Zielgruppen der Öffentlichkeitsarbeit

Für jede Zielgruppe die richtige Ansprache!

Legen Sie immer fest, wer die Zielgruppen Ihrer Öffentlichkeitsarbeit sind!

Die Inhalte der Öffentlichkeitsarbeit und die eingesetzten Medien sollten sich an den Zielgruppen orientieren!

Welche Zielgruppen kann man unterscheiden?

1.) Interne Zielgruppen

- Mitglieder des Vereins
- Mitarbeiter*innen des Vereins (Haupt- und Ehrenamt)
- Sponsoren des Vereins
- Förderer des Vereins
- Kooperationspartner des Vereins (Schulen/Kindergärten/Senioreneinrichtungen)
- Zuschauer*innen von Vereinsveranstaltungen
- Teilnehmer*innen von Vereinsveranstaltungen

2.) Externe Zielgruppen

- Potenzielle und ehemalige Mitglieder
- Potenzielle und ehemalige Mitarbeiter*innen
- Angehörige von Mitgliedern und Mitarbeiter*innen
- Medien/Presse
- Politik & Verwaltung (auf kommunaler, Landes- und Bundesebene)
- Sportverbände/Sportbünde
- potenzielle Kooperationspartner des Vereins
- potenzielle Sponsoren, Förderer, Teilnehmer*innen, Zuschauer*innen
- breite Öffentlichkeit
- lokales Umfeld: Anwohner*innen, Nachbarn
- Influencer*innen
- potenziell ehrenamtlich Engagierte/Helfer*innen außerhalb des Vereins
- Fans

Darüber hinaus sollten Sie Ihre Zielgruppen genauer beschreiben (z. B.):

- Alter
- Geschlecht

So gibt es altersbedingt oder geschlechtsspezifisch Unterschiede beim Mediennutzungsverhalten (z.B. bei den genutzten sozialen Medien). Zum Beispiel erreicht man "jüngere Zielgruppen" eher auf den Social Media-Plattformen TikTok und Instagram, "ältere Semester" auf Facebook. Diese Unterschiede müssen Sie berücksichtigen!

Autor: Dirk Schröter
Lektoriert: Dietmar Fischer
Stand Februar 2024