

Fürs Geben begeistern.



Individuelle
Planung



Zielgenaue
Lösung



Gemeinsames
Handeln

Menschen gewinnen | Arbeitshilfe 3.1

Spendenbrief statt Bettelbrief

Diese Arbeitshilfe verrät Ihnen wichtige Punkte, die beim Erstellen eines Spendenbriefes (= Mailing) zu beachten sind.

Per Brief mit einem Menschen in Kontakt zu treten, ist eine besondere Form der Wertschätzung, vor allem im Zeitalter von E-Mail, Handy und sozialen Netzwerken. Wenn Sie sich entscheiden, in einem Brief um Geld zu bitten, macht es Sinn, auf Tipps von Fundraising-Profis zu achten. Ein Spendenbrief nennt sich in der Fachsprache Mailing. Dieser persönlich adressierte Spendenauf-ruf ist der erfolgreichste Auslöser für finanzielle Zuwendungen und somit nach wie vor das erfolgreichste Fundraising-Instrument. Rund 89 Prozent der Spenden werden per Überweisung getätigt.

Kennzeichen für den Erfolg

Der Erfolg eines Mailings liegt in seinen spezifischen Vorteilen begründet: Ein Mailing ist einerseits ein persönliches Anschreiben, gleichzeitig können damit jedoch viele angesprochen werden und es ist messbar. Daher lohnt es sich, eine Mailing-Aktion sorgfältig zu planen, umzusetzen und auszuwerten.

Für den Erfolg eines Mailings sind folgende Punkte maßgebend:

- die Vertrauenswürdigkeit der Organisation
- ein überzeugendes Anliegen mit einem konkreten Spendenbedarf
- richtige Adressen
- eine zielgruppengerechte Ansprache
- der richtige Zeitpunkt der Ansprache
- ein gutes Danksystem

Inhalt

- Kennzeichen für den Erfolg
- Starthilfen fürs Schreiben

VORTEILE

Ein personalisiertes Mailing ist nach dem persönlichen Gespräch die direkteste Form mit einer Spenderin oder mit einem Spender in Verbindung zu treten und damit eine Reaktion auszulösen.

Durch eine Mailing-Aktion werden viele Menschen gleichzeitig und gezielt angesprochen.

Der Erfolg einer Mailing-Aktion ist kurzfristig messbar. Diese Erkenntnisse können für weitere Aktionen gewinnbringend verwendet werden.

Starthilfen fürs Schreiben

Ein Spendenbrief hat den Zweck, die Empfängerin oder den Empfänger zu überzeugen, ein Projekt zu unterstützen. Das gelingt am besten, wenn Sie sich selber im Klaren sind, wie Sie gefühlsmäßig zum Spendenprojekt stehen. Diese Gefühle bestimmen die Wortwahl ihres Schreibens. Mit einer authentischen Sprachwahl überzeugen Sie andere Menschen am besten. Und denken Sie an die Spendenden: Was möchten diese? Nicht nur: Was wollen wir?

Ebenso müssen Sie sich über das Projekt genau informieren und sich über den Grund des Spendenbriefes im Klaren sein. Das heißt, der zweite Schritt wird sein, Fakten zu sammeln. Überlegen Sie sich auch, was für Fragen die Leserin oder der Leser zum Projekt haben und was Ihre Antworten darauf sind. Weiter müssen Sie sich überlegen, ob die potenzielle Spenderin oder der potenzielle Spender und das Projekt zusammenpassen. Der Erfolg wird gering sein, wenn Sie beispielsweise flüchtlingskritische Menschen für den Flüchtlings-Treff in der Gemeinde um Unterstützung bitten. Hingegen: Eltern von Kindergartenkindern werden erwartungsgemäß gerne für ein neues Spielgerät für die Außenanlage des Kindergartens spenden.

Der Sprachstil wird der Zielgruppe angepasst. Das Projekt selbst ist lebendig beschrieben und der Nutzen, der durch die Spende erreicht wird, wird konkret formuliert. Allgemeine Aussagen wirken nicht. Wichtiges soll wiederholt werden. Ein Satz beinhaltet einen Gedanken. Keine Schlangensätze. Nach der persönlichen Anrede ist der erste Satz besonders wichtig: er soll sofort zum Thema kommen. Lange Einleitungen langweilen und die Gefahr steigt, dass der Brief nicht weiter gelesen wird. Um die Leserin und den Leser bei der Stange zu halten, hat sich als Richtlinie für den inhaltlichen Ablauf das **Dramaturgie-Schema AIDA** als hilfreich erwiesen.

A = Attention
Aufmerksamkeit
3-5 Zeilen

Aufmerksamkeit wecken, indem die Notlage bildhaft beschrieben wird. Die Notwendigkeit des Projekts muss ersichtlich sein. Dies gelingt am besten mit einem konkreten Einzelfall. Der Inhalt der Geschichte ist maßgebend. Eine gute Geschichte bestimmt unsere Entscheidung.

I = Interest
Interesse
5-8 Zeilen

Interesse am Spendenprojekt wird erzeugt. Das Thema wird vertieft, indem Lösungen des Problems oder bereits erzielte Erfolge beschrieben werden. Eine sinnvolle Lösung wird aufgezeigt, indem erklärt wird, was geplant ist. Das erweckt Hoffnung.

D = Desire
Wunsch
4-6 Zeilen

Wunsch zum Helfen wecken: Man ist auf jeden Euro angewiesen. Spendenbeträge konkretisieren, indem sie gestaffelt werden und/oder aufgezeigt wird, was mit dem Betrag erreicht werden kann.

A = Action
Aktion
3-5 Zeilen

Möglichkeit bieten zu handeln und um eine Spende bitten. Sagen, was man tun soll: Angeben, wie gespendet werden kann, beispielsweise mit einem Überweisungsträger.

ADRESSEN

Bereinigen Sie Ihre Adressdatei, bevor Sie die Briefe versenden:

- Dubletten löschen
- Todesfälle löschen
- Umgezogene korrigieren
- Unvollständige Adressen korrigieren oder streichen
- Nur einen Brief pro Haushalt versenden

Sie können diese Bereinigung selbst vornehmen, bei großen Adressdateien empfiehlt es sich den – allerdings kostenpflichtigen – Service der Post AG zu nutzen.

- 1** Name und Anschrift des Empfängers sind ein wichtiger Verstärker: Ja! Fehlerfreie Anschrift und Anrede.
- 2** Die personalisierte Anrede signalisiert: der Angesprochene ist persönlich gemeint.
- 3** Der Absender sollte auf den ersten Blick erkennbar sein.
- 4** Die Betreffzeile bringt auf den Punkt, um was es geht und macht Lust weiter zu lesen.
- 5** Leiten Sie das Auge des Lesenden mit Unterstreichungen (höchstens fünf Wörter auf einmal) gezielt auf die wichtigsten Informationen.
- 6** Das Postskriptum ist oft der erste vollständige Satz, der gelesen wird und teilt sich seine Stellung mit der Überschrift.

Kirchengemeinde St. Benedikt, Musterstadt

Herr
Berthold Becker
Lindenstraße 22
12345 Bodenheim

Schenken Sie Kindern Gesundheit!

Sehr geehrter Herr Becker,

medizinische Versorgung von Kindern liegt der katholische Pfarrgemeinde St. Benedikt besonders am Herzen! Seit Jahren unterstützt sie die Arbeit des Caritas Baby Hospitals in Bethlehem. Vielen Kindern konnte durch unsere Spenden geholfen werden.

Zugunsten dieses Projektes veranstaltet die Pfarrei im Rahmen ihres Sommerfestes am 09.09.2023 eine Tombola.

Helfen Sie mit! Jede Sach- und Geldspende schenkt ein Stück Zukunft und Gesundheit für Kinder und ihre Eltern in der weiten Umgebung von Bethlehem. Von der Hilfe profitieren alle notleidenden Familien, weil nicht nach Staatszugehörigkeit oder Religion gefragt wird.

Ihre Sachspenden können Sie bis zum 9. August 2023 im Pfarrbüro in der Musterstr. 19 abgeben, gern sind wir auch bereit, die Sachspenden bei Ihnen abzuholen. Geldspenden können Sie auf die Konto-Nr. 123456 bei der xybank, BLZ 555 444 33 überweisen.

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung. Wir freuen uns, wenn wir zusammen mit Ihnen bei unserem Sommerfest feiern können!

Mit freundlichen Grüßen

Franz Fröhlich
Franz Fröhlich
Pfarrer von St. Benedikt

Agnes Gutemut
Dr. Agnes Gutemut
Vors. d. Pfarrgemeinderates

P.S.: Jede Spende hilft!

Musterstadt, Datum

Kirchengemeinde St. Benedikt, Musterstadt, Kirchstraße 1, Telefon 0777/654, www.kath-musterhausen.de

Zu diesem Beispiel

Dieser Spendenbrief einer fiktiven Gemeinde soll veranschaulichen, was alles bedacht werden muss. Wenn Sie Unterstützung benötigen, helfen wir Ihnen gern weiter.

7 Unterschrift per Hand mit blauer Tinte. Faksimile- oder Scan-Unterschriften nur bei hohen Auflagen.

8 Studien haben ergeben, dass Menschen Spendenbriefe in dieser S-förmigen Kurve überfliegen.

Bestandteile eines Mailings

Ein Spendenbrief besteht aus mehreren Teilen:

- Briefhülle** Visitenkarte und Türöffner: auf Gestaltung achten!
- Brief** schriftliches Gespräch
- Flyer** vertiefte Präsentation des Anliegens durch Fakten, Zahlen, Grafiken, Bilder, wenig Text
- Incentive** kleine zum Projekt passende Beilage als vorausseilendes Geschenk für die Spenderin oder den Spender (fakultativ)
- Response Element** Abschlussphase: Überweisungsträger, Antwortpostkarte

CHECKLISTE

1. Zeitplanung

- Termin für den Spendenbrief
- Vorbereitungszeitraum mind. 3 Monate

2. Adressen vorbereiten

- Adressen bereinigen und selektieren (siehe auch S. 2: ADRESSEN)

3. Kostenkalkulation

- Druckkosten (Brief, Responseelement, Beilage)
- Grafikleistung
- Portokosten
- Kosten für den Dank

4. Brief vorbereiten

- Anschreiben
- Responseelement
- Umschlag (ggf. besonders bedrucken)
- Beilage

5. Dank

- Dankbrief
- Andere Formen (Einladung, Fest etc.)

TIPP

Überweisungsträger können personalisiert werden! Das Referat Fundraising hält entsprechende Dateien bereit.

Wenn Sie alle Bestandteile zusammengetragen haben, wiegen Sie sie und kalkulieren zuerst die Portokosten bevor Sie sich festlegen! Zwei bis drei Gramm können einen großen finanziellen Unterschied ausmachen.

ZIELGRUPPEN

Sortieren Sie Ihre Adressen:

- Spendende, Dauerspendende (dazu gehören auch Ehrenamtliche!)
- Neuzugezogene
- Bisher kein Kontakt
- (Potenzielle) Großspenderinnen und Großspender werden nicht über einen allgemeinen Spendenbrief angesprochen

Um Ihr Mailing noch effektiver zu gestalten, können Sie Ihre Adressen in unterschiedliche Zielgruppen unterteilen.

Ziel ist es, für jede Gruppe möglichst passgenau einen Brief zu entwerfen, da jede Gruppen ganz unterschiedliche Voraussetzungen beim Lesen mitbringt.

Bei Gemeindemitgliedern können Sie beispielsweise einen ganz anderen Kenntnisstand voraussetzen, als bei Neuzugezogenen und Menschen, mit denen Sie zum ersten mal in Kontakt treten, sollten anders angesprochen werden, als Menschen, mit denen Sie bereits Kontakt hatten.



Wir sind für Sie da.

Kennen Sie schon unsere anderen Arbeitshilfen aus den Kategorien Grundlagen, Medien, Menschen gewinnen und Menschen binden? Diese erhalten Sie auf Anfrage oder unter www.ebfr.de/fundraising

Erzdiözese Freiburg
Erzbischöfliches Ordinariat HA6 – Referat Fundraising
Schoferstr. 2 | 79098 Freiburg
Telefon: 07 61 . 21 88-401
E-Mail: fundraising@ordinariat-freiburg.de