

Verbände

Das Fachmagazin
für die Führungskräfte
der Verbände

report

Mitglieder

Management

Kommunikation

AUSGABE 01

Januar 2014
18. Jahrgang

VERBAND & LOBBYING
Das Lobbyjahr 2014:
Ein Überblick

VERBAND & STEUERN
Verband und
Service-Gesellschaft

VERBAND & TAGUNG
Die Hauptstadttagung -
Verbände tagen in Berlin

2014

Das Verbändejahr 2014

Herausforderungen,
Hoffnungen, Highlights



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

Büro Berlin

Verbändereport
Kaiserdamm 31
14057 Berlin

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 die 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!

DIE GROKO STEHT. VOM WAHLJAHR INS LOBBYJAHR?

Wir fragten wieder unsere Leser, wo sie ihre Arbeitsschwerpunkte im neuen Jahr verorten. War vor einem Jahr „Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit stärken“ noch Spitzenreiter auf der To-do-Liste der meisten Verbände, so ist es in diesem Jahr das „politische Lobbying auf Landes- oder Bundesebene“. Die Große Koalition und die neue Regierung dürften der Grund dafür sein. Die anderen Schwerpunkte haben sich dagegen kaum verändert. Markenpositionierung, neue Mehrwertleistungen und Mitgliederservices entwickeln, die Gewinnung geeigneter Vertreter für das Ehrenamt und die Intensivierung der internen Kommunikation gehören

weiter zu den Dauerbrennern der professionellen Verbandsarbeit.

Auch auf dem 14. Deutschen Verbändekongress am 24. und 25. Februar in Düsseldorf stehen diese Themen im Vordergrund. Ein guter Grund, sich zum Jahresanfang wieder auf den aktuellen Stand bringen zu lassen und sich mit Kolleginnen und Kollegen über die professionelle Verbandsführung auszutauschen. Networking wird auf dem – in Format und Konzeption renovierten – Verbändekongress großgeschrieben. Informieren Sie sich bitte unter www.verbaendekongress.de.

IHRE REDAKTION

2014



2014

„JA, VERBANDSARBEIT MUSS AUCH EIN BISSCHEN SEXY SEIN ...“

Zu Beginn eines neuen Jahres fragt der Verbändereport die Führungskräfte der Verbände nach ihren bevorstehenden Herausforderungen, Hoffnungen, Highlights. Auch in diesem Jahr haben wir mit Führungskräften – insbesondere aus dem Kreis der DGVM – gesprochen und gefragt, was sie vom nächsten Jahr für ihre Verbände erwarten.

VERBAND & LOBBYING 16

DAS LOBBYJAHR 2014: EIN ÜBERBLICK

Als Superwahljahr wird es wohl nicht in die Geschichtsbücher eingehen. Trotzdem wird das Jahr 2014 für das Verbandslobbying wichtig und herausfordernd. Dies gilt auf drei politischen Ebenen: der Europäischen Union, der Bundesrepublik Deutschland und in den Bundesländern Hessen, Sachsen, Brandenburg und Thüringen. Was zeichnet das Jahr 2014 aus und was macht es für die politische Arbeit der Verbände so besonders?

VERBAND & KOMMUNIKATION 26

„UNTERSTELLTE WIRKUNGEN“ UND „WIRKUNGEN VON UNTERSTELLUNGEN“

Studie: Der politische Einfluss von On- und Offline Medien. Die Ergebnisse einer Kurzuntersuchung der Forschergruppe „Politische Kommunikation in der Online-Welt“

VERBAND & KOMMUNIKATION 30

„PUBLISH OR PERISH“: MEHR REICHWEITE FÜR DIE PM

Die Kommunikation von Verbänden ist defensiv, ichzentriert und oft ohne Wirkung. Falsch, sagt Julia Anna Eckert, verantwortlich für die Kommunikation des Verbands Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR). Seit mehr als vier Jahren beweist sie das Gegenteil. Ihre einfache Erfolgsformel: „Starke Botschaften brauchen optimale Reichweite.“

VERBAND & STEUERN 46

VERBAND UND SERVICE-GESELLSCHAFT

Es ist allgemein anerkannt, dass die Beteiligung eines Verbandes an „seiner“ Service-GmbH grundsätzlich dem vermögensverwaltenden Bereich des Verbandes zugerechnet wird. Diese Zuordnung ist ertragsteuerlich gesehen von Vorteil, weil damit Gewinnausschüttungen der GmbH oder Miet- und Lizenzzahlungen an den Verband in dessen Vermögensverwaltung anfallen und daher beim Verband nicht der Körperschaft- und Gewerbesteuer unterliegen.

DIE HAUPTSTADTTAGUNG – VERBÄNDETAGEN IN BERLIN

Reichstagskuppel
© visitBerlin

VERBAND & TAGUNG 54

BERLIN – VON GLAMOURÖS BIS UNKONVENTIONELL

Berlin ist wandlungsfähig. Die Stadtteile befinden sich im ständigen Veränderungsprozess, dennoch haben alle eines gemeinsam: Sie sind für Touristen wie Geschäftsreisende enorm anziehend und bieten für Verbandsveranstaltungen unzählige Möglichkeiten – ob Berlin-Mitte, Friedrichshain-Kreuzberg oder Charlottenburg. Ein Beispiel dafür, wie ein Hotel die Anforderungen einer Großveranstaltung meistert, liefert das InterContinental, das seit vielen Jahren den Bundespresseball ausrichtet.

VERBAND & TAGUNG 82

FRISCHER WIND FÜR VERBANDSKONGRESSE

In dem stark wachsenden Veranstaltungsmarkt buhlen immer mehr Ausrichter um Teilnehmer. Das Publikum ist anspruchsvoller geworden. Kongressteilnehmer begreifen sich nicht mehr als passive Konsumenten, sondern als gut informierte Akteure. Was ist also zu tun, um das Kongressprogramm attraktiver zu gestalten, die Teilnehmerzahl zu steigern und den Kongress zu einem wichtigen Mittel der Mitgliederbindung und -gewinnung zu machen?

ÜBERSICHT

- 03 ... aus der Redaktion
- 03 Impressum
- 06 Schwerpunkt
- 22 Fiktiver Brief No. 2
- 26 Verband & Kommunikation
- 38 Verband & Forschung
- 40 Verband & Recht
- 46 Verband & Steuern
- 52 Stellenmarkt
- 53 Verband & Tagung
- 95 Partner der Verbände
- 101 Inserentenverzeichnis
- 102 Gehört & Gelesen