



Intensiv-Lehrgang

Marketing in NPO

INHALT

5	Marketing die Brücke zum Erfolg
6	Der Lehrgang
7	Das Programm
8	Die Dozierenden
9	Die Zielgruppe
9	Ihre Persönlichen Vorteile
10	Der Veranstalter
12	Organisatorisches

MARKETING - DIE BRÜCKE ZUM ERFOLG

Sehr geehrte Damen und Herren

Vereine, Stiftungen sowie Genossenschaften verfügen nicht nur über zahlreiche, sondern auch über sehr vielfältige Beziehungen zu ihren Mitgliedern, Sektionen, Kunden, Kooperationspartnern, Gönnern, Spendern, Subventionsgebern, aber auch zur Öffentlichkeit. Um als Nonprofit-Organisation (NPO) erfolgreich zu sein, müssen diese Beziehungen gezielt gepflegt werden.

Das Freiburger Management-Modell für Nonprofit-Organisationen (FMM) basiert auf einem marketingorientierten Ansatz. Die systematische Pflege der «Marketing-Brücken» zu den Austauschpartnern einer NPO ist dabei eine der zentralen Aufgaben eines erfolgsorientierten Managements. Diese Einsicht resultiert aus über 30 Jahren Erfahrung in der Forschung und Beratung von NPO.

Der Spezial-Lehrgang Marketing vermittelt die wichtigsten Methoden, Techniken und Instrumente eines zeitgemässen, speziell auf NPO ausgerichteten Marketings. Aktuellste, wissenschaftliche Erkenntnisse werden dabei ebenso präsentiert wie viele praktische Erfahrungen.

Wir würden uns freuen, Sie am nächsten Spezial-Lehrgang Marketing begrüssen zu dürfen.

Mit besten Grüssen



Hans Lichtsteiner



Prof. tit. Dr. Hans Lichtsteiner
Lehrgangsleiter

DER LEHRGANG

Der Inhalt

Wird Marketing-Wissen auf den NPO-Bereich übertragen, muss der Marketing-Begriff weiter gefasst werden als im Profit-Bereich. Er umfasst die bewusste Pflege aller wesentlichen Austauschbeziehungen einer NPO, im Input-, Innen- und Output-Bereich. Am VMI wurde als Teilbereich des Freiburger Management-Modells für Nonprofit-Organisationen ein spezielles Marketing-Management für NPO entwickelt. Es dient als Leitfaden durch die ganze Lehrgangswoche. Vertieft behandelt werden neben der Erarbeitung eines Marketingkonzepts und der Marketing-Planung die Themen Markt- und Meinungsforschung, Marketing-Kommunikation, Dienstleistungs- und Mitgliedermarketing, Lobbying, Public Relations und der Umgang mit den Medien.

Die Methodik

Referate, begleitet von ausführlichen Lehrgangsunterlagen, vermitteln den Teilnehmenden das nötige Grundwissen. In Gruppenarbeiten und praktischen Übungen können sie das erworbene Wissen am Fallbeispiel selbstständig anwenden und vertiefen.

Die praktische Anwendung des Stoffes ermöglicht eine laufende Selbstkontrolle über den persönlichen Kenntnisstand. Die ausführliche Lehrgangsdokumentation mit ihren praktischen Anleitungen für die tägliche Arbeit ist ein Markenzeichen der VMI-Lehrgänge.

Die Lehrinhalte werden laufend den Entwicklungen der Wissenschaft und Praxis angepasst. Zudem erhalten die Teilnehmenden mit dem Buch „Marketing für Verbände und weitere NPO“ eine in der Praxis vielfach und bestens bewährten Heuristik, wie zukunftssträchtige Marketing-Strategien zu entwickeln sind.

DAS PROGRAMM

Montag

- Vom Profit-Marketing zum NPO-Marketing
- VMI-Marketing-Konzept
- Die operative Marketing-Planungssequenz
- Fallbeispiel: Marketing-Konzept

Dienstag

- Marktforschung
- Marketing-Kommunikation
- Online-Kommunikation

Mittwoch

- Lobbying
- Mitgliedermarketing

Donnerstag

- Dienstleistungsmarketing
- Direct Marketing
- Kooperative Werbung als Verbandswerbung

Freitag

- Umgang mit den Medien
- Zusammenfassung

DIE DOZIERENDEN



Hans Lichtsteiner

Prof. tit. Dr. | Inhaber und Geschäftsführender Partner der Beratungsfirma verbandsberatung.ch ag und Lehrgangsteiter.



Urs Bieri

Mitglied der Geschäftsleitung beim Forschungsinstitut gfs.bern und Lehrer an der Kalaidos Fachhochschule für wissenschaftliche Arbeiten.



Mathias Morgenthaler

Wirtschaftsredaktor beim „Bund“ und Inhaber der Wortwirkung GmbH.



Urs Bumbacher

Professor für Intern. Management am AIT in Thailand und an der Fachhochschule Ostschweiz.



Nathalie Maring

Projektmitarbeiterin am VMI. Dissertation über das Thema Verbandskommunikation.



Stéphane Gay-Lang

Mitglied der Geschäftsleitung bei der Alnovis in Horw/Luzern und Leiter des Geschäftsbereichs Fundraising.



Martial Pasquier

Prof. Dr. | Professor für Public Management und Marketing am Institut de hautes études en administration publiques (IDHE-AP).

DIE ZIELGRUPPE

- Geschäftsführende, die mit der Konzipierung von Marketing-Aktivitäten betraut sind.
- Verantwortliche für den Bereich Marketing, deren Stellvertretende sowie Assistent/-innen.
- Mitarbeiter/-innen, die sich bei ihrer täglichen Arbeit intensiv mit Marketingfragen befassen.

IHRE PERSÖNLICHEN VORTEILE

Absolventen und Absolventinnen des Intensiv-Lehrgangs

- erhalten eine systematische Einführung in das Marketing von Nonprofit-Organisationen.
- können nach der Lehrgangswoche Marketing-Aktivitäten sowohl auf einer konzeptionellen wie operativen Ebene planen und umsetzen.
- lernen die wesentlichen Methoden und Techniken des Marketings kennen.
- können die Marketing-Instrumente gezielt und sinnvoll einsetzen.

DER VERANSTALTER

Das Verbandsmanagement Institut (VMI) der Universität Freiburg/CH wurde 1976 gegründet und gehört zu den Pionieren in der internationalen NPO-Forschung. 1999 wurde das Institut vom Staatsrat des Kantons Freiburg zum Kompetenzzentrum der Universität Freiburg und der Schweizer Hochschullandschaft ernannt.

Ein Kompetenzzentrum ist in der Schweiz wie international einzigartig, weist eine überdurchschnittliche Grösse im gesamtschweizerischen Vergleich in Bezug auf Studierendenzahlen, Forschungskapazität, Weiterbildungsangebote bzw. Volumen an Drittmitteln auf und genießt auch international hohes Ansehen.

Seit über 40 Jahren steht den Führungskräften von Vereinen, Stiftungen, Verbänden, Genossenschaften und weiteren NPO mit dem VMI eine Forschungs-, Weiterbildungs- und Beratungsinstitution zur Verfügung, die wissenschaftlich fundiertes Rüstzeug für sachlich überzeugende und ökonomisch zweckmässige Lösungen von Management-Aufgaben bereit zustellen vermag. Die universitäre Einbettung und die Aufsicht durch die Fakultät gewährleisten die Qualität und Anerkennung der VMI-Weiterbildung.



ORGANISATORISCHES

Anmeldung

Zur Anmeldung verwenden Sie bitte das beiliegende Anmeldeformular. Sie erhalten danach eine Anmeldebestätigung. Die Anmeldungen werden nach ihrem Eingangsdatum berücksichtigt. Die Zahl der Teilnehmenden ist beschränkt.

Lehrgangsbestätigung

Nach Abschluss des Lehrgangs wird Ihnen eine Bestätigung über den Besuch des Lehrgangs ausgestellt. Eine Abschlussprüfung findet nicht statt.

Lehrgangsgebühren

Förderer des VMI: 2600.– CHF | 2600.– EUR*
Nicht-Förderer: 2800.– CHF | 2800.– EUR*

In den Lehrgangsgebühren sind die ausführliche Lehrgangsdokumentation, die Fachliteratur sowie ein Ausflug inbegriffen. Die Lehrgangsgebühren sind 30 Tage vor Lehrgangsbeginn zu begleichen. Wird ein Lehrgang nicht durchgeführt, so werden bereits einbezahlte Lehrgangsgebühren vom VMI vollumfänglich rückerstattet.

Hotelkosten

Zusätzlich zu den Lehrgangsgebühren ist mit Hotelkosten von ca. CHF 215.– pro Tag zu rechnen (Vollpensionspauschale). Die Unterbringung im Lehrgangshotel trägt viel zur guten Atmosphäre in unseren Lehrgängen bei. Für Personen, die nicht im Lehrgangshotel untergebracht sind, fällt eine Hoteltagespauschale von ca. CHF 80.– pro Lehrgangstag an.

Annulationsbedingungen

Wird eine Anmeldung zu einem VMI-Lehrgang weniger als zwei Wochen vor Lehrgangsbeginn zurückgezogen, erlauben wir uns, für die entstandenen Kosten eine Bearbeitungsgebühr von 20% der Lehrgangsgebühren zu erheben.

* Wir behalten uns vor, die Euro-Preise bei starken Kursschwankungen anzupassen.



**nonprofit
but management.**



Verbandsmanagement Institut (VMI)
Universität Freiburg/CH
Boulevard de Péroilles 90
CH-1700 Freiburg

Telefon +41(0)26 300 84 00
Fax +41(0)26 300 97 55
E-Mail info@vmi.ch
Web www.vmi.ch