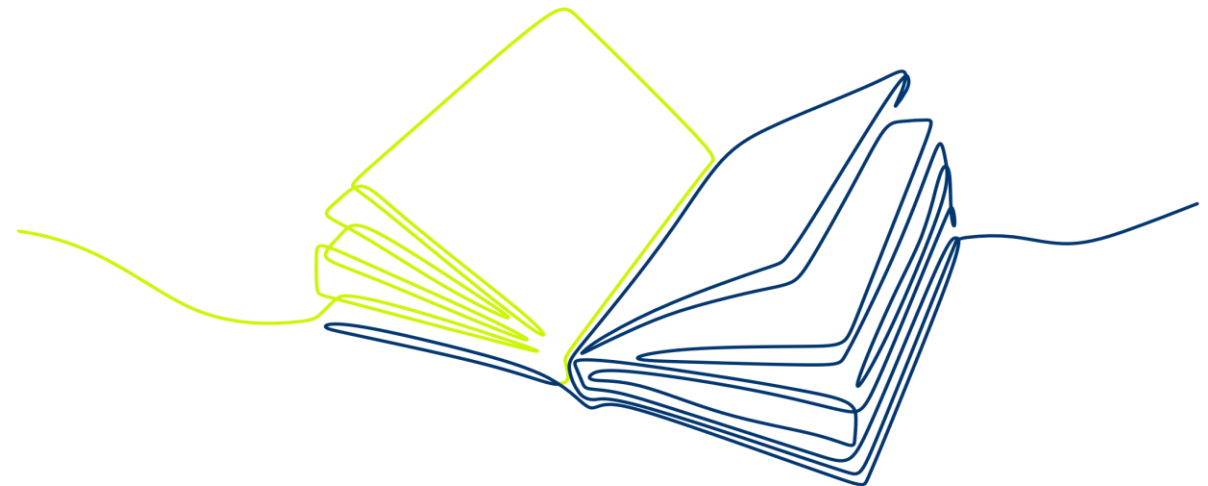


Es fängt mit Lesen an.

Stiftung Lesen

Vielfalt und Heterogenität in Zielgruppen

04.06.2024



Agenda

- 1 Begrüßung**
- 2 Hintergrund und Datengrundlage**
- 3 Gruppenarbeit**
- 4 Posterrundgang**
- 5 Abschluss**

Begrüßung

1

Hintergrund und Datengrundlage

2

Zugang zur Zielgruppe in den Forschungsprojekten REACH & MOVE

REACH

- Mehrstufiger, datenbasierter Zugang zur Zielgruppe junger Erwachsener auf dem alpha-Level 3
- Ziel: Entwicklung von drei Ansätzen/Angeboten, um die Zielgruppe zu erreichen
- Laufzeit: 2016-2022
- Vorgehensweise: Sammlung an Informationen über die Zielgruppe in LEO, NEPS und PIAAC.
- Eingrenzende Kriterien: formal niedrige Bildung, fehlende Berufsausbildung, geringes Haushaltseinkommen
- Analyse von Markt-, Media-Studien auf Basis der eingrenzenden Kriterien
- Sammlung von Wissen und Informationen über die Zielgruppe, die mit hoher Wahrscheinlichkeit oder auf einen breiten Kreis der Gruppe zutreffend sind
- Übertragung des Prinzips auf MOVE, um Wissen zur Verbindlichkeit zu generieren

Zugang zur Zielgruppe in den Forschungsprojekten REACH & MOVE

Hinweis

- Das beschriebene Prinzip und die Vorgehensweise erlaubt eine Annäherung an die Zielgruppe.
- Dem Prinzip liegt jedoch keine Testung der Lesekompetenz zugrunde. Es fehlt das diagnostische Verfahren, wie es in der LEO-Studie, bei PIAAC, PISA oder IGLU praktiziert wird.
- Die Wahrscheinlichkeit ist jedoch hoch, dass Wissen und Erkenntnisse zu Vorlieben, Einstellungen und Erfahrungen auf gering literalisierte Erwachsene zutreffen.

Zugang zu Daten und zu Wissen über Zielgruppen

- Welche Arten von Zugang zu Daten gibt es?
 - Aufbereitete Daten (Artikel, Aufsätze, Tabellen, Schaubilder ...)
 - Auswertungstools, Anfrageplattformen (bieten die Möglichkeit, individuelle Auswertungen zu erhalten)
 - Datensätze (Rohdaten zur eigenen Auswertung)
 - Eigene Erhebungen/beauftragte Erhebungen
- Beispielhaft:
 - Zeitungen, Stiftungen, Forschungseinrichtungen, Statistisches Bundesamt (destatis) | nicht immer passgenau
 - mds (Marketing-Data-System) | komfortabel, aber kostenpflichtig
 - Über gesis | Expertise und Software notwendig

Zugang zu Daten und zu Wissen über Zielgruppen

Studienauswahl Zielgruppen-Definition Gebiets-Definition Strukturanalyse Rangreihe Mediaplan



★ Studientyp: Alle Studienjahr: Alle + -

Grid of study selection cards:

- KINDER MEDIEN MONITOR 2023
- KINDER MEDIEN MONITOR 2022
- AWA 2021
- b4p best for planning. 2021 I
- b4p best for planning. 2021 II
- b4p best for planning. 2021 III
- KINDER MEDIEN MONITOR 2021
- AWA 2020
- b4p best for planning. 2020 I
- b4p best for planning. 2020 II
- b4p best for planning. 2020 III
- KINDER MEDIEN MONITOR 2020

Zugang zu Daten und zu Wissen über Zielgruppen

The screenshot shows the homepage of GESIS Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften. The browser address bar displays 'https://www.gesis.org/home'. The website header includes the GESIS logo, the text 'GESIS Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften', and navigation links for 'English', 'Kontakt', and 'Karriere'. A primary navigation bar features three buttons: 'ANGEBOT' (highlighted in pink), 'FORSCHUNG', and 'INSTITUT'. Below this, a secondary navigation bar contains a pink 'Angebot →' button and a close icon (⊗). The main content area is organized into four columns of services, each with a header and a list of links:

- Studien planen und Daten erheben**
 - Items und Skalen
 - Kognitives Pretesting
 - Stichproben
 - GESIS Panel
 - Tools für die Erhebung digitaler Verhaltensdaten
- Daten finden und abrufen**
 - ALLBUS
 - Eurobarometer
 - EVS
 - GLES
 - ISSP
 - PIAAC
 - Wahlstudien
 - Internationale Umfragen
 - GESIS Web Data
- Daten aufbereiten und analysieren**
 - Gewichtung und Analyse komplexer Daten
 - Datenharmonisierung
 - Service zu amtlichen Mikrodaten
 - Analyse sensibler Daten
 - Analyse digitaler Verhaltensdaten
- Archivieren und teilen**
 - Daten teilen
 - Skripte und Syntax teilen
 - Skalen und Items teilen
 - Datenregistrierungsagentur da|ra
 - Volltextserver SSOAR

At the bottom left, there is a section for knowledge dissemination:

- Wissen vermitteln**
 - GESIS Social Science Information
 - GESIS Training
 - Publikationen

Gruppenarbeit

3

Folgende Zielgruppen stehen zur Wahl

- Eltern
 - Von Kindern im Vorschulalter
 - Von Kindern im Grundschulalter
 - Von älteren Kindern
- Kinderlose
- Erwerbslose Erwachsene
 - Frauen bis 49 Jahre | über 50 Jahre
 - Männer bis 49 Jahre | über 50 Jahre

<http://transfer.stiftunglesen.de:7000/sharing/50Uqt5TgJ>



Lesebeispiel Tabellen

The screenshot shows the Microsoft Excel interface with the 'Start' ribbon selected. The ribbon includes options for 'Ausschneiden', 'Kopieren', 'Format übertragen', 'Zwischenablage', 'Schriftart' (Calibri, 11), and 'Ausrichtung'. The active cell is D22. The table below is structured as follows:

	A	B	C	D	E
1		Basis			
2					
3		Mio.	% vert.	% hor.	
4	Basis	70,54	100	100,0	
5	<i>Tiere im Haushalt</i>				
6	Hund	11,84	17	100,0	
7	Katze	12,31	17	100,0	
8	Vogel	1,86	3	100,0	
9	Fische	2,51	4	100,0	
10	Hamster, Meerschweinchen, anderes Nagetier	2,49	4	100,0	
11	Anderes Tier	2,09	3	100,0	
12	Nein, keine Tiere	43,55	62	100,0	
13					
14					
15					
16					

Arbeitsauftrag

- Gibt es in Ihrem aktuellen Portfolio oder aus der Vergangenheit ein Angebot, das zu einer der Zielgruppen passt?
- Bitte überarbeiten und ergänzen Sie es, auf Basis des neuen Wissens
- Überlegen Sie, wie Sie die Zielgruppe auf das Angebot aufmerksam machen könnten

Alternativ

- Welche Ideen haben Sie, wenn Sie die Informationen zur Zielgruppe gelesen haben?
 - Welchen ganz neuen Weg würden Sie einschlagen?
 - Wie sieht ein Angebot für die Beispielgruppe im IDEALFALL aus?
 - Wie würde Aufmerksamkeit hergestellt werden?
-
- Notieren Sie Ihre Ideen, Gedanken, Konzepte übersichtlich auf dem bereitliegenden Flipchartpapier

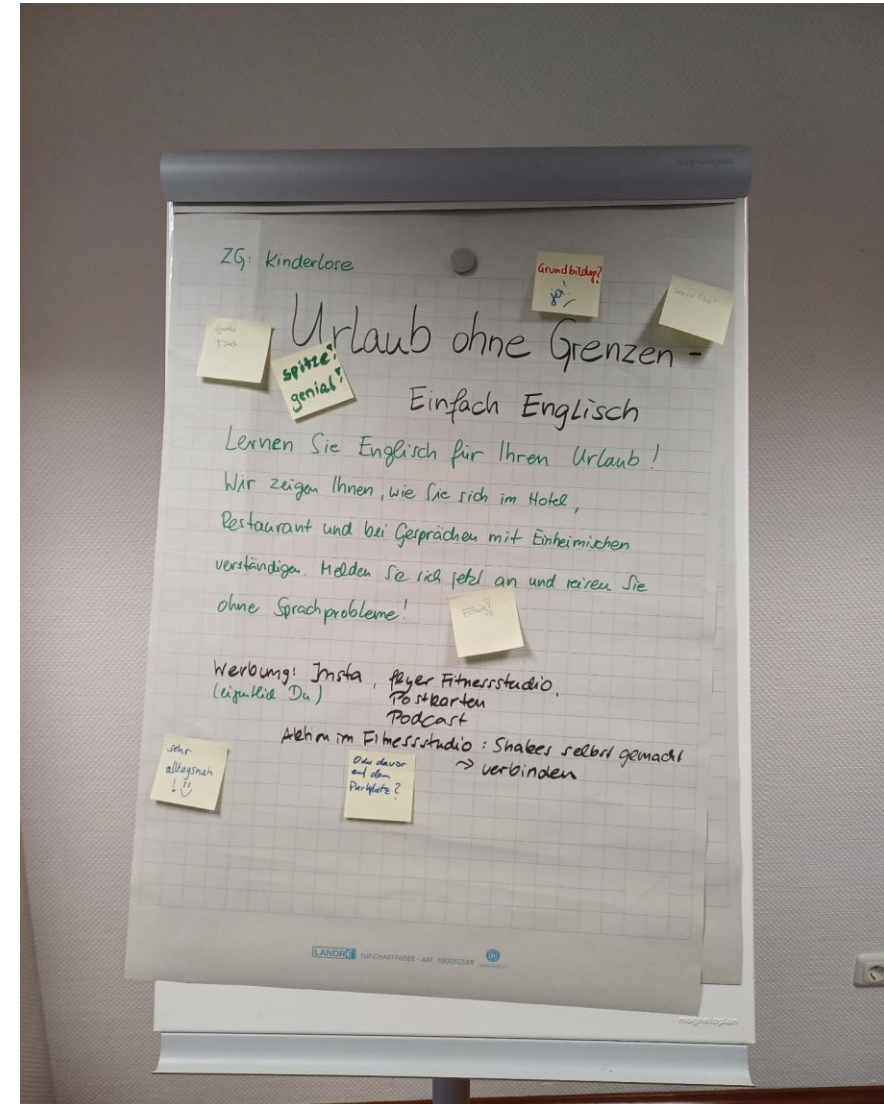
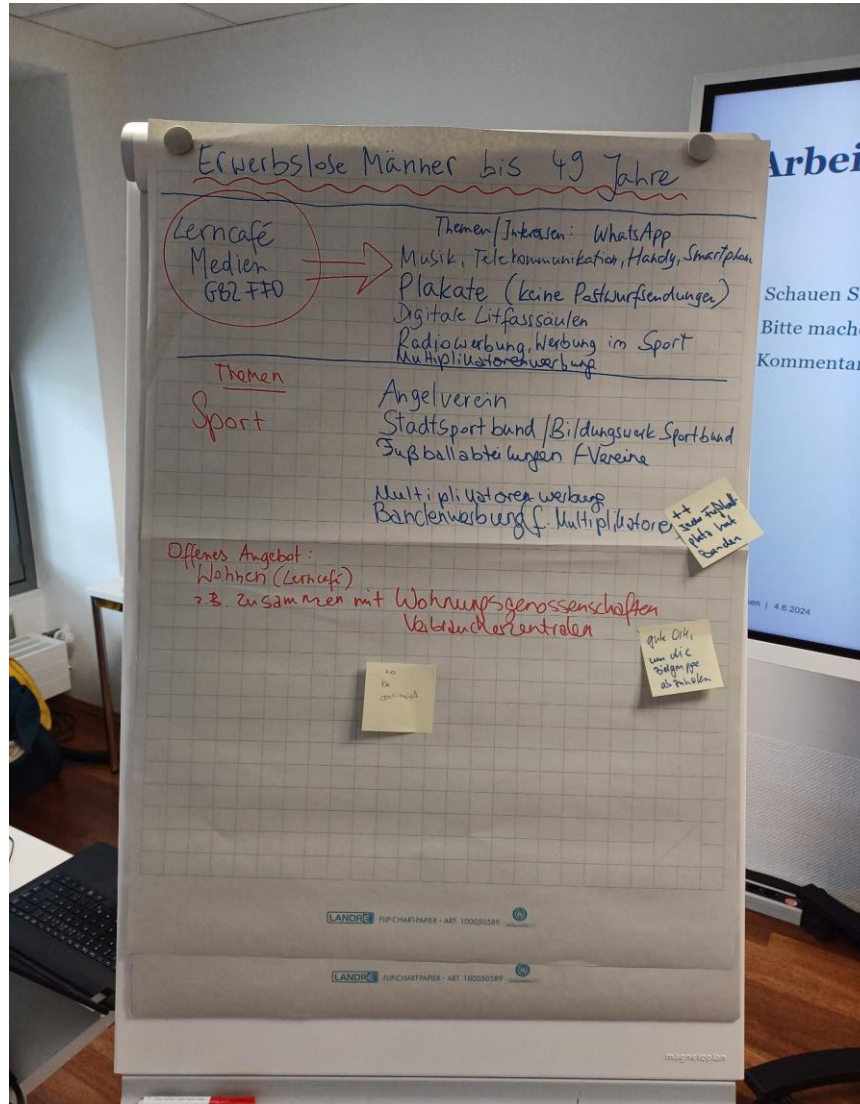
Rundgang

4

Arbeitsauftrag

- Schauen Sie sich in Ruhe die entstandenen Ideen, Gedanken, Konzepte der anderen an
- Bitte machen Sie konstruktive Vorschläge, falls Sie selbst noch weitere Ideen zum Angebot haben, auf dem Kommentarbogen

Entstandene Poster



Entstandene Poster

Rechnerbedingungen	Ausprache	Inhalt
<ul style="list-style-type: none"> - Bedarf an Kindesbetreuung & kostenfreien Angeboten - Kooperationen mit: <ul style="list-style-type: none"> - MGH's - Kitas - Schulen - Familienzentren 	<ul style="list-style-type: none"> - Plakate im öffentlichen Raum - Radio - Discourder Supermärkte 	<ul style="list-style-type: none"> - K... Themen (Vorlesen etc.) - Selbstständig im Garten auf F... Formulas & Alltags... Themen - Kinder basteln - Digitale Anwendungen zu günstige Mode/Kleidung - Anfertige z. B. Kindes... Bäume, Sport...

Zielgruppe: W... ers...
 "Gute Ausprache"
 "Gute Ausprache"

ZG: Eltern von älteren Kindern

spitze genial!
 Passt!

Themen v. La...
 Gastbewirtung, Kochen, HH-Pflege

47% haben großen Bekanntenkreis
 39% wirtschaftl. Lage: Es geht.
 80% Wert: gute Freunde
 58% " viel Spaß haben, leben genießen
 61% Kaufe dort, wo es besonders günstig ist
 39% Im Garten arbeiten
 48% taft Radiokonsu...
 Webstationen: Gartencenter, Baumarkt, Familienzentrum, REWE/ALDI, Bäckereien, Botan. Garten, Kirche, lokaler Radiosender

Angebot:
 "Do-it-yourself-DEKO: günstig + nachhaltig" & ein Gartelfest
 Lernort: Cafe im Gartencenter, Bauurlaub mit Holzkochen

Sticht- + Land-projekt!
 Angebot gut in die Daten passen

Entstandene Poster

ZG: Frauen unter 49
erwerbslos (?)

Angebot: Gesundheitskurs
o 32%

Werbung:
o Plakate

Kooperationen:
o 76% (vorher 64%) Mitgliedschaft in Vereinen
=> Kurse mit Kooperationspartnern planen

• Gesamtbesitzung

ZI

WER

Lerncafé [Zielgruppe männlich 50+ arbeitslos]
Spezialreihe

• Repair-Café [EINMALIG] Interesse der Zielgruppe z.B. Gärtnern, Heimwerken, DIY

• Vortrag über Regionales z.B. Obstsorten, ... weitere themenspezifische Vorträge

→ Vorträge sind Impulse => Austausch im Fokus

ZIELE :
• Begegnung
• Austausch
• gegenseitige Hilfe
• Anreize schaffen
• Hinweise auf weitere Lernangebote

WERBUNG :
• eher „klassische“ Werbung als Internet o A1
↳ Flyer, Plakate in Kiosk, Sportverein, Gaststätten, Kirche, Feuerwehr, Dorffest, Baumarkt, Männerchor
• falls möglich: Radiowerbung

Prima!

Tou!

Abschluss

5

Take Away Notes & Blitzlicht

- Notieren Sie in Stichworten, was Sie aus dem heutigen Workshop mitgenommen haben.
 - Was möchten Sie im beruflichen Alltag ausprobieren?
 - Worüber möchten Sie berichten?

- Blitzlichtrunde: Wie ging es Ihnen heute im Workshop?



Danke für Ihre Aufmerksamkeit!



Dip. Päd. Lukas Heymann
Wissenschaftlicher Projektleiter
T +49 6131 28890-82
lukas.heyman@
stiftunglesen.de



Johanna Leck M. A.
Wissenschaftliche Projektleiterin
T +49 6131 28890-44
johanna.leck@
stiftunglesen.de