

# 7. wbv-Fachtagung Perspektive Bildungsmarketing

Bildung gestalten – anbieten – verbessern

vom 27. bis 28. Oktober 2010,  
in der Ravensberger Spinnerei, Bielefeld



# Perspektive Bildungsmarketing

## Bildung gestalten – anbieten – verbessern

Bildung ist keine Ware, aber eine besondere Dienstleistung mit wirtschaftlichem und gesellschaftlichem Anspruch. Die unterschiedlichen Interessen von Bildungsanbietern und Bildungsnachfragern müssen sinnvoll aufeinander abgestimmt sein, damit Bildung ihre Wirkungen entfalten kann – sowohl für den Einzelnen als auch für Unternehmen und Gesellschaft.

Anbieter wollen Nachfrager erreichen – aber wie und mit welchen Angeboten? Wie können Menschen für Bildung gewonnen werden, um ihre Beschäftigungsfähigkeit zu erhöhen und um Integration zu ermöglichen? Welchen Beitrag leistet Bildungsmarketing für die Standortfaktoren der Region(en)? Wie können klassische und neue Marketinginstrumente sinnvoll eingesetzt werden? Was sind die Besonderheiten von Bildungsmarketing?

Die 7. wbv-Fachtagung bietet Ihnen vielfältige Impulse, Fachbeiträge, Workshops, reflektierte Praxis und Diskussionen zum Thema Bildungsmarketing. Hier treffen sich Bildungsanbieter und Entscheider der Aus- und Weiterbildungsszene. Kommen Sie ins Gespräch mit Experten und Kollegen. Lassen Sie sich inspirieren, verbessern Sie Ihr Bildungsmarketing und erweitern Sie Ihr persönliches Netzwerk.

Wir wünschen Ihnen zwei gute und für Sie erfolgreiche Tage auf der 7. wbv-Fachtagung

*W. Arnold Bestermann*

PS: Notieren Sie sich schon den Termin für die 8. wbv-Fachtagung:  
26. – 27. Oktober 2011.



Die 7. wbv-Fachtagung wird  
veranstaltet vom:

W. Bertelsmann Verlag GmbH & Co. KG  
Auf dem Esch 4, 33619 Bielefeld  
Telefon: 0521 91101-0  
E-Mail: [service@wbv.de](mailto:service@wbv.de)  
[wbv.de](http://wbv.de), [wbv-fachtagung.de](http://wbv-fachtagung.de)

Programmleitung:  
Joachim Höper  
E-Mail: [joachim.hoeper@wbv.de](mailto:joachim.hoeper@wbv.de)

Veranstaltungsmanagement:  
Michael Postier  
E-Mail: [michael.postier@wbv.de](mailto:michael.postier@wbv.de)

Die Präsentationen, Referentenbeiträge und eine Bildergalerie zur 7. wbv-Fachtagung veröffentlichen wir in einigen Tagen online unter [wbv-fachtagung.de](http://wbv-fachtagung.de).

Wir informieren Sie darüber im nächsten Fachtagungs-Newsletter.

## Tagungsprogramm Mittwoch, 27. Oktober 2010

ab 10.00 Großer Saal	<b>Eintreffen der Tagungsgäste und Begrüßungskaffee</b>
10.45 Großer Saal	<b>Eröffnung der 7. wbv-Fachtagung</b> <i>W. Arndt Bertelsmann, wbv, Bielefeld</i>
11.00 Großer Saal	<b>Impulsvortrag</b> <b>Strategisches Bildungsmarketing und Geschäftstypen im Weiterbildungsmarkt</b> <i>Prof. Dr. Michael Bernecker, Deutsches Institut für Marketing, Köln</i>
11.45 Großer Saal	<b>Lust auf Bildungsmarketing: Erfolgreiche und originelle Kampagnen für Bildung</b> <i>Moderation: Joachim Höper, wbv, Bielefeld</i>  <b>Vorhang auf! Mit Kinowerbung Lust aufs Sprachenlernen machen</b> <i>Boris Zaffarana, Deutscher Volkshochschul-Verband, Bonn</i>  <b>Musische Bildung und Medienerziehung</b> <i>Michael M. Roth, Akademie Remscheid</i>  <b>„Studieren in Fernost“, Hochschulinitiative Neue Bundesländer</b> <i>Hans Selge, Scholz &amp; Friends Agenda, Berlin</i>  <b>„iCHANCE“ – Kampagne zur Alphabetisierung</b> <i>Jan-Peter Kalisch, Bundesverband Alphabetisierung und Grundbildung, Münster</i>
13.15 Großer Saal	<b>Mittagsimbiss und Austausch im Ausstellungsbereich</b>

14.30 – 17.30	<b>Parallele Workshops (mit Kaffeepause)</b>
Murnau-Saal	<b>Workshop 1</b> <b>Kursprogramm und Seminarbeschreibungen: Bildungsangebote zielgruppengerecht ankündigen</b> <i>Birgit Lutzer, Lutzertrain, Bielefeld</i>
Vortragssaal Museum	<b>Workshop 2</b> <b>Kontakte zu Kontrakten wandeln – Kundenbindung für Weiterbildner</b> <i>Hanspeter Reiter, Hanspeter Reiter Medien Consulting, Gabal e.V., Neuried bei München</i>
Raum 117	<b>Workshop 3</b> <b>Effektive Pressearbeit für Bildungsanbieter</b> <i>Annika Noffke, Agentur Mann beißt Hund, Hamburg</i>
Raum 261	<b>Workshop 4</b> <b>Web-2.0-Marketing für Bildungsangebote</b> <i>Nicola Wessinghage, Agentur Mann beißt Hund, Hamburg</i> <i>Anja Beckmann, Anja Beckmann PR, Köln</i>
Raum 257	<b>Workshop 5</b> <b>Vorbereitung – Begleitung – Nachbereitung von Seminaren am Beispiel von ERKON (Erfolgskontrolle von der Akquise bis zum Lerntransfer)</b> <i>Peter Krötenheerdt, BDVT Akademie, Leipzig</i> <i>Andreas Dolle, ADM Institut, Paderborn</i>
Raum 164	<b>Workshop 6</b> <b>Milieumarketing im Praxistest</b> <i>Prof. Dr. Heiner Barz, Universität Düsseldorf</i>
bis 18.15	<b>Austausch im Ausstellungsbereich</b>
ab 19.15 Hechelei	<b>Sektempfang</b>
19.45	<b>Verleihung des Hermann-Schmidt-Preises 2010</b> <b>Berufliche Bildung für Umweltschutz und eine nachhaltige Entwicklung</b> <i>Manfred Kremer, Bundesinstitut für Berufsbildung, Bonn</i> <i>Moderation: Andreas Pieper, Bundesinstitut für Berufsbildung, Bonn</i>
	<b>Anschließend Abendbuffet</b>



## Tagungsprogramm Donnerstag, 28. Oktober 2010

- 9.00  
Großer Saal **Vortrag**  
**Bildungsmarketing für heterogene Zielgruppen im Spannungsfeld zwischen öffentlichem Auftrag und Markt**  
*Prof. Dr. Klaus Meisel, Münchner Volkshochschule*
- 10.00 – 12.30 **Parallele Foren (mit Kaffeepause)**
- Großer Saal **Forum 1**  
**Bildungsmarketing – ein Standortfaktor**  
*Moderation: Dr. Beate Braun, BRAUN-CONCEPT, Bedburg*
- **Bildung erlebbar machen – Das Lernfest der Lernenden Region Tölzer Land**  
*Andreas Käter, Lernende Region Tölzer Land, Bad Tölz*
  - **Bildungsmarketing für Hochschulen**  
*Ulrike Koch, GATE Germany – Konsortium Internationales Hochschulmarketing, Bonn*
  - **Internationales Bildungsmarketing für Aus- und Weiterbildungsdienstleistungen**  
*Silvia Niediek, iMOVE, Bonn*
- Murnau-Saal **Forum 2**  
**Bildungsmarketing – ein Baustein für Integration**  
*Moderation: Christiane Jäger, BIBB, Bonn*
- **Marketing für Berufsorientierung am Beispiel des Projektes „Arena 4you, Wunschberuf Zukunft“**  
*Markus Kamann, gpdm, Paderborn*  
*Dr. Hilke Teubert, Universität Tübingen*
  - **Öffentlichkeitsarbeit für regionale Strukturentwicklung in der Nachqualifizierung**  
*Dominique Dauser, f-bb, Nürnberg*  
*Vera Grämmel, HWK Ostwestfalen-Lippe zu Bielefeld*
  - **Mit wenig Schrift ein Zeichen setzen – Zielgruppenansprache im Projekt EQUALS**  
*Karsten Schneider, DVV, Bonn*
- 12.30  
Großer Saal **Mittagessen und Austausch im Ausstellungsbereich**
- 13.30  
Großer Saal **Milieumarketing im Diskurs**  
*Moderation: Dr. Peter Brandt, DIE, Bonn*
- Experten:**  
*Prof. Dr. Heiner Barz, Universität Düsseldorf*  
*Dipl.-Päd. Astrid Gilles-Bacciu, Erzbistum Köln*  
*Prof. Dr. Jürgen Wittpoth, Ruhr-Universität Bochum*
- 14.30 **Schlusswort und Verabschiedung**  
*W. Arndt Bertelsmann, wbv, Bielefeld*

Programmänderungen vorbehalten.



## Referentinnen und Referenten

**Prof. Dr. Heiner Barz**, Abt. für Bildungsforschung und Bildungsmanagement, Universität Düsseldorf  
**Anja Beckmann**, Anja Beckmann PR, Köln  
**Prof. Dr. Michael Bernecker**, Deutsches Institut für Marketing, Köln  
**W. Arndt Bertelsmann**, W. Bertelsmann Verlag (wbv), Bielefeld  
**Dr. Peter Brandt**, Deutsches Institut für Erwachsenenbildung (DIE), Bonn  
**Dr. Beate Braun**, BRAUN-CONCEPT, Bedburg  
**Dominique Dauser**, Forschungsinstitut Betriebliche Bildung (f-bb), Nürnberg  
**Andreas Dolle**, ADM Institut, Paderborn  
**Astrid Gilles-Bacciu**, Referat Bildungskonzeption, Erzbistum Köln  
**Vera Grämmel**, Handwerkskammer Ostwestfalen-Lippe (HWK OWL) zu Bielefeld  
**Joachim Höper**, W. Bertelsmann Verlag (wbv), Bielefeld  
**Christiane Jäger**, Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB), Bonn  
**Andreas Käter**, Lernende Region Tölzer Land, Bad Tölz  
**Jan-Peter Kalisch**, Bundesverband Alphabetisierung und Grundbildung, Münster  
**Markus Kamann**, Gesellschaft für Projektierungs- und Dienstleistungsmanagement (gpdm), Paderborn  
**Ulrike Koch**, GATE Germany – Konsortium Internationales Hochschulmarketing, Bonn  
**Manfred Kremer**, Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB), Bonn  
**Peter Krötenheerd**, BDVT-Akademie, Leipzig  
**Birgit Lutzer**, Lutzertrain, Bielefeld  
**Prof. Dr. Klaus Meisel**, Münchner Volkshochschule (MVHS), München  
**Silvia Niediek**, International Marketing Of Vocational Education (iMOVE), Bonn  
**Annika Noffke**, Mann beißt Hund – Agentur für Kommunikation, Hamburg  
**Andreas Pieper**, Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB), Bonn  
**Hanspeter Reiter**, Gabal e. V., Hanspeter Reiter Medien Consulting, Neuried bei München  
**Michael M. Roth**, Akademie Remscheid für musische Bildung und Medienerziehung, Remscheid  
**Karsten Schneider**, Projekt EQUALS, Deutscher Volkshochschul-Verband (dvv), Bonn  
**Hans Selge**, Scholz & Friends Agenda, Berlin  
**Dr. Hilke Teubert**, Institut für Sportwissenschaften, Universität Tübingen  
**Nicola Wessinghage**, Mann beißt Hund – Agentur für Kommunikation, Hamburg  
**Prof. Dr. Jürgen Wittpoth**, Institut für Erziehungswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum  
**Boris Zaffarana**, Deutscher Volkshochschul-Verband (dvv), Bonn

## Aussteller

**Anja Myrdal & Team OHG**, Scheeßel (Nds.), [www.anjamyrdal.de](http://www.anjamyrdal.de)  
**ArtSet Forschung Bildung Beratung**, Hannover, [www.artset.de](http://www.artset.de)  
**Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB)**, Bonn, [www.bibb.de](http://www.bibb.de)  
**Deutsches Institut für Erwachsenenbildung (DIE)**, Bonn, [www.die-bonn.de](http://www.die-bonn.de)  
**Deutsches Institut für Marketing**, Köln, [www.marketinginstitut.biz](http://www.marketinginstitut.biz)  
**Deutscher Verband für Bildungs- und Berufsberatung (dvv)**, Düsseldorf, [www.dvb-fachverband.de](http://www.dvb-fachverband.de)  
**Didacta**, Verband der Bildungswirtschaft, Darmstadt, [www.didacta.de](http://www.didacta.de)  
**IHK-Akademie Ostwestfalen**, Bielefeld, [www.ihk-akademie.de](http://www.ihk-akademie.de)  
**Internationale Weiterbildung und Entwicklung (InWEnt)**, Bonn, [www.inwent.org](http://www.inwent.org)  
**JIPA – Pro Ausbildung Westfalen-Lippe**, Jobstarter-Initiative, [www.jobstarter.de](http://www.jobstarter.de)  
**Mann beißt Hund**, Agentur für Kommunikation, Hamburg, [www.mann-beisst-hund.de](http://www.mann-beisst-hund.de)  
**vhs Böblingen-Sindelfingen**, [www.vhs-ideen.de](http://www.vhs-ideen.de)  
**W. Bertelsmann Verlag (wbv)**, Bielefeld, [www.wbv.de](http://www.wbv.de)

Änderungen vorbehalten.



Prof. Dr. Michael Bernecker



Prof. Dr. Klaus Meisel





**Mittwoch, 27.10., 11.00 – 11.45 Uhr**  
**Impulsvortrag: Strategisches Bildungsmarketing**  
**und Geschäftstypen im Weiterbildungsmarkt**



**Prof. Dr. Michael Bernecker**

Der Marketingunternehmer Prof. Dr. Michael Bernecker ist Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Marketing in Köln.

Der Marketingprofi forscht, berät und trainiert im Kompetenzfeld Marketing & Vertrieb. Seine Kernkompetenz wird geprägt durch sein umfangreiches Fachwissen gepaart mit einer konsequenten unternehmerischen Sichtweise und der Fähigkeit, auch komplexe Sachverhalte zielgruppenadäquat zu kommunizieren.

Sein unternehmerisches Profil hat er sich als Geschäftsführer und Vorstand verschiedener Marketingunternehmen angeeignet.

Als Professor für Marketing lehrt Michael Bernecker unter anderem an der Hochschule Fresenius in Köln in den Fachgebieten Dienstleistungsmarketing, Bildungsmarketing sowie Marktforschung. Sein Wissen um unternehmerisches Denken und Handeln bildet die Grundlage der Seminare zur Betriebswirtschaftslehre.

**Veröffentlichungen**

- M. Bernecker, K. Weihe: Basiswissen Marktforschung (2010), Cornelsen
- M. Bernecker: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre (2009), johanna Verlag
- M. Bernecker, W. Pepels: Jahrbuch Marketing 2009 (2009), johanna Verlag
- M. Bernecker, F. Beilharz: Online-Marketing (2009), johanna Verlag
- M. Bernecker: Bildungsmarketing (2007), johanna Verlag

**Strategisches Bildungsmarketing und Geschäftstypen im Weiterbildungsmarkt**

Weiterbildung ist ein hart umkämpfter Markt. Umso wichtiger ist es daher, sich durch gewinnbringende Geschäftsmodelle und konsequentes Bildungsmarketing abzuheben. Prof. Dr. Bernecker zeigt Ansatzpunkte und Geschäftstypen auf, die im Weiterbildungsmarkt funktionieren, und erklärt praxisnah, wie Weiterbildner sich strategisch positionieren und professionalisieren können.

**Kontakt**

Prof. Dr. Michael Bernecker  
Deutsches Institut für Marketing  
Köln  
Tel.: 0221 99555100  
E-Mail: [Info@Marketinginstitut.BIZ](mailto:Info@Marketinginstitut.BIZ)  
Internet: [www.Marketinginstitut.BIZ](http://www.Marketinginstitut.BIZ)

Notizen: .....

.....

.....

.....

.....

**Donnerstag, 28.10., 9.00 – 9.45 Uhr**  
**Vortrag: Bildungsmarketing für heterogene Zielgruppen im Spannungsfeld zwischen öffentlichem Auftrag und Markt**



**Prof. Dr. Klaus Meisel**

Managementdirektor, Münchner Volkshochschule (MVHS)

- Jahrgang 1953, Lehramtsstudium und Diplompädagoge
- ab 1978 Wissenschaftlicher Leiter mehrerer bundesweiter Entwicklungsprojekte an der Pädagogischen Arbeitsstelle des Deutschen Volkshochschul-Verbandes
- ab 1989 stellvertretender Leiter der PAS/DVV
- von 1998 bis 2006 Direktor am Deutschen Institut für Erwachsenenbildung (DIE)
- seit 2003 Honorarprofessor am Institut für Erziehungswissenschaften der Philipps Universität Marburg
- seit 2006 Managementdirektor der Münchener Volkshochschule
- seit 2007 2. Vorsitzender des Deutschen Volkshochschul-Verbandes

**Ausgewählte Publikationen**

- Managementprobleme in öffentlichen Weiterbildungseinrichtungen, Baltmannsweiler 2001
- Wirtschaftlichkeit von Weiterbildungseinrichtungen, Bielefeld 2005 (mit H. J. Schuldt/K. Friedrich)
- Qualitätsmanagement, Bielefeld 2006 (mit S. Hartz)
- Zukunftsfeld Weiterbildung, Bielefeld 2006 (Hrsg.)
- Öffentliche Weiterbildungsorganisationen im Strukturwandel. In: Hessische Blätter für Volksbildung 2/2007, S. 106 – 116
- Veränderungen gestalten – Organisationsentwicklung und -beratung in Weiterbildungseinrichtungen, Münster 2009 (mit T. C. Feld)
- Volkshochschulen im kommunalen System des lebenslangen Lernens. In: Deutsche Zeitschrift für Kommunalwissenschaften 1/2009

**Bildungsmarketing für heterogene Zielgruppen im Spannungsfeld zwischen öffentlichem Auftrag und Markt**

Die öffentliche Weiterbildung hat sich schon immer mit dem Bildungsmarketing auseinandergesetzt, auch als es noch nicht üblich war, die Managementsprache zu benutzen. Seitdem sie sich intensiv mit der Managementaufgabe des Marketings beschäftigt, wird die theoretische und praktische Auseinandersetzung von Irrungen und Wirrungen begleitet. Diese haben unterschiedliche Ursachen wie beispielsweise die typischen Spannungsfelder, in denen die öffentlichen Einrichtungen arbeiten, der nicht ausreichend berücksichtigte gesplante Weiterbildungsmarkt, unzureichend reflektierte Prognosen aus Bildungspolitik und Wissenschaft u. Ä. Heute beherrschen die Profis das Weiterbildungsmarketing in voller Souveränität. Schon lange geht es nicht mehr um die Frage, ob Weiterbildungsmarketing sinnvoll ist, sondern eher darum, für welche Qualität von Bildungsangebot es betrieben wird. Öffentliche Weiterbildungseinrichtungen bieten in der Regel ein vielfältiges inhaltliches Programm für unterschiedliche Adressatengruppen an. Auf der Grundlage eines systematischen Weiterbildungsmarketings werden – dies wird an ausgewählten praktischen Beispielen illustriert – je nach Inhalten und Zielgruppen unterschiedlich akzentuierte Strategien angewendet. Erfolgreiches Weiterbildungsmarketing setzt eine geklärte professionelle Grundhaltung voraus. Denn: Wer sich nur auf dem Ochsenrücken der Marketinginstrumente durch die Weiterbildungslandschaft tragen lässt, wird nie wie der Wind das Land selber spüren ...



Mittwoch, 27.10., 11.45 – 13.15 Uhr, Großer Saal

## Lust auf Bildungsmarketing: Erfolgreiche und originelle Kampagnen für Bildung

*Werbung ist Ausdrucksmittel unserer Zeit. Aber so ernst  
wie die deutsche Werbung ist nicht mal unser Leben.*

WOLFGANG SCHÖNHOLZ, DT. WERBEFACHMANN, „SCHOLZ & FRIENDS“

Moderation: Joachim Höper, W. Bertelsmann Verlag (wbv)  
Kontakt: joachim.hoeper@wbv.de, wbv.de

### **Vorhang auf! Mit Kinowerbung Lust aufs Sprachenlernen machen**

Boris Zaffarana, Deutscher Volkshochschul-Verband, Bonn  
Kontakt: zaffarana@dvv-vhs.de, www.dvv-vhs.de

### **Musische Bildung und Medienerziehung**

Michael M. Roth, Akademie Remscheid, Remscheid  
Kontakt: roth@akademieremscheid.de, www.akademieremscheid.de

### **Studieren in Fernost – Hochschulinitiative Neue Bundesländer**

Hans Selge, Scholz & Friends Agenda, Berlin  
Kontakt: hans.selge@s-f.com, www.s-f.com/agenda

### **iCHANCE – Kampagne zur Alphabetisierung**

Jan-Peter Kalisch, Bundesverband Alphabetisierung und Grundbildung, Münster  
Kontakt: jp.kalisch@alphabetisierung.de, www.ICHANCE.de





**Mittwoch, 27.10., 11.45 – 13.15 Uhr**  
**Lust auf Bildungsmarketing:**  
**Erfolgreiche und originelle Kampagnen für Bildung**



### **Michael M. Roth**

- Jahrgang 1968. Lehramtsstudium (Biologie/Chemie an Gymnasien) in Regensburg. Erstes und Zweites Staatsexamen
- 1997–2004 Lehrer und Geschäftsführer an der freien Waldorfschule in Mönchengladbach
- 2004 – 2006 wissenschaftlicher Mitarbeiter am erziehungswissenschaftlichen Institut der Universität Paderborn
- 2006–2010 wiss. Mitarbeiter und Akkreditierungsbeauftragter an der Alanus Hochschule für Kunst und Gesellschaft in Alfter bei Bonn: Studiengangsentwicklung, Studiengangsakkreditierung, Institutionelle Akkreditierung
- seit 2010 Studienleiter und Pressesprecher der Akademie Remscheid: Leitung des Bildungs- und Kommunikationsmanagements, Bildungsmarketing

### **Veröffentlichungen**

Roth, Michael M. (2010): Kulturpädagogische Professionalisierung. Die Akademie Remscheid im Feld der kulturellen Bildung. In: Kulturelle Bildung 5, S. 21–22

Roth, Michael M. (2008): Professionelle pädagogische Handlungskompetenz – ein holistisches Modell. In: Schieren, J. (Hrsg.): Was ist und wie entsteht: Unterrichtsqualität an der Waldorfschule. München: kopaed, S. 57–84

Roth, Michael M. (2008): Der Studiengang MA Pädagogik an der Alanus Hochschule. Persönlichkeitskompetenz in der wissenschaftlichen Weiterbildung. In: Vogt, H. (Hrsg.): Wa(h)re Bildung. Gegenwart und Zukunft wissenschaftlicher Weiterbildung angesichts von Bologna und GATS. Hamburg: DGWF, S. 232–244

### **Musische Bildung und Medienerziehung**

Die Akademie Remscheid ist seit Ende der 1950er-Jahren der führende Anbieter von Fort- und Weiterbildung im Bereich der kulturellen Kinder- und Jugendbildung. Generationen von Sozialpädagogen/-innen, Künstlern/-innen, Erziehern/-innen und Lehrern/-innen haben sich hier für ihre Arbeit in der kulturellen Kinder- und Jugendbildung fortgebildet. Durch so unterschiedliche Entwicklungen wie den Bologna-Prozess, den Trend zur Ganztagschule, den Einfluss der Neuen Medien auf die Jugendkultur oder die Finanznot der Kommunen verändern sich die Anforderungen für diese Fachkräfte, die z. B. in Musikschulen, Jugendkunstschulen, Jugendzentren oder in der offenen Jugendarbeit tätig sind, ganz grundlegend. Wie reagiert eine traditionsreiche Institution wie die Akademie Remscheid auf diese Entwicklungen? Welche Marketingstrategie entwickelt sie, um sich auch weiterhin erfolgreich zu positionieren, gerade in einem Markt, in dem das Produkt – verstanden als Bildungserfolg der Teilnehmer/-innen – durch Co-Produktion entsteht? Welche Auswirkungen hat eine zunächst primär nach innen gerichtete Marketingkampagne auf die Institution und ihre Mitarbeiter/-innen? Antworten auf diese Fragen sollen vorgestellt und diskutiert werden.

### **Kontakt**

Michael M. Roth

Akademie Remscheid für musische Bildung und Medienerziehung  
Remscheid

Tel.: 02191 794-244

E-Mail: [roth@akademieremscheid.de](mailto:roth@akademieremscheid.de)

Internet: [www.akademieremscheid.de](http://www.akademieremscheid.de)





## Parallele Workshops

### Workshop 1

**Kursprogramm und Seminarbeschreibungen:  
Bildungsangebote zielgruppengerecht ankündigen**  
Birgit Lutzer, Lutzertrain, Bielefeld  
Kontakt: b.lutzer@lutzertrain.de, www.lutzertrain.de

### Workshop 2

**Kontakte zu Kontrakten wandeln – Kundenbindung für Weiterbildner**  
Hanspeter Reiter, Hanspeter Reiter Medien Consulting, Gabal e. V., Neuried b. München  
Kontakt: reiterbdw@aol.com, www.reiter-medienconsulting.de, www.gabal.de

### Workshop 3

**Effektive Pressearbeit für Bildungsanbieter**  
Annika Noffke, Agentur Mann beißt Hund, Hamburg  
Kontakt: an@mann-beisst-hund.de, www.mann-beisst-hund.de

### Workshop 4

**Web-2.0-Marketing für Bildungsangebote**  
Nicola Wessinghage, Agentur Mann beißt Hund, Hamburg  
Kontakt: nw@mann-beisst-hund.de, www.mann-beisst-hund.de  
Anja Beckmann, Anja Beckmann PR, Köln  
Kontakt: info@beckmann-pr.de, www.beckmann-pr.de

### Workshop 5

**Vorbereitung – Begleitung – Nachbereitung von Seminaren am Beispiel  
von ERKON (Erfolgskontrolle von der Akquise bis zum Lerntransfer)**  
Andreas Dolle, ADM-Institut, Paderborn  
Kontakt: adolle@adm-institut.de, www.adm-institut.de  
Peter Krötenheerdt, Krötenheerdt Training, BDVT Akademie, Leipzig  
Kontakt: peter.kroetenheerdt@web.de, www.kroetenheerdt.de

### Workshop 6

**Milieumarketing im Praxistest**  
Prof. Dr. Heiner Barz, Abt. für Bildungsforschung und Bildungsmanagement,  
Universität Düsseldorf  
Kontakt: barz@phil.uni-duesseldorf.de, www.barz-online.de

# Mittwoch, 27.10., 14.30 – 17.30 Uhr, Workshop 1 Bildungsangebote zielgruppengerecht ankündigen



## **Birgit Lutzer**

Nach ihrem Literaturwissenschaftsstudium und paralleler redaktioneller Mitarbeit bei einem Stadtmagazin machte sich Birgit Lutzer 1996 als Texterin, Autorin und Pressereferentin selbstständig. Sie hat mehrere Fachbücher und zahlreiche Artikel in den Medien veröffentlicht. Heute führt sie „Lutzertrain“ – eine Marketing- und PR-Agentur mit dazugehörigem Trainingsinstitut. Zusammen mit ihrem Team unterstützt sie Bildungsträger und andere Firmen mit Agenturleistungen und Inhouse-Seminaren bei der überzeugenden Außendarstellung. Sie ist Lehrbeauftragte verschiedener Universitäten und arbeitet an einer Dissertation zum Thema „Bildungsmarketing“. Privat mag sie Rockmusik und Motorräder.

## **Veröffentlichungen**

- Das PR-Rezeptbuch für Bildungsinstitute und Trainer. Bielefeld 2001
- Marketing-Instrumente für Trainer. Bonn 2005
- Zusammen mit Reiter, Hanspeter: Handbuch Marketing für Weiterbildner. Bildung mit den „6 P“ professionell vermarkten. Weinheim 2009
- Zusammen mit Dolle, Andreas: Besser erklären, mehr verkaufen. Ein Ratgeber für Techniker, Ingenieure und andere „Fachchinesen“. Wiesbaden 2009
- Bringen Sie es auf den Punkt. Treffend formulieren in Wort und Schrift. Paderborn 2010

## **Kursprogramm und Seminarbeschreibungen – Bildungsangebote zielgruppengerecht ankündigen**

Als Bildungsanbieter wissen Sie: Ihr Programm und die darin enthaltenen Seminarbeschreibungen sind ein wichtiges Marketinginstrument. Hat ein potenzieller Kunde Alternativen, fällt seine Entscheidung meistens auf ein überzeugend präsentiertes Angebot. Aus diesem Grund sollte Ihr Programm ansprechend gestaltet sein – unabhängig davon, ob Sie es im Internet, in Form von PDF-Dateien oder als gedrucktes Medium veröffentlichen. In diesem praxisorientierten Workshop erfahren Sie, worauf es aus werblicher Sicht bei Kursprogramm und Seminarbeschreibung ankommt. Neben Tipps zur Gestaltung erhalten Sie ein Raster für das Verfassen von Seminarbeschreibungen. Sie erstellen oder verbessern eigene Texte, die Sie sofort bei Ihrer Arbeit einsetzen können.

Inhalte:

### **Die visuelle Gestaltung von Programmen für Bildungsangebote**

- Schriftgestaltung
- Die Wirkung von Farben und Formen
- Einsatz von Bildern

### **Die Seminarbeschreibung**

- Sprache und Sprachstil
- Satzbau und Wortwahl
- Wie Sie das Kopfkino Ihrer Leser aktivieren
- AIDA ist mehr als eine Verdi-Oper
- Eine Nutzenargumentation entwickeln



## Mittwoch, 27.10., 14.30 – 17.30 Uhr, Workshop 2 Kontakte zu Kontrakten wandeln – Kundenbindung für Weiterbildner



### Hanspeter Reiter

Nach dem Studium der Sprachwissenschaft, Finnougristik, Phonetik und Sprachlichen Kommunikation in München und einem ergänzenden Abendstudium zum Werbewirt BAW drei Jahrzehnte im Marketing unterwegs, Schwerpunktbranche: Medien. Selbstständig mit Direktmarketing-Agentur seit 1983, als Trainer, Berater und Interim-Manager seit der zweiten Hälfte der 1980er-Jahre aktiv. Vorstandssprecher GABAL e.V., Prüfer Kaufleute für Marketingkommunikation IHK für München und Obberbayern.

### Veröffentlichungen

Diverse Bücher zu Telefonmarketing und anderen Marketingthemen, u. a. 166 beste Checklisten für Call-Center und Telefonmarketing (1999, mi), Bei Anruf: Souverän, schlagfertig und kompetent (2003, beltz), Effektiv telefonieren (2008, GABAL), Akquise einfach so nebenbei für Trainer, Berater, Freiberufler (2009, businessVillage), Handbuch Marketing für Weiterbildner (zusammen mit Birgit Lutzer, 2009, beltz). Eine Reihe von Fachartikeln bei diversen Medien, siehe „Publikationen“ auf der Website, darunter „Seminare per Telefon verkaufen“ (Verlagshandbuch, Input-Verlag).

### Kontakte zu Kontrakten wandeln – Kundenbindung für Weiterbildner

Anfragen zu angekündigten Seminaren und Kursen sind schön. Doch welche der Interessenten melden sich dann tatsächlich an? Die Wandlungsquote zu erhöhen und Teilnehmer für weitere Themen und Termine zu motivieren, dafür gibt es Maßnahmen nach Wahl. Erarbeiten Sie in diesem Workshop für sich und Ihren Bildungsträger eine konkrete Vorgehensweise und erleben Sie, was andere entwickeln. Sei es für telefonische Kontakte, schriftliche Nachfassaktionen oder Schnupper-Events – persönlich oder im Internet! Mit provokativem Input schafft Ihr Workshop-Moderator optimale Voraussetzungen für Ihre kreative Umsetzung. Sie wenden Tools an, die Ihnen auch künftig helfen, aus Kontakten Kontrakte zu machen. Damit Sie beides mithilfe des „Verkaufstrichters“ schaffen: mehr Anfragen – und nach und nach Aufträge daraus ... Dazu gehören SWOT-Analyse und Kontaktmanagement genauso, wie „einfach so nebenbei“ zu akquirieren.

Aus einem Fächer vorgeschlagener, bewährter Wege wählen Sie Ihr persönliches Thema aus, das Sie dann zusammen mit Gleichgesinnten in der Gruppe bearbeiten. Die Ergebnisse aller Gruppen werden kurz im Plenum vorgestellt, sodass alle Teilnehmenden von allen Arbeiten profitieren können. Sie nehmen Ihre individuelle Lösung mit nach Hause, um sie in Ihrer täglichen Praxis umzusetzen. Zur Transferunterstützung erhalten Sie auf Wunsch die Input-ppt sowie einen Fachartikel als PDF.

### Kontakt

M. A. phil. Hanspeter Reiter  
Medienberatung, Medienconsulting  
Neuried bei München  
Tel.: 089 745292-12  
E-Mail: reiterbdw@aol.com  
Internet: [www.reiter-medienconsulting.de](http://www.reiter-medienconsulting.de)

# Mittwoch, 27.10., 14.30 – 17.30 Uhr, Workshop 3 Effektive Pressearbeit für Bildungsanbieter



## Annika Noffke

Annika Noffke betreut in der Hamburger Kommunikationsagentur Mann beißt Hund – Agentur für Kommunikation Kunden aus dem Bildungsbereich, unter anderem die Deutsche Universität für Weiterbildung, das Online-Portal Fernstudium-Infos.de, den Schulbuchverlag Diesterweg und die Messe LEARNTEC.

## Effektive Pressearbeit für Bildungsanbieter

„Mann beißt Hund“ – das ist auf eine kurze Formel gebracht die Regel, nach der Nachrichten entstehen. Journalisten berichten über das, was mit dem Alltäglichen bricht, Gewohntes auf den Kopf stellt, neue Perspektiven eröffnet. Wie können Bildungseinrichtungen dem entgegenkommen und dabei ihre Organisation und ihre Angebote zum Thema machen?

Annika Noffke gibt in ihrem Workshop praxisnahe Tipps für die Pressearbeit – orientiert an den Anforderungen von Journalisten aus regionalen und überregionalen Medien sowie Fachzeitschriften:

- Wie finde ich Themen, die Journalisten interessieren?
- Was ist beim Schreiben einer Pressemitteilung zu beachten?
- Wie stelle ich einen geeigneten Verteiler zusammen?
- Wie pflege ich Journalistenkontakte?
- Wie verschaffe ich mir einen Überblick über die Resonanz?

Antworten geben konkrete Beispiele aus der Praxis. Teilnehmerinnen und Teilnehmer können ihre eigenen Erfahrungen aus der Pressearbeit einbringen und auch Textbeispiele zur Diskussion stellen.

## Kontakt

Annika Noffke  
Agentur Mann beißt Hund  
Hamburg  
Tel.: 040 890696-28  
E-Mail: [an@mann-beisst-hund.de](mailto:an@mann-beisst-hund.de)  
Internet: [www.mann-beisst-hund.de](http://www.mann-beisst-hund.de)

Notizen: .....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## Mittwoch, 27.10., 14.30 – 17.30 Uhr, Workshop 4 Web-2.0-Marketing für Bildungsangebote



### **Nicola Wessinghage**

Nicola Wessinghage ist Geschäftsführerin der Kommunikationsagentur Mann beißt Hund aus Hamburg. Das Unternehmen betreut Kunden aus dem Bildungsbereich in Fragen rund um Marketing und PR.

#### **Kontakt**

Nicola Wessinghage  
Agentur Mann beißt Hund  
Hamburg  
Tel.: 040 890696-11  
E-Mail: [nw@mann-beisst-hund.de](mailto:nw@mann-beisst-hund.de)  
Internet: [www.mann-beisst-hund.de](http://www.mann-beisst-hund.de)



### **Anja Beckmann**

PR-Beraterin Anja Beckmann verfügt über eine umfassende Social-Media-Expertise: Die Absolventin der Social Media Akademie hat langjährige praktische Erfahrung gesammelt durch ihre Tätigkeit als Leiterin Unternehmenskommunikation bei Starbucks (Marke Nr. 1 im Social Web), die Betreuung von Kunden und erfolgreiche eigene Social-Media-Kanäle. Vor ihrer Tätigkeit als freie PR-Beraterin war sie zehn Jahre lang auf Unternehmensseite sowie sieben Jahre lang als Journalistin tätig.

#### **Kontakt**

Anja Beckmann  
Anja Beckmann PR  
Köln  
Tel.: 0221 50803686  
E-Mail: [info@beckmann-pr.de](mailto:info@beckmann-pr.de)  
Internet: [www.beckmann-pr.de](http://www.beckmann-pr.de)



**Mittwoch, 27.10., 14.30 – 17.30 Uhr, Workshop 5  
Vorbereitung – Begleitung – Nachbereitung  
von Seminaren am Beispiel von ERKON  
(Erfolgskontrolle von der Akquise bis zum Lerntransfer)**



### **Peter Krötenheerdt**

Peter Krötenheerdt, Krötenheerdt Training, arbeitet seit 1993 als Managementtrainer, Vertriebsberater und Business-Coach. Zuvor war er 14 Jahre im pädagogischen Weiterbildungsmarkt als Lehrer, Schulleiter und Führungskraft in administrativen Bereichen tätig.

Peter Krötenheerdt ist seit 1994 Mitglied im BDVT e.V. – dem Berufsverband für Trainer, Berater und Coaches – und seit über 10 Jahren im Präsidium. Seit 2009 widmet er sich verstärkt der Aus- und Weiterbildungsarbeit sowie den Qualitätsfragen in enger Verbindung mit der fachlichen Arbeit im Verband. Mit Gründung der BDVT Akademie im Januar 2010 übernahm er deren Leitung.

### **Veröffentlichungen**

- Beitrag im Buch „Best of 55“ Verkaufsexperten, von Hans Uwe Köhler, Gabal 2005
- Beitrag im Buch „Das siebte Gesetz“, von Hans Uwe Köhler, Gabal 2007
- Artikel zu Themen der Fortbildung und Job/Karriere-Entwicklung

### **Kontakt**

Peter Krötenheerdt  
Krötenheerdt Training  
BDVT – Der Berufsverband für Trainer, Berater und Coaches, BDVT Akademie  
Leipzig  
Tel.: 0341 9114976  
E-Mail: peter.kroetenheerdt@web.de  
Internet: www.kroetenheerdt.de



### **Andreas Dolle**

Andreas Dolle ist seit 22 Jahren im Geschäft. Er ist Sparringspartner für Unternehmer und systemischer Coach. Er trainiert und berät Führungskräfte, Verkaufs- und Serviceorganisationen. Er ist Autor zahlreicher Publikationen und mediengesteuerter Trainingsprogramme. Er gehört zum inneren Führungskreis des BDVTs und leitet dort den Expertenkreis ERKON „Erfolgskontrolle in Training, Beratung und Coaching“. Er ist Entwickler der audiocoaching box.de, einem Transfersicherungssystem mit integrierter Wirkungskontrolle. Er ist Initiator von „business-trifft-bildung.de“, einer virtuellen Messe, deren Namensgeber zurzeit der BDVT ist. Im Februar 2008 erhielt er den Kommunikationspreis 2008.



## Mittwoch, 27.10., 14.30 – 17.30 Uhr, Workshop 6 Milieumarketing im Praxistest



### **Prof. Dr. Heiner Barz**

2002 Berufung zum Universitätsprofessor für Erziehungswissenschaft mit dem Schwerpunkt Bildungsforschung und Bildungsmanagement an der Universität Düsseldorf.

Lehrtätigkeiten und Vorträge in der Lehrerfortbildung, der Erwachsenenbildung, der politischen Bildung, der Religionspädagogik und der beruflichen Weiterbildung.

Wissenschaftliche Vorträge im In- und Ausland (Italien, Schweiz, Ungarn, Philippinen, Österreich, Russland, Uruguay, Portugal) u.a. zu Fragen der Weiterbildung an den Universitäten in Hamburg, Bremen, Bamberg, Heidelberg, Salzburg, Trento, Budapest, Zürich, Bern, Porto, Krasnoyarsk.

### **Veröffentlichungen**

R. Tippelt, J. Reich, A. von Hippel, H. Barz, D. Baum: Milieumarketing implementieren. Weiterbildung und soziale Milieus in Deutschland. Band 3. Bielefeld 2008

H. Barz, R. Tippelt (Hrsg.): Weiterbildung und soziale Milieus in Deutschland. Band 1: Praxishandbuch Milieumarketing. Gütersloh: W. Bertelsmann 2004 (2. Auflage 2007)

H. Barz, B. Wolf: Noch Neuland. Weiterbildungsmarketing in internationaler Perspektive. In: DIE Zeitschrift für Erwachsenenbildung. Heft 2 (2006), S. 35–38

### **Milieumarketing im Praxistest**

Mit dem Modell der Sozialen Milieus liegt ein anwendungsnahes Marketingkonzept vor, das sich auch für den Weiterbildungsbereich als äußerst hilfreich erwiesen hat.

Weil die Prioritäten der verschiedenen Zielgruppen in Bezug auf Angebotstypen und -inhalte beträchtlich differieren, tun Weiterbildungsträger gut daran, maßgeschneiderte Angebote zu konzipieren. Wer alte Teilnehmergruppen halten und neue soziale Segmente gewinnen will, muss über Bildungsbarrieren ebenso informiert sein wie über milieugeprägte Lebensstile und Wertpräferenzen.

Der Workshop zum Milieumarketing greift auf die Erfahrungen des bmbf-Projektes „Im Ziel“ zurück, in dem Instrumente und Methoden für die Angebotsinnovation erfolgreich erprobt wurden.

### **Kontakt**

Prof. Dr. Heiner Barz  
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf  
Abteilung für Bildungsforschung und Bildungsmanagement  
Düsseldorf  
Tel.: 0211 8115002  
E-Mail: [barz@phil.uni-duesseldorf.de](mailto:barz@phil.uni-duesseldorf.de)  
Internet: [www.barz-online.de](http://www.barz-online.de)

## Forum 1

### Bildungsmarketing – ein Standortfaktor

*In einer Straße in Wien befanden sich vier Bäckereien. Um sich von der Konkurrenz abzuheben, stellte die erste ein Schild neben den Eingang, auf dem sie das feinste Gebäck in ganz Wien offerierte. Die zweite Bäckerei antwortete mit einem Schild: die feinsten Backwaren in ganz Österreich. Die dritte konterte mit dem Angebot: die besten Backwaren der Welt. Das alles beeindruckte den vierten Bäcker keineswegs. Er postierte vor seinem Laden ein Schild, das bescheiden verkündete: „Hier erhalten Sie die feinsten Backwaren in dieser Straße.“*

UNBEKANNT

Forenleitung: Dr. Beate Braun, BRAUN-CONCEPT, Bedburg  
Kontakt: [beate.braun@braun-concept.de](mailto:beate.braun@braun-concept.de), [www.braun-concept.de](http://www.braun-concept.de)

**Bildung erlebbar machen – Das Lernfest der Lernenden Region Tölzer Land**  
Andreas Käter, Lernende Region Tölzer Land, Bad Tölz  
Kontakt: [andreas.kaeter@lrtl.de](mailto:andreas.kaeter@lrtl.de), [www.lrtl.de](http://www.lrtl.de)

**Bildungsmarketing für Hochschulen**  
Ulrike Koch, GATE Germany – Konsortium Internationales Hochschulmarketing, Bonn  
Kontakt: [koch@hrk.de](mailto:koch@hrk.de), [www.hrk.de](http://www.hrk.de)

**Internationales Bildungsmarketing für Aus- und Weiterbildungsdienstleistungen**  
Silvia Niediek, International Marketing Of Vocational Education (iMOVE), Bonn  
Kontakt: [niediek@imove-germany.de](mailto:niediek@imove-germany.de), [www.imove-germany.de](http://www.imove-germany.de)





### **Andreas Käter**

Andreas Käter – Bildungsmanagement, leitend tätig in einer Weiterbildungsorganisation. Verantwortlich für das Marketingmanagement in der Lernenden Region Tölzer Land. Dozent an der ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (IAP Institut für Angewandte Psychologie) sowie an der PH Ludwigsburg (Institut für Bildungsmanagement). Freiberuflich Trainer und Berater in Unternehmen und NPOs zu Bildungsmarketing und Führung in Netzwerken.

### **Veröffentlichungen**

Käter, Andreas: Bildungsmarketing in Netzwerken, Springer 2010, S. 279 ff., in: Angewandte Psychologie für die Personalentwicklung, Konzepte und Methoden für Bildungsmanagement, betriebliche Aus- und Weiterbildung, Christoph Negri (Hrsg.)

Käter, Andreas: Markenentwicklung am Beispiel der Marke „Lernende Region“, Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft, Wien 2010, in: Für Bildung begeistern – Handbuch Regionales Bildungsmarketing, eb projektmanagement GmbH, E. Beneke (Hrsg.)

### **Bildung erlebbar machen – Das Lernfest der Lernenden Region Tölzer Land**

Bildungsmarketing ist als integrale Führungsaufgabe zu verstehen, die zwei strategische Perspektiven verfolgt: die Begeisterung fürs Lernen zu verstärken sowie die Angebotsqualität in vernetzten bzw. kooperativen Strukturen zu verbessern. Bildungsmarketing ist daher mehr als Werbung und Öffentlichkeitsarbeit, sondern wesentlicher Bestandteil einer zukunftsorientierten Geschäftsentwicklung von Bildungsanbietern und Bildungsnetzwerken in Regionen. Die Kräfte im Bildungsmanagement verstärkt auf die Entwicklung einer Kommunikationsstrategie – mit Blick auf die Erlebbarkeit und Emotionalisierung von Bildung – zu richten wird am Beispiel des Lernfestes ERLEBT.ERLERNT.ERINNERT. besonders deutlich.

### **Kontakt**

M. A. Andreas Käter  
Lernende Regionen Tölzer Land  
Bad Tölz  
Tel.: 08041 799105  
E-Mail: andreas.kaeter@lrtrl.de  
Internet: www.lrtrl.de

Notizen: .....

.....

.....

.....

.....



## Ulrike Koch

Diplom-Verwaltungswissenschaftlerin (Universität Konstanz). Referatsleiterin Europa, Lateinamerika und Internationales Hochschulmarketing der Hochschulrektorenkonferenz seit 2005. GATE-Germany Verbindungsreferentin.

### Veröffentlichungen

GATE-Germany (Hrsg.): Instrumente zur Rekrutierung internationaler Studierender. Ein Praxisleitfaden für erfolgreiches Hochschulmarketing. Bielefeld 2008

DAAD (Hrsg.): Die internationale Hochschule – Hochschulmarketing (Handbuch für Politik und Praxis, Band 9). Bielefeld 2006

### Bildungsmarketing für Hochschulen

Die Entscheidung für eine Hochschule fällt nicht von ungefähr: Im Wettbewerb um Talente gilt es, bei ausländischen Studierenden Aufmerksamkeit zu erzielen, sie zur Bewerbung und zur Aufnahme des Studiums zu motivieren. Um die deutschen Hochschulen im internationalen Hochschulmarketing zu unterstützen, hat GATE-Germany einen Leitfaden zu Einsatz und Eignung unterschiedlicher Kommunikationsinstrumente erstellt (z.B. Websites, Messen, Anzeigen, Broschüren), der auf den Ergebnissen einer internationalen Studie beruht. Als Praxisleitfaden für Marketing- und Kommunikationsverantwortliche staatlicher und privater Hochschulen sowie ihrer Fachbereiche und Studiengänge vermittelt er Erkenntnisse aus einer vorangegangenen Studie und stellt dar, mit welchen Instrumenten potenzielle Studierende aus dem Ausland erfolgreich angesprochen werden können. Zu jedem Instrument erhalten die Leser Hinweise zu seiner Gestaltung und der Messung seiner Wirksamkeit. Marketingverantwortliche erfahren, wie sie knappe Mittel zielführend und effizient einsetzen.

### Kontakt

Ulrike Koch  
Hochschulrektorenkonferenz  
Bonn  
Tel.: 0228 887122  
E-Mail: [koch@hrk.de](mailto:koch@hrk.de)  
Internet: [www.hrk.de](http://www.hrk.de)

Notizen: .....

.....

.....

.....

.....



## Silvia Niediek

Silvia Niediek ist seit Mai 2008 Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei iMOVE. Nach ihrem Studium der Anglistik, Germanistik und Politischen Wissenschaft in Köln und San Diego (USA) arbeitete sie zunächst als Journalistin für Printmedien und das Fernsehen. Seit 1996 entwickelt und realisiert sie Public-Relations-Projekte, vorwiegend für Verbände und öffentliche Einrichtungen.

## Veröffentlichungen

Niediek, Silvia: Internationale Aktivitäten deutscher Anbieter von beruflicher Aus- und Weiterbildung.

In: Kreklau, Carsten und Siegers, Josef (Hrsg.): Handbuch der Aus- und Weiterbildung. Loseblattsammlung, Köln (Deutscher Wirtschaftsdienst). 203. Erg.-Lief., Februar 2010, Kapitel 2880. 16 S.

In: Grundlagen der Weiterbildung – Praxishilfen, Loseblattsammlung, Neuwied (Luchterhand). 83. Erg.-Lief., September 2010, Kapitel 4.50.100. 16 S.

## Internationales Bildungsmarketing für Aus- und Weiterbildungsdienstleistungen

Bildungsexport ist ein Zukunftsthema, das in den kommenden Jahren noch an Bedeutung gewinnen wird. Der Bereich der beruflichen Aus- und Weiterbildung spielt dabei eine immer größere Rolle. Qualifizierte Fachkräfte sind vor allem in dynamischen Wirtschaftsregionen dieser Welt Mangelware. Die steigende internationale Nachfrage nach beruflicher Qualifizierung „made in Germany“ bietet enorme Chancen für deutsche Bildungsanbieter. iMOVE wurde vom Bundesministerium für Bildung und Forschung ins Leben gerufen, um diese Chancen optimal zu nutzen. Die Initiative bietet deutschen Bildungsexporteurern Unterstützung, um ihre Unternehmensstrukturen und Angebote internationalen Anforderungen entsprechend weiter zu professionalisieren und sich optimal auf ihr Auslandsengagement vorzubereiten. iMOVE stellt den Unternehmen außerdem Plattformen zur Verfügung, um Kontakte zu internationalen Partnern und Kunden zu knüpfen und zu vertiefen. Die iMOVE-Servicepalette reicht von Marktstudien über Seminare, Delegationsreisen und Messebeteiligungen bis hin zu einem umfangreichen Online-Angebot einschließlich einer mehrsprachigen Anbieter-Datenbank.

## Kontakt

Silvia Niediek  
iMOVE  
Bonn  
Tel.: 0228 1071702  
E-Mail: [niediek@imove-germany.de](mailto:niediek@imove-germany.de)  
Internet: [www.imove-germany.de](http://www.imove-germany.de)

Notizen: .....

.....

.....

.....

## Forum 2

### Bildungsmarketing – ein Baustein für Integration

*Hinter der Werbung steht vielfach die Überlegung, dass jeder Mensch eigentlich zwei sind: einer, der er ist, und einer, der er sein will.*

WILLIAM FEATHER (1889–1969), AMERIK. WERBEFACHMANN

Forenleitung: Christiane Jäger, Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB), Bonn  
Kontakt: [bwp@bibb.de](mailto:bwp@bibb.de), [www.bibb.de](http://www.bibb.de)

#### **Marketing für Berufsorientierung am Beispiel „Arena4you, Wunschberuf Zukunft“**

Markus Kamann, Gesellschaft für Projektierungs- u. Dienstleistungsmanagement (gpdm)  
Kontakt: [mkamann@gpdm.de](mailto:mkamann@gpdm.de), [www.gpdm.de](http://www.gpdm.de)

Dr. Hilke Teubert, Institut für Sportwissenschaften, Universität Tübingen  
Kontakt: [hilke.teubert@uni-tuebingen.de](mailto:hilke.teubert@uni-tuebingen.de), [www.arena4you.de](http://www.arena4you.de)

#### **Öffentlichkeitsarbeit für regionale Strukturentwicklung in der Nachqualifizierung**

Dominique Dauser, Forschungsinstitut Betriebliche Bildung (f-bb), Nürnberg  
Kontakt: [dauser.dominique@f-bb.de](mailto:dauser.dominique@f-bb.de), [www.f-bb.de](http://www.f-bb.de)

Vera Grämmel, Handwerkskammer Ostwestfalen-Lippe zu Bielefeld  
Kontakt: [vera.graemmel@handwerk-owl.de](mailto:vera.graemmel@handwerk-owl.de), [www.handwerk-owl.de](http://www.handwerk-owl.de)

#### **Mit wenig Schrift ein Zeichen setzen – Zielgruppenansprache im Projekt EQUALS**

Karsten Schneider, Deutscher Volkshochschul-Verband (DVV), Bonn  
Kontakt: [schneider@dvv-vhs.de](mailto:schneider@dvv-vhs.de), [www.dvv-vhs.de](http://www.dvv-vhs.de)







### **Dr. Hilke Teubert**

Dr. Hilke Teubert studierte Diplom-Sportwissenschaft an der Universität Bielefeld. Von 2001 bis 2009 war sie wissenschaftliche Mitarbeiterin im Arbeitsbereich „Sport und Gesellschaft“ der Universität Bielefeld. Von 2004 bis 2007 erhielt sie ein Promotionsstipendium des Cusanuswerks. Sie arbeitete u.a. in Forschungsprojekten zur „Bewegten Schule“, zu „Verbundsystemen Schule-Leistungssport“ und zur „Integration von Migrantinnen und Migranten in und durch den Sport“. Seit 2010 ist sie wissenschaftliche Mitarbeiterin des Instituts für Sportwissenschaft der Universität Tübingen und evaluiert das Projekt „Arena4You – Berufsorientierung in Sportstadien“ der gpdm Paderborn.

### **Veröffentlichungen**

- Teubert, H. (2009): Koordination von Spitzensport und Schule. Zur Lösung des Inklusionsproblems schulpflichtiger Athleten. Hohengehren: Schneider
- Thiel, A., Teubert, H. & Kleindienst-Cachay, C. (2009): Die „Bewegte Schule“ auf dem Weg in die Praxis. Hohengehren: Schneider
- Teubert, H. & Kleindienst-Cachay, C. (2010): Kinder und Jugendliche mit Migrationshintergrund im Schulsport. Chancen und Probleme. In: Sportunterricht (59), H. 7, S. 204–210

### **Marketing für Berufsorientierung am Beispiel des Projekts „Arena 4you, Wunschberuf Zukunft“**

Schüler in ihrer Berufswahlentscheidung zu unterstützen ist eine der schwierigen gesellschaftlichen Aufgaben, die Schulen heute übernehmen müssen: Die Angebote sollen möglichst breit gefächert, umfassend und auf die kontinuierlich wandelnden Anforderungen des Arbeitsmarkts abgestimmt sein. Ferner sollen sie systematisch aufeinander aufbauen, in das gesamte Unterrichtsgeschehen integriert werden und möglichst viele Jahrgänge in altersangemessener Form ansprechen. Wie ist das zu leisten? Das Konzept „Arena4You“ bietet Schulen hierfür einen interessanten Rahmen: Die Einbettung von Berufsorientierung ins Umfeld von Sportstadien gibt Schülern nicht nur ein aktuelles und interessantes Bild vielfältiger Berufe, die für den Bau und die Instandhaltung moderner Arenen zuständig sind, sondern eröffnet ihnen auch einen emotionalen Bezug zur Berufswelt. Standardisierte Module und Arbeitsmaterialien vermitteln handlungsmotivierendes Wissen über fachpraktische Inhalte zu Berufen und erlauben zugleich eine flexible Anpassung an das jeweilige Berufsorientierungskonzept und die schulischen Gegebenheiten. Durch den unmittelbaren und aktiven Arbeitsweltzusammenhang werden Schulen, Schulträger, Betriebe und Sportstätten in ein regionales Netzwerk eingebunden und können so Synergieeffekte erzielen.

### **Kontakt**

Dr. Hilke Teubert  
Institut für Sportwissenschaften, Universität Tübingen  
Tübingen  
Tel.: 0170 1654312  
E-Mail: hilke.teubert@uni-tuebingen.de  
Internet: www.arena4you.de



### **Dominique Dauser**

Studium der Psychologie (Diplom). Mehrjährige Tätigkeit als wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Universität Koblenz-Landau (Forschung im Bereich Lernen mit Multimedia) und in der Erwachsenenbildung (Organisation und didaktische Konzeption von Qualifizierungsmaßnahmen). Seit 2002 wissenschaftliche Mitarbeiterin am Forschungsinstitut Betriebliche Bildung (f-bb) gGmbH in Nürnberg. Arbeitsschwerpunkte: Früherkennung von Qualifikationsentwicklungen, Externes Ausbildungsmanagement, Berufliche Nachqualifizierung.

### **Veröffentlichungen**

Dauser, D.; Longmuß, J.: Durch Netzwerke regionale Strukturentwicklung fördern – Netzwerkarbeit optimieren und verstetigen. Leitfaden für die Bildungspraxis, Bd. 44., Bielefeld, Bertelsmann 2010

Dauser, D.; Deisler, C.: Qualifizierung Geringqualifizierter aus betrieblicher Sicht. In: Berufsbildung. Zeitschrift für Praxis und Theorie in Betrieb und Schule, 115. 2009, S. 40–43

Dauser, D.; Hilger, A.: Qualifizierung An- und Ungelernter – am Bedarf der Unternehmen ansetzen. In: Jugend/Beruf/Gesellschaft – Zeitschrift für Jugendsozialarbeit, Heft 2. 2007, S. 162–170

### **Kontakt**

Dominique Dauser  
Forschungsinstitut Betriebliche Bildung (f-bb) gGmbH  
Nürnberg  
Tel.: 0911 27779-82  
E-Mail: [dauser.dominique@f-bb.de](mailto:dauser.dominique@f-bb.de)  
Internet: [www.f-bb.de](http://www.f-bb.de)



### **Vera Grämmel**

Studium der Sozialwissenschaften (Diplom). Mehrjährige Tätigkeit als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für internationale und vergleichende Politik der Universität Duisburg-Essen und für international tätige Projektentwicklungsgesellschaften. Seit 2002 Mitarbeiterin der Handwerkskammer Ostwestfalen-Lippe zu Bielefeld – Leiterin des Fachbereichs Arbeitsmarktpolitische Programme der Berufsbildungsstätten der Handwerkskammer. Arbeitsschwerpunkte: Zusammenführung von Angebot und Nachfrage auf dem Arbeitsmarkt, Berufsorientierung, Externes Ausbildungsmanagement, Berufliche Nachqualifizierung, Einsatz von Ausbildungsbausteinen.

## Donnerstag, 28.10., 10.00 – 12.30 Uhr, Forum 2 Bildungsmarketing – ein Baustein für Integration

### Veröffentlichungen

Grämmel, V.: Personal- und Weiterbildungsbedarf der Logistikbranche im östlichen Ruhrgebiet. In: Wohin treibt die Logistik? Regionale Beschäftigungswirkungen und Anforderungen an die Weiterbildung. Sozialforschungsstelle Dortmund. Dortmund 2001, S. 24–35.

Grämmel, V.: Qualifizierung für Weiterbildungsberatung. In: InfoDienst 4/2005. LfQ Hagen. Hagen 2005.

Grämmel, V.: Fit für die Lehre. In: handwerk – magazin für unternehmerischen Erfolg, 7/2010. S. 24–25.

### Kontakt

Vera Grämmel

Handwerkskammer Ostwestfalen-Lippe zu Bielefeld

Bielefeld

Tel.: 0521 5608-530

E-Mail: vera.graemmel@handwerk-owl.de

Internet: www.handwerk-owl.de

### Öffentlichkeitsarbeit für regionale Strukturentwicklung in der Nachqualifizierung

Bisher sind Geringqualifizierte in der betrieblichen Weiterbildung stark unterrepräsentiert, da Nachqualifizierung als innovative Qualifizierungsform wenig bei Betrieben und An- und Ungelernten bekannt ist. Eine breit angelegte Öffentlichkeitsarbeit kann über die Einbindung der lokalen Medien und der regionalen Arbeitsmarktakteure dazu beitragen, bei Unternehmen und An- und Ungelernten Interesse für Nachqualifizierung zu wecken. Doch reifen kann die Entscheidung zur betrieblichen Fachkräftesicherung oder für die eigene berufliche Qualifizierung nur, wenn in der persönlichen Beratung Vorbehalte gegenüber Nachqualifizierung abgebaut und Unsicherheiten ausgeräumt werden. Die bisherigen Erfahrungen im BMBF-Programm „Perspektive Berufsabschluss“ zeigen: Marketing für Nachqualifizierung durch Öffentlichkeitsarbeit und persönliche Beratung kann darauf hinwirken, dass Betriebe verstärkt in die Weiterbildung von Geringqualifizierten investieren und An- und Ungelernte motiviert werden, eine berufliche Qualifizierung zu wagen. Im Beitrag werden aus Sicht der wissenschaftlichen Programmbegleitung Erfolg versprechende Strategien der Öffentlichkeitsarbeit herausgearbeitet und anhand eines Good-Practice Beispiels illustriert. Eingegangen wird dabei auch auf Aspekte des Gender- und Cultural Mainstreaming.

„Talentregion OWL“ ist ein Netzwerkverbund von Wirtschaft, Arbeitsmarktpolitik und Weiterbildung in Ostwestfalen-Lippe. Der Verbund hat das Ziel, Strukturen zu schaffen, damit das Nachholen des Berufsabschlusses über die Externenprüfung erleichtert wird. Damit soll dem wachsenden Fachkräftemangel in der Region vorgebeugt werden. Besonders wichtig ist es dabei, einen Perspektivwechsel bei kleinen und mittelständischen Unternehmen zu unterstützen, sodass diese bei Fachkräftebedarf zunächst unter den an- und ungelerten Beschäftigten ihres eigenen Betriebes suchen. Denn erfahrungsgemäß gibt es viele Beschäftigte ohne Berufsabschluss, die bereits lange Zeit auf Fachkräfteniveau arbeiten.

Zielgruppen des Projektes sind an- und ungelerte Beschäftigte, Arbeitslose und Arbeitsuchende ohne Berufsabschluss, Betriebe, Arbeitsmarktpolitik, Weiterbildungsdienstleister sowie Kammern und Kreishandwerkerschaften.

Mittels einer breit gefächerten Medienarbeit werden diese Zielgruppen angesprochen und für die Externenprüfung aufgeschlossen.

Die verschiedenen Instrumente der Medienarbeit sowie ihre Wirkweisen werden im Beitrag erläutert.



## **Karsten Schneider**

Seit Oktober 2010 Leiter des Referats Wissenschaftstransfer bei Bildung und Begabung gGmbH, Bonn, im Bereich Begabungsforschung und -förderung.

2008 bis 2010 Projektleiter und Verbundkoordinator des Projekts EQUALS im Deutschen Volkshochschul-Verband, Bonn.

Davor Leitung eines Instituts für Organisationsentwicklung und Praxisforschung in den Feldern Jugendhilfe und Schule; Projekte zur Vernetzung von Institutionen, Qualitätsentwicklung, Wirksamkeitsevaluation, Wissensmanagement, Hilfe- und Erziehungsplanung u. a.

## **Veröffentlichungen**

Schneider, K. & Rustemeyer, A. (Hrsg.) (in Druck): Praktisch Innovativ – Ein Arbeitskoffer der Grundbildungsprojekte für die Praxis. Sonderheft dis.kurs zum Förderschwerpunkt alfabund des BMBF

Ernst, A., Schneider, J. & Schneider, K. (2009): Alphabetisierung auf dem Weg zum sozialintegrativen Arbeiten. Konzeption und Erkenntnisse zum Entwicklungsstand an Volkshochschulen. Report 4, S. 68–78.

Schneider, K. & Ernst, A. (2009): Reichweite der Alphabetisierungskurse. Eine repräsentative Befragung von Volkshochschulen. DIE Zeitschrift für Erwachsenenbildung 16 (1), S. 37–39.

## **Mit wenig Schrift ein Zeichen setzen – Zielgruppenansprache im Projekt EQUALS**

Funktionaler Analphabetismus, also eingeschränkte Lese- und Schreibkompetenz, ist auch für die Teilnehmergewinnung eine große Hürde. Klassische, schriftgebundene Wege der Zielgruppenansprache, wie Programmheft und Internetseite, funktionieren hier bestenfalls ansatzweise. Das Vertrauen der Betroffenen in die eigene Lernfähigkeit und in die Unterstützungskompetenz des Bildungssystems ist aufgrund der bisherigen Lernerfahrungen meist gering. Die Schwelle für eine Kursaufnahme ist dadurch zusätzlich erhöht.

Im Projekt EQUALS sind u. a. in einem bundesweiten Wettbewerb Materialien zur Teilnehmergewinnung gesammelt und von Lernern bewertet worden. Zudem wurde repräsentativ erfasst, wie Volkshochschulen in Deutschland Kursteilnehmer für Alphabetisierungsangebote gewinnen. Alpha-Bündnisse in sechs Modellstandorten haben die Ergebnisse aufgegriffen. Über Netzwerkarbeit, Multiplikatorenschulungen und niedrigschwellige Angebote wurde darauf hingearbeitet, die Teilnehmerzahlen zu erhöhen. Die Erfahrungen und Ergebnisse dieser Arbeit werden im Vortrag dargestellt.

## **Kontakt**

Karsten Schneider  
Deutscher Volkshochschul-Verband, DVV  
Bonn  
Tel.: 0228 6209475-17  
E-Mail: [schneider@dvv-vhs.de](mailto:schneider@dvv-vhs.de)  
Internet: [www.dvv-vhs.de](http://www.dvv-vhs.de)

## Expertengespräch – Nachgefragt! Milieumarketing im Diskurs

*Ich habe kein Marketing gemacht.*

*Ich habe immer nur meine Kunden geliebt.*

ZINO DAVIDOFF (1906–94), SCHWEIZER ZIGARRENHERSTELLER

Moderation: Dr. Peter Brandt, Redaktion DIE-Zeitschrift, Deutsches Institut für  
Erwachsenenbildung (DIE), Bonn

Kontakt: [brandt@die-bonn.de](mailto:brandt@die-bonn.de), [www.die-bonn.de](http://www.die-bonn.de)

### **Es diskutieren:**

Prof. Dr. Heiner Barz, Universität Düsseldorf, Abt. für Bildungsforschung und Bildungs-  
management, Düsseldorf

Kontakt: [barz@phil.uni-duesseldorf.de](mailto:barz@phil.uni-duesseldorf.de), [www.barz-online.de](http://www.barz-online.de)

Astrid Gilles-Bacciu, Bildungswerk der Erzdiözese Köln, Köln

Kontakt: [astrid.gilles-bacciu@erzbistum-koeln.de](mailto:astrid.gilles-bacciu@erzbistum-koeln.de), [www.info-erwachsenenbildung.de](http://www.info-erwachsenenbildung.de)

Prof. Dr. Jürgen Wittpoth, Institut für Erziehungswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Kontakt: [juergen.wittpoth@rub.de](mailto:juergen.wittpoth@rub.de)





## Donnerstag, 29.10., 13.30 – 14.30 Uhr, Expertengespräch Milieumarketing im Diskurs



### Diplom-Pädagogin Astrid Gilles-Bacciu

Studium der Pädagogik, Soziologie, Psychologie an der Universität Trier, Referentin im Bereich Bildungskonzeption, Abt. Bildung und Dialog, Erzbischöfliches Generalvikariat Köln, für die Einrichtungen der Erwachsenen- und Familienbildung im Erzbistum Köln.

### Veröffentlichungen

A. Gilles-Bacciu: Zwischen Jugendhilfe, Kommerz und Weiterbildung. Familienbildung mit Klärungsbedarf. In: forum Erwachsenenbildung 2/2010, S. 22–26

A. Gilles-Bacciu, R. Heuer, S. Lock: Elternbildung als frühe Hilfe für belastete Eltern. Der Eltern-Kind-Kurs „Babynest – Leichter Start mit Kind“. In: Erwachsenenbildung 4/2008, S. 217–219

A. Gilles-Bacciu: Bessere Weiterbildung mit den Sinus-Milieus? In: Erwachsenenbildung 4/2008, S. 220–221

### Milieumarketing im Diskurs

Das Bildungswerk der Erzdiözese Köln hat mit einem Kursangebot der Elternbildung an dem Forschungs- und Entwicklungsprojekt „Im Ziel“ („Systematische Entwicklung und Implementierung von zielgruppenspezifischen Angebotssegmenten in Einrichtungen der Erwachsenenbildung“) der Universitäten Düsseldorf und München teilgenommen (vgl. Barz, H./Tippelt, R.: Weiterbildung und soziale Milieus in Deutschland. 2 Bände. Bielefeld 2004). Dieses vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderte Projekt hat von 2004 bis 2006 Träger der Weiterbildung darin unterstützt, ihre Angebotsentwicklung, -präsentation und -überprüfung deutlicher an Zielgruppen und ihrer Lebenswelt zu orientieren. Hintergrund war das Modell der Sinus-Milieus.

Der Eltern-Kind-Kurs „Babynest – Leichter Start mit Kind“ ist unter Nutzung der Studien zum sozialen Milieu der „Konsummaterialisten“ speziell für ein bildungsfernes bzw. bildungsungewohntes Milieu entwickelt und erprobt worden. Die Konzeptentwicklung erfolgte unter Einbezug der Zielgruppe. Der Kurs ist inzwischen erfolgreich in der Praxis etabliert.

Der Prozess der Konzept- und Angebotsentwicklung mit einer Prüfung durch die Zielgruppe hat deutlich gemacht, wie die Orientierung an sozialen Milieus nur hilfreich sein kann in Ergänzung durch eine eigenständige pädagogische Orientierung.

### Kontakt

Bildungswerk der Erzdiözese Köln

Köln

Tel.: 0221 1642-1684

E-Mail: [astrid.gilles-bacciu@erzbistum-koeln.de](mailto:astrid.gilles-bacciu@erzbistum-koeln.de)

Internet: [www.info-erwachsenenbildung.de](http://www.info-erwachsenenbildung.de)



Mittwoch, 27.10., 19.15 Uhr, Hechelei

## **Hermann-Schmidt-Preis 2010**

### **Berufliche Bildung für Umweltschutz und eine nachhaltige Entwicklung**

Moderation: Andreas Pieper, Pressesprecher Bundesinstitut für  
Berufsbildung (BIBB), Bonn  
Kontakt: [www.bibb.de](http://www.bibb.de)

**Preisverleihung:**

Manfred Kremer, Präsident Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB), Bonn  
W. Arndt Bertelsmann, Geschäftsführer W. Bertelsmann Verlag (wbv), Bielefeld



**Innovative  
Berufsbildung**

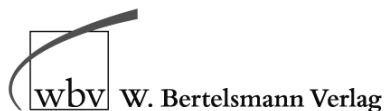
Auszeichnung für  
innovative Berufsbildung

## **Hermann-Schmidt-Preis 2010**

Berufliche Bildung für Umweltschutz  
und eine nachhaltige Entwicklung

*Preisverleihung im Rahmen der  
7. wbv-Fachtagung am 27. Oktober 2010  
Ort: Hechelei im Ravensberger Park, Bielefeld*

Der Hermann-Schmidt-Preis wird realisiert von:



Bundesinstitut  
für Berufsbildung **BiBB**

- ▶ Forschen
- ▶ Beraten
- ▶ Zukunft gestalten

Mit freundlicher Unterstützung von:

**didacta**  
Verband der Bildungswirtschaft

## **Der Verein Innovative Berufsbildung e.V.**

Ziel des 1996 gegründeten gemeinnützigen Vereins „Innovative Berufsbildung“ ist es, innovative Entwicklungen in der Berufsbildungspraxis zu initiieren, zu fördern und öffentlich bekannt zu machen.

Diesem Ziel dient auch der jährlich vom Verein verliehene „Hermann-Schmidt-Preis“, ein Berufsbildungspreis, mit dem besondere Leistungen in ausgewählten Bereichen der beruflichen Bildung ausgezeichnet werden.

## **Thema des Wettbewerbs 2010:**

Berufliche Bildung für Umweltschutz und eine nachhaltige Entwicklung

Die Bonner Weltkonferenz zur Halbzeit der UN-Dekade „Bildung für eine nachhaltige Entwicklung“ hat im Frühjahr 2009 eine Bilanz der bisherigen Arbeitsergebnisse gezogen und perspektivische Handlungsempfehlungen für die Verankerung nachhaltiger Entwicklung in die nationalen Bildungspläne ausgesprochen. Das BIBB knüpft mit dem diesjährigen Herman-Schmidt-Preis an diese Ergebnisse und Ziele an.

Angesichts erhöhter Umweltstandards, steigender Energie- und Rohstoffpreise zahlt sich nachhaltiges Wirtschaften auch betriebswirtschaftlich aus und führt zu Wettbewerbsvorteilen. Dies gilt gleichermaßen für die Industrie, das Handwerk und den Dienstleistungssektor.

Die berufliche Bildung ist mit ihrem Leitziel der beruflichen Handlungskompetenz aufgerufen, Beiträge zum Umweltschutz und zu einer nachhaltigen Entwicklung zu leisten und damit die Qualität und Attraktivität beruflicher Bildungsprozesse insgesamt zu steigern.

Der Hermann-Schmidt-Preis 2010 prämiert Initiativen von Betrieben und Einrichtungen der beruflichen Bildung (z.B. berufliche Schulen, Berufsbildungsträger, Kammern), die in der beruflichen Aus- und Weiterbildung attraktive Qualifizierungskonzepte und –angebote zum Umweltschutz und für eine nachhaltige Entwicklung erfolgreich umsetzen.

Diese Initiativen sollen möglichst viele Teilnehmer und Akteure erreichen, sich durch einen hohen Innovationsgehalt, eine rege Beteiligung von Betrieben sowie eine überzeugende Perspektive für eine Verstetigung und Weiterentwicklung ihrer Konzepte und Angebote auszeichnen.

## **Prämiert werden beispielsweise Initiativen,**

- die sich am Bedarf von Betrieben oder Branchen orientieren;
- die branchenspezifisch und/oder regional ausgerichtet sind und umgesetzt werden;
- die eine gewerkeübergreifende Zusammenarbeit unter Einbeziehung nachhaltigkeits- bzw. umweltschutzrelevanter Qualifikationen zum Inhalt haben;
- die lernortübergreifende Kooperation und Vernetzung sowie unterschiedliche Partner einbeziehen;
- die sich an unterschiedliche Zielgruppen wenden;
- die Kompetenzentwicklung für Management und Bildungspersonal betreiben.

Vergeben werden Preisgelder in Höhe von 3.000 €, 2.000 €, 1.000 € und Sonderpreise.

# Verleihung des Hermann-Schmidt-Preises

## Chronologie der bisher verliehenen Preise:

- 2009 MINT-Zusatzqualifikationen: Für eine leistungsstarke Berufsausbildung
- 2008 Berufliche Bildung zwischen Fördern und Fordern – Bildungskonzepte für unterschiedliche Gruppen Jugendlicher und junger Erwachsener
- 2007 Attraktivität und Internationalisierung beruflicher Bildung durch Auslandsaufenthalte steigern
- 2006 Innovative Wege in die betriebliche Berufsausbildung
- 2005 Innovative Ansätze zur Förderung von regionalen Kooperationen in der Berufsausbildung
- 2004 Kundenorientierung in der beruflichen Bildung
- 2003 Frauen-Power in den neuen Berufen
- 2002 Förderung der beruflichen Bildung von Migrantinnen und Migranten
- 2001 Vermittlung von Fremdsprachenkenntnissen in der beruflichen Bildung
- 2000 Förderung von Benachteiligten in der beruflichen Bildung
- 1999 Einführung der neuen Informations- und Telekommunikationsberufe sowie der Medienberufe
- 1998 Gestaltung und Verbesserung der „Lernortkooperation“ zur Ausbildung in Betrieben und Berufsschulen unter besonderer Berücksichtigung der Qualitätssteigerung der Berufsausbildung im Dualen System
- 1997 Lösungswege bei der Organisation und Durchführung einer „Beruflichen Bildung im Ausbildungsverbund“, Innovative Ansätze zur Förderung von regionalen Kooperationen in der Berufsausbildung

**Treffen Sie den wbv auch auf folgenden Veranstaltungen:**

- 05.–07.11.2010    **dvb-Jahrestagung, Fulda**
- 10.–11.11.2010    **Jahrestagung bag arbeit, Berlin**
- 22.11.2010    **LQ-Netzwerkkonferenz, Hannover**
- 29.–30.11.2010    **DIE-Forum Weiterbildung, Bonn**
- 13.–14.12.2010    **CHE-Tagung Der Bologna-Prozess aus Sicht  
der Hochschulforschung, Berlin**
- 22.–26.02.2011    **didacta 2011, Stuttgart**
- 17.–20.03.2011    **Buchmesse, Leipzig**
- 23.–25.03.2011    **16. Hochschultage Berufliche Bildung, Osnabrück**
- 11.–13.05.2011    **13. Deutscher Volkshochschultag, Berlin**
- 08.–09.06.2011    **Messe Personal- und Weiterbildung, Wiesbaden**

**Willkommen auf der 8. wbv-Fachtagung  
vom 26.–27. Oktober 2011 in Bielefeld**



Jürgen Bode,  
Ulrike Koch,  
Alexandra Kleinert,  
Nina Klaes

## Webmarketing für Hochschulen

Praxisleitfaden zur Anwerbung internationaler Studierender

2010, 208 S.,  
29,90 € (D)/49,90 SFr  
ISBN 978-3-7639-4392-0  
ISBN E-Book 978-3-7639-4393-7  
Best.-Nr. 6004107



Beate Braun,  
Janine Hengst,  
Ingmar Petersohn

## Existenzgründung in der Weiterbildung

Orientierung für den Brancheneinstieg

Mit Beiträgen von Peter Brandt und Dirk Koob/Susanne Lattke

2010, 140 Seiten  
16,90 € / 29,50 SFr  
ISBN 978-3-7639-1959-8  
ISBN E-Book 978-3-7639-4633-4  
Best.-Nr. 43/0032



Dominique Dauser,  
Jörg Longmuß

## Durch Netzwerke regionale Strukturentwicklung fördern

Netzwerkarbeit optimieren und verstetigen

2010, 48 S.,  
17,90 € (D)/31,90 SFr  
ISBN 978-3-7639-4349-4  
ISBN E-Book 978-3-7639-4350-0  
Best.-Nr. 6004098



Kolleg für Management und  
Gestaltung nachhaltiger  
Entwicklung gGmbH (Hg.)

## Bildungs-, Berufs- und Beschäftigungsberatung in 40 Sekunden

Vier kurzweilige Spots (DVD)  
2009

8,95 € (D)/16,40 SFr  
ISBN 978-3-7639-3534-5  
Best.-Nr. 6001819



Georg Kortendieck,  
Frank Summen

## Betriebswirtschaftliche Kompetenz in der Erwachsenenbildung

2008, 392 S.,  
34,90 € (D)/57,- SFr  
ISBN 978-3-7639-3652-6  
ISBN E-Book 978-3-7639-4492-7  
Best.-Nr. 6001916

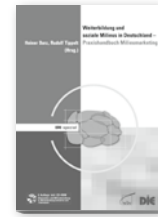


Heiner Barz,  
Dajana Baum,  
Aiga von Hippel,  
Jutta Reich,  
Rudolf Tippelt

## Weiterbildung und soziale Milieus in Deutschland

Band 3: Milieumarketing implementieren

2008, 164 S.,  
39,90 € (D)/65,- SFr  
ISBN 978-3-7639-1943-7  
ISBN E-Book 978-3-7639-4643-3  
Best.-Nr. 85/0007



Heiner Barz,  
Rudolf Tippelt

## Weiterbildung und soziale Milieus in Deutschland

Praxishandbuch Milieumarketing  
inkl. CD-ROM: Adressaten- und  
Milieuforschung zu Weiterbildungs-  
verhalten und -interessen

2007, 190 S.,  
49,90 € (D)/81,- SFr  
ISBN 978-3-7639-1942-0  
ISBN E-Book 978-3-7639-4417-0  
Best.-Nr. 85/0006



GATE-Germany (Hg.)

## Instrumente zur Rekrutierung internationaler Studierender

Ein Praxisleitfaden für erfolgreiches  
Hochschulmarketing

2008, 307 S.,  
39,90 € (D)/65,- SFr  
ISBN 978-3-7639-3660-1  
ISBN E-Book 978-3-7639-4448-4  
Best.-Nr. 6001919



DGFP (Hg.)

## Erfolgsorientiertes Personalmarketing in der Praxis

Konzept – Instrumente –  
Praxisbeispiele

2006, 160 S.,  
29,- € (D)/48,10 SFr  
ISBN 978-3-7639-3376-1  
Best.-Nr. 6001666