

FUNDRAISING-PRAXIS

Netzwerken ist mehr als nur Kontakte sammeln

Die systematische und langfristige Kontaktpflege zu Entscheidern in Unternehmen und Verbänden kann zur Steigerung des Bekanntheitsgrades und zu Imageverbesserung einer NGO führen. Ein genau auf die Ziele der Organisation abgestimmtes Beziehungsgeflecht zu stricken, es aufzubauen und zu pflegen, ist eine strategische Entscheidung und erfordert ein planvolles Vorgehen. Einflussreiche Kontakte sind für eine NGO genauso wichtig wie ihre Spender und müssen ebenso sorgfältig gepflegt werden. Klare Zielvorgaben und Kosten-Nutzen-Kalkulationen sind auch bei der Netzwerkarbeit erforderlich. Sonst wird das Netzwerken zum wahllosen Maximieren von Kontakten.

Aufbau und Pflege eines Netzwerkes

Ein Beziehungsgeflecht, in dem sich Menschen finden, kennenlernen, informieren und voneinander profitieren können, kann ein wirkungsvolles Instrument in der Ansprache von Unterstützern, Förderern und Spendern sein. Zielgerichtet und effektiv eingesetzt kann Networking manche Türen öffnen. So kann es beispielsweise gezielt für die Akquisition von Großspendern eingesetzt werden. „Gerade in einem Großspenderkonzept ist Netzwerken ein wichtiges Element“, sagt Andreas Ramacher, Fundraising-Manager und Netzwerkexperte. Er empfiehlt, gezielt den Kontakt zu regionalen Netzwerken der Wirtschaftsverbände vor Ort zu suchen. So seien Netzwerke der IHK, der Bund Junger Unternehmer oder der Wirtschaftsunioren gute Anlaufstellen, um für das Anliegen einer NGO zu werben.

Bei der Suche nach geeigneten Netzwerken hilft es, sich folgende Fragen zu stellen: Welche Zielgruppen soll das Netzwerk repräsentieren? Wird man dort auf Menschen treffen, die dem Anliegen der Organisation positiv gegenüberstehen? Werden Mitgliedsbeiträge erhoben und können diese von der Organisation finanziert werden?

Face-to-Face lässt es sich „netter werken“

In vielen Netzwerken finden in regelmäßigen Abständen Treffen oder Veranstaltungen statt. Dies sind die Gelegenheiten, um sich besser kennenzulernen und miteinander ins Gespräch zu kommen. Kontakte, die man mit einem Gesicht verbindet, lassen sich besser erinnern und leichter pflegen. Gerade bei Netzwerktreffen heißt aber die Devise „am Ball bleiben“. Denn mit jeder Teilnahme erhöht sich der Wiedererkennungseffekt, die Gespräche werden intensiver und die Gelegenheiten, die Organisation und deren Mission zu kommunizieren, zahlreicher. Da der zeitliche Aufwand für die Teilnahme an solchen Veranstaltungen ziemlich hoch ist, gilt es sämtliche Netzwerk-Aktivitäten sorgfältig innerhalb des vorhandenen Zeitbudgets abzuwägen und effektiv zu planen.

„Was zählt, ist insbesondere die persönliche Reputation des Netzwerkers“, so Ramacher. Denn mit jeder Teilnahme an einem Netzwerktreffen erhöht sich der Wiedererkennungseffekt, die Gespräche werden intensiver und die Gelegenheit, die NGO-eigene Mission zu kommunizieren, werden zahlreicher

Eine strategische Entscheidung

Nicht selten dauert es ein Jahr oder länger, bis die ersten Kooperationen zustande kommen bzw. der Kontakt zu einem Großspender führt. Dafür ist nicht nur ein langer Atem vonnöten, die professionell gemanagte Netzwerkarbeit sollte vom Vorstand und von der Geschäftsführung ausdrücklich gewünscht sein. Damit der Fundraiser die repräsentativen Aufgaben wahrnehmen und der Organisation sein „Gesicht“ geben kann, muss er das Vertrauen der Führungsebene haben. Eine klare Definition von Mission und Vision sowie beste Kenntnis der Ansichten, die er in der Öffentlichkeit vertreten soll, sind ebenfalls Voraussetzung. Um peinliche Doppelungen in der Ansprache der Personen zu vermeiden, ist eine genaue Abstimmung der Kontakt-Pflege innerhalb der Organisation wichtig. Für eine effektive Netzwerkarbeit ist es sinnvoll, die Auswahl der Netzwerke und die damit verbundenen Aktivitäten jährlich zu prüfen sowie anfallende Kosten und erwirtschaftete Erträge regelmäßig zu analysieren.

Tipps für Netzwerker:

Bestimmen Sie eine klare Mission und Vision. Welche gesellschaftliche Aufgabe wollen Sie mit Ihrer Organisation lösen und warum lohnt es sich, dafür zu kämpfen?

Definieren Sie klare Ziele. Was erwarten Sie von den Kontakten? Wie können sie Ihre Mission unterstützen?

Klasse statt Masse. Ein Netzwerk ist nur so wertvoll wie seine Mitglieder.

Am Ball bleiben. Ist die Verbindung hergestellt, sollte sie vertieft werden – durch virtuellen Gedankenaustausch und persönliche Treffen. Kontakte müssen gepflegt werden.

Vereinbarungen treffen. Planen Sie das Follow-up: Schicken Sie Informationsmaterialien? Lassen Sie sich einladen? Dürfen Sie weiter informieren?

Einen Kommentar schreiben