

# Verbände

Das Fachmagazin  
für die Führungskräfte  
der Verbände

# report

AUSGABE 08  
DEZEMBER/JANUAR 2021  
24. Jahrgang

## MARKENBILDUNG FÜR VERBÄNDE

**SCHWERPUNKT**  
Wie Markenbildung im  
Verband gelingt

**SCHWERPUNKT**  
Mitglieder als Marken-  
botschafter

**VERBAND & RECHT**  
Das zukünftige Verbands-  
kartellrecht

**VERBAND & TAGUNG**  
Erfolgreiche Messen  
im Wandel



# IMPRESSUM

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

**Ausgabe 08 Dezember/Januar 2021  
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 4/2020  
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).

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!

### THE COOLEST CAT IN TOWN ...

Marken werden von Menschen gemacht. Auch Verbände sind Marken, die sich über ihre Vorteile und Ansprüche profilieren. Doch wie wird ein Verband zur erfolgreichen Marke? Wie schaffen es Organisationen und Verbände, sich aus der Masse herauszulösen, sichtbar zu werden und ihren „Exklusivcharakter“ zu kommunizieren? Zumal der digitale Wandel die Markenführung noch komplexer gemacht hat. Wie werden durch eine Vielzahl von Transaktionen und Interaktionen zunächst Involvement, dann Zustimmung und vielleicht sogar Begeisterung ausgelöst? Die bestenfalls in einem „Ich mache mit“ oder „Ich engagiere mich“ oder „Ich trete bei“ gipfeln. Wie schafft man es, auch sehr heterogene Mitgliederinteressen unter einem Dach so zu vereinen, dass ein echtes „Wirgefühl“ entsteht?

Der Allgemeine Deutsche Fahrrad-Club, kurz ADFC, kann diesbezüglich als Erfolgsbeispiel bezeichnet werden, was ihm den Sieg in der Kategorie „Reform und Management“ und damit die Auszeichnung „Verband des Jahres 2020“ einbrachte. Wie Markenbildung im Verband gelingen kann, lesen Sie im Schwerpunkt ab Seite 6.

Während viele Verbände noch vor der Entscheidung stehen, ob und wie sie ihre Kongresse auf digitalem Weg stattfinden lassen, sind andere schon weiter. Zwei digitale Best-Practice-Beispiele stellen wir ab Seite 38 vor.

Und last but not least ein Aufruf in eigener Sache: Der **mediaV-Award** geht in die zweite Runde. Gerade in der Verbandskommunikation hat sich – nicht nur bedingt durch die Corona-Krise – in den letzten Monaten viel getan. Wir wollen Ihre erfolgreichen Medienprojekte in die Öffentlichkeit bringen und prämiieren. Bis zum 1. Februar 2021 sind Verbände und vergleichbare Organisationen aufgerufen, sich in 13 verschiedenen Kategorien zu bewerben. **Weitere Infos gibt es ab Seite 22.**

Viel Spaß beim Lesen & bleiben Sie gesund!

**Ihre Redaktion**



## SCHWERPUNKT



## WIE MARKENBILDUNG IM VERBAND GELINGT Das Beispiel des ADFC

Markenbildung ist auch für Verbände ein wichtiges Thema. Aber was ist eine starke Verbandsmarke? Und wie entsteht sie? Welche Spezifika von Verbänden müssen bei der Markenbildung berücksichtigt werden? Erfahren Sie am Erfolgsbeispiel des Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Clubs, kurz ADFC, wie die spezifischen Herausforderungen von Verbänden gemeistert werden können.

### SCHWERPUNKT: MARKENBILDUNG FÜR VERBÄNDE

12

#### MARKE & DIGITALISIERUNG: WAS VERBÄNDE TREIBT Mit einem konsistenten Markenauftritt sicher durch die Transformation

In Zeiten, in denen sich Geschäftsmodelle von heute auf morgen grundlegend ändern und Planungshorizonte unsicher sind, werden die funktionalen Mehrwerte von Marken sichtbarer denn je. Dank ihrer Differenzierung, aber auch dank ihrer kundenbindenden, das Vertrauen weckenden Kraft, meistern Unternehmen den Weg durch die aktuelle Transformation. Eine Studie des Rat für Formgebung zeigt auf, wo Unternehmen und Organisationen Potentiale der Markenführung ungenutzt lassen.

### SCHWERPUNKT: MARKENBILDUNG FÜR VERBÄNDE

16

#### WARUM DIE VERBANDSMARKE DER ANFANG ALLEN VERBANDSMARKETINGS IST

Mit den Begriffen „Verbandsmarke“ und „Verbandsmarketing“ fängt die Verwirrung meist schon an. Beide Begriffe stehen in einem unauflösbaren Zusammenhang und haben doch ganz unterschiedliche Funktionen, die einander ergänzen. Wie beide aufeinander ausgerichtet und getaktet werden, um Verbände optimal in die Wahrnehmung zu bringen, ist das Thema dieses Beitrags.

### VERBAND & EVENT

38

#### ONLINE-KONGRESSE VON VERBÄNDE Best-Practice-Beispiele VKU e.V. und DIIR – Deutsches Institut für Interne Revision e. V.

Während viele Verbände noch vor der Entscheidung stehen, ihre Kongresse auf digitalem Weg stattfinden zu lassen, haben andere bereits auf die Pandemie-Situation 2020 reagiert. Wie aber wurden Konzepte geplant, bestehende Programme abgeändert und technische Dienstleister gefunden? Die Reaktion der Teilnehmenden sowie die individuellen Herausforderungen sind vielfältig. Der Verbändereport sprach mit zwei Verbänden darüber, wie große Kongresse auch digital eine Erfolgsgeschichte werden.

### VERBAND & RECHT

50

#### WANN DROHT EINEM VERBAND DIE STREICHUNG AUS DEM VEREINSREGISTER? Zur Zulässigkeit wirtschaftlicher Geschäftsbetriebe bei Verbänden

Gegenwärtig werden die meisten Verbände mit dem Zusatz „e. V.“ als rechtsfähige, nicht wirtschaftliche Vereine im Sinne des § 21 BGB behandelt. Wäre ein Verein dagegen aufgrund seiner wirtschaftlichen Betätigung als wirtschaftlicher Verein im Sinne des § 22 BGB einzustufen, so wäre er zu Unrecht im Vereinsregister eingetragen.

Tagen in Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg

# EIN HOCH AUF GUTE NACHBARSCHAFT

© Bodenseeforum Konstanz

### MEETING PLACES

60

#### NEUE KONGRESSHÄUSER RÜSTEN SICH FÜR DIE ZUKUNFT

##### Innovativ, nachhaltig, optimistisch

Digitale, dezentrale Konferenzen sind die Zukunft, Präsenzveranstaltungen wie Tagungen und Kongresse haben ausgedient – gerade in Corona-Zeiten scheint diese These bestätigt. Doch es gibt andere Stimmen in der Branche: Messen und Kongresshäuser investieren derzeit kräftig in die Zukunft.

### DESTINATION NORDRHEIN-WESTFALEN

72

#### HYBRID, DIGITAL UND NACHHALTIG: Die Zukunft kann kommen in Nordrhein-Westfalen!

Trotz Corona-Beschränkungen bleibt der Wunsch nach Wissenstransfer in Verbänden ungebremst. Hier dienen digitale Formate als Plattformen für den Dialog – idealerweise gekoppelt mit Networking-Optionen und Unterhaltung. NRW ist mit seinen über 1.600 Veranstaltungsstätten ideal aufgestellt, um die aktuellen Bedürfnisse von Verbänden zu bedienen.

### MEETING PLACES

94

#### ERFOLGREICHE MESSEN IM WANDEL

Messen haben sich in der Geschichte schon öfter als wichtige Krisenhelfer erwiesen. Laut Messe-Experten wird sich dieses wichtige Marketinginstrument enorm wandeln, aber auch in Zukunft erhalten bleiben.

### ÜBERSICHT

- 03 Impressum
- 03 Editorial
- 06 **Schwerpunkt: Markenbildung für Verbände**
- 22 **mediaV-Award 2021**
- 34 Verband & Management
- 38 Verband & Event
- 45 Spektrum
- 46 Verband & Recht
- 53 Stellenmarkt
- 54 Brüsseler Spitzen
- 59 **Verband & Tagung**
- 101 Experten für Verbände
- 104 Inserentenverzeichnis
- 106 Gehört & Gelesen