



Impressionen von der Preisverleihung „Verband des Jahres“  
am 24. Februar 2014, Fotograf: Dirk Baumbach

## Verband des Jahres 2014

„DIE VIELEN GLÜCKWÜNSCHE  
VERLEIHEN DEM PREIS NOCH  
MAL EINEN GANZ BESONDERS  
LEBENDIGEN GLANZ“





**E**in wenig Oscar-Feeling lag in der Luft, als Lutz E. Weidner die Preisverleihung „Verband des Jahres“ eröffnete. Als Vorsitzender der Jury des DGVM INNOVATION AWARD „Verband des Jahres“ war er Antreiber der Jury und Fragesteller zugleich: Welche der Bewerbungen waren gut begründet? Wo konnten Belege geliefert werden? Und welche Innovationskraft lag den Bewerbungen zugrunde? Denn schließlich stellt der Preis „Verband des Jahres“ auch einen Innovationspreis dar: „In den letzten Jahren haben sich auch die Verbände und die an sie gestellten Erwartungen rasant entwickelt. Gleiches gilt für ihr Management“, sagt Weidner.

Der Preis „Verband des Jahres“ macht das genau deutlich: Die Preisträger haben eine „innovative und qualitätsvolle Verbandsführung gezeigt – und das im Interesse der Mitglieder der jeweiligen Branche und Berufsgruppe“, eröffnet Weidner seine Laudatio.

Der Preisverleihung geht ein längerer Beratungsprozess voraus. Die eingereichten Bewerbungen werden von der Jury gesichtet und diskutiert. Da werden Nachfragen an den Verband gestellt, in Diskussionen einzelne Initiativen der Bewerber abgewogen und in den Gesamtzusammenhang eingeordnet. In die Finalrunde schaffen es nur die Verbände, die mit ihrem Wirken „aber auch einen Beitrag von

Verbandsarbeit für Politik, Wirtschaft und Gesellschaft sichtbar und öffentlich machen“, so Weidner. Schließlich kämpften sechs Nominierte im Finale um den begehrten Titel, der Management-Exzellenz in der Verbandswelt in den Kategorien „Mitglieder und Mehrwert“, „Reform und Management“ sowie „Interessenvertretung und Kommunikation“ auszeichnet:

- BIO Deutschland Biotechnologie-Industrie-Organisation Deutschland e.V.
- Bundesverband der Deutschen Luft- und Raumfahrtindustrie e.V. (BDLI)
- Bundesverband der obst-, gemüse- und kartoffelverarbeitenden Industrie e.V.
- Bundesverband Rollläden + Sonnenschutz e.V.





- Deutscher Kaffeeverband e.V.
- Verband Deutscher Kühlhäuser und Kühllogistikunternehmen e.V. (VDKL)

„Doch auch wenn alle sechs Nominierten exzellente Leistungen aufgezeigt haben und preiswürdig sind, so können nur drei den Preis in ihrer jeweiligen Kategorie mit nach Hause nehmen.“ Weidner stellt fest, dass „nach mehr als einem Jahrzehnt der Jurierung von Bestleistungen es die Exzellenz in verschiedenen Bereichen der Verbandsarbeit ist, die für die hohe Qualität der Arbeit“ verantwortlich ist. Dass das auch die Aufgabe der Jury immer ein wenig schwerer macht, kann er – augenzwinkernd – nicht verhehlen.

Die Sieger des prestigeträchtigen Preises stehen fest: BIO Deutschland Biotechnologie-Industrie-Organisation Deutschland e.V. erhält den Preis „Verband des Jahres 2014“ in der Kategorie „Reform und Management“. Der Deutsche Kaffeeverband e.V. wird als „Verband des Jahres 2014“ in der Kategorie „Interessenvertretung und Kommunikation“ ausgezeichnet, so wie der Verband Deutscher

Kühlhäuser und Kühllogistikunternehmen e.V. (VDKL) sich fortan „Verband des Jahres 2014“ in der Kategorie „Mitglieder und Mehrwert“ nennen kann.

„Allen sechs Finalisten gebührt große Anerkennung für die Qualität ihrer Arbeit“, so Weidner, auch die Nominierten – der Bundesverband der Deutschen Luft- und Raumfahrtindustrie e.V. (BDLI), der Bundesverband der obst-, gemüse- und kartoffelverarbeitenden Industrie e.V. und der Bundesverband Rollläden + Sonnenschutz e.V. – haben durch eine klare und gut strukturierte Bewerbung die sehr guten Leistungen ihrer Verbandsarbeit aufgezeigt.

Mit einem groß angelegten Nachwuchs-Förderungskonzept für die Branche und die MINT-Fächer hat der BDLI die Jury beeindruckt. Eine, so Weidner, „Mammutaufgabe, die Jugend an die Technik heranzuführen und sie für ein faszinierendes und zukunftsträchtiges Thema zu begeistern und dabei den Hebel über die Lehrerschaft einsetzt. Chapeau – wie man das angegangen ist!“

Der Bundesverband der obst-, gemüse- und kartoffelverarbeitenden Industrie e.V. BOGK glänzt mit einer Themenführerschaft und durchdachten Kampagne gegen die Verschwendung von Lebensmitteln – „ein Konzept, bei dem wir ein gekonnt entwickeltes und gesteuertes Zusammenspiel von Verband und Mitgliedern bei der Bearbeitung eines publikumswirksamen Themenfeldes präsentiert bekamen“, lobt Weidner die Arbeit der Geschäftsstelle.

Nicht zuletzt auch der Bundesverband Rollläden + Sonnenschutz e.V., der vor der Herausforderung steht und stand, den existenziellen Veränderungen im Markt mit den richtigen Mitteln zu begegnen. „Dafür wird unter anderem ein starker Markenaufbau im Verband und bei den Mitgliedern verfolgt – eine konsequente berufspolitische Arbeit“, fasst Weidner beeindruckt zusammen.

Am Ende hatten aber drei Verbände die Nase ein Stück weiter vorne. BIO Deutschland überzeugte die Jury in der Kategorie „Reform und Management“ mit seinem ganzheitlich angelegten und schlüssigen



Konzept zur Entwicklung des Verbandes, das mit einem systematischen Reputationsoaufbau durch Branchenpartnerschaften eine Win-win-Situation schafft.

Es sind vorrangig kleinere, flexible und auf Innovation ausgerichtete Unternehmen, die sich in diesem Verband zusammengefunden haben. Sie kümmern sich um die Anwendung von Wissenschaft und Technik auf lebende Organismen, eine der Schlüsseltechnologien des 21. Jahrhunderts. „Diese Spezialisierung hat zwangsläufig zur Folge, dass es keine Massenbewegung gibt, die man organisieren könnte. Erkenntnis: klein und fein. Das ist zwar schön, die Mitgliederbasis unabhängig, mittelständisch, interdisziplinär, stark“, fasst Weidner die Diskussion in der Jury zusammen. Dass damit auch Probleme in der Akquise ausreichender Finanzmittel für die Verbandsarbeit bestehen, löste BIO Deutschland mit der sehr überzeugenden und für die Jury preiswürdigen Leistung, ein systematisch aufgebautes Netz von Branchenpartnerschaften zu entwickeln. Diese Partnerschaften haben „dabei geholfen, aus dem kleinen und feinen Netzwerk den größten nationalen Fachverband der Europäischen Union und zugleich auch in Deutschland zu entwickeln“.

Die Geschäftsführerin, Dr. Viola Bronsema, dazu: „Über solche interdisziplinären Kooperationen lässt sich der Handlungsspielraum des Verbandes vergrößern, weil sowohl die Reputation gestärkt ist auch die finanziellen Spielräume erweitert werden.“

Und das alles vor dem Hintergrund, dass BIO Deutschland kaum vor einer Dekade als Abspaltung einer Fachvereinigung begann. „Mit dem mutigen Schritt gelang es allerdings, erstmals eine unabhängige wirtschaftspolitische Interessenvertretung dieser Branche zu etablieren.“ Mut, der belohnt wurde und nun auch den Titel „Verband des Jahres 2014“ einbrachte! Schon am Abend der Verleihung zeigt sich Viola Bronsema sichtlich stolz: „Wir sind stolz auf das Erreichte und freuen uns sehr, dass die DGVM



Der R+S ist Finalist in der Kategorie „Interessenvertretung und Kommunikation“  
Fotograf: Dirk Baumbach



Der BOGK ist Finalist in der Kategorie „Interessenvertretung und Kommunikation“  
Fotograf: Dirk Baumbach



Der BDLI ist der Finalist in der Kategorie „Mitglieder und Mehrwert“  
Fotograf: Dirk Baumbach





unsere besondere Erfolgsgeschichte in unserem Jubiläumsjahr jetzt mit dem INNOVATION AWARD gewürdigt hat.“

Der Deutsche Kaffeeverband zeigt in der Kategorie „Interessenvertretung und Kommunikation“, eine erfolgreich realisierte und vom Engagement der Mitglieder getragene Themensetzung in einem Kooperations-Modell und einer sehr erfolgreichen Kampagnenintegration, die große Breitenwirkung, Kontinuität und damit Erfolg für die Branche schafft.

„Auch hier überzeugte der Preisträger gegenüber den Mitbewerbern in dieser Kategorie gleich in mehreren Bereichen, punktete sehr hoch und überzeugte uns“, sagt Weidner bei der Preisverleihung.

Der Deutsche Kaffeeverband hat sich auf das eigentliche Produkt und die Branche konzentriert, hat mit gekonnter Themensetzung und Jahreschwerpunkten eine große Breitenwirkung erzielt. „Großes Kino mit nicht unerheblichem Investment – dieses Konzept besticht vielmehr durch Qualität der Leistung, die detailliert gemessen wurde – und es gewann nicht nur die Bereitschaft der Mitglieder, das Projekt dauerhaft finanziell zu fördern und zu tragen“, wägt Weidner ab. „Dieses Konzept bestach durch seine ganzheitliche Umsetzung im Verband und für die Mitglieder!“

Der Kaffeeverband setzte an die Stelle eines nur kurzfristig wirksamen kommunikativen Strohfuehers einen thematischen Dauerbrenner. Band Wissenschaft und Publikumspresse ein und entfachte gezielt als auch eindrucksvoll gesteuert eine Kommunikationskampagne für die Branche und das Produkt.

„So“, fasst Weidner schließlich zusammen, „entsteht Faszination, es wird Aufklärung insbesondere über Multiplikatoren erreicht, Sympathie geschaffen und Akzeptanz bei den Konsumenten wie auch in der Politik aufgebaut.“ Und so wird auch ein Preis gewonnen.

Gleichermaßen eindrucksvoll legt der Verband Deutscher Kühlhäuser und Kühllogistikunternehmen e.V. (VDKL) in der Kategorie „Mitglieder und Mehrwert“ ein großes Bündel an Services und Leistungen vor, das im Zentrum der Verbandsentwicklung steht und für die Mitglieder durch nachvollziehbare Nutzenstiftung besticht.

In dieser Kategorie hat der Verband die Nase vorn, der sich einer klassischen Verbandsaufgabe angenommen hat. „Das ist löblich, aber allein noch nicht auszeich-

nungswürdig“, scherzte Weidner bei der Verleihung. „Die höchste Stufe der Preisträger-Weißen erreicht der vorzustellende Verband – er vertritt 85 Prozent der in seinem Bereich gewerblich tätigen Unternehmen! – durch ein Bündel bestechend konsequenter Dienstleistungen! Die werden ganz nah am Mitglied und für die Mitgliedsunternehmen entwickelt und beeindruckend umgesetzt.“

So wird Mitgliederservice in allen angebotenen Facetten rechenbar, nachvollziehbar – und er wird zum guten Grund, sich im Verband zu engagieren, dabei zu sein, mitzuwirken und Nutzen daraus zu ziehen. Die Angebote reichen von den klassischen Verbandsaufgaben bis zu branchentypischen Dienstleistungen. Der Bogen ist groß und doch mit System: Von guter Interessenvertretung über Beratungs- und Informationsdienste, praktische Leitfäden, der Vermittlung von branchenspezifischem Know-how, Branchentagungen und Schulungsveranstaltungen bis hin zu einem Benchmarking über eine monatliche Branchenforschung, gemeinschaftlicher Messebeteiligung sowie einen großen Strompool, der den Mitgliedern über den direkten Zugang zur Strombörse in Leipzig ermöglicht.

„Bei jeder Dienstleistung war nicht nur überzeugend, dass sie gemacht wird, sondern vielmehr, wie sie gemacht wird. Die Folge: hohe Mitgliederzufriedenheit und ein kontinuierlicher Mitgliederzuwachs seit 15 Jahren“, zeigt Weidner die Preiswürdigkeit eindrucksvoll auf. Auch Jan Peilsteiner, Geschäftsführer des VDKL, nimmt den als Anerkennung der Leistungen und als einen tollen „Kommunikations-Anlass! Es ist wirklich schön, unseren Mitgliedern von der Auszeichnung zu berichten. Die durchweg positiven Reaktionen und Glückwünsche haben dem Preis noch mal einen ganz besonders lebendigen Glanz verliehen.“ ■

Weitere Informationen zum DGVM INNOVATION AWARD finden Sie online unter:  
→ [www.dgvm.de](http://www.dgvm.de)



# BIO DEUTSCHLAND

Biotechnologie-Industrie-Organisation Deutschland e. V.



Sieger in der Kategorie „Reform und Management“: BIO Deutschland Biotechnologie-Industrie-Organisation Deutschland e.V.  
Fotograf: Dirk Baumbach

## WIE HABEN SIE HERAUSGESTELLT, WAS IHR ALLEINSTELLUNGSMERKMAL, DIE BESONDERS GUTE LEISTUNG IHRER ARBEIT, WAR?

Dr. Viola Bronsema: Wir haben die Erfahrung gemacht, dass andere Verbände häufig sehr überrascht waren, dass wir branchenfremde Unternehmen an uns binden können. Wir wollten deswegen unsere Erfahrungen und Erkenntnisse präsentieren, wie Partner der Branche gewonnen und für das Mitgliedernetzwerk nachhaltig genutzt werden können. Über solche interdisziplinären Kooperationen lässt sich der Handlungsspielraum des Verbandes vergrößern, weil sowohl die Reputation gestärkt als auch die finanziellen Spielräume erweitert werden. So haben wir es geschafft, BIO Deutschland innerhalb von nur zehn Jahren als unabhängigen und größten nationalen Biotechnologie-Branchenverband in Europa zu etablieren und wichtige Themen in Gesellschaft und Politik zu platzieren.

## WAS BEDEUTET DER PREIS FÜR SIE UND IHREN VERBAND?

Dr. Viola Bronsema: Wir bedanken uns sehr bei der Jury der Deutschen Gesellschaft für Verbandsmanagement für die Auszeichnung. Wir fühlen uns durch die Entscheidung, den DGVM INNOVATION AWARD „Verband des Jahres“ uns zu geben, außerordentlich geehrt. Wir danken unseren Mitgliedern, Förderern und Partnern. Ein besonderes Lob gebührt auch allen Kolleginnen und Kollegen in der Geschäftsstelle in Berlin: Wir sind stolz auf das Erreichte und freuen uns sehr, dass die DGVM unsere besondere Erfolgsgeschichte in unserem Jubiläumsjahr jetzt mit dem INNOVATION AWARD gewürdigt hat. ■

Weitere Informationen finden Sie unter:  
→ [www.biodeutschland.org](http://www.biodeutschland.org)

## WARUM HABEN SIE SICH UM DEN TITEL „VERBAND DES JAHRES 2014“ IN DER KATEGORIE „REFORM UND MANAGEMENT“ BEWORBEN?

Dr. Viola Bronsema: Als BIO Deutschland 2004 von elf Unternehmern gegründet wurde, gab die Szene dem Verband keine gute Prognose. Durch innovative Konzepte konnten wir wider Erwarten dann doch rasch eine beeindruckende Mitgliederbasis aufbauen und die kritische Masse gewinnen. Wir wollten mit unserer Bewerbung unseren Weg zum Ziel zur Diskussion stellen und uns in der Verbändelandschaft in Deutschland messen lassen. Vielleicht können wir so anderen Verbänden, die sich wie wir aufgemacht haben, um innovative mittelständisch geprägte Branchen zu vertreten, ein Beispiel geben und Mut machen.

## MIT WELCHEN MASSNAHMEN UND INNOVATIONEN IN DER VERBANDSARBEIT HABEN SIE SICH BEWORBEN?

Dr. Viola Bronsema: Frei nach dem Motto jung, schlank, stark haben wir erstens durch spezielle Beitragsstrukturen gezielt junge Unternehmen, die in der Biotechnologie aktiv sind, angesprochen. Zweitens haben wir dezentrale regionale Industriecluster gewonnen, sich uns anzuschließen. So können wir in der Fläche aktiv sein, ohne Länderniederlassungen zu gründen. Und schließlich haben wir die Geschäftspartner unserer Mitglieder – zum Beispiel internationale Konzerne – für unsere Arbeit begeistert und als starke interdisziplinäre Partner ins Boot geholt.





Sieger in der Kategorie „Interessenvertretung und Kommunikation“: Deutscher Kaffeeverband e.V.  
Fotograf: Dirk Baumbach

## DEUTSCHER KAFFEEVERBAND

Die Auswertung der Kampagnenmaßnahmen zu „Kaffee und Gesundheit“ macht deutlich, dass die vermittelten Informationen zur gesundheitlichen Wirkung von Kaffee von den Zielgruppen wahrgenommen, aufgegriffen und weitestgehend positiv reflektiert werden.

Als Interessenvertretung der deutschen Kaffeewirtschaft ist es dem Deutschen Kaffeeverband mit der Image- bzw. Informationskampagne „Kaffee und Gesundheit“ gelungen, eine Leistung für die Mitgliedsunternehmen zu erbringen, die diese im Alleingang nicht verwirklichen können. Damit konnte der Deutsche Kaffeeverband als Interessenvertretung seinen Mehrwert gegenüber seinen Mitgliedern deutlich steigern.

Bei beiden Kampagnen haben wir unseren strategischen Ansatz herausgestellt: von der Planung und Konzeption über die Umsetzung, Finanzierung bis zur umfassenden Evaluation der Maßnahmen.

### WAS BEDEUTET DER PREIS FÜR SIE UND IHREN VERBAND?

Holger Preibisch: Mit Freude und auch ein wenig Stolz haben wir die Auszeichnung angenommen. Der Preis ist eine Bestätigung dafür, dass Verbandsgeschäftsführung neue Wege gehen kann und oftmals auch gehen muss, um Erfolg zu haben. Heute werden unsere Kampagnen von den Mitgliedern sehr geschätzt – trotz einer erheblichen Sonderumlage. Wenn die Arbeit dann noch ausgezeichnet wird mit dem Titel „Verband des Jahres“, ist dies eine Anerkennung für die Weitsicht der Mitglieder, den Vorschlägen von Präsidium und Geschäftsführung, neue, mutige Wege zu gehen, gefolgt zu sein. Daher ist der Titel auch eine Auszeichnung für die Mitglieder des Verbandes. ■

Weitere Informationen finden Sie unter:  
→ [www.kaffeeverband.de](http://www.kaffeeverband.de)

### WARUM HABEN SIE SICH UM DEN TITEL „VERBAND DES JAHRES 2014“ IN DER KATEGORIE „KOMMUNIKATION UND INTERESSENVERTRETUNG“ BEWORBEN?

Holger Preibisch: Die Vielfalt der Kaffeesorten, der Auf-/Zubereitungsverfahren und der Vorlieben für Kaffee spiegelt sich auch in der Interessenvertretung und Kommunikation des Deutschen Kaffeeverbandes wider: In diesem Bereich waren wir in den letzten Jahren sehr aktiv mit Maßnahmen, die jenseits der klassischen Verbandsarbeit liegen. Diese Aktivitäten wollten wir gerne von einer Experten-Jury bewertet bekommen.

### MIT WELCHEN MASSNAHMEN UND INNOVATIONEN IN DER VERBANDSARBEIT HABEN SIE SICH BEWORBEN?

Holger Preibisch: Wir haben uns exemplarisch mit den beiden Kommunikationsmaßnahmen „Kaffee & Gesundheit“ und „Tag des Kaffees“ als Deutscher Kaffeeverband e.V. in der Kategorie „Interessenvertretung und Kommunikation“ um den DGVM Innovation Award 2014 beworben.

Beide Kampagnen, die wir als Verband in den Jahren 2006 und 2008 initiiert haben, können bis heute große Erfolge verzeichnen. Sie wurden aufgrund einer öffentlich uneinheitlichen Kommunikation über die Themen „Kaffee“ und „Kaffee und Gesundheit“ konzipiert und konnten nachweislich zur Klärung zahlreicher Missverständnisse und Vorurteile beitragen. Beide Projekte sind von den angesprochenen Zielgruppen sehr

gut angenommen worden und werden von unseren Verbandsmitgliedern – trotz einer zusätzlichen Sonderumlage – besonders wertgeschätzt. Als Deutscher Kaffeeverband konnten wir mit beiden Projekten den Mehrwert einer Mitgliedschaft erhöhen, denn diese Art der Kommunikation kann nur ein Verband leisten.

Mittels der beiden Projekte konnte der Verband nachweislich zur Aufklärung über Kaffee beitragen und das Produkt Kaffee noch bekannter machen sowie das Image positiv gestalten.

### WIE HABEN SIE HERAUSGESTELLT, WAS IHR ALLEINSTELLUNGSMERKMAL, DIE BESONDERS GUTE LEISTUNG IHRER ARBEIT, WAR?

Holger Preibisch: Mit der Einführung des Aktionstages „Tag des Kaffees“ ist es dem Deutschen Kaffeeverband als Interessenvertretung gelungen, einen Anlass mit hohem Erlebnis- und Nachrichtenwert zu schaffen, der einerseits die Medien dazu bringt, vielfältig und auflagenstark über Kaffee zu berichten, andererseits aber auch den Konsumenten das vielfältige Produkt „Kaffee“ durch erlebnisorientierte Veranstaltungen vor Ort auf neue Weise „begreifbarer“ vermittelt.

Der Deutsche Kaffeeverband übernimmt mit der Ausrichtung des Aktionstages „Tag des Kaffees“ eine Leistung, die kein Mitgliedsunternehmen allein durchführen könnte. Mit der Einführung des Aktionstages „Tag des Kaffees“ hat der Deutsche Kaffeeverband eine klassische Verbandsaufgabe ins Leben gerufen und erfolgreich etabliert.





Verband Deutscher Kühlhäuser  
& Kühllogistikunternehmen e.V.

### WARUM HABEN SIE SICH UM DEN TITEL „VERBAND DES JAHRES 2014“ IN DER KATEGORIE „MITGLIEDER UND MEHRWERT“ BEWORBEN?

Jan Peilnsteiner: Der Titel „Verband des Jahres 2014“ war für uns als Verband sehr reizvoll und der Wettbewerb eine einmalige Gelegenheit, die Leistungen des VDKL mit jenen anderer Verbände zu messen. Durch den Preis können wir unseren Mitgliedern, aber auch Nichtmitgliedern zudem bestätigen, dass unsere Leistungen einen außergewöhnlichen Mehrwert bieten. Das war auch der Grund für die Entscheidung für diese Kategorie. Wir konnten damit den Service, den wir leisten, noch konkreter darstellen, als es bei „Reform und Management“ oder „Interessenvertretung und Kommunikation“ der Fall gewesen wäre.

### MIT WELCHEN MASSNAHMEN UND INNOVATIONEN IN DER VERBANDSARBEIT HABEN SIE SICH BEWORBEN?

Jan Peilnsteiner: In unserer Bewerbung haben wir dargestellt, wie der VDKL seine Mitglieder zupackend und messbar im Alltagsgeschäft unterstützt. Weil Instrumente von der politischen und kommunikativen Interessenvertretung bis zur Information durch Rundschreiben durchaus zum allgemeinen Handwerkszeug moderner Verbände gezählt werden dürfen, haben wir den Schwerpunkt unserer Bewerbung auf die Darstellung des VDKL-Strompools gelegt. Vereinfacht gesagt bieten wir unseren Mitgliedern durch den Strompool die Mög-



Sieger in der Kategorie „Mitglieder und Mehrwert“: Verband Deutscher Kühlhäuser und Kühllogistikunternehmen e.V.  
Fotograf: Dirk Baumbach

lichkeit, ihren Strom über eine von uns gegründete Einkaufsgemeinschaft direkt an der Strombörse in Leipzig zu beziehen – zu sehr interessanten Konditionen. Nach diesem Prinzip kauft heute die Großindustrie wie beispielsweise VW oder BASF Energie ein. Gerade für Kühlhäuser, die ein energieintensives Geschäft betreiben, ist dieser Service ein äußerst reizvolles Angebot. Und insbesondere kleine und mittlere Unternehmen profitieren davon – genau wie die großen.

### WIE HABEN SIE HERAUSGESTELLT, WAS IHR ALLEINSTELLUNGSMERKMAL, DIE BESONDERS GUTE LEISTUNG IHRER ARBEIT, WAR?

Jan Peilnsteiner: Wir können belegen, dass der VDKL-Strompool den Teilnehmern den Zugang zu vergleichsweise günstigem Strom verschafft. Gleichzeitig zeigt sich in unseren internen Statistiken, dass sich die VDKL-Mitglieder-Zahlen seit dem Start des Strompools im Jahr 1999 deutlich besser entwickelt haben als in den Jahren zuvor. Das sind starke Indizien dafür, dass der VDKL-Strompool eine maßgeschneiderte Antwort auf die Bedürfnisse der

Branche ist und den Mitgliedern einen ganz konkreten Mehrwert bietet. Das war in den Augen der DGVM preiswürdig.

### WAS BEDEUTET DER PREIS FÜR SIE UND IHREN VERBAND?

Jan Peilnsteiner: Für das VDKL-Team, den Vorstand und mich ist der Preis der DGVM eine sehr schöne Bestätigung unserer Arbeit. Wir liefern mit einem kleinen Team gute Ergebnisse und die Auszeichnung als Verband des Jahres zeigt, dass diese Ergebnisse sogar überdurchschnittlich gut sind. Trotz aller konkreten Verbandsleistungen ist es für unsere Mitglieder manchmal vielleicht schwer greifbar, was ein Verband bewirkt oder auch verhindert. Intern ist dieser Preis daher ein toller Kommunikations-Anlass und es war wirklich schön, unseren Mitgliedern von der Auszeichnung zu berichten. Die durchweg positiven Reaktionen und Glückwünsche haben dem Preis noch mal einen ganz besonders lebendigen Glanz verliehen. ■

Weitere Informationen finden Sie unter:  
→ [www.vdkl.de](http://www.vdkl.de)