

Schema zur Zielgruppensegmentierung

Jutta Haubenreich | Ingrid Breitenberger | Fraunhofer Academy

		Zielgruppe 1	Zielgruppe 2	Zielgruppe 3 [...]	Beispiele für Abfrage- /Antwortmöglichkeiten
Soziodemografische Segmentierungskriterien	Person				
	Geschlecht				a) weiblich, b) männlich
	Alter				a) 25-30 b) 31-35 c) 36-40 d) 41-45 e) 46-50 f) 51-60 g) 61-65 h) 66 und älter
	Familie / Familienphase				Bitte geben Sie hier Informationen zu Ihren aktuellen Familienverhältnissen an: a) keine Kinder b) Betreuungspflichtige/s Kind/er im Vorschulalter (unter 6 Jahre) c) betreuungspflichtige/s Kind/er im Schulalter (6 bis unter 14 Jahre) d) älteres Kind (ab 14 Jahre bis 18 Jahre)
	Vorbildung: Höchster bisheriger Abschluss / Ausbildung				Berufsausbildung (kaufm. / handw. / techn.) Techniker / Meister Bachelor Magister Diplom Master MBA Sonstiges, und zwar _____
	Fachrichtung				[hier bitte entsprechend Ihrer Teilnahmevoraussetzungen anpassen] Maschinenbau Elektrotechnik Wirtschaftsingenieurwesen Verfahrenstechnik Soziologie Psychologie Politologie Jura ...
	Beruf(sbezeichnung)				Bsp.: Leiter Produktentwicklung, Entwicklungsingenieur, Software-Entwickler
	Berufserfahrung				Wieviele Berufsjahre liegen bereits hinter Ihnen? < 1 Jahr 1-2 Jahre 3-5 Jahre 5-10 Jahre > 10 Jahre 2-3 Jahre 4-5 Jahre etc.
	Beschäftigungsverhältnis				Angestellt Selbstständig Beamter/Beamtin nicht erwerbstätig
	Einkommen, Gehalt (netto)				bis unter 500 Euro 500 bis unter 1.000 Euro 1.000 bis unter 1.500 Euro 1.500 bis unter 2.000 Euro 2.000 bis unter 2.500 Euro 2.500 bis unter 3.000 Euro 3.000 bis unter 3.500 Euro 3.500 bis unter 4.000 Euro 4.000 Euro und mehr kein eigenes Einkommen
	Position im Unternehmen				Mitarbeiter/in Gruppenleiter/in Abteilungsleiter/in Hauptabteilungsleiter/in
	Region / Internationalität				Region, Bundesland, Herkunftsland
	Unternehmen				

ist in folgendem Unternehmen beschäftigt,	Anzahl Mitarbeiter / Unternehmensgröße				50 - 100 <100 - 250 <250 - 500 <500 - 1.000 <1.000 - 5.000 <5.000 - 10.000 <10.000 - 50.000 <50.000
	Unternehmensstandorte				Postleitzahlgebiete, Nielsen-Gebiete, Bundesländer, Nation
	Branchenzugehörigkeit				Freier Eintrag oder gemäß Branchencode Hoppenstedt
	branchenrelevante Termine				jährliche Messetermine, Kongresse, Tagungen, die eine WB-Teilnahme erschweren
	Unterstützungsbereitschaft / Unterstützung durch das Unternehmen				Würde Ihr Unternehmen Sie bei einer Weiterbildung im Bereich XXX unterstützen? Ja, finanziell bis zu ___ Euro / ___ Prozent Ja, in Form von Freistellung / Bildungsurlaub Nein Sonstiges _____
psychografische Segmentierungskriterien und folgenden Erwartungen	Nutzenvorstellungen				
	Motivation				[nach Autorengruppe Bildungsberichterstattung 2012]: 'Aus welchen Grund machen Sie diese Weiterbildung? - Persönliche Weiterentwicklung - Verbesserung der beruflichen Leistungsfähigkeit - Anpassung an neue Tätigkeitsanforderungen - Überblick über neue berufliche Entwicklungen verschaffen - Bessere Aussicht auf höheren Verdienst - Verbesserung der Aufstiegschancen - Erwerb von Grundlagenwissen - Bessere Chancen eine andere Beschäftigung zu finden - Voraussetzung für berufliche Selbständigkeit erlangen - Mehr Sicherheit vor Arbeitsplatzverlust - Erwerb von Fachwissen / Spezialisierung - Bessere Aussichten auf interessantere oder anspruchsvollere Tätigkeiten - Knüpfen von sozialen oder beruflichen Kontakten
	Erwartungen an das Format der Weiterbildung				
	Dauer				1-2 Tage 1 Woche Mehrere Wochen 1-2 Jahre Sonstiges
	Art des Abschlusses				Teilnahmebescheinigung Zertifikat Bachelor Master MBA Sonstiges Abschluss ist kein relevantes Kriterium
	Lerndesign				Präsenz-, Blended Learning oder Online-Format? - bei Präsenzkursen: Blockseminar (1 Woche, Mo-Fr) Wochenendkurse Abendkurse - bei Fernkursen: Onlinekurs mit Präsenzveranstaltungen vor Ort Onlinekurs ohne Präsenzveranstaltungen
	Anforderungen an die Qualität				
	Praxisbezug				Case-Studies Beispiele aus der Praxis Dozenten aus der Praxis Lernlabor Tests, Auswertungen
	Dozenten				aus Industrie bzw. akademischen Bereich, Internationalität, Renommee des Unternehmens / der Hochschule wichtig / unwichtig
	Akkreditierung / Zertifizierung des Weiterbildungsanbieters				Beispiele für Akkreditierung / Zertifizierung: - TÜV PersCert - ASIIN - FIBAA - AACSB (...)

	Möglicher Workload/Woche				Wieviel Zeit kann investiert werden? Haben die Teilnehmenden Einfluss darauf?
verhaltensorientierte Segmentierungskriterien	Informations- und Kommunikationsverhalten				
	Informationsverhalten				
	Mediennutzung generell				Wie informieren Sie sich vorzugsweise über das aktuelle Tagesgeschehen? a) Fernsehen b) Radio c) Tageszeitung d) Internet
	Art der Informationskanäle in Bezug auf Bildung				[nach AWA Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse]: "Wie informieren Sie sich über das Thema Weiterbildung?" (Mehrfachnennungen möglich) a) Ich frage jemanden in meiner Familie, Freunde oder Bekannte oder Arbeitskollegen b) Ich besorge mir eine Zeitschrift, die sich besonders mit diesem Thema beschäftigt c) Ich kaufe / bestelle mir ein Sachbuch zu dem Thema d) Ich suche im Internet e) Ich wende mich an Firmen, Organisationen oder Verbände, die sich mit dem Thema beschäftigen f) Ich besuche Messe, Ausstellungen g) Über Informationsbroschüren / Flyer h) Über meinen Arbeitgeber i. Anruf / Email an den Bildungsanbieter / die Studienberatung j) Sonstige, und zwar:
	Suchverhalten (online)				Wie informieren Sie sich im Internet zum Thema Weiterbildung? a) Webseiten des Bildungsanbieters b) Newsletter des Bildungsanbieters c) Online-Portale für Weiterbildung, und zwar: d) Social Media Kanäle: i. Facebook ii. Twitter iii. Google+ iv. XING v. LinkedIn Welche Suchkriterien / Schlagworte sind bei der Suche relevant (z.B. Google-Suche)?
	Informationstypen				[Informationstypen nach AWA 2014] a) Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen b) Mir ist wichtig, dass ich über das Zeitgeschehen immer gut informiert bin, dass ich da immer auf dem Laufenden bin c) Ich informiere mich häufig von unterwegs aus im Internet, z.B. über ein Smartphone, Tablet oder Notebook
	Kommunikationsverhalten				
	Kommunikationsbedürfnis 1) allgemeines Interesse an sachbezogener Information 2) berufsbezogenes Informationsinteresse				[Skala zur Erfassung der Kommunikationsbedürfnisse, Hamm, Ingrid 1990] [vierstufige Likertskala: ist mir gar nicht wichtig - ist mir sehr wichtig] a) Mich möglichst über die aktuellen Ereignisse zu informieren... b) Möglichst genau zu übersehen, wohin die wirtschaftliche Entwicklung geht... c) Möglichst viel über die Hintergründe politischer Ereignisse erfahren... k) Mein fachliches Wissen zu erweitern... l) Es im Leben zu etwas bringen...
	(Lern-)Situation				Ort und Zeitpunkt, der zum Lernen bevorzugt wird (daraus folgend die Kommunikationswünsche an Dozierende / Betreuung)
	Produktbezogene Merkmale / Merkmale des Preisverhaltens				
Einstellung gegenüber Veranstaltung + Veranstalter				Veranstalterbild/-wahrnehmung [mittels semantischem Differenzial] : Der Veranstalter ist - sympatisch - glaubwürdig - relevant für meine Branche - bekannt / unbekannt - renommiert - fähig, kompetent [...]	
Veranstaltertreue				Bezug zum Veranstalter: bereits gute Erfahrungen gemacht, Würde die Weiterbildungs an Kollegen weiterempfehlen [...]	
Preisverhalten: Preislage, Sonderangebotsnutzung				Was wären Sie bereit, selbst für die Weiterbildung XY/ das Seminar / den Studiengang auszugeben? Was wäre Ihr Unternehmen bereit auszugeben? Welche Sonderangebote sagen Ihnen besonders zu? - Early Bird Aktionen (Anmeldung bis ..., dann 10% Rabatt) - Teilnehmerwerbung / Alumniaktionen - Firmenrabatte - Mengenrabatt (3 Module zum Preis von 2)	

verhaltensorientierte Segmentierungskriterien

hat sich folgendermaßen informiert

& wählt die Veranstaltung aus folgenden Gründen