FUNDRAISING-PRAXIS

Handschriftensysteme machen es persönlich

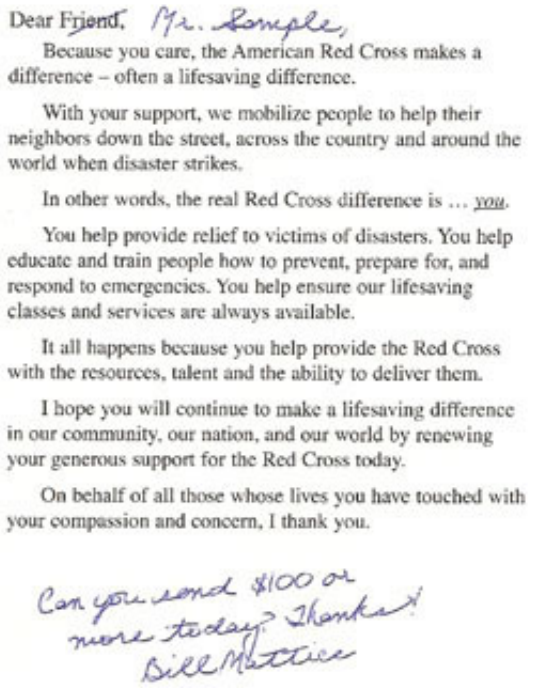
Sie kennen das aus Ihrem eigenen Briefkasten: persönlich an Sie adressierte Werbebriefe, auf den ersten Blick erkennbar an der „Infopost-Welle“, dem Freimachvermerk des Infobriefes, dem Standardprodukt beim Versenden von Werbebriefen. Wie gehen Sie damit um? Entsorgen Sie unpersönliche Mailings ungeöffnet und ungelesen?

Die deutschen Verbraucher erhalten im Durchschnitt 253 Briefe jährlich, davon dienen 37 Prozent der Werbung. Die entscheidende Frage: Welche Werbebriefe werden überhaupt gelesen oder landen sie sofort im Altpapier? Nach einer Untersuchung der britischen Post ist der häufigste Grund, einen Werbebrief zu öffnen, dass er persönlich anmutet – und der häufigste Grund eine Werbesendung nicht zu öffnen ist, dass diese wie eine Werbepost aussieht.

Die Herausforderung: Ihr Mailing muss nicht nur beim Empfänger ankommen, sondern es muss geöffnet und gelesen werden und zudem begeistern. Noch vor dem Öffnen des Briefumschlags muss die Sendung bereits Aufmerksamkeit auf sich gezogen haben. Direkt nach dem Öffnen muss es gelesen werden. Schaffen Sie dieses nicht, so hat es Ihr Schreiben innerhalb von wenigen Sekunden in die Altpapiertonne geschafft.

Eine Lösung: Handschriftenmarketing

Auf dem nordamerikanischen Fundraisingkongress (AFP) wurde in diesem Jahr ein beeindruckendes Beispiel für ein handgeschriebenes Spenden-Mailing vorgestellt: die Rücklaufquote wurde von durchschnittlich 3 Prozent auf 15 Prozent gesteigert. So ist auf dem US-Spendenmarkt das handgeschriebene Mailing (oder zu mindest ein handgeschriebenes Mailing-Element) eine häufig verwendete Variante.



Dear ~~Friend~~, Mr. Sample,

Because you care, the American Red Cross makes a difference – often a lifesaving difference.

With your support, we mobilize people to help their neighbors down the street, across the country and around the world when disaster strikes.

In other words, the real Red Cross difference is … *you*.

You help provide relief to victims of disasters. You help educate and train people how to prevent, prepare for, and respond to emergencies. You help ensure our lifesaving classes and services are always available.

It all happens because you help provide the Red Cross with the resources, talent and the ability to deliver them.

I hope you will continue to make a lifesaving difference in our community, our nation, and our world by renewing your generous support for the Red Cross today.

On behalf of all those whose lives you have touched with your compassion and concern, I thank you.

Can you send $100 or more today? Thanks!
Bill Mattice

In Deutschland haben die ersten Tests gezeigt, dass Mailings mit einem handgeschriebenen Element auf dem Umschlag zu fast 100 Prozent geöffnet werden. Die „handgeschriebenen" Dokumente werden auch in einem hohen zweistelligen Bereich gelesen, und zwar von Anfang bis Ende.

Der Handschriften-Automat schafft hohe Auflagen

Die handgeschriebene Adressierung von Versandumschlägen ist Luxus, kostet sie doch viel Zeit, selbst bei kleineren Auflagen. Noch mehr Aufwand bedeutet es, wenn eine Karte oder ein Brief einen handgeschriebenen Zusatz erhalten soll. Daher kommt beim Direct-Mailing eigentlich nur ein Handschriften-Automat in Frage. Diese schaffen je nach Länge des Textes bis zu 1.000 Exemplare täglich.

Die Automaten schreiben z. B. mit einem echten Füller und Tinte und vermitteln so eine hohe Authentizität. Es besteht die Möglichkeit, aus verschiedenen Schreibgeräten auszuwählen.

Daneben gibt es weitere individuelle Anpassungen, wie zum Beispiel:

- Auswahl verschiedener Handschriften und Farben
- Umfangreiche Programmierung von Autogrammen und Handschriften
- Personalisierung durch Softwareunterstützung (z. B. direkte, individuelle Ansprache auf jedem einzelnen Bogen)
- Hinzu kommt eine sorgsam ausgewählte und aufgebrachte Briefmarke.

Ein Handschriftensystem bietet Ihnen auch die Möglichkeit, Dokumente und Versandhüllen mit Ihrer Wunschhandschrift oder Ihrer eigenen Handschrift zu personalisieren. Meistens stehen 8-10 verschiedene individuelle Handschriften sofort und ohne Zusatzkosten zur Verfügung. Bei der Verwendung einer eigenen Handschrift entstehen Vorlaufzeiten von ca. drei Wochen. So lange dauert es, bis die Handschriftenmaschine auf das zur Verfügung gestellte Schriftmuster eingestellt ist.

Beispiele für den Einsatz von handgeschriebenen Mailings:

- die persönliche Einladung zu einer Veranstaltung
- als Geburtstagsgruß
- als Begleitkarte für eine Bedankung
- für eine Willkommensbotschaft
- persönliche Weihnachtskarte

Weitere Einsatzmöglichkeiten

- Original-Unterschriften schreiben
- Adressen auf Karten und Kuverts
- Namen auf Tischkarten und Namensschilder, Urkunden und Zertifikate

Die Papierauswahl und Formatvarianten sind sehr groß, es sind Standard-Papiere oder Spezial-Papiere in den Stärken von 70 bis 400 g/qm und den Formaten von DIN A6 bis DIN A3 möglich. Der Preis bei einer Kleinauflage von z. B. 1.000 Exemplaren liegt bei ca. 1,00 Euro pro Stück.

Einen Kommentar schreiben