



Für Sie gelesen

Nr. 3, Newsletter 3/2003

Marketing

Walter Fischer: Sozialmarketing für Non-Profit-Organisationen. Ein Handbuch
Orell Füssli Verlag, Zürich. 2000. 176 S. Fr. 49.--.

W. Fischer hat Marketingerfahrung in der Privatwirtschaft gesammelt, bevor er in den Nonprofit-Sektor wechselte. Ziemlich provokativ stellt er die Effizienz sozialer Institutionen in Frage und verlangt von diesen eine klare Marketinghaltung, d.h. ein Denken, das von den Bedürfnissen und Erwartungen der Kunden ausgeht und nicht vom «Selbsterhaltungstrieb» der Institution. Als logische Folge tritt er dafür ein, dass nicht mehr Institutionen subventioniert werden, sondern dass die betroffenen Personen in die Lage versetzt werden, aus den Angeboten auszuwählen und sie selber zu bezahlen. Breiten Raum nimmt im Buch das Vorgehen bei der Erstellung einer Marketingstrategie und einer Marketingorganisation für eine NPO ein. Ein anregender und hilfreicher Einstieg in die Thematik für haupt- und ehrenamtliche Führungskräfte von NPO, und zwar nicht nur im sozialen Sektor!

Robert Purtschert: Marketing für Verbände und weitere Nonprofit-Organisationen

Verlag Paul Haupt, Bern-Stuttgart-Wien. 2001. 576 S. Fr. 68.00.

Das Buch von R. Purtschert ist gegenüber der Darstellung von Fischer schon vom Umfang her wesentlich anspruchsvoller. Es hat den Charakter eines Lehrbuches. Praktiker werden es wohl kaum von der ersten bis zur letzten Seite in einem Zug durchlesen, sondern es eher als Nachschlagewerk für verschiedene Fragestellungen verwenden, was dank einem stark gegliederten Inhaltsverzeichnis problemlos möglich ist. Marketing wird hier sehr weit verstanden, es umfasst z. B. auch die «Beschaffung» von ehrenamtlich tätigen Führungskräften oder von freiwilligen Helferinnen und Helfern, die Mittelbeschaffung oder etwa das Marketing innerhalb einer NPO. Bevor der Autor tiefer in die Marketing-Thematik einsteigt, bietet er in den einleitenden Kapiteln neben mehr theoretischen Überlegungen eine gute Übersicht über die Besonderheiten einer Nonprofit-Organisation. Besonders wer mit der Philosophie des VMI in Freiburg bereits etwas vertraut ist, wird diese Ergänzung der VMI-Literatur begrüßen und viele Anregungen finden.



Dr. Jürg Rohner

juerg.rohner@nonprocons.ch

NonproCons

Association Management

Fundraising + Sponsoring

Picassoplatz 4, 4052 Basel

Fon +41 61 278 93 93 • Fax +41 61 278 93 96

<http://www.nonprocons.ch>

sekretariat@nonprocons.ch