

IMPRESSUM

Verbändereport – das Fachmagazin für die Führungskräfte der Verbände

Ausgabe 03 | April 2017
21. Jahrgang – ISSN 0720-9363

Herausgeber
Wolfgang Lietzau

Redaktion
Wolfgang Lietzau (WL), V.i.S.d.P.
Karen Scarbatta (KS)
Andrea Birrenbach (AB)
Michael Jansen (MJ)
Tim Richter (TR)
Dr. Henning von Vieregge (HV)

Ständige redaktionelle Mitarbeit
Dr. Winfried Eggers (WE)
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

Bereichsleiterin
Karen Scarbatta, scarbatta@verbaende.com

Satz & Gestaltung
Rainer Focke, focke@verbaende.com

Anzeigen
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!

PERSÖNLICH UND DIGITAL: EMPLOYER BRANDING IN DER VERBANDSARBEIT

Die Idee des „Employer Brandings“ entstand bereits in den späten 1990er-Jahren als Reaktion auf die Verknappung talentierter und qualifizierter Fach- und Führungskräfte. Im Kern geht es darum, das Unternehmen als glaubwürdigen und attraktiven Arbeitgeber darzustellen.

Auch für Verbände gilt: Die besten Mitarbeiter rennen einem nicht die Tür ein, sondern müssen durch viel Arbeit gewonnen werden. Verbände und Organisationen kämpfen zudem nach wie vor mit einigen Klischees und „veralteten“ Weisheiten, wenn es um die Attraktivität des Verbandes als Arbeitgeber geht.

Die Arbeitgebermarkenbildung hat im Kern zwei Zielgruppen: Sie zielt zum einen auf die Mitarbeitergewinnung ab und zum anderen dient das Employer Branding der Bindung bestehender Mitarbeiter. Denn zu-

friedene, loyale Mitarbeiter sind bekanntlich die besten Markenbotschafter, um die Werte eines Verbandes nach außen zu tragen. Nicht zu vergessen sind außerdem ehemalige Mitarbeiter und speziell in Verbänden die ehrenamtlich Tätigen.

Doch der Aufbau und die Führung einer starken Arbeitgebermarke sind ein komplexes Vorhaben, bei dem bestimmte Grundregeln beachtet werden müssen. Die intensive Beschäftigung damit ist definitiv eine lohnende Investition für jeden Verband: Denn Organisationen sind längst nicht mehr langweilig, bürokratisch und antiquiert. Sie sind modern, innovativ und attraktiv – auch als Arbeitgeber. Lesen Sie hierzu mehr ab Seite 5.

Viel Spaß beim Lesen wünscht

Ihre Redaktion

SCHWERPUNKT



VON MYTHEN, KLISCHEES UND CHANCEN

Sind Verbände und Organisationen heute noch attraktive Arbeitgeber?

Warum sind Mythen und Klischees eigentlich unsterblich? Wir Menschen leben von Geschichten und halten die Sagen für wahre Begebenheiten. Mit eben diesen „veralteten“ Weisheiten müssen auch Verbände gelegentlich leben, wenn es um die Attraktivität des Verbands als Arbeitgeber geht. Organisationen sind längst nicht mehr langweilig, bürokratisch und antiquiert. Sie sind modern, innovativ und attraktiv – auch als Arbeitgeber.

VERBAND & MANAGEMENT 12

MISSION MARKE

Die besten Mitarbeiter rennen einem nicht die Tür ein, sondern müssen durch viel Arbeit gewonnen werden. Ein wichtiger Faktor dabei ist eine starke Arbeitgebermarke. Welche Besonderheiten für Verbände zu beachten sind, verrät Lutz Dietzold, Geschäftsführer des Rates für Formgebung.

VERBAND & MANAGEMENT 16

MACHTFAKTOR MOTIVATION

Am Ende der Neunzigerjahre brüllte der niederländische Bäckermeister Emile Ratelband Menschen einen Satz ins Ohr und motivierte sie damit scheinbar mühelos: „Tsjakkaa, du schaffst es!“ Andere Motivationsgurus lassen Menschen über glühende Kohlen laufen, den Tiger streicheln oder versetzen sie in Hypnose. Dass diese Art der Motivation zum Scheitern verurteilt ist, verraten die Gurus jedoch nicht. Wer wissen will, was wirklich motiviert, sollte nicht zu einer Massenveranstaltung gehen, sondern Sozial-psychologen und Neurologen befragen. Hier die Quintessenz für Ungeduldige.

VERBAND & KOMMUNIKATION 30

RELEVANZ, RELEVANZ, RELEVANZ

Trotz Web und Social Media – im strategischen Kommunikationsmix ist die Pressemitteilung der „moderne Klassiker“, der Journalisten Content für ihre Berichterstattung liefert. Deshalb gehört sie in den Handwerkskasten auch eines jeden Verbands-kommunikateurs. Damit interessante Themen und Inhalte von den Medienmachern auch wahrgenommen und umgesetzt werden, hier ein paar Tipps für den Verbandsalltag.

VERBAND & STEUERN 40

STEUERRECHT 4.0

Das Thema Digitalisierung ist allgegenwärtig und beherrscht die aktuelle Diskussion. Begriffe wie Disruption, neue Wertschöpfungsketten, Neuregelung der Märkte und Industrie 4.0 prägen strategische Überlegungen in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft. Auch für Verbände ist das Thema von Relevanz.

Special
IMEX 2017
30 Seiten zur Messe

VERBAND & TAGUNG

IMEX 2017 – DIE WELT TRIFFT SICH IN FRANKFURT

IMEX Show Floor
© www.imex-frankfurt.de

VERBAND & TAGUNG 58

IMEX 2017 – DIE WELT TRIFFT SICH IN FRANKFURT

Vom 16. bis zum 18. Mai 2017 öffnet die IMEX in Frankfurt wieder ihre Tore und begrüßt ein weltweites Messepublikum der MICE-Branche (Meetings, Incentives, Conventions, Events). Erwartet werden auch in diesem Jahr über 3.500 Aussteller aus über 150 Ländern und Regionen, die die gesamte Bandbreite der MICE-Welt repräsentieren. Darunter viele Tourismus- und Convention Bureaus, führende Hotelgesellschaften, Konferenz- und Messezentren, Kreuzfahrtlinien, Fluggesellschaften, Kurorte, Technologieanbieter, Event-Management-Spezialisten und weitere Branchen.

VERBAND & TAGUNG 92

TAGEN ZWISCHEN ELBE UND SAALE

Die Städte in Deutschlands Osten haben eine bewegte Geschichte zu erzählen. Es lohnt sich, nicht nur ihre jüngere Vergangenheit in den Blick zu rücken – dieses Jahr steht daher mit der Reformation vielerorts der Umbruch der christlichen Religion im Fokus. Der Verbändereport stellt vor, was Veranstalter in den Tagungsstädten zwischen Elbe und Saale – in Dresden, Leipzig und Magdeburg – erwartet.

ÜBERSICHT

- 03 ... aus der Redaktion
- 03 Impressum
- 06 **Schwerpunkt**
- 22 Verband & Management
- 28 Verband & Kommunikation
- 34 Verband & Software
- 38 Spektrum
- 40 Verband & Steuern
- 46 Verband & Recht
- 50 Brüsseler Spitzen
- 54 Bücher für Verbände
- 55 Personalia
- 56 Stellenmarkt
- 57 **Verband & Tagung**
- 109 Partner der Verbände
- 112 Inserentenverzeichnis
- 114 Gehört & Gelesen