

# Verbände **report**

Das Fachmagazin  
für die Führungskräfte  
der Verbände

Mitglieder  
Management  
Kommunikation

**AUSGABE 09**  
Dezember 2018  
22. Jahrgang

**VERBÄNDEREPORT GESPRÄCH**

Ulrich von Alemann über die Situation  
der Verbände in Deutschland

**VERBAND & MANAGEMENT**

SaveYourIncome – Zum Lobbying  
von Google, Netflix, Soros & Co

**VERBAND & TAGUNG**

Die Schweiz: Gastgeber  
mit Leidenschaft

## ÜBER GRAUEN LOBBYISMUS UND ZAHNLOSE TIGER

Neue Herausforderungen in der Lobbyarbeit



# Liebe Leserin, lieber Leser!

## IMPRESSUM

**Verbändereport – das Fachmagazin für die Führungskräfte der Verbände**

**Ausgabe 09 | Dezember 2018**  
**22. Jahrgang – ISSN 0720-9363**

**Herausgeber**  
Wolfgang Lietzau

**Redaktion**  
Wolfgang Lietzau (WL), V.i.S.d.P.  
Karen Scarbatta (KS)  
Andrea Birrenbach (AB)  
Michael Jansen (MJ)  
Tim Richter (TR)  
Dr. Henning von Vieregge (HVV)

**Ständige redaktionelle Mitarbeit**  
Dr. Winfried Eggers (WE)  
Ralf Wickert (RW)

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

**Verlag**  
**Verbändereport** ist eine Publikation der  
businessFORUM Gesellschaft für Verbands- und  
Industriemarketing mbH

Dürenstraße 8 • 53173 Bonn  
Postfach 20 03 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)

**Bereichsleiterin**  
Karen Scarbatta, [scarbatta@verbaende.com](mailto:scarbatta@verbaende.com)

**Satz & Gestaltung**  
Rainer Focke, [focke@verbaende.com](mailto:focke@verbaende.com)

**Anzeigen**  
Sinan Yildirak (SY), [yildirak@verbaende.com](mailto:yildirak@verbaende.com)

Es gilt die Anzeigenpreisliste 7/2017  
siehe: [www.verbaende.com/mediadaten](http://www.verbaende.com/mediadaten)

**Bezugspreise**  
10 Ausgaben: 155 €  
DGVM-Mitgliedsverbände erhalten den Verbändereport kostenfrei im Rahmen ihrer Mitgliedschaft.

**Druck**  
Druck-Center-Meckenheim DCM  
53340 Meckenheim

**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](http://www.verbaendereport.de).

### VOM GRAUEN LOBBYISMUS, VON BONN, BERLIN UND BRÜSSEL UND VON ZAHNLOSEN TIGERN

Zum Jahresende spannen wir den Bogen unserer Schwerpunktausgabe zum Lobbying schon sehr weit. Interviews mit dem führenden Verbände- und Politikforscher Ulrich von Alemann sind immer bemerkenswert, so auch das in dieser Ausgabe: Zur Situation der Verbände in Deutschland wurde er von seinem ehemaligen Studienfreund Henning von Vieregge befragt und dieser erhielt nicht nur sehr kompetente (das war zu erwarten), sondern bisweilen unkonventionelle Antworten. Lesen Sie das Interview über grauen und schwarzen Lobbyismus ab Seite 6.

Der Bogen vom Lobbying in der Bonner Republik zum „Digital Public Affairs“ spannt wie erwähnt weit, sehr weit: Sebastian Fischer-Jung und Wolfgang

Hennes beschreiben in ihrem Beitrag ab Seite 18, wie die politische Kommunikation von Verbänden mithilfe sozial-medialer Public Affairs transparenter, glaubwürdiger und personalisierter werden könnte. Weitere Aspekte zum Thema Verbandslobbying liefern Hubert Koch: „Veränderungen der Parteienlandschaft“, Lukas Hoffmann „Welobby – die Lobby für alle ohne Lobby“ sowie Jörg Weinrich „Saveyourincome – zum Lobbying von Google, Netflix, Soros & Co“. Und schließlich erläutern die beiden Autoren Hamidreza Hosseini und Holger Schmidt, wie „Plattformen als Geschäftsmodelle der Zukunft“ funktionieren.

Viel Spaß beim Lesen wünscht  
**Ihre Redaktion**

## SCHWERPUNKT



## VERÄNDERUNG DER PARTEIENLANDSCHAFT

Eine Herausforderung für die politische Arbeit der Verbände

Wird das bisher Undenkbare bald möglich: eine Regierungsbeteiligung der AfD, eine Koalition der CDU mit den Linken, eine linke Regierung aus SPD, Linken, Grünen? Die Frage kann heute nicht seriös beantwortet werden. Klar ist aber, und das haben die jüngsten Landtagswahlen in Bayern und Hessen gezeigt, das Parteiengefüge ist durcheinandergeraten. Voraussagen von Wahlergebnissen werden immer unsicherer und die Regierungsbildungen schwierig bis unmöglich. Eine neue Situation für Verbände.

### VERBÄNDEREPORT GESPRÄCH

06

#### „DER GRAUE LOBBYISMUS IST FÜR MICH DER SPANNENDSTE“

Schon zur ersten Frage hatte er eine klare Antwort. Es gibt nicht viele Politologen in Deutschland, deren Wort mehr zählt als das des Düsseldorfer Hochschullehrers Ulrich von Alemann. Sein Studienfreund aus Bonner Tagen Henning von Vieregge hat ihn für das große Interview über die Situation der Verbände in Deutschland formwährend gesiezt. Ein Larifari-Gespräch liest sich anders.

### SCHWERPUNKT: LOBBYING

18

#### DIGITAL PUBLIC AFFAIRS

Verbände ohne professionelle sozial-mediale Public Affairs sind zahnlose Tiger

Digitale Kommunikation ist keine herkömmliche „Presse- und Öffentlichkeitsarbeit“, sondern Stakeholdermanagement. Daher muss die politische Kommunikation von Verbänden transparenter, glaubwürdiger und personalisierter sein. Verständliche Botschaften sollten den „Verbandssprech“ ersetzen. Und Verbände könnten einen erweiterten Stakeholderbegriff zugrunde legen und bereit(er) sein, auch private Einzelpersonen als Gesprächspartner zu akzeptieren. Erfolgreiches digitales Lobbying setzt einen Bewusstseinswandel voraus. Unser Fallbeispiel zeigt den „long way to get there“.

### SCHWERPUNKT: LOBBYING

24

#### WELOBBY

In Berlin nimmt die „Lobby für alle ohne Lobby“ ihre Arbeit auf

Anfang August dieses Jahres war klar: Das Crowdfunding war erfolgreich. Über 75.000 Euro hat die Organisation welobby innerhalb von drei Monaten von über 100 Spenderinnen und Spendern eingeworben. Unter anderen Die Zeit, Der Spiegel und die Süddeutsche Zeitung veröffentlichten Artikel und Interviews, Radiosender zeigten sich ebenso interessiert wie Veranstaltungsreihen zu Social Entrepreneurship. Doch warum wird ein schwarmfinanziertes Start-up, das sich übersetzt „wir lobbyieren“ nennt, so gefeiert?

### VERBAND & MANAGEMENT

36

#### PLATTFORMEN ALS GESCHÄFTSMODELLE DER ZUKUNFT

Plattformgeschäftsmodelle wie Alphabet, Alibaba, Amazon, Tencent oder Netflix rücken seit einigen Jahren aufgrund ihrer Marktkapitalisierung und ihrer Marktmacht ins Licht der Öffentlichkeit. Sieben der zehn wertvollsten börsennotierten Unternehmen der Welt arbeiten als Plattformen. Der Schwerpunkt liegt zwar weiterhin in den USA, aber chinesische Plattformen sind ebenfalls auf dem Weg an die Weltspitze. Europa hat unter den 70 größten Plattformen nur einen Wertanteil von 4 Prozent. Ein Aufholprozess ist trotz steigenden Interesses bisher nicht zu erkennen. Die Plattformgeschäftsmodelle sind dabei, die ökonomischen Prinzipien grundlegend zu ändern.

# Bayern: Weiß-Blaue Tagungen

Staatsempfang  
© BMI/Hans-Joachim M. Rickel

### BAYERN: WEISS-BLAUE TAGUNGEN

Mit ihren malerischen Altstädten, Kirchen mit Zwiebeltürmen und umgeben von viel Grün und den Alpen sind die Städte im Südosten unseres Landes ein beliebtes Reiseziel. Wir stellen einige bayerische Destinationen vor, die sich gleichzeitig als Tagungsorte verstehen, darunter Erlangen, das auf seine Wirtschaftskraft setzt, Garmisch-Partenkirchen mit seiner Bergkulisse, außerdem Amberg, Coburg, Rothenburg ob der Tauber, Altötting, Starnberg und die Landeshauptstadt München.

### DIE SCHWEIZ: GASTGEBER MIT LEIDENSCHAFT

Wer hat's erfunden? Die Arterienklemme, der Reißverschluss, die E-Gitarre, das LSD und seine Wirkung, der Stabmixer und das Cellophan sind nur einige Beispiele für den Forscherdrang der Schweizer. Als Resultat weist das Alpenland eine Vielfalt an erfolgreichen Branchen, Firmen und Standorten auf. Herzliche Gastfreundschaft und Zuverlässigkeit sorgen für ein anhaltend positives Image. Zudem ist die Schweiz eine Kongressdestination mit langer Tradition, wovon sich die Teilnehmer einer Studienreise für Verbände im November persönlich überzeugen konnten. Die beiden Tagungsorte Basel und Luzern überraschten in ihrer Vielfältigkeit und mit unerwarteten Ein- und Ausblicken.

## ÜBERSICHT

- 03 Impressum
- 03 Editorial
- 06 Verbändereport Gespräch
- 12 **Schwerpunkt: Lobbying**
- 36 Verband & Management
- 42 Brüsseler Spitzen
- 45 Bücher für Verbände
- 47 **Verband & Tagung**
- 100 Tagungsnachrichten
- 103 Experten für Verbände
- 105 Inserentenverzeichnis
- 106 Gehört & Gelesen