

**Followership nützen.
Der Weg zu sinnstiftenden
Beiträgen deiner Unterstützer.**



Die Kraft der Masse.

Die Mission einer Organisation gewinnt an Kraft, je mehr Menschen ihr folgen und sie unterstützen. Denn oft sind die Ziele, die wir erreichen wollen größer als wir selbst - dazu braucht es die Kraft der Masse.

Eine kampagnenfähige Organisation weiß, wie sie Möglichkeiten schafft, Begeisterte zu involvieren und für die gemeinsame Mission zu mobilisieren. Sie vermeidet „Dead Ends“, also Momente an denen es für den begeisterten Unterstützer nichts mehr zu tun gibt. Und sie ermöglicht es, sinnvolle Beiträge zur Erreichung der Mission zu leisten.

Anbei folgen einige Tipps, die man beachten sollte um Followership zu implementieren.

Niedrige Hürden.

Wir alle sind verwöhnt von den Geschicken mancher Unternehmen, uns das Geld aus der Tasche zu ziehen. Es wird nämlich immer einfacher. Nur ein Kopfdruck reicht, um Produkte zu bestellen - ganz ohne komplizierten Zahlungsvorgang oder unzählige Formularfelder.

Diesen Maßstab legen wir auch nicht ab, wenn es um eine **gemeinsame Mission** geht. Wenn wir uns für eine Sache engagieren, dann darf das (zu Beginn) nicht kompliziert sein.

Wir brauchen niedrighschwellige Angebote um die Beteiligung möglichst einfach zu machen.



Nein.

Oft machen wir den Fehler gleich beim Ersten Kontakt mit der Tür ins Haus zu fallen. Wir bitten sofort um eine Spende, leiten auf ein Mitgliedsformular oder auf eine Verkaufsseite - kurz gesagt: Wir verlangen zu viel.

Und verhindern damit unseren eigenen Erfolg.

Achtung.

***Immer weniger
Menschen sind bereit
viel zu tun.***

Aber.

***Immer mehr Menschen
sind bereit wenig zu
tun.***



***Mach was
daraus.***

Ladder of Engagement

Ein hilfreiches Instrument und Kernbestandteil der Movement Campaigning Methode ist die Ladder of Engagement. Sie macht uns bewusst, dass die möglichen Beiträge zu unserer Mission unterschiedlich „intensiv“ bzw. aufwändig sein können. Und sie hilft für jede Stufe ein Beteiligungsangebot zu schaffen, bzw. darauf aufmerksam zu machen, wenn ein Beteiligungsangebot fehlt.

Die Ladder of Engagement zeigt in ihrer breitesten und untersten Stufe, dass viele Menschen bereit sind wenig zu tun und je weiter man die Stufen nach oben geht, desto weniger Menschen wird man dort antreffen. Denn nur Menschen, die wirklich viel Zeit & persönliche Ressourcen investieren avancieren zum Botschafter.

0,5-1% Botschafter

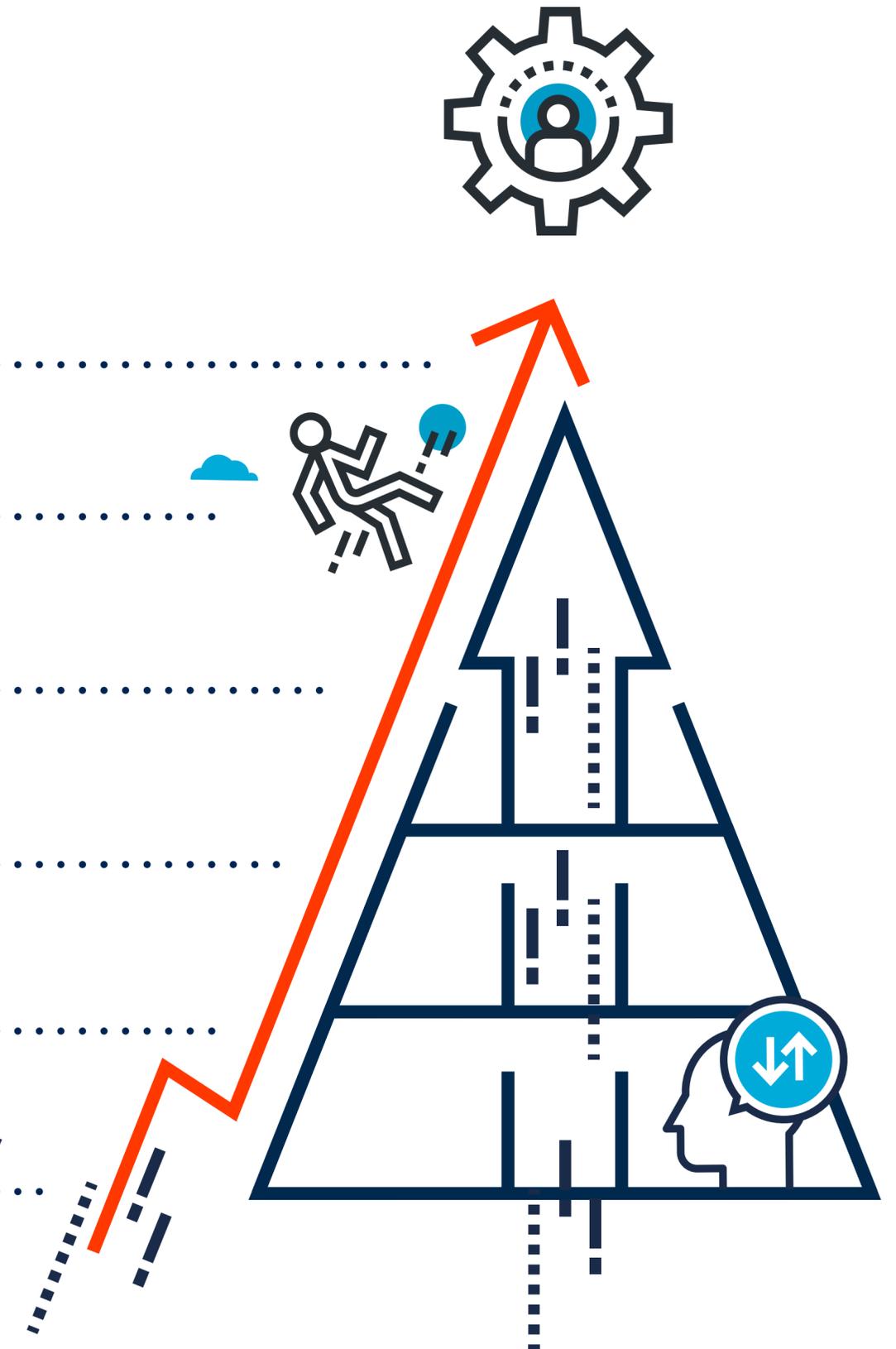
5-10% Beiträger

10-15% Beteiligter

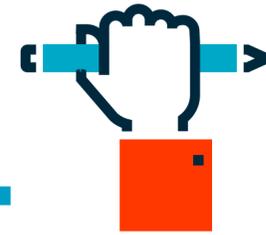
10-20% Bekenner

20% Begleiter

40-50% Beobachter



Workbook Ladder of Engagement



Auf den folgenden Seiten werden die einzelnen Stufen der Ladder of Engagement methodisch genauer beschrieben.

Dabei ist genug Raum für deine eigene Reflexion und persönliche Notizen zu jeder Stufe der Ladder of Engagement.

Also nimm den Stift in die Hand und leg los!

Viele die bereit sind
wenig zu tun.

Einige die bereit sind
etwas zu tun.

Wenige die bereit sind
viel zu tun.

Stufe 1 Beobachter

„Aha, euch gibt es auch!“

Sammele hier die aktuellen Angebote deiner Organisation bzw. deines Unternehmens auf dieser Stufe!



Mindset der Person

Person kommt sporadisch mit unserer Arbeit in Berührung - über Socialmedia Kanäle, klassische Werbung, oder durch Mundpropaganda.

Art der Aktion

Besuch der Website, der Social Media Kanäle bzw. lesen eines gesponserten Beitrags im Newsfeed, lesen eines Inserats bzw. betrachten eines Plakats,...

Unser primäres Ziel

Inspirierender Erstkontakt der zum Wiederkehren anregt.

Unsere Kommunikation

Meistens indirekt mündlich bzw. über Social Media Kanäle, durch werbliche Maßnahmen oder persönliches Aufeinandertreffen.

Art des Engagements

Sporadische indirekte Kommunikation - eigentlich kein Engagement bzw. keine Interaktion.

Messbarkeit

Website Traffic, Reichweite auf Social Media, Meinungsforschung,...

Stufe 2 Begleiter

„Ich interessiere mich für eure Arbeit - schickt mir was. Ich verspreche euch aber nicht, dass ich mir auch anschau, was ihr mir schickt“

Sammele hier die aktuellen Angebote deiner Organisation bzw. deines Unternehmens auf dieser Stufe!



Mindset der Person

Verständnis, Interesse und/oder Sympathie für unser Anliegen.

Art der Aktion

Bereitstellen eines Direkt-Kontakts (z.B. E-Mail-Signup, Facebook-Like oder Eintragen einer Postadresse/ Telefonnummer).

Unser primäres Ziel

Relevante Inhalte zu unserer Mission direkt übermitteln und Kontakt besser kennenlernen. Im besten Fall können wir Nutzen für unseren Kontakt stiften.

Unsere Kommunikation

Informativ und für unsere Ziele begeisternd.

Art des Engagements

Regelmäßiges Konsumieren der Direkt-Kommunikation.

Messbarkeit

Anzahl der Email-Adressen, Email-Opening/Click Rates
Anzahl Twitter/Facebook-Interaktion,...

Stufe 3 Bekenner

„Ich unterstütze eure Arbeit, aber es ist in erster Linie eure (!) Arbeit“

Sammele hier die aktuellen Angebote deiner Organisation bzw. deines Unternehmens auf dieser Stufe!



Mindset der Person

Glaut an die gemeinsame Mission in einem Ausmaß, dass der eigene Name als Bekenntnis dazu angegeben wird.

Art der Aktion

Einfache, rasche Handlung ohne Risiko oder (zeitliches) Investment; spontanes Commitment, das man ohne große Überlegung macht.

Unser primäres Ziel

Ausreichend Vertrauen gewinnen, um eine dauerhafte Unterstützung sicher zu stellen.

Unsere Kommunikation

Überzeugender Charakter innerhalb einer regelmäßigen, personalisierten Direkt-Kommunikation mit konkreten Angeboten aktiv zu werden (CTA).

Art des Engagements

One-Step-Actions (Aktionen mit wenig zeitlichem Aufwand und ohne viel notwendiges Wissen).

Messbarkeit

Anzahl Bekenner, Anzahl der Aktionen (Klicks, Shares, Likes...),...

Stufe 4 Beteiligter

„Ich fühle mich dem gemeinsamen Ziel stark verbunden und bin bereit persönlich etwas beizutragen.“

Sammele hier die aktuellen Angebote deiner Organisation bzw. deines Unternehmens auf dieser Stufe!



Mindset der Person

Die Bereitschaft Zeit, geringes soziales/zeitliches Kapital in die Organisation, für ein Thema oder eine Person zu investieren.

Art der Aktion

Beiträge werden nicht mehr spontan gemacht, sondern überlegt und aus einer grundsätzlichen Überzeugung/Bereitschaft heraus.

Unser primäres Ziel

Commitment/Involvement vertiefen und jemanden zum Teil der Bewegung machen.

Unsere Kommunikation

Regelmäßige, personalisierte Direktkommunikation mit konkreten Angeboten. Mehrstufige Aktionen um einzusteigen, persönliche Emails, Telefonate oder Treffen zu konkreten Projekten.

Art des Engagements

Mehrstufige Aktivität (Aktionen, die mehr Zeit und oder Wissen beanspruchen).

Messbarkeit

Anzahl der Beteiligten, Anzahl der Aktionen,...

Stufe 5 Beiträger

„Ihr könnt auf mich zählen - ich fühle mich als Teil des Ganzen.“

Sammele hier die aktuellen Angebote deiner Organisation bzw. deines Unternehmens auf dieser Stufe!



Mindset der Person

Voller Glaube an den Erfolg der gemeinsamen Mission - aus „ihr“ wird „wir“.

Art der Aktion

Investition von zeitlichen Ressourcen und intensiven sozialen Kapital.

Unser primäres Ziel

(Teil-)Verantwortung für das Thema, die Person, die Organisation entwickeln.

Unsere Kommunikation

Regelmäßige, hochgradig personalisierte Direktkommunikation, mind. 1 persönlicher Kontakt.

Art des Engagements

Ideen werden eingebracht, Eigeninitiative wird on- und offline gezeigt.

Messbarkeit

Anzahl der Beitragenden, Anzahl der Aktionen (z.B. neu gewonnene Unterstützer-Kontakte),...

Stufe 6 Botschafter

„Ich bin bereit Führung zu übernehmen in meinem Bereich (geografisch, Zielgruppe, o.ä.), um uns nach vorne zu bringen.“

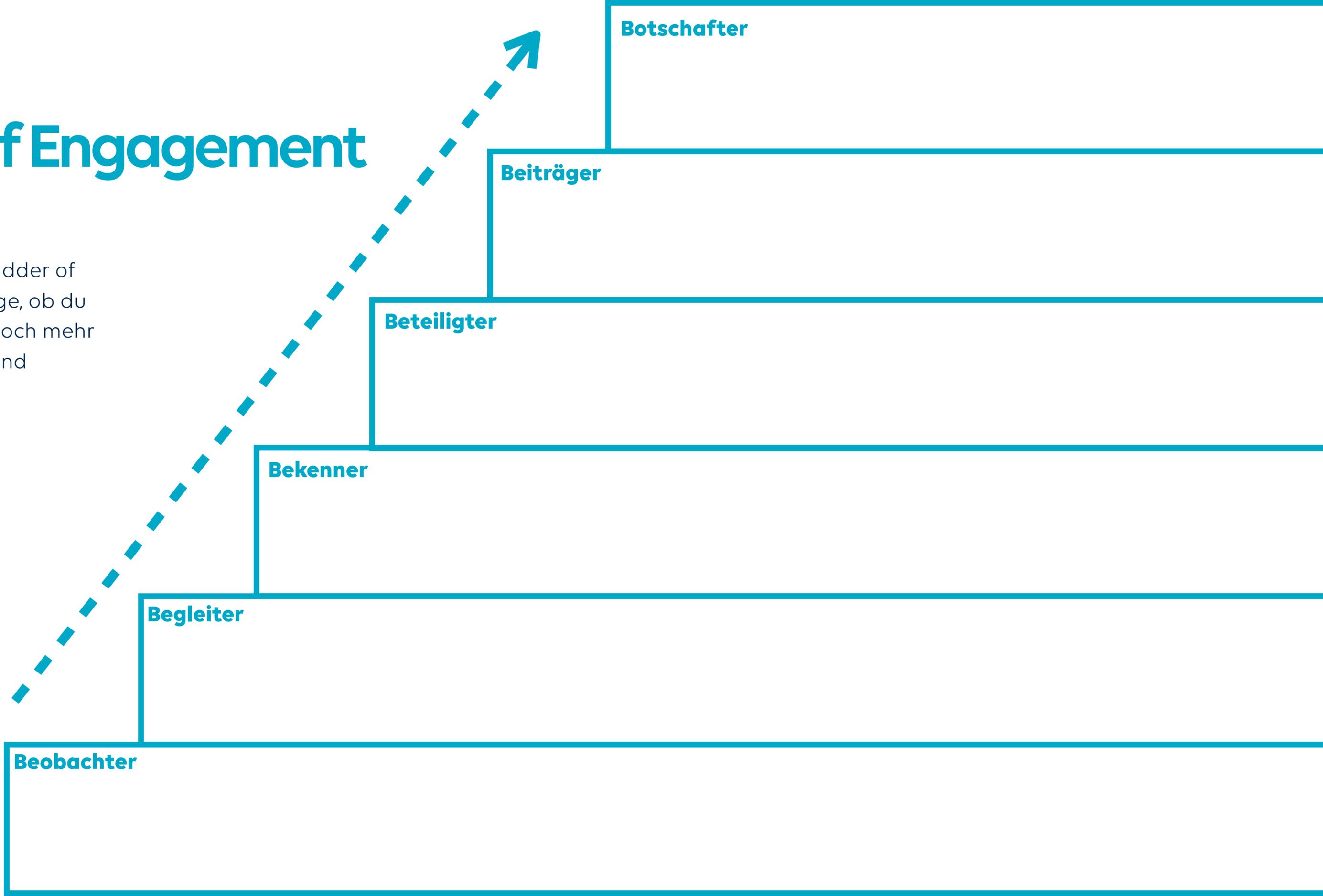
Mindset der Person	Leitet andere Unterstützer an, im Sinne der Mission zu handeln.
Art der Aktion	Fortlaufende Übernahme von Verantwortung für die Organisation durch Eigeninitiative, v.a. auch Offline
Unser primäres Ziel	Primär persönliche Kommunikation über Telefon oder Face-to-Face.
Unsere Kommunikation	Führungsaufgaben entwickeln und Gelegenheiten schaffen, Eigeninitiative zu zeigen.
Art des Engagements	Laufende gemeinsame Aktionen.
Messbarkeit	Anzahl der Botschafter, Anzahl der Aktionen,...

Sammele hier die aktuellen Angebote deiner Organisation bzw. deines Unternehmens auf dieser Stufe!



Deine Ladder of Engagement

Sammle deine Ideen
übersichtlich in der Ladder of
Engagement - überlege, ob du
auf gewissen Stufen noch mehr
Angebote benötigst und
ergänze neue Ideen.





Fragen?

campaigning•bureau

Gölsdorfgasse 4
1010 Wien

Tel: 0043 (1) 532 32 01
www.campaigning-bureau.com
wien@campaigning-bureau.com