

# Verbände

Informationsdienst  
für die Führungskräfte  
der Verbände

# report

www.verbaendereport.de

**Mitglieder**

**Management**

**Kommunikation**

**AUSGABE 09|2010**



## SCHWERPUNKT

# Change-Management

- Das Gestalten von komplexen Veränderungsprozessen im Verband als Managementaufgabe
- Wenn Geschäftsführer scheitern

## WEITERE THEMEN

### Verband & Lobbying

- Das Lobbygespräch – die hohe Schule der politischen Überzeugung

### Verband & Kommunikation

- Grassroots Campaigning
- Teil 2: Quo vadis, Verbandskommunikation?

### Verband & Tagung

- Tagen in Metropolen

„Stark ist nicht,  
wer lauthals etwas fordert,  
stark ist, wer leise etwas  
durchsetzt.“

(Thomas de Maizière,

aus Spiegel Online, 24.11.2010)

# Liebe Leserin, lieber Leser!

## VERÄNDERUNGSPROZESSE IM VERBAND

Seit vielen Jahren berichtet der *Verbändereport* zum Thema Change-Management. Verbände unterliegen einem steten Wandel. Änderungen im Anspruchsverhalten der Mitglieder, Änderungen im politischen Umfeld, Veränderungen der gesetzlichen Rahmenbedingungen, Änderungen der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ... die Aufzählung ließe sich beliebig fortführen – erfordern eine regelmäßige Überprüfung und Anpassung der Verbandsausrichtung. Die „Generalüberholung“ eines Verbandes hingegen erfordert Grundkenntnisse über das „Wesen“ von Anpassungs-, Veränderungs- und Innovationsprozessen. Im Schwerpunkt dieser Ausgabe liefern wir praxisgerechte Informationen zu den wesentlichen Erfolgsfaktoren für die Gestaltung komplexer Veränderungsprozesse und geben Gestaltungsempfehlungen für deren Planung und Durchführung.



**WIR WÜNSCHEN UNSEREN LESERN EIN FRIEDVOLLES WEIHNACHTSFEST,  
ENTSPANNTE FEIERTAGE UND EINEN GUTEN RUTSCH INS NEUE JAHR!**

## IHRE REDAKTION

# IMPRESSUM

### Redaktion

Wolfgang Lietzau (WL), Vi.S.d.P.  
Andrea Birrenbach (AB)  
Helmut Martell (HM)  
Tim Richter (TR)

### Ständige redaktionelle Mitarbeit

Dr. Winfried Eggert (WE)  
Ralf Wickert (RW)  
Miriam Krause (MK)

### Anschrift

Verbändereport  
Burgstr. 79  
53177 Bonn

und  
Postfach 2003 55  
53133 Bonn

Telefon (02 28) 93 54 93-30,  
Telefax (02 28) 93 54 93-35  
info@verbaendereport.de  
www.verbaendereport.de

### Bezugspreise

10 Ausgaben: 155 €  
5 Ausgaben: 80 €  
Einzelbezug: 20 € pro Heft  
(alle Preise inkl. MwSt. und Versand)

### Satz & Gestaltung

p 21 – Kommunikationsdesign  
Ahrweiler Str. 15, 53343 Wachtberg  
info@p-21.net

### Druck

Druck-Center-Meckenheim DCM  
53340 Meckenheim

### Anzeigen

Miriam Krause, krause@verbaende.com

Es gilt Anzeigenpreisliste 4/2009  
siehe: www.verbaende.com/media

### Verlag

**Verbändereport** ist eine Publikation der businessFORUM Gesellschaft für  
Verbands- und Industriemarketing mbH, Bonn

ISSN 0720-9363

### Urheberrecht

Alle im *Verbändereport* erschienenen Beiträge sind urheberrechtlich geschützt.  
Alle Rechte sind vorbehalten. Reproduktionen, gleich welcher Art, oder Erfassung  
in Datenbanken nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags.

Namensartikel geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder.  
Für die unverlangte Zusendung von Manuskripten, Bildern und Büchern wird keine  
Gewähr übernommen. Bei Einsendung an die Redaktion wird das Einverständnis zur  
vollen oder auszugsweisen Veröffentlichung (Print und online) vorausgesetzt. Hinwei-  
se für Gastautoren unter [www.verbaendereport.de](http://www.verbaendereport.de).

Für die Inhalte von Sonderseiten und für die „Nachrichten des Seminars für Vereins-  
und Verbandsforschung“ gilt das jeweils angegebene Impressum.

Leserbriefe mit Statements, Anregungen, Lob und Kritik bitte an:  
Redaktion **Verbändereport**, Postfach 2003 55, 53133 Bonn

oder per E-Mail an  
[redaktion@verbaendereport.de](mailto:redaktion@verbaendereport.de)

## SCHWERPUNKT 06



## VERBAND & LOBBYING 18

Ein Lobbygespräch kann nur dann zu einem Dialog werden, wenn die Verbandsdelegation genau weiß, wer die Person oder die Personen auf der Gegenseite sind.

## VERBAND & KOMMUNIKATION 22



## Change-Management

Verbände und ihre Umwelten verändern sich ununterbrochen. Change-Management ist in den letzten Jahren sowohl für die Geschäftsführung als auch für Vorstände eine zentrale Managementaufgabe und -kompetenz geworden. Der folgende Artikel beleuchtet einige wesentliche Erfolgsfaktoren für die Gestaltung komplexer Veränderungsprozesse und gibt Gestaltungsempfehlungen für deren Planung und Durchführung.

## Das Lobbygespräch – die hohe Schule der politischen Überzeugung

Wer politische Entscheidungen beeinflussen will, gleich auf welcher Ebene, muss mit den verantwortlichen Politikern sprechen. In der Lobbyarbeit gilt das Motto „Talk, don't write“. Was einfach klingt, ist in der Praxis jedoch alles andere als leicht. Aus langjähriger Beratungspraxis wissen wir, dass das Potenzial von Lobbygesprächen von Verbandspräsidenten und Hauptgeschäftsführern nur selten ausgeschöpft wird. In der Regel beschränken sich diese auf die Vorstellung ihres Verbandes und das nachdrückliche Vortragen der eigenen Positionen und Forderungen. Oft enden die „Gespräche“ danach bereits, ohne dass ein Dialog überhaupt begonnen hätte.

## Grassroots Campaigning

Die zweite Hälfte des Jahres 2010 ist in der Öffentlichkeit geprägt von einigen hitzig geführten Debatten. Da ist etwa Thilo Sarrazin mit seinen Thesen zu gelungener oder fehlgeschlagener Integration. Und da ist das Projekt „Stuttgart 21“. An ihm lässt sich eine Erscheinung unserer Zeit besonders gut festmachen: die Entfremdung der Handelnden von den Behandelten. Warum die betroffenen Bürger sich zu Recht hintergangen fühlen und wie dies mit dem Einsatz von Grassroots Campaigning hätte verhindert werden können, zeigt der Beitrag auf Seite 22.

## Quo vadis, Verbandskommunikation?

Die Vorstellung, die Nutzung von Social Media sei wie „Tag der offenen Tür an 365 Tagen im Jahr“, mag manchen erschrecken. Sofort kommen Fragen auf, auf die valide Antworten in den allermeisten Fällen zunächst ausbleiben müssen. Ja, Social Media sind eine ganz neue Herausforderung für Kommunikationsverantwortliche. Sich nicht mit diesen Kanälen auseinanderzusetzen, birgt jedoch deutlich größere Risiken, wie wir in dem ersten Artikel der Serie „Quo vadis, Verbandskommunikation“ darzustellen versuchten.

## Tagen in Metropolen

Das Tagungsgeschäft boomt in deutschen Metropolen. Vielerorts werden neue Hotels gebaut und bestehende Hotels erweitern ihren Kongressbereich. Convention Offices oder Tourismusämter unterstützen Verbände kostenlos bei der Tagungsorganisation. Um die Entscheidung für die eine oder andere Metropole zu erleichtern, gibt der *Verbändereport* einen ersten Überblick über neue Tagungshotels und interessante Veranstaltungsorte in Köln, Frankfurt, München, Berlin und Hamburg.

### VERBAND & KOMMUNIKATION 30



### VERBAND & TAGUNG 49



## INHALT

- |                                   |                               |                                 |
|-----------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| <b>03</b> ... aus der Redaktion   | <b>38</b> Verbände im Profil  | <b>73</b> Stellenmarkt          |
| <b>03</b> Impressum               | <b>45</b> Spektrum            | <b>75</b> Partner der Verbände  |
| <b>06</b> Schwerpunkt             | <b>49</b> Verband & Tagung    | <b>80</b> Inserentenverzeichnis |
| <b>18</b> Verband & Lobbying      | <b>69</b> Bücher für Verbände | <b>81</b> VR-Aboformular        |
| <b>22</b> Verband & Kommunikation | <b>70</b> Personalia          | <b>82</b> Gehört & Gelesen      |