

Die Checkliste für Marketing in der Alphabetisierung- und Grundbildung

ist ein Produkt des Projektes:

„Marketing und Teilnehmendengewinnung
in der Grundbildung“

und wurde erarbeitet von:

Cornelia Ekerdt, VHS Wiesbaden

Dr. Barbara Dietsche, VHS Frankfurt

Dr. Carola Rieckmann, VHS Frankfurt

Dr. Daniela Glück-Grasman, VHS Frankfurt

Charoula Tzoumis, VHS Frankfurt

Dr. Arijana Neumann, VHS Frankfurt

Frankfurt und Wiesbaden, Dezember 2020

Checkliste für Marketing

in der Alphabetisierung und Grundbildung

Die vorliegende Checkliste ist eine Handreichung für die konkrete Planung von Grundbildungswerbung und richtet sich an Planer*innen in Bildungseinrichtungen. Die Checkliste unterstützt bei der Entwicklung einer Marketingstrategie.

Bitte schauen Sie sich parallel zur Nutzung der Checkliste die ergänzende Power Point Präsentation/ das Erklärvideo dazu an.

Vorab: Erstellen Sie zunächst eine Übersicht über das geplante Angebot in der Grundbildung, bevor Sie daraus eine Marketingstrategie ableiten:

- Angebot, für das eine Marketingstrategie entwickelt werden soll (z.B. offener Lerntreff XY):
- Inhaltliche Schwerpunkte/ Lernziele:
- Ort:
- Zeitstruktur:
- Anmeldemodalitäten (Feste Buchung über ein System/ offene Struktur):
- Kosten für den Träger:
- Kosten für die Teilnehmenden:
- Lehrpersonen:

Hinweise zur Nutzung der Checkliste:

Versuchen Sie, die folgenden Fragen möglichst genau zu beantworten. Je seltener Sie sich für die Option „offen“ entscheiden, desto genauer wird Ihre Vorstellung von der anzusprechenden Zielgruppe für die Marketingstrategie.

Berücksichtigen Sie bei Ihren Antworten z.B. den Ort und die Zeit, zu der ein geplantes Lernangebot stattfinden soll. Mit den Inhalten beeinflusst dies womöglich, welche Personengruppen vermutlich daran teilnehmen werden und können. Machen Sie sich Notizen zu allem, was Ihnen sonst noch zu den Adressat*innen des Angebots oder den Rahmenbedingungen einfällt.

Die Checkliste gibt über die Analyse der Adressat*innen hinaus Hinweise auf die Auswahl von geeigneten Medien, die Gestaltung des Materials sowie mögliche Verbreitungswege.

Die **Zielgruppe der Marketingstrategie** muss nicht mit den **Adressat*innen des Grundbildungsangebotes** identisch sein. Es ist möglich, dass das Angebot für eine breite Personengruppe mit Grundbildungsbedarf offen und geeignet ist, Sie aber mit gezielter Werbung bestimmte Adressat*innen erreichen wollen, z.B. mehr Muttersprachler*innen oder mehr junge Menschen. Die folgende Abfrage bezieht sich daher auf die Adressat*innen, die mit der **Werbung** angesprochen werden soll.

1. Bestimmung der Zielgruppe für das Marketing

				Notizen
		Multiplika- tor*innen	Lernende	
1	Sollen Multiplikator*in- nen/ Schlüsselpersonen oder potenzielle Ler- nende angesprochen werden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Die Fragen 20-25 im 5. Abschnitt (Gestaltung von Materialien) sind besonders für Lernende, die Frage 26 für Multiplikator*innen wichtig.

2. Analyse der adressierten Lernenden

		Alpha-Level				Notizen
		1	2	3	4	
2	Wenn Lernende: auf welchem Kompetenzniveau sollen vorwiegend angesprochen werden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		DaF/DaZ	Deutsch	offen		
3	Sollen eher Interessent*innen mit Muttersprache Deutsch oder mit DaF/DaZ angesprochen werden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Bis 35	35- 60	<60	offen	
4	Menschen in welchem Alter sollen überwiegend angesprochen werden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Eher Männer	Eher Frauen	offen		
5	Sollen eher Männer/eher Frauen erreicht werden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Mit Job	Ohne Job	offen		
6	Sollen eher Menschen erreicht werden, die einen Job haben/arbeitsuchend oder arbeitslos sind?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Mit Kindern	Ohne Kinder	offen		
7	Sollen Menschen mit Kindern oder kinderlose erreicht werden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Ja, in Deutschland	Ja, außerhalb Deutschlands	Nein		
8	Welche Schulerfahrungen haben die Lernenden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

3. Wer kommt als Multiplikator*in Frage, um das Angebot bekannt zu machen?

		Nein	Ja, nämlich	Notizen
9	Kommen aktuelle/ehemalige Teilnehmende in Frage?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Nein	Ja, nämlich	
10	Gibt es andere Angebote/Kurse im eigenen Haus, in denen es sich lohnt das aktuelle Angebot zu bewerben?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Nein	Ja, an diesen Stellen	
11	Sollte das Angebot über das Jobcenter beworben werden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Nein	Ja, nämlich	
12	Gibt es Einrichtungen im unmittelbaren Sozialraum die sich für die Bewerbung des aktuellen Angebots eignen? (→ abhängig von zuvor bestimmter Zielgruppe. Z.B. Müttertreff, Sprachcafé,...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Nein	Ja, nämlich	
13	Gibt es Beratungsstellen, die sich für die Bewerbung dieses Angebots eignen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Nein	Ja, nämlich	
14	Beschäftigen Unternehmen/Arbeitgeber in der Umgebung mögliche TN? (z.B. für berufsbezogene Lernangebote)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Nein	Ja, nämlich	
15	Eignen sich Schulen/Kitas für die Bewerbung dieses Angebots?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
16	In welche Situationen können diese Gruppen potentiell Interessierte ansprechen?			
17	Welche Informationen brauchen die Multiplikator/-innen noch über das Lernangebot?			
18	Welche Argumente für das Lernangebot können die Multiplikator/-innen gut vertreten?			

4. Auswahl der Medien

		Flyer	Poster	Film/ Audio	PDF/ Email Textbau- steine	Sonstiges:
19	Welches Material könnte diese Gruppe bei der Ansprache am besten unterstützen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

5. Gestaltung der Medien

		Zutreffendes einkreisen		Notizen
20	Sind die wichtigsten Informationen für den Kontakt genannt? (Name der Ansprechperson, Telefonnummer, Email, Adresse, erreichbar wann?)			
21	Wurde darauf geachtet, dass keine Übertragungsleistung erbracht werden muss (z.B. Buchstabenkekse = Backkurs)			
22	Ist ein Bild der Kontaktperson vorhanden?			
23	Sind Bilder des Veranstaltungsortes/ eine Wegbeschreibung vorhanden?			
24	Ist die Darstellung insgesamt nicht zu kindlich geraten?			
25	Wird einfache (nicht leichte) Sprache verwendet?			
26	Wurden fachspezifische Begriffe (z.B. Grundbildung, Alphabetisierung) vermieden bzw. für die Multiplikator*innen gut erklärt?			
27	Ist das Schriftbild und Layout einheitlich? (Wiedererkennungswert der Organisation/CI?)			
28	Erleichtern eindeutige Icons die Orientierung?			
29	Werden Bilder verwendet, die nicht zu professionell wirken, aber dennoch positiv wirken → reale Lern-/oder Beratungssituationen			
30	Wird der Inhalt des Angebots deutlich? (Abgrenzung Deutschlernen vs. Lesen/Schreiben lernen?)			

Die Fragen 20-25 sind für die Gestaltung von Materialien für Lernende besonders wichtig.

6. Verbreitung des erstellten Materials

		Zutreffendes einkreisen		Notizen
31	Ist das Angebot in unserem Internetangebot auffindbar?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
32	Geeignete Beratungsstellen/ Multiplikator*innen/ Schlüsselpersonen sind über das Angebot informiert und mit Infomaterial versorgt?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Nein	Ja, nämlich	
33	Kann das Angebot über lokale Medien (z.B. Veranstaltungstipps in einer Radiosendung, Artikel Tages- und Wurfzeitungen) bekannt gemacht werden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Nein	Ja, nämlich	
34	Eignet sich das Angebot für die Bewerbung über sozial Media? Wer kann es dort verbreiten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Nein	Ja, nämlich	
35	Gibt es Veranstaltungen/Termine/Prozesse in deren Rahmen auf das Angebot aufmerksam gemacht werden kann?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Checkliste für personenbezogenes Marketing in der Alphabetisierung und Grundbildung by Volkshochschule

Frankfurt und Volkshochschule Wiesbaden is licensed under CC BY 4.0



[CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Diese Lizenz erlaubt Dritten, ein Werk zu verbreiten, zu remixen, zu verbessern und darauf aufzubauen, auch kommerziell, solange der Urheber des Originals genannt wird.