

FUNDRAISING-PRAXIS

Empfehlen Sie uns auf Facebook!

Gerade im Fundraising, wo Vertrauen und Transparenz zunehmend eine große Rolle spielen, sind Spender und Mitglieder, die Ihre Spendenorganisation im Freundeskreis weiterempfehlen und bekannt machen, Gold wert. Über soziale Netzwerke lassen sich aktuelle Projekte und Aktionen schnell und zielgerichtet verbreiten, das klingt aus Fundraising-Sicht vielversprechend. Doch zunächst einmal gilt es, die passenden Botschafter im Web 2.0 zu finden. Die Fundraising-Managerin und Expertin für Empfehlungsmarketing, [Melissa Fischer](#), hat einen eigenen strategischen Ansatz entwickelt, den sie in ihrer Zeit beim BUND e.V. umsetzte und danach für das Web2.0 weiterentwickelte. Mit freundlicher Unterstützung der Autorin haben wir eine kleine Anleitung zum Online-Empfehlungsmarketing erstellt und weisen auf die Besonderheiten dieses Fundraising-Tools hin.

Gesucht: Online-Botschafter

Das A und O bei der Implementierung des Online-Empfehlungsmarketings ist ein kontinuierliches Social-Media-Monitoring. Halten Sie sich auf dem Laufenden darüber, was im Internet über Ihre Arbeit und Projekte geschrieben und diskutiert wird. Über Online-Dienste wie z.B. [NutshellMail](#) lassen sich Marken auf Facebook, Twitter & Co überwachen. Hier treffen Sie auch Ihre geeigneten Botschafter, nämlich die Menschen, die sich am häufigsten mit den Themen Ihrer Organisation in Chats, Foren oder in Blogs und Tweets beschäftigen.

Kontaktieren und aktivieren

Das Internet macht eine schnelle Aktivierung möglich: Eine persönliche Nachricht und ein konkretes Anliegen, mehr braucht es nicht, um Botschafter im Internet zu gewinnen. Die Kontaktaufnahme sollte persönlich, schnell und zielgerichtet erfolgen. Für das Empfehlungsmarketing eignen sich Menschen, die die Anschauungen Ihrer Organisation teilen und hinter deren Arbeit und Projekten stehen. Was Ihre Unterstützer brauchen, um „loszulegen“ ist eine konkrete Aufgabe. Je genauer Sie die Möglichkeiten einer Unterstützung formulieren, umso zielgerichteter kann Ihr Botschafter Sie unterstützen. So kann z.B. ein Spendenbanner Ihrer Organisation auf der Homepage oder im E-Mail-Abbinde des Botschafters platziert werden. Oder Sie bitten darum, einen Tweet mit Spendenaufruf an Follower weiterleiten zu dürfen oder Sie rufen eine eigene Helpedia-Aktion ins Leben.

Wie Sie Online-Botschafter halten und binden

Zuallererst sollte natürlich das Engagement der Unterstützer im Internet ebenso gewürdigt werden, wie das der Offline-Unterstützer. Das Web 2.0 basiert unter anderem auch auf Anerkennungsmechanismen. Menschen möchten für ihr Engagement anerkannt werden, ob sie sich an Rankings, Foren oder Chats beteiligen oder aber ihre Erlebnisse auf der Pinnwand ihres Facebook-Auftritts veröffentlichen. Diese Unterstützer erfreuen sich bestimmt auch an einem Dankesbrief. Mit einem kurzen Dankestext auf der Pinnwand jedoch können Sie sicher sein, dass Sie den Einsatz des Online-Botschafters gebührend

würdigen.

OxFAN werden: WEB 2.0-Empfehlungsmarketing bei Oxfam

Mit der Aktion „[Werde OxFan](#)“ [wirbt Oxfam Deutschland](#) um Online-Unterstützer. Facebook-Nutzer werden dazu aufgerufen, Oxfam zwei Posts pro Monat auf ihrer Pinnwand zu gestatten. Damit können sie ihren Facebook-Freunden zeigen, dass sie sich gemeinsam mit Oxfam für eine gerechte Welt ohne Armut engagieren. Lisa Jaspers, Leiterin New Business von Oxfam zu der Aktion: „Durch unsere OxFANs haben wir die Möglichkeit, unsere Reichweite auf Facebook stark zu vergrößern. Das steigert natürlich unsere Bekanntheit und verbindet uns mit unseren Facebook-Unterstützern. Darüber hinaus generieren wir über unsere OxFANs aber auch konkrete Unterstützung: Im Fall der Hungersnot in Ostafrika haben wir durch unserer OxFANs kräftig Spenden für unsere Nothilfe vor Ort sammeln können.“

So optimieren Sie Ihr Empfehlungsmarketing im Web 2.0:

1. Führen Sie ein kontinuierliches Social-Media-Monitoring (z.B. [Nutshellmail](#)) durch.
2. Suchen Sie geeignete Botschafter in Chats, Blogs, Foren und wählen Sie diese nach deren Themen-Affinität aus.
3. Überlegen Sie sich eine konkrete Aufgabe, die Sie gezielt an die Botschafter herantragen.
4. Nutzen Sie das Internet als Kommunikationsweg mit dem Online-Botschafter.
5. Bedanken Sie sich dort, wo Sie den Botschafter gefunden haben: z.B. mit einem Post auf dessen Pinnwand.

Einen Kommentar schreiben