

Verschiedene Zielgruppen erreichen: Die passende Ansprache finden

Werbemittel wie z.B. Flyer bilden in Projekten oft die Basis für Öffentlichkeitsarbeit und Teilnahmeakquise. Sie bieten Informationen und weisen auf Unterstützer hin. Dabei können Inhalt und Gestaltung einen großen Einfluss auf den Wirkungsgrad haben. Eine Erfahrung, die das BildungsCenter Rhein-Main e.V. bei der Durchführung des Projektes »Hast Du schon gehört? – Integration durch Konversation« mit ihrem Flyer gemacht hat.

Die Projektidee war im Grunde einfach: Junge Frauen mit Fluchtgeschichte verbesserten beim gemeinsamen Handarbeiten mit Frauen aus Rüsselsheim ihre Sprachkenntnisse, indem Sie miteinander über aktuelle Themen aus dem öffentlichen Leben sprachen. Der zu Beginn des Projektes entworfene Flyer enthielt alle nötigen Informationen zu Projekt und Förderern. Professionelle Bilder vermittelten einen wertigen Eindruck.

wie in den Flüchtlingsheimen effektiver Werbung für das Projekt gemacht werden könnte. Dabei entstand die Idee, einen möglichst einfachen Handzettel zu erstellen, welcher zweisprachig die wichtigsten Informationen (Projektzeiten, Kontaktmöglichkeit, Hinweis auf kostenlose Teilnahme und Übernahme der Fahrtkosten) enthielt. Sogar der offizielle Name des Projektes wurde weggelassen – stattdessen wurde das Angebot einfach als »Projekt für Frauen«

hielten sie die einfachen zweisprachigen Flyer.

Zielgruppen mitdenken

Diese Erfahrung zeigt, dass es schwierig sein kann, bei der Bekanntmachung eines Angebotes mit demselben Flyer verschiedene Zielgruppen zu erreichen. Einerseits wollte man Behörden und Multiplikatoren vom Projekt überzeugen, damit diese Informationen an die Zielgruppe weitergeben können, andererseits musste

ein direkter Zugang zu den Frauen gefunden werden. Professionell gestaltete Werbemittel können dabei eine Hürde sein, da – z.B. bei Menschen aus sozial benachteiligten Milieus – der Eindruck entstehen kann, das beworbene Projekt wende sich vornehmlich an Personen mit höherer



Zielgruppen der Werbemaßnahme waren Frauen mit Migrationshintergrund, aber auch Einrichtungen und Behörden, die als Akteure und Multiplikatoren in der Integrationsarbeit aktiv sind. Entsprechend wurden die Flyer in Ämtern, Behörden, sozialen Einrichtungen und Flüchtlingsheimen verteilt.

Leider erhielt das Projekt zunächst keine große Resonanz. Offenbar waren nicht sehr viele Frauen auf die Flyer aufmerksam geworden.

Mit einfachen Mitteln zum Ziel

Nachdem das Projekt mit wenigen Teilnehmerinnen begann, machte man sich gemeinsam Gedanken,

besprochen. Eine Teilnehmerin (arabische Muttersprachlerin) schrieb per Hand eine arabische Übersetzung unter den deutschen Text. Bewusst wurden keine professionellen Fotos, sondern Bilder der Teilnehmerinnen aus dem Projekt verwendet. Man erhoffte sich dadurch, dass die Zielgruppe sich mit den abgebildeten Frauen stärker identifizieren würde.

Die »unprofessionellen« Flyer wurden in die Flüchtlingsheime gebracht und dort an die schwarzen Bretter gehängt bzw. über die zuständigen Sozialpädagogen verteilt. Am nächsten Tag kamen die ersten Interessentinnen, die sich anmelden wollten. In der Hand

Bildungsqualifikation. Die Übersetzung der Texte spielt ebenso eine große Rolle, vor allem, wenn es sich um gezielte Angebote für Migrant/innen handelt.

Daher sollte eine wirksame Öffentlichkeitsarbeit bei Bedarf mit passenden Informationsformaten für unterschiedliche Zielgruppen arbeiten – damit eine gute Projektidee auch zünden kann.

Kontakt und weitere Informationen

BildungsCenter Rhein-Main e.V.
Dr. Ruslana Süleymanova
Gutenbergstr. 2
65428 Rüsselsheim
info@bildungscenter-rm.de
www.bildungscenter-rm.de/