

## 5.9 Spendenbriefe und Freiwilliges Kirchgeld

»Der Spendenbrief ist tot. Lang lebe der Spendenbrief!« Das stimmt – auch wenn es manchmal kaum zu glauben ist –, aber der Spendenbrief ist noch immer der »König« unter den Fundraisinginstrumenten. Bis heute werden 80 Prozent aller Spenden über Spendenbriefe generiert. Und das gilt ganz besonders für Kirchengemeinden.

enormen Schatz. Und ein personalisierter Spendenbrief ist nach dem persönlichen Gespräch die direkteste Möglichkeit, mit einem (potenziellen) Spender in Kontakt zu treten. Deswegen sind bei Kirchengemeinden oftmals auch schon die ersten Spendenbriefe ein voller Erfolg.

Was macht den Spendenbrief so erfolgreich?  
Hier einige Gründe:

- Mit einem Spendenbrief können viele Menschen gleichzeitig und zudem gezielt angesprochen werden.
- Die Stärke eines Spendenbriefs liegt darin, dass das Verhältnis von Aufwand/Kosten und Ertrag gegenüber vielen anderen Fundraisinginstrumenten für Kirchengemeinden günstig ist, vor allem wenn die Spendenbriefe ehrenamtlich verteilt und nicht per Post verschickt werden.
- Die Kirchengemeinde als Absender ist vertraut und vertrauensvoll, deshalb wird der Spendenbrief zumindest geöffnet.
- Sie können Ihren Spendenbrief nach Ihren eigenen Bedürfnissen und den Bedürfnissen Ihrer Adressaten gestalten: kurz und bündig oder ausführlich, beispielsweise mit einem beigelegten Flyer.
- Ein Spendenbrief »verbrieft« Ihr Anliegen: Es sind keine mal eben schnell gesprochenen Worte, auf die sich ein Spender nicht berufen könnte.
- Der Spendenbrief »überrumpelt« weder Ihre Adressaten noch stört er sie in einer unpassenden Situation – es klingelt nicht plötzlich an der Tür oder am Telefon. Jeder kann für sich entscheiden, ob und wann er den Brief öffnet, ob er ihn noch einmal zur Seite legt und ob und wann er auf den Spendenbrief reagieren will.
- Durch das Meldewesen besitzen Kirchengemeinden topaktuelle Adressen – und zwar von Menschen, die zu ihnen gehören und die sich für ihre Kirchengemeinde auch interessieren. Da persönlich adressierte Briefe eine wesentlich höhere Resonanz finden als Briefe, die nur allgemein »alle« ansprechen wollen, besitzen Kirchengemeinden einen

Es kommt noch ein wichtiger Grund dazu: Für Sie selbst ist der Spendenbrief ein wohlbekanntes Instrument, denn auch Sie erhalten von vielen Organisationen diese Form der Spendenwerbung. Nutzen Sie diese Briefe ab jetzt auch als »kostenloses Schulungsmaterial« und fragen Sie sich: Möchte ich diesen Umschlag öffnen und erkenne ich den Absender? Ist die richtige Menge an Material im Brief enthalten oder erschlägt mich der Inhalt, auch weil mir zu viel Text zugemutet wird? Werde ich wirklich angesprochen, wird mir der Nutzen meiner Spende glaubwürdig vermittelt, oder fühle ich mich schlicht moralisch unter Druck gesetzt? Kann ich ohne großen Aufwand aktiv werden – zum Beispiel durch einen beigelegten und bereits vorausgefüllten Überweisungsträger? So werden Sie nach und nach auch Ihre eigenen Spendenbriefe analysieren und den Brief entwickeln können, der zu Ihnen und Ihren potenziellen Spendern passt (Tipps zum Verfassen eines Spendenbriefes finden Sie im Anhang).

Doch der Spendenbrief ist noch kein Fundraising. Erst wenn Sie Ihren Spendenbrief bei Ihren Empfängern etabliert haben und die Spendenbitte nur einen Teil einer gewachsenen Spenderbeziehung ausmacht, haben Sie die Möglichkeiten eines solchen Briefes voll ausgeschöpft. Eine Möglichkeit des ritualisierten bzw. etablierten Spendenbriefes ist das sogenannte »Freiwillige Kirchgeld«, von dem wir im Folgenden pars pro toto für sich wiederholende Spendenbriefe sprechen werden.

Freiwilliges Kirchgeld – systematisch eingeführt – ist die große Chance, durch zusätzliche Spenden die vielfältigen Angebote des Gemeindelebens zu halten oder sogar auszubauen. Dabei werden die Menschen – wie bei jedem Spendenbrief – persönlich und emotional angesprochen und inhaltlich überzeugend um eine Spende gebeten. Die besondere Stärke des Freiwilligen Kirchgeldes liegt in der Ritualisierung des Spendenaufrufs und dem damit verbundenen kontinuierlichen Ausbau der Reichweite. In der Evangelischen Kirche von Kurhessen-Waldeck wurde das Freiwillige

Kirchgeld in zwei Kirchenkreisen flächendeckend eingeführt und über fünf Jahre ausgewertet. In diesem Zeitraum konnte das Spendenaufkommen im Vergleich zum ersten Spendenbrief um über 80 Prozent gesteigert werden, außerdem verdoppelte sich die Anzahl der Spender in beiden Kirchenkreisen. Auch außerhalb von Kirchengemeinden – z. B. bei einem Hospizverein – konnte beobachtet werden, dass im Verlauf von mehreren Jahren sowohl die Reichweite als auch das Spendenaufkommen deutlich vergrößert werden konnten.

## 1. Einführung von Freiwilligem Kirchgeld: Voraussetzungen

Freiwilliges Kirchgeld ist in diesem Zusammenhang ein Arbeitstitel, der die Einführung einer kontinuierlich wiederkehrenden (z. B. jährlichen) Spendenbitte – zumeist als Spendenbrief – beschreibt. Eine konkrete Bezeichnung sollte vor Ort erarbeitet werden, man kann es dann »Gemeindegroschen« oder »Freiwilliger Gemeindebeitrag« nennen.

Es hat sich gezeigt, dass drei verschiedene Briefformen eine gute Akzeptanz erzielt haben:

1. »Der Blumenstraußbrief«: Hier wird das vielfältige Gemeindeleben wie ein Blumenstrauß präsentiert und jedes Jahr exemplarisch eine Blume vorgestellt. Die Spenden werden aber allgemein für den »Blumenstrauß« – also für die Kirchengemeinde – erbeten.
2. Das konkrete Projekt: Die Kirchengemeinde bewirbt (ggf. auch zeitlich begrenzt) ein konkretes Projekt oder einen Arbeitsbereich.
3. Der Multiple-Choice-Brief: Die Gemeinde bietet dem Spender die Möglichkeit, sich ein Spendenziel aus einer Vorschlagsliste auszusuchen.

Aus den Formulierungen wird eine wichtige Grundregel deutlich: Je gemeinde- bzw. ortsbezogener und je konkreter, desto erfolgreicher. Dazu ein paar (positive) Vorurteile – die aber auch oftmals die Wirklichkeit in Kirchengemeinden widerspiegeln: Kirche ist vor Ort präsent. Sie ist den Menschen mit Gottes Wort und der Botschaft von seiner Liebe nahe. Kirche erfährt vielfältige Unterstützung: durch Kirchensteuern, Kirchgeld, Spenden, Kollekten und Gaben sowie durch persönlichen Einsatz von Menschen. Es gibt reichlich Kreativität und Schwung in der Kirche:

Pfarrerinnen und Pfarrer, Mitglieder der Kirchenvorstände und von Förderkreisen lassen sich viel einfallen, um die Arbeit der Kirche vor Ort zu unterstützen und neue Zielgruppen zu gewinnen.

Das sind gute Voraussetzungen für ein ordentliches Stück Arbeit, das auf die Gemeinden zukommt, die sich auf das Freiwillige Kirchgeld einlassen. Denn damit verbunden ist der Aufbau eines langfristigen Spendenmanagements mit dem Ziel, Mehrfach- bzw. Dauerspender zu gewinnen. Informationen über die gelungene Arbeit in den Kirchengemeinden und/oder im Kirchenkreis sowie die Freude am Geben stehen bei einer guten Spenderbindung und Spenderpflege im Vordergrund.

Gemeindeglieder, die um ein Freiwilliges Kirchgeld gebeten werden, unterstützen ihre Kirche finanziell meistens schon auf verschiedenen Wegen oder haben dies getan, solange sie berufstätig waren und Kirchensteuer gezahlt haben. Das ist zu beachten, auch wenn nur ca. ein Drittel aller Kirchenmitglieder aktuell Kirchensteuerzahlungen leisten und nur ca. ein Viertel spenden. Warum also – trotz der guten Voraussetzungen – Freiwilliges Kirchgeld?

- Für die Menschen vor Ort bietet das Freiwillige Kirchgeld die Möglichkeit, ihre eigene Kirchengemeinde gezielt zu unterstützen. Es bietet zudem die Chance, mitzubestimmen, wohin Gelder fließen bzw. welche Projekte besonders gefördert werden sollen. Das bedeutet für die Kirchengemeinden und die Kirchenkreise: Sie müssen absolut transparent machen, wohin die Mittel aus dem Freiwilligen Kirchgeld fließen sollen bzw. geflossen sind, und sie müssen von sich aus darüber Auskunft geben.
- Das Freiwillige Kirchgeld eröffnet Kirchengemeinden die Möglichkeit, die eigenen Arbeitsschwerpunkte und Stärken besser kennenzulernen und anschließend auch anderen zu vermitteln: Kein Spendenaufwurf, ohne vorher genau überlegt zu haben, warum wir diese Aufgabe wahrnehmen oder jenes Projekt anbieten und was das alles mit Kirche zu tun hat. Auf diese Fragen wollen Spender, aber auch eigentlich alle unsere Kirchenmitglieder, eine Antwort haben.
- Damit ermöglicht das Freiwillige Kirchgeld den Kirchengemeinden, den Wert und die Bandbreite ihrer Arbeit in die Öffentlichkeit zu tragen – denn ein guter Spendenbrief ist ein ebenso guter Informationsbrief.

- Das Freiwillige Kirchgeld bzw. jede Spende kann die Identifikation der Gemeindeglieder mit ihrer Kirchengemeinde erhöhen, wenn durch eine gelungene Aktion beispielsweise aus dem Kirchturm, der Orgel etc. »unser« Kirchturm und »unsere« Orgel werden.
- Das Freiwillige Kirchgeld ist eine Möglichkeit, eine dauerhafte Beziehung zu Menschen zu pflegen (mittels regelmäßiger Kontakte durch Anschreiben, Dank etc.).

Um diese Chancen nutzen zu können, müssen jedoch – noch vor den konkreten Planungsschritten für die Einführung von Freiwilligem Kirchgeld – verschiedene Grundvoraussetzungen in den Gemeinden gegeben sein:

- Akzeptanz, dass Haushaltsmittel über Spenden eingeworben werden müssen,
- Prioritäten- und Profilbildung,
- Transparenz der Finanzen,
- spenderorientierte Sprache bei der Darstellung von Visionen und Zielen,
- spenderorientierte Öffentlichkeitsarbeit.

## 2. Planungsschritte für die Einführung von Freiwilligem Kirchgeld

Die Einführung von Freiwilligem Kirchgeld wird dann gut gelingen, wenn die durch das beworbene Projekt ausgedrückten Werte und Visionen – zum Beispiel »Erhalt der Dorfkirche« – weitgehend deckungsgleich mit den Werten und Visionen der potenziellen Förderer sind. Geber sind daran interessiert, mit ihrer Unterstützung Veränderungen bzw. Verbesserungen in der Kirche zu bewirken, die ihnen besonders am Herzen liegen. Kommen noch (wie bei Kirchengemeinden) ein regionaler Bezug und eine unmittelbare, positive Auswirkung auf das gemeindliche Leben vor Ort hinzu, steigt die Wahrscheinlichkeit, Unterstützung zu finden, nochmals an.

Voraussetzung ist die emotionale und kognitive Bereitschaft, sich mit den Bedingungen für eine erfolgreiche Einführung von Freiwilligem Kirchgeld auseinanderzusetzen. Am erfolgreichsten werden die Kirchengemeinden sein, die ständig ihren Horizont nach neuen Möglichkeiten absuchen und sie schnell in Strategien und Maßnahmen umsetzen können.

Freiwilliges Kirchgeld kann erfolgreich in einer Kirchengemeinde eingeführt werden, wenn es strategisch

aufgebaut, systematisch eingebunden und den Eigenheiten der Kirchengemeinde angepasst ist. Folgende Schritte bei der Einführung von Freiwilligem Kirchgeld bieten sich an (siehe auch Anhang I):

1. Ein Spendenteam ist aufzubauen (siehe dazu Kap. 2.5 »Fundraisingteam«).
2. Spendenziele sind konkret zu beschreiben. Es sollten parallel höchstens drei Ziele festgelegt werden, was mit dem Freiwilligen Kirchgeld erreicht werden soll. Bei der Zielformulierung sollte auch beschrieben werden, wie diese Ziele erreicht werden und bis wann sie umgesetzt sein sollen.
3. Ein Zeitplan ist zu erstellen. Der sollte realistisch sein und genügend Zeit für die anstehenden Planungen zur Einführung von Freiwilligem Kirchgeld berücksichtigen. Wer solch ein Projekt vorhat und leiten will, muss zunächst wissen, welches Ziel er verfolgt und mit welchen Arbeitsschritten er es erreichen will.
4. Ein Finanzplan ist aufzustellen. Eine Spendenaktion und ein Spendenbrief kosten erst einmal Geld. Damit ein Spendenteam arbeiten kann, braucht es Budgetvorgaben, an denen es seine Arbeit und seine Möglichkeiten ausrichten kann.
5. Organisatorische Abläufe sind zu planen (z. B. Spenden- und Dankmanagement).
6. Geeignetes Material (Texte, Fotos etc.) ist zu sammeln. Nutzen Sie hierbei auch die Erfahrungen, die Sie selbst als umworbener Spender sammeln konnten. Jeder Spendenaufruf, der Sie erreicht, ist von nun an auch willkommenes Beispielmaterial für Ihre Arbeit.
7. Bisherige Spenderdaten sind auszuwerten und das Spendenverhalten ist zu untersuchen.
8. Die Zielgruppen (Mitglieder, Nichtmitglieder, Ausgetretene, Jubiläumskonfirmanden, die nicht mehr am Ort wohnen etc.) sind festzulegen.
9. Spenden- und auch gleich die Dankesbriefe sind zu formulieren.
10. Daten sind zu selektieren (z. B.: Ab welchem Alter sollen potenzielle Spender angesprochen werden?).
11. Daten sind mit den Meldedaten abzugleichen und gründlich zu kontrollieren (sind z. B. alle Verstorbenen erfasst?). Dabei sind alle staatlichen und kirchlichen Datenschutzbestimmungen einzuhalten.

12. Der Druck der Materialien (Brief, Flyer, Umschlag) ist zu veranlassen.
13. Das Spendenteam und alle darüber hinaus Beteiligten (z. B. der Kirchenvorstand) müssen über das Versanddatum und über den Inhalt des Mailings informiert werden, um eventuell auftretende Rückfragen beantworten zu können.
14. Der Versand bzw. die Verteilung des Mailings ist zu organisieren.
15. Im Spendenteam ist der Informationsfluss über die eingehenden Spenden sicherzustellen.
16. Bedanken Sie sich zeitnah bei Ihren Spendern (siehe dazu auch Kap. 2.10 »Spenderdank«).
17. Eine Auswertung der Spendenaktion kann wertvolle Hinweise für zukünftige Aktionen liefern.
18. Die Ergebnisse sind in geeigneter Weise zu veröffentlichen (z. B. im Gemeindebrief, auf der Website oder bei Veranstaltungen).
19. Bleiben Sie mit Ihren Spendern in Kontakt – wenn die nächste Ansprache wieder eine Bitte ist, werden Sie langfristig Ihre Spender verlieren.

Neben diesen einzelnen Planungsschritten sind noch folgende Aspekte von Vorteil:

- Der Kirchenkreis unterstützt die Aktion im Vorfeld durch die Entwicklung eines schlüssigen Gesamtkonzeptes, einer zielgerichteten Öffentlichkeitsarbeit (Interview in der Lokalzeitung, Einbeziehung weiterer Medien) sowie die begleitende Auswertung und Fortentwicklung.
- Das Projekt »Freiwilliges Kirchgeld« wird jährlich evaluiert, Erfahrungen aus dem Kirchenkreis und aus den Kirchengemeinden werden aufgenommen.
- Ziel des Freiwilligen Kirchgeldes ist die kontinuierliche Beteiligung der Gemeinden und der Spender; es soll keine Konkurrenz zu anderen kirchlichen Spendenaktionen aufgebaut werden, sondern eine langfristig tragfähige Grundfinanzierung von gemeindlichen und Kirchenkreisaufgaben; deshalb muss das Freiwillige Kirchgeld hohen ethischen Standards entsprechen und jederzeit als Angebot dargestellt und publiziert werden.
- Das Freiwillige Kirchgeld muss zum Ort passen – es lebt davon, dass es aus den Gemeinden heraus gewollt ist. Das gilt für die Grundform des Freiwilligen Kirchgeldes

wie auch für die einzelnen Punkte der Durchführung.

- Die Einführung von Freiwilligem Kirchgeld profitiert von der regelmäßigen Durchführung von Aktionen bzw. Wiederholung. Damit baut sich über viele Jahre ein Stamm von zuverlässigen Förderern auf. Auch wirtschaftlich ist die Arbeit mit Förderern, die der Kirchengemeinde schon verbunden sind, viel günstiger, da bei wiederholter Durchführung einer Aktion zum Freiwilligen Kirchgeld die Kosten pro Förderer langfristig abnehmen und sich die Effizienz der Durchführung durch die Verarbeitung der Vorjahreerfahrungen erhöht.

## Fazit

Die Einführung eines Freiwilligen Kirchgeldes ist ein zukunftsfähiges Fundraisinginstrument für die Gewinnung von Mehrfachspenden bzw. langfristig von Dauerspenden. Zum einen trägt es zu einer Ritualisierung des Gebens bei, zum anderen sind ausreichend Themen der Gemeindegemeinschaft vorhanden, um auch überkonfessionell oder bei Ausgetretenen dafür zu werben. Hinzu kommt, dass es individualisiert für jede Gemeinde angepasst werden kann und somit genügend Spielraum lässt.

Diese Spendenstrategie versucht, gegenüber potenziellen Spendern eine langfristige und wiederkehrende Spendenbereitschaft zu wecken. Damit ist das Freiwillige Kirchgeld ein ideales Instrument, um benötigte kirchengemeindliche Haushaltsmittel zu stärken.

## Anhang I

# Planungsschritte für die Einführung von Freiwilligem Kirchgeld

	Kirchengemein- de / Fundraising- team	Kirchenkreis / Kirchenkreis- amt	Wer?	Bis wann?
Fundraisingteam festlegen				
Fundraisingziele festlegen		Haushalt auf- stellen		
Fundraisingprojekt(e) festlegen				
Zeitplan erstellen		mit Kirchen- kreis abstim- men		
Finanzplan erstellen		Haushalt auf- stellen		
ggf. Verfügbarkeit Software sicher- stellen, Schulung der Anwender, ggf. Testaktion durchführen				
Organisatorische Abläufe planen (z. B. Bankkonto, Verbuchung in der Software)				
Material: Texte, Fotos sammeln				
Bisherige Spenderdaten auswerten		Daten bereit- stellen		
Zielgruppen (ZG) festlegen:				
ZG Mitglieder				
ZG Nichtmitglieder				
ZG Ausgetretene				
Spendenbriefe formulieren (ggf. in Software einpflegen)				
Dankbriefe formulieren (ggf. in Software einpflegen)				
Adressdaten selektieren				
Adressdaten mit Meldedaten abglei- chen				
Drucken	Lettershop oder Hausdruckerei			
Konfektionieren, Kuvertieren, Kon- trollieren (stichprobenartig, z. B. Todesfälle der letzten drei Wochen berücksichtigen)				
Versenden				
Buchen	intern abstimmen			

	Kirchengemeinde / Fundraising-team	Kirchenkreis / Kirchenkreisamt	Wer?	Bis wann?
Bedanken	intern abstimmen			
Auswerten		Daten bereitstellen		
Ergebnisse bekanntgeben:				
– im Gemeindebrief				
– auf der Website				
– bei Veranstaltungen				
– durch Infobrief an Spender				

# Tipps zum Verfassen eines Spendenbriefes

Das klingt vermutlich ziemlich banal, aber: Der Spendenbrief ist ein Brief. Form und Sprache richten sich danach (z. B. persönliche Anrede, Grußformel, kein Blocksatz, kein Steno-Stil wie bei einer Postkarte oder gar SMS etc.). Im Folgenden soll auf einige Besonderheiten hingewiesen werden, die auch für das Texten von Spendenbriefen von Bedeutung sind.

## 1. Vorbereitungen

Die Vorbereitungen zu einem Spendenbrief beginnen lange vor dem eigentlichen Verfassen. Es ist einem Spendenbrief sehr schnell anzumerken, ob er einen Beratungs- und Entscheidungsprozess einer Kirchengemeinde bzw. eines Kirchenvorstandes widerspiegelt oder ob ein Spendenziel für diesen Brief formuliert wurde.

Aber nehmen Sie sich auch für das Schreiben des Briefes Zeit für einige Vorbereitungen – emotional und kognitiv! Sie sind wichtig für den Erfolg Ihres Briefes. Der Spendenbrief lebt von reizstarken Bildern, die die Vorstellungskraft der Leser wecken, er lebt von Informationen, die zukunftsgerichtet mit angenehmen Emotionen verbunden sind. Er lebt von einer lebendigen Botschaft, die »Lust auf Beschäftigung« mit dem Spendenzweck macht. Der Spendenbrief hat die Aufgabe, den Empfänger zu einer »Erfolgsgeschichte« einzuladen, und nicht die, ihn nicht moralisch unter Druck zu setzen.

Die wichtigsten Punkte Ihrer Vorbereitung sind (in Anlehnung an »Fundraising – Handbuch für Grundlagen, Strategien und Instrumente«):

1. Sie sollten umfassend über den Grund Ihres Spendenbriefes und das Projekt, für das Sie um Unterstützung bitten, informiert sein.
2. Machen Sie sich klar, wie Sie selbst gefühlsmäßig zu dem Spendenzweck stehen, für den Sie um Unterstützung bitten. Klären Sie Ihre Gefühle zur Wortwahl und zum Thema. Sie schreiben keinen Bettelbrief, Sie schreiben einen Spendenbrief. Es geht darum, dass Ihr Brief die Menschen elektrisiert, fasziniert und sie somit Ihre Spendenbitte nicht als Bettelei, sondern als persönliche Bereicherung empfinden. Das funktioniert nur, wenn Sie einen Brief schreiben, der für das Gemeindeleben selbst dann noch einen Sinn ergeben würde, wenn es zu keinen Spenden käme.
3. Wichtig ist, sich die Menschen vor Augen zu führen, die Ihren Spendenbrief erhalten und Ihr Projekt unterstützen sollen. Passen Spender und Projekt zusammen? Erarbeiten Sie sich Spenderprofile, damit Sie sich vorstellen können, wem Sie schreiben, welche Visionen, Träume und Hoffnungen die Menschen haben, die Ihre Bilder und Worte verstehen sollen. (Im Gegensatz zu den großen Spendenorganisationen können Sie nicht – je nach Spenderprofil – eine hohe Anzahl unterschiedlicher zielgruppenspezifischer Briefe formulieren und verschicken. Haben Sie also keine Angst davor, dass der Brief am Schluss auch immer einen Kompromiss darstellt.)
4. Gute Kommunikation ist immer aktionsorientiert. Versuchen Sie Geschichten »auszugraben« (nicht zu erfinden), die Ihr Projekt lebendig illustrieren.
5. Arbeiten Sie den Gewinn bzw. den Nutzen (sowohl für das Gemeindeleben als auch für den Spender) heraus, der mit der Spende erreicht werden kann bzw. soll.
6. Nehmen Sie sich als Person wieder etwas zurück, damit der Brief keine Ich-Lastigkeit des Absenders bekommt – vor allem, wenn der Pfarrer der Verfasser ist. Manchmal ist es

sinnvoller, wenn der positive Nutzen eines Projektes in Form eines Testimonials durch ein Gemeindeglied in dessen Worten beschrieben wird. Solch eine Stimme hilft, den Erfolg eines Spendenbriefes zu steigern.

7. Beachten Sie auch das deutsche Spenden- und Steuerrecht. Eine Spende, die projektbezogen erbeten wurde, muss auch exakt für dieses Projekt eingesetzt werden – und das zeitnah! Bei einer Überspendung für ein konkretes Projekt können Sie die überschüssigen Gelder nicht in eine Rücklage stecken oder gar für einen anderen Zweck verwenden. Bei der Formulierung von Projekten, die einen finanziellen Rahmen haben, der möglicherweise geringer ist als das zu erwartende Spendenaufkommen, ist daher immer ein Kompromiss zwischen »so konkret wie möglich« und »so allgemein wie nötig« zu finden.

## 2. Warten auf die Muse

Je besser Sie sich vorbereitet haben, desto leichter wird Ihnen das Texten Ihres Spendenbriefes fallen. Beachten Sie zusätzlich noch folgende Regeln:

1. Schreiben Sie so, dass es ein Zwölfjähriger versteht, bzw. jemand, der mit dem beschriebenen Projekt nicht so vertraut ist wie Sie.
2. Stellen Sie das Bild eines Spenders auf Ihren Schreibtisch. Schreiben Sie ihm.
3. Ziehen Sie den Leser in die Geschichte hinein.
4. Helfen Sie dem »Schnell-Leser« (es sind 80 %) dadurch, dass der Anfang Ihres Briefes und das PS eine Kurzform Ihres Spendenbriefes darstellen.
5. Halten Sie Ihren Spendenbrief möglichst frei von Jargon, Fachwörtern, Abkürzungen und einem nicht eindeutigen »Wir«. Das mächtigste Wort in der deutschen Sprache ist »Sie«.
6. Gewinnen Sie das Herz Ihres Lesers: Was das Herz nicht will, geht in den Kopf nicht hinein.
7. Denken Sie an die Worte von Mark Twain: Der Kampf um das richtige Wort ist eine Entscheidung zwischen Blitz und Glühwürmchen.

## 3. Die Irrtümer der Spendenbriefschreiber

Die Verfasser von Spendenbriefen glauben häufig:

1. Der Brief muss genial, peppig und knackig sein. Falsch: Das lähmt bloß. Der Brief muss zum Absender, zum Projekt und zum Empfänger passen. Den idealen Spendenbrief gibt es nicht – aber viele gute Briefe, von denen sich die Leser angesprochen fühlen können und bei denen sie den Absender wiedererkennen.
2. Kurze Briefe sind die besten. Falsch: Leser lesen, was sie interessiert. Lange Spendenbriefe sind immer erfolgreicher, vorausgesetzt, sie sind spannend geschrieben und der Leser findet sich darin wieder.
3. So viele Informationen wie möglich. Falsch: Vertrauen entsteht durch Reduktion von Komplexität, die Wesentliches nicht verheimlicht oder in die Irre führt.

## Anhang II

4. Ich finde den Brief gut und verständlich, den »Reality Check« kann ich mir sparen. Falsch: Nur der »Reality Check« gibt Sicherheit.
5. Zweimaliges lautes Korrekturlesen kann ich mir sparen. Falsch: Nur ein fehlerfreier Brief weist auf die Sorgfalt des Schreibers hin.
6. Text und Gestaltung des Briefes garantieren den Erfolg. Falsch: Wie sieht eigentlich Ihr Umschlag aus? Wird der Brief so auch geöffnet? Außerdem ist der Spendenbrief nur ein Baustein zur Spendermotivation und -bindung. Wird Ihr Brief durch eine entsprechende Öffentlichkeitskampagne von den Empfängern erwartet? Welche Instrumente der Berichterstattung und Information nutzen Sie neben dem Spendenbrief?

### 4. »Reality Check« – Fragenraster zur Kontrolle eines Mailings oder Flyers

Vor der Produktion und dem Versand eines Spendenaufrufs sollte das Material von mindestens zwei Personen, die aus dem Kreis der Beworbenen kommen und *nicht* an der Produktion beteiligt waren, gegengelesen und bewertet werden. Dabei können folgende Fragen helfen:

#### Umschlag

- Ist der Absender klar zu identifizieren?
- Ist die Gestaltung ansprechend und animiert sie zum Öffnen des Umschlags?
- (bei allgemeiner Anrede [Johnson-Box]): Ist die Anrede passend und freundlich?

#### Brief

- Ist der Absender klar zu identifizieren?
- Die persönliche Ansprache ist immer die beste Wahl. Sollten Sie Ihren Spendenbrief jedoch an alle Bewohner des Ortes senden, dann sollte die allgemeinen Anrede (z. B. »Sehr geehrte Mitbürgerinnen und Mitbürger ... Liebe Hundshäuser« etc.) passend und freundlich sein.
- Lockt der erste Satz zum Weiterlesen?
- Wird das Ansinnen des Briefes schnell und deutlich benannt?
- Ist der Brief (Sprache, Gestaltung, Schriftart, Länge der Textblöcke) lesefreundlich?
- Stimmt die Haptik (Papierqualität)?
- Passen Spendeziel, Inhalt, Sprache und Aufmachung zueinander?
- Gibt es Formulierungen, die Fragen aufwerfen oder die mich gar verärgern?
- Fühle ich mich durch den Brief gut informiert?
- Erzeugt der Brief bei mir die Bereitschaft zu spenden? (Wird der Spendezweck deutlich? Erkenne ich, was mein Beitrag zum Projekt sein kann? etc.)
- Erhalte ich einen klaren Handlungsauftrag? (Sind Materialien [z. B. Überweisungsträger] so beigefügt, dass ich ohne Probleme oder großen Aufwand agieren kann?)

#### Flyer

- Ist der Absender klar zu identifizieren?
- Fühle ich mich angesprochen?
- Lockt die Titelseite / die gesamte Aufmachung zum Weiterlesen?

- Stimmt die Haptik (Papierqualität)?
- Wird das Ansinnen des Flyers schnell und deutlich benannt?
- Ist der Flyer (Sprache, Gestaltung, Überschriften, Rubriken, Bilder, Schriftart, Länge der Textblöcke) lesefreundlich?
- Passen Spendenziel, Inhalt, Sprache und Aufmachung zueinander?
- Gibt es Formulierungen, die Fragen aufwerfen oder die mich gar verärgern?
- Fühle ich mich durch den Flyer gut informiert?
- Erzeugt der Flyer bei mir die Bereitschaft zu spenden? (Wird der Spendenzweck deutlich? Erkenne ich, was mein Beitrag zum Projekt sein kann? etc.)
- Erhalte ich einen klaren Handlungsauftrag? (Sind Materialien [z. B. Überweisungsträger] so beigefügt, dass ich ohne Probleme oder großen Aufwand agieren kann?)

### Gesamtpaket

- Stimmt die Anzahl der Beilagen, oder wirkt alles überfrachtet?
- Kommt das Gefühl auf, »das Geld dafür hätte man besser investieren können!«, oder empfinde ich mich ordentlich beworben?
- Vermisse ich etwas?