

# Zielgruppe

engl.: *target group*

Eine Zielgruppe ist eine mehr oder weniger genau bestimmte Menge von Kommunikations- und/oder Marktteilnehmern, an die sich Film, eine Zeitung, eine Werbekampagne oder eine Marketing-Maßnahme richtet. Ein Marketing-Mix wird zielgruppenspezifisch ausgerichtet. Zielgruppe werden meist mittels soziodemografischer Merkmale (Alter, Familienstand, verfügbares Haushaltseinkommen, geografisches Gebiet nach Nielsen-Gebiet etc.), gelegentlich aber auch mittels psychografischer Charakteristiken (Einstellungen und Werte, Konsumverhalten, Vorlieben, Statusbewusstsein, Offenheit, ästhetisches Empfinden etc.) beschrieben; letztere Beschreibungen sind sehr viel näher an die Alltagspraxis der Bevölkerungsgruppen herangeführt, so dass man sehr viel präzisere Anschmiegunen an die Adressaten einer Maßnahme möglich sind.

Die Untersuchung bestimmter Zielgruppen ist Aufgabe der Marktforschung. Eine sorgfältig vorgenommene Zielgruppenbeschreibung erhöht die kommunikative Intensität, mit der die Werbeansprache erfolgen kann, sie minimiert die Kosten, weil die Streuung der Botschaften viel gezielter vorgenommen werden kann, und sie macht es möglich, Produkte sehr genau auf Gruppenbedürfnisse abzustimmen. Zielgruppen-Kennntnis ist insbesondere im privatwirtschaftlichen Fernsehen von großer Bedeutung, weil die Preise für Werbekunden zielgruppenspezifisch ausgehandelt werden.

Literatur: Blothner, Dirk: Filminhalte und Zielgruppen . Wirkungspsychologische Untersuchung zur Zielgruppenbestimmung von Kinofilmen der Jahre 1998 und 1999 auf der Basis des GfK-Panels. Berlin : FFA 2000. – Freier, Kerstin: *Work-Life-Balance-Zielgruppenanalyse am Beispiel eines deutschen Automobilkonzerns*. Frankfurt [...] : Lang 2005 (Arbeitswissenschaft in der betrieblichen Praxis. 23.). – Gersten, Wendy: *Zielgruppenselektion für Direktmarketingkampagnen. Scoringmodellierung bei unterrepräsentierter Zielgruppe unter Verwendung supplementierender Datenbestände*. Frankfurt [...] : Lang 2005 (Informationsmanagement und strategische Unternehmensführung. 9.).

## Referenzen

[Symiometrie](#); [Woof](#)

From:

<https://filmlexikon.uni-kiel.de/> - **Das Lexikon der Filmbegriffe**

Permanent link:

<https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/z:zielgruppe-5252>

Last update: **2012/10/13 17:32**

