

# Verbände

Das Fachmagazin  
für die Führungskräfte  
der Verbände

# report

Mitglieder

Management

Kommunikation

AUSGABE 03

April 2014  
18. Jahrgang

DRING  
14. DEUTSCHER VERBÄNDEKONGRESS  
„Eine Reise in die Zukunft“

VERBAND & KOMMUNIKATION  
Integrierte Kommunikation

VERBAND & KOMMUNIKATION  
Ohne Kulturwandel kein  
Erfolg in sozialen Medien

Who's calling?  
Verbandskommunikation  
(weiter)entwickeln



## Redaktion

Wolfgang Lietzau (WL), V.i.S.d.P.  
Andrea Birrenbach (AB)  
Sabrina Aberfeld (SA)  
Tim Richter (TR)

## Ständige redaktionelle Mitarbeit

Dr. Winfried Eggers (WE)  
Michel Maugé (MM)  
Dr. Henning von Vieregge (HvV)  
Ralf Wickert (RW)

## Gastautoren

[www.verbaende.com/gastautoren](http://www.verbaende.com/gastautoren)

## Adresse

Verbändereport  
Burgstraße 79  
53177 Bonn

Postfach 20 03 55  
53133 Bonn

Telefon: (02 28) 93 54 93-30  
Telefax: (02 28) 93 54 93-35  
[info@verbaendereport.de](mailto:info@verbaendereport.de)  
[www.verbaendereport.de](http://www.verbaendereport.de)

## Büro Berlin

Verbändereport  
Kaiserdamm 31  
14057 Berlin

## Bezugspreise

10 Ausgaben: 155 €, 5 Ausgaben: 80 €  
Einzelbezug: auf Anfrage

## Satz & Gestaltung

Rainer Focke, [focke@verbaende.com](mailto:focke@verbaende.com)

## Druck

Druck-Center-Meckenheim DCM  
53340 Meckenheim

## Anzeigen

Sabrina Aberfeld, [aberfeld@verbaende.com](mailto:aberfeld@verbaende.com)

Es gilt die Anzeigenpreisliste 5/2012  
siehe: [www.verbaende.com/mediadaten](http://www.verbaende.com/mediadaten)

## 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. Hinweise für Gastautoren unter [www.verbaendereport.de](http://www.verbaendereport.de).

Für die Inhalte von Sonderseiten und für die Rubrik „Neues aus Forschung und Lehre“ gilt das jeweils angegebene Impressum.

Leserbriefe mit Statements, Anregungen, Lob und Kritik bitte an:  
Redaktion **Verbändereport**  
Postfach 20 03 55, 53133 Bonn

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

## Liebe Leserin, lieber Leser!

### ALLES EINE FRAGE DER KOMMUNIKATION

Wie erfolgreich ein Verband ist, hängt von seiner Kommunikation ab. Mitglieder, Stakeholder, Politik und Öffentlichkeit bei der Stange halten: alles nur eine Frage der Kommunikation? Im Schwerpunkt widmen wir uns diesem Thema aus unterschiedlichen Aspekten: Im Beitrag von Jens Kegel geht es um das richtige Kommunikationskonzept. Sein Credo: Ein integriertes Kommunikationskonzept ist zugleich Leitfaden, oberste Instanz und bequemes Ruhekitchen. Marc Boos beschreibt in seinem Gastbeitrag am Beispiel der CARITAS, wie Social Media die Kommunikation von Verbänden verändert. Wie Microblogging als Kom-

munikationsmittel die Kollaboration im Verband verbessern kann, führt Dirk Wippert aus und schließlich beschreibt Thomas Hillebrand, wie Verbände mit einfachen Mitteln ihre Webseite nutzen können, um mit ihren Nachrichten online eine größere Reichweite zu erzielen.

**Verband & Tagung bietet auf über 60 Seiten diesmal gleich zwei Schwerpunkte: eine Vorschau auf die IMEX 2014 und einen Destinationsreport über die Region Stuttgart.**

Viel Spaß beim Lesen wünscht

### IHRE REDAKTION





### VERBÄNDEREPORT GESPRÄCH 06

## DIE ZUKUNFT IST PARTIZIPATIV

Eine Organisation wird lebendiger, bekommt mehr Impulse, eine bessere Verankerung, andere Kultureinflüsse und wird am Ende vielleicht wirkungsvoller, meint Tobias Kemnitzer. Und wodurch? Durch mehr Freiwillige in der Organisation, so der Geschäftsführer der bagfa. Leicht sei so ein Weg nicht, es brauche einige Zeit, bis sich eine Freiwilligenkultur entwickle. Können Verbände von Organisationen der Zivilgesellschaft lernen? Ja, meint Kemnitzer, bei Arroganzverzicht. Henning von Vieregge fragte.

### 14. DEUTSCHER VERBÄNDEKONGRESS 12

## 14. DEUTSCHER VERBÄNDEKONGRESS: „EINE REISE IN DIE ZUKUNFT“

Rund 40 Referenten, 15 verschiedene Themenschwerpunkte, zwei Diskussionsveranstaltungen, ein World-Café, eine Open-Space-Veranstaltung sowie zahlreiche Best-Practice-Beispiele aus der Verbandswelt: Das bot der 14. Deutsche Verbändekongress.

## INTEGRIERTE KOMMUNIKATION

Wenn der Verband so dahinkommuniziert und sich zudem von Strömungen, tagesaktuellen Ereignissen, politischen Entscheidungen oder der Großwetterlage (ab-)lenken lässt, verpulvert er Energie und verbrennt Geld. Zugleich kann sich dies negativ auf seine Mitglieder auswirken. Ein integriertes Kommunikations-Konzept hingegen ist zugleich Leitfaden, oberste Instanz und bequemes Ruhekippen Wer's hat, hat's besser.

34

## OHNE KULTURWANDEL KEIN ERFOLG IN SOZIALEN MEDIEN

Soziale Medien haben unsere Kommunikation nachhaltig verändert. Das gilt für das Private, aber auch für unsere Erwartungen gegenüber Unternehmen, Politikern, Behörden und Organisationen. Journalisten haben ihre Filterfunktion weitgehend verloren, neue Social Influencer treten auf den Plan.

40

## KOLLABORATION

Microblogging – so wird die Form der Kommunikation bezeichnet, die mehr und mehr Telefon, Fax und E-Mail ablöst, da Führungskräfte, Mitarbeiter, Kunden und Partner von Organisationen auf diese Weise schneller und einfacher in offenen oder geschlossenen Gruppen miteinander kommunizieren können.

46

## PIMP MY WEBSITE: MIT ONLINE-NACH- RICHTEN REICHWEITE FÜR DEN VERBAND SCHAFFEN

Wie Verbände mit einfachen Mitteln ihre Website nutzen können, um mit ihren Nachrichten online eine größere Reichweite zu erzielen. Welche technischen Bedingungen müssen bestehen und welche rechtlichen Rahmenbedingungen müssen beachtet werden?

# STUTT GART – INNOVATIVE WIRTSCHAFTSKRAFT TRIFFT AUF HOHEN FREIZEITWERT

IMEX 2014

Hindenburgbau bei Nacht  
© Stuttgart-Marketing GmbH/Leif-Hendrik Piechowski

## VERBAND & TAGUNG 56

### REGION STUTT GART: ERFINDERISCH UND NACHHALTIG ERFOLGREICH

Der Erfindergeist und die Meisterleistungen, für die Stuttgart steht, begegnen dem Gast auf Schritt und Tritt: Burgen und Schlösser grüßen aus einer bedeutenden Vergangenheit – und kühne, futuristische Bauwerke aus einer ebensolchen Gegenwart. Urbanes Flair und grüne Oasen bilden reizvolle Gegensätze. Die Region Stuttgart kombiniert Kultur und Kulinarik, Kreativität und Kompetenz – zukunftssträchtige Technologien und nachhaltige Konzepte bestimmen Forschung, Lehre und Wirtschaft. Tagungsveranstalter profitieren vom Klima einer gastfreundlichen Region, die ihre Stärken für die Zukunft bündelt und dabei die Vergangenheit nicht aus den Augen verliert.

## VERBAND & TAGUNG 88

### DIE IMEX 2014: DIE WELT ZU GAST AUF EINER MESSE

Vom 20. bis 22. Mai 2014 öffnet die IMEX in Frankfurt wieder ihre Tore und begrüßt ein internationales Messepublikum von rund 9.000 Veranstaltungsplanern, Marketingverantwortlichen und Event-Managern von nationalen und internationalen Verbänden, Unternehmen und Agenturen aus über 70 Ländern. Erwartet werden über 3.500 Aussteller, die 157 Länder und Regionen repräsentieren, darunter Hotels, Convention Bureaus, Ausstellungs- und Kongresszentren und Event-Management-Spezialisten.

## ÜBERSICHT

- 03 ... aus der Redaktion
- 03 Impressum
- 06 Verbändereport Gespräch
- 12 14. Deutscher  
Verbändekongress
- 20 Verband des Jahres 2014
- 28 Schwerpunkt
- 52 verbaende.com-INFOTAG
- 53 Personalia
- 54 Stellenmarkt
- 55 Verband & Tagung
- 119 Partner der Verbände
- 125 Inserentenverzeichnis
- 126 Gehört & Gelesen