

Verbände

Das Fachmagazin
für die Führungskräfte
der Verbände

report

AUSGABE 05
NOVEMBER 2021
25. Jahrgang

MITGLIEDERBINDUNG NEU DENKEN



SCHWERPUNKT
Den Verband vom Mitglied
her denken

VERBAND & LOBBYING
Fünf Tipps für die Lobbyarbeit

VERBAND & TAGUNG
Metropolregion Rhein-Main



IMPRESSUM

Verbändereport – das Fachmagazin für die Führungskräfte der Verbände

Ausgabe 05 November 2021
25. 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)
Dorothea Stock (DS)

Ständige redaktionelle Mitarbeit
Dr. Winfried Eggers (WE)
Jan Eggert (JE)
Ralf Wickert (RW)
Jutta Gnauck (JG)
Dr. Henning von Vierregge (HvV)

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 (SY), yildirak@verbaende.com
Es gilt die Anzeigenpreisliste 4/2020
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.

Aus Gründen der guten Lesbarkeit verwendet der Verbändereport bei personenbezogenen Substantiven und Pronomen das generische Maskulinum. Dies impliziert jedoch keine Benachteiligung anderer Geschlechter. Im Sinne der sprachlichen Vereinfachung ist die maskuline Form als geschlechtsneutral zu verstehen und schließt im jeweiligen Kontext alle Geschlechteridentitäten gleichermaßen ein.

Liebe Leserin, lieber Leser!

MITGLIEDER SIND GUT, ZUFRIEDENE MITGLIEDER NOCH BESSER

Ein Verband steht und fällt mit seinen Mitgliedern. Durch eine hohe Anzahl von Mitgliedern lassen sich die gemeinsamen Interessen nach innen und außen glaubwürdig vertreten. Noch besser ist eine hohe Anzahl zufriedener Mitglieder, denn sie fungieren als Botschafter der Organisation und spielen wiederum eine wichtige Rolle bei der Gewinnung von neuen Mitgliedern. Damit sich die Mitglieder als Teil des Verbandes fühlen, müssen sie zum einen regelmäßig befragt werden. Nur so lassen sich Schwachstellen in der Member Journey tatsächlich herausfinden. Zum anderen ist es wichtig, über Verbandsaktivitäten gut zu informieren. Darüber hinaus muss den Mitgliedern aber stets bewusst sein, was ihnen die Mitgliedschaft nützt. Doch welche Mehrwerte sollte ein Verband schaffen und wie kann er diese am besten kommunizieren?

Die Herausforderungen an Vereine und Verbände sind in der Coronakrise noch mal gestiegen. Insbesondere die letzten 18 Monate waren für die meisten von ihnen eine harte Zeit. Die „Nähe zum Mitglied“ – trotz physischer Distanzierung – ist noch wichtiger geworden. Auf der anderen Seite fielen viele Begegnungsmöglichkeiten wie Mitgliederversammlungen, Tagungen und Kongresse ins

Wasser oder fanden unter erschwerten Bedingungen statt. Oft einhergehend mit finanziellen Einbußen für den Verband. Manche Verbände haben sich konsequent neu ausgerichtet, andere neue thematische Schwerpunkte gesetzt. Auch die Digitalisierung von Veranstaltungen hat teilweise dazu beigetragen, die Mitgliederbindung und -bindung zu verbessern. Immer davon ausgehend, dass ein klares Profil letztendlich auf die „Marke“ des Verbandes einzahlt. Lesen Sie hierzu mehr ab Seite 16.

Besonders freuen wir uns über den Rückblick zur Preisverleihung des mediaV-Award 2021 ab Seite 38. Hier hat sich mal wieder gezeigt, welche großartige Kommunikationsarbeit Verbände unter teilweise sehr komplexen Rahmenbedingungen leisten können. Natürlich ist die Auszeichnung ebenfalls eine gute Möglichkeit, den Mitgliedern zu zeigen, dass sie sich für den richtigen Verband entschieden haben. Die Bewerbungsphase für den nächsten mediaV-Award beginnt im Herbst 2022 ... aber das nur so am Rande.

Blieben Sie gesund!

Ihre Redaktion

SCHWERPUNKT



WERTSCHÄTZUNG GESTIEGEN – GEMEINSCHAFTSGEFÜHL GESTÄRKT Mitgliederbindung neu denken

Die Coronapandemie hat auch die Mitglieder des Swinging World e. V. hart getroffen. Tanzschulunternehmen standen lange auf dem Index und der Weg in die Normalität ist noch immer mühsam. Der Verband hat sich konsequent neu aufgestellt und viel ausprobiert, um seine Mitglieder nachhaltig an sich zu binden.

VERBÄNDEREPORT GESPRÄCH

06

DIE TEILNEHMER WOLLEN HYBRID Maximilian Broglie, Geschäftsführer der Deutschen Gesellschaft für Innere Medizin, über den nächsten Kongress

Müssen sich die Verbände mit ihren Kongressen in Zukunft auf hybride Formate einstellen? Die Umfrage unter den Teilnehmern beim letzten Kongress der Deutschen Gesellschaft für Innere Medizin legt diese Vermutung nahe. Die Präsidentschaft währt nur ein Jahr lang, aber ist, insbesondere beim großen Jahreskongress, akzentsetzend. Die Geschäftsführung ist klein, Externe unterstützen. Das sind nur einige Besonderheiten aus dem Gespräch, das Henning von Vieregge mit Rechtsanwalt Maximilian Broglie führte.

SCHWERPUNKT: MITGLIEDERBINDUNG NEU DENKEN

22

VOLLE KRAFT VORAUSS BEIM THEMA NACHHALTIGKEIT Das gilt jetzt auch für Verbände

Der folgende Erfahrungsbericht zeigt auf, wie Verbände ihre Geschäftsstelle nachhaltig aufstellen können. Die Autorin gibt Empfehlungen für erste Schritte und beleuchtet Maßnahmen, die für einen sozial-ökologischen Impact im Verband sorgen.

VERBAND & KOMMUNIKATION

38

TOLLE LEISTUNGEN, GLÜCKLICHE GEWINNER Der mediaV-Award 2021

In der Krise beweist sich der Charakter. Dieses Zitat von Altbundeskanzler Helmut Schmidt passt auch ins Heute: Die Verbandsbranche musste in den vergangenen beiden Jahren zeigen, dass ihre Kommunikationsstrukturen nicht zusammenbrechen in Zeiten, in denen persönliche Treffen kaum bis gar nicht möglich gewesen sind. Für herausragende Leistungen im Bereich Kommunikation wurden Verbände deshalb im Musical Dome Köln ausgezeichnet: mit dem mediaV-Award.

VERBAND & FINANZEN

48

WICHTIGE LEITPLANKEN FÜR IHRE VERBANDSFINANZEN Anlagerichtlinien im Verband

Ob institutionelle oder private Investoren: Das aktuelle Kapitalmarktumfeld ist eine Herausforderung. Alle kämpfen mit Niedrig- oder gar Negativzinsen und Schwankungen am Aktienmarkt. Verbände verfolgen bei der Geldanlage meist ähnliche Ziele: Das Verbandsvermögen sollte im Idealfall Rendite bringen, mindestens aber abgesichert sein, liquide Mittel sollten ggf. auch kurzfristig zur Verfügung stehen – und bei allem müssen für Vorstand, Geschäftsführung und Mitglieder die Rahmenbedingungen transparent und klar sein. Anleger, die an den Finanzmärkten attraktive Renditen erzielen wollen, sollten strukturiert und zielorientiert vorgehen. Nicht gut beraten ist, wer ohne systematischen Prozess einfach das Risiko erhöht.

EVENTS MIT GESCHICHTE

EINE STUDIENREISE NACH SALZBURG

Studienreise nach Salzburg
© Salzburg Convention Bureau

MEETING PLACES

66

TAGEN MIT FREIZEITCHARAKTER Wo sich Motivation und Zusammenhalt besonders gut stärken lassen

Teambuilding ist eine tolle Methode, um die Leistungsfähigkeit von Organisationen deutlich zu steigern. Bei manchen Teambuilding-Ideen steht das Strategische im Vordergrund, andere Teamevents sind eher aktiv oder kreativ bewährte Maßnahmen zur Konfliktbewältigung und Motivation. Der Verbändereport stellt Locations vor, die sich für Veranstaltungen mit anschließendem Teamevent besonders eignen. Die Auswahl reicht von Rennstrecken über Seminarzentren bis hin zu besonderen Tagungshotels und Freizeitparks.

DESTINATION

98

LOCATION-SYNERGIEN IN HAMBURG 13 Großlocations arbeiten zusammen

An einem Großlocation-Roundtable haben sich in der Kongressmetropole Hamburg 13 Einrichtungen zusammengeschlossen, um künftig Kunden besser bei der Planung von Veranstaltungen in der Hansestadt unterstützen zu können. Der runde Tisch bündelt so die Potenziale der Häuser, um Veranstaltenden individuell zugeschnittene Angebote unterbreiten zu können.

ÜBERSICHT

- 03 Impressum
- 03 Editorial
- 06 Verbändereport Gespräch
- 16 **Schwerpunkt: Mitgliederbindung neu denken**
- 34 Verband & Lobbying
- 38 Verband & Kommunikation
- 48 Verband & Finanzen
- 54 Verband & Software
- 58 Brüsseler Spitzen
- 62 Bücher für Verbände
- 63 Personalien
- 65 **Verband & Tagung**
- 110 Tagungsnachrichten
- 113 Experten für Verbände
- 116 Inserentenverzeichnis
- 118 Gehört & Gelesen