

Betreiben Sie zielgruppenorientierte Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitswirksame Aktionen Ihrer Einrichtung kommen umso besser an, je genauer Sie Ihre Zielgruppe vorher kennen lernen und studieren. Die genaue Studie Ihrer Zielgruppe nutzt Ihnen doppelt: Zum einen dient sie dazu, die öffentlichen Maßnahmen ganz genau auf die Gruppe zuzuschneiden, die Sie erreichen wollen. Zum anderen erhalten Sie damit wertvolle Informationen, die Ihnen für Ihre pädagogische Arbeit und Vernetzung nützlich sind.

Fragen für Ihre Zielgruppenstudie

„Wen wollen wir erreichen?“, „Womit erreichen wir ihn am besten?“ sind 2 zentrale Fragen, die Sie sich vor jeder Maßnahme zur Öffentlichkeitsarbeit stellen sollten. Um Ihre Zielgruppe so genau wie möglich kennen zu lernen, steht Ihnen der folgende Fragenkatalog zur Verfügung.

- Welche Personen oder Personenkreise wollen Sie als Zielgruppe ansprechen?
- Wie alt ist die Zielgruppe?
- Welche Bedürfnisse, Anliegen und Interessen hat der Personenkreis?
- Wie sieht der normale Tagesablauf dieser Personen aus?
- Gibt es Lieblingsthemen, spezielle Anliegen oder Reizthemen?
- Wirkt eine rationale oder eine emotionale Ansprache besser?
- Welches Bild hat die Personengruppe von Ihrer Einrichtung?
- Welche Inhalte oder Botschaften wirken bei der Zielgruppe besonders gut?
- Gibt es Ängste, Sorgen oder Probleme, die für Ihre Zielgruppe typisch sind?

Durch die exemplarische Zielgruppenstudie erhalten Sie relevante Informationen und einen Einblick in die Motivwelt dieses Personenkreises, von dem Sie sich eine Anmeldung der eigenen Kinder erwarten. Gezielte und passgenau auf die Zielgruppe der neuen Eltern zugeschnittene Öffentlichkeitsarbeit könnte durch folgende Aktionen umgesetzt werden:

- **Offene Woche:** Zur Schaffung eines ersten positiven Eindrucks bei potenziellen Interessenten eignet sich eine offene Woche, in der die Einrichtung ihre Pforten öffnet und einen Blick hinter ihre Kulissen ermöglicht. Führungen, die zu bestimmten Zeiten von den Kindern selbst geleitet werden, machen die Leistungen der Einrichtung bekannt. Ein Gästebistro, in dem der Elternbeirat Kaffee, Kuchen und Infomaterial anbietet, ermöglicht den neuen Eltern einen ungezwungenen Austausch.
- **Vernissage:** Eine Fotoausstellung, die das Leben, Spielen und Lernen in der Kindertagesstätte zeigt, bietet einen interessanten Einblick in die Arbeit und ist zudem ein noch nicht alltägliches Instrument, um die Aufmerksamkeit neuer Eltern auf die eigene Einrichtung zu lenken. Vielleicht gibt es in Ihrer Elternschaft eine Fotografin, die die Eindrücke fotografisch festhalten kann. Kundenbindung betreiben Sie, wenn Sie die Vernissage in Ihrer Einrichtung durchführen und dabei gleich auf einen Infonachmittag oder auf Anmeldetermine hinweisen.
- **Videofilm:** Abläufe, spezielle Projekte und Tageselemente im Kindergarten können Inhalt des Videos sein. Der Film kann bei Tagen der offenen Tür, einer Vernissage in Ihrer Einrichtung oder anderen Ereignissen im Stadtteil gezeigt werden. Stellen Sie Ihre öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen auf die Motive Ihrer Zielgruppe ein. So durchgeführt, wird Ihre Öffentlichkeitsarbeit ihre Wirkung nicht verfehlen!