

ÜBERSICHT: ZIELGRUPPEN

Im ersten Schritt ist die Mitgliederwerbung auf das direkte Umfeld der Kolpingsfamilien fokussiert – auf Menschen, die Kolping und die dahinterstehenden Werte und Angebote „gut finden“.

An wen denken wir dabei? Zum Beispiel an:

- Familienmitglieder
- BewohnerInnen des Kolpinghauses
- Freunde & Bekannte
- Arbeitskolleginnen und -kollegen
- Kolleginnen und Kollegen aus anderen Netzwerken wie z.B. Pfarrgemeinde-Gruppen; Bezirks- und Gemeinde-Gruppen, Netzwerke ehemaliger SchülerInnen einer Schule/ „Alumni-Clubs“, Eltervereine, Chor- und Musikgruppen, Jugendtreffs, SeniorInnen-Gruppen, Wanderclubs, Sportvereine, ...
- Leute, die bereits für Aktionen und Veranstaltungen als UnterstützerInnen gewonnen werden konnten
- Menschen, die die Angebote der Kolpingsfamilien nutzen und in Anspruch nehmen bzw. davon profitieren: Jugendliche, junge Erwachsene in Ausbildung, junge Familien, Seniorinnen und Senioren
- Die Generation „40+“ und ggf. ihre Kinder (hier geht es v.a. darum, Erlebnisse zu schaffen, nicht das „Hackeln“ für Kolping soll im Vordergrund stehen)
- Menschen der Generation „um die 60“, die sich rund um ihren Pensionsantritt nach neuen Aufgaben und Mitwirkungsmöglichkeiten umsehen

Diese Auflistung ist nur eine erste Annäherung, da die Suche nach „Zielgruppen“ (oder möglichen „MitstreiterInnen“) sehr stark vom konkreten örtlichen Umfeld bestimmt ist. An jedem Ort, erst recht in den Städten, gibt es da eine Vielzahl von Möglichkeiten. Für jede dieser Gruppen ist zu hinterfragen, wie wichtig ihre Mitglieder dem Verein sind, welche Erwartungen sie an den Verein haben, welche Erwartungen der Verein umgekehrt an sie hat; nicht alle Gruppen sind gleich wichtig, aber die wichtigen sollte man mit Angeboten „versorgen“, die ihre Interessen treffen.

Die **Bedürfnisse der Zielgruppen** muss ich als Organisation erkennen und die Bedienung dieser Bedürfnisse erreichen – und zwar besser als andere das tun. Und dann muss ich überprüfen: Was sagen denn die Kunden zu der Art, wie wir ihre Bedürfnisse bedienen? Aus diesem Re-Check wächst auch die Wachsamkeit für neue Bedürfnisse oder geänderte Bedingungen.

Wichtig: Hin und wieder etwas Neues anbieten! z.B Förderunterricht für MigrantInnen

Und: Den Verein öffnen für Menschen, die etwas machen wollen, was gut mit der Kolping-Idee zusammenpasst!