

### » **schwerpunkt – Strategisches Marketing**

*Svenja Möller*

Marketingstrategien der Erwachsenenbildung in ihrer Entwicklung ..... 15

Der Artikel wirft die Frage auf, weshalb sich die Fachliteratur kaum noch mit der Marketingrezeption auseinandersetzt. Hierfür wird die Genese des Marketings in der Erwachsenenbildung kurz skizziert und eine empirisch gestützte Marketingstrategie – ergänzt um das Element des Social Media – vorgestellt. Dabei werden die Entwicklungen des Erwachsenenbildungsmarketings erläutert.

*Ingrid Schöll*

Konkurrenzfähiges, mehrkanaliges Non-Profit Marketing ..... 20

Betrachtet man – abgesehen von Pandemie- und Kriegsfolgen – allein die Problematiken der Digitalisierung, des demographischen Wandels, der Migration und Nachhaltigkeit und wie sie alle auf das organisationale und pädagogische Selbstverständnis der öffentlichen Erwachsenenbildung einwirken, so wird deutlich, dass diese vor einer längeren Phase des Umbruchs steht. Skizziert wird, welche Umbrüche im Selbstverständnis und in den Vermarktungsmöglichkeiten der Einrichtungen sich abzeichnen.

*Matthias Alke*

Strategien und Herausforderungen des digitalen Bildungs- und Personalmarketings in der Erwachsenenbildung ..... 27

Aufgrund der angespannten Personalsituation wird aktuell neben dem Bildungs- auch das Personalmarketing für die Erwachsenenbildung zunehmend relevanter. Man möchte Mitarbeitende finden oder langfristig binden können. Der Beitrag beleuchtet, weswegen Marketingstrategien im Zuge der digitalen Transformation eine klare Positionierung und Perspektivierung für beide Dimensionen erfordern.

*Wolfgang Schnell*

Long Covid in der gemeinwohlorientierten Erwachsenenbildung? ..... 32

Mit der Pandemie wurde es offensichtlich: Das Marketing öffentlicher Weiterbildungsanbieter greift zu kurz. Der Beitrag erläutert die neue Lage der Branche, benennt die langanhaltenden Veränderungen und zieht Konsequenzen für die Entwicklung neuer Handlungsstrategien.

*Peter J. Weber*

Marketingtrends, -irrtümer und -herausforderungen gemeinwohlorientierter Erwachsenenbildung ..... 36

Die Digitalisierung zeigt auch im Marketing der Weiterbildungseinrichtungen ihre positiven und negativen Seiten: Wer Tools beherrscht und es sich leisten kann, erfährt viel mehr über seine potenzielle Kundschaft – zugleich fragt sich, inwieweit die gemeinwohlorientierte Bildung sich noch jener Ökonomisierung erwehren kann, die unter dem Deckmantel der „Nachfrage- und Teilnahmeorientierung“ rasant voranschreitet.

*Annika Goeze*

Von der Personalbeschaffung zur Personalgewinnung  
Aktuelle Rekrutierungswege und -methoden in der Erwachsenenbildung ..... 40

In der gemeinwohlorientierten und öffentlich mitfinanzierten Erwachsenenbildung hat sich bei der Rekrutierung insbesondere von Lehrkräften der Angebotsmarkt in einen Nachfragemarkt gewandelt. In Reaktion darauf werden von EB-Einrichtungen auch weniger konventionelle Rekrutierungswege beschritten, die dem „Active Sourcing“ zugerechnet und in diesem Artikel vorgestellt werden.

» **editorial**

*Steffen Kleint*  
Liebe Leserin, lieber Leser, ..... 3

» **aus der praxis**

*Gina Buchwald-Chassée*  
Aktuelle Marketingstrategien der Evangelischen Erwachsenenbildungspraxis im Gespräch  
Vielfältige Maßnahmen für diverse Zielgruppen? ..... 6

*Hans Jürgen Luibl & Sabine Löcker*  
Klappern gehört zum Handwerk  
Strategische Marketingansätze in der (Evangelischen) Erwachsenenbildung ..... 10

*Beate Schmidtgen & Oliver T. Streppel*  
Kirchliches Bildungsportal für mehr Marketing ..... 12

» **europa**

*Christine Bertram*  
Wir sind alle Influencer ..... 14

» **grundbildung**

*Cornelius Sturm*  
Grundbildung in der konfessionellen Erwachsenenbildung verankern ..... 45

» **einblicke**

*Hans Jürgen Luibl*  
Bonanza. Eine Heilige Familie im Wilden Westen  
Vor 60 Jahren eroberte die Wild-West-Serie das deutsche Fernsehpublikum ..... 46

*Yves Gensterblum & Jessica Böcker*  
Passgenaue wissenschaftliche Weiterbildung durch adaptive Lernformate ..... 50

» **jesus – was läuft?**

*Hans Jürgen Luibl*  
Die Pornographie der Wunde ..... 52

» **service**

Filmtipps ..... 55

Publikationen ..... 56

Veranstaltungstipps ..... 60

Impressum ..... 62