

Verbände **report**

Das Fachmagazin
für die Führungskräfte
der Verbände

Mitglieder
Management
Kommunikation

AUSGABE 04

Mai 2016
20. Jahrgang

VERBAND & MANAGEMENT

Der DGVM INNOVATION AWARD
„Verband des Jahres 2016“

VERBAND & MANAGEMENT

Vom Verbandsmagazin
zum Werbeträger

VERBAND & KOMMUNIKATION

Das Universum im Kopf
optimieren

Die Zukunftsfähigkeit des Modells Verband

Bericht zum Verbändekongress 2016

LAUNCH YOUR
ASSOCIATION!



IMPRESSUM

Verbändereport – Das Fachmagazin für die Führungskräfte der Verbände

Ausgabe 04 | Mai 2016
20. Jahrgang – ISSN 0720-9363

Herausgeber
Wolfgang Lietzau

Redaktion
Wolfgang Lietzau (WL), V.i.S.d.P.
Anya Schlie (AS)
Sabrina Löbach (SL)
Andrea Birrenbach (AB)
Michael Jansen (MJ)
Tim Richter (TR)
Dr. Henning von Vieregge (HvV)

Ständige redaktionelle Mitarbeit
Dr. Winfried Eggers (WE)
Michel Maugé (MM)
Ralf Wickert (RW)

Gastautoren
www.verbaende.com/gastautoren

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

Dürenstraße 8 • 53173 Bonn
Postfach 20 03 55 • 53133 Bonn

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

Satz & Gestaltung
Rainer Focke, focke@verbaende.com

Anzeigen
Sabrina Löbach, lobach@verbaende.com
Sinan Yildirak, yildirak@verbaende.com

Es gilt die Anzeigenpreisliste 6/2015
siehe: www.verbaende.com/mediadaten

Bezugspreise
10 Ausgaben: 155 €
DGVM-Mitgliedsverbände erhalten den Verbändereport kostenfrei im Rahmen ihrer Mitgliedschaft.

Druck
Druck-Center-Meckenheim DCM
53340 Meckenheim

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.

Liebe Leserin, lieber Leser!

DAS GEFÜHL VON EINZIGARTIGKEIT ERZEUGEN

Vom 25. bis 26. April 2016 stellten sich rund 170 Vertreter der Verbände auf dem 15. Deutschen Verbändekongress in Düsseldorf der Frage nach der Zukunftsfähigkeit des Verbandes. In rund 15 Schwerpunktthemen präsentierten mehr als 30 Experten mit praktischem Verbands-Know-how Brennpunktthemen und mögliche, oft bereits in der Praxis bewährte Lösungsansätze. Die – ganz der Charakter des Kongresses – von den Teilnehmern nicht einfach nur abgenickt, sondern aufmerksam aufgenommen und intensiv diskutiert wurden. Während der Vorträge und Workshops genauso wie in den Pausen, beim Kaffee oder beim gemeinsamen Mittagessen.

Denn, sooft die Zukunftsfähigkeit des Verbandes auch hinterfragt wird – initiiert von sich verändernden wirtschaftlichen, sozialen oder kommunikativen Veränderungen –, geht es doch tatsächlich nach wie vor um das eigentlich Wesentliche: den Zusammenschluss, den (gerne) persönlichen Austausch und die zielgerichtete Bündelung von Kräften, Kapazitäten und Kompetenzen. Daran ändern auch neue, digitale Kommunikationsstrukturen und -instrumente oder eine sich verändernde Altersstruktur der Mitglieder und Player nichts. Sie justieren die bewährte und notwendige Arbeit eines Verbandes als (Interessen-)

Vertreter seiner Mitglieder und damit der Wirtschaft nur neu aus.

Wie und in welche Richtung, zeigten, erfuhren und diskutierten die Teilnehmer des Verbändekongresses auf sehr eindrucksvolle Art und Weise. Von der klassischen Frage nach dem, was das Mitglied wirklich will und braucht, über stets auf dem Prüfstand stehende Aspekte zu Mitgliedererwerb, Ehrenamt und Verbandslobbying bis hin zu brandaktuellen Themen der Kommunikation und Darstellung in und mit den digitalen Medien – zur richtigen Zeit und im richtigen Maß.

Eines hat der 15. Deutschen Verbändekongress seinen Teilnehmern und der Verbandswelt dabei verdeutlicht: Nicht das Modell Verband steht bezüglich seiner Zukunftsfähigkeit auf dem Prüfstand. Sorgfältig zu prüfen ist jedoch die konsequente Aufstellung und Ausrichtung auf die jeweilige Kernkompetenz und Kernleistung eines jeden Verbandes, ebenjener Mehrwert, den Mitglieder erwarten und nur von ihrem Verband erhalten. Ganz egal, ob via Mailing, Facebook, Twitter oder andere Social Media gelickt, geteilt, kommentiert und kommuniziert – oder ganz klassisch im persönlichen Gespräch.

Viel Spaß beim Lesen wünscht
Ihre Redaktion

SCHWERPUNKT
DIE ZUKUNFTSFÄHIGKEIT DES MODELLS VERBAND



DAS GEFÜHL VON EINZIGARTIGKEIT ERZEUGEN

Kontakte, Kontakte, Kontakte ... und immer an die Mitglieder und an die Zukunft des eigenen Verbandes, der eigenen Organisation denken ... Ein Rückblick auf den 15. Deutschen Verbändekongress.

15. DEUTSCHER VERBÄNDEKONGRESS 14

DER DGVM INNOVATION AWARD „VERBAND DES JAHRES 2016“

Der Preis wird seit 1997 verliehen. Verbände und Organisationen werden für herausragende und beispielhafte Leistungen im Verbandsmanagement geehrt.

VERBAND & MANAGEMENT 22

VOM VERBANDSMAGAZIN ZUM WERBETRÄGER

Basis jeder Verbandsarbeit ist die Kommunikation mit den Mitgliedern. Newsletter und Verbandsmagazine haben vielfach das althergebrachte Rundschreiben abgelöst. Die Anforderungen an Aktualität und Attraktivität sind aber weiter gestiegen und damit auch die Kosten für diese Mitgliederinformationen. Die Frage liegt nahe, ob man diese Magazine oder Newsletter durch Fremdwerbung teilfinanzieren kann. Zudem lockert passende Werbung ein Mitgliedermagazin auf, liefert evtl. praxisbezogene Arbeitshilfen für die Mitglieder und informiert über Partner des Verbandes.

VERBAND & KOMMUNIKATION 32

DAS UNIVERSUM IM KOPF OPTIMIEREN

Aristoteles glaubte, es diene dazu, unser Blut zu kühlen, darum ist es so weit oben angebracht. Andere antike Griechen hingegen betrachteten das Gehirn als Organ, in welchem Intelligenz und Empfindungen des Menschen zu lokalisieren seien. Weil Neurologie und angrenzende Wissenschaften in den letzten Jahren aber förmlich explodierten, besitzen wir heute Erkenntnisse zum Gehirn, die alte Weisheiten über den Haufen werfen und weit über Vermutetes hinausgehen. Werfen wir also ein wenig mit ...

VERBAND & RECHT 38

STATISTIKEN UND INFORMATIONSSYSTEME – VITAMINE FÜR DEN WETTBEWERB ODER KARTELLE 2.0?

Viele Verbände erheben Informationen und erstellen daraus Statistiken für ihre Mitglieder. Unternehmen gewinnen dadurch ein besseres Verständnis der Märkte und können erfolgreicher auf ihnen agieren. Sie können sich auch mit anderen Unternehmen vergleichen, von ihnen lernen und so ihre Wettbewerbsfähigkeit stärken. Dies gilt insbesondere für das sogenannte Benchmarking. Solche wettbewerbsfördernden Wirkungen von Statistikerarbeit der Verbände erkennen auch die Kartellbehörden durchaus an. Sie weisen aber darauf hin, dass Statistiken auch wettbewerbsbeschränkend wirken können, wenn sie nämlich Unternehmen helfen, ihr Wettbewerbsverhalten aufeinander abzustimmen.

DESTINATION ÖSTERREICH: WARUM IMMER MEHR VERBÄNDE IN ÖSTERREICH TAGEN

Messe Wien
© David Faber

VERBAND & TAGUNG 46

WISSENSSTANDORT ÖSTERREICH

Österreichs Städte und Gemeinden sind besonders bei Tagungsveranstaltern mit wissenschaftlichem Interesse gefragt. Die Vernetzung von wissenschaftlichen Einrichtungen mit der Tagungsbranche trägt dazu bei, dass die Zahl der Tagungen insgesamt zunimmt. Der Verbändereport gibt einen Überblick darüber, wie Wien, Salzburg, Graz und Bregenz in der vergangenen Zeit abgeschnitten haben und was sich bei den Tagungsanbietern in diesen Städten tut.

VERBAND & TAGUNG 58

PARTIZIPATION STATT LANGEWEILE

Die Wissensgesellschaft des 21. Jahrhunderts agiert im Veranstaltungsmanagement noch immer nach tradierten Mustern. Veranstalter geben alterprobt, vermeintlich funktionierende Abläufe vor, während Teilnehmer von Kongressen, Tagungen oder Meetings die Versuche frontaler Faktenvermittlung über sich ergehen lassen müssen. Beide Seiten verpassen dabei die mitreißenden Möglichkeiten neuer Veranstaltungsformate, die bislang nur in Nischen des Tagungsgeschehens Einzug auf dem Parkett der Wissensgenerierung und -vermittlung sowie des Erfahrungsaustauschs gefunden haben.

ÜBERSICHT

- 03 ... aus der Redaktion
- 03 Impressum
- 08 Schwerpunkt
- 22 Verband & Management
- 32 Verband & Kommunikation
- 38 Verband & Recht
- 42 Personalia
- 44 Stellenmarkt
- 45 Verband & Tagung
- 69 Partner der Verbände
- 72 Inserentenverzeichnis
- 74 Gehört & Gelesen