

WOLKEN ROT

Grassroots

*Fragen und Antworten für mehr Durchblick
„Seine Fans kann man sich nicht aussuchen 😊“*

Was ist denn bitte Grassroots?

Grassroots Management bezeichnet die professionelle und strukturierte Mobilisierung und Einbeziehung von freiwilligen Unterstützern und Fans in das Handeln von Unternehmen und anderen wirtschaftlich tätigen Institutionen.

Die Kernelemente sind **Freiwilligkeit**, **Augenhöhe** und **Bewegung**.

Mitarbeiter werben Mitarbeiter – was ist der Unterschied zum Empfehlungsmarketing?

Der ganz große Unterschied liegt in der Freiwilligkeit. Niemand bekommt etwas dafür bezahlt oder refundiert, denn alle, die etwas machen, tun dies aus freien Stücken.

Ersetzt das alles andere?

Nein, **Grassroots** ist als Ergänzung zu Ihren Projekten und Initiativen gedacht. Bewusst eingesetzt, kann es z.B. Change-Projekte positiv beeinflussen und wirkt: Es bringt überraschende Ergebnisse, und lässt Dinge entstehen, mit denen niemand gerechnet hätte. 😊

Wo habt ihr das schon verwendet?

Egal ob Strategie, Kommunikation, Marketing, Customer Relationship oder Human Ressource, die Nutzung interner Netzwerke zur sicheren Zielerreichung hat sich seit längerem in den USA und seit kurzen in Europa bereits bewährt.

Wir verwenden dieses Konzept beispielsweise nach abgeschlossenen Mergern, oder bei der Suche nach neuen Kunden, in Veränderungsprozessen, um die Stimmung „positiv zu stimulieren“ und im Recruiting, um die Attraktivität der Unternehmen positiv zu beeinflussen.

WOLKEN ROT

Wie wisst ihr, dass es funktioniert?

Wir wissen es aus eigener Erfahrung – und es wird durch die Forschung bewiesen. Adam Grant, Prof in Wharton fand z.B. heraus, dass es wesentlich schneller geht, wenn er entfernte Kontakte - anstelle nahestehender – aktiviert: dies eröffnet neue Netzwerke, die einem selbst sonst unerschlossen geblieben wären. Er bewies, dass mobilisierungstaugliche Kommunikation DER Schlüssel zu den Energiereserven der Menschen ist.

Was heißt mobilisierungstaugliche Kommunikation?

Wenn man mobilisierungstauglich kommuniziert, tut man das immer auf Augenhöhe, herzlich und sieht sich eher beim anderen als bei sich selbst. Es geht also weniger darum zu senden, als zu empfangen. Weniger Fremdworte, weniger Marketingfloskeln - mehr Anschlussfähigkeit und Verständnis für das Gegenüber.

Ist das nur für große Unternehmen?

Nein, ganz im Gegenteil. Gerade für KMUs eignet sich der Ansatz hervorragend, weil viel weniger Budget zur Verfügung steht. Dieser Ansatz ist komplett gratis, in kleinen Strukturen gut aufsetzbar und fordert lediglich etwas Zeit und Mühe.

Wie passt das zu HR-Management?

Die Freiwilligkeit und Glaubwürdigkeit bietet mittel- und langfristig die perfekte Ergänzung im Employer Branding. Auch im Recruiting findet es perfekt Anwendung: Zukünftig werden weniger neue Angestellte gesucht, sondern mehr Freelancer, Projektmitarbeiter, Mitarbeiter auf Zeit, oder Interimsmanager, Dafür ist es wichtig, sich ein Netzwerk aufzubauen und damit zu beschäftigen, wie man Engagement und Freiwilligkeit mobilisieren kann. Es geht hier weniger um ein Handeln wie am Basar, sondern um eine Investition in Netzwerke, von denen man dann auch (über Umwege) wieder etwas zurückbekommt.