

CHECKLISTE

Marketing für das eigene Angebot

In vielen Bereichen der Erwachsenen- und Weiterbildung muss man um die Teilnehmenden werben, denn die Teilnahme ist freiwillig. Darüber hinaus muss man, wenn das Kurskonzept eine bestimmte Zusammensetzung der Teilnehmenden voraussetzt oder anstrebt, eine gezielte Werbung betreiben, die eben genau diese Menschen über das Kursangebot informiert und zur Teilnahme motiviert.

Gedruckte Programme von Bildungseinrichtungen haben zwar nach wie vor eine entscheidende Bedeutung, zunehmend wird aber die Werbung auf einer Website, über Social-Media-Plattformen oder durch Newsletter wichtig. Daneben können die Kursleitenden durch verschiedene Kanäle Marketing für das eigene Angebot machen.

Die folgende Checkliste ist ein Auszug aus: Nuissl, E., & Siebert, H. (2013). Lehren an der VHS. Ein Leitfaden für Kursleitende. Bielefeld: W. Bertelsmann. S. 102.

Stellen Sie sich folgende Fragen:

- Sind Kooperationspartner und/oder Multiplikatoren anzusprechen und einzubeziehen? Wenn ja, wie erreiche ich diese Multiplikatoren?
- Empfiehlt es sich, neben der Streuwerbung eine Zielgruppenwerbung (z.B. mit Flyern) zu betreiben? Wenn ja, mit welchen Instrumenten erreiche ich meine Zielgruppe?
- Sind Aushänge in anderen Bildungs-, Sozial- oder Kultureinrichtungen sinnvoll? Wenn ja, welche?

Quelle: Nuissl, E., & Siebert, H. (2013). *Lehren an der VHS. Ein Leitfaden für Kursleitende*. Bielefeld: W. Bertelsmann.

