

# MAILING DES MONATS

## Blick über den Tellerrand: Ein Spendenbrief aus Tasmanien

*Fundraising wird auch in Tasmanien gemacht, auf einer im Südosten von Australien vorgelagerten Insel. Vor allem durch die „Movember“ bekannt – eine aus Australien stammende Fundraising-Idee, bei der sich jährlich im November Männer Oberlippenbärte wachsen lassen, um während des Monats Spenden zugunsten der Erforschung des Prostatakrebs zu sammeln – bieten die Australier kreative Ansätze für das klassische Fundraising-Instrument Mailing an. Wir haben für Sie ein Weihnachtsmailings der Heilsarmee (The Salvation Army) aus Tasmanien unter die Lupe genommen.*

Farbig, lächelnd, lebensfroh – die Bilder, die über die Armen in Australien berichten, schaffen es positiv zu wirken und zum Nachdenken anzuregen. Sie werden bewusst eingesetzt, um den Leser durch den Text zu führen, wirken dabei aber nicht gestellt. Die unpersonalisierte Anrede „Dear Friend“ lässt darauf schließen, dass es hier um die Ansprache eines breiteren Kreises potentieller Unterstützer, also um ein so genanntes Neuspender-Mailing, handelt.

Das Mailing der Heilsarmee besticht gerade durch die nahtlose Integration von fünf traditionellen Bestandteilen. Legt man zwei DIN A4-Seiten mit der schmalen Seite neben einander, gewinnt man eine Vorstellung von der Größe des Mailings. Auf dieser übersichtlichen Fläche, die dem Spender als Ganzes präsentiert wird, ist alles zu finden: ein Spendenbrief, ein abzutrennender Überweisungsträger, ein knapper Flyer, zehn Give-Away-Aufkleber und ein Briefumschlag.

### Klassischer Textaufbau – gewagte Hervorhebungen

**Christmas is  
EMPTY  
when you have  
NOTHING...**

*Dear Friend,*

What will be the most special thing for you this Christmas?

No matter what the ads say, my guess is your most special thing won't come with bubbles in a bottle. Or be served up with gravy on a plate. Or even arrive wrapped in bright-coloured paper under your Christmas Tree.

Often it's the smallest, simplest, most personal things that matter most...

...the act of kindness you don't expect. The hug that brings you close when you've felt apart. The smile that says you're loved and cared for - despite everything.

For 16 year old Indie last Christmas it was going away with her mum for a 'girls weekend'. Doing mum and daughter things. Being pampered. Going window-shopping. Having a massage. A laugh.

This Christmas, Indie will be looking at photos of those memories.

Because earlier this year Indie's mum - Anne - died. Of a brain tumour the doctors couldn't fix.

This family's pain started a few years ago when the family broke down. Indie has lived in Salvo's accommodation since then. We were able to keep Indie and her mum in touch, and when news came of Anne's illness the Salvo's team jumped in to help. We took Anne to doctors' appointments and for hospital visits, while supporting Indie at the same time.

Den Einstieg in das Thema „Armut“ wird durch die Überschrift „Christmas is EMPTY when you have nothing“ für den Leser leicht gemacht und regt zum Weiterlesen an. Im Text wird in kurzen, prägnanten Sätzen nach einem klassischen Muster die persönliche Geschichte eines Mädchens erzählt. Bei der Gestaltung des Spendenbriefes wird dagegen gern gegen die Regeln verstoßen – mal erfolgt die Hervorhebung in Fettschrift, mal wird mit Unterstreichungen gearbeitet und dazu zentriert. Es wirkt bunt und lebendig, bleibt aber übersichtlich.

## Dringlichkeit im PS verstärkt

Das durch die handschriftliche Schriftart herabgesetzte Postskriptum wirkt ve

Words normally aren't enough to say thank you for the special things you do to help people through the Salvos ... but the 10 words of the Envelope Seals on the front cover are a start. Please enjoy these as our Christmas gift to you, with the prayer the most special thing you get is the something special that you give.

God bless you.  
**Neil Venables**  
Neil Venables (Major)  
for the volunteers and team at The Salvation Army

PS: We must raise over \$3,500,000 by Christmas Eve to care for the 300,000 Australians who will come to the Salvos for care this Christmas season.  
Please give your something for those who have nothing. Thank you.

**✓ YES, I have something to give this Christmas!**

My donation is:  \$55  \$25  \$10  \$  
Donations over \$2 are tax deductible

I prefer to give by:  Cheque/money order (payable to The Salvation Army)  
 Visa  MasterCard  Others  Amex

Please fill in your details: 34385  
 Mr  Mrs  Miss  Ms  Dr  Other  
First Name: \_\_\_\_\_  
Surname: \_\_\_\_\_  
Address: \_\_\_\_\_  
Postcode: \_\_\_\_\_  
Phone: \_\_\_\_\_ Birthdate: / /  
Email: \_\_\_\_\_  
Go to [www.salvos.org.au](http://www.salvos.org.au) for more info

Thank you!  
Please complete and return in the self addressed envelope

**CHRISTMAS APPEAL**

verstärkend und animiert den Leser zum Handeln. Die Aufforderung an den Spender: „We must raise over \$3,500,00 by Christmas Eve to care for the 300,000 Australians who will come to the Salvos for care this Christmas season. Please give your something for those who have nothing,“ ist sehr deutlich. Die Kernbotschaft dieses Mailings „Bitte geben Sie etwas für diejenigen Menschen, die nichts haben,“ ist knapp gehalten und klar formuliert. Die Dringlichkeit wird durch die Zeitangabe „by Christmas Eve“ intensiviert.

Direkt unter dem Anschreiben befindet sich die australische Version eines Überweisungsträgers, die mit „Yes, I have something to give this Christmas!“ eingeführt wird. Durch die rote Farbe wird geschickt die Verbindung zu der Überschrift des Mailings „Christmas is EMPTY when you have nothing“ hergestellt. Der Spendenbrief ist von dem Leiter einer Ehrenamtliche-Gruppe unterschrieben. Sein Bild ist links neben der Unterschrift platziert und lenkt die Aufmerksamkeit des Lesers auf das PS, das direkt unter dem Bild anfängt.

## Sparsamer Flyer überzeugt durch Bilder

Eine sehr sparsame Version des Flyers, die hauptsächlich aus Bildern und knappen Bilderläuterungen besteht, ist auf der Rückseite des Mailings platziert. In der Rubrik „Haben Sie gewusst ...“ sind – wie in einem Flyer üblich – Zahlen und Fakten zu der Situation der Armen in Australien zusammengefasst, z.B. „Did you know ... each night up to 22,000 Australian teenagers are homeless.“ Allerdings wird auch hier mit dem Text sparsam umgegangen.

## Fazit

Das Mailing der Heilsarmee enthält alle Bestandteile, die sich auf einer Fläche von zwei DIN A4-Seiten gestalten lassen ohne gedrängt zu wirken. Das Gesamtbild des Mailings ist zunächst ungewöhnlich, überzeugt aber durch die durchdachte Struktur und klare Leserführung. Sicher würde man in Deutschland nicht jedes Detail dieses Mailings auf jede Zielgruppe übertragen können, doch kreative Anregungen aus Tasmanien gibt es genug, „weniger ist mehr“ gehört zu den wichtigsten Erkenntnissen.

**Einen Kommentar schreiben**