



Protokoll	2. Sitzung Kommunikationsgruppe
Datum/Uhrzeit von bis	15.7.26,17:30 – 19:00
Teilnehmer	Moni, Hans, Axel, Werner k., Werner U., Thomas S., Silvia, Bernd
Entschuldigt	
Protokollführer	Thomas D.

TOP : Wie soll der VPC zukünftig kommunizieren, wer sind die Zielgruppen und wie können wir diese erreichen

→ Zielidee : „Jeder Viersener kennt den VPC und weiß, was er tut,,

Ergebnis der Gruppendiskussion vom 15.07.2026 :

Wir sehen das größte Erfolgspotenzial im Hinblick auf die nachfolgend identifizierten Ziele und deren Priorisierung in der Ansprache der Zielgruppen Kinder und Jugendliche sowie – mit Einschränkungen – der Integrationsgruppen. Die aus unserer Sicht effektivsten Kanäle, um diese Zielgruppen zu erreichen, sind Schulen, Eltern sowie Instagram.

Unabhängig von der Priorisierung der Zielgruppen und mit Blick auf ein generelles Mitgliederwachstum bietet ein Tag der offenen Tür aufgrund der Vielfalt der angesprochenen Zielgruppen ein erhebliches Potenzial. Auf den kommenden Seiten findet sich die Herleitung dieser Annahme.

Wie wir weiter vorgehen, ist auf Basis dieser Erkenntnisse zu diskutieren.

Zum Thema Homepage :

Die Homepage wurde hier nicht betrachtet, da diese als maßgebliches Medium zur Außendarstellung des VPC existieren muss.

Thomas Schäfer hat sich bereit erklärt die Pflege der Homepage zu übernehmen. Vielen Dank dafür Thomas !



Ziele der externen Kommunikation des VPC

1. Ziele

Nr.	Ziel
1.	Wachstum
2.	Verjüngung
3.	Sportl. Verstärkung
4.	Sponsoring

2. Zielgewichtung

Resultat aus Anzahl der Stimmen der Kommunikationsgruppe, normalisiert auf 1, Zahlen gerundet.

Ziel	Stimmen	Normal.	Prio
Verjüngung	3	0,4	1
Sportl. Verst.	3	0,4	1
Sponsoring	1	0,1	2
Wachstum	0	0	3

3. Welche Zielgruppen kennen wir (Brainstorming)

- Kinder
- Jugend
- Berufstätige
- Ruheständler
- Integrationsgruppen
- Ältere Sportler
- Freizeitspieler



4. Zielgruppen je Ziel

Welche Zielgruppen adressieren die obigen Ziele wie stark (1 = adressiert, 0,5 = adressiert bedingt, 0 = adressiert nicht):

Zielgruppe / Ziel	Wachstum	Verjüngung	Sportl. Verstärkung	Sponsoring
Kinder	1,0	1,0	1,0	1,0
Jugend	1,0	1,0	1,0	1,0
Berufstätige	1,0	0,5	0,5	0,0
Ruheständler	1,0	0,0	0,0	1,0
Integrationsgruppen	1,0	0,5	0,5	1,0
Ältere Sportler	1,0	0,5	0,5	0,0
Freizeitspieler	1,0	0,0	0,5	0,0

5. Zielgruppenpriorität (gewichtet)

Zielgruppenpriorität, gewichtet mit den Gewichtungen der Ziele:

Zielgruppe / Ziel	Wachstum	Verjüngung	Sportl. Verstärkung	Sponsoring	Priorität/Summe (gerundet)
Kinder	1,0	1,4	1,4	1,1	5,0
Jugend	1,0	1,4	1,4	1,1	5,0
Berufstätige	1,0	0,7	0,7	0,0	2,4
Ruheständler	1,0	0,0	0,0	1,1	2,1
Integrationsgruppen	1,0	0,7	0,7	1,1	3,6
Ältere Sportler	1,0	0,7	0,7	0,0	2,4
Freizeit	1,4	0,0	0,7	0,0	2,1



6. Kommunikationskanäle (Brainstorming)

Folgende Kommunikationskanäle wurden identifiziert:

- Schule / Eltern
- Presse (RP)
- Stadtanzeiger
- Tag der offenen Tür
- Facebook
- TikTok
- Instagram
- Städtischer Kontakt
- Volkshochschule
- Viersen Aktuell

7. Erreichbarkeit der Zielgruppen über die Kanäle

1 = erreichbar, 0,5 = bedingt erreichbar, 0 = eher nicht erreichbar. Anm.: Soziale Medien sind für uns für unter 13-Jährige ausgeschlossen.

Zielgruppe	Schule/ Eltern	Presse	Kbl.	Tag off. Tür	FB	Tik Tok	Inst a	Stadtktk t.	VH S	Viersen Akt.
Kinder	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Jugend	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	1,0	0,0	0,0	0,0
Berufstätige	0,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,0	1,0	0,0	1,0	1,0
Ruheständler	0,0	1,0	1,0	1,0	0,5	0,0	0,0	1,0	1,0	1,0
Integrationsgruppen	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0
Ältere Sportler	0,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,0	1,0	0,0	1,0	1,0
Freizeitspieler	0,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,0	1,0	0,0	0,0	1,0



8. Gewichtung der Kanäle mit den Prioritäten der Zielgruppen

Zielgruppe	Schule/ Eltern	Presse	Kbl .	Tag off. Tür	FB	TikTo k	Inst a	Stadtktk t.	VH S	Viersen Akt.
Kinder	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Jugend	6	0	0	0	0	6	6	0	0	0
Berufstätige	0	3	3	3	3	0	3	0	3	3
Ruheständler	0	3	3	3	2	0	0	3	3	3
Integrationsgruppen	0	0	0	5	0	0	0	5	0	0
Ältere Sportler	0	3	3	3	3	0	3	0	3	3
Freizeitspieler	0	3	3	3	3	0	3	0	0	3
Kanalsumme	12	13	13	18	12	6	16	8	10	13

10. Weitere Themen

Für die Zukunft wurde vorgeschlagen, eine TikTok Ausschreibung in Schulen zur Darstellung des VPC bei TikTok durchzuführen

Ein altes Konzept „Boule für die Klassenkasse“ wurde vorgestellt.

11. Nächste Punkte für kommende Sitzungen

- Interne kommunikation wurde noch nicht angesprochen
- Was wollen wir kommunizieren – wo bekommen wir Kontent her
- Wer wird sich der unterschiedlichen Kanäle annahme

Nächster Termin 19.8. 17:30