



WO

MUTMACHER:IN



**Welchen Kanal traut sich
Herzenssache nicht zu - und wäre er
trotzdem der richtige?**

Sammelt zuerst, was gegen den
mutigeren Kanal spricht.
Prüft dann, ob das Gründe sind oder
Befürchtungen.
Ein Kanal, der gepflegt wird, schlägt
drei, die verweisen.

SO GEHST DU VOR

Diese Frage gehört dir. Bringt sie
gemeinsam zu einer Antwort und schreibt
sie ins Feld **WO**. Du sorgst dafür, dass
das Feld nicht leer bleibt – auch nicht mit
„klären wir später“.



FÜR WEN

GESCHICHTENERZÄHLER:IN



**Wessen Geschichte muss
Herzenssache erzählen, um genau
diese Zielgruppe zu erreichen?**

Schaut euch den Beitrag über Herrn
Kaminski noch einmal an.
Was hatte er, was die anderen Beiträge
nicht hatten?
Nennt eine Situation, die sich jede
Woche wiederholen lässt.

SO GEHST DU VOR

Diese Frage gehört dir. Bringt sie
gemeinsam zu einer Antwort und schreibt
sie ins Feld **FÜR WEN**. Du sorgst dafür,
dass das Feld nicht leer bleibt – auch
nicht mit „klären wir später“.



ERFOLG

STRUKTURIERTE:R



**Welche Zahl schreibt ihr auf - und
wer schaut sie wann an?**

Legt genau eine Zahl fest, nicht drei.
Bestimmt, wer sie erhebt und in
welchem Abstand.
Ohne Termin und Namen ist es keine
Messung, sondern ein Vorsatz.

SO GEHST DU VOR

Diese Frage gehört dir. Bringt sie
gemeinsam zu einer Antwort und schreibt
sie ins Feld **ERFOLG**. Du sorgst dafür,
dass das Feld nicht leer bleibt – auch
nicht mit „klären wir später“.



WARUM

BRÜCKENBAUER:IN



**Welches von Herzenssaches
Problemen kann Social Media
wirklich lösen - und welches nicht?**

Holt die Befunde aus Margots Büro noch
einmal an die Wand.
Trennt: Was hängt am Angebot, was an
der Sichtbarkeit?
Nur das Zweite gehört ins
Strategiehaus.

SO GEHST DU VOR

Diese Frage gehört dir. Bringt sie
gemeinsam zu einer Antwort und schreibt
sie ins Feld **WARUM**. Du sorgst dafür,
dass das Feld nicht leer bleibt – auch
nicht mit „klären wir später“.



WER

BODENSTÄNDIGE:R



**Wer macht das - und wann genau in
der Woche?**

Nennt einen Namen, keine Abteilung.
Nennt einen Wochentag und eine
Uhrzeit.
Fragt zum Schluss: Hält das auch in
einer Woche mit Krankmeldungen?

SO GEHST DU VOR

Diese Frage gehört dir. Bringt sie
gemeinsam zu einer Antwort und schreibt
sie ins Feld **WER**. Du sorgst dafür, dass
das Feld nicht leer bleibt – auch nicht mit
„klären wir später“.



FÜR WEN

MENSCHENKENNER:IN



**In Station 3 habt ihr euch
entschieden. Tragt die Wahl ein -
und prüft sie noch einmal.**

Schreibt die Zielgruppe so ins Feld, dass
eine Situation erkennbar ist, nicht nur
ein Alter.
Prüft an den Personas: Wen habt ihr
damit ausgeschlossen? Ist das in
Ordnung?
Wenn ihr zwei habt: Legt fest, welche
zuerst drankommt.

SO GEHST DU VOR

Diese Frage gehört dir. Bringt sie
gemeinsam zu einer Antwort und schreibt
sie ins Feld **FÜR WEN**. Du sorgst dafür,
dass das Feld nicht leer bleibt – auch
nicht mit „klären wir später“.



ERFOLG

SKEPTIKER:IN



**Woran würdet ihr in drei Monaten
merken, dass es *nicht* funktioniert?**

Formuliert das Scheitern zuerst, dann
den Erfolg.
Was müsste eintreten, damit ihr aufhört?
Ein Ziel, das man nicht verfehlen kann,
ist keines.

SO GEHST DU VOR

Diese Frage gehört dir. Bringt sie
gemeinsam zu einer Antwort und schreibt
sie ins Feld **ERFOLG**. Du sorgst dafür,
dass das Feld nicht leer bleibt – auch
nicht mit „klären wir später“.



WOMIT

DETAILVERLIEBTE:R



**Was ist an Mitteln schon da - und
was fehlt konkret?**

Geht Geräte, Zeit, Bilder und Zugänge
einzeln durch.
Notiert auch, was da ist, aber niemand
nutzen darf.
Trennt sauber: vorhanden, beschaffbar,
nicht möglich.

SO GEHST DU VOR

Diese Frage gehört dir. Bringt sie
gemeinsam zu einer Antwort und schreibt
sie ins Feld **WOMIT**. Du sorgst dafür,
dass das Feld nicht leer bleibt – auch
nicht mit „klären wir später“.



WO

AUSSENSEITER:IN



**Ihr habt in Station 3 einen Kanal
gewählt. Tragt ihn ein - und prüft
ihn mit fremdem Blick.**

Fragt wie jemand, der von Pflege nichts
versteht: Wäre ich dort?
Prüft, ob der Kanal zur Zielgruppe passt
– nicht zum Betrieb.
Vergleicht mit den vier Profilen: Wer hat
sich dort vertan?

SO GEHST DU VOR

Diese Frage gehört dir. Bringt sie
gemeinsam zu einer Antwort und schreibt
sie ins Feld **WO**. Du sorgst dafür, dass
das Feld nicht leer bleibt – auch nicht mit
„klären wir später“.



WARUM

VISIONÄR:IN



**Wofür macht Herzenssache das
überhaupt?**

In Margots Büro war diese Frage
unbeantwortet. Jetzt beantwortet ihr sie.
Ein Satz, ein Zweck – keine Aufzählung.
Prüft: Löst dieses Ziel eines der
gefundenen Probleme?

SO GEHST DU VOR

Diese Frage gehört dir. Bringt sie
gemeinsam zu einer Antwort und schreibt
sie ins Feld **WARUM**. Du sorgst dafür,
dass das Feld nicht leer bleibt – auch
nicht mit „klären wir später“.



WOMIT

BEWEISFÜHRER:IN



**Was von dem, was ihr
aufgeschrieben habt, ist belegt - und
was ist Wunsch?**

Geht das Strategiehaus Feld für Feld
durch.
Fragt bei jedem Eintrag: Woher wissen
wir das?
Markiert alles, was nur vermutet ist.

SO GEHST DU VOR

Diese Frage gehört dir. Bringt sie
gemeinsam zu einer Antwort und schreibt
sie ins Feld **WOMIT**. Du sorgst dafür,
dass das Feld nicht leer bleibt – auch
nicht mit „klären wir später“.



ÜBERTRAGUNG

ÜBERSETZER:IN



**Was davon nehmt ihr mit in den
eigenen Betrieb?**

Sucht das Feld, das bei euch genauso
leer ist wie bei Herzenssache.
Nennt einen Schritt, den ihr nächste
Woche tun könnt.
Nicht den größten – den ersten.

SO GEHST DU VOR

Diese Frage gehört dir. Bringt sie
gemeinsam zu einer Antwort und schreibt
sie ins Feld **ÜBERTRAGUNG**. Du sorgst
dafür, dass das Feld nicht leer bleibt –
auch nicht mit „klären wir später“.

