

#GenoDigital

Session

Mehr Awareness für

Genossenschaften

Herausforderungen und Lösungsansätze
für die Ansprache neuer Zielgruppen

Herausforderung am Beispiel taz Genossenschaft & Spardabank

- Eher ältere Mitglieder, für die Absicherung der Zukunft müssen neue, jüngere Zielgruppen angesprochen werden
- Der Begriff “Genossenschaft” ist veraltet und wird nicht mit den eigentlichen Werten hinter der Organisationsform assoziiert
- Genossenschaftsgesetz (noch) zu wenig digital, daher sperrige Zeichnungsprozesse

Habt ihr die Lösung?

Bitte nehmt euch 5 Minuten Zeit, um über

- mögliche neue Arten der Ansprache
- Kanäle und Kommunikationsmittel

für die Bekanntmachung des Genossenschaftsmodells nachzudenken.

Schreibt eure Ansätze auf Post-Its!

Diese Fragen haben wir uns gestellt

- **Warum Kampagne?**

Warum wollen wir eine Kampagne starten und welchen Zweck erfüllt sie für unsere Kund*innen?

- **Warum zusammen?**

Welchen Effekt soll der Zusammenschluss auf unsere Kund*innen haben?

- **Warum machen wir mit?**

Welche (intrinsische) Motivation steckt hinter einem Zusammenschluss?

Diese Antworten haben wir (bis jetzt) gefunden

- **Darum Kampagne:**
 - Genossenschaftliche Organisation ist Alleinstellungsmerkmal
 - Genossenschaften sind nur in wenigen Kontexten bekannt (Wohnungsbau etc.)
 - Demokratische Grundwerte von Genossenschaften sind nicht bekannt genug
- **Darum zusammen:**
 - Wir haben ein ähnliches Wertesystem
 - Wir können zusammen mehr Menschen erreichen
 - Wir können Ressourcen teilen
- **Darum machen wir mit:**
 - Investition in die Zukunft
 - Gesellschaftliche und unternehmerische Verantwortung

Möchtet ihr den Prozess weiter begleiten?

Kommt in unsere Signal-Gruppe,
wenn ihr (unregelmäßige)
Updates von uns bekommen
und/oder euch einbringen
möchtet.



#GenoDigital

**Vielen Dank
für eure Mitarbeit!**

Marc & Lana

Marc Tort Bielefeld

Community und Fundraising
marc@genossenschaften.digital

Lana Wittig

Geschäftsleiterin taz Genossenschaft
lw@taz.de