

## „ImZiel“- Partnerworkshop

Nürnberg, 22.6.06-23.6.06

### **Programm**

*Soweit nicht anders ausgewiesen finden alle Veranstaltungen im **Fabersaal (E 014)** des Bildungszentrums Nürnberg statt.*

#### Donnerstag, 22.6.2006

ab 10:30 Uhr	„Check-in“ im Foyer des Fabersaals
11:00 Uhr	Begrüßung (Prof. Heiner Barz)
11:15 – 13:00 Uhr	Strukturierter Erfahrungsaustausch (Moderation Dr. Ulrich Erhardt)
13:00 – 14:00 Uhr	<i>Mittagspause</i>
14:00 – 17:00 Uhr	Verstetigung und Vernetzung: Transfer, Tandembildung, Markterschließung (Moderation und Input: Dr. Ulrich Erhardt)
17:00 – 18:30 Uhr	Erfolgreiches Bildungsmarketing mit den Sinus-Milieus? Ein Blick von außen – Vortrag und Diskussion (Prof. Michael Bernecker <sup>1</sup> )
18:30 – 20:00 Uhr	<i>Abendessen (Vorschlag: Trattoria Cinecittà; Plätze sind reserviert)</i>
20:15 – 21:15 Uhr	Guided Citytour „Leben im mittelalterlichen Nürnberg“; Treffpunkt: Portal der Lorenzkirche

---

<sup>1</sup> Prof. Dr. Michael Bernecker leitet das Deutsche Institut für Marketing und lehrt an der FHDW Bergisch-Gladbach Marketing und Internationales Management; seit seiner wegweisenden Promotion zum Thema „Bildungsmarketing“ setzt er sich intensiv mit der Verschränkung von Marketing, Management und Bildung auseinander.

Freitag, 23.6.2006

9:00 – 12:00 Uhr	Textwerkstatt – milieubezogenes Texten (Günther Frosch)
12:00 – 12:30 Uhr	<i>Imbiss (Foyer des Fabersaals)</i>
12:30 – 13:00 Uhr	Präsentation im Plenum und Kommentierung der Ergebnisse der Textwerkstatt
13:00 – 14:00 Uhr	Das Instrument „Produktklinik“ in der Praxis der Marktforschung. Beispiele der Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg (Peter Brietsche, GfK <sup>2</sup> ) – Produktkliniken und Gruppendiskussionsverfahren im Weiterbildungskontext (Team LMU)
14:00-15:00	Rückblick und Ausblick: Matrix der Verstetigung, Vorbereitungen des Projektberichts (Band III; Prof. Rudolf Tippelt)

---

<sup>2</sup> Peter Brietsche organisiert seit vielen Jahren für Deutschlands ältestes und größtes Marktforschungsinstitut, die GfK Nürnberg, (Umsatz 2005: knapp 1 Mrd. Euro) Produktkliniken vor allem im Automobilsektor.