

Verbände

Das Fachmagazin
für die Führungskräfte
der Verbände

report

Mitglieder

Management

Kommunikation

AUSGABE 07

Oktober 2014

18. Jahrgang

EINANZ

VERBÄNDERPORT GESPRÄCH
„Wir haben wenig Flops“
AUMA sichert Messequalität

VERBAND & MANAGEMENT
Verbände und Online-
Weiterbildung

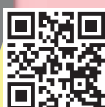
VERBAND & RECHT
Überzeugend
argumentieren

QUALITÄTS ZIELE

EFFIZIENZ

Managementberatung im Verband

Drei Case Studies



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 (MM)
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
Sinan Yildirak, yildirak@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 Rubrik „Neues aus Forschung und Lehre“ 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!

MESSEN, MANAGEMENTBERATUNG UND MULTIMEDIA

Was müssen Verbände beachten, die für ihre Mitglieder zum Thema Messe aktiv werden wollen? Und wie schützt sich der einzelne Aussteller vor Flops? Was passiert mit Verbänden, die die Meinungsbildungshoheit in ihrer Branche verlieren? Henning von Vieregge traf AUMA-Geschäftsführer Dr. Peter Neven im Verbandshaus in Berlin (Verbändereport Gespräch ab Seite 6).

Laut FAZ soll es in Deutschland rund 85.000 Unternehmensberater geben. Die Zahl der Managementberater für Verbände lässt sich dagegen an zwei Händen abzählen. Einige Unternehmensberater übernehmen die Verbandsberatung dann mal so nebenher – kann ja nicht so schwierig sein. Schwierig – und manchmal peinlich – wird es erst dann, wenn die Juniorberater ihre an der Uni er-

lernten Managementmodelle den Verbänden überstülpen wollen. In drei Case Studies stellen wir Projekte vor, die sich mit typischen Beratungsbereichen im Management von Verbänden befassen: der Organisationsentwicklung, der kaufmännischen Steuerung und dem IT-Management (Schwerpunkt dieser Ausgabe ab Seite 12).

Und Multimedia? Die Verbandsberaterin Dr. Sabina Fleitmann befasst sich in ihrem Beitrag ausführlich mit den Online-Weiterbildungsangeboten von Verbänden (ab Seite 28).

Viel Spaß beim Lesen wünscht

IHRE REDAKTION



QUALITÄTS
ZIELE

FINANZ
ZIELE

EFFIZIENZ
ZIELE

VERBÄNDEREPORT GESPRÄCH 06

„WIR HABEN WENIG FLOPS“ AUMA SICHERT MESSE-QUALITÄT

Der Auma ist ein speziell deutsches Konstrukt als eigenständiger Auftragnehmer des Bundeswirtschaftsministeriums in Sachen Außenwirtschaftsförderung durch Messebeteiligung. In anderen Ländern übernimmt der Staat diese Aufgabe selbst. Und wie ist die deutsche Bilanz? Was müssen Verbände beachten, die für ihre Mitglieder zum Thema Messe aktiv werden wollen? Und wie schützt sich der einzelne Aussteller vor Flops? Was passiert mit Verbänden, die die Meinungsbildungshoheit in ihrer Branche verlieren? Henning von Vieregge traf AUMA-Geschäftsführer Dr. Peter Neven im Verbandshaus in Berlin.

VERBAND & MANAGEMENT 28

VERBÄNDE UND ONLINE-WEITERBILDUNG

Als der Vorgänger-Artikel zu diesem Beitrag unter der Überschrift „Weiterbildungsangebote von Verbänden – was können Verbände ihren Mitgliedern bieten?“ Ende 2012 im Verbändereport erschien, ging es um aktuelle Trends und eine generelle Begründung von Weiterbildung in Verbänden. Kriterien für Weiterbildungskonzepte und der Nutzen von Weiterbildung für Verbände und ihre Mitglieder standen im Vordergrund. Online-Formate waren zu diesem Zeitpunkt den meisten Verbänden bekannt, wurden aber von der Mehrheit eher nicht praktiziert. Seither hat sich auf diesem Feld einiges getan.

ORGANISATIONSENTWICKLUNG IM VERBAND – WIE PROFES- SIONALISIERUNG GELINGT

Erfolgreiche Professionalisierungsprozesse in Verbänden sind nicht Zufall. Und sie sind für jeden Verband möglich. Notwendig dafür ist das Befolgen einiger Grundsätze. Am Beispiel der Organisationsentwicklung von Galabau, dem Bundesverband Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau e.V., können einige davon aufgezeigt werden.

VERBAND & MANAGEMENT 16

WENN RENDITE KEIN ZIEL IST!

Die Ausgangssituation: Bei unserem Klienten handelt es sich um einen klassischen gemeinnützigen Verband, der mit der Entwicklung im Markt für Bildung zu kämpfen hat. Seine Ziele liegen in der Förderung seines Fachbereichs und der Branche. Dies wird realisiert durch die Entwicklung fachlicher Standards in rund 300 Arbeitsgruppen, durch ca. 250 bis 300 Veranstaltungen (Bildung, fachlicher Austausch) sowie mittels Publikationen. Die regionale Betreuung der Mitglieder erfolgt durch mehrere Verbandsgeschäftsstellen. Der Anlass der Beauftragung war eine wirtschaftliche Krise im Bereich Bildung, die sich über mehrere Jahre entwickelt hatte. Offensichtlich war der Rückgang der verkauften Veranstaltungstage in den Kernbereichen.

VERBAND & MANAGEMENT 24

DAS PERLENKETTENMODELL

Welche Systeme sind für meinen Verband jetzt und in Zukunft die richtigen? Wie kann man auch bei knappen Budgets die IT-Investition sichern? Eine IT-Strategie beantwortet diese Fragen und hilft, die richtigen Investitionsentscheidungen zu treffen. Mehr noch: Bei kluger, auf die Bedarfe der Nutzer ausgerichteter Auswahl der Systeme kann die Zusammenarbeit im Verband um ein Vielfaches schneller und effizienter werden.

NORDRHEIN-WESTFALEN: TAGEN IM INDUSTRIELAND ZENTRAL, NATURNAH, ORIGINELL

„Extraschicht“ in der Henrichshütte Hattingen
© Ruhr Tourismus/Kreklau

VERBAND & TAGUNG 52

NORDRHEIN-WESTFALEN – TAGEN IM INDUSTRIELAND

Weite Teile Nordrhein-Westfalens sind ländlich geprägt, wie etwa das Sauerland oder das Münsterland. Doch zweifelsohne gilt Nordrhein-Westfalen als Industrieland. Einst führend bei der Kohleförderung hat das Ruhrgebiet eine ganze Region geprägt. Heute sind zahlreiche Industriebauten zu Tagungsstätten geworden – der Verbändereport stellt einige der umgenutzten Locations in der Region Ruhr und im südlich gelegenen Rheinland vor.

VERBAND & TAGUNG 74

VERBANDSVERTRETER ZU GAST IN DER REGION STUTTGART

Stuttgart entdecken und genießen – diese Gelegenheit bot sich Ende August den Teilnehmern der compliancekonformen Studienreise für Verbandsvertreter, die in Kooperation mit dem Stuttgart Convention Bureau, der Deutschen Gesellschaft für Verbandsmanagement (DGVM) und dem Verbändereport organisiert wurde.

ÜBERSICHT

- 03 ... aus der Redaktion
- 03 Impressum
- 06 Verbändereport Gespräch
- 12 Schwerpunkt
- 28 Verband & Management
- 40 Verband & Kommunikation
- 45 Bücher für Verbände
- 46 Spektrum
- 48 Personalien
- 50 Stellenmarkt
- 51 Verband & Tagung
- 83 Partner der Verbände
- 89 Inserentenverzeichnis
- 90 Gehört & Gelesen