

ZAM marketing and awareness campaign

Eine Kooperation mit dem Bachelor Studiengang **International Business** an der Technischen Hochschule Georg Simon Ohm / Nürnberg, bei **Helen Rogers** (Head of Bachelor International Business) Helen.Rogers@th-nuernberg.de;

Nathalie Böhme; Leonie Polster; Sara Khamsei; Nick Spörlein (Studierende).

Begleitung ZAM: **Jochen Hunger** (Aufbau-Co-GF ZAM) jochen.hunger@betreiberverein.de

Ziel: Identify, reach and attract people to ZAM which are outside of our "bubble".

Bilgram / Rogers

TECHNISCHE HOCHSCHULE NÜRNBERG
GEORG SIMON OHM

1. ZAM (Zentrum für Austausch und Machen) marketing and awareness campaign

Objective: Identify, reach and attract people to ZAM which are outside of our "bubble".

Project Outline

- Creativity is required
- How to identify, reach and attract people to use the ZAM facilities!
- Who is our target group? People we may not even consider as "clients" at the moment, but who correspond to our claim of being there for everyone.
- Develop a marketing action plan with the Leadership Team
- Concept and business development
- Benchmarking
- Make your mark on this important community space!
- Active participation

Partner: Jochen Hunger

www.betreiberverein.de
MAKERSPACE+...

...a public space where you find tools and people with know-how to realize your projects, and to share experience.

Betreiberverein

- Open workshops
- Educational program / Schools
- Exhibition / Presentation
- Ateliers / Group space

Program

- Shop / Services / Start up
- Programs (Artist in residence)
- Cooperations (Festivals)
- Informal exchange

Building

- Safety (fire, access and circulation)
- Basic infrastructure (electricity, ...)
- Conversion by users

Financing

- Contribution in kind, by the city (space)
- City grant
- Grants & Sponsoring (third party)
- Own contribution margins:
 - Café
 - Own work
 - Sale of materials
 - Membership fee (12 EUR p.a.)

People and Groups

- Maker (Tinkerers, Nerds, ...)
- Artists
- Researchers
- "Free Radicals"
- Families
- Kindergarten & Schools
- Seniors
- Inclusion ...

2

Project Log (neueste Einträge oben):

12.12.2022

Vorstellung der Zwischenpräsentation

<https://cloud.betreiberverein.de/apps/files/?dir=/Dokumente/ZAM%20Marketing%20and%20Awareness%20Campaign%202022-23&fileid=103507>

31.10.22

Liebe Nathalie -

hier <https://wiki.betreiberverein.de/books/workshops/chapter/modellbauaktion-wie-sieht-ein-zam-fur-alle-aus> liegen die Ergebnisse unseres Workshops zu Nutzergruppen im ZAM. Die Dokumentation wird noch vervollständigt.

Euer Weg scheint mir erstmal völlig einleuchtend, schießt los.

Seht euch die Vorlage für die Personas an, wäre klasse, ihr würdet eure vergleichbar bauen.

Was die Personengruppen angeht: Ja, so könnte man beginnen. Die Startups sollen zu uns kommen, bevor sie Startups sind. Wenn es dann gut losgeht, dann sollen sie weiterziehen. Aber in einem frühen Stadium sicher. Was bislang niemand angeschaut hat: ob und wie ausländische Mitbürgerinnen und Mitbürger an so einem Begegnungsort wurzeln können und Einstiege in die Gesellschaft finden.

Auch denken wir darüber nach, Wiedereingliederer zu beschäftigen in den Werkstätten, also Leute, die zurück in einen Beruf finden wollen nachdem sie irgendwie Schiffbruch erlitten haben. Langzeitarbeitslose auch.

Die Selbstständigen sind für mich eine spezielle kleine eher elitäre Gruppe. Sehe ich jetzt nicht im Vordergrund.

Das ZAM wird über die Werkstätten hinaus Workshops anbieten, evtl gemeinsam mit oder über die vhs und die Jugendkunstschule. Wir sehen viele verschiedene, auch neue Formate, auf denen Know-how weitergegeben wird..

Auch informell, von Nutzer zu Nutzer. Beim Quatschen in der Lounge. Beim Kaffee. Und dann später auf einer unserer Projektflächen oder in einer der Werkstätten.

Es gibt niedrige Mitgliedsbeiträge, 12 EUR / Jahr.

Eher symbolisch. Die Finanzierung ist eher wie bei einer Bibliothek: Über die Kommune und Drittmitteln, aus Förderungen. Habe ich ja im ersten Meeting alles erzählt. So zahlen die Leute, die was machen wollen, erstmal wenig, hauptsächlich das Material.

Später wird es mal Maschinenbenutzungsgebühren geben, aber am liebsten immer moderat. Es ist ein öffentliches Angebot, das auf dem Konsens der Stadtgesellschaft beruht. Es ist politisch gewollt und hat das Vertrauen des Stadtrats und wird von den Bürgern angenommen, das wäre unser Ideal.

Gruß
Jochen

Am 31.10.2022 um 14:50 schrieb Natalie Böhme:

“ Hallo Jochen,

Wie angekündigt haben wir uns Gedanken gemacht, wie wir die Zielgruppen einteilen möchten, auf welchen basierend wir dann mithilfe der Umfragen Personas erstellen.

Unsere Segmentierung erfolgt dabei psychografisch, sprich, wir beschäftigen uns vorrangig mit Persönlichkeit, Lebensstil, Aktivitäten/Interessen der Personen. Wir möchten so sicherstellen, dass wir Gruppen identifizieren, welche passend zu eurem besonderen Ansatz sind. Fragestellungen sind in diesem Fall:

- Was motiviert die Nutzer?
- Welche Prinzipien/Werte vertreten unsere Nutzer?
- Wie treffen unsere Nutzer Entscheidungen

Unsere erste Idee für Personengruppen zu Befragung kommen aus den folgenden Bereichen:

- Start-Ups
- Studierende (FAU)
- Kunstschaffende
- Selbstständige
- Kinder/Jugendgruppen
- Senioren

Gib uns doch gerne kurz Rückmeldung, ob diese Gruppen für dich sinnvoll erscheinen.

Wir hätten außerdem noch ein paar Fragen, die uns für die Erstellung der Fragebögen noch weiterhelfen würde:

Gibt es konkrete Angebote vom ZAM selbst über die Werkstätten hinaus? (sprich z.B.: Kurse, Unterstützung im Projektmanagement, Workshop-Moderation o.ä.?)
Wie funktioniert die finanzielle Seite? (Gibt es Mitgliedsbeiträge o.ä.)

19.10.2022 (jhu)

Zoomtreffen

Inhalt: Kennenlernen

1 Information zum ZAM

- ◦ noch nicht offiziell eröffnet, da Umbau (Brandschutz, Barrierefreiheit) und Aufbau der Werkstätten und Projektflächen bis in die zweite Hälfte 2023 anstehen
- Funktion ZAM: Treffpunkt für alle; Anker im Quartier; Kooperation mit anderen Einrichtungen;

2 Information zum Rahmen der Arbeit

- ◦ Ende 11.22 Zwischenpräsentation
- 09. oder 16.01.2023 Präsentation der Ergebnisse

3 Ziele

- ◦ die Arbeit soll idealerweise dem ZAM Ergebnisse liefern, auf die aufgebaut werden kann. Ergebnis als Baustein.
- der Blick von außen auf das ZAM und die Wahrnehmung der Idee ZAM im jetzigen Stadium werden deutlicher. Idee: Befragungen in der Stadt, in Orten der Umgebung
- es ist für alle gut, wenn der "Arbeitsauftrag" klar umrissen ist.

4 Vorgehen

- ◦ Nathalie, Leonie und Nick "verarbeiten" den Input aus dem Treffen und kommen mit einem konkreteren Vorschlag auf ZAM (jhu) zu.
- nächstes Treffen mit Mitgliedern aus dem Kommunikationsteam (Katharina, ...)

