

Zeit

25. Oktober, 9:30 Uhr, bis 26. Oktober 2018, 17:00 Uhr
(mit Abendeinheit am ersten Tag)

Ort

Jugendhaus Kassianeum, 39042 Brixen, Brunogasse 2,
Tel: 0472-279999, bildung@jukas.net, www.jukas.net

Kursgebühr

Die Teilnahme am Workshop ist kostenlos;
Unterkunft/Verpflegung werden direkt an das Haus
bezahlt.

Anmeldung

bis 10. Oktober 2018 im Amt für Weiterbildung mit dem
Anmeldeformular, das dort angefordert werden kann.

Veranstalter

Amt für Weiterbildung, 39100 Bozen, A.-Hofer-Str. 18,
Tel. 0471-413390, amt.weiterbildung@provinz.bz.it,
www.provinz.bz.it/weiterbildung



Soziale Milieus als Instrument des Zielgruppenmarketings

Bildungsferne Menschen
für die Weiterbildung gewinnen

mit Heiner Barz

25. – 26. Oktober 2018
im Jugendhaus Kassianeum - Brixen



Weiterbildungseinrichtungen müssen, vor allem wenn sie „neue“ TeilnehmerInnen erreichen wollen, über ein möglichst vielschichtiges Bild der Ansprüche, Bedürfnisse, Wünsche und Interessen ihrer aktuellen und potentiellen TeilnehmerInnen verfügen. Einen guten Einblick liefert dabei das Modell der sozialen Milieus. Soziale Milieus können als Großgruppen von Menschen verstanden werden, die sich hinsichtlich Lebensweise, Lebensauffassung, Wertorientierungen und auch hinsichtlich ihrer Weiterbildungseinstellungen ähneln.

Der Workshop ermöglicht es einerseits, spielerisch in die Alltagswelt ausgewählter sozialer Milieus einzutauchen; andererseits das Milieukonzept als Instrument des Zielgruppenmarketings bei der Entwicklung exemplarischer Angebots- und Programmsegmente zu üben und erproben.

Wenn es stimmt, dass Demokratie ohne Bildung nicht möglich ist, dann ist die Erhöhung der Teilhabe der Menschen an Weiterbildung ein gesellschaftspolitisch zentrales Ziel. Denn die typischen TeilnehmerInnen der Weiterbildung sind immer noch Menschen mit einem mittleren bis hohen Bildungsniveau und aus wirtschaftlich guten Verhältnissen.

Heiner Barz

ist Universitäts-Professor für Erziehungswissenschaft und Leiter der Abteilung für Bildungsforschung an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf; Arbeitsschwerpunkte in den Bereichen Bildungsforschung (insbesondere Adressaten- und TeilnehmerInnenforschung in der Erwachsenenbildung), Reformpädagogik, Bildungsreform, Gesundheitsbildung, Jugendforschung (insbesondere Jugend und Wertewandel, Religion).

Inhalte

- ❖ Von der Benachteiligtenförderung zum Weiterbildungsmarketing - und zurück.
- ❖ Das Milieumodell und seine Besonderheiten
- ❖ Befunde und Ansatzmöglichkeiten für das Milieumarketing mit bildungsfernen Gruppen
- ❖ Sensibilisierung für die Text- und Bildwelten der verschiedenen Milieus
- ❖ Möglichkeiten der Vertiefung für die Arbeitsfelder der TeilnehmerInnen (Berufliche Weiterbildung, Familienbildung/Elternbildung, Allgemeine Weiterbildung, Politische Bildung, Gesundheitsbildung etc. (je nach Bedarf und Arbeitsfeldern der TeilnehmerInnen))

Zielgruppe

LeiterInnen und MitarbeiterInnen von Weiterbildungseinrichtungen und Nahbereichen (Bibliotheken, Jugendeinrichtungen, u.ä.), Menschen aus Verwaltung, Politik und (Sozial-) Verbänden, welche Weiterbildung anbieten oder fördern oder sich mit „Bildungsfernen“ oder „Sozial schwachen Schichten“ beschäftigen.