



ZIELGRUPPENDEFINITION MITTELS PERSONAS

WAS SIND PERSONAS?

Personas sind erfundene Charaktere, die spezielle Typen unterschiedlicher Zielgruppen darstellen sollen – und sie so deutlich greifbarer machen. Denn genauso wie echte Menschen haben diese imaginären Personen eine Persönlichkeit mit Erwartungen, Werten und Wünschen.

WOFÜR KÖNNEN PERSONAS GENUTZT WERDEN?

Sie können beispielsweise im Marketing, aber ebenso beim Recruiting zukünftiger Mitarbeiter*innen sehr hilfreich sein: Denn das realitätsnahe Bild erlaubt uns, unsere Kommunikation, aber auch z.B. Maßnahmen zur Mitarbeiter*innenbindung, treffsicher auf maßgebliche Verhaltensweisen und generationenspezifische Bedürfnisse der Zielgruppe auszurichten.

DEMOGRAFISCHE MERKMALE SIND KEINE PERSONAS

Erst durch die Beschreibung der individuellen Persönlichkeit, der Wünsche und Bedürfnisse, wird eine Person wirklich vorstellbar und unterscheidbar.

Beide Personas haben die gleichen demografischen Merkmale, aber nicht dieselben Werte, Bedürfnisse und Erwartungen. >>

CANDIDATE PERSONAS ZEIGEN DEN KÜRZESTEN WEG ZUR ZIELGRUPPE

Sind erst einmal Personas definiert, können mithilfe bestimmter Fragen nicht nur das Verständnis für die Zielgruppe geschärft, sondern daraus auch Handlungsempfehlungen abgeleitet werden. Folgende Fragen können dabei unterstützen:

- Erreiche ich den*die gewünschte Bewerber*in mit dem Stelleninserat?
- Wie sieht die ideale Gestaltung eines solchen Inserats aus?
- Welche Informationen sucht der*die ideale Bewerber*in?
- Muss ich mich aktiv auf die Suche nach passenden Bewerber*innen machen oder suchen diese uns?
- An welchen „Meeting Points“ erreiche ich meine*n Idealkandidat*in - online und offline?



Ferien in den Alpen

Männlich

1948 in den UK geboren

Liebt Hunde

£ 1 Million + Einkommen

Mehere Ehen + Kinder

Erfolgreich

Die Maßnahme wird aus Mitteln der Europäischen Union sowie des BMASGPK finanziert.

CANDIDATE PERSONAS ENTWICKELN STEP-BY-STEP

STEP 1: AUSWAHL RELEVANTER PROFILE

Bei der genaueren Betrachtung meiner Zielgruppe – also gewünschten Bewerber*innen – können bestimmte Typen als Vorlage identifiziert werden.

Folgende Profile können dafür in Frage kommen:

- Talente, die schwierig zu finden sind
- häufig wiederkehrende Profile
- sehr spezifische Profile bzw. Expert*innen

STEP 2: AUSFORMULIEREN DER PERSONAS

Schritt für Schritt wird aus der Persona ein realitätsnaher Mensch. Dabei gibt es einige Dinge zu beachten.

Hard Facts & mehr:

Wir finden einen passenden Namen, definieren Alter und Geschlecht. Optional ergänzen wir mithilfe eines Fotos (aus einer Bilddatenbank), um der Persona ein Gesicht zu geben. Welchen Jobtitel wird der*die zukünftige Bewerber*in haben? Und welche Ausbildung bringt der*die Bewerber*in mit? In welchem Unternehmensbereich suchen wir Verstärkung und wieviele Menschen arbeiten dort?

Charakteristika:

Mithilfe einer mehrstufigen Skala ordnen wir die Eigenschaften des*der Kandidat*in hinsichtlich der Arbeit ein – erfahren vs. unerfahren, autonom vs. weisungsgebunden, aufgeschlossen vs. skeptisch.

Beschreibung & Zitat:

Für eine treffende Kurzbeschreibung und ein passendes Zitat, müssen wir unsere Zielperson besser kennenlernen:

- **Familienstand:** Single, in einer Beziehung oder Familie mit Kindern? Das kann wichtig sein, wenn Reisebereitschaft gefragt ist oder für den Job ein Umzug notwendig ist.
- **Beschäftigung:** Welchen Beruf übt unser*e Bewerber*in aus – oder steht er*sie kurz vor dem Einstieg ins Erwerbsleben?
- **Ziele:** Welche Ziele verfolgt der*die Kandidat*in im Privat- und Berufsleben?
- **Hobbys:** Wie verbringt er*sie seine*ihre Freizeit, welchen Hobbys geht er*sie nach, ist er*sie vielleicht in Vereinen aktiv?

- **Jobsuche:** Befindet sich die Person aktiv auf Jobsuche oder bräuchte es Vorlaufzeit, um sie für eine Tätigkeit im Unternehmen zu begeistern? Welche Bedenken könnte es geben?
- **Ausbildung:** Legt er*sie Wert darauf, sich nebenberuflich weiterzubilden? Ist er*sie Quereinsteiger*in ohne fachliche Ausbildung, aber mit Interesse an Fortbildungen im Job?

STEP 3: PERSONAS VERSTEHEN

Bedürfnisse, Ängste, Meeting Points

Beantworten Sie intuitiv für sich folgende Fragen, beziehend auf Ihre Zielgruppe:

- „Was sind Bedürfnisse und Motivationsfaktoren Ihrer Persona?“
- „Was sind ihre Herausforderungen und Ängste?“
- „Welche möglichen Meeting Points gibt es? Welche gemeinsame Basis können Sie mit der Persona finden?“

STEP 4: PERSONA FÜR DEN UMGANG MIT DER ZIELGRUPPE NUTZEN

Akquise, Recruiting, Bindung

Jetzt wo Klarheit über Persönlichkeit, Wünsche & Lebensführung des*der Kandidat*in besteht, ist es möglich Handlungsanweisungen für Erstkontakt, Rekrutierung und Mitarbeiter*innenbindung abzuleiten.

- Wie wecke ich das Interesse dieser Person?
- Wie überzeuge ich diese Person?
- Wie halte ich die Energie der Person aufrecht?

FAZIT

Je besser Sie die Fragen nach der fiktiven Candidate Persona beantworten, desto nachhaltiger werden Sie, Ihr Unternehmen und Ihre (zukünftigen) Mitarbeiter*innen davon profitieren.

DER EUROPÄISCHE SOZIALFONDS PLUS:

Seit 1957 investiert der **Europäische Sozialfonds (ESF)** in bessere Chancen am Arbeitsmarkt und ist damit das älteste und wichtigste Finanzinstrument der Europäischen Union (EU) für Investitionen in Menschen. Er trägt aktiv dazu bei, die Beschäftigungs- und Bildungschancen der Europäer*innen sowie den wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhalt in der Europäischen Union zu verbessern.

Die Mittel aus dem Fonds werden direkt über die Mitgliedsstaaten verwaltet und dort eingesetzt, wo sie dem übergeordneten Ziel, allen Menschen die gleichen **Chancen für eine Teilhabe am Arbeitsmarkt** zu ermöglichen, bestmöglich dienen können. Der ESF+ funktioniert dabei komplementär zur österreichischen Beschäftigungspolitik mit einem Fokus auf besonders benachteiligte und/oder in herkömmlichen Förderprogrammen unterrepräsentierte Personengruppen. In der aktuellen Förderperiode wurde der **Just Transition Fund** in den ESF+ integriert, der Regionen und Menschen helfen soll, die sozialen, beschäftigungsspezifischen, wirtschaftlichen und ökologischen Auswirkungen des Übergangs zu den energie- und klimapolitischen Vorgaben der Union zu bewältigen.

In der **Förderperiode 2021-2027** erhält Österreich für sein ESF+ Programm Beschäftigung Österreich & JTF 2021-2027 rund **452 Millionen Euro** an EU-Mitteln (**das sind rund 1 Milliarde Euro insgesamt inkl. nationaler Kofinanzierung**) für Projekte, deren Ziel es ist, **gleiche Chancen am Arbeitsmarkt für alle Menschen** in Österreich zu schaffen. Er fördert dafür Maßnahmen in **7 Schwerpunkten**:

1. Vereinbarkeit von Familie und Beruf und Gleichstellung von Frauen und Männern
2. Aktives und gesundes Altern
3. Bekämpfung von Armut und Förderung der aktiven Inklusion
4. Verringerung des vorzeitigen Schulabbruchs und Förderung der beruflichen Aus- und Weiterbildung
5. Zugang zu lebenslangem Lernen (inkl. Digitalkompetenzen)
6. Soziale Innovation
7. Just Transition Fund

Darüber hinaus wird schwerpunktübergreifend ein Fokus auf die **ESF+-Querschnittsziele** „Gleichstellung der Geschlechter“, „Antidiskriminierung“ und „ökologische Nachhaltigkeit“ gelegt, zu denen jedes Projekt auf seine Weise aktiv beiträgt.

Für weitere Inhalte, Details, Projektebeispiele etc. besuchen Sie gerne die ESF-Website: www.esf.at





ARGE ÖSB-Deloitte

Obere Donaustraße 33
A-1020 Wien

info@demografieberatungplus.at
www.demografieberatungplus.at



Demografieberatung Digi+
Beschäftigte + Betriebe