

Nutzung Dienstleister für Spendenmailing (Lettershop)

Package aus Spendenbrief, Überweisungsträger (Spendenformular) und Briefumschlag

Stellen Sie sich vor, Sie haben eine wichtige Kampagne ins Leben gerufen und möchten Ihre Botschaft an eine Vielzahl von potenziellen Spendern und Spenderinnen kommunizieren. Die Erstellung und der Versand personalisierter Spendenbriefe, ergänzt durch individuelle Überweisungsträger, sind dabei unerlässlich, um die Empfänger zur Unterstützung zu bewegen. Hier kommt ein Lettershop ins Spiel: Er bietet nicht nur die nötige Expertise, sondern auch die technischen Möglichkeiten, um Ihre Briefe effizient und professionell zu versenden. Ein Lettershop kann Ihnen helfen, Zeit und Ressourcen zu sparen, während Sie sich auf die strategische Planung Ihrer Kampagne konzentrieren.

In dieser Anleitung erfahren Sie, aus welchen Bestandteilen ein Spendenmailing in der Regel besteht und wie Sie einen Lettershop effektiv nutzen können, um Ihre Spendenbriefe und Beilagen optimal zu gestalten und erfolgreich zu versenden.

1. Anlass, Zielgruppe, Textgestaltung

Wofür sollen Spenden eingeworben werden? Was ist das Ziel? Wer soll angeschrieben werden?

An den Antworten auf diese Fragen orientiert sich der Inhalt des Spendenmailings. Die erzählte Geschichte im Spendenbrief (am besten ein Erlebnisbericht aus dem Projekt) muss zur Zielgruppe passen.

Der Spendenbrief wird später im Lettershop als Serienbrief personalisiert – i.d.R. die Adresse und die Ansprache. Es ist auch eine weitere Personalisierung im Text möglich. Das erhöht den Bearbeitungsaufwand und sollte immer auch mit dem Lettershop abgesprochen werden. Im Textfluss muss bei zusätzlicher Ansprache immer die korrekte Syntax überprüft werden.

2. Zeitpunkt der Postauslieferung (PAL) festlegen.

Achtung: bei Versand über Lettershop ist die PAL nicht gleich dem Datum der Zustellung der Briefe. Die Post räumt sich bei Dialogpost Lieferung eine Frist von bis zu 4 Arbeitstagen dazu ein.

Nähere Informationen zu Mindestmenge, Größe, Gewicht [hier](#).

Der Gesamt-Prozessablauf zur Bearbeitung orientiert sich mit dem Prozessbeginn rückwärts gerechnet an diesem Datum.

3. Oft besteht ein **Package** aus folgenden Inhalten:

- a) Der **Spendenbrief** als Aufruf und Bitte um die Spende – i.d.R. einseitig, maximal zweiseitig. Ein Projektfoto wirkt gut als Verstärker. Eine Ansprechperson für Rückfragen muss ebenso genannt sein, wie die Bankverbindung für die Spende. Der Absender/ Absenderin ist immer eine natürliche Person. Diese unterschreibt den Brief. Eine Bitte um Spende beinhaltet immer einen „call to action“ (Helfen Sie mit einer Spende./ Spenden Sie jetzt, damit ...)

Bewährt hat sich im ps eine Shoppingliste mit Projektbezug.

Achtung: bei Verwendung von Fotos muss immer die Erlaubnis zu diesem Zweck gegeben sein.

Sehr zu empfehlen ist ein wiederholtes Lektorat/ Korrektorat aller Bestandteile des Mailings.

Aus Kostengründen lohnt sich bei größerer Adressatenzahl der Vordruck der fixen also gleichbleibenden Briefteile im Offset-Druckverfahren – entweder ausgelagert über eine Druckerei (i.d.R. als Produkt „Briefpapier“) oder als Angebot mit im Lettershop. Sofern der Briefftext keine personalisierten Variablen enthält, kann auch dieser bereits im Offsetdruck mit vorgedruckt werden. Die Personalisierung in der Adresse und der Anrede erfolgt dann durch den Lettershop im einfarbigen Digitaldruck (Schwarz) auf das vorgedruckte Papier.

- b) Der **Überweisungsträger** – auch wenn von den wenigsten Menschen noch tatsächlich als solcher beim Kreditinstitut genutzt, ist er zum einen Vorlage für die Angaben zur digitalen Überweisung und zum anderen ein zusätzlicher Verstärker der Aufforderung zur Spende. Im Lettershop erfolgt der Voreindruck der Bankverbindung des Spendenempfängers, des Verwendungszwecks sowie Name und Adressdaten der angeschriebenen Person.

Die Personalisierung und die Angabe des Spendenzwecks sind für die spätere eindeutige Zuordnung der Spende nötig und hilfreich.

Wird der Überweisungsträger als abtrennbarer Bestandteil auf eine A4 Blatt (Spendenformular) gedruckt, kann der sonstige verfügbare Platz für allgemeine Informationen zur Aktion, zum Spendenempfänger etc. genutzt werden. Zudem enthält das Formular den Datenschutzverweis. Die Rückseite des Überweisungsträgers darf nicht mit Text bedruckt sein.

Im Textfeld bietet sich die Wiederholung der Shoppingliste an.

- c) Der **Briefumschlag** (Fensterumschlag) – Der Lettershop versieht den Umschlag mit dem Freimachvermerk der Post. Auf dem Umschlag sollte der Absender (ggf. mit Logo) genannt sein.

Ein zusätzlicher kurzer Satz steigert beim Empfänger das Interesse zum Öffnen.

4. Zunächst erfolgt die **Information von Druckerei und Lettershop** über die avisierte Aktion und Vorankündigung der Aufträge für eine Terminreservierung, Abholung der Deadline für Zuarbeit der Daten und Produkte. (Spendenformular wenn über Druckerei).

5. **Selektion der Adressdaten** aus der Datenbank.

Bei Verwendung von Gemeindegliederdaten empfiehlt es sich die PID aus Mewis zur eindeutigen Spendenzuordnung bei Zahlungseingängen mit zu verwenden. Die PID ist gleichzusetzen mit einer persönlichen Spendernummer.

Die Daten sollen in einer Exel-Datei mit folgenden Feldern exportiert sein:

- PID/ Spendernummer
- Familienname
- Familienname-Zusatz
- Rufname
- Strasse
- Hausnummer
- Hausnummernzusatz
- Postleitzahl
- Ort
- Ortsteil

(Hinweis: Zur Wahrnehmung der tatsächlichen Briefzustellung (Zeitpunkt) empfiehlt es sich, die eigene Adresse in die Adressdaten mit aufzunehmen.)

6. Wird der Überweisungsträger als Spendenformular (siehe Punkt 3b) genutzt, muss dieses in entsprechender Anzahl der Adressen zum **Druck** beauftragt werden. Hierbei gilt zu beachten:

- umlaufende Perforation um Überweisungsformular oder eine Perforationslinie horizontal über das gesamte Blatt (Oberkante Überweisungsformular)
- Verwendung von wiederbedruckbarem Papier – preprint
- 80 gr/m², beidseitig bunt

Die gedruckten Formulare werden durch die Druckerei direkt an den Lettershop zur Weiterverarbeitung gesendet. – Lieferung sollte für eine leichte Zuordnung deutlich mit dem Auftrag gekennzeichnet sein.

Die Druckerei benötigt i.d.R. eine Bearbeitungsfrist von 1 bis 2 Wochen.

7. Entsprechend der Anzahl der Adressen wird der **Druck der Spendenbriefe** beauftrag. Bietet der Lettershop Offsetdruck an, kann der Auftrag komplett (Druck und Personalisierung) an diesen gegeben werden. Anderenfalls erfolgt der Druck via Druckerei und Lieferung an den Lettershop analog Spendenformular (Punkt 6).

8. Dem **Lettershop** werden die Adressdaten (Exeldatei) sowie ggf. der Spendenbrief zugearbeitet. Für eine leichtere Orientierung im Lettershop sollte der Auftrag analog zur Kennzeichnung der Spendenformulare aus der Druckerei benannt werden. In der Regel haben die Shops einen Upload-Bereich zur datenschutzkonformen Übertragung der persönlichen Adressdaten. Der Lettershop nimmt nun die Personalisierung der Spendenbriefe mit den Adressdaten vor. Ebenso wird jeweils ein Spendenformular (als Beilage zum Brief) personalisiert. Dazu wird auf dem Überweisungsformular noch zusätzlich der Name, die Adresse und die PID der angeschriebenen Person voreingedruckt. Beides zusammen wird in einem Briefumschlag verpackt. Auf das Kuvert wird zusätzlich im Lettershop der Absender (Logo), ggf. ein kurzer Satz sowie der erforderliche Labelvermerk (Porto) zur optimierten Versendung gedruckt. Es empfiehlt sich, ein Ansichtsexemplar via mail zur Druckfreigabe für eine „letzte Kontrolle“ zu erbitten. Der Lettershop übergibt die Briefe an die Post zur Auslieferung. *Für die benötigten Arbeitsschritte sollten 1-2 Wochen Arbeitszeit im Lettershop eingeplant werden (abhängig von der Anzahl der Briefe).* Der Lettershop stellt die gesamte Leistung incl. Porto in Rechnung.

9. Spätestens ab dem Tag der tatsächlichen Briefauslieferung muss sichergestellt sein, dass, unter der im Spendenaufruf angegebenen Telefonnummer eine **Ansprechperson** erreichbar ist. Es können Fragen, Beschwerden oder auch Wünsche nach Datensperrung eingehen. Gerade letzteren muss aufmerksam und gewissenhaft nachgegangen werden. Sperrwünsche sind in der Datenbank zu vermerken. *Als mögliche Reaktionszeit für Anrufe sollten bis zu 3 Wochen gerechnet werden.*

10. Bei Spendeneingänge gilt die Regel der schnellen Reaktion. Spendeneingänge auf dem Konto müssen also täglich überprüft/ abgefragt werden. Entsprechend muss mit der PAL der Spendenbriefe auch der **Dankbrief** fertig formuliert vorliegen. Der Dankbrief soll Angaben zur Höhe und dem Datum des Spendeneingangs enthalten. Die persönliche Ansprache der Spenderin/ des Spenders ist obligatorisch.

Zwischen Spendeneingang und Erhalt des Dankbriefes sollen nicht mehr als 3-5 Tage liegen. Sollten Adressdaten unvollständig sein, kann die PID/Spendernummer bei der Ermittlung fehlender Daten hilfreich sein.

Wird mit einer FR-Software gearbeitet, erfolgt die Personalisierung der Angaben i. d. R. automatisch. Anderen falls muss jeder Dankbrief einzeln angepasst werden. Der Versand der Dankbriefe erfolgt zumeist als Standardbrief.

Je nach geplanten Prozessverlauf wird die **Spendenquittung (ZWB)** gleich mit versendet oder in einem separaten zweiten Anschreiben am Anfang des Folgejahres. Bei Versendung im Folgejahr muss im Dankschreiben explizit darauf verwiesen werden.

Ist dieser Weg gewählt, lohnt sich die wiederholte Beilage eines Überweisungsträgers. Oft gehen dann noch einmal Spendeneingänge ein, die mindestens die Versandkosten der ZWB betragen.

Eingehende Großspenden werden (mit entsprechender vorheriger Absprache) zusätzlich noch einmal separat bedankt. Das kann z.B. ein persönlicher Anruf oder eine handgeschriebene Dankkarte sein.

Kontakt:

Kathrin Lange-Knopsmeier

Kirchenmitgliederbindung und Modellkirchenkreise

0345-122 99 181

lange-knopsmeier@diakonie-ekm.de