

## **Fachtagung des W.-Bertelsmann-Verlages**

Bielefeld (sch). Darf man das? Bildung verkaufen, sie als Dienstleistung feilbieten? Marketing betreiben? "Man muss", sagt Michael Bernecker vom Deutschen Institut für Marketing. Und zwar frühzeitig. "Wenn die Städte erst darüber nachdenken, Volkshochschulen oder Musikschulen dichtzumachen, ist es zu spät", mahnt Bernecker die 280 Teilnehmer der Tagung "Perspektive Bildungsmarketing".

Der W.-Bertelsmann-Verlag hat die Tagung organisiert - und mit dem Thema einen Nerv getroffen. "Für VHS und auch für private Bildungsträger reicht es nicht, bunte Flyer auf den Markt zu werfen", sagt Bernecker. Es geht um die Substanz. Um die Frage: "Wieso braucht Sie der Markt? Wer sollte Ihre Leistungen nutzen?" Die Ertragsstruktur müsse auf den Prüfstand, die Architektur der Wertschöpfung durchleuchtet werden. "Der fünfte Ikebana-Kurs bringt uns nicht weiter."

Demoralisieren will Bernecker seine Zuhörer nicht. Sondern ihnen die dringend nötigen Fingerzeige geben. "Kochrezepte haben wir nicht. Leider. Aber ein Raster können wir bieten, mit dem sich die Anbieter selbst strukturieren können."

### **Dokumenten Information**

Copyright © Neue Westfälische 2010  
Dokument erstellt am 27.10.2010 um 17:05:12 Uhr  
Letzte Änderung am 27.10.2010 um 20:42:48 Uhr

URL: [http://www.nw-news.de/owl/regionale\\_wirtschaft/?em\\_cnt=3897913&em\\_loc=587](http://www.nw-news.de/owl/regionale_wirtschaft/?em_cnt=3897913&em_loc=587)