

## Essener Forum: „Fundraising, Vernetzung, Öffentlichkeitsarbeit – Erfolgsfaktoren der Projektarbeit“ am 31. August 2016

„Fundraising, Vernetzung, Öffentlichkeitsarbeit – Erfolgsfaktoren der Projektarbeit“ lautete das Thema des Essener Forums, das im Rahmen des Forschungsprojekts „Wieviel Islam gehört zu Deutschland? Integrationserfahrungen junger und alter Menschen in einer säkular geprägten Gesellschaft am Beispiel des Ruhrgebiets“ am 31. August 2016 stattfand. Praxisexperten diskutierten gemeinsam mit dem Projektteam konkrete Erfahrungen und Herausforderungen in ihrer Projektarbeit.

**Bülent Arslan**, Geschäftsführer der imap GmbH, einer Beratungsgesellschaft für kulturelle Veränderungsprozesse, forderte zu Beginn eine Ausweitung des Integrationsbegriffs. Bisher liege der Fokus zu sehr auf struktureller Integration, kulturelle Faktoren müssten jedoch zukünftig stärker berücksichtigt werden. Dieser Wandel müsse auch auf Organisationsebene vollzogen werden, um bestimmte Zielgruppen ansprechen und erreichen zu können. Die Einwanderer und Migranten, so Bülent, kämen traditionell eher aus kollektivistischen Gemeinschaften und ließen sich stärker durch persönliche Ansprache erreichen. Dies müsse stärker in integrationspolitischen Lösungsansätzen, aber auch in der Projektarbeit, verankert werden.

Im Folgenden berichteten Experten aus ihrer praktischen Erfahrung in zentralen Bereichen der operativen Projektarbeit. Zunächst betonte **Beate Haverkamp**, Geschäftsführerin des Conversio-Instituts, und Expertin für Fundraising, dass der klassische Fehler im Fundraising, am Ende anzufangen und potentielle Spender ohne klares Ziel oder Konzept anzusprechen immer wieder gemacht werde. Im Vorfeld müssten jedoch konkrete Analyseschritte erfolgen: Warum werden bestimmte Ziele verfolgt, wer könnten potentielle Spender mit Interesse am Thema sein und wie können Botschaft und Kommunikation an die Zielgruppe angepasst werden? Dies müsse geklärt werden, um erfolgreich Mittel und Spenden einzuwerben.

**Dr. Jörg Ernst**, freiberuflicher Fachreferent und Berater im Bereich institutionelle Netzwerke, stützte diese These. Auch für den Netzwerkaufbau sei es essentiell, sich im Vorfeld zu überlegen, welche konkreten Ziele mit dem Netzwerk verbunden seien, denn Aufbau und Unterhalt funktionierender Netzwerke erfordern oft einen beträchtlichen Ressourceneinsatz. Netzwerke, so Ernst, dürften dabei jedoch nicht als Einbahnstraße betrachtet werden, wer einem Netzwerk beitrete, dürfe nicht davon ausgehen zu profitieren ohne selber etwas beizusteuern.

Anschließend erläuterte **Mathias Klüver**, geschäftsführender Inhaber der gleichnamigen - PR-Beratung, die Relevanz strategischer Kommunikation für einzelne Organisationen. Erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit könne nur betrieben werden, wenn man sich des eigenen Profils bewusst sei. Darauf aufbauend müsse für eine professionelle Kommunikationsstrategie aus vielfältigen Optionen ausgewählt werden. Ein Flyer allein reiche in der Regel nicht, um auf sich und seine Arbeit aufmerksam zu machen. Zudem müsse der Erfolg der jeweiligen Aktionen im Nachgang evaluiert werden, um die Strategie gegebenenfalls anpassen zu können.

In der abschließenden Diskussion waren sich alle Teilnehmer einig, dass es kein Patentrezept gebe, in allen Bereichen müssten passgenaue Lösungen für die einzelnen Organisationen gefunden werden. **Dr. Karsten Jung**, Geschäftsführer der Bonner Akademie, betonte zum Ende der Veranstaltung, dass ein Vorgehen nach dem „one-size-fits-all“-Prinzip kaum zu Erfolg führen könne. Die Erfahrung der bisherigen Projektarbeit habe gezeigt, dass verschiedene Projekte und Initiativen ihre Stärken in unterschiedlichen Bereichen haben. Vor diesem Hintergrund können auch eine flexible Vernetzung und Erfahrungsaustausch wechselseitiges Lernen befördern.