete

SİNEMA: Var

DİJİTAL: Display, Video Reklamlar, Sosyal medya kampanyaları

EVDİŞİ: Raket, Billboard, Pano vb.

DİĞER: Diğer: Cumhuriyet Tebrik Kartları

3C - Kullanılan diğer tüm pazarlama öğelerini listeleyiniz.

Hiçbiri

4 - Kampanyanın başarılı olduğunu nereden biliyorsunuz?

BENCHMARK: TEV'in 2022 yılı "okula dönüş" döneminde gerçekleştirdiği "Yarıda Kalmasın" iletişiminin ilk fazında, "Yarıda Kalmasın Burs Fonu" için 270 bireysel ve 22 kurumsal bağışçının katkısıyla toplanan tutar, o dönemde 320 öğrencinin 1 yıllık burs miktarına eşdeğerdir.

HEDEF 1: Cumhuriyet kutlamalarının gölgesindeki ülke gündeminden ve medya yoğunluğundan sıyrılıp üniversiteli gençlerin eğitim meselesini ön plana çıkararak bayramı bir eğitim seferberliğine dönüştürmek ve bir önceki seneden %50 daha fazla yeni TEV bursiyerine yetecek kaynak yaratmak (480 başarılı üniversite öğrencisi).

SONUÇ 1: OKUMAK İSTEYEN GENÇLERE KARŞI SORUMLULUĞU 2023 YILINDA KATBEKAT ARTAN TEV, CUMHURİYET BAYRAMI'NI BİR EĞİTİM SEFERBERLİĞİNE ÇEVİRMEYİ BAŞARDI.

Ekonomik krizin ve afetin öğrenciler üzerindeki etkisinin burs başvurularında apaçık görüldüğü 2023-2024 eğitim yılında, TEV bursuna %150 artışla 107.400 öğrenci başvurdu. TEV bu dönemde yeni bursiyer sayısını 5.000'e çıkardı. Öğrencileri enflasyonun yıkıcı etkilerinden koruyabilmek için 2022-2023 öğrenim yılında 9 ay için toplam 11.925 TL olan burs miktarı, 2023-2024 eğitim öğretim döneminde %87'lik artışla 23.500 TL'ye yükseltildi. Bursiyer sayısı ve burs miktarındaki artış sebebiyle TEV'in yeni bursiyer desteği sadece bir yılda 2 kat artarak 117 milyon TL'ye yükselmiş oldu (Kaynak: TEV, Bursiyer Dataları, 2022 ve 2023).

TEV, bu zor günlerde Cumhuriyet Bayramı coşkusunu eğitim sorununa yönlendirmeyi başardı. 2023-2024 eğitim döneminin başında başlayan, maraton dönemi ve yılbaşı kartları ile son bulan kampanya **REKOR BİR BAĞIŞA** ulaştı. Bir önceki yılın aynı döneminde yapılan kampanyadan 3,4 KAT fazla bağış topladı. Kampanya bütçesi çıkartıldığında kalan tutar, yaklaşık 550 **ÜNİVERSİTELİYE BİR EĞİTİM YILINDA VERİLEN DESTEĞE EŞİTTİ**. Enflasyonun bağışçılar üzerindeki etkisine ve artan burs tutarlarına rağmen, TEV'in elde ettiği başarı dikkat çekicidir.

HEDEF 2: Cumhuriyet Bayramı ile çakışan “okula dönüş” döneminde kamuoyunun değişen öncelikleri arasında eğitim konusunun önemini vurgulayarak bireysel bağışçı sayısını arttırmak, bireysel bağış miktarının genel içindeki payını en az %40’ta tutmak.

SONUÇ 2: TEV, KURUMSAL BAĞIŞÇILAR KADAR BİREYLERİ DE HAREKETE GEÇİREREK GELECEKTE DÜZENLİ BAĞIŞ POTANSİYELİNİ GÜÇLENDİRDİ.

Kampanya, 2023’te kaynaklarını deprem yardımlarına harcayan bireysel bağışçıları, “eğitim” konusunda da bağış yapmaya ikna etmeyi başardı. Bağışlar, yalnızca kurumların Cumhuriyet’in 100. yılını anmak için gösterdiği gayretlerle değil, daha kapsamlı bir destekle artış gösterdi. Bağış yapan kurumsal bağışçı sayısı bir sene önceki “Yarıda Kalmasın Fonu”na kurumsal bağışçı sayısına kıyasla 4,3 kat, bireysel bağışçı sayısı ise bir önceki yıla göre tam 31 kat arttı. Bir önceki burs fonu iletişimi “Yarıda Kalmasın”da toplam bağış miktarı içinde bireysel bağışçıların oranı %32 iken, 2023 iletişimi ile bu oran %46’ya çıktı.

KAYNAK: Tüm bağış dataları “Okusun, Cumhuriyetin Geleceği Olsun Burs Fonu”na ait TEV’in iç datalarından elde edilen, geçen sene aynı dönemde yapılan “Yarıda Kalmasın Burs Fonu” ile karşılaştırılan datalardır (“Yarıda Kalmasın” ilk faz iletişim dönemi 22.09.2022-31.12.2022 vs “Okusun, Cumhuriyetin Geleceği Olsun Burs Fonu” iletişim dönemi 22.09.2023- 31.12.2023). Verilere hibe/vasiyet, özel gün kartları, cenaze bağışları, maraton bağışları ve TEV’in aktif hâldeki kalan 1.912 fonu dâhil değildir. TEV; kişileri ve kurumları, bağışçı haklarını tanıyan dernek/vakıflar ile bir araya getirme düsturuyula kurulan Açık Açık Sivil Toplum Kuruluşları Platformu’nda yer almaktadır ve finansal bilgileri kamuya açıktır (Açık Sivil Toplum Kuruluşları Platformu sitesi, TEV sayfası, Nisan 2023).

HEDEF 3: Halk koşusu madalyalarının kaldırılacağı, zor bir yıl geçiren Türk kamuoyu nezdinde ilginin azalacağı öngörülen, önceki yıl "Yarıda Kalmasın" motto’suyla 3.355.179 TL rekor bağış toplanan 45. İstanbul Maratonu’nda, bir önceki yıla eş değer bağış miktarına ulaşmayı hedeflemek.

SONUÇ 3: 45. İstanbul Maratonu’nunda genel katılım ve gönüllü koşucu sayısı beklenildiği gibi azaldı (%8) (Adımadım.org datası, 2022 vs 2023). Buna rağmen Türk Eğitim Vakfı kendi maraton bağışı rekorunu kırdı. “Okusun, Cumhuriyetin Geleceği Olsun” motto’suyla hazırlanan koşu kampanyasıyla bağış miktarını bir önceki yıla göre %9 artırdı. 1.175 koşucu ve 6.537 bağışçı 3.647.465 TL toplamayı başardı (Kaynak: TEV, 45. İstanbul Maratonu Bağış Dataları, 2023).

ÖZETLE: TEV, Cumhuriyet’in 100. yıl kutlamalarında, Atatürk’ün ülkenin geleceği için eğitime verdiği önemi temel alarak bu alandaki başarı hikâyesini daha da ileriye taşıma kararı aldı. Cumhuriyet’in geleceği olacak nesilleri yetiştirme misyonunun kendisinde ve bağışçıların elinde olduğunu anlatan bir iletişim yarattı. **TEV, enflasyonun bağışçılar üzerindeki etkisine rağmen bu iletişimin karşılığını rekor bir bağış oranı ile aldı.** TEV’in elde ettiği bu olağanüstü başarı, eğitim gibi kamuoyunun gündeminde geriye atılan bir konuyu toplumun gündemine taşınması ve sadece kurumları değil, bireyleri de bu önemli mesele etrafında seferber edebilmesi yönünden değerlidir.

5 - Elde edilen sonuçlar üzerinde etkili olabilecek başka unsur var mıydı?

Başka unsur yoktur.



Dosyalar

FİLM.mp4	video/mp4 (82.79 MB)
RADYO SPOTU.mp3	audio/mpeg (1.72 MB)
İLAN.jpg	Resim (243.51 KB)
BİLLBOARD.jpg	Resim (187.92 KB)