

Zielgruppen definieren und wählen

Eine Zielgruppe ist in sich homogen und nach außen heterogen. Die Mitglieder einer Zielgruppe haben in Bezug auf ein bestimmtes Angebot ähnliche Erwartungshaltungen bzw. Verhaltensweisen. Eine Zielgruppe hat in Bezug auf ein bestimmtes Angebot bestimmte Ziele; diese Ziele müssen mit den Zielen des Projektes / des Vorhabens in Übereinstimmung gebracht werden, sonst scheitert das Projekt unweigerlich.

Zielgruppen werden definiert durch

- Alter
- Einkommen
- Lebensstil
- Kommunikationsverhalten
- Werte/Ideale

Beispiele:

- **keine Zielgruppe** „Leute mit kulturellem Interesse“
- Eine Zielgruppe: **Für Kulturbetriebe** „Leute mit kulturellem Interesse“ die gerne ausgehen, dafür auch Geld ausgeben und ihre Informationen aus dem Internet ziehen.
- **Für Controlling als Dienstleistung** Inhabergeführte mittelständische Unternehmen im Werkzeugbau

Die eigene Zielgruppe definieren: Checkliste - was sind meine Zielgruppen?

Damit Sie sich besonders bei der Kommunikation für Ihre Zielgruppe nicht im wahrsten Sinne des Wortes „verausgaben“, sollten Sie nicht mehr als zwei Hauptzielgruppen haben. Dazu kommen noch die Sponsoren und die Multiplikatoren, die häufig Bedürfnisse haben, die von den Hauptzielgruppen abweichen. Ohne diese beiden Sekundärzielgruppen sind heutzutage erfolgreiche Projekte besonders im Kulturbereich kaum durchführbar.

	Kernzielgruppe 1	Kernzielgruppe 2	Sponsoren	Multiplikatoren
An wen richte ich mich (bzw. mein Angebot)?	▪	▪	▪	▪
Welche gemeinsamen Verhaltensmuster haben sie?	▪	▪	▪	▪
Welche Erwartungen und Bedürfnisse haben sie?	▪	▪	▪	▪
Wo muss ich sie ansprechen? Wie muss ich sie ansprechen?	▪	▪	▪	▪