

Eine Win-Win-Situation



Hilfreiche Tipps: Tobias Sicheneder und die Berufsschüler überlegen neue Möglichkeiten für Marketing.
Foto: NBH

Grünwald – In vielen Bereichen des Miteinanders ist die Grünwalder Nachbarschaftshilfe aktiv. Ob nun für Senioren mit „Essen auf Rädern“ oder dem Begleitdienst, bei der Vermittlung von Tagesmüttern, der Grünwalder Tafel, bei der Organisation des Sommerferienprogramms für Schüler oder mit dem Secondhand-Laden.

„Wir sind sehr stolz, dass rund 130 Mitglieder ehrenamtlich bei uns aktiv sind, doch wir würden uns sehr freuen, wenn weitere Menschen Lust und Zeit hätten mit von der Partie zu sein, schließlich ist es für jeden leichter, wenn es sich auf viele Schultern verteilt“, meinte Geschäftsleiter Tobias Sicheneder. So ist es für die Nachbarschaftshilfe wichtig, mit den Projekten noch mehr in der Gemeinde bekannt zu werden. Nachdem in diesem Jahr eine neue Homepage an den Start ging, kam die Chance genau zum richtigen Zeitpunkt mit Schülern der Berufsschule für Medien und Kommunikation ein Praxis-Projekt auf die Beine zu stellen. „Die Schule kam auf uns zu, und es bot sich die Gelegenheit für eine echte Win-win-Situation.“

Die 25 Schüler erarbeiteten für die Nachbarschaftshilfe die Umsetzung von zwei Projekten: zum einen ging es um die Gewinnung von Helfern, zum anderen um Marketing für den Secondhand-Laden. „Es war wirklich toll, mit welchem Engagement die jungen Leute uns Löcher in den Bauch gefragt haben und sich nach den Treffen auch telefonisch weiter informiert haben“, begeisterte sich Sicheneder. So wurden Postkarten mit witzigen Sprüchen speziell für Jugendliche entworfen, zum Beispiel „Bock, ein Held zu sein?“ für die Freiwillige Feuerwehr oder „Du teilst gut aus?“ für die Grünwalder Tafel. Diese werden am Gymnasium verteilt. Dazu kamen aktuelle Hinweise und Anregungen, wie man die Infos auf der Homepage handlicher für den Nutzer gestalten könnte. Dabei ging es um den Gebrauch von Key-Wörtern, um die Suchmaschinen zu optimieren oder schnellen Aufbau der Internetseiten. „Es sind Leitfäden entstanden, die wir nun umsetzen können.“ Beim Secondhand-Laden kam die Idee auf, in den Räumen Kleidertausch-Partys abzuhalten und dazu „Influencer“ einzuladen, um ein jüngeres

Publikum anzuziehen. „Parallel planen wir auch ein Kreativ-Atelier mit Strick- und Nähkursen, dort kann die ältere Generation Fachwissen vermitteln und die Jüngeren bringen neueste Trends ein“, sagte Sicheneder. „Das passt zu unserem Ideal, alle Generationen zusammenzubringen.“
BIRGIT DAVIES

Quellenangabe: Münchner Merkur - Süd vom 30.01.2019, Seite 35