

Was soziale Angebote attraktiv macht – Bedingungen für eine erfolgreiche Annahme.

Im Überblick

Trotz eines attraktiven Veranstaltungs- und Mitmachangebotes werden Aktivitäten nicht immer von den Zielgruppen angenommen oder erreichen diese überhaupt. In dieser KuK-Ausgabe möchten wir einige Faktoren aus der Praxis vorstellen, die dazu beitragen können, Angebote zugänglicher zu gestalten und deren Akzeptanz sowie Inanspruchnahme zu fördern.

Faktor 1: Rahmen schaffen – Inhalte gemeinsam gestalten

- Ein organisierter Rahmen bietet Struktur und Sicherheit. Es ist wichtig, dass die Beteiligten auch ihre Interessen und Ideen einbringen können. Dies fördert die Identifikation mit dem Angebot und motiviert auch zukünftig sich an diesem zu beteiligen.
- **Beispiele:** Raum/Grünfläche zur Verfügung stellen, aber die konkrete Gestaltung wird der Gruppe überlassen.

Faktor 2: Regelmäßigkeit und Beständigkeit

- Angebote, die regelmäßig und verlässlich (z. B. unabhängig vom Wetter, Jahreszeit oder Teilnehmeranzahl) stattfinden, wirken verbindlicher und vertrauenswürdiger. Regelmäßige Termine erleichtern es den Teilnehmenden, Angebote in ihren Alltag zu integrieren und fördern eine langfristige Bindung.
- **Beispiele:** Jeden Mittwoch um 16:00 Uhr Kaffeerunde, alle zwei Wochen freitags 09:00 Uhr Yoga.

Faktor 3: Öffentlichkeitsarbeit und Sichtbarkeit

- Berichten Sie darüber. Eine zielgruppengerechte Öffentlichkeitsarbeit – ob analog, digital oder persönlich – ist entscheidend, um Interesse zu wecken und Aufmerksamkeit zu schaffen. Manche Menschen können sich unter den Begriffen der Angebote vielleicht nicht sofort immer etwas vorstellen. Wenn sie aber durch Bilder oder Berichte einen Eindruck gewinnen, ändert sich oft ihre Wahrnehmung – und sie bekommen Lust, selbst einmal teilzunehmen.
- **Beispiele:** Beiträge in Mitgliederzeitschriften, Instagram-Post, Whatsapp-Stories, Präsentation bei Veranstaltungen oder Festen*.

* gerne auch direkt angeben, wann die nächsten/zukünftigen Termine stattfinden.

Faktor 4: Beziehungen und Vertrauen

- Die beste Werbung sind die Menschen selbst. Ermutigen Sie dazu, dass Teilnehmer über die Aktivitäten erzählen. Nutzen Sie gerne auch kurze Wege zur Kommunikation oder Zusammenarbeit mit zentralen und lokalen Akteuren. So entsteht ein größeres Netzwerk, mit dem Sie relativ unkompliziert viele Personen erreichen können, die Sie alleine möglicherweise nicht erreichen würden, denn kurze Wege und vertraute Gesichter senken die Hemmschwelle zur Teilnahme.
- **Beispiele:** Zusammenarbeit mit Bäckerei zum Thema Kuchenbacken, Kooperation mit Kita zum gemeinsamen Kinderschminken.

Faktor 5: Trial and error

- Nicht jedes Angebot funktioniert sofort. Manchmal muss man einfach ausprobieren, wie und ob es angenommen wird. Auch wenn ein Angebot nicht erfolgreich ist, lassen sich daraus wertvolle Erkenntnisse gewinnen, die für zukünftige Projekte hilfreich sind.
- **Beispiele:** Die Zeit passte nicht, weil viele berufstätig waren. Die Gruppe war zu groß/zu klein oder der Raum für Yoga ungeeignet, etc.

