



# Community Management in der Philanthropie

Acht Tipps, um die virtuelle Gemeinschaft erfolgreich zu betreuen.

Community Management wird mehr und mehr für alle Arten von Gemeinschaften praktiziert. Dabei steht der Begriff, vereinfacht formuliert, für die Leitung sowie Betreuung von virtuellen Gemeinschaften. Die weltweite Digitalisierung, der Vormarsch sozialer Netzwerke sowie das gestiegene Interesse an philanthropischen Themen, verstärkt durch die jüngsten Ereignisse von COVID, führen zu einer dynamisierten digitalen Interaktion. Populäre Social-Media-Plattformen ermöglichen einen engen Austausch in Communitys. Was gilt es für ein erfolgreiches Community Management zu beachten, wie können Community-Netzwerkstrukturen geschaffen und zentrale Gemeinsamkeiten transportiert werden? Nebst kontinuierlichem Einsatz führen diese acht Tipps zu einer lebendigen Community:

## Know what you want

Legen Sie Ihre Community-Strategie gleich zu Beginn fest. Dazu gehören z. B. Awarenessziele, das Finden digitaler Touchpoints, die Erhöhung des Informationsaustausches oder eine stärkere Kundenbindung.

## Provide Resources

Stellen Sie genügend Ressourcen bereit; sei dies für Contentarbeit oder für die aktive Moderation mittels eines eigens dafür verantwortlichen «Community Manager».

## Learnings

Durch aktives Zuhören erfahren Sie mehr über die Einstellung der Community-Mitglieder. Nehmen Sie Feedbacks auf, lernen Sie laufend aus negativen, kritischen Posts und lassen Sie es dadurch gar nicht erst zu einem Shitstorm kommen.

## Rules Setting

Legen Sie im Austausch mit den Community-

Mitgliedern Regeln fest, formulieren Sie eine Community-Netiquette.

## Content is King

Erspüren Sie Trends, finden Sie Themen, die Ihrer Community unter den Nägeln brennen. Die Art der Bilderwahl, der Aussagen und der Hashtags sollten immer den philanthropischen Grundgedanken in sich tragen. Seien Sie klar, transparent und einheitlich in Ihrer Kommunikation. Foto und Absender des Ansprechpartners steigern das Vertrauen.

## Show empathy

Setzen Sie sich wirklich ein, seien Sie authentisch. Zeigen Sie Ihrer Community, dass Sie verstanden werden. Wenn Sie sich zu etwas verpflichtet haben, tun Sie es auch. Häufige Fragen sollten Sie ernst nehmen und verfolgen, klären Sie es ab.

## Speed dating

Schnelllebigkeit prägt dieses Geschäft. Warten Sie nicht nur auf Posts Ihrer Follower. Treten Sie proaktiv mit Ihrer Community in den Dialog. Greifen Sie Themen auf, seien Sie spontan. Halten Sie Ihre Community-Gemeinschaft bei Laune, indem Sie zeitnah und engagiert Rückmeldung geben.

## Monitoring

Behalten Sie den Überblick, so dass Sie einer möglichen Krise immer einen Schritt voraus sind. Die quantitative Messung geeigneter Key Performance Indicators (KPIs), wie z. B. organische Reichweite, Anzahl Posts, Anzahl Aufrufe von Videos oder Anzahl Follower sowie Conversion Rates ersetzen keine qualitative Auswertung, wie z. B. das Erfragen des Zufriedenheitsgrades als Temperaturmesser der Userstimmung. ■

**Fr.** **La gestion des communautés en philanthropie**  
Huit conseils pour prendre en charge une communauté virtuelle.

**En.** **Community management in the philanthropy sector**  
Eight tips for successfully managing a digital community.

○ [thephilanthropist.ch](http://thephilanthropist.ch)



### Zur Person:

*Barbara Rüttimann ist Ökonomin und verfügt über ein CAS Digitales Marketing der ZHAW Winterthur. Seit 2000 ist sie Inhaberin einer Beratungsagentur für (Online-)Kommunikation und Managementberatung. Sie schreibt für Wirtschaftsmedien und Blogs, ist Buchautorin und ehemalige TV-Moderatorin. Seit 2020 ist sie Head of Institutional Fundraising & Major Donors der Stiftung Synapsis – Alzheimer Forschung Schweiz. In den Jahren zuvor war sie in verschiedenen Branchen Leiterin Kommunikation und Marketing, so auch im Stiftungsumfeld.*