

Verbände

Informationsdienst
für die Führungskräfte
der Verbände

report

www.verbaendereport.de

Mitglieder

Management

Kommunikation

AUSGABE 03|2010



SCHWERPUNKT

Die Krisenkommunikation deutscher Verbände

- Studie: Instrumente, institutionelle Rahmenbedingungen und wahrgenommene Krisengefährdung
- Praxis: Risiken des Krisenmanagements in Verbänden

WEITERE THEMEN

Verband & Finanzen

- Rechnungslegung bei Verbänden

Verband & Recht

- Datenschutz im Verband: Darf ein Verband die Mitgliederliste an seine Mitglieder herausgeben?

Verband & Tagung

- Special zur IMEX 2010

„Verbände gehören zu den wichtigsten Akteuren der Politik. Von den Parteien unterscheiden sie sich nur darin, dass sie nicht zu Wahlen antreten.“

(Diese mutige Definition fanden wir in einem Fachbuch zur Politikberatung.)

Liebe Leserin, lieber Leser!



KRISE ALLERORTEN

Nicht erst die Schiedsrichteraffäre im bezahlten Fußball, die Missbrauchsskandale oder der Rücktritt der EKD-Ratsvorsitzenden Käßmann zeigen, welche Bedeutung einer professionellen Krisenkommunikation der unmittelbar und mittelbar betroffenen Organisationen zukommt. Zur Krisen-PR deutscher Verbände liegt nun eine aktuelle Studie der TU Ilmenau vor, über die wir in dieser Ausgabe ausführlich berichten. Demnach waren 50 Prozent der befragten Verbände bereits von einer Krise betroffen, allerdings verfügen nur 30 Prozent über Krisenpläne und Krisenteams.

„Verbände sind der Backbone der Tagungswirtschaft“ schrieb kürzlich eine Fachzeitschrift der Kongressbranche. Stimmt, denn Verbände tagen trotz und manche wegen der Krise. Verbände sind die zuverlässigen Partner im Kongressbusiness – und das nicht nur, wenn es um's Bezahlen geht. Also können sie selbstbewusst in die Vertragsverhandlungen für die Ausrichtung des nächsten Kongresses einsteigen. Eine gute Gelegenheit, neue Tagungsorte und Kongressdienstleister zu entdecken, bietet die IMEX – sie findet vom 25. bis 27. Mai in Frankfurt statt. Wir berichten ausführlich über die IMEX 2010 im Supplement „Verband & Tagung“ ab Seite 45.

IHRE REDAKTION

IMPRESSUM

Redaktion

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

Bezugspreise

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

Verlag

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

ISSN 0720-9363

Ständige redaktionelle Mitarbeit

Dr. Winfried Eggers (WE)
Jochen Müller (JM)
Ralf Wickert (RW)
Miriam Krause (MK)

Satz & Gestaltung

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

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.

Anschrift

Verbändereport
Burgstr. 79
53177 Bonn

Druck

Druck-Center-Meckenheim DCM
53340 Meckenheim

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.

und
Postfach 2003 55
53133 Bonn

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

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

Anzeigen

Miriam Krause, krause@verbaende.com

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

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

oder per E-Mail an
redaktion@verbaendereport.de

TABELLE 3
Die Ausstattung der Verbände mit PR-Personal

ANZAHL PR-MITARBEITER	FESTANGESTELLT		EHRENTÄTLICH	
	Absolute Häufigkeit	Relative Häufigkeit in %	Absolute Häufigkeit	Relative Häufigkeit in %
keine	12	26,2	24	19,7
1	84	36,1	26	21,3
2	15	12,2	10	8,2
3	5	4,1	3	2,4
4	4	3,3	2	1,6
5	1	0,8	1	0,8
>5	1	0,8	1	0,8
keine Angabe	16	13,1	16	12,8
GESAMT	45	37,7	122	100

TABELLE 4
Die hierarchisch-formale Einbettung der PR in Verbänden

HIERARCHISCHE POSITION DER PR-FUNKTION	ABSOLUTE HÄUFIGKEIT	RELATIVE HÄUFIGKEIT IN %
PR wird von der Geschäftsführung oder dem Vorstand selbst durchgeführt	50	41,0
PR-Abteilung arbeitet gleichrangig neben anderen Abteilungen	25	20,5
PR ist als Stabsstelle auf Ebene der Geschäftsführung angesiedelt	28	23,0
PR ist direkt unterhalb der Geschäftsführung mit zentraler Weisungsfunktion angesiedelt	9	7,4
PR wird selbstständig von jeder Abteilung durchgeführt	0	0
keine Angaben	0	0,0
GESAMT	122	100

Die Krisenkommunikation deutscher Verbände

Während in der Vergangenheit eine Reihe von Studien erschienen, die die kommunikative Vorbereitung von Unternehmen auf Krisen und die entsprechenden institutionellen Rahmenbedingungen der Krisen-PR untersuchten, wurden zur Relevanz und Situation der Öffentlichkeitsarbeit in deutschen Verbänden – mit wenigen Ausnahmen (vgl. Sebaldt 2002) – kaum wissenschaftliche Untersuchungen durchgeführt. Auch im englischsprachigen Raum wurde die Krisenkommunikation von Verbänden bisher wenig erforscht. Der europaweite Wettskandal im Deutschen Fußball-Bund, die Anti-Nestlé-Kampagne von Greenpeace, der Rücktritt der EKD-Ratsvorsitzenden Käßmann oder die Rolle des Bundesverbandes deutscher Banken in der internationalen Finanzkrise haben in jüngerer Vergangenheit jedoch gezeigt, dass Krisenkommunikation zu den zentralen Herausforderungen für Verbände gehört.

KRISENMANAGEMENT
Klare Verantwortlichkeit
Eindeutige Verfahren
Konsistente Interessenlage

Verfahren und Integration
(deeskalierend)

Handlungsfähigkeit

VERBANDSORGANISATION
Diffuse Verantwortlichkeit
Verfahrensprobleme
Interessenkonflikte

Wechselwirkung mit
Medien (verstärkend)

Handlungsunfähigkeit

Risiken des Krisenmanagements in Verbänden

„Und machen Sie keinen solchen Lärm mit dem Gefühl Ihrer Unschuld“, sagt der Aufseher zu Josef K., der sich gegen ein ihm völlig unverständliches Strafverfahren wehrt, „es stört den nicht gerade schlechten Eindruck, den Sie im Übrigen machen.“ Diese Szene aus Franz Kafkas „Der Prozess“ enthält mehr praktische Hinweise, als die surrealistische Romanhandlung vermuten lässt. Jedenfalls dann, wenn ein Verband es mit einer Krise zu tun hat. Verteidigungsreflexe – so menschlich sie sind – können dann großen Schaden anrichten.

VERBAND & FINANZEN 29



Rechnungslegung bei Verbänden

In der Praxis findet man bei Verbänden die unterschiedlichsten Rechnungslegungs-Systeme. Sie reichen von der einfachen Einnahmen-Ausgaben-Rechnung bis zur voll ausgebildeten doppelten Buchführung mit Aufstellung einer Bilanz nebst Gewinn-und-Verlust-Rechnung. Auch findet sich eine ganze Reihe von Mischsystemen, die etwa in der Mitte zwischen den genannten Systemen liegen und Elemente einer reinen Geldverkehrsrechnung mit Elementen eines Bestandsvergleichs verbinden. Was ist nun eigentlich bei Verbänden zweckmäßig oder gar erforderlich?

IMEX – die weltweit führende Fachmesse für Planer und Organisatoren von Kongressen, Tagungen, Incentives und Events

Viele Verbände sind ständig auf der Suche nach neuen Ideen und Austragungsorten für ihre Tagungen, Kongresse und Events in Deutschland – oder sogar für eine internationale Veranstaltung im Ausland. Eine ideale Möglichkeit, an einem Tag neue Kontakte zu Hotels, Kongresszentren, Airlines, Destinationen, Agenturen etc. zu knüpfen, bietet die Fachmesse IMEX. Vom 25. bis zum 27. Mai 2010 werden sich rund 3.500 Aussteller aus 150 Ländern auf der Messe „IMEX – incorporating Meetings made in Germany – The Worldwide Exhibition for incentive travel, meetings and events“ in Halle 8 der Messe Frankfurt präsentieren.

IMEX-Verbandetag am 24. Mai 2010

Die „IMEX – incorporating Meetings made in Germany – the Worldwide Exhibition for incentive travel, meetings and events“ hat für den IMEX-Verbandetag am 24. Mai 2010 ein facettenreiches und aktuelles Programm organisiert.

Die Technik muss stimmen!

Schlechter Ton, ermüdendes Licht, einfach keine Atmosphäre: Das kann schnell nach hinten losgehen. Wenn es dann auch noch am Gästemanagement, an der Aufzeichnungslogistik und an den richtigen Distributionskanälen mangelt, können Tagungen und Events unliebsame Konsequenzen haben. Dabei bietet die heutige Veranstaltungstechnik vielfältige Möglichkeiten. Unser Überblick zeigt, wie auch Verbände davon profitieren.



INHALT

- | | | |
|---------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| 03 ... aus der Redaktion | 35 Verband & Recht | 90 Stellenmarkt |
| 03 Impressum | 41 Workshop | 91 Partner der Verbände |
| 06 Schwerpunkt | 45 Verband & Tagung | 96 Inserentenverzeichnis |
| 21 Spektrum | 85 Bücher für Verbände | 97 VR-Aboformular |
| 29 Verband & Finanzen | 88 Personalien | 98 Gehört & Gelesen |