

Modul III: Zielgruppen

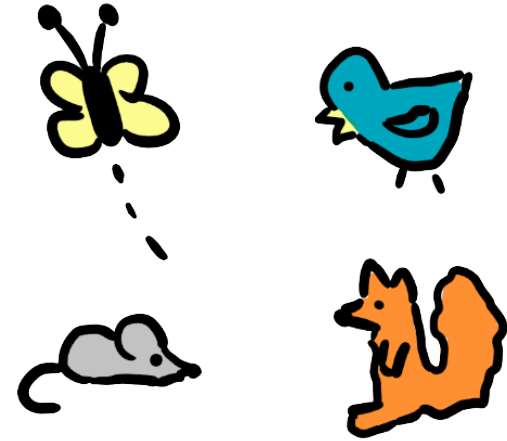
Wen möchten wir erreichen?



**Wer alle erreichen will,
erreicht niemanden.**



Zielgruppen definieren



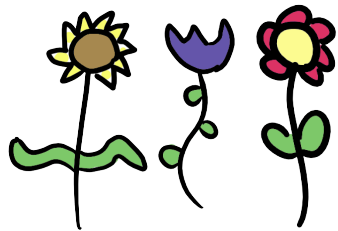
Team



Zielgruppen



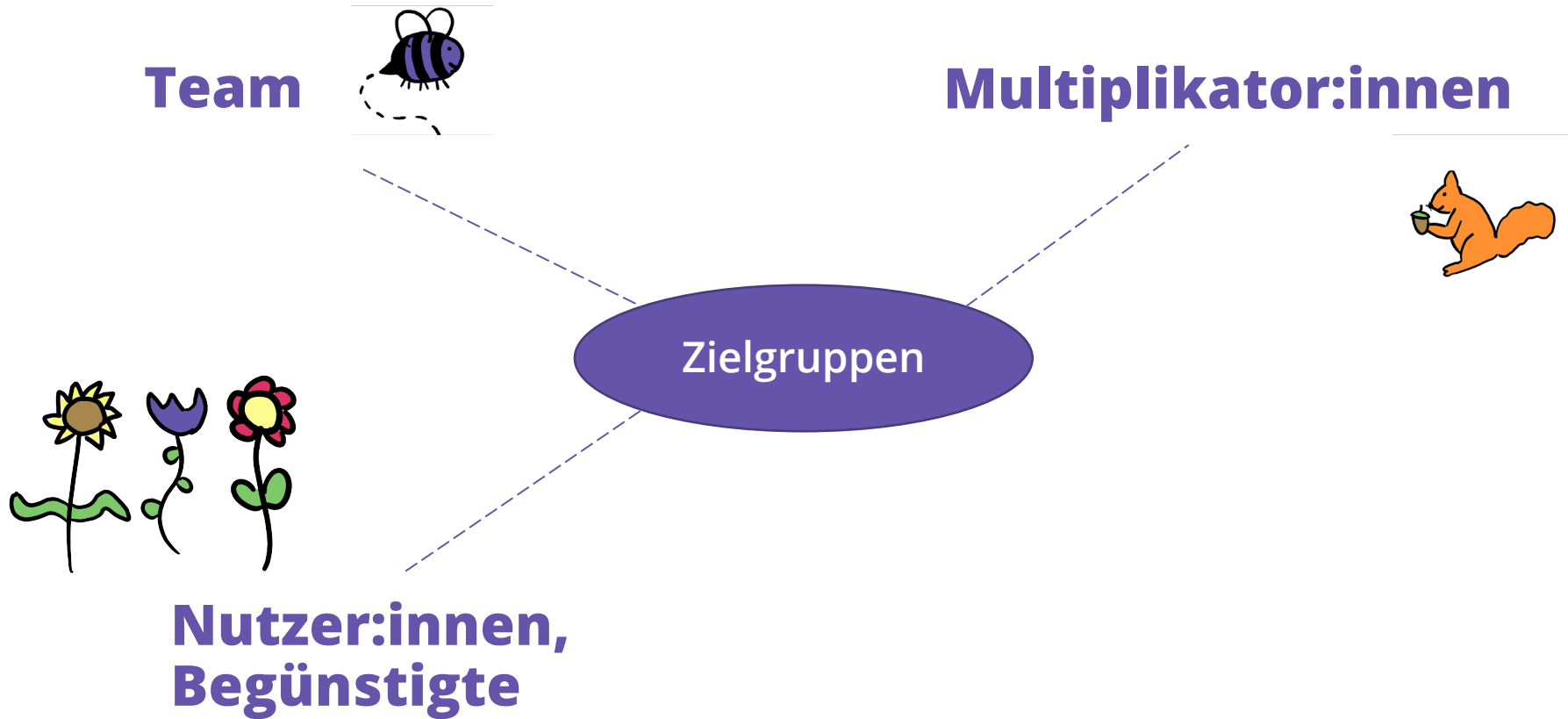
Team

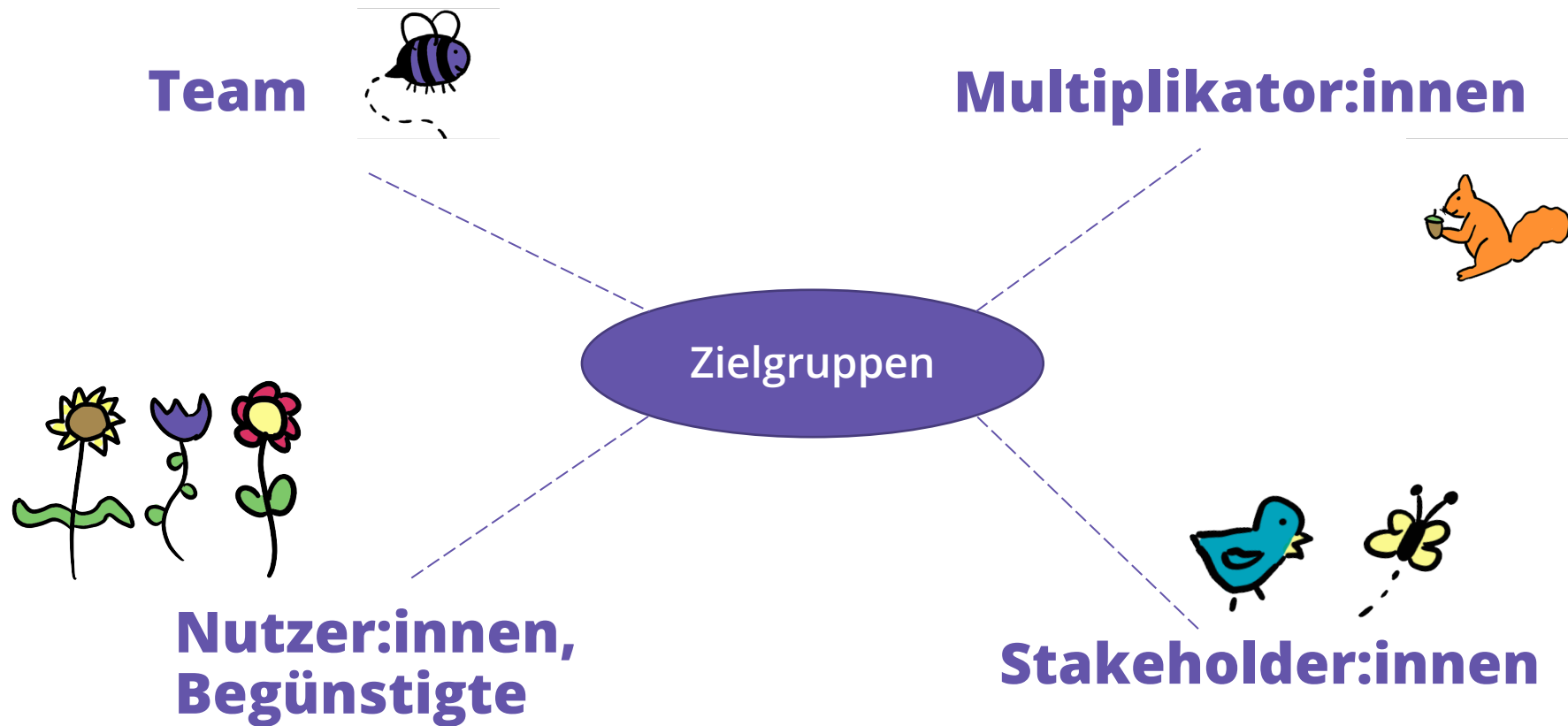


**Nutzer:innen,
Begünstigte**

Zielgruppen



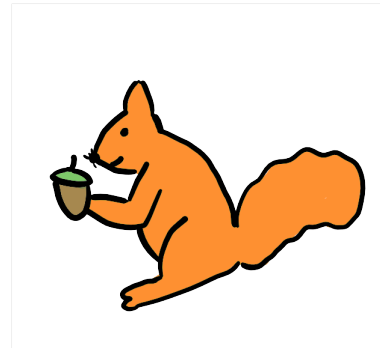


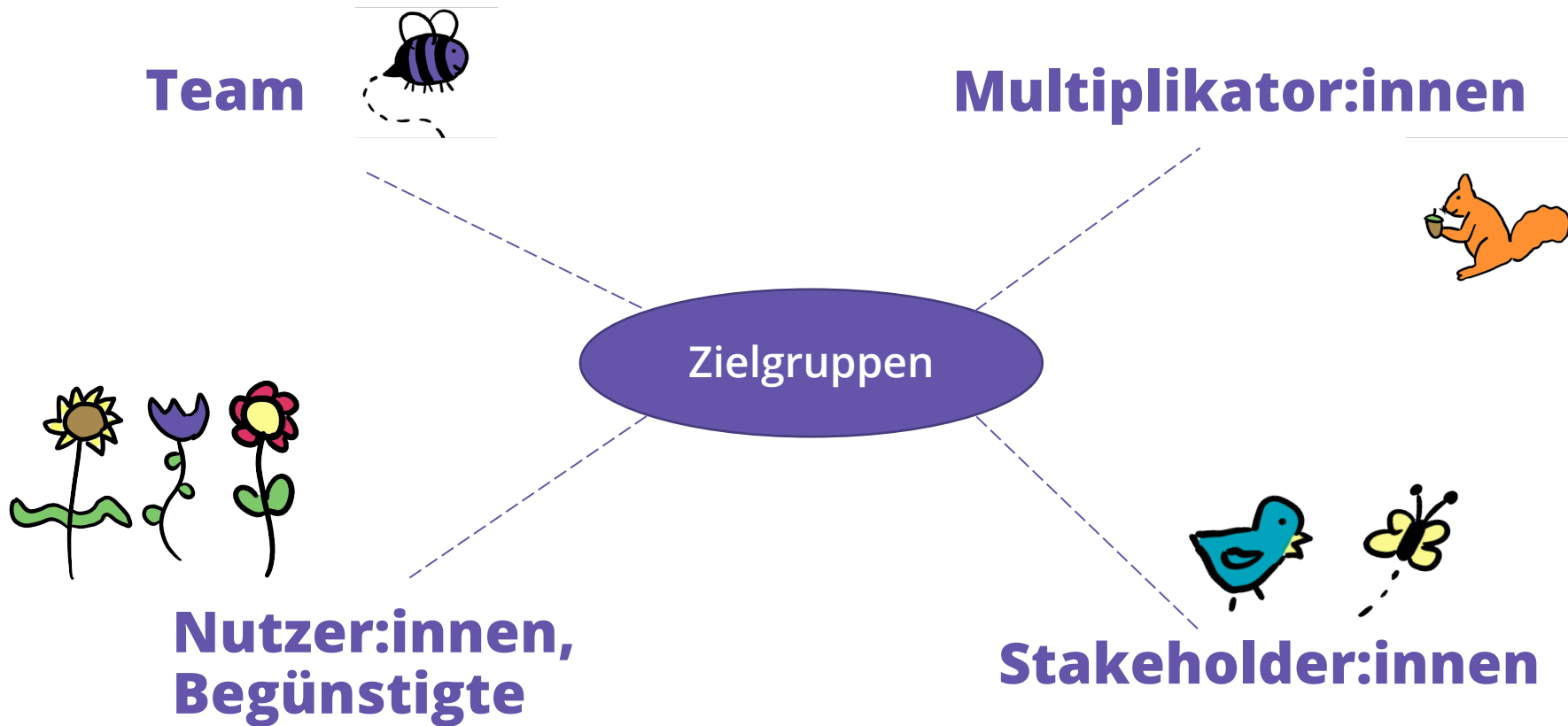


Multiplikator:innen

Wer hat ähnliche Ziele und/oder Zielgruppen?

Personen (z.B. Engagementbeauftragte:r der Stadt) oder Organisationen (z.B. Verein)





Direkte Ansprache

- konkrete Person
- recherchierbar
- bestehender Kontakt
- Kontaktmöglichkeit z.B. Brief, Anruf, Terminvereinbarung, Veranstaltung
- Beziehungsaufbau

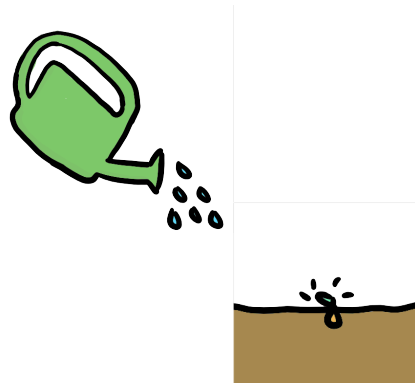
Indirekte Ansprache

- unkonkrete Personengruppe (Merkmal)
- direkte Ansprache aufwändig/umständlich (z.B. von Haustür zu Haustür) oder nicht erlaubt (z.B. Aufnahme in E-Mail-Verteiler)
- indirekte Kontaktmöglichkeiten z.B. Social Media, Website, Messe/Event, PR, ...
- „entdeckt oder empfohlen werden“



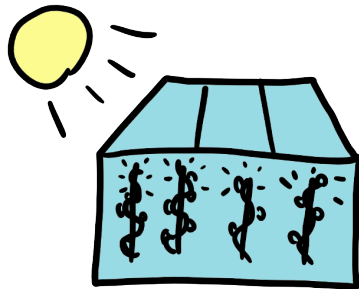
Methoden für die direkte Ansprache

- Liste erstellen
- Ansprechpartner*innen recherchieren
- Botschaft formulieren
- geeigneten Kanal finden



Methoden für die indirekte Ansprache

- Botschaft formulieren
- Multiplikator*innen vs. eigene Kanäle
- Pressearbeit
- Content



In Zielgruppen hineinversetzen

- Eselsbrücke: 3D-Brille
- Botschaft = mit welchem Inhalt?
- Kanal = wo ansprechen?

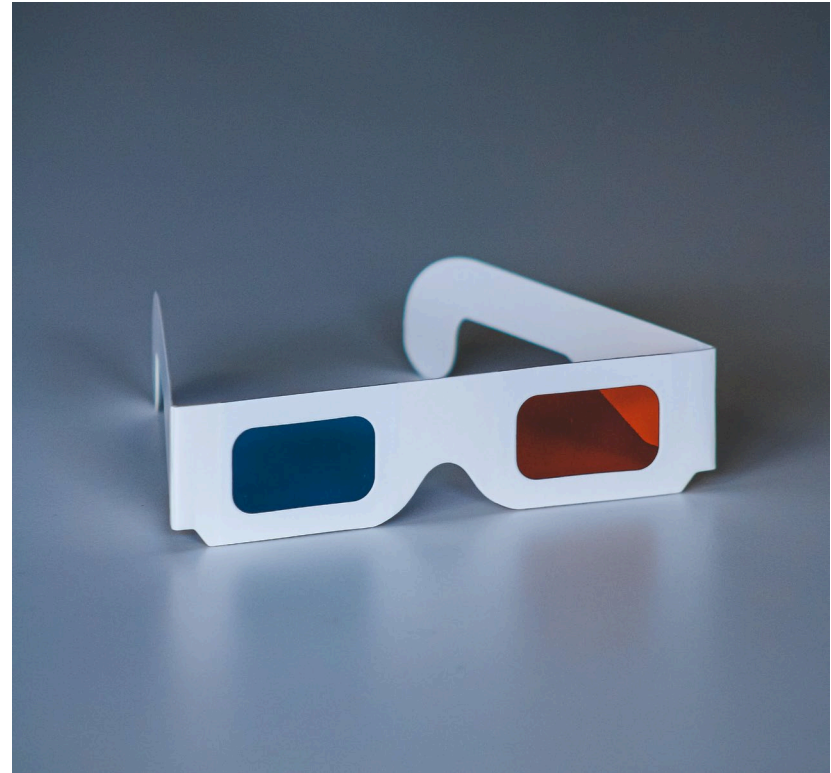


Photo by Sigmund on Unsplash

