

Verbände

Informationsdienst
für die Führungskräfte
der Verbände

report

Mitglieder

Management

Kommunikation

AUSGABE 08

November 2013

17. Jahrgang

VERBÄNDEREPORT GESPRÄCH

„Werbefreiheit ist
Meinungsfreiheit“

VERBAND & MANAGEMENT

Verbands-Marketing online:
Hunderte Webauftritte im
Griff

VERBAND & KOMMUNIKATION

Gewusst, wie – texten
einfach gemacht!

Verbände digital



Redaktion

Wolfgang Lietzau (WL), V.i.S.d.P.
Andrea Birrenbach (AB)
Sabrina Aberfeld (SA)
Tim Richter (TR)

Ständige redaktionelle Mitarbeit

Dr. Winfried Eggers (WE)
Michel Maugé
Dr. Henning von Vieregge (HvV)
Ralf Wickert (RW)

Gastautoren

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
www.verbaendereport.de

Bezugspreise

10 Ausgaben: 155 €
5 Ausgaben: 80 €
Einzelbezug: auf Anfrage

Satz & Gestaltung

Rainer Focke, focke@verbaende.com

Druck

Druck-Center-Meckenheim DCM
53340 Meckenheim

Anzeigen

Sabrina Aberfeld
aberfeld@verbaende.com

Simone Wagener
wagener@verbaende.com

Es gilt Anzeigenpreisliste 5/2012
siehe: 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. Hinweise 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 20 03 55, 53133 Bonn

oder per E-Mail an
redaktion@verbaendereport.de

Liebe Leserin, lieber Leser!

INNOVATION, ÖLE!

Was hat Werbewirtschaft mit einer Studie zu sozialen Medien, Verbands-Marketing und einem Textservice gemeinsam? Genau, nicht so viel. Und doch vieles: die Innovationskultur! Im Verbändereport berichten wir pro Ausgabe über eine Vielzahl innovativer Ansätze und Chancen, die sich für Verbände ergeben. So auch in dieser Ausgabe, die sich dem Thema Verbände digital widmet.

So breit die Themenpalette des Verbändereport ist, so vielfältig wird das Angebot des 14. Deutschen Verbändekongresses am 24. und 25. Februar 2014 in Düsseldorf sein: In 18 verschiedenen Themen-Sessions, mit etwa 50 Expertinnen und Experten, zwei

Open-Space-Floors und einer großen Plenums-Diskussion wird der nächste Verbändekongress nicht nur der größte werden, sondern auch der themenreichste. Durch das breite Angebot an vielen Workshops, Sessions und Veranstaltungen stellt sich jeder Teilnehmer „sein“ Themen-Menü zusammen – gelebte Innovationskultur. Wie im Verbändereport. Und wo wir beim Thema sind: Der „DGVM INNOVATION AWARD – Verband des Jahres“ wird auch beim Verbändekongress verliehen.

Viel Spaß beim Lesen!

IHRE REDAKTION



SCHWERPUNKT VERBAND & MANAGEMENT



DIE FORTSETZUNG DER PRESSE-ARBEIT MIT ANDEREN MITTELN

Verbände durchleben seit langer Zeit einen enormen Strukturwandel. Auf der einen Seite sind viele durch das „Aussterben des Stammkunden“ (Streeck 1987) bedroht. Auf der anderen Seite wird es durch die Pluralisierung organisierter Interessen immer schwieriger, Öffentlichkeit und öffentliche Unterstützung für die eigenen Interessen herzustellen. Als „Allheilmittel“ werden von vielen derzeit die sozialen Medien gepriesen, die sowohl Diskussionen mit Mitgliedern wiederbeleben als auch erfolgreich öffentlich mobilisieren könnten.

VERBÄNDEREPORT GESPRÄCH 06

„WERBEFREIHEIT IST MEINUNGSFREIHEIT“

Volker Nickel war 41 Jahre lang Sprecher des Zentralverbandes der deutschen Werbewirtschaft ZAW und des Deutschen Werberates. Er wird auch nach seinem kürzlich erfolgten Abschied aus diesen Funktionen ein einflussreicher Kämpfer für Werbefreiheit in Verantwortung bleiben, einer, der auch nach innen das kritische Wort nicht scheut. Journalisten schätzen seinen Sachverstand und seine nimmermüde Erklärungsbereitschaft über das Wesen der Werbung.

SCHWERPUNKT: VERBAND & MANAGEMENT 22

VERBÄNDE DIGITAL – AKTUELLER STAND UND ENTWICKLUNG

Wie wirken sich die massiven Veränderungen in der Kommunikationskultur, die Konkurrenz zu verbandsexternen Interessenvertretungen und die gestiegenen Erwartungen der Mitglieder an moderne Services auf die digitale Modernisierung von Verbänden aus? Als wir Ende 2010 unsere erste Umfrage zu diesem Themenbereich durchgeführt haben, war das Thema Social Media bei Verbänden gerade angekommen. Mittlerweile haben etliche Verbände (erste) Erfahrungen gesammelt und widmen sich nun verstärkt den dahinterstehenden, essenziellen Fragen digitaler Verbandskommunikation und Verbandsarbeit.

VERBAND & MANAGEMENT 28

VERBANDS-MARKETING ONLINE: HUNDERTE WEBAUFTRITTE IM GRIFF

Verbands-Marketing ist komplex, denn es muss auf immer mehr Kanälen stattfinden. Zudem erwarten Menschen vielfältige Services und kurze Klickwege auf Webseiten; auch bei mobiler Nutzung. Entsprechend integriert und effektiv sollten die Systeme und Abläufe im Hintergrund arbeiten. So wie beim Deutschen Jugendherbergswerk, das seine neue Internetseite in den Mittelpunkt der Marketing-Kanäle gestellt hat.

VERBAND & KOMMUNIKATION 32

GEWUSST, WIE – TEXTEN EINFACH GEMACHT!

Verbände und Organisationen haben eine wachsende Herausforderung. Sie informieren ihre Mitglieder über die Verbandstätigkeiten, über Internes und wissenswertes Externes. Meistens nutzen sie dafür alle Medienkanäle wie Webseite oder Newsletter. Doch die Erwartungen und Ansprüche der Zielgruppen steigen. Die Frage ist: Wer recherchiert und textet die zahlreichen Beiträge? Wer wählt den richtigen Mix aus? Jetzt gibt es Unterstützung von DieRedaktion.de. Mit Content Plus liefert die große Journalismusbörse professionelle Texte zu fast jedem Thema. Kostengünstig, termingerecht und plagiatsfrei. Die ersten Verbände und Organisationen nutzen den Service bereits. Sozialversicherungsbeiträge abzuführen.

KONGRESSZENTREN, KONGRESS- BÜROS/CONVENTION OFFICES UND PCOS IN DEUTSCHLAND

Estrel Convention Center
© Estrel Hotel Berlin

VERBAND & TAGUNG 46

CONVENTION BUREAUS WERBEN MIT INNOVATIVEN IDEEN

Die Konkurrenz der Tagungsstädte ist groß. Neue Ideen sind deshalb gefragt, die einen Tagungsstandort attraktiv in Szene setzen. Die Convention Bureaus verfolgen verschiedene Konzepte: Während Lübeckkongress mit einer Guerilla-Marketing-Aktion überrascht, wirbt Leipzig mit prominenten Gesichtern und Münster mit kostenfreier Tagungsplanung. Da auch ein modernes Kongresszentrum für die Vermarktung einer Tagungsstadt wichtig ist, stellt der Verbändereport weitere Neuigkeiten aus Osnabrück, Berlin, Bonn und Hamburg vor.

VERBAND & TAGUNG 65

DIE NEUE ROLLE DES PCO – ZWISCHEN REISEBÜRO UND THEATER

So schnell sich die Welt dreht, so schnell steigen auch die Anforderungen an einen professionellen Kongressorganisator. Doch bevor über den Wandel der Aufgaben eines PCO gesprochen wird, sollte man sich zuerst dem sich völlig wandelnden Markt von Verbandskongressen zuwenden. Es würde zu weit führen, die globale Eventwelt und die Anforderungen an die Organisatoren zu behandeln. Und doch wird man feststellen müssen, dass am Ende der PCO sich immer mehr Wissen der Eventorganisatoren aneignen muss und dass es zu einer Verschmelzung kommen wird.

ÜBERSICHT

- 03 ... aus der Redaktion
- 03 Impressum
- 06 Verbändereport Gespräch
- 16 Schwerpunkt
- 32 Verband & Kommunikation
- 36 Spektrum
- 38 Verband & Forschung
- 41 Bücher für Verbände
- 43 Personalien
- 45 Verband & Tagung
- 79 Partner der Verbände
- 85 Inserentenverzeichnis
- 86 Gehört & Gelesen