

Verbände

Informationsdienst
für die Führungskräfte
der Verbände

report

www.verbaendereport.de

Mitglieder

Management

Kommunikation

AUSGABE 02|2010



SCHWERPUNKT

Verbandsmarketing

... oder wie man sich an seinen Austauschpartnern orientiert

WEITERE THEMEN

Rückblick

- 12. Deutscher Verbändekongress

Verband & Management

- E-Lobbying – backstage
- Endlich da: Das Hochschulstudium
Verbandsmanagement

Verband & Tagung

- Certified Conference Hotels

„Erstmals bieten wir Verbandsmanagement
an einer deutschen Hochschule als
Studienangebot mit betriebs-
wirtschaftlicher Ausrichtung an“

(Prof. Dr. Käßer-Pawelka, Studiendekan,
Duale Hochschule Baden-Württemberg)

Liebe Leserin, lieber Leser!



ELITE DER INNOVATIVEN VERBÄNDE IN DEUTSCHLAND

„Seit 1997 hat die Jury des DGVM Innovation Award die Aufgabe, jeweils die Konzepte zu finden, die innovativ, beispielhaft und gemäß den Kriterien dieses Wettbewerbs auszuzeichnen sind. Wer sich heute bewirbt, findet eine beachtlich hoch liegende Messlatte vor. Diese Situation spiegelt die Professionalität wider, die zukunftsfähige und nachgewiesen erfolgreiche Verbandsarbeit möglich macht.“ so Lutz E. Weidner, der Vorsitzende der DGVM Jury in seiner Rede auf dem 12. Deutschen Verbändekongress. Vier Verbände wurden für den DGVM Award 2010 nominiert und alle gehören, wie Weidner betonte, zur Elite der innovativen Verbände in Deutschland: „Beim diesjährigen Wettbewerb lief die Entscheidung in der Schlussphase auf vier Verbände hinaus, die sich durchgängig durch ein hohes Maß an Innovationsqualität, höchst konsequenter Umsetzung und gekonntes Management auszeichnen.“

Kurzporträts der Preisträger und einige Impressionen vom 12. Deutschen Verbändekongress finden Sie in dieser Ausgabe.

IHRE REDAKTION

IMPRESSUM

Redaktion

Wolfgang Lietzau (WL), V.I.S.D.P.
Helmut Martell (HM)
Tim Richter (TR)

Ständige redaktionelle Mitarbeit

Seval Akkocaoglu-Beckmann (SA)
Dr. Winfried Eggert (WE)
Jochen Müller (JM)
Ralf Wickert (RW)
Miriam Krause (MK)

Anschrift

Verbändereport
Burgstr. 79
53177 Bonn

und
Postfach 2003 55
53133 Bonn

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

Bezugspreise

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

Satz & Gestaltung

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

Druck

Druck-Center-Meckenheim DCM
53340 Meckenheim

Anzeigen

Miriam Krause, krause@verbaende.com

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

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.

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 2003 55, 53133 Bonn

oder per E-Mail an
redaktion@verbaendereport.de

VERBAND DES JAHRES 2010 07



Verband des Jahres 2010

HessenChemie Arbeitgeberverband Chemie und verwandte Industrien für das Land Hessen e.V., BITKOM, Immobilienverband Deutschland IVD Bundesverband der Immobilienberater, Makler, Verwalter und Sachverständigen sowie der Berufsverband Deutscher Nuklearmediziner BDN wurden ausgezeichnet. Im Rahmen des 12. Deutschen Verbändekongresses wurden vier Verbände für ihr exzellentes und innovatives Verbandsmanagement ausgezeichnet.

RÜCKBLICK 12. DEUTSCHER VERBÄNDEKONGRESS 14



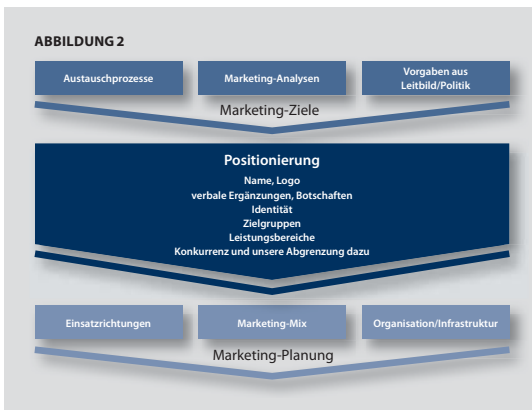
Community vor Commerce!

Verbände sind die Nahtstelle. Die Gestalter des Wandels. Verbände können Vorreiter sein. Zwei Tage lang diskutierten hochrangige Vertreter der Verbandswelt, wie die Interessenvertretung in Zukunft aussehen könnte. Aus der Praxis für die Praxis präsentierten Verbände, die die Weichen bereits gestellt haben, ihren Kollegen aus dem Bundesgebiet ihre Erfolgskonzepte und tauschten sich untereinander aus. Raum dafür gab es genug: An zwei Tagen, in 20 Workshops und mit mehr als 30 Referenten aus der Praxis stand fest, dass Verbände im Umgang mit den Neuen Medien Vorreiter sein können.

SCHWERPUNKT 24

Verbandsmarketing oder wie man sich an seinen Austauschpartnern orientiert

Verbandsmarketing umfasst alle Verbandsbereiche: Menschen schließen sich in Verbänden zusammen, um ihre Ziele zu erreichen. Basis jedes Verbandes sind seine Mitglieder, im Alltag kommt deshalb der Pflege der Beziehungen zu ihnen die höchste Bedeutung zu. Aber es gibt für einen Verband noch andere wichtige Austauschpartner, beispielsweise muss er die Mitgliederinteressen in gebündelter und geordneter Form gegenüber Politik und Öffentlichkeit vertreten. Sozialverbände wiederum leben zum Teil von Spenden und kümmern sich deshalb um Spender als wichtige Austauschpartner. Deutlich wird, dass Verbände bei ihren vielfältigen Aufgaben mit den unterschiedlichsten Austauschpartnern zu tun haben – und nur wenn diese Beziehungen funktionieren, kann der Verband erfolgreich sein.



E-Lobbying – backstage

Spätestens seit Barack Obamas Online Wahlkampf sind die elektronischen Medien auch in das Blickfeld politischer Kommunikation gerückt: Diese Medien sind vom Randdasein in den Mittelpunkt politischer Kommunikation und Interessenarbeit gerückt – vieles spricht sogar dafür, dass sie bereits heute die neuen Leitmedien sind. Wie zuletzt der Bundestagswahlkampf gezeigt hat, tun sich politische Institutionen inklusive Verbänden noch sehr schwer, Online-Medien für ihre Zwecke zielgerichtet einzusetzen.

Endlich da! Das Hochschulstudium Verbandsmanagement (Bachelor of Arts)

Damit Verbände erfolgreich arbeiten können, benötigen sie engagierten, kompetenten und spezifisch ausgebildeten Führungsnachwuchs. Das Management eines Verbandes unterscheidet sich in vielen Bereichen grundlegend von dem eines Wirtschaftsunternehmens und bedarf spezifischer Kenntnisse. Bislang gab es jedoch trotz der großen Zahl und enormen Bedeutung der Verbände kein grundständiges Studienangebot. Diese Lücke wird mit dem betriebswirtschaftlichen Studium Verbandsmanagement mit dem Abschluss Bachelor of Arts am neuen Campus Heilbronn der Dualen Hochschule Baden-Württemberg geschlossen.

Ausgezeichnet tagen

Zwar scheint die Geschäftsreise- und MICE-Branche auf dem besten Weg der Erholung zu sein – Kostenersparnis steht jedoch immer noch an oberster Stelle. Mit einfachen Mitteln ist hier noch viel herauszuholen. Zum Beispiel sorgt die Hotelzertifizierung des Deutschen GeschäftsreiseVerbands VDR für Transparenz und Planungssicherheit, wenn es darum geht, das richtige Hotel für den nächsten Kongress, das nächste Seminar, Einzel- bzw. Gruppenreisen oder die Jahrestagung zu finden. Wichtig vor allem für Verbände und Vereine.

VERBAND & MANAGEMENT 33



VERBAND & TAGUNG 45



INHALT

| | | |
|--|----------------------------|--------------------------|
| 03 ... aus der Redaktion | 28 Verband & Kommunikation | 63 Personalia |
| 03 Impressum | 33 Verband & Management | 65 Stellenmarkt |
| 07 Verband des Jahres 2010 | 42 Spektrum | 67 Partner der Verbände |
| 14 Rückblick 12. Deutscher Verbändekongress | 45 Verband & Tagung | 72 Inserentenverzeichnis |
| 24 Schwerpunkt | 60 SVV | 73 VR-Aboformular |
| | 62 Bücher für Verbände | 74 Gehört & Gelesen |