

# Verbände

Informationsdienst  
für die Führungskräfte  
der Verbände

# report

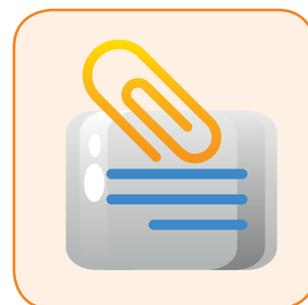
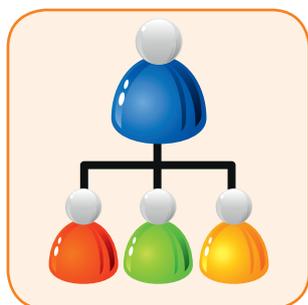
www.verbaendereport.de

**Mitglieder**

**Management**

**Kommunikation**

**AUSGABE 03|2011**



## SCHWERPUNKT

### Social Media in Verbänden

- Verbandsarbeit heute und morgen unter dem Einsatz moderner Informations- und Kommunikationstechnologie
- Über soziale Netzwerke Nachwuchs finden und Mitglieder binden

## WEITERE THEMEN

### Verbändereport Gespräch

- Lobbyismus allein reicht nicht  
Gespräch mit Albrecht von der Hagen, ASU

### Verband & Kommunikation

- Sichere Online-Prozesse im Verband
- Ein Verband macht Radiowerbung

### Verbände im Profil

- HessenChemie: Mut zur Veränderung

„Wenn ein Thema auf die politische Agenda kommen soll, reicht es eben nicht, Vieraugengespräche zu organisieren, Dossiers zu schreiben, gute volkswirtschaftliche Argumente zu haben.“

(Albrecht von der Hagen, Hauptgeschäftsführer,

DIE FAMILIENUNTERNEHMER – ASU)

# Liebe Leserin, lieber Leser!

## WIR POSTEN, ALSO SIND WIR: TRENDSETTER ODER TRADITIONSHÜTER?

Verbände müssen sich früher oder später mit den Auswirkungen der Social-Media-Netzwelt auseinandersetzen. Personenverbände früher, denn schließlich geht es beim Web 2.0 um Interaktion und was liegt näher, als sich mit den Werkzeugen, die das bidirektionale Internet bietet, auseinanderzusetzen und die Kommunikation mit Mitgliedern und potenziellen Mitgliedern via Internet aufzunehmen? Kundenorientierte Unternehmen tun dies und bilden eigens für die neuen Kommunikationswege Community-Manager aus. Erste Studien zum Social Web zeigen, dass Verbände – wie so oft – erst mal abwarten und die Entwicklung beobachten. Ob diese Strategie die richtige ist, wird sich herausstellen. Über das Thema informiert sein sollte jedenfalls jeder Verantwortliche im Verband.

Der Schwerpunkt dieser Ausgabe ist abermals „Social Media in Verbänden“. Seit Anfang 2008 berichtet der Verbändereport regelmäßig über die Chancen des Web 2.0 und lässt die führenden Experten zu Wort kommen. Übrigens bietet die zweitägige Tagung „Forum Verbandskommunikation“ am 27. und 28. Juni in Düsseldorf einen umfassenden Überblick über den Stand der Nutzung sozialer Medien in Verbänden.



## IHRE REDAKTION

# IMPRESSUM

### Redaktion

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

### Ständige redaktionelle Mitarbeit

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

### Gastautoren

[www.verbaende.com/gastautoren](http://www.verbaende.com/gastautoren)

### Adresse

Verbändereport  
Burgstr. 79  
53177 Bonn

Postfach 2003 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 €  
5 Ausgaben: 80 €  
Einzelbezug: auf Anfrage

### Satz & Gestaltung

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

### Druck

Druck-Center-Meckenheim DCM  
53340 Meckenheim

### Anzeigen

Miriam Krause, [krause@verbaende.com](mailto:krause@verbaende.com)

Es gilt Anzeigenpreisliste 4/2009  
siehe: [www.verbaende.com/media](http://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](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 2003 55, 53133 Bonn

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

VERBÄNDEREPORT GESPRÄCH 06



Albrecht von der Hagen, Hauptgeschäftsführer DIE FAMILIENUNTERNEHMER – ASU

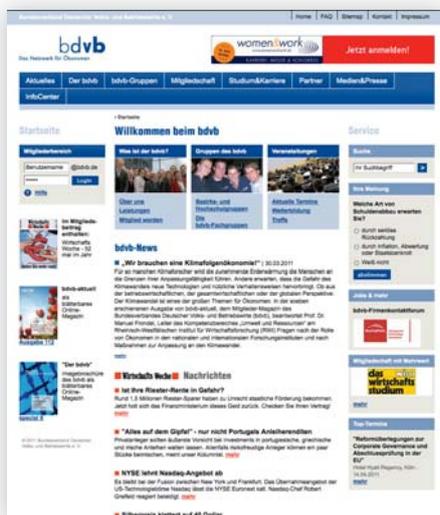
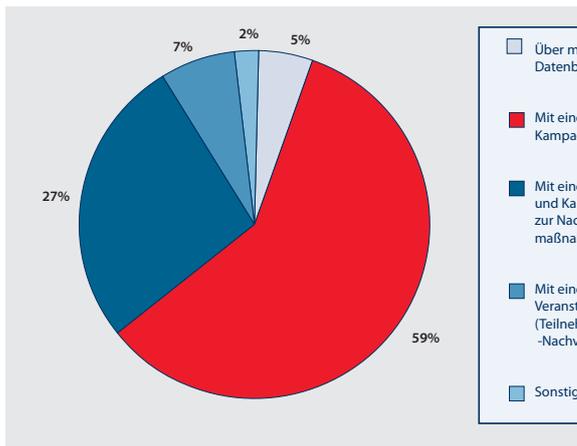
### Lobbyismus allein reicht nicht

Seit Gründung der Verbände weiß man: Wer beachtet werden will, muss über die Bande der Öffentlichkeit spielen. Lobbyismus allein reicht nicht. Was immer wieder auf den Prüfstand gehört, sind die Methoden der Kommunikation. Wie können Verbände im Kampf um Aufmerksamkeit besser punkten? Diese Frage stand im Zentrum eines Interviews mit Albrecht von der Hagen, dem Hauptgeschäftsführer des Verbandes DIE FAMILIENUNTERNEHMER – ASU. Die Fragen stellte Henning von Vieregge.

SCHWERPUNKT 10

### Verbandsarbeit heute und morgen unter dem Einsatz moderner Informations- und Kommunikationstechnologie

Wie reagieren Verbände auf die massiven Veränderungen in der Kommunikationskultur, die immer größer werdende Konkurrenz kommerzieller Kommunikations- und Netzwerk-Plattformen und die gestiegenen Erwartungen der Mitglieder an werthaltige Services sowie an ein modernes, effizientes Verbandsmanagement? Industrie und Medien sind den Verbänden in vielen Punkten noch um Längen voraus, aber junge Mitarbeiter und der Druck von Mitgliedern und Öffentlichkeit treiben vor allem in den größeren Verbänden neue Entwicklungen voran.



### Über soziale Netzwerke Nachwuchs finden und Mitglieder binden

Als die FAZ im September 2010 berichtete: „Zahlreiche Verbände in Deutschland leiden an Mitglieder-Schwund und einer älter werdenden Mitgliederstruktur. Um jüngere Zielgruppen anzusprechen, planen viele Verbände nun den Einsatz sozialer Medien,“ konnte das den bdbv – Bundesverband Deutscher Volks- und Betriebswirte e. V. nicht weiter beunruhigen. Seit Jahren hatte der Verband der Ökonomen mit Sitz in Düsseldorf vorgesorgt.

## Mut zur Veränderung

Der Arbeitgeberverband HessenChemie nahm im vergangenen Jahr an vier Wettbewerben teil – und gewann bei allen. Das hat die Arbeit des Verbandes nachhaltig verändert. Die Akzeptanz nach innen und außen ist gewachsen, der Expertenstatus gefestigt. Alles begann mit der Auszeichnung zum Verband des Jahres 2010, dem „DGVM INNOVATION AWARD“.

## Ausgezeichnet tagen – Tagungsllocations mit Prüfsiegel

Veranstaltungsplaner möchten bereits in der Organisationsphase wissen, was eine Location zu bieten hat. Um die Wahl der Tagungsstätte zu erleichtern, wurden einige Siegel entwickelt, die gewisse Standards versprechen. Der Verbändereport stellt die Zertifikate „Green Globe“, „degefest-geprüfte Kongress- und Tagungsstätte“ und „Certified Conference Hotel“ genauer vor.

## Im Tagungsmarkt punkten – mit der geballten Kompetenz einer ganzen Region

Deutschland gehört zu den führenden Meeting-Destinationen der Welt. Um diese Spitzenposition langfristig zu behaupten, gehen deutsche Tagungs- und Kongressanbieter verstärkt dazu über, die Kompetenzen ihrer Region zu identifizieren und als Motor von Netzwerken zu agieren.

### VERBÄNDE IM PROFIL 30



### VERBAND & TAGUNG 45



## INHALT

- |                            |                       |                          |
|----------------------------|-----------------------|--------------------------|
| 03 ... aus der Redaktion   | 30 Verbände im Profil | 71 Partner der Verbände  |
| 03 Impressum               | 36 Spektrum           | 76 Inserentenverzeichnis |
| 06 Verbändereport Gespräch | 40 Verband & Recht    | 77 VR-Aboformular        |
| 10 Schwerpunkt             | 45 Verband & Tagung   | 78 Gehört & Gelesen      |
| 20 Verband & Kommunikation | 66 Personalien        |                          |
| 28 Marketing-Kolumne       | 69 Stellenmarkt       |                          |