

Profit for Non-Profits Seminar zum Lobbying für die Wissenschaft

12. - 14. November 2003, Hamburg

Veranstalter: Pro Wissenschaft e.V. in Zusammenarbeit mit golin wissenschaftsmanagement und der Akademie für Publizistik e.V.

Zum Thema

Der Begriff „Lobbying“ löst unterschiedliche Vorstellungen aus: Manch einer denkt an katzbuckelnde Vertreter, die in den Vorzimmern der Macht oder Hinterzimmern der Parlamente antichambrieren bzw. an gutvernetzte PR-Agenten, die in teuren Restaurants lukrative, aber halbseidene Deals aushandeln. Oder weckt der Begriff bei Ihnen eher die Assoziation mühsamen Klinkenputzens?

Richtig ist, dass es beim Lobbying um systematische Arbeit statt um kulinarische Höhepunkte geht. Ziel des Lobbying ist es, die eigene Institution im Bewusstsein der wichtigen „Stakeholder“ richtig zu positionieren. Es geht den Aufbau von Beziehungen, um Interessensvertretung und um die Mitwirkung bei politischen oder finanziellen Entscheidungen. Lobbying ist also Umfeldaktivierung. Doch wie entwickelt man hierfür professionelle Strategien und welche erprobten Instrumente stehen zur Verfügung, um einmal gesetzte Ziele zu verfolgen? Wie bindet man Verbündete ein? In hierarchie-aversen „Experteninstitutionen“ kommt noch hinzu, dass ein „internes Lobbying“ vorausgehen muss, bevor das Umfeld erfolgreich angesprochen werden kann?

Praxiserfahrenere Referenten behandeln diese Fragestellungen in unserem Seminar „Profit for Non-Profits“ und vermitteln Ihnen eine Grundlage für professionelles Lobbying.

Teilnehmer

Das Seminar richtet sich an [leitende] Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus Hochschulen und anderen wissenschaftlichen oder Bildungseinrichtungen, die mit Marketing, Public Relations, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising oder Lobbying befasst sind. Angesprochen sind insbesondere die Pressestellen, die Stabsstellen der Rektoren und Präsidenten und die Weiterbildungsreferate. Um eine intensive Arbeitsatmosphäre herzustellen, ist die Teilnehmerzahl auf 16 begrenzt.

Seminarziele

Das Seminar hat einen praxisorientierten Zuschnitt; Vortrag und Workshop-Anteile wechseln sich ab. Nach dem Besuch des Seminars kennen die Teilnehmer die wesentlichen Werkzeuge einer qualifizierten Lobbyarbeit. Sie haben einen Überblick erworben, wie sich fundiertes Themenmanagement und professionelle Kommunikationsmöglichkeiten systematisch zu einer Einheit verbinden lassen, und wissen, wie Meinungsführer für gemeinsame Aktionen gewonnen werden können.

Im Vorfeld des Seminars werden die angemeldeten Teilnehmer zu ihrem spezifischen Bedarf befragt.

Arbeitsprogramm

12. November 2003, ab 19.00 Uhr

- Gemeinsamer Imbiss und Impulsreferat
im Hotel Baseler Hof Esplanade Hamburg

13. November, 9.00 - 17.00 Uhr

- Wer sind unsere Kunden? [Lokal/regional/überregional]
- Durchgängige Kundenorientierung als Prozess:
Customer Relations Management erfordert aktive Interaktion
Arbeitsgruppen
- Das Besondere von hierarchie-aversen Institutionen
- Einführung ins Lobbying:
Wie aktiviere ich das Umfeld meiner Institution zu einer
interessierten Einstellung?
Arbeitsgruppen
- Internes Lobbying
Arbeitsgruppen

14. November, 9.00 - 15.00 Uhr

- Kampagnen-Management
Arbeitsgruppen
- Eventisierung
- Wirtschaft und Politik als besondere Zielgruppen
Arbeitsgruppen
- Wenn finanzielle und personelle Ressourcen knapp sind...
- Die Praxis erfolgreicher Lobbyarbeit:
Was die Teilnehmerinnen und Teilnehmer demnächst umsetzen wollen

Hinweis

Die genaue Gewichtung der Themen wird mit Blick auf die spezifischen Bedürfnisse der angemeldeten Teilnehmer und deren institutionelle Herkunft festgelegt.

Tagungsleitung

Dr. Simon Golin/golin wissenschaftsmanagement, Hamburg

Referenten

- **Uta-Michaela Dürig**/RWE Solutions AG, Leiterin Unternehmens- und Marketingkommunikation, Frankfurt am Main
Nach verschiedenen Tätigkeiten in Tageszeitungen arbeitete Uta-Michaela Dürig als Pressesprecherin des Berliner Senats. Sie war anschließend Pressestellenleiterin verschiedener Unternehmen. Seit 1999 leitet sie den Bereich Unternehmens- und Marketing-Kommunikation der RWE Solutions AG, Frankfurt am Main. Uta-Michaela Dürig ist Dozentin an der Berliner Journalistenschule und veröffentlichte Beiträge zu den Themen Corporate Identity, Change Management und Issue Management. Sie erhielt im Jahre 2002 mit der „Goldenen Brücke“ in der Kategorie Kommunikationsmanagement die höchste PR-Auszeichnung im deutschsprachigen Raum.
- **Klaus-Michael Erben**/K.meik • Gesellschaft für integrierte Kommunikation, Eppstein
Klaus-Michael Erben hat in zahlreichen Positionen in Politik und Wirtschaft gearbeitet, zum Beispiel als Referent für Öffentlichkeitsarbeit des Niedersächsischen Ministers für Wirtschaft und Verkehr und als Pressesprecher der IBM Deutschland GmbH. Er war Mitglied der Geschäftsführung und

Leiter Marketing und Kommunikation der heutigen CSC
PLOENZKE AG, Wiesbaden, sowie Mitglied des Vorstandes der
Talking.net AG, Ettlingen/Erfurt.

Im Jahre 2001 hat er K.Meik gegründet. K.Meik übernimmt
marketingbezogene Dienstleistungen, unter anderem
Markenbildung und -bilanzierung, PR-Konzepte und Sales-
Support-Maßnahmen.

- **Dr. Simon Golin**/golin wissenschaftsmanagement, Hamburg
Seit über dreizehn Jahren ist Dr. Simon Golin im Wissenschafts-,
Bildungs- und Dialogmanagement tätig, so unter anderem als
Geschäftsführer des Deutschen Studienpreises bei der Körber-
Stiftung in Hamburg und als Generalsekretär des vom
Bundeskanzler berufenen Nationalen Ethikrates in Berlin.
Ende 2002 hat er golin wissenschaftsmanagement gegründet.
Die Kernaktivitäten von golin wissenschaftsmanagement liegen in
den Bereichen Strategie und Konzeption sowie
Projektentwicklung und -management. Zu den Arbeitsfeldern
zählen Organisations- und Personalentwicklung, Marketing,
Lobbying und Fundraising, Eventmanagement und Moderation.
- **Susann Morgner**/Humboldt-Universität zu Berlin, Leiterin der
Pressestelle

Kooperationspartner

- Pro Wissenschaft e.V.
- Akademie für Publizistik e.V., Hamburg
- golin wissenschaftsmanagement, Hamburg

Wir danken der Robert Bosch Stiftung GmbH, Stuttgart, für die
Förderung des Seminars.

Rückantwort

Anmeldung

Zum Seminar „Profit for Non-Profits – Lobbying für die Wissenschaft“ vom 12. bis 14. November 2003 in Hamburg, melde ich die folgenden Personen an. Die Teilnahmebedingungen werden hiermit anerkannt.

Person

Titel/Vorname/Name

Funktion

Institution

Straße

PLZ/Ort

Telefon

Telefax

E-Mail

Web

Die Teilnahmebedingungen werden hiermit anerkannt.

.....

Ort, Datum

.....

Unterschrift

P.S.: Sie können die Anmeldung auch zufaxen
[telefax +49/40/28 00 76 99]

Adresse

golin wissenschaftsmanagement
Steindamm 3, D-20099 Hamburg

Kontakt

golin wissenschaftsmanagement
Steindamm 3
D-20099 Hamburg
telefon +49/40/28 00 76 76
telefax +49/40/28 00 76 99
e-mail dialog@golin.net
web: www.golin.net

Termin

Start: 12. November 2003, 19.00 Uhr
Ende: 14. November, 15.00 Uhr

Teilnahmegebühr: 350,- €

Arbeitsunterlagen sowie der gemeinsame Imbiss am Vorabend sind im Preis enthalten.

Anmeldung

Bitte richten Sie Ihre Anmeldung per Anmeldekarte an:

golin wissenschaftsmanagement
Steindamm 3
D-20099 Hamburg
telefax +49/40/28 00 76 99

Tagungsort

Akademie für Publizistik
Warburgstraße 8 – 10; D-20354 Hamburg

Übernachtung

Nach Anmeldung erhalten Sie eine Liste von kostengünstigen Hotels in der Nähe des Tagungsortes zugeschickt.

Teilnahmebedingungen

Da die Teilnehmerzahl begrenzt ist, sollte die Anmeldung frühzeitig erfolgen. Nach der Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und die Rechnung.

Überweisen Sie bitte den Rechnungsbetrag innerhalb von 14 Tagen. Eine Stornierung ist bis zum 5. Oktober 2003 kostenfrei; bis zum 19. Oktober 2003 werden bei Abmeldung 50 % der Teilnahmegebühr erhoben.

Bei späteren Absagen ist die gesamte Teilnahmegebühr fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Die Absage des Seminars und die Änderung des Programms, insbesondere bei Wechsel von Referenten, bleibt vorbehalten. Bei Absage des Seminars wird die bereits gezahlte Teilnahmegebühr erstattet. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen.