

Zielgruppen aktiv ansprechen: Gelingensfaktoren und Stolpersteine

GELINGENSAKTOREN

- ✓ fundierte Zielgruppenanalyse
- ✓ durchdachtes, partizipatives und bedarfsgerechtes Kommunikationskonzept
- ✓ Offenheit gegenüber den Ansprechpartnern und deren Anliegen
- ✓ Aufbau einer Bindung zum Gegenüber und Pflege dieser Bindung, so dass Vertrauen entsteht.
- ✓ respektvoller Umgang mit dem Gegenüber und „Sehen“ und „Geltenlassen“ seiner Leistungen
- ✓ aktives Zuhören
- ✓ Zeit geben und sich Zeit nehmen für die Kommunikation mit ehrenamtlich Tätigen

STOLPERSTEINE

- ✗ Anspracheinstrument passt nicht zur Zielgruppe
- ✗ Vermittlung des Eindruckes, das Gegenüber nicht ernst zu nehmen
- ✗ Doppelungen der Ansprache durch verschiedene Verwaltungsmitarbeiter
- ✗ mangelnde Kenntnis des Gegenübers aufgrund nicht ausreichender Vorbereitung
- ✗ missglücktes „Matching“, keine Auseinandersetzung mit der Person
- ✗ autoritäres Auftreten
- ✗ Vermittlung des Eindruckes, wenig Zeit zu haben

Auszug aus Band 151 „Hauptamt stärkt Ehrenamt – Ansatzpunkte, Ideen und gute Beispiele“
der Veröffentlichungen des Vereins für Geschichte der Deutschen Landkreise e.V., Seite 52



DEUTSCHER
LANDKREISTAG

Ulrich-von-Hassell-Haus
Lennéstraße 11
10785 Berlin
Telefon: +49 (0)30 590097 309
info@landkreistag.de
www.landkreistag.de



DEUTSCHE STIFTUNG
FÜR ENGAGEMENT
UND EHRENAMT

Deutsche Stiftung
für Engagement und Ehrenamt
Woldegker Chaussee 35
17235 Neustrelitz
hallo@d-s-e-e.de
www.d-s-e-e.de