

## **Moderne Umgangsformen – Basis für gute Zusammenarbeit**

von Karin Schleines\*

FundraiserInnen und Mitarbeiter im Bereich Fundraising und Sozialmarketing kommen alltäglich mit Vertretern von Organisationen und Unternehmen ins Gespräch. Neben Know-how spielen auch immer mehr die so genannten "Soft-Skills" eine große Rolle. Umgangsformen, Erscheinungsbild und Auftreten einer Person sind heute nicht mehr wegzudenken. In fast jeder Stellenbeschreibung werden einem Bewerber oder einer Bewerberin "gute Umgangsformen" abverlangt, schließlich werden Mitarbeiter gesucht, die seriös und glaubwürdig eine Organisation oder einen Verband vertreten.

### **Empfänge – Manchmal kommt man nicht umhin**

So kommen Sie nun einmal nicht umhin, für Ihre gute Sache einer Einladung zu einem Empfang eines von Ihnen akquirierten Sponsors zu folgen, ist ja der persönliche Kontakt von großer Bedeutung. Außerdem erweitern Sie durch Ihre Teilnahme Ihr Netzwerk. Das – eventuell mulmige – Gefühl, alleine auf einen Empfang zu gehen, eventuell nicht zu wissen, wer die anderen Teilnehmer sind, schwindet immer mehr, wenn Sie die kleinen "Regeln" des Small-Talks beherzigen. Small-Talk oder auch "Light Talk" genannt, soll als Eisbrecher und Einstieg in ein gutes Gespräch dienen. Gute Aufhänger für das "kleine Gespräch" können z.B. die Frage nach der Anreise, oder auch die Ihnen übergebene Visitenkarte sein.

### **Die Do's und Dont's beim Small-Talk:**

Themen fürs "kleine Gespräch" sind immer positiv behaftet, wie z.B. Anreise, Ihr Grund für die Teilnahme / Ihr Projekt, Kultur, das Wetter, die Musik auf dem Empfang, der eventuell gereichte Imbiss. Die Themen Politik, Religion sowie all die Themen, die polarisieren, gilt es zu vermeiden.

### **Visitenkarten:**

Wie bereits erwähnt, sind Visitenkarten ein guter Einstieg für Ihr Gespräch. Um so mehr sollten Sie auf deren Zustand achten. Diese kleinen Kärtchen haben es in sich, denn sie sind u.a. auch ein Aushängeschild der Person, die sie übergibt. Achten Sie darauf, dass die Kärtchen sauber und ordentlich sind und keine Eselsohren oder Fettflecken aufweisen. In Visitenkartenetuis, die es in jeder Preiskategorie gibt, sind die Karten gut aufgehoben und vor "Umwelteinflüssen" geschützt. Lesen Sie die Ihnen übergebene Visitenkarte durch, bevor Sie sie wegstecken oder bei Besprechungen vor sich auf den Tisch legen. Das macht Eindruck. Im asiatischen Raum übrigens werden die Visitenkarten mit zwei Händen übergeben und auch empfangen und sehr sorgfältig studiert.

### **Nach dem Empfang: Was machen mit den Visitenkarten?**

Um ein "Chaos" von Visitenkarten zu vermeiden, hier einige Anregungen: Priorisieren Sie die Kontakte.

A-Kontakte: Sehr wichtige Personen, Multiplikatoren, deren Kontaktdetails sie immer griffbereit haben sollten und auf die 80% Ihrer Zeit zur Kontaktpflege entfallen sollte

B-Kontakte: Von Bedeutung – weniger betreuungsintensiv. Auf diese Kontaktgruppe gehen Sie seltener zu.

C-Kontakte: Zusammenarbeit ist weniger wahrscheinlich. Sie sind sich nicht sicher, ob eine Beziehung aufgebaut werden soll und überlassen es dem Anderen, auf Sie zuzugehen.

D-Kontakte: Keine Vertiefung Ihrerseits gewünscht. Diese Kontakte werden nicht erfasst.

Empfehlenswert ist es, Notizen zu Ihren neuen Kontakten anzubringen, insbesondere für Ansätze eines weiteren Kontaktaufbaus (z.B. die Information, dass der Verband XY den Erlös der nächsten Charity-Veranstaltung gerne auch Ihrem Projekt widmen möchte).

Wenn Sie versprochen haben, der Person z.B. eine Information zukommen zu lassen, sollten Sie dies sofort erledigen. Ist noch kein weiterer Schritt geplant, ist es sinnvoll, sich nach ein bis zwei Wochen nach der Veranstaltung zu melden.

Vielleicht melden Sie sich persönlich am Telefon, oder Sie schreiben der Person eine E-Mail.

### **"E-Mail-Knigge"?**

Nur eine E-Mail – denkt man sich – aber weit gefehlt, denn eine E-Mail kann Auswirkungen haben. Daher gelten auch bei der elektronischen Korrespondenz die gleichen Regeln, wie bei einem Geschäftsbrief:

Hier einige Tipps:

Abkürzungen, wie z.B. "asap" (as soon as possible) oder bei der Anrede "SgDuH", oder beim Gruß "M.f.G." oder "cu" ("see you") kommen im geschäftlichen Umfeld weniger gut an. Formulieren Sie am besten Anrede und Gruß aus. Da die Betreffzeile entscheidet, ob die Mail überhaupt gelesen wird, sollte diese so aussagekräftig wie möglich sein. Da der Empfänger Ihrer Mail, Sie sicher auch kontaktieren soll, ist es ratsam, sich mit Ihren Kontaktdaten am Ende der E-Mail vorzustellen. Man ist Ihnen für Bekanntgabe Ihres Namens, Ihrer Funktion, Adresse, Telefon- und Faxnummer, Mail-Adresse und – falls vorhanden – Web-Adresse sehr dankbar. Da wir alle im Laufe eines Tages einige E-Mail-Nachrichten erhalten, sollte man den Verteiler einer Nachricht mit Bedacht auswählen. Im Hinblick auf Dateianhänge sollten Sie sicherstellen, dass der E-Mail-Empfänger den Anhang auch wünscht. Um eine Überbelastung von Servern zu vermeiden, sollte der Umfang einer Datei so gering wie möglich sein.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg bei Vorbereitung – während und Nachbereitung Ihrer Meetings.  
Karin Schleines

\*Karin Schleines ist Unternehmensberaterin und wohnt in Wiesbaden. Kontakt [info@schleines.de](mailto:info@schleines.de)