LANDESSPORTBUND
BRANDENBURG

Gewinnung von Netzwerkpartnern

So gelingt der Erstkontakt!

Sie haben eine Auswahl möglicher Kooperationspartner getroffen und wollen diese von einer Zusammenarbeit überzeugen? Wir beschreiben, wie das gelingt.

Die Kontaktaufnahme mit einem potenziellen Kooperationspartner muss gut vorbereitet sein. Hier unsere Tipps, wie der Erstkontakt gelingt:

1. Vorbereitung des Erstkontakts (der Kontaktaufnahme)

a.) Organisatorische Vorbereitung

- Recherchieren Sie den/die richtige Ansprechpartner*in beim potenziellen Partner!
- Legen Sie die Form der Ansprache fest (Wie? Wo? Wann?)!
- Legen Sie fest, wer von Vereinsseite die Ansprache/Kontaktaufnahme übernimmt!

Hilfreich ist es, wenn ein Vereinsmitglied (Funktionsträger*in oder "Normal-Vereinsmitglied") bereits einen persönlichen Kontakt zum potenziellen Kooperationspartner hat. Das erleichtert die Kontaktaufnahme und lässt Türen leichter öffnen. Auch Personen aus dem Umfeld des Vereins können die Ansprache übernehmen (z. B. Familienangehörige von Vereinsmitgliedern, Sponsoren des Vereins, Förderer des Vereins und sonstige Stakeholder; siehe Abbildung)

Abb.: Stakeholder eines Sportvereins (Auswahl)

Was sind die Stakeholder?

Stakeholder sind Personen/Anspruchsgruppen, für die es aufgrund ihrer Interessenslage von Belang ist, wie sich der Verein verhält. Man unterscheidet interne Stakeholder (z. B. Vereinsmitglieder, Vereinsmitarbeiter*innen, Sponsoren/Förderer des Vereins, Kursteilnehmer*innen) und externe Stakeholder (z. B. Stadt, Kreis, Sportamt, Bürgermeister*in, Sportbünde und Sportfachverbände, Medien, allgemeine Öffentlichkeit/Nachbarn des Vereins).

Inhaber*innen/Anteilseigner*innen einer Kapitalgesellschaft bezeichnet man als Shareholder.

Mit der Kontaktaufnahme können auch externe Spezialisten beauftragt werden, z. B. bei der Sponsorenakquistion darauf spezialisierte Agenturen.

b.) Inhaltliche Vorbereitung

Sie sollten für sich festgelegt haben, welche Ziele Sie durch die Kooperation erreichen wollen. Außerdem sollten Sie wissen, welche Ressourcen Sie für eine mögliche Kooperation zur Verfügung stellen können (z. B. Finanzen, Personal, Räume, Zeit, Kommunikation).

Darüber hinaus:

- Stellen Sie Mehrwerte zusammen, die sich für den Partner aus der Kooperation ergeben könnten (warum macht eine Zusammenarbeit aus Sicht des Partners Sinn?)
- Arbeiten Sie Gemeinsamkeiten zwischen Ihrem potenziellen Partner und Ihrem Verein heraus (z. B. gemeinsame Ziele/Zielgruppen, gemeinsame Philosophie, gemeinsame Anliegen)
- Wie könnten erste Umsetzungsschritte aussehen?

Für die inhaltliche und organisatorische Vorbereitung nutzen Sie folgende Informationsquellen:

- Website des potenziellen Partners
- Social-Media-Präsenzen des möglichen Netzwerkpartners
- Satzung, Leitbild (Mission/Visionen), Philosophie und Strategien des potenziellen Kooperationspartners
- Printpublikationen (Imagebroschüre, Geschäftsbericht, etc.)
- Veranstaltungen, auf denen der mögliche Kooperationspartner präsent ist (Mitgliederversammlung, Messen, Informations-/Netzwerkveranstaltungen, etc.)
- persönliche Gespräche mit Stakeholdern/Netzwerkern/Agenturen/Mitarbeiter*innen/Shareholdern des potenziellen Kooperationspartners

2. Kontaktaufnahme

Sie haben den Erstkontakt gut vorbreitet. Dann muss Ihnen nicht bange sein! Folgende Formen des Erstkontakts sind denkbar:

- persönliche Ansprache (z. B. bei einer Netzwerkveranstaltung oder Mitgliederversammlung)
- Telefonanruf
- E-Mail
- Brief
- Social-Media

Das persönliche Gespräch (Face-to-Face oder per Telefonanruf) ist für den Erstkontakt meist der beste/erfolgversprechendste Weg.

Autor: Dirk Schröter
Lektoriert: Dietmar Fischer
Stand Februar 2024