

# MAILING DES MONATS

## Alzheimer Initiative: Menschlich, ehrlich, überzeugend

*Obdachlose, Drogenabhängige, Straftäter – die Randgruppen unserer Gesellschaft geraten leicht in Vergessenheit. Ihre Bilder wirken schockierend, über ihre Probleme spricht man nur ungern. Es gibt Themen, bei denen Fundraising zu einer besonderen Herausforderung wird. Dazu gehören auch Krankheiten. Wie formuliert man einen Spendenbrief zu einem Thema, über das die meisten von uns am liebsten nicht nachdenken möchten? Viele Anregungen dazu gibt ein Mailing der Stiftung Alzheimer Initiative.*

„Sehr geehrter Herr Müller, wie würden Sie der kleinen Mareike erklären, dass ihre geliebte Oma nicht mehr mit ihr spazieren gehen kann, weil die Großmutter nicht mehr den Weg nach Hause findet?“ – mit diesem Satz schafft der Spendenbrief der Alzheimer Initiative einen großartigen Einstieg in das schwierige Thema der Alzheimer-Krankheit. Es ist eine Geschichte eines siebenjährigen Mädchens, das von seiner Oma nicht mehr erkannt wird. Traurig, ehrlich und gleichzeitig hoffnungsvoll. Mit einfachen Worten wird erklärt, wie es den Angehörigen geht, wenn ein Familienmitglied an dieser unheilbaren Krankheit leidet.

„Wie ein Tagebuch, das ein beschriebenes Blatt nach dem anderen verliert, raubt Alzheimer den Erkrankten ihre Gegenwart, Vergangenheit und Zukunft. Sie verlieren ihre Erinnerungen.“ Der Text besticht durch seine klare Struktur, seine Ernsthaftigkeit und seine Ehrlichkeit. Die kranken Menschen werden aber nicht als hilflos dargestellt. Die Alzheimer Initiative setzt sich für sie ein: „Unser Ziel lautet: Alzheimer muss heilbar werden!“ Und dafür werden Unterstützer gesucht. Es handelt sich um potenziellen Spenderinnen und Spender, die Alzheimer Initiative noch nicht kennen, also um Neuspender.

### Starke Bilder und klare Ergebnisse der Unterstützung

„Wenn Erinnerungen verblassen ... wie ein altes Foto“ heißt die Überschrift des Spendenflyers, einer Beilage zum Spendenbrief.

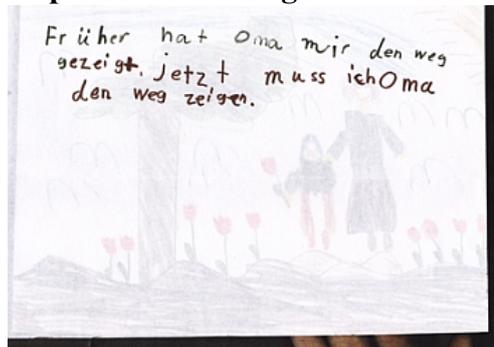


Auf dem Titelbild sieht man ein älteres verblasstes Foto. Eine Hand im Vordergrund zeigt auf einen Menschen auf diesem Foto: „Wer war das?“ Wie schlimm muss es sein, wenn man sich nicht mehr daran erinnern kann? An die Gesichter, an die Namen, an die Menschen?

Die Bilder des Flyers, auf denen die kleine Mareike mit ihrer Oma abgebildet ist, geben Hoffnung: „Forschung hilft heilen!“ Für die Angehörigen und die potentiellen Spender heißt das: „Nicht aufgeben und gemeinsam für Fortschritt sorgen!“ Wie genau das aussehen kann, wird in dem Flyer mit einer

Shopping-Liste aufgezeigt. Nährlösungen für Versuchsreihen (15 Euro), bildgebende Verfahren für gefährliche Ablagerungen im Gehirn (25 Euro), Testunterlagen, mit denen die Alzheimer-Krankheit früh erkannt werden kann (50 Euro) – auch hier überzeugt der Text durch seine Authentizität, Klarheit und die Kunst, höchst komplizierte wissenschaftliche Zusammenhänge verständlich auszudrücken.

### Unpräzise Beilagen mit inhaltlichem Bezug



Ein Kinderbild von Mareike, auf dem sie mit ihrer Oma spazieren geht und die kindliche Unterschrift auf der Rückseite „Früher hat oma mir den weg gezeigt. Jetzt muss ich Oma den weg zeigen.“ Ansonsten ist die Seite leer. Und es wirkt: Eigentlich muss auch nicht mehr gesagt werden. Diese starken Wörter von Mareike befinden sich auch auf dem Briefumschlag des Mailings und regen ganz sicher dazu e



in, diesen Brief zu öffnen.

Die drei unterschiedlichen Postkarten mit den Briefumschlägen liegen dem Mailing bei. Auf einer der Postkarten wird Mark Twain zitiert: „Gib jedem Tag die Chance, der schönste deines Lebens zu werden.“ Auch das passt zum Thema und lädt buchstäblich dazu ein, über eine Krankheit und ihre Folgen nachzudenken, über die man am liebsten gar nicht nachdenken möchte. Die ruhigen Bilder auf der Postkarte finden sich auf den einigen wenigen Aufklebern wieder, die diesem Neuspender-Mailing beigelegt sind.

### Fazit

Ein schwieriges Thema, ein komplizierter Zusammenhang, ein Neuspendermailing – bei Spendenbriefen gibt es kaum eine größere Herausforderung. Die elegante Lösung der Alzheimer Initiative besticht vor allem durch seinen starken Text und eine Gesamtkonzeption, die den Leser dazu bewegt, helfen zu wollen. Alles in einem ein gelungenes Beispiel dafür, dass man bei dem im Fundraising am häufigsten benutzten Instrument Mailing und bei einem anspruchsvollen Thema doch eine gelungene kreative Lösung finden kann.

**Einen Kommentar schreiben**