

Familienbildung der Zukunft: analog **und** digital!

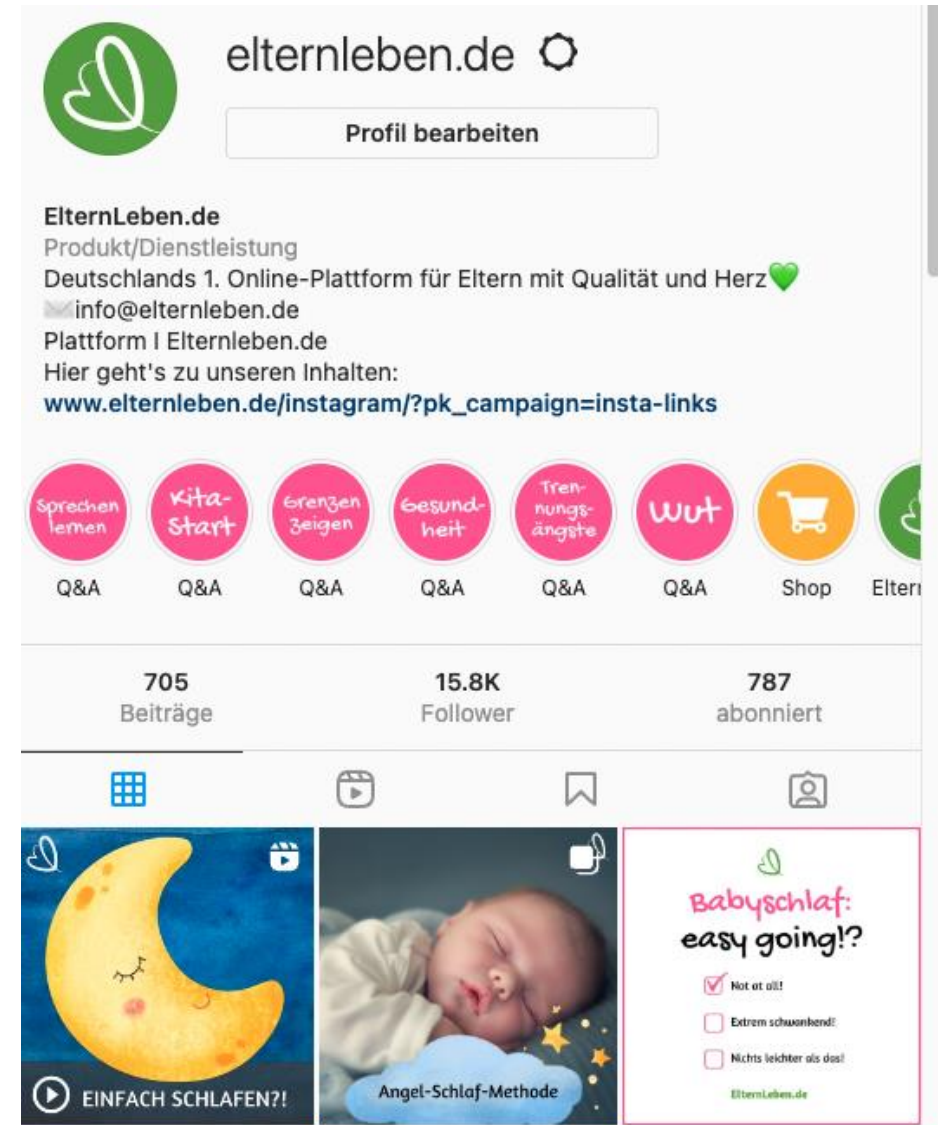


Fotos: Pixabay

Wie können wir Eltern für die „neue“ Familienbildung begeistern?

3 Thesen

- Öffentlichkeitsarbeit wird mehr und mehr zum Onlinemarketing – auch in der Familienbildung
- Gedrucktes Kursprogramm und Presseartikel waren gestern, denn Social Media – insbesondere Instagram - und gezieltes Newsletter-Marketing lösen die klassischen Formate der Teilnehmerwerbung ab
- Neue Kompetenzen und Personalressourcen sind erforderlich, um Content zu erstellen und Netzwerke/Teilnehmer*innen zu pflegen.



Jetzt wichtig: Digitale Angebote als Ergänzung zum Präsenzprogramm

Beispiele für die vier „Bs“ der Familienbildung

Bildung:

- Onlineseminare
- Live-Seminare auf Instagram
- Kleine Videos
- Info-PDFs

Bildung online ist für junge Eltern perfekt: abends, wenn die Kinder im Bett sind – Babysitter entfällt; ggf. Aufzeichnungen 24/7 abrufbar

Begleitung:

- Digitale Angebote *ergänzend* zum Kurs, z.B. Bastelvideo für zuhause
- Whats App-Gruppe, z.B. für Babykurse
- Regelmäßiger Newsletter an aktuelle und ehemalige Teilnehmende

Beratung:

- Individuelle Onlineberatung per Mail
- FAQ-Bereich auf Website
- Expertentalk mit Chat/Instagram
- Digitale Elternsprechstunden

Online-Beratungsformate sind für junge Eltern perfekt, weil gut erreichbar, ohne Warteliste, teilweise 24/7 verfügbar – und „mainstream“

Begegnung: **sehr begrenzte Möglichkeiten**

- Kontaktaufnahme in Breakouts möglich zur ersten Orientierung
- Zur Überbrückung im Onlinekurs, um sich bilateral zu verabreden

Familienbildungseinrichtungen als Häuser der Begegnung sind online nicht zu ersetzen!

Kosten für Familienbildung im Überblick

Hohe Kosten für analoge Angebote:

- Personal für Büro/Hausmeisterei
- Räume und Ausstattung
- Laufende Kosten für Unterhalt und Kursarbeit

Begrenzte Zusatzkosten für digitale Angebote:

- Technische Infrastruktur (Anschaffung/Erneuerung)
- Personalkosten für Koordinierung/Schulung
- Laufende Kosten für technische Tools

Für Beides:

- Personalkosten für fachliche Leitung, Kurse, Buchhaltung etc.
- Öffentlichkeitsarbeit/Marketing – **Achtung Verwirrungsgefahr:** die Printkosten für ein Kursprogramm (früher) sind die Socialmedia-Kosten von heute. So brauche ich in jedem Fall heute ein Instagram-Profil, ganz egal ob ich nur analoge oder auch digitale Angebote mache. Das, was auf Insta gezeigt oder gemacht (Live-Sprechstunden u.a.) wird, zahlt sowohl auf die analogen als auch auf die digitalen Angebote der Familienbildung ein

These: es entstehen nur begrenzt neue Kosten für digitale Angebote; Probleme sind nicht ausgelastete Räume und „falsches“ Personal. Es geht vor allem darum, eine Finanzierungsstrategie für den Übergang zu entwickeln



Foto:Pixabay

Einnahmequellen für Familienbildung

Bisherige Einnahmequellen für analoge Angebote:

- Trägerzuschuss
- Öffentliche Förderung
- Gebühreneinnahmen und Erstattungen
- Projektförderungen
- Spenden

These:

die Einnahmequellen für digitale Angebote bleiben gleich – aber die Anträge/Richtlinien/Marketing müssen weiterentwickelt und angepasst werden.

Refinanzierungsansätze für (zusätzliche) digitale Angebote:

- Trägermittel/Projektförderungen für Anschaffung der Technik (Einmalkosten/Investitionskosten)
- Angepasste Förderrichtlinien/Abrechnungsmodalitäten für Kurse u.a. Leistungen, damit auch digitale Angebote erfasst und gefördert werden können (Bsp. Erstattung durch Krankenkassen während Corona)
- **Neue Gebührenstruktur und attraktive Ermäßigungsmodelle, ggf. Mitgliedschaftsmodelle, Rabatte, Pakete/Elternphase etc. – ausprobieren und von erfolgreichen Digitalunternehmen lernen**



Foto: Pixabay

Gebührenmodelle – Beispiel Spotify

Mitgliedschaft: der Leistungsumfang steuert den Preis

1 Monat kostenlos

Einmalige Zahlungen verfügbar

Individual

Nach Ablauf des
Angebotszeitraums
9,99 €/Monat
1 Konto

- ✓ Musik ohne Werbeunterbrechungen
- ✓ Überall Musik hören – sogar offline
- ✓ Musik auf Abruf verfügbar

1 Monat kostenlos

Duo

Nach Ablauf des
Angebotszeitraums
12,99 €/Monat
2 Konten

- ✓ 2 Spotify Premium Konten für Paare, die unter einem Dach leben
- ✓ Musik ohne Werbeunterbrechungen hören, offline abspielen, auf Abruf verfügbar

1 Monat kostenlos

Family

Nach Ablauf des
Angebotszeitraums
14,99 €/Monat
Bis zu 6 Konten

- ✓ 6 Spotify Premium Konten für Familienmitglieder, die zusammen unter einem Dach leben
- ✓ Unangemessene Musik blockieren
- ✓ Musik ohne Werbeunterbrechungen hören, offline abspielen, auf Abruf verfügbar
- ✓ Spotify Kids: eine separate App speziell für Kinder

1 Monat kostenlos

Student

Nach Ablauf des
Angebotszeitraums
4,99 €/Monat
1 Konto

- ✓ Spezieller Rabatt für berechnigte Studierende an einer Hochschule
- ✓ Musik ohne Werbeunterbrechungen
- ✓ Überall Musik hören – sogar offline
- ✓ Musik auf Abruf verfügbar

Gebührenmodelle – Beispiel Weightwatchers:

Abonnement: inhaltliche Auswahl, Laufzeit steuert den Preis

Digital [Andere Mitgliedschaft wählen](#)

Verfolge deine Ziele mit der WW App und Tools wie Trackern für Mahlzeiten und Bewegung, 12.000+ Rezepten, Workouts und mehr, so wie es für dich und deinen Alltag am besten passt.

Dauer deiner Mitgliedschaft

BELIEBTESTES ANGEBOT: Nur 15 €/Monat!

12 Monate Digital

15,00 €/Monat*

Nur 15 €/Monat (statt 25 €)* ⓘ

Monatspreis	25,00 €
Du sparst heute	-10,00 €
Preis für den 1. Monat	15,00 €

6 Monate Digital

20,00 €/Monat*

Nur 20 €/Monat (statt 25 €)* ⓘ

3 Monate Digital

25,00 €/Monat*

25 €/Monat* ⓘ

Gebührenmodelle – Beispiel Gymondo

Mitgliedschaft: inhaltliche Auswahl, **Laufzeit** steuert den Preis

Fitness, an dich und dein Leben angepasst

Finde das perfekte Programm für dich und deinen Lifestyle.
Trainiere wann und wo du willst - auch offline!

50% Rabatt

12 Monate

6,49 €
pro Monat

Jährliche Abrechnung

- ✓ Perfekt für deine Traumfigur
- ✓ 77,99 € jährliche Abrechnung

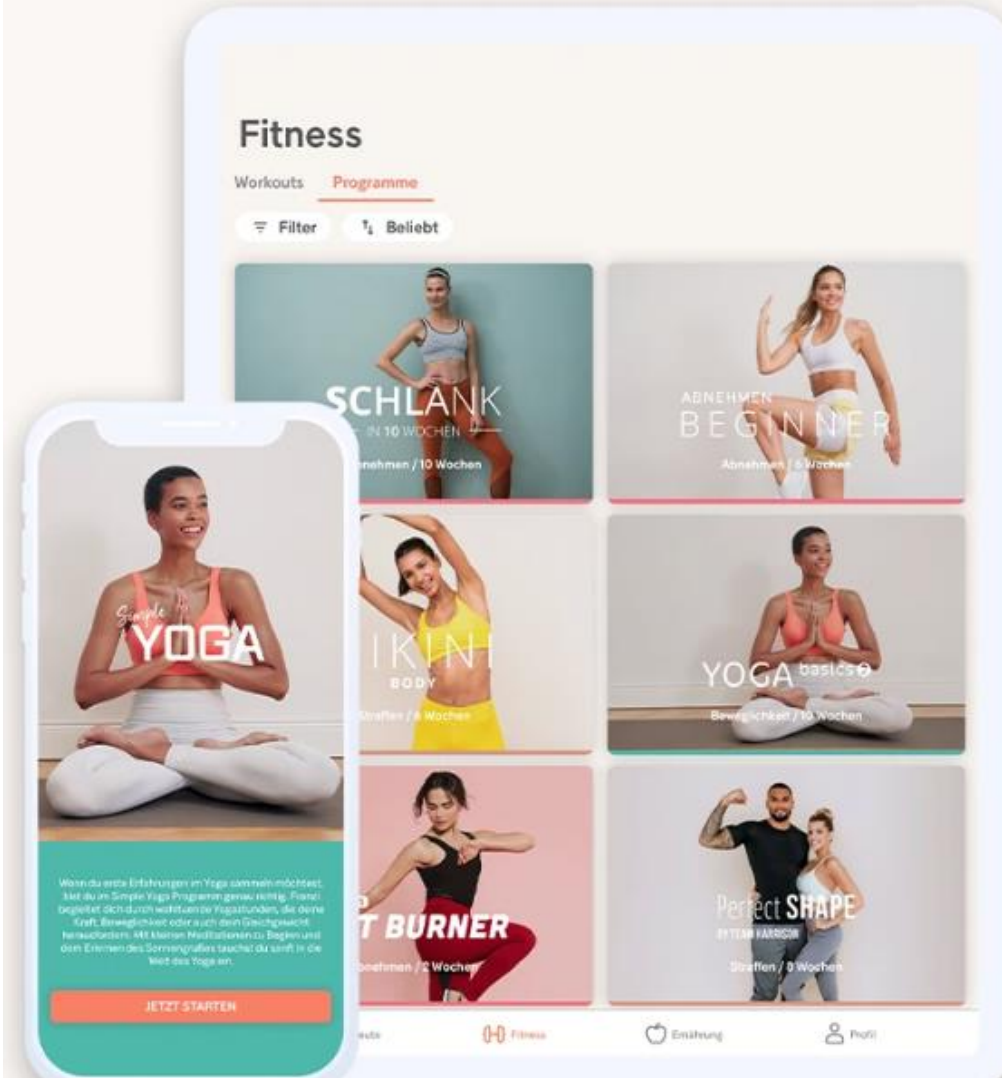
1 Monat

12,99 €
pro Monat

Monatliche Abrechnung

- ✓ Perfekt für volle Flexibilität
- ✓ 12,99 € monatliche Abrechnung

PAKET WÄHLEN



Gebührenmodelle – als Ergänzung zur Einzel-Kursbuchung

1. Themenpakete mit zielgruppenorientiertem Inhalt

Beispiel für Themenpakete – Vorsicht: einfach halten!

Preis abhängig von Inhalten/Leistungsumfang
Mögliche Themen:
Familienstart, aktive Väter, Entwicklung Baby,
Entwicklung Kleinkind, Selbstfürsorge...

Ermäßigung auf Anfrage möglich

Angebotsbeispiel Familienstart, Preis 80 €:

- 📧 6 Newsletter Wochenbett/Erste Monate
- 📧 Online-Elternsprechstunde „Babyschlaf“
- 📧 Rückbildungskurs (Online oder in Präsenz)

Gebührenmodelle – als Ergänzung zur Einzel-Kursbuchung

2a Mitgliedschaft, **kleines Paket** – „Bronze-Status“, „**Einsteiger**“ o.ä.

Beispiel für kleine Mitgliedschaft/Semester

€ 19,90
pro Semester

Ermäßigung auf Anfrage möglich

Angebotsbeispiele:

- 📧 6 Newsletter nach Alter d. Kindes)
- 📧 Freier Zugang zur monatlichen Online-Elternsprechstunde
- 📧 2 persönliche Online-Beratungen

Gebührenmodelle – als Ergänzung zur Einzel-Kursbuchung

2b Mitgliedschaft **großes Paket** – „Silber-Status“, „**Bestseller**“ o.ä.

Beispiel für große Mitgliedschaft/Semester

€ 49,90
pro Semester

Ermäßigung auf Anfrage möglich

Angebotsbeispiele:

- 📧 6 Newsletter nach Alter d. Kindes)
- 📧 Freier Zugang zur monatlichen Online-Elternsprechstunde
- 📧 1 Kursgutschein/Semester (evtl.nur ausgewählte Kurse)
- 📧 4 persönliche Online-Beratungen

Das Flatrate-Modell als Ergänzung zur Einzel-Kursbuchung

3. Jahresabo-Modell für Mitgliedschaften – „Gold-Status“, „Premium“ o.ä.

Beispiel für Flatrate – ein Abo für das ganze Jahr oder zeitlich begrenzt

€ 99,90
jährlich

bzw. kürzere Laufzeit/anderer Preis pro Monat/Halbjahr etc.

Ermäßigung auf Anfrage möglich

- 📖 Monatlicher Newsletter nach Alter des Kindes)
- 📖 Freier Zugang zur monatlichen Online-Elternsprechstunde
- 📖 Alle Kurse (analog und digital) inklusive
- 📖 unbegrenzte persönliche Online-Beratungen

Analyse vorhandener Themen/Formate als Planungsgrundlage

Aufgabenstellung Arbeitsgruppe „(Themen)pakete“

Arbeitsschritte:

**1. Welche Angebote werden besonders stark nachgefragt?
Welche Themen sind bei uns fachlich besonders gut besetzt?**

2. Welche Formate gibt es jetzt schon bei uns:

- Kurse
- Info-Abende
- Sprechstunden o.ä.
- Besondere Veranstaltungen (Familienbrunch...)
- Newsletter
- ...

3. Realitäts-Check: Welche Themenpakete (z.B. „Familienstart“ „aktive Väter“) könnten wir gut realisieren, weil Fachkräfte da sind und die Zielgruppe bereit zum Kauf wäre?

4. Modellpakete packen durchspielen/-rechnen: welche Modelle sind bei uns umsetzbar? Was müssten wir evtl. neu entwickeln, um ein attraktives Paket zu haben?



Foto: Pixabay

Kassensturz als Planungsgrundlage

Aufgabenstellung Arbeitsgruppe „Gebührenmodelle“

Arbeitsschritte:

1. Wie hoch sind (künftig) unsere Gesamtkosten/Jahr in €?

2. Wie sieht der bisherige Finanzierungsmix aus (%/€):

- Trägerzuschuss
- Öffentliche Förderung
- Gebühreneinnahmen und Erstattungen
- Projektförderungen
- Spenden

Wie viel Prozent der Einnahmen und in welcher Höhe (Euro-Betrag) erwirtschaften wir *derzeit* über Gebühren?

3. Zieldefinition: Welcher Betrag sollte im *neuen Gebührenmodell* (Einzelbuchungen plus Abo/Paketmodelle) erwirtschaftet werden?

4. Modelle durchspielen/-rechnen: welche Modelle sind bei uns umsetzbar? Wie viel könnte man damit erwirtschaften? Was macht eine Mitgliedschaft/ein Abo attraktiv im vgl. zur Einzelkursbuchung?



Foto: Pixabay