



Digitale Strategien für Nonprofit-Organisationen

Seit einigen Jahren verändert die Digitale Transformation die Welt. Dabei nehmen Tempo und Ausmass der Veränderungen gefühlt immer weiter zu. Man denke aktuell nur an den Schub an Innovationen im Kontext von grossen Sprachmodellen, wie «ChatGPT». Veränderungen durch digitale Technologen bieten vielfältige Chancen aber auch Risiken für Organisationen, wie sie sich am Markt positionieren und wie sie Leistungen für ihre Zielgruppen bereitstellen können.

Diese Entwicklungen machen auch vor Nonprofit-Organisationen, Leistungserbringern in der Sozialwirtschaft und Impact Unternehmen nicht halt. So sind alle Beteiligten gefordert, sich auf relevante und intensive Veränderungen durch ständig neue digitale Innovationen einzustellen. Dabei können insbesondere «Digitale Strategien» Organisationen, Entscheidenden und Beteiligten dabei helfen, sich in diesem dynamischen und komplexen Umfeld zurechtzufinden. Sie bieten Hilfestellung, die eigene Situation in der Digitalen Transformation

fortlaufend zu beobachten und auf etwaige Chancen und Risiken reagieren zu können. Darüber hinaus unterstützen sie eine nachhaltige Balance zwischen langfristiger Zielorientierung und schnellen Anpassungs- und Umsetzungsmassnahmen in einer Organisation.

Viele Organisationen sind heutzutage zwar bereits gut aufgestellt, operativ einzelne Tätigkeiten zu digitalisieren (z.B. über Webdienste, Chatbots oder Mobile Apps) oder digitale Aktivitäten auszuführen (z.B. Social Media Kanäle zu betreiben). Allerdings fällt es oftmals noch schwer, die eigenen digitalen Aktivitäten in einen grösseren Zusammenhang einzuordnen, der sich vor allem an einer langfristigen Strategie zur Leistungserbringung für die Zielgruppen der Organisation (aber auch internen Gegebenheiten) orientiert. Darüber hinaus geht es darum mit knappen Finanzmitteln, Personalressourcen und Zeit diejenigen Massnahmen zu identifizieren, die den höchsten Mehrwert im Rahmen der Strategie generieren. Zudem ist es wichtig, gegebene Selbstverständnisse, Organisationsstrukturen und -prozesse zu erkennen und zu hinterfragen, um bei der Implementierung von digitalen Massnahmen die intendierten Potentiale tatsächlich realisieren zu können.

Ziele

Seit einigen Jahren verändert die Digitale Transformation die Welt. Dabei nehmen Tempo und Ausmass der Veränderungen gefühlt immer weiter zu. Man denke aktuell nur an den Schub an Innovationen im Kontext von grossen Sprachmodellen, wie «ChatGPT». Veränderungen durch digitale Technologien bieten vielfältige Chancen aber auch Risiken für Organisationen, wie sie sich am Markt positionieren und wie sie Leistungen für ihre Zielgruppen bereitstellen können.

Diese Entwicklungen machen auch vor Nonprofit-Organisationen, Leistungserbringern in der Sozial-wirtschaft und Impact Unternehmen nicht halt. So sind alle Beteiligten gefordert, sich auf relevante und intensive Veränderungen durch ständig neue digitale Innovationen einzustellen. Dabei können insbesondere «Digitale Strategien» Organisationen, Entscheidenden und Beteiligten dabei helfen, sich in diesem dynamischen und komplexen Umfeld zu rechtfzufinden. Sie bieten Hilfestellung, die eigene Situation in der Digitalen Transformation fortlaufend zu beobachten und auf etwaige Chancen und Risiken reagieren zu können. Darüber hinaus unterstützen sie eine nachhaltige Balance zwischen langfristiger Zielorientierung und schnellen Anpassungs- und Umsetzungsmassnahmen in einer Organisation.

Viele Organisationen sind heutzutage zwar bereits gut aufgestellt, operativ einzelne Tätigkeiten zu digitalisieren (z.B. über Webdienste, Chatbots oder Mobile Apps) oder digitale Aktivitäten auszuführen (z.B. Social-Media-Kanäle zu betreiben). Allerdings fällt es oftmals noch schwer, die eigenen digitalen Aktivitäten in einen grösseren Zusammenhang einzuordnen, der sich vor allem an einer langfristigen Strategie zur Leistungserbringung für die Zielgruppen der Organisation (aber auch internen Gegebenheiten) orientiert. Darüber hinaus geht es darum mit knappen Finanzmitteln, Personalressourcen und Zeit diejenigen Massnahmen zu identifizieren, die den höchsten Mehrwert im Rahmen der Strategie generieren. Zudem ist es wichtig, gegebene Selbstverständnisse, Organisationstrukturen und -prozesse zu erkennen und zu hinterfragen, um bei der Implementierung von digitalen Massnahmen die intendierten Potentiale tatsächlich realisieren zu können.

Inhalte

Es werden die relevanten Auswirkungen der Digitalen Transformation auf die aktuelle Situation von Nonprofit-Organisationen sowie mögliche Entwicklungen in der nahen Zukunft erläutert. Dabei werden insbesondere auch Anwendungsfälle aktueller Technologien im Umfeld von Nonprofit-Organisationen und in der Sozialwirtschaft aufgezeigt.

Anhand von einzelnen Leitfragen wird detailliert aufgeführt, wie Nonprofit-Organisationen für sich eine "Digitale Strategie" entwickeln können.

Es werden Konzepte und Tools vorgestellt, die dabei unterstützen, Digitalen Strategien fortlaufend zu steuern und einzelne Bestandteile von diesen weiterzuentwickeln bzw. im Zeitverlauf anzupassen.

Aufbau

- (1) Einführung
 - Grundlegende Konzepte
 - Relevante Entwicklungen & aktuelle Technologien
- (2) Erhebung IST-Situation in der eigenen Organisation
 - Strategisches Umfeld & Wettbewerbssituation
 - Relevante Eigenschaften der Organisation
 - Eigenes Geschäftsmodell
 - Push-/Pull-Faktoren
 - Bedürfnisanalyse (SOLL/IST-Abgleich)
- (3) Entwicklung Digitaler Strategie
 - Herausarbeiten dringender Handlungsfelder
 - Identifizieren von Handlungsoptionen
 - Klassifizieren & Priorisieren von Handlungsoptionen
 - Formulierung einer Gesamtstrategie
- (4) Implementierung, Steuerung und Weiterentwicklung
 - Vorgehensmodelle für Implementierung von Massnahmen
 - Strategie steuern und monitoren
 - Regelmässige Situationsanalyse
 - Strategische Implikationen ableiten
- (5) Abschluss
 - Zusammenfassung und Integration der Ergebnisse
 - Ausblick

Zielpublikum

Das Seminar ist auf die Bedürfnisse von Personen zugeschnitten, die:

- in ihrer Organisation strategische Entscheidungen treffen müssen.
- in ihrer Organisation an der Entwicklung und Umsetzung digitaler Aktivitäten beteiligt sind.
- in ihrer Organisation mit Online- oder Mobile-Projekten betraut sind.
- für ihre Organisation mit einer Vielzahl an Personen (in verschiedenen Zielgruppen) kommunizieren.
- Führungsverantwortung haben bzw. Führungskräfte beraten, Verantwortungs- und Leitungsfunktionen für digitale Projekte haben.

Voraussetzungen

Erste Erfahrungen mit digitalen Aktivitäten in Nonprofit-Organisationen oder Unternehmen sind grundsätzlich von Vorteil.
Es werden alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer an ihrem jeweiligen Kenntnisstand abgeholt.

Abschluss

Seminarbestätigung

Dozierende

Dr. Michael Beier, Dr. Katrin Schillo

Daten

5. September und 6. September 2024

Ort

Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Wirtschaft
Bahnhofstrasse 6
5210 Windisch

Kosten

CHF 890.- CHF (inkl. Kursunterlagen)

Kooperation

Hochschule für Soziale Arbeit

Leitung

Hochschule für Wirtschaft T +41 56 202 72 59
Institut für Nonprofit- und Public
Management

Michael Baumann
michael.baumann@fhnw.ch

Hochschule für Soziale Arbeit T +41 62 957 20 12
Institut Beratung, Coaching und
Sozialmanagement

Prof. Stefan Adam
stefan.adam@fhnw.ch

Koordination

Danijela Rakic
danijela.rakic@fhnw.ch

T +41 56 202 72 65