

Projektstart „Marketing für das Berufsschullehramt“

Der Lehrstuhl für Marketing startet mit dem Drittmittelprojekt „Marketing für das Berufsschullehramt“. Das Projekt wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) über vier Jahre mit 330.000 Euro gefördert.

Professor Tobias Langner und **Bastian Blomberg** setzen mit ihrem Projekt „Marketing für das Berufsschullehramt“ an einer der zentralen bildungspolitischen Herausforderungen unserer Zeit an. Der Bedarf an Lehrkräften wird in den nächsten Jahren vor allem im technischen Bereich noch weiter zunehmen. Das Angebot an Lehrkraftsinteressenten und -interessentinnen deckt bei weitem nicht mehr die Nachfrage. Ziel des Projektes ist es, einen marketingbezogenen Zugang zu entwickeln, der einen Beitrag dazu liefert, die Schere zwischen Lehrkräfteangebot und -nachfrage zu reduzieren bzw. zu schließen.

Dazu sollen Maßnahmen entwickelt werden, welche die Bekanntheit des berufsbezogenen Lehrkraftberufs steigern und zu einem Aufbau eines positiven Berufsimages beitragen. Gezielt sollen Studierende über entwickelte Marketingmaßnahmen erreicht und motiviert werden, das Lehramt an Berufskollegs verstärkt als Option zu erwägen. So können diese beispielsweise ihre fachlichen Interessen mit potenziellen sozialen Interessen des Lehrkraftberufs verbinden.

In einem **ersten Modul** werden zunächst die wichtigsten Zielgruppen identifiziert und ihre berufsbezogenen Bedürfnisse und Motivationen umfassend ergründet.

Darauf aufbauend wird im **zweiten Modul** das individuelle Kommunikations- und Entscheidungsverhalten der Zielgruppen im Rahmen der Berufswahl untersucht. Hierzu wird die Customer Journey erhoben, die junge Menschen auf dem Weg zu ihrer Berufsentscheidung durchlaufen. Zudem werden erfolgreiche Beispiele der Berufsentscheidungsbeeinflussung aus der unternehmerischen Praxis analysiert, mit dem Ziel, aus ihnen für das Berufsmarketing zu lernen.

Schließlich erfolgt die Entwicklung von Kommunikationstemplates, die von öffentlichen Institutionen zur Gestaltung des Berufsmarketings und zur Akquise von Studierenden eingesetzt werden. Die Kommunikationsmaßnahmen (Videos, Werbebanner, -plakate und -flyer) werden in Zusammenarbeit mit Werbeagenturen umgesetzt.

In einem **dritten Modul** werden die zuvor abgeleiteten Maßnahmen hinsichtlich ihrer kognitiven und emotionalen Wirksamkeit in apparativen Studien (z. B. Analyse der Blickverläufe, Emotionsmessung) getestet und optimiert. Hierdurch soll die Effektivität der entworfenen Kommunikationsmaßnahmen sichergestellt werden.

Das Projekt wird durchgeführt unter der Leitung von Professor Tobias Langner (Lehrstuhlinhaber) und Bastian Blomberg (wissenschaftlicher Mitarbeiter). Es ist eingebettet in das Projekt „Kohärenz in der Lehrerbildung“ (KoLBi) der Bergischen Universität Wuppertal, das die qualitative sowie quantitative Stärkung der universitären Lehrerbildung zum Ziel hat.



Kontakt:

Prof. Dr. Tobias Langner

Fakultät für Wirtschaftswissenschaft - Schumpeter School of Business and Economics

Telefon 0202/439-2823

E-Mail: Langner{at}uni-wuppertal.de

Bastian Blomberg, M.Sc.

Fakultät für Wirtschaftswissenschaft – Schumpeter School of Business and Economics

Telefon 0202/439-2547

E-Mail: Blomberg{at}wiwi.uni-wuppertal.de

