**Leitfaden Zielgruppenanalyse**

**Erläuterung:**

Dieser Leitfaden bietet Ihnen eine Anleitung sowie ein Beispiel einer Zielgruppenanalyse. Auf dieser Grundlage können die Teilnehmenden im Anschluss eine Zielgruppenanalyse selbstständig durchführen.

Nutzen Sie die fertige Anleitung oder passen Sie sie nach Ihren Wünschen an (Änderungen des Dokuments siehe Open Educational Ressource). Bei diesem Dokument kann es sinnvoll sein, es den Teilnehmenden im Word Format weiterzugeben, sodass sie selbst an ihre Einrichtung angepasst, dass Dokument überarbeiten können. Alternativ können Sie es natürlich auch in ein PFD-Format mit interaktiven Feldern umwandeln.

**Open Educational Ressource**


Weiternutzung als OER ausdrücklich erlaubt: Dieses Werk und dessen Inhalte sind - sofern nicht anders angegeben - lizenziert unter [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de). Nennung gemäß [TULLU-Regel](https://open-educational-resources.de/oer-tullu-regel/) bitte wie folgt: *"Leitfaden zur Zielgruppenanalyse"* aus dem DBU geförderten Projekt „Gerechte und nachhaltige Außer-Haus-Angebote gestalten“, Institut für nachhaltige Ernährung (iSuN), *Lizenz:* [*CC BY 4.0*](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de).

Der Lizenzvertrag ist hier abrufbar: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>
Das Werk ist online verfügbar unter:
<https://www.ernaehrung-nachhaltig.de/>

**Änderungshistorie**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Version** | **Datum** | **Änderungen** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

**Leitfaden Zielgruppenanalyse**

In diesem Leitfaden nehmen wir sie mit zur Definition ihrer Zielgruppen. Zunächst wird das Vorgehen innerhalb einer Zielgruppenanalyse erläutern und darunter finden sie ein Beispiel einer erfolgreichen Zielgruppendefinition.

Um ihre Kommunikation sowie ihr Angebot passend auf ihre Gäste abzustimmen, sollten sie in regelmäßigen Abständen ihre Zielgruppen überprüfen beziehungsweise definieren.

*„Wenn Du nicht zuhörst, verkaufst Du auch nichts.“* – Caroline Marland

In diesem Sinne sollten sie beginnen ihre Gäste besser kennenzulernen, um folgende Fragen für ihre Zielgruppenanalyse beantworten zu können:

1. Welche Gästegruppen gibt es in ihrem Betrieb?
	* Was sind Gästegruppen?
		+ Personengruppen, die Gemeinsamkeiten verbindet – Beruf, Vorlieben, Hobbys, …
		+ Innerhalb einer Hochschule wären dies beispielsweise Studierende und Lehrende
	* Im letzten Seminar haben wir in der Gruppe gemeinsam mögliche Gästegruppen definiert. Sind einige ihrer Gruppen schon dabei gewesen?
	* Welche Gästegruppen sind noch in ihrem Betrieb vertreten?
2. Beschreibung der Gästegruppen anhand von Personas!
	* Personas sind Zielgruppenbeschreibungen, die für eine bestimmte Gästegruppe eine fiktive Person mittels eines Steckbriefes beschreibt (s. unten).
	* Aufgrund der genauen Personenbeschreibung, können sich alle Betroffenen besser in den jeweiligen Gast und seine/ihre Wünsche hineinversetzen.
	* Folgende Aspekte sollten innerhalb einer Personabeschreibung enthalten sein:
		+ Persönlichkeit
			- Die emotionale Persönlichkeitsstruktur (inkl. Alter und Geschlecht)
			- Werte und Werthaltungen
			- Wünsche und Interessen
			- Ängste und Barrieren
		+ Soziokultur
		+ Lebensphase/Lebenssituation (Familie usw.)
		+ Sozioökonomie: Bildung, Beruf und Milieu, Schicht und Einkommen
		+ Kulturelle Differenzen
		+ Kategorie
			- Kategoriespezifische Einstellungen (= konkrete Interessen, Erfahrungen und Wunsche in bestimmten Produktkategorien)

**Beispiel: Hochschule**

1. **Gästegruppen im Betrieb:**
	1. Studierende verschiedener Fachrichtungen
		* Oecotrophologie
		* Bauingenuere
		* ….
	2. Lehrende verschiedener Fachrichtungen
		* …
		* …

* 1. Mitarbeiter\*innen

* 1. …
1. **Beschreibung der verschiedenen Gästegruppen - Personas:**

**Gruppe a:** Oecotrophologie Student\*in

**Name:** Anna

**Alter:** 21 Jahre

**Geschlecht:** weiblich

**Aktuelle Lebenslage:** studiert im 3ten Semester

Oecotrophologie mit dem Schwerpunkt „Ernährung“.

**Zitat:** „Wenn ich in die Mensa gehe, möchte ich ein gesundes

 und leckeres Essen!“

**Über** Anna**:**

Anna lebt und studiert in Münster. Ursprünglich kommt sie aus Hamburg. Schon als Jugendliche hat sie sich für Hockey, Kochen und fremde Kulturen interessiert. Ihr Studium fokussiert die gesundheitsbewusste Ernährung und thematisiert Nachhaltigkeitsaspekte innerhalb des Ernährungssektors immer häufiger.

**Probleme und Herausforderungen:**

Anna erhält keine finanzielle Unterstützung aus ihrem Elternhaus und arbeitet neben ihrem Vollzeitstudium noch nebenher als wissenschaftliche Hilfskraft im Institut für nachhaltige Ernährung (iSuN). Da sie außerdem viel wert auf Ihre Freizeit legt, bleibt nicht mehr viel Zeit und Geld für andere Dinge.

**Bedürfnisse und Ziele:**

Anna liebt leckeres und ausgewogenes Essen. Seit dem Studium versucht sie sich außerdem hauptsächlich vegetarisch zu ernähren. In den Semesterferien will sie gerne nach Indien reisen, weil sie die Kultur fasziniert. Darüber hinaus denkt sie über ein Auslandsemester vor ihrer Abschlussarbeit nach.