



# Workshop Bildungsmarketing

Prof. Dr. Michael Bernecker

# Prof. Dr. Michael Bernecker



„Alles, was wir hören,  
ist eine **Meinung**, keine  
Tatsache.

Alles, was wir sehen,  
ist eine **Perspektive**,  
nicht die **Wahrheit**.”

Marcus Aurelius 121 AD – 180 AD



**DIM**

Deutsches Institut für Marketing

Aus-  
gezeichnete  
Weiter-  
bildung



# Bildungsmarketing WAS IST DAS?

# Definition Bildungsmarketing

Wie kann der Begriff Bildungsmarketing definiert werden?

Bildungsmarketing umfasst alle gezielten Aktivitäten, unternehmerischen Institutionen sowie Prozesse, um Angebote zu entwickeln, zu kommunizieren und zu realisieren, die einen Mehrwert für den Kunden, Teilnehmer, Mitarbeiter und das Bildungsunternehmen haben.

<https://youtu.be/naiupxTYXeg>

# Definition Bildungsmarketing

„...alle gezielten Aktivitäten..“

Marketing ist mehr als Werbung und Flyer

Bernecker, M.: Bildungsmarketing, 3. Auflage Köln 2007, S. 43

**DIM**

Deutsches Institut für Marketing

Aus-  
gezeichnete  
Weiter-  
bildung

# Definition Bildungsmarketing

„... Institutionen sowie Prozesse...“

**Marketing wird nicht nur  
von der Marketingabteilung umgesetzt**

Bernecker, M.: Bildungsmarketing, 3. Auflage Köln 2007, S. 43

**DIM**

Deutsches Institut für Marketing

Aus-  
gezeichnete  
Weiter-  
bildung

# Definition Bildungsmarketing

**...zu entwickeln, kommunizieren und realisieren...**

**Bildungsmarketing deckt den Gesamtprozess ab!**

Bernecker, M.: Bildungsmarketing, 3. Auflage Köln 2007, S. 43

# Definition Bildungsmarketing

**...Mehrwert...**

**Bildungsmarketing stiftet einen Nutzen!**

Bernecker, M.: Bildungsmarketing, 3. Auflage Köln 2007, S. 43



# Bildungsmarketing in der Einrichtung....



13

**DIM**

Deutsches Institut für Marketing

Aus-  
gezeichnete  
Weiter-  
bildung

# Der Bildungsmarkt 2023

- **Bildung & Weiterbildung sind Omnipräsent**
- **Der Bildungsmarkt ist fragmentiert, unübersichtlich, intransparent und hat den Charakter eines Flohmarktes!**
- **In einigen Segmenten ist er hoch kompetitiv und kapitalgetrieben**
- **Es existiert ein Angebotsüberhang**
- **Qualitätsanspruch und Qualitätswahrnehmungen sind nicht deckungsgleich**
  
- **Wer gute Bildung anbieten möchte, muss sie auch gut kommunizieren!**

# DIM-Marketingplaner

für .....

Welches Problem hat der Kunde?



Welche Lösung bieten wir?



Wer sind unsere Wettbewerber?



Warum sollte man sich für uns entscheiden?



Wo wollen wir stehen?  
Was ist unsere Vision?



Wo stehen wir als Unternehmen jetzt?



Wer sind unsere Kern-Zielgruppen?



Was sind unsere Produkte/  
Dienstleistungen?



Wie erzielen wir Reichweite und Bekanntheit?



Wie und was kommunizieren wir?



Wie machen wir Leads zu Kunden (Conversions)?



Wie machen wir Kunden zu Fans?



Start am



Maßnahmenplanung

Nr.	Was?	Wer?	Bis wann?	Budget?
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				

Ziel erreicht am



**Fordern Sie Ihr Exemplar an!**



**DIM**

Deutsches Institut für Marketing

Ausgezeichnete Weiterbildung

# Lernen Sie ihre Kunden & Teilnehmende besser kennen

## Persona Profil: Achmet | Der Meisteranwärter



Name: Achmet  
Geschlecht: männlich  
Alter: 25 Jahre  
Profil: Der Meisteranwärter

- ⚠️ **Was wichtig ist:** Arbeit, Familie, Freunde, Freizeit, Selbstverwirklichung, Aussehen, Statussymbole
- 🎯 **Ziele:** Meister werden, finanzielle Unabhängigkeit, Aufstieg im Betrieb, Familie
- 👤 **Generation:** Generation Y
- 🧠 **Persönlichkeitsprofil:** DISG
- 🛒 **Kauftrigger:** Nähe, Empfehlung der Kollegen, Kosten, Unterrichtsformen
- 📅 **ToDo's:** Als Geselle im Betrieb arbeiten, mit Familie und Freunden Zeit verbringen
- ⚡ **Probleme:** Wenig Zeit für Selbststudium und Teilnahme am Unterricht, geringes Budget, kennt Anforderungshöhe nicht
- 👍 **Nutzen:** Umfangreiche Beratung, Online Seminare und Unterlagen, flexible Unterrichtszeiten
- 🗉 **Informationsverhalten:** Kollegen und Arbeitgeber, Online, Freunde, Fachzeitschriften

### Psychografische Merkmale:

- Wohnt noch zu Hause
- Möchte Verantwortung übernehmen
- Möchte seinen Status behalten oder sogar verbessern
- Möchte sich in seinem Freundeskreis beweisen

### Kaufverhalten:

- Er ist sehr preissensibel, da er keine Unterstützung vom Betrieb garantiert bekommen hat
- Ist an keine Meisterschule gebunden, folgt aber dem Rat seines Chefs und seiner Kollegen
- Möchte nicht sehr weit von seinem Betrieb entfernt fortgebildet werden

### Customer Context List

- Hat Spaß an der Arbeit
- Fühlt sich vollständig integriert
- Möchte sich selbst verwirklichen und später mehr Verantwortung übernehmen
- Setzt Prioritäten auch außerhalb der Arbeit
- Ihm sind Familie und Freunde sehr wichtig und vertraut ihrem Rat

**DIM**

Aus-  
gezeichnete  
Weiter-  
bildung

Deutsches Institut für Marketing

# Die Anker

## Bildungsmarketing für.....

**Bildungs-  
produkt**

**Seminar,  
Lehrgang,  
Studiengang....**

**Experte**

**Trainer,  
Berater,  
Professor...**

**Thema**

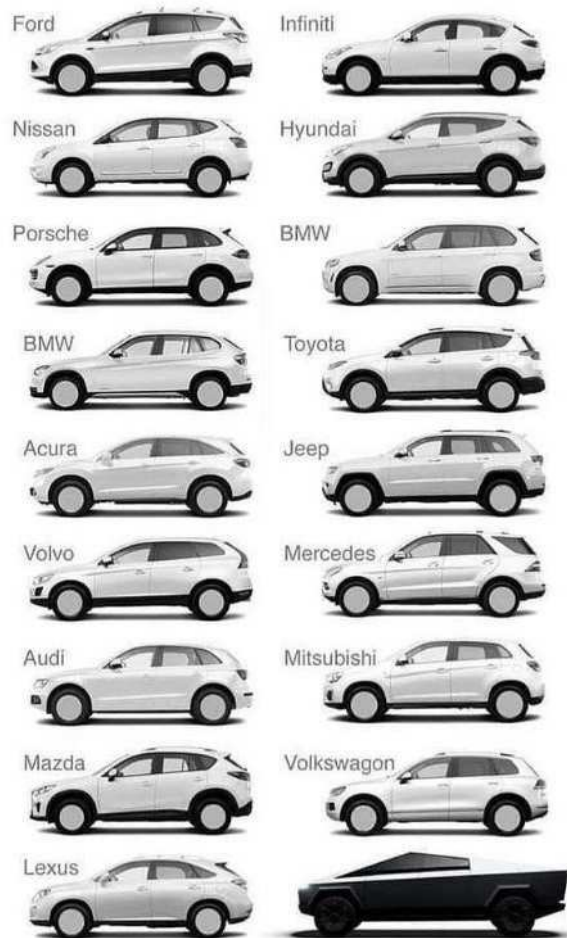
**Themen-  
positionierung**

**Institution**

**Profilierung**

**Anbieter  
Akademie  
Schule  
Fachbereich**

# Mee-Too oder Differenzierung?



- Was differenziert Sie in der Vorstellungswelt ihrer Kunden?
- Was macht ihre Leistung spezifisch?
- Wird Sie jemand vermissen?
- Warum sollte ich mich für Sie entscheiden?

# Kommunikationselemente

Welchen Input können Sie kommunizieren? Wie läuft es ab? Und welchen Output liefert es?

## Input



Was bietet Ihr Leistung dem Kunden?

## Prozess



Welche Aspekte sind besonders in der Durchführung?

## Output



Was können die Kunden am Ende erwarten?

# Kommunikationselemente

Welche Informationen suchen die Teilnehmer?

## Input

- Räumlichkeiten (Wo findet es statt?)
- Dozenten / Referenten (Wer sind meine APs?)
- Andere Teilnehmer (Fühle ich mich dort wohl?)
- Kosten / Zahlungsmodalitäten
- Curriculum
- Akkreditierung / staatl. Anerkennung



## Prozess

- Ablauf / Zeitplanung
- Inhalte
- Betreuung
- Prüfungsmodalitäten
- Praxisanteil
- Kursgrößen

## Output

- Zertifikat / Abschluss
- Ruf / Reputation (Was habe ich davon?)
- Teilnehmerstimmen / Erfahrungen (Was ist aus Absolventen geworden?)
- Firmenkontakte / Netzwerk
- Erfolgswahrscheinlichkeit / Abbruchquote





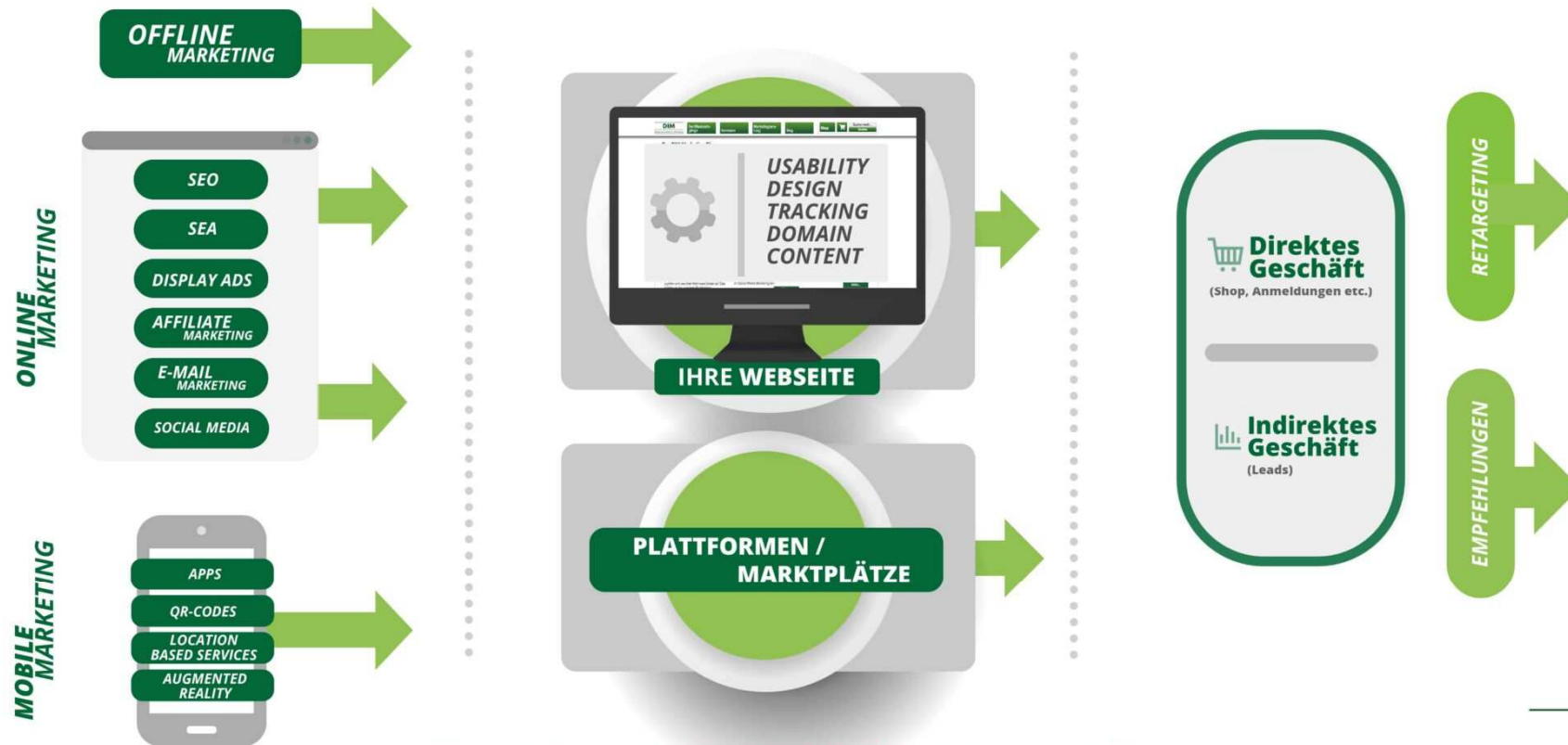
# Nur mit Reichweite bekommen Sie Wirkung

# Online Marketing Framework

REICHWEITE

INTERAKTION

TRANSAKTION



© Deutsches Institut für Marketing | Entwicklung und Design: Prof. Dr. Michael Bernecker | [www.Marketinginstitut.BIZ](http://www.Marketinginstitut.BIZ)



**DIM**

Deutsches Institut für Marketing

# Online Marketing Framework

REICHWEITE

INTERAKTION

TRANSAKTION

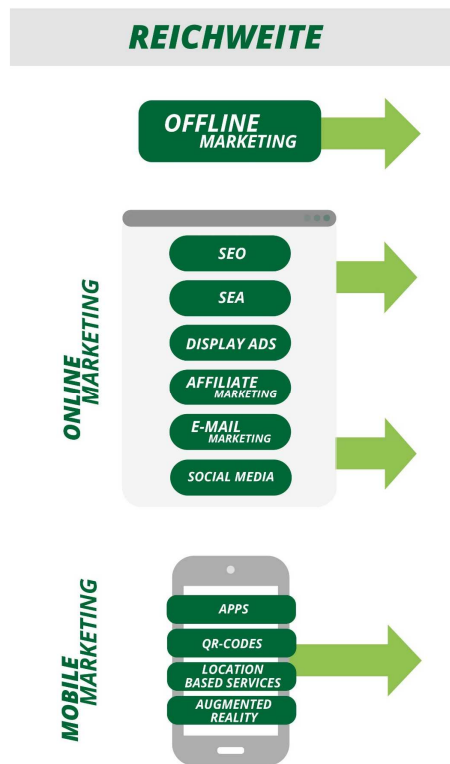


© Deutsches Institut für Marketing | Entwicklung und Design: Prof. Dr. Michael Bernecker | [www.Marketinginstitut.BIZ](http://www.Marketinginstitut.BIZ)

**DIM**  
Deutsches Institut für Marketing

<https://youtu.be/E8wAdPn7mV4>

# Sichtbarkeit 2023



- Wenn Kunden Sie nicht kennen, dann können Sie auch nicht buchen!
- Wer bekannter ist, dem wird mehr Kompetenz zugeordnet!
- Wer sichtbar ist bekommt Kontakte
- Auch wenn Sie es glauben: „Nein! Ihre Kunden kennen Sie nicht wirklich!“
- Bespielen Sie die Kanäle die ihre Kunden und Kundinnen / Teilnehmende nutzen

# Sind Sie auch dabei? Was machen Ihre Wettbewerber?

- Google Ads Transparency Center, Meta Werbebibliothek, TikTok Anzeigenbibliothek,
- LinkedIn Anzeigenbibliothek

The screenshot displays four sponsored ads from Hochschule Luzern. The first ad is for 'Hochschule in der Schweiz - HSLU Hochschule Luzern', featuring a list of programs including Bachelor-Studiengänge, Weiterbildungsangebot, and Master-Studiengänge. The second ad is for 'CAS Digital Banking', with the text 'Mit uns werden Sie DigitalisierungsspezialistIn in der Finanzbranche. Jetzt informieren.' The third ad is for 'Beste VR-Praxis - Verwaltungsrat Weiterbildung', offering a 10% discount for swissVR members. The fourth ad is for 'Studium in der Schw Weiterbildung', stating that the programs are optimal for the professional world.

<https://adstransparency.google.com/>

<https://www.linkedin.com/ad-library/home>

The screenshot shows two ads in the Facebook Ad Library. The first ad is for 'Dr. Buhmann Schule g...' with a play button icon, showing the first and last call dates (15.08.2023 and 14.11.2023) and the number of unique users (1K-10K). The ad content features the school's logo and a call to action: 'JETZT INFORMIEREN! WWW.BUHMANNSCHULE.CH'. The second ad is for 'Marino die Fahrschule', also with a play button icon, showing call dates (07.09.2023 and 14.11.2023) and unique users (10K-100K). The ad content shows a car and the text 'FÜR DEIN'.

<https://www.facebook.com/ads/library/>

<https://library.tiktok.com/>

The screenshot shows a Facebook ad for 'isits AG International School of IT Security'. The ad text includes 'Das Problem der Cybersicherheit sitzt häufig vor dem Gerät: Der Mensch. Awareness für das Thema Cybersecurity zu schaffe...'. Below the text is an image of two men looking at a tablet. The ad also features the text 'ZERTIFIZIERTE SCHULUNG' and 'Cybersecurity-Awareness-Beauftragter | TÜV-zertifiziert | Nächster Termin: 06. - 08.12.2023'. A 'Details anzeigen' button is visible at the bottom.

## INTERAKTION



- Ihre Kunden brauchen Information & Inspiration
- Wandeln Sie Reichweite in Wissen & Vertrauen
- Gehen Sie in die Interaktion

# Ihr Anker



Ihre Webseite ist ihre  
Verlängerung der physischen Welt!

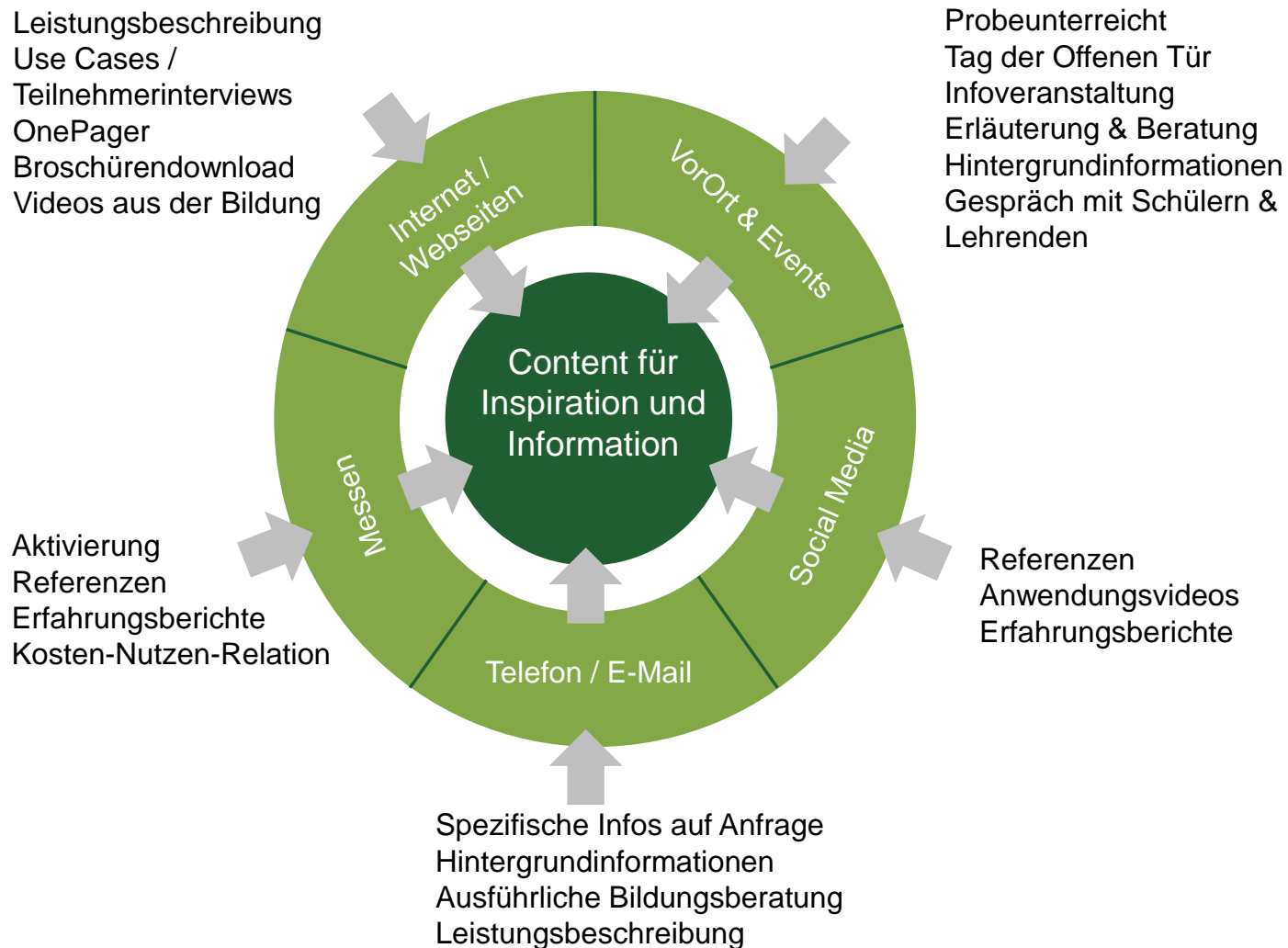
Es geht um Technik, Usability &  
Content!

Zielgruppe?

Brennpunkt?

# Interaktionspunkte für Ihre Interessenten

**Bildung**  
braucht spezifische  
Lösungen!



**DIM**

Deutsches Institut für Marketing

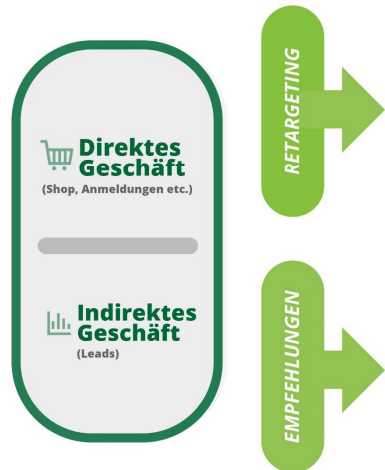
Aus-  
gezeichnete  
Weiter-  
bildung





# Transaktion 2023

## TRANSAKTION



- Kunden wollen es einfach und schnell!
- Online hat dieselbe Priorität wie offline!
- Die Customer Journey ist wichtiger als Abteilungsgrenzen!
- Leadmanagement umfasst online & offline!
- Digitale Kundengewinnung wird professioneller und muss profitabler werden.
- Social Selling wird Standard!

# Kontaktpunkte schaffen

**DIM** Deutsches Institut für Marketing  
Rufen Sie uns an! 0800 99 555 15

LEHRGÄNGE SEMINARE BERATUNG THEMENWELTEN ÜBER UNS

## Fordern Sie jetzt *gratis* Ihr Infopaket an!

Vorname\* Nachname\*

Firma

Straße

PLZ Ort

E-Mail\*

Ich habe die Datenschutzinformation zum Kontaktformular gelesen.

### Unser Bildungsangebot

Kompakt & Aktuell

Deutsches Institut für Marketing  
**Online-Zertifikatslehrgänge**

Jetzt Infopaket anfordern

**DIM** Deutsches Institut für Marketing

**Kontakt**

### Ihre Ansprechpartnerin

**Simone Heinen**  
Betreuung Seminare

+49 (0)800 99 555 15

Nachricht senden

Infopaket anfordern

Deutsches Institut für Marketing in Köln

# Vom Karteikasten zum CRM



A screenshot of the DIM-milaTEC 24 CRM software interface. The interface is in German and shows a Kanban board for managing leads. The top navigation bar includes 'CRM' with a notification badge of 12, and various menu items like 'Leads', 'Aufträge' (6), 'Bestand', 'Kunden' (5), 'Umsatz' (1), and 'Analytics'. The main area displays a Kanban board with two columns: 'Nicht bearbeitet (110)' and 'In Arbeit (6)'. Each column shows a value of '0 €' and a '+ Schnelllead' button. Below these are several lead cards, each with a lead number, value, and activity timestamp. For example, 'Lead Nr.375' has a value of '0 €' and an activity at 'heute, 08:48'. The interface also includes a search bar, a clock showing '19:44', and various utility icons like 'LÖSCHEN', 'ZU AUSNAHMEN HINZUFÜGEN', and 'PHASE ÄNDERN'.



## Transfer

Was wollen, können und dürfen Sie eigentlich machen?

Welche Brennpunkte haben Sie ?

Können Sie die benennen?

Was ist der elementare Brennpunkt?

**DIM**

Deutsches Institut für Marketing

Aus-  
gezeichnete  
Weiter-  
bildung

# Vermeiden Sie das unbedingt!

DONT'S

Ansätze, um Ihre Marketingstrategie vor die Wand zu fahren!



## 1. Fehlende Zielsetzung

Ihr Erfolg ist nicht messbar & kann nicht sichergestellt werden!



## 3. Schlechte Kommunikation

Sowohl die interne als auch externe Kommunikation sollte professionell betrieben werden!



## 5. Mangelnde Anpassungsfähigkeit

Veraltete Strategien führen ins Aus!



## 7. Unzureichende Budgetierung

Notwendige Marketingaktivitäten können nicht durchgeführt werden!



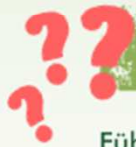
## 9. Fehlende langfristige Perspektive

Sie verlieren Ihre langfristigen Ziele aus den Augen!



## 2. Mangelnde Zielgruppenkenntnis

Bedürfnisse, Vorlieben & Verhaltensweisen Ihrer Zielgruppe werden nicht berücksichtigt!



## 4. Inkonsistenz

Führt zur Verwirrung & Desorientierung bei Kunden!



## 6. Konkurrenz ignorieren

Auch wenn viele es nicht hören wollen: Auch die machen einen guten Job!



## 8. Unzureichende Marktforschung

Fehlende Daten führen zu Fehleinschätzungen!



DIM

Aus-  
gezeichnete  
Weiter-  
bildung



# Kontakt

Sollten Sie noch Fragen oder Anregungen haben, zögern Sie bitte nicht uns zu kontaktieren.

**DIM Deutsches Institut für Marketing GmbH**

**Hohenstaufenring 43-45**

**D-50674 Köln**

**Telefon +49 (0) 221 / 99 555 10-0**

**Telefax +49 (0) 221 / 99 555 10-77**

**Info@Marketinginstitut.BIZ**

**www.Marketinginstitut.BIZ**



Das Bildmaterial wurde teilweise von der Seite [www.photocase.com](http://www.photocase.com) zusammengestellt.

Alle Rechte vorbehalten.

Diese Unterlagen sind nur für den Gebrauch durch den Teilnehmer an einer Präsentation, einem Seminar, Training oder Workshop bzw. durch Auftraggeber entsprechend des Auftrages an das Deutsche Institut für Marketing bestimmt. Die Verteilung an Dritte und Vervielfältigung zum Zwecke der Weitergabe an Dritte ist nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung möglich. Verwendete Bilder, Illustrationen und Fotos unterliegen teilweise fremden Copyrights und gelten hiermit als nur für den internen Zweck verwendet. Alle vorkommenden eingetragenen Warenzeichen sind Eigentum der jeweiligen Firmen und Organisationen. Alle verwendeten Markennamen unterliegen dem Urheberrecht der jeweiligen Eigentümer. Falls geschützte Warenzeichen nicht als solche kenntlich gemacht wurden, bedeutet das Fehlen einer solchen Kennzeichnung nicht, dass es sich um einen freien Namen im Sinne des Waren- und Markenzeichnungsrechts handelt. Diese Unterlagen sind im Rahmen von Konzeptionsarbeiten bzw. von Präsentationen, Seminaren, Workshops oder ähnlichen Maßnahmen eingesetzt worden. Ohne die in diesem Zusammenhang gegebenen Erläuterungen und Kommentare kann möglicherweise eine unvollständige Aussagekraft und Sachlage entstehen.

**DIM**

Deutsches Institut für Marketing

Aus-  
gezeichnete  
Weiter-  
bildung