

# FUNDRAISING-PRAXIS

## Ohne Ü-Träger geht nichts!



Der Überweisungsträger signalisiert: **Spende jetzt!**

**Viel wird über ihn diskutiert, den Überweisungsträger. Ist er im Zeitalter des Online-Fundraisings noch sinnvoll, und worauf kommt es bei Druck und Handling an? Anja Raubinger widmet sich in einem Gastbeitrag diesem wichtigen Praxisthema.**

Das Wichtigste im Fundraising ist aus unserer Erfahrung immer noch der Überweisungsträger. Denn auch nach mehr als anderthalb Jahrzehnten Diskussionen über das Thema Online-Fundraising ist das postalische Mailing immer noch das Fundraising-Instrument Nummer 1.

Das soll nicht den Erfolg anderer Fundraising-Instrumente schmälern. Mittelfristig ist sowieso nur ein Instrumenten-Mix, integriertes Fundraising beziehungsweise Cross-Channel-Fundraising erfolgreich. Und der persönliche Austausch zwischen Fundraisern und Spendern sollte sowieso so häufig und intensiv wie möglich erfolgen. Aber wenn postalisches Mailing, dann bitte richtig! Denn längst ist das Print-Mailing nicht zuletzt wegen des mehrfach gestiegenen Briefportos aus dem Rang eines billigen Instruments für alle zu einem Premium-Produkt aufgestiegen. Der Überweisungsträger ist für den Adressaten immer noch ein Signal mit einer klaren Botschaft – **Spende jetzt!**

## Vorschriften für Überweisungsträger

Es gibt generelle [Vorschriften der Bankinstitute](#), was die Lesbarkeit von Überweisungsträgern betrifft, allerdings keine Verbote. Es wird nur zwischen lesbar und unlesbar unterschieden.

Größe und Farbe sind genormt. Der so genannte OCR-Beleg muss lesbar sein. So darf zum Beispiel nichts

von der Rückseite des Überweisungsträgers durchscheinen, was die automatische Lesbarkeit behindern würde. Bis zu einer gewissen Farbstufe – viele empfehlen 15 Prozent Schwarz – ist es akzeptabel, allerdings ist dieser Wert immer abhängig vom Papier. Für das Papier sind 90 g ein gutes Richtmaß.

Der Überweisungsträger sollte personalisiert sein, damit Spender nur noch den Betrag, Bankverbindung, Datum und Unterschrift eintragen müssen. Eine eigene Kennung für jede Zielgruppe ist selbstverständlich, um den Erfolg der Aktion auswerten zu können.

Im Zweifel kann ein Überweisungsträger beim Sparkassen- und Giroverband zur technischen Prüfung eingereicht werden.

## **Dankesbriefe mit Ü-Träger?**

Spenderinnen und Spender freuen sich natürlich auch über eine Variation in der Kommunikation und wenn nicht immer ein Überweisungsträger dabei eine Rolle spielt: Dankbriefe, Einladungen zu Veranstaltungen, Geburtstagsglückwunschkarten (je nach Spendenhöhe) oder auch Weihnachtsgrüße haben die Spenderbindung im Vordergrund, nicht kurzfristig die nächste Spende. Die Entscheidung, ob zum Beispiel die Jahreszuwendungsbestätigung mit oder ohne Überweisungsträger verschickt werden soll, muss im Einzelfall abgewogen werden. Auch hier bietet sich generell eine offene Kommunikation mit den Spendern an: Verwaltungskosten sind sehr allgemein und wenig griffig. Aber wie viele Spenderinnen und Spender wissen denn schon, dass der Großteil der Kosten für ein Mailing durch die Portokosten und die Mehrwertsteuer auf Porto anfallen? Schon in der Vergangenheit haben Portoerhöhungen dazu geführt, dass weniger Geld in den Projekten landet.

Fundraising ist generell Teamwork, und vieles bei der Konzipierung und Erzeugung von Mailings, Newslettern, Spenderzeitschriften sollte schon aus Gründen der Effizienz delegiert werden. Denn die wichtigste Zeit, die Fundraiserinnen und Fundraiser investieren können, ist gemeinsame Zeit mit Spenderinnen und Spendern – zum Kennenlernen, Bedanken und für die Gewinnung neuer Spenden, Zustiftungen und Erbschaften/Vermächtnisse.



**Anja Raubinger** ist seit 2006 Geschäftsführerin der van Acken Fundraising GmbH. 2014 übernahm sie die Leitung des Familienbetriebs van Acken Druckerei & Verlag GmbH. Die Wirtschaftsingenieurin hat auch einen Lehrauftrag an der Fundraising Akademie und engagiert sich als Mitglied der Landesfachkommission Arbeitsmarkt- und Personalpolitik und Landesdelegierte des Wirtschaftsrates sowie Handelsrichterin.

*Bild: Anja Raubinger, privat*

**Einen Kommentar schreiben**