

Arbeitsmaterial XX

Infoblatt: Zielgruppe kennenlernen, ansprechen und für die Netzwerk- arbeit gewinnen

Menschen aus der Zielgruppe sollten unbedingt Teil Ihres Netzwerks sein. Denn nur so trägt Ihr Vorhaben erfolgreich zu mehr Inklusion und Partizipation bei. Auch einzelne Maßnahmen werden erfolgreicher, wenn Menschen aus der Zielgruppe sie mitplanen und dabei ihre Bedürfnisse einbeziehen können.

In diesem Infoblatt beschreiben wir, wie Sie Schritt für Schritt Ihre Zielgruppe für die Mitarbeit im Netzwerk gewinnen.

Zielgruppe definieren

Zunächst sollten Sie Ihre Zielgruppen definieren, zum Beispiel Menschen mit Behinderung oder Menschen mit Fluchterfahrung. Oft werden Zielgruppen zu weit gefasst, obwohl sie in sich sehr unterschiedlich sind. Bei der Zielgruppe „Menschen mit Behinderung“ spielen viele weitere Faktoren eine Rolle, wie zum Beispiel Art der Behinderung, Alter, Geschlecht, Religionszugehörigkeit, Sprachkenntnisse, Wohnort, Bildungsstand, finanzielle Lage, Familienstand, Mobilität, Gesundheitszustand und vieles mehr.

Definieren Sie deshalb die Zielgruppen schon zu Beginn möglichst genau.

Zum Beispiel:

- Junge Menschen mit Lernbehinderung
- Menschen, die in den vergangenen zwei Jahren nach Deutschland geflüchtet sind
- Menschen über 60 Jahre, die einsam sind

Je genauer Sie Ihre Zielgruppe definieren, desto besser können Sie Probleme dieser Zielgruppe angehen und dazu beitragen, dass die Menschen besser am gesellschaftlichen Leben teilhaben können.

Zielgruppe genauer kennenlernen

Haben Sie Ihre Zielgruppe definiert, sollten Sie zunächst möglichst viel über sie herausfinden:

- Wo wohnt die Zielgruppe?
- Wie verbringt die Zielgruppe ihre Freizeit?
- Wie bewegt sich die Zielgruppe? Zu Fuß, mit Bus, Bahn, allein, in der Gruppe?
- Wo arbeitet die Zielgruppe? Oder: Wo geht die Zielgruppe zur Schule?
- Welche Probleme hat die Zielgruppe?
- Welche Wünsche hat die Zielgruppe?
- Wie alt ist die Zielgruppe?
- In welcher finanziellen Lage ist die Zielgruppe?
- Welche Ängste hat die Zielgruppe?
- Welche Medien spielen für die Zielgruppe eine Rolle? Zeitung, Fernsehen, Radio, Soziale Medien wie TikTok oder Facebook, Portale wie NebenAn.de, Mitarbeiterzeitschriften?
- An welchen Orten hält sich die Zielgruppe auf?
- Zu welcher Tageszeit ist die Zielgruppe unterwegs, wann ist sie zuhause, wann arbeitet sie?
- Wer arbeitet mit der Zielgruppe?
- Gibt es Vereine, Selbstvertretungen dieser Zielgruppe?
- Gibt es Menschen, Vereine, Institutionen, Organisationen, die sich für die Zielgruppe einsetzen?
- Wer kennt die Zielgruppe darüber hinaus, hat Erfahrungen mit ihr und weiß mehr über sie?

Gehen Sie in die Recherche: Lesen Sie Informationen auf Webseiten von Vereinen, Institutionen, Organisationen und Stiftungen, wie zum Beispiel bei Behindertenverbänden oder Bundesministerien. Schlagworte für die Suche könnten „Sozialberichterstattung“ oder „Gesundheitsberichterstattung“ sein.

Studien, wissenschaftliche Artikel und Fachbücher können weitere Informationen liefern. Besuchen Sie Tagungen und Kongresse und sprechen Sie mit Expert*innen und Menschen, die mit der Zielgruppe in Kontakt sind, wie zum Beispiel bei Ergänzenden unabhängigen Teilhabeberatungen, Selbsthilfe- und Selbstvertretungsvereinen vor Ort.

Sozialraumbefragung kann sich lohnen

Bei Kommune Inklusiv gab es zu Beginn der Initiative eine Sozialraumbefragung (und -begehung) in allen Modellkommunen. Die Ergebnisse lieferten den Netzwerken im späteren Verlauf wichtige Informationen darüber, auf welche Probleme sie eingehen können und welche Zielgruppen ähnliche Wünsche und Bedürfnisse haben.

Eine (kleinere) Sozialraumbefragung kann sich daher durchaus lohnen.

Mehr darüber lesen Sie unter:

[„Ort und Menschen genau kennenlernen: die Erkundung des Sozialraums“](#).

Durch die Recherche können Sie später ganz konkrete Probleme der Zielgruppe angehen, gezielt Barrieren abbauen, mehr Akzeptanz und Zugang ermöglichen.

Behalten Sie jedoch im Hinterkopf: Welche konkreten Projekte und Maßnahmen sie planen oder welche Probleme der Zielgruppe die dringlichsten sind – all das sollte die Zielgruppe mitbestimmen, zum Beispiel mit der Methode der kooperativen Projektplanung.

Zielgruppe ansprechen

- 1.** Der erste und einfachste Schritt ist es, Menschen anzusprechen, die Sie persönlich kennen. Oder mit denen Sie gemeinsame Bekannte haben. Bei Kommune Inklusiv haben die Netzwerkkoordinator*innen zum Beispiel Nachbar*innen oder Menschen im gemeinsamen Sportverein angesprochen.
- 2.** Bei Zielgruppen, die schwieriger zu erreichen sind, können Sie sich an Institutionen wenden, die bereits mit der Zielgruppe Kontakt haben.
- 3.** Nutzen Sie die Informationen aus Ihren Recherchen für die Ansprache. Wollen Sie zum Beispiel, dass ältere Menschen in Ihrem Netzwerk mitarbeiten, sollten die gemeinsamen Sitzungen tagsüber stattfinden und die Treffpunkte sollten wohnortnah, barrierefrei und mit Bus und Bahn gut erreichbar sein. Wollen Sie jüngere Menschen erreichen, sollten Sie Treffen außerhalb der (Ganztags-)Schulzeit organisieren. Wollen Sie Menschen erreichen, die wenig Geld haben, sollten Anreise, Materialien, Technik und Verpflegung kostenfrei sein.

4. Überlegen Sie sich vor dem ersten Gespräch gute Argumente, warum sich die Mitarbeit im Netzwerk lohnt. Ein Beispiel: Sie wollen mit Ihrem Vorhaben dazu beitragen, dass mehr Menschen in den lokalen Sportvereinen Sport machen können. Die Vereinsmitgliedschaft soll günstiger werden, damit alle Menschen sie sich leisten können. Und es soll viele Angebote für Menschen im Rollstuhl geben. Daran aktiv mitzuwirken und die Angebote am Ende selbst nutzen zu können, könnte für Menschen aus den Zielgruppen ein gutes Argument sein, im Netzwerk mitzuarbeiten.
5. Haben Sie Geduld. Viele Menschen müssen erst einmal Vertrauen aufbauen. Kommune Inklusiv empfiehlt zudem allen Netzwerkpartner*innen, Empowerment-Schulungen zu besuchen. Dort lernen alle Menschen mehr über ihre Stärken, darüber, welchen Einfluss sie nehmen können und wie sich auf Augenhöhe kommunizieren lässt.