

# Verbände

Informationsdienst  
für die Führungskräfte  
der Verbände

# report

www.verbaendereport.de

**Mitglieder**

**Management**

**Kommunikation**

**AUSGABE 06**  
SEPTEMBER|2012



## SCHWERPUNKT

# Mitgliedsbeiträge optimal ausgestalten

- Notwendigkeit und Herausforderung am Beispiel von Berufsverbänden

## WEITERE THEMEN

### Verbändereport Gespräch

- „Der Vertriebsgedanke ist recht neu“

### Verband & Kommunikation

- Die Einführung von Social-Media-Guidelines:  
das kommunikative Grundgesetz

### Verband & Recht

- Neues BFH-Urteil zu Berufsverbänden klärt Zweifelsfragen

### Verband & Tagung

- Tagen in Hamburg
- Tagen an außergewöhnlichen Orten

„Der Mitgliedsbeitrag ist  
sozusagen als Pauschalpreis

für ein umfassendes

Dienstleistungsbündel anzusehen.“

(Dr. Philippe Giroud, BVM Beratergruppe)

# Liebe Leserin, lieber Leser!

## STIEFKIND BEITRAGSPOLITIK

Verbände verbinden Menschen, Mittel und Missionen. Während das Mitglieder-Beziehungsmanagement und das Dienstleistungsspektrum der Verbände in den letzten Jahren intensiv in der Fachwelt erörtert wurden, blieben die Themen Verbandsfinanzierung und Beitragsbemessung der Verbände eher unbeachtet. Dabei ist eine ausgewogene Beitragspolitik eine wesentliche Stellschraube in der Verbandsattraktivität, der Mitgliedergewinnung und der Mitgliederbindung. Professor Bernd Helmig und Dr. Philippe Giroud stellen im Schwerpunktbeitrag dieser Ausgabe Wege zur optimalen Ausgestaltung von Mitgliedsbeiträgen und zur Verbesserung der Beitragsgerechtigkeit und -akzeptanz vor.



## IHRE REDAKTION

## IMPRESSUM

### Redaktion

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

### Ständige redaktionelle Mitarbeit

Dr. Henning von Vieregge (HVV)  
Dr. Winfried Eggers (WE)  
Ralf Wickert (RW)  
Angelika Janßen (AJ)

### 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)

### Bezugspreise

10 Ausgaben: 155 €  
Einzelbezug: auf Anfrage

### Satz & Gestaltung

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

### Druck

Druck-Center-Meckenheim DCM  
53340 Meckenheim

### Anzeigen

Dipl.-Medienökonomin  
Angelika Janßen  
[janssen@verbaende.com](mailto:janssen@verbaende.com)

Es gilt 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. Hinwei-  
se für Gastautoren unter [www.verbaendereport.de](http://www.verbaendereport.de).

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

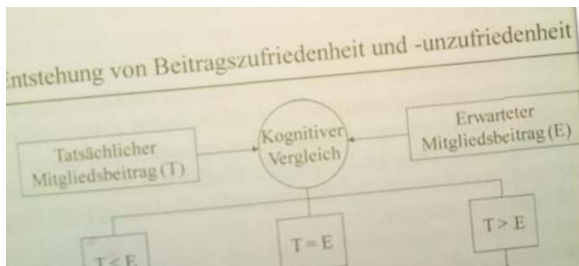
Leserbriefe mit Statements, Anregungen, Lob und Kritik bitte an:  
Redaktion **Verbändereport**, Postfach 20 03 55, 53133 Bonn

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

**VERBÄNDEREPORT GESPRÄCH 08**

**„Der Vertriebsgedanke ist recht neu“**

In der IHK Leipzig, mit über 66.000 Mitgliedsunternehmen, wurde nach dem Vorbild von Unternehmen die Organisation komplett umgekrempelt. Leitend war der Vertriebsgedanke. Jedes Mitglied hat es nun mit nur einem Ansprechpartner zu tun, Betriebsbesuche werden als erste Priorität angesehen. Eine Matrixorganisation hilft, die richtigen Informationen zum richtigen Zeitpunkt an die richtige Stelle zu bringen. Können Verbände aus der Umstrukturierung lernen? IHK-Hauptgeschäftsführer Dr. Thomas Hofmann meint, die Kammer habe eher von Verbänden gelernt. Understatement? Henning von Vieregge hat nachgefragt.

**SCHWERPUNKT 12**

**Mitgliedsbeiträge optimal ausgestalten**

Verbände bauen ihr Dienstleistungsangebot oftmals in der Hoffnung aus, dadurch an Attraktivität bei den Mitgliedern zu gewinnen. Dabei präferieren viele Verbandskunden bloß den Bezug von Kernleistungen zu einem niedrigen Mitgliedsbeitrag ohne Nutzung darüber hinausgehender Zusatzleistungen.

**VERBAND & KOMMUNIKATION 20**

**Die Einführung von Social-Media-Guidelines: das kommunikative Grundgesetz**

Wer ins Web 2.0 aufbricht, muss häufig seine Kommunikationsweise überdenken. Zumal in Verbänden und Organisationen Kommunikation auf mindestens zwei Weisen betrieben wird: nach innen zum Mitglied und nach außen in Richtung der Öffentlichkeit. Diese nicht trennscharfe Doppelfunktion verschärft den Bedarf an Regeln im Umgang mit den sozialen Medien. Vor allem die sozialen Netzwerke wie Facebook oder Twitter bergen kommunikative Gefahren, denen es zu begegnen gilt. Auch wer nicht als Organisation ins Web 2.0 aufbricht, kann über Social-Media-Guidelines nachdenken.

## Neues BFH-Urteil zu Berufsverbänden klärt Zweifelsfragen

Es kommt nicht oft vor, dass der Bundesfinanzhof zu Fragen der Besteuerung von Berufs- und Wirtschaftsverbänden Stellung nimmt. Daher ist das neueste Urteil (vom 13.3.2012, Aktenzeichen: I R 46/11, veröffentlicht in BFH/NV 2012, S. 1182) von besonderem Interesse.

## Tagen in Hamburg

Um die Tagungsmöglichkeiten in der Hafencity, dem neu entstehenden Trendviertel, drehte sich die Educational Tour im Juni in Hamburg. 14 Teilnehmer besichtigten historische und moderne Tagungsorte, entdeckten die Stadt bei Sonnenschein und Regen – mit dem Bus, vom Wasser aus und ausgestattet mit Tablet-Computern zu Fuß.

## Sport, Spiel, Spannung: Tagen an außergewöhnlichen Orten

Während einer Tagung bleibt heute oft keine Zeit für ein spannendes Rahmenprogramm. Damit eine Veranstaltung trotzdem auch Unterhaltungswert hat, kann die Wahl einer außergewöhnlichen Tagungsorte helfen. Der Verbändereport stellt einige Tagungsorte vor, die besonders auto-, motorrad- und motorsportbegeisterte Tagungsteilnehmer ansprechen dürften.

### VERBAND & RECHT 64



Bundesfinanzhof in München  
© Oliver Raupach

### VERBAND & TAGUNG 41



Stapellauf der AIDAmär im Hamburger Hafen  
© AIDA Cruises/Sabine Wenzel



Old- und Youngtimer-Ausstellung im LENKWERK  
© LENKWERK Bielefeld

## INHALT

- |                            |                        |                          |
|----------------------------|------------------------|--------------------------|
| 03 ... aus der Redaktion   | 28 Spektrum            | 71 Partner der Verbände  |
| 03 Impressum               | 34 Verband & Recht     | 76 Inserentenverzeichnis |
| 06 Einwurf                 | 41 Verband & Tagung    | 77 VR-Aboformular        |
| 08 Verbändereport Gespräch | 66 Bücher für Verbände | 78 Gehört & Gelesen      |
| 12 Schwerpunkt             | 67 Personalia          |                          |
| 20 Verband & Kommunikation | 70 Stellenmarkt        |                          |