

Verbände

Das Fachmagazin
für die Führungskräfte
der Verbände

report

AUSGABE 02
März/April 2020
24. Jahrgang

NACHHALTIGKEIT IM VERBAND

Projekte • Initiativen • Green Meetings



SCHWERPUNKT NACHHALTIGKEIT
Nachhaltige Verbandsprojekte
im Fokus

SCHWERPUNKT NACHHALTIGKEIT
Nachhaltigkeit bei
Geschäftsreisen

VERBAND & KOMMUNIKATION
Wie messe ich den Erfolg meiner
E-Mail-Kommunikation?

VERBAND & TAGUNG
Smart Cities: Riesiges Angebot –
fernab der Metropolen



IMPRESSUM

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

**Ausgabe 02 – März/April 2020
24. 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)
Dorothea Stock (DS)

Ständige redaktionelle Mitarbeit
Dr. Winfried Eggers (WE)
Jan Eggert (JE)
Ralf Wickert (RW)
Jutta Gnauck (JG)
Dr. Henning von Viereregge (HvV)

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
www.verbaendereport.de

Bereichsleiterin
Karen Scarbatta, scarbatta@verbaende.com

Satz & Gestaltung
Rainer Focke, focke@verbaende.com

Anzeigen
Sinan Yildirak (SY), yildirak@verbaende.com
Es gilt die Anzeigenpreisliste 7/2017
siehe: 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.

Aus Gründen der guten Lesbarkeit verwendet der Verbändereport bei personenbezogenen Substantiven und Pronomen das generische Maskulinum. Dies impliziert jedoch keine Benachteiligung anderer Geschlechter. Im Sinne der sprachlichen Vereinfachung ist die maskuline Form als geschlechtsneutral zu verstehen und schließt im jeweiligen Kontext alle Geschlechteridentitäten gleichermaßen ein.

Liebe Leserin, lieber Leser!

GRÜNE STELSCHRAUBEN FINDEN

Keinen Raubbau an der Natur betreiben, als Gesellschaft nicht über die wirtschaftlichen Verhältnisse leben und eine stabile Gesellschaft ermöglichen, an der alle Mitglieder teilhaben können: Das Drei-Säulen-Modell geht seit den 1990er-Jahren davon aus, dass nachhaltige Entwicklung nur durch das gleichzeitige und gleichberechtigte Umsetzen von umweltbezogenen, wirtschaftlichen und sozialen Zielen erreicht werden kann.

Verbände sind je nach Branche und Berufsgruppe in unterschiedlichem Ausmaß vom Thema Nachhaltigkeit betroffen. Aber insbesondere der Klimawandel zählt neben der digitalen Transformation seit Langem zu den Megatrends, denen sich kein Verband verschließen kann. Im Gegenteil: In der oft emotionalisierten Debatte liefern neutrale Zahlen, Daten und Fakten aus Verbänden einen wertvollen Beitrag. Organisationen machen zudem die Bemühungen ihrer Mitglieder in der Öffentlichkeit bekannt. Bestenfalls

entwickeln sie selbst neue Ideen und Angebote für nachhaltige Initiativen. Wir stellen eine Auswahl solcher Projekte vor und zeigen, wie unterschiedlich Verbände das Thema anpacken können.

Auch im Tagungsbereich gibt es viele grüne Stellschrauben: mehr virtuelle Meetings (unabhängig von der Corona-Krise), öfter mit der Bahn statt mit dem Flugzeug zum Tagungsort, die Wahl einer nachhaltig zertifizierten Tagungsstätte oder die Vermeidung von Food Waste beim Catering. Fast 40 Prozent der deutschen Veranstaltungshäuser haben bereits ein Nachhaltigkeits-Management-system implementiert und liegen damit klar im Trend. Doch auch andere Zertifizierungen gewinnen an Bedeutung. Mehr dazu ab Seite 52.

Viel Spaß beim Lesen wünscht

Ihre Redaktion

SCHWERPUNKT



KLIMASCHUTZ: NEUE IDEEN FÜR VERBÄNDE

Klimaschutz ist ein Megathema der nächsten Jahrzehnte und mit weitreichenden Transformationsprozessen in Wirtschaft und Gesellschaft verbunden. Verbände sind je nach Branche unterschiedlich von dem Thema betroffen. Unabhängig davon stellt sich für jeden Verband die praktische Frage, wie man das Thema Klimaschutz in Richtung seiner Mitglieder kommuniziert und welche neuen Angebote man als Verband zum Klimaschutz entwickeln kann.

SCHWERPUNKT NACHHALTIGKEIT

14

ALLIANZ FÜR LOBBY-TRANSPARENZ Warum die Unterteilung in gut und böse nicht mehr funktioniert

„Nachhaltigkeit bedingt ökologische, ökonomische und soziale Aspekte!“ – Vor Ihrem inneren Auge ist gerade vermutlich jene charakteristische Grafik mit den drei im Dreieck angeordneten Kreisen erschienen, die sich in der Mitte überschneiden. Dass es bei Ökologie um die Folgen des Klimawandels, die Natur sowie den Umweltschutz und bei Ökonomie um den Einbezug wirtschaftlicher Fragen geht, ist recht selbsterklärend. Was es mit sozialer Nachhaltigkeit auf sich hat, zeigt der folgende Beitrag anhand eines interessanten verbandlichen Umsetzungsbeispiels.

SCHWERPUNKT NACHHALTIGKEIT

26

„EINFACH MAL MACHEN UND AUSPROBIEREN, WIE WEIT MAN KOMMT.“

„In Deutschland hat jeder Zehnte eine Behinderung, aber nicht jeder zehnte Mensch in unserem Freundeskreis ist ein Mensch mit Behinderung.“ Es ist noch immer nicht selbstverständlich, dass Produkte, Dienstleistungen, Kommunikation und Events aus der Sicht von Menschen mit Behinderung entwickelt werden. Die Folge ist, dass sie in ihrer Umwelt immer wieder mit Barrieren konfrontiert werden. Genau da setzt der Berliner Verein SOZIALHELDEN e. V. an. Im Interview mit Jonas Karpa wird deutlich, wie mehr Inklusion in unserer Gesellschaft gefördert werden kann.

VERBAND & KOMMUNIKATION

32

WIE MESSE ICH DEN ERFOLG MEINER E-MAIL-KOMMUNIKATION? Wissen, was ankommt. Mitgliederkommunikation, Teil 1

Kommunikation ist die Brot-und-Butter-Aufgabe von Verbänden. Kommuniziert wird in viele Richtungen und an verschiedene Zielgruppen. Im Verbändeumfeld gibt es in der Regel mehrere Kommunikationsempfänger: Mitglieder, das politische Umfeld und, je nach Verbandsstruktur und Aufgabe, Bürgerinnen und Bürger. Wie – zielgruppenunabhängig – der Erfolg von Maßnahmen v. a. in der E-Mail-Kommunikation überprüft und optimiert werden kann, beantworten wir mit dem folgenden Artikel.

VERBAND & FINANZEN

38

NACHHALTIGE SPONSORING-BEZIEHUNGEN ZWISCHEN VERBÄNDEN & WIRTSCHAFT Wie können Verbände von Sponsoring-Partnerschaften profitieren?

Die Zufriedenheit der Mitglieder steht an erster Stelle. Doch ist diese Zufriedenheit nicht ohne erhebliche finanzielle Aufwendungen möglich. Dies stellt für Verbände oft eine hohe Herausforderung dar. Dieser Herausforderung sah sich auch die Bundesarchitektenkammer (BAK) gegenüber, als sie 2015 beschloss, den Deutschen Architektentag 2019 (DAT) sowie die Feier zum 50-jährigen Bestehen der Kammer neu aufzustellen.

VERBAND & TAGUNG



Lastenfahrräder liefern frische Waren aus und stellen den Getränkesservice sicher
© Hannover Messe

MEETING PLACES

52

NACHHALTIG TAGEN

Grüne Meetings definieren sich als „Meetings, die über alle Planungsphasen hinweg umweltfreundliche Konzepte integrieren, um Schäden für die Umwelt möglichst gering zu halten“. Dabei umfasst Nachhaltigkeit in der Veranstaltungsbranche heute weit mehr als regionales Catering und Mülltrennung. Der Verbände-report stellt ausgewählte Häuser und einen Messeplatz vor, die Vorreiter in Sachen Green Meetings sind.

DESTINATION

88

DEUTSCHLANDS KÜSTENREGION & INSELN – VON EMDEN BIS USEDOM

Geschätzte 1.200 Kilometer Festlandküste zählen die norddeutschen Küstenländer – nicht eingerechnet sind dabei die Küstenlängen der Inseln. Diese beeindruckende Länge erstreckt sich über die fünf Bundesländer Niedersachsen, Bremen, Hamburg, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern. Deutschlands Küstenregion und Inseln haben dabei ein breites Spektrum an Landschaften zu bieten, von den schroffen Felsen Helgolands in der rauen Nordsee bis hin zu traumhaften weißen Sandstränden auf Usedom an der sanften Ostsee. Einzigartig ist das Weltnaturerbe Wattenmeer in der Nordsee, das von Wind und Gezeiten ständig neu geformt wird.

ÜBERSICHT

- 03 Impressum
- 03 Editorial
- 06 **Schwerpunkt:
Nachhaltigkeit**
- 32 Verband & Kommunikation
- 38 Verband & Finanzen
- 42 Brüsseler Spitzen
- 46 Spektrum
- 47 Bücher für Verbände
- 48 Personalia
- 51 **Verband & Tagung**
- 113 Experten für Verbände
- 116 Inserentenverzeichnis
- 118 Gehört & Gelesen