

ZIELGRUPPE GROSSFAMILIE

Als kinderreich gelten heute bereits Familien mit mehr als zwei Kindern. Oft als unattraktive Zielgruppe abgestempelt, gibt es in den meisten Branchen kaum passgenau zugeschnittene Angebote. Der Verband kinderreicher Familien wirbt für ein Umdenken.

RAUS AUS DER ABSEITSFALLE

Immer noch setzen Gesellschaft, Wirtschaft und Politik etwas voraus, was längst nicht mehr selbstverständlich ist: die Familie. Zwar ist Familie zuerst »Privatsache«. Aber sie ist auch die Basis der Gesellschaft, denn Teamgeist, Verantwortungsgefühl und nicht zuletzt Neugier und Innovation wachsen in Familien. In Deutschland leben rund 1,5 Millionen kinderreiche Familien. Seit Gründung des Verbands kinderreicher Familien Deutschland haben diese Familien eine Stimme, die ihre Interessen in der Öffentlichkeit vertritt.

Zu Unrecht wird Kinderreichen unterstellt, sie seien in ihr Lebensmodell hineingestolpert und hätten es nicht freiwillig gewählt. Ein weiterer Irrtum ist die Annahme, dass Kinderreiche schlechte Kunden seien. Ganz im Gegenteil. Unternehmen, die diesen klar profilierten und verlässlichen Markt für sich entdecken, beweisen unternehmerische Klugheit.

Die Kinder-Psychotherapeutin und Erziehungswissenschaftlerin Inés Brock macht darauf aufmerksam, dass Kinder, die mit vielen Geschwistern aufwachsen, »neben Toleranz auch auf eine hohe Innovationskraft zugreifen können«.

Einfallsreichtum ist gefragt

Der Verband kinderreicher Familien Deutschland möchte bei Wirtschaft, Politik und Medien auf die Potenziale Kinderreicher aufmerksam machen und Familien dazu ermuntern, ein drittes oder viertes Kind zu wagen. Familie ist nicht Bürde, sondern Wohlstand. Bei diesem Wagnis könnte die Wirtschaft die Familien unterstützen. Bekanntlich ist ab

dem dritten Kind Erfindungsreichtum gefragt: Auto und Wohnung werden zu klein, Hotels schwer zu finden, Haushaltsmaschinen sind im Dauer-Härtest. Eine Herausforderung für viele Branchen. Denn von der Haushaltstechnik über kundige Makler hin zu familienfreundlicher Touristik brauchen Familien Unterstützung. Und sie sind gute Kunden. Es gilt, die Zielgruppe Familie neu zu entdecken und ihren Bedürfnissen mit unternehmerischer Energie zu begegnen.

Übrigens geht es dabei nicht nur um die Käufer von heute, sondern um die Käufer und Arbeitnehmer von morgen. Derzeit kooperiert der Verband erfolgreich mit zwölf Partnern für das Programm Familie3plus, darunter eine Firma aus der Haushaltstechnik und eine Versicherung. Gern würden wir mit weiteren Firmen aus allen Branchen ins Gespräch kommen und kundennahe Angebote mit Unternehmen für Familien entwickeln. Es lohnt sich, neu auf Familien aufmerksam zu werden. Wir vermitteln Ansprechpartner oder stehen mit Sachkenntnis und persönlicher Erfahrung zur Verfügung.

Aber auch untereinander können sich die Familien zur Fundgrube und Hilfe werden. Deshalb stärken wir die Kommunikation. Neben gemeinsamen Aktionen wie etwa dem Rodel-Tag im Sauerland haben wir Kinder und Jugendliche zu einem Schreibwettbewerb eingeladen. Dank der Unterstützung unserer Partner konnten attraktive Preise vergeben werden. Wir entwickeln neue Projekte. Ihre unternehmerische Unterstützung ist uns dabei wichtig. www.kinderreichfamilien.de



Elisabeth Müller,
Vorsitzende des
Verbands kinder-
reicher Familien e.V.