

MAILING DES MONATS

Wenn ich aufwache, ist alles blau

Ein Kind berichtet von seinem Leben in einem Flüchtlingslager, in denen Zelte mit blauer Plane typisch sind. Das einstufige Mailing der UNO-Flüchtlingshilfe, bestehend aus Versandhülle, Anschreiben, Flyer und Überweisungsträger, hat es beim Mailingwettbewerb 2012 der Deutschen Post in der Kategorie "Effizient & Auflagenstark" auf die Shortlist geschafft.



Blau wie ein Flüchtlingszelt

Dieses Mailing der UNO-Flüchtlingshilfe e.V. besticht durch seine Aufmachung, die einem UNHCR-Flüchtlingszelt nachempfunden ist. Die blauen, wasserdichten und besonders reißfesten Plastikplanen verteilen Mitarbeiter des UNHCR (Flüchtlingskommissariat der Vereinten Nationen) an die Ankömmlinge in den Flüchtlingslagern, meist Mütter mit ihren Kindern, damit sie vor Hitze und Kälte geschützt sind. Es ist nicht mehr als ein provisorisches Zuhause in der Fremde, aber es sichert das Überleben der Menschen in Not.

Das Motiv der blauen Plane umhüllt den Umschlag, der Flyer (geschlossenes Format: 15 x 10 Zentimeter) scheint ganz und gar aus der Zeltplane zu bestehen. In kleinen Taschen und Aufhängern sind Texte und Fotos platziert und auf der Vorderseite des Flyers schaut ein Kind aus dem Zelt heraus. Wie eine [aktuelle Studie des Marktforschers Nielsen](#) herausgefunden hat, verführen bedruckte Umschläge den Empfänger zum Öffnen des Briefes. Besonders aufwendig gestaltete Versandhüllen tragen dazu bei, dass sich der Empfänger an diese Werbebriefe erinnert und dass sein Konsumverhalten aktiviert wird. Mehr dazu erfahren Sie in dieser Newsletter-Ausgabe unter [FUNDRAISING PRAXIS](#).

Mit den Augen eines Kindes



Auf der Rückseite des Briefumschlages ist zu lesen: „Wenn ich aufwache, ist alles blau.“ Das Mailing lässt den Leser die Perspektive des Mädchens Nadifa einnehmen, mit deren Augen er die Ankunft und Aufnahme in einem UNO-Flüchtlingslager erlebt. Sie schaut aus dem provisorischen Zelt, das ihre Mutter aus der blauen Plane errichtet hat und berichtet über das, was sie sieht.



Ankommen, Ernähren, Heilen und Schützen – das sind die Aufgaben, die die UNO in den Flüchtlingslagern wahrnimmt. Ein emotional aufwühlendes Element ist der weiße "Aufnäher" in der Innenseite des Flyers: "Überleben unter einer Plastikplane". Dort werden die verschiedenen Ausführungen der Plastikplanen und deren Verwendung beschrieben. Schlagartig wird einem klar, dass die gesamte Infrastruktur der notdürftig errichteten Flüchtlingslager tatsächlich aus nichts als diesen Zeltplanen besteht. Eindringlicher lässt sich Not und Armut kaum illustrieren.

Fazit

Die emotionale und authentische Botschaft dieses Mailings kam an. Das zeigt die Responsequoten von 10,5 Prozent (Hausliste). Mit durchschnittlich 73 Euro pro Neuspender wurde auch in der Fremddate ein gutes Ergebnis erzielt.

Einen Kommentar schreiben