

Bildungsberatung im Fokus



Ausgabe 1 | 2020

> Bildungsberatung goes viral!

Aus der Praxis

Wir stellen vor:
Johanna, 53 Jahre

Susanne Drdla, Kornelia Neugebauer

Susanne Drdla, Kornelia Neugebauer (2020):
Wir stellen vor: Johanna, 53 Jahre.
In: Bildungsberatung im Fokus.
Ausgabe 1/2020. Wien.

Online im Internet:
<https://erwachsenenbildung.at/downloads/themen/bildungsberatung/Bildungsberatung-im-Fokus-01-2020.pdf>
Erschienen unter der Creative Commons Lizenz CC BY 4.0



Wir stellen vor: Johanna, 53 Jahre

Oder wie Sie mit „Persona-Arbeit“ das Lebens-Universum Ihrer prioritären Zielgruppen erfassen und daraus bedarfsorientierte Strategien für Social Media und Öffentlichkeitsarbeit entwickeln können.

Stellen Sie sich vor, Sie haben ein echt tolles Angebot. Es hilft Menschen weiter, erleichtert ihre Entscheidungen, und ist auch noch kostenlos. Und keiner kommt hin!

Das ist das Horrorszenario von allen, die mit der Verbreitung des Angebots der Bildungsberatung zu tun haben. Na ja, so schlimm ist es definitiv nicht, aber gerade die prioritären Zielgruppen – von denen wir wissen, dass sie erschwerten Zugang zu Weiterbildung, Qualifizierung und damit zur Teilhabe in der Gesellschaft haben – wissen oft einfach nicht, dass es das Angebot gibt oder wie es ihnen nützen kann.

Zielgruppenerreichung – die große Herausforderung

Die Einrichtungen der Bildungsberatung Österreich haben in den Projektpartnerschaften sehr erfolgreich Strategien entwickelt, gezielt prioritäre Zielgruppen anzusprechen. Und doch ist es immer wieder eine Herausforderung genau diese Menschen zu erreichen – vor allem im digitalen Zeitalter. Die Frage ist, wie können wir unseren diversen Zielgruppen online begegnen – wie wollen sie angesprochen und erreicht werden?

Österreichweite Strategien – gemeinsam sind wir stärker!

Genau um diese zentralen Fragen beantworten zu können, hat sich das Projektteam unter der Leitung von Katrin Reiter (Salzburger Erwachsenenbildung) und der Prozessentwicklung von Susanne Drdla (ABZ*AUSTRIA), im Rahmen der „strategischen Konzeptentwicklung für die österreichweite Nutzung von Social Media und von Web-Auftritten“ speziell mit den prioritären Zielgruppen und ihrer Erreichung auseinandergesetzt. Alle regionalen Landesnetzwerke und die Partner*innen der Überregionalen Vorhaben der Bildungsberatung Österreich haben sich zum Ziel gesetzt, dass die Einrichtungen der Bildungsberatung Österreich DIE Anlaufstellen für alle Fragen rund um Bildung und Beruf sind. Wie das gelingt? Vor allem gemeinsam! Die Netzwerkarchitektur wirkt dabei als „Booster“ (siehe auch Artikel „1+1=11“ zur Social Media Strategie der Bildungsberatung Österreich in dieser Ausgabe).

Doch beginnen wir bei der Basis: den menschlichen Bedürfnissen. Der zentrale Punkt der Gesamtstrategie ist es, die Menschen, die wir erreichen wollen, in ihren Sorgen, Wünschen, Ängsten und Hoffnungen wahrzunehmen. Wir „gehen ein paar Schritte in ihren Schuhen“. Was heißt das ganz konkret? Wir schlüpfen in die Rollen von „Personas“ und leiten dann daraus unsere Erkenntnisse ab.

Dürfen wir vorstellen – Johanna, 53 Jahre, aus Linz

Johanna wohnt in einer 80m² Wohnung mit Balkon südlich von Linz. Sie fährt meist mit ihrem VW Golf, aber auch mit Öffis. Sie versucht mehr Bewegung zu machen – schließlich will sie gesund bleiben, deshalb ist sie in ihrer Freizeit öfters mit dem Rad unterwegs.

Die Arbeit in einem Großunternehmen im Büro macht ihr nur mehr wenig Freude. In der Vergangenheit hat sie negative Erfahrungen mit Mobbing gemacht. Ganz leicht war es beim letzten Mal nicht, einen Bürojob zu finden. Mit der AMS-Initiative hat es dann doch geklappt, aber irgendwie fühlt es sich an, als wäre sie nicht wegen ihrer Kompetenz genommen worden, sondern weil dem Unternehmen ein Teil der Lohnnebenkosten entfallen. Das nagt an ihrem Selbstwertgefühl.

**Susanne Drdla
Kornelia Neugebauer**



© privat

Kontakt:

Susanne Drdla

Projektmitarbeiterin ÜV BiBÖ – Bildungsberatung Österreich, ABZ*AUSTRIA -
Kompetent für Frauen und Wirtschaft

susanne.drdla@abzaustria.at

<http://www.abzaustria.at>

Kornelia Neugebauer

Agentur E-deenreich

office@e-deenreich.at

www.e-deenreich.at



Die aktuelle Arbeit gibt ihr jedoch finanzielle Sicherheit. Im Grunde ihres Herzens möchte Johanna endlich etwas machen, was ihr wirklich gefällt. Sie überlegt, in den Sozialbereich zu wechseln, weil ihr Menschen am Herzen liegen und sie gerne „etwas Sinnvolles“ tun will. Sie weiß nicht wie, und außerdem ist sie auf einen fixen Verdienst angewiesen.

Johanna könnte das Angebot der Bildungsberatung gut gebrauchen, aber wie erfährt sie davon?

Johanna ist eine fiktive Person, eine "Persona". Der Bildungsberatung Österreich und ihren Fördergebern ist es besonders wichtig bestimmte Zielgruppen wie zum Beispiel Frauen 50+ zu erreichen. Die Persona-Arbeit macht es möglich, in das alltägliche Universum der Person einzutauchen, sie in ihren Ängsten und Hoffnungen kennenzulernen und zu erfassen, welche Themen für sie wichtig sind.

Ich stelle mich vor:

Johanna, 53 J.*

* fiktive "Persona" für die Bildungsberatung Österreich
prioritäre Zielgruppe 50+, Frau



© Elena Elisseeva

Wie eine Persona entsteht

Die Persona wird als archetypische Person, sozusagen als Prototyp, mit konkreten Wünschen, Ängsten, Zielen und Bedürfnissen geschaffen. Dafür greift man auf reale Informationen, Erfahrungen, Beobachtungen, Statistiken und Recherchen über die Zielgruppe zu.

1. Soziodemografische Merkmale: Geschlecht, Alter, Beruf, Einkommen, aber auch Lebensumstände und Hobbies der Persona.
2. Welche digitalen oder analogen Medien nutzt sie, wann und wie oft? Wo/wie informiert sie sich?
3. Persönlichkeitsmerkmale: Welche Werte sind der Persona wichtig? Was treibt sie an?
4. Themen: Was sind die Probleme, mit der die Persona angesprochen werden kann, die mit unseren Informations- und Beratungsangeboten gelöst werden können?
5. Online-Nutzungsverhalten: Was sind die bevorzugten Medien und Kanäle? Wie sehen die digitalen Kompetenzen der Persona aus? Wie will und kann sie "abgeholt" werden?



Die Stärke der Bildungsberatung Österreich sind die Projektpartnerschaften

Das Besondere in den Projektpartnerschaften der Bildungsberatung Österreich: jede Persona wird gemeinsam erarbeitet – in multiprofessionellen Teams. 120 Bildungsberater*innen bringen österreichweit ihren Erfahrungsschatz ein und lassen Ihr Wissen aus über 100.000 Beratungskontakten im Jahr einfließen. Was für eine Qualität!

All diese Erfahrungswerte, Persönlichkeits- und Charaktermerkmale formen ein aussagekräftiges Profil von dieser „Persona“, die Rückschlüsse auf Bedürfnisse und Kund*innenverhalten zulässt.

Weg von „Wir setzen ein Angebot als Bildungsberatung...“ hin zu „Was brauchst Du als Kund*in der Bildungsberatung für ein Angebot?“

Die Persona-Arbeit sorgt für einen Perspektivenwechsel in der Kommunikation. Es entsteht ein Dialog. Die Persona – und somit die Zielgruppe – wird empathisch erfassbar. Dadurch ist es möglich, die Menschen punktgenau bei ihren Themen abzuholen.

Johanna beschäftigt einige Themen, greifen wir eines davon heraus: Beispiel Burnout. Einen Blogartikel zu diesem Thema wird sie lesen. Wenn Beispiele von Personen, die ein Burnout überwunden oder auch vermieden haben, angekündigt werden, dann wird sie auch ein Webinar dazu besuchen. Durch die Persona-Arbeit wissen Sie auch, dass Johanna bestärkt werden will und die Kommunikation mit echten Menschen braucht. Also wird sie das Angebot einer 1:1 Beratung ansprechen, und das auch online - wenn es einfach geht und sie das Gefühl von Sicherheit vermittelt bekommt. Jemand, der erzählt, wie so eine Online-Beratung gelaufen ist, kann sie dazu bewegen, einen Termin zu buchen. Ihr Hauptkanal im Netz ist Facebook, also welche Angebote könnten ihr hier gemacht werden? Zum Beispiel eine geschlossene Facebook Gruppe für Frauen mit Burnout-Erfahrungen, die ihre berufliche Situation ändern wollen.

Sie sehen, aus dem Profil der Persona lassen sich nicht nur die optimale Plattform, sondern auch relevante Themen, Schlüsselworte, Titel Ihrer Artikel, geeignete Formate, der richtige Zeitpunkt für bestimmte Inhalte und last but not least das Wording der Beiträge ableiten.

Um effektiv damit arbeiten zu können, wurden mehrere Personas entwickelt. Im Idealfall ist alles, mit dem die Bildungsberatung ihr Angebot präsentiert, von der Homepage über Werbeanzeigen, bis hin zu Veranstaltungen, aber auch alle Arten von Unterlagen und Infomaterialien auf die „Personas“ ausgerichtet.

Wenn Sie Ihr Angebot öffentlich machen bzw. Angebote gestalten, können Sie sich an folgenden Schritten orientieren:

1. Schritt: An welche Persona wende ich mich mit meiner Kommunikation?
2. Schritt: Was sagt meine Persona dazu? Ab jetzt "kommunizieren Sie mit ihrer Persona", egal, ob Sie neue Beratungsangebote konzipieren, Blogartikel schreiben oder Social Media Postings verfassen, einfach in jeder Phase der Kommunikation mit den potenziellen Kunden und Kundinnen.

Der Umkehrschluss: alles, was keinen Mehrwert für die „Persona“ hat und nicht zu ihr passt, verschwendet Ihre Zeit und Ihre Ressourcen. Aber Sie haben ja Johanna. Sie können sie ja fragen, was sie dazu meint!

Weitere Informationen

- Marlene Dietrich-Gsenger: 1+1=11. Netzwerk-Power für die Social Media Strategie der Bildungsberatung Österreich. Bildungsberatung im Fokus 01/2020