

Weiterbildungs-Workshop

**Regionales Marketing für die
Düsseldorfer Sommeruniversität**
am Beispiel der Vortragsreihe „Psychosomatik aktuell“



Düsseldorf



16.03.2005

Astrid von Oy, M.A.

Institut für Internationale Kommunikation e.V.

www.iik-duesseldorf.de

**Was ist die Düsseldorfer
Sommer-Universität (DSU)?**

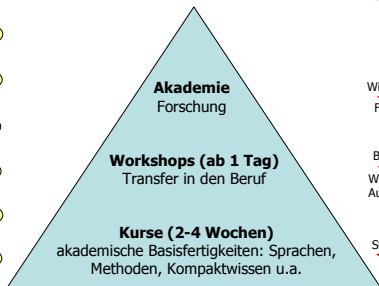


- Weiterbildungsangebot unter dem Motto „Weiterbildung für Studium und Karriere“
- Zielgruppe: Berufstätige, Führungskräfte, Postgraduierte, Doktoranden, fortgeschrittene Studierende aus dem In- und Ausland
- Kooperation von HHUD und IIK seit 2002
- Organisation und finanzielle Abwicklung durch das IIK
- Finanzierung durch Kursgebühren sowie Fördermittel der HHUD und des IIK
- Überschüsse fließen an die HHUD bzw. an die beteiligten Institute (für Lehr- und Forschungszwecke)

Düsseldorfer Sommer-Universität (DSU)

Beiprogramm

- Tagungen
- Vorlesungen
- Ausstellungen
- Empfänge
- Exkursionen
- Parties

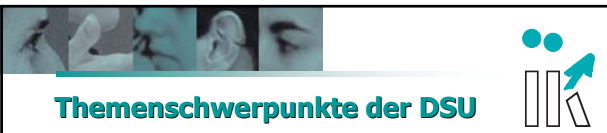


Hauptzielgruppen

Wissenschaftler, Experten
Forschung, Innovation

Berufstätige, Lehrer
Wissenschaft anwenden,
Aufbaustudium

Studierende, Akademiker
Grundlagen erwerben



Themenschwerpunkte der DSU

Sprachkurse

- Lehrer- und Dozentenfortbildungen
- Kommunikationstrainings und Personalentwicklung
- Kultur, Gesellschaft, Geschichte
- Medizin, Naturwissenschaft, Technik

Copyright 2005 IKK Düsseldorf



Marketingreichweite DSU



überregional
international
regional

Copyright 2005 IKK Düsseldorf

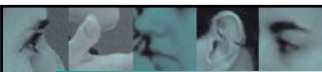


Marketingebenen



Sommeruni gesamt
Fachbereich
Kurs

Copyright 2005 IKK Düsseldorf



Regionales DSU-Kursmarketing „Psychosomatik aktuell“

- Vortragsreihe August bis Oktober, 1 x Woche 17:00 - 18:30 h
- 8 Vorträge von Angehörigen des Psychosomatischen Instituts der HHUD unter der Leitung von Prof. Luciano Alberti
- Themenauswahl: Essstörungen, Psychosomatik des Brustkrebses, Traumatische Reaktionen als Ursache psychosomatischer Erkrankungen, Psychosomatik im Kindesalter ...

Copyright 2005 IKK Düsseldorf



Vergleich 2003 - 2004

2003

- kostenlos, keine gesonderte Betreuung durch das IKK
- 5 bis 15 Teilnehmer pro Termin
- TN: mehr allgemein Bildungsinteressierte, weniger Fachleute
- einzelne Vorträge fielen aus oder wurden verlegt

2004

- € 50,- für die Reihe oder € 10,- je Einzelvortrag
- 50 Teilnehmer ganze Reihe (+ 20 TN pro Termin)
- TN: überwiegend Fachpublikum
- kein Vortrag fiel aus
- Freiwilliges Fortbildungszertifikat der Ärztekammer Nordrhein

Copyright 2005 IKK Düsseldorf



Rückblick auf 2003

- keine Gebühren, kein Honorar für Referenten
- kein Budget für veranstaltungsbezogenes Marketing
- kein Budget für spezielle Pressearbeit

Copyright 2005 IKK Düsseldorf



Marketingplan 2004

- Interessenten aus 2003 wieder ansprechen
- Fachpublikum stärker, allgemeine Bildungsinteressierte weniger ansprechen
- Marketingstrategie: Expertenwissen zu günstigen Preisen und bei verbessertem Service

Copyright 2005 IKK Düsseldorf



Marketing-Maßnahmen

- frühzeitige Einstellung des Angebots ins Internet
- Anschreiben aller Interessenten/Teilnehmer Vortragsreihe 2003 (Quelle: DSU-Datenbank)
- E-Mailingaktion an alle Interessenten für DSU-Bereich „Medizin“, die Infos wünschten (259)
- Recherche und Kontaktierung von 30 Beratungsstellen in Düsseldorf, Aachen, Köln und Mönchengladbach (Jugendämter, Kinderschutzbund, Krankenhäuser, Gesundheitsämter)
- Suchwortwerbung (regional begrenzt)
- Verteilung Kursinfoblätter über Referenten
- „Mund-zu-Mund“ Propaganda

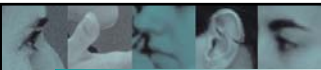
Copyright 2005 IKK Düsseldorf



PR-Arbeit

- Pressekonferenz der HHUD
- Empfang zur Eröffnung der DSU am 08.07.04 (Infoveranstaltung zur DSU)
- Pressemitteilungen an regionale Zeitungen
- sehr wirkungsvoll: Veranstaltungshinweise sind sowohl für die ganze Vortragsreihe als auch für einzelne Veranstaltungen veröffentlicht worden
- Hochschulradio sendete Interview mit dem fachlichen Leiter, Prof. Alberti
- Tag der Forschung am 14.11.04 für DSU 2005

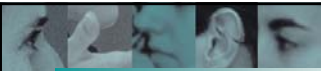
Copyright 2005 IKK Düsseldorf



Qualitätssicherung vor und während der Veranstaltung

- Fragen per Telefon und E-Mail beantworten
- Anmeldungen buchen
- Zahlungsstände kontrollieren
- persönliche Begrüßung vor Ort (wichtig sowohl für TN als auch für Referenten!)
- Ansprechpartner während der Veranstaltung: technische Probleme, Fragen aller Art
- Anwesenheitsliste bei jeder Veranstaltung
- Abendkasse vor Ort
- personalisierte Teilnahmebescheinigungen mit Hinweis auf Fortbildungspunkte der Ärztekammer Nordrhein

Copyright 2005 IKK Düsseldorf

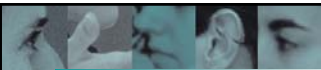


Impressionen

Vortrag: „Psychosomatische Aspekte körperlicher Erkrankungen“ am 17.08.04 mit Prof. Alberti



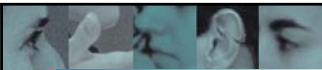
Copyright 2005 IKK Düsseldorf



Qualitätssicherung nach der Veranstaltung

- Organisation der Referentenunterlagen
- Nachbetreuung durch Verschickung von Materialien z.B. bei Verhinderung bei einem Termin
- Honorar für Referenten (je € 100,- pauschal)
- Rentabilität, Kosten Controlling
- Evaluation an alle Teilnehmer (TN)
- Auswertung der Evaluation
- Verschickung der zusammengefassten Evaluation an alle TN und Referenten

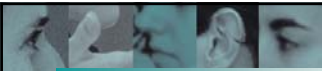
Copyright 2005 IKK Düsseldorf



Evaluationsergebnisse

- ca. 50% der TN haben sich an der Evaluation beteiligt
- insgesamt sehr erfreulich bewertet
- Referenten Gesamtdurchschnittsnote betrug 1,80
- Lob für gute Organisation
- Räumlichkeiten und die Uni kamen nicht so gut an
- 95 % der TN kamen aus beruflichem Interesse
- Verbesserungswünsche in Hinblick auf die ausgeteilten Materialien
- viele wünschen sich vertiefende Weiterbildungsmaßnahmen

Copyright 2005 IKK Düsseldorf



Der Erfolg der Vortragsreihe „Psychosomatik aktuell“ 2004:

- Das regionale Marketing hat mit kleinem Aufwand große Wirkung gezeigt.
- Die Kostenpflichtigkeit hat ein Budget für gezieltes Marketing ermöglicht.
- Bessere Betreuung der Reihe bzw. Referenten (inkl. Honorar) haben zur Qualitätssicherung der Veranstaltung beigetragen.
- Die Veranstaltung ist zwar noch nicht voll kostendeckend, da der Verwaltungsaufwand bei vielen Einzelveranstaltungen höher ist als bei einer durchgehenden Weiterbildung, aber ein erster Schritt ist gemacht.

Copyright 2005 IKK Düsseldorf



Perspektiven, Strategien, Ziele

- | | |
|--|--|
| <p>A) Veranstaltungsprofil</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ Vertiefungsseminare anbieten zu einzelnen Themen ➢ Zielgruppe enger definieren => Spezialisten ansprechen | <p>B) Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ frühzeitige Aktionen ➢ Veranstaltung durch Infozettel innerhalb der HHUD besser bewerben ➢ gezieltes Marketing für einzelne Themenbereiche z.B. hier „Medizin, Naturwissenschaft, Technik“ |
|--|--|

Copyright 2005 IKK Düsseldorf



Kontakt

Astrid von Oy, M.A.
Institut für Internationale Kommunikation e.V.
Universitätsstr. 1, 23.31
40225 Düsseldorf
Tel: 0211-81 1 51 82
vonoy@iik-duesseldorf.de
www.iik-duesseldorf.de

Copyright 2005 IIK Düsseldorf
