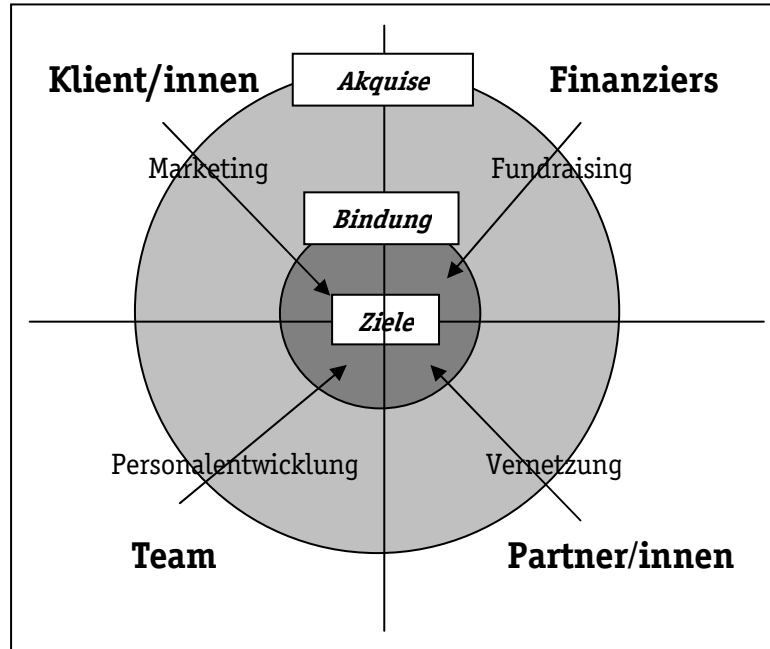


Das Vier-Märkte-Modell

Die Checkliste eignet sich als Leitfaden für eine Stärken/Schwächen-Analyse der Kontakt- und Ressourcenbasis der Organisation. Die Fragen zielen darauf, wie die Organisation auf ihren wichtigsten Märkten aufgestellt ist, d.h. wie sie Bezugsgruppen auf diesen Märkten erreicht und in Bezug auf ihre Ziele einbindet.



SOCIUS: Vier-Märkte-Modell

Klient/innen:

- Wie gut profiliert sind die Angebote? Wie klar sind die Zielgruppen definiert?
- Über welche Kanäle werden neue Zielgruppen erreicht?
- Wie werden Bedarfe abgefragt und Zufriedenheit rückgekoppelt? Wie werden „Stammkunden“ gepflegt?

Finanziers:

- Wie nachhaltig ist der Finanzierungsmix? Wie werden langfristige Entwicklungen berücksichtigt?
- Wie ist das Fundraising mit der Öffentlichkeitsarbeit und dem Networking verzahnt?
- Wie werden Spender und Förderer gepflegt? Gibt es einen systematischen „Upgrading“-Prozess zur Steigerung des Förderengagements?

Partner/innen:

- Wie kontaktfreudig ist die Organisation? Was hat sie möglichen Partnern/innen anzubieten?
- Kann die Organisation über Partnerbeziehungen Ressourcen mobilisieren? Gibt es dabei Lücken oder Doppelungen im Partnernetzwerk?
- Wie werden Kooperationsbeziehungen gepflegt und strategisch ausgebaut?

Team:

- Wie werden Teammitglieder eingeführt und qualifiziert? Besteht im Team ein Gefühl der Teilhabe?
- Wie wird ehrenamtliches Engagement angeregt und begleitet? Gibt es niederschwellige Einstiegsmöglichkeiten für Interessierte?
- Gibt es eine Kultur der Anerkennung und Kooperation, die engagierte Teammitglieder motiviert, sich weiter einzubringen?

TIPP: Die Checkliste kann eine Stärken-Schwächen-Analyse in Kleingruppen / im World Cafe unterstützen. Das Nachdenken über Umfeldler als „Märkte“ ist dabei im gemeinnützigen Kontext oft ungewohnt. Je mehr Widerstand sich gegen die Marktmetapher zeigt, desto wichtiger ist es oft, ihr Gehör zu verschaffen.