

# Fachtagung am 13. Mai 2025

Bundesarbeitsgemeinschaft  
Fort- und Weiterbildung in der  
Diakonie  
Caroline-Michaelis-Str. 1  
10115 Berlin

E-Mail:  
annett.herrmann@diakonie.de

Telefon: 030 65211-1152

Diakonie Deutschland  
Evangelisches Werk für  
Diakonie und Entwicklung e.V.  
Caroline-Michaelis-Str. 1  
10115 Berlin

## Mit uns können Sie übers Wasser gehen – Marketing für Bildungseinrichtungen der Bundesarbeitsgemeinschaft Fort- und Weiterbildung in der Diakonie (BAG FWD)

am 13.05.2025 im EWDE, Caroline-Michaelis-Str. 1, 10115 Berlin

Marketing hat viele Gesichter: Mal erscheint es wie ein Versprechen, das goldene Ufer zu erreichen, und mal wie ein Balanceakt auf glattem Eis. Doch gutes Marketing ist mehr als nur schöne Worte. Es kann der entscheidende Erfolgsfaktor sein, um Ihre Bildungsangebote sichtbar zu machen und nachhaltig am Markt zu etablieren.

Am 13. Mai 2025 laden wir Sie herzlich ein, gemeinsam mit uns die Geheimnisse erfolgreichen Marketings für Bildungseinrichtungen zu ergründen. Wir zeigen auf, wie Marketing im Bildungsbereich besondere Anforderungen stellt und welche Strategien sich bewährt haben, um diese erfolgreich zu meistern.

Erfahren Sie, wie Marketing nicht nur Erwartungen weckt, sondern auch hält, was es verspricht. Lassen Sie sich inspirieren und nehmen Sie praktische Anregungen mit, um Ihre Einrichtung auf Erfolgskurs zu bringen.

Kommen Sie an Bord und sichern Sie sich Ihren Platz! Setzen Sie gemeinsam mit uns die Segel und entdecken Sie neue Möglichkeiten für Ihr Bildungsmarketing.

An den Fachtagungen der Bundesarbeitsgemeinschaft Fort- und Weiterbildung in der Diakonie können auch Interessierte teilnehmen, die (noch) keine Mitglieder in der Bundesarbeitsgemeinschaft sind.

- |      |   |
|------|---|
| 9:00 | Stehcafé                                  |
| 9:15 | <b>Begrüßung</b>                          |
| 9:25 | <b>Impulsvortrag mit Workshopanteilen</b> |



### „Ob Softdrink, Handy oder Seminare – Verkaufen muss man alles: Warum Bildungsmarketing kein ‘Extra-Marketing’ ist“

**Referent: Jochen Biller, Leiter DIAKOVERE Akademie, Hannover**

Dieser Vortrag stellt die Grundelemente des Marketings vor und zeigt auf, wie diese im Bildungsbereich – insbesondere im Non-Profit-Marketing – angewendet werden können. Dabei wechseln wir zwischen theoretischen Inputs, Praxisbeispielen und interaktiven Gruppenarbeiten. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erhalten konkrete Ansätze zur Umsetzung in ihrer eigenen Einrichtung.

10:50 Pause

11:00 **Workshop 1: Fischen in fremden Gewässern („Fishing in foreign waters“):  
Neuausrichtung einer Bildungseinrichtung**

**Input: Robert Wieczorek, Unternehmenskommunikation akd, Akademie für Kirche  
und Diakonie, Berlin**

Dieser Workshop beleuchtet die wichtigsten Marketingaspekte, die zum Tragen kommen, wenn eine Bildungseinrichtung ihr Angebot neu ausrichtet und sich damit neue Zielgruppen erschließen muss oder sich auf bestimmte Zielgruppen fokussiert. Der Input zeigt anhand einer Neuausrichtung des Bildungsangebotes die Herausforderungen an das Marketing.

**Moderation: Karen Götz**

12:10 Mittagspause

13:00 **Parallele Workshops in wechselnden Räumen**

**Workshop 2: Tiefseefischen („Deep sea fishing“): Marketing für  
unternehmensinterne Zielgruppen**

**Input: Dr. Anette Hild-Berg, Leitung HR und Akademie, Michaelshoven, Köln**

In diesem Workshop beschäftigen wir uns mit dem Marketing, das ein Unternehmen durch eine Bildungseinrichtung macht, um interne Kundinnen und Kunden für sich zu gewinnen. Der Input zeigt anhand der Einführung von entsprechenden Softwareprogrammen und der Entwicklung der „Arbeitgebermarke“, wie die Organisation mit interner Bildung Mitarbeiterbindung und -gewinnung erreichen kann.

**Moderation: Christian Foltz / Jochen Biller**

**Workshop 3: Fischen entlang des Ufers („Fishing along the coast“):  
Marketing für externe, unternehmensunabhängige Zielgruppen**

**Input: Viola Strittmatter, Geschäftsführung Zentrum für Fort- und Weiterbildung  
(ZFW), Evangelische Hochschule Berlin**

In diesem Workshop geht es um die Herausforderungen des Marketings für Bildungseinrichtungen, die ihre Angebote an externe Kundinnen und Kunden richten. Der Input beleuchtet, welche Maßnahmen notwendig wären, welche jedoch aus Zeit- und Ressourcenmangel oft nur „nebenher“ umgesetzt werden können.

**Moderation: Prof. Dr. Petra Völkel**

15:00 **Auswertung und Verabschiedung**

15:15 **Ende und Ahoi**

