



## KOMMUNIKATION &amp; MOTIVATION | ZIELGRUPPENLANDKARTE INKL. PERSONA

## Erläuterung

Essenziell ist die erweiterte Sichtweise bei der integrierten Betrachtung von Nachhaltigkeitskommunikation und -innovation. Deshalb sollten zentrale Zielgruppen bzw. diverse Anspruchsgruppen identifiziert und verortet werden. Auch ist es wichtig, die Perspektive der jeweiligen Gruppen einzunehmen.

## Weiterführende Informationen

Persona-Template:  
[http://sustainable-innovation-playbook.de/templates\\_pdf/ProblemVerstehen\\_4\\_Persona.pdf](http://sustainable-innovation-playbook.de/templates_pdf/ProblemVerstehen_4_Persona.pdf)

Sinus Milieus 2018  
[https://www.sinus-institut.de/fileadmin/user\\_data/sinus-institut/Bilder/Sinus-Milieus\\_092018/2018-09-18\\_Sinus-Milieus\\_Website\\_Ueberblick\\_slide.pdf](https://www.sinus-institut.de/fileadmin/user_data/sinus-institut/Bilder/Sinus-Milieus_092018/2018-09-18_Sinus-Milieus_Website_Ueberblick_slide.pdf)

## Zielgruppenlandkarte inkl. Persona

## Methodischer Ablauf

## Zielgruppen

- 1. Sammeln:** Die Teilnehmenden sammeln gemeinsam auf Haftnotizen die Namen der Zielgruppen und kleben diese an eine Pinnwand o.Ä.
- 2. Verorten:** Auf einer weiteren Pinnwand wird eine Haftnotiz mit dem eigenen Unternehmensnamen aufgehängt. Anschließend werden die Zielgruppen kreisförmig, mit dem Unternehmensnamen im Zentrum, ergänzt. Wie stufen die Teilnehmenden die Gruppen ein: welche sind näher am Unternehmen, welche weiter entfernt?
- 3. Auswählen:** Die Teilnehmenden treffen eine kleine Auswahl an nahestehenden, zentralen Zielgruppen und teilen sich entsprechend in Gruppen ein.

## Personas

- 4. Konkretisieren:** Nun werden in Gruppenarbeit Personas für die ausgewählten Zielgruppen ausgearbeitet, d.h. anhand eines konkreten, fiktiven Stellvertreters der Zielgruppe – beispielsweise dem Mitarbeiter Michael Müller in der Produktion – gearbeitet. Die Teilnehmenden versetzen sich in die Person hinein – dafür kann es hilfreich sein, den typischen Tagesverlauf, Lebensstil oder das Konsumverhalten der Person zu diskutieren und schriftlich in Stichpunkten festzuhalten. Inspiration zu realen Zielgruppen geben dabei die Milieustudien des Sinus-Instituts (siehe Links links).
- 5. Fragen beantworten:** In jedem Fall sollten folgende, zentrale Fragen je Persona beantwortet werden: 1. Welche Ziele hat der Vertreter dieser Zielgruppe? 2. Welche Wünsche hat er/sie? 3. Welche Frustrationen erfährt er/sie? Die Gedanken hierzu werden wieder schriftlich auf Haftnotizen gesammelt und auf einer Pinnwand festgehalten.



Bayerisches Landesamt für  
Umwelt



Dieses Dokument ist Teil des SDG-Wegweisers aus dem Online-Tool Nachhaltigkeitsmanagement für KMU. Die Arbeitsmaterialien wurden im Rahmen des Umweltschutzpakt Bayern vom Bayerischen Landesamt für Umwelt (LfU) und dem Bayerischen Industrie- und Handelskammertag (BIHK) e. V. erstellt.

---

#### Impressum:

##### Herausgeber:

Bayerisches Landesamt für Umwelt (LfU)  
Bürgermeister-Ulrich-Straße 160  
86179 Augsburg

Telefon: 08219071-0  
E-Mail: [poststelle@lfu.bayern.de](mailto:poststelle@lfu.bayern.de)  
Internet: [www.lfu.bayern.de](http://www.lfu.bayern.de)

Bayerischer Industrie- und Handelskammertag (BIHK) e. V.  
Gerti Oswald, Geschäftsführerin  
Max-Joseph-Straße 2  
80333 München

Telefon: 0895116-0  
E-Mail: [info@bihk.de](mailto:info@bihk.de)  
Internet: [www.bihk.de](http://www.bihk.de)

##### Bearbeitung:

akzente kommunikation und beratung GmbH  
Corneliusstraße 10/IV  
80469 München

##### Redaktion:

LfU, Ref. 11, BIHK e.V.  
Internet: [www.izu.bayern.de](http://www.izu.bayern.de)

##### Bildnachweis:

LfU, BIHK e.V.

##### Stand:

Januar 2020

Diese Publikation wird kostenlos im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Bayerischen Staatsregierung herausgegeben. Sie darf weder von den Parteien noch von Wahlwerbenden oder Wahlhelfern im Zeitraum von fünf Monaten vor einer Wahl zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags-, Kommunal- und Europawahlen. Missbräuchlich ist während dieser Zeit insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zweck der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Publikation nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Staatsregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Den Parteien ist es gestattet, die Publikation zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden. Bei publizistischer Verwertung – auch von Teilen – wird um Angabe der Quelle und Übersendung eines Belegexemplars gebeten.

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte sind vorbehalten. Die Broschüre wird kostenlos abgegeben, jede entgeltliche Weitergabe ist untersagt. Diese Broschüre wurde mit großer Sorgfalt zusammengestellt. Eine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit kann dennoch nicht übernommen werden.

Für die Inhalte fremder Internetangebote sind wir nicht verantwortlich.



BAYERN | DIREKT ist Ihr direkter Draht zur Bayerischen Staatsregierung. Unter Tel. 089 122220 oder per E-Mail unter [direkt@bayern.de](mailto:direkt@bayern.de) erhalten Sie Informationsmaterial und Broschüren, Auskunft zu aktuellen Themen und Internetquellen sowie Hinweise zu Behörden, zuständigen Stellen und Ansprechpartnern bei der Bayerischen Staatsregierung.