

# MAILING DES MONATS

## Weihnachten – Spenden statt Geschenke

*Weihnachten ist die Zeit, in der die meisten Spendenorganisationen fast die Hälfte ihrer Jahreseinnahmen erwirtschaften. Dennoch werden sich die meisten Fundraiser fragen, wie man in dieser Zeit weitere Spendenquellen erschließen kann. Unser Tipp: Spenden statt Geschenke.*

Für viele Firmen fängt der Weihnachtsstress schon Ende August an. Kreative Köpfe zerbrechen sich den Kopf, womit die treuen Kunden dieses Jahr bedacht werden sollen. Das Repertoire ist meist begrenzt: die Flasche Rotwein, die Dose Nürnberger Lebkuchen oder der Kugelschreiber mit eingraviertem Firmenlogo. Dabei sind sich Unternehmen nicht nur zunehmend ihrer sozialen Verantwortung bewusst, sondern es gehört auch mittlerweile zum guten Ton, sich gerade zur Weihnachtszeit durch soziales Engagement in Erinnerung zu rufen. Deshalb: Ersparen Sie Ihren Firmenpartnern Verpackungsorgien und unnötige Weihnachtsturbulenzen. Fordern Sie sie auf, statt der üblichen Kundengeschenke für Ihre Organisation zu spenden.

**Tipp 1:** Spätestens nach den Sommerferien fangen die ersten Überlegungen an, was man in diesem Jahr guten Kunden und Geschäftspartnern zu Weihnachten schenken könnte. Fordern Sie Ihre Kontakte auf, sich von langjährigen Traditionen zu lösen und zu spenden.

### „Tue Gutes und rede darüber!“

Je nach Größe Ihrer Organisation können Sie Ihre Aktion „Spenden statt Geschenke“ unterschiedlich gestalten. Sie sollten nur bedenken: fast allen Unternehmen gemeinsam ist der Wunsch, ihr Engagement gegenüber dem Kunden sichtbar darzustellen.

Die einfachste Möglichkeit, die Idee „Spenden statt Geschenke“ von Firmenseite zu kommunizieren, ist das Einlegen von Dankeskarten in der Weihnachtspost. Idealerweise werden die Einlegekarten oder -blätter von Ihrer Organisation in der gewünschten Zahl bereitgestellt. Gerne gesehen bei Unternehmen sind auch Aufkleber für die Weihnachtspost, die bereits auf dem Briefumschlag das Engagement sichtbar machen.

Bei Unternehmen, die eigene Weihnachtskarten verwenden, können Sie ihre Danksagung auch dort eindrucken lassen oder ein Dankschreiben erstellen, das mit der hauseigenen Post versendet wird. Alternativ bietet es sich an, eigene Weihnachtskarten zu gestalten. Sie sollten hierbei an mindestens zwei verschiedene Motive denken. Vereinfachen Sie die Kommunikation, indem Sie ebenfalls vorgefertigte Textbausteine anbieten, die wahlweise zusammen mit dem Namen und Logo des Spenders in die Karte gedruckt werden können.

**Tipp 2:** Nutzen Sie Ihre Kontakte und machen Sie ein Engagement so einfach wie möglich. Zeigen Sie ihren Geschäftspartnern und Firmenspendern, dass ein Unternehmen an Weihnachten sinnvoll schenken und dabei soziales Engagement zeigen kann.

## **Projektpatenschaften als besonderes Geschenk**

Die Höhe des Betrags lässt sich stufenweise gestalten. Üblich ist, dass Firmen den sonst vorgesehenen Betrag für Geschenk und Versand an die Organisation spenden. Natürlich können Sie aber auch bestimmte Spendenbeträge zusammen mit Themen bzw. Projekten vorschlagen, für die eine Weihnachtsspende möglich ist. Für besondere Kunden oder Geschäftspartner bieten sich auch Projektpatenschaften an. Die persönliche Note verleihen individuell gestaltete Urkunden. Bieten Sie an, neben dem Dankschreiben einige Informationen über das jeweilige Projekt beizulegen bzw. dem neuen Projektpaten Informationen zu dem „Patenprojekt“ regelmäßig zuzusenden.

Bei größeren Weihnachtsspenden lässt sich die Spendenübergabe mit einigen Bildern dokumentieren. Diese lassen sich gemeinsam mit einer abgestimmten Pressemeldung an die Medien versenden. Die Nennung auf der eigenen Homepage und Verlinkung zum jeweiligen Unternehmen kann ebenfalls ein interessanter Anreiz sein.

## **Frühzeitige Planung ist wichtig**

Generell gilt: Überlegen Sie, was zu Ihrer Weihnachtsaktion „Spenden statt Geschenke“ gehören kann. Gehen Sie aktiv auf ihre Geschäftspartner und Unternehmensspender zu. Stellen Sie ihr Angebot so einfach wie möglich dar. Und versenden Sie ihre Aufforderung „Spenden statt Geschenke“ möglichst frühzeitig. Nach wie vor ist das gute alte Mailing die beste Form hierfür: Anschreiben, Flyer mit Ihren Angeboten, Rückantwortformular. Gleichzeitig sollte Ihr Angebot natürlich auch im Internet stehen – und falls Sie eine Mitglieder- oder Vereinszeitschrift haben auch hier.

**Tipp 3:** Weihnachten ist eine Zeit der Geschenke, auch für Unternehmen und Betriebe. Doch bevor die stressige Weihnachtszeit losgeht, sollten Sie damit beginnen an Ihre potentiellen Firmenspender zu denken.

## **Bestehende Kontakte nutzen**

Als potentielle Adressaten für Ihre Weihnachtsaktion kommen alle Unternehmen in Betracht, mit denen Sie in Kontakt stehen. Von Ihrer Druckerei über die Leasingfirma Ihres Kopierers bis zum Wasserlieferanten. Falls Sie Ihre bisherigen Firmenspender noch nicht in einem gesonderten Pool erfasst haben, sollten Sie spätestens jetzt damit beginnen. Durchforsten Sie ihre Datenbank nach allen Firmen, die Ihnen in den letzten 24 Monaten gespendet haben oder mit denen Sie Geschäftsbeziehungen unterhalten. Setzen Sie sich eine Untergrenze, von z.B. 1.000 Euro Jahresspende oder dem entsprechenden Geschäftsvolumen. Vereinbaren Sie mit Ihrer Buchhaltung ein Stichwort für das Spendenkonto, unter dem die Weihnachtsspenden verbucht werden können. Ermöglichen Sie die Spende per Überweisung oder am besten gleich online. Geben Sie unbedingt einen kompetenten Ansprechpartner an. Und vergessen Sie nicht die zeitnahe Ausstellung der Zuwendungsbescheinigung für das Finanzamt.

## **Einen Kommentar schreiben**