



## Editorial

### **Sehr geehrte Damen und Herren,**

wir haben heute ein Thema gewählt, das häufig in der Öffentlichkeit sehr kontrovers diskutiert wird: Die Verbandsarbeit.

Gemeinsame Interessen verbinden - aus diesem Grund schließen sich immer wieder Personen, Unternehmen und Institutionen zusammen, um ein technologisches, wirtschaftliches oder ideelles Anliegen zu fördern. Denn erst der Austausch mit anderen "Verbündeten" und die Nutzung von Synergien verleiht einem gemeinsamen Ziel die notwendige Durchsetzungskraft, mathematisch ausgedrückt:  $1 + 1 > 2!$  Gerade im Wissenschafts- und Technologiebereich tragen Verbände wesentlich zu neuen Entwicklungen und zum Fortschritt bei.

Welche Rolle dabei Marketing spielt, erfahren Sie in unserem heutigen Newsletter. Als Spezialist für Kommunikation und Organisation managt TEMA renommierte Verbände im In- und Ausland.

Viel Freude beim Lesen!

Dr. Günter Bleimann-Gather  
Vorstand

## Der TEMA-Artikel

In diesem Newsletter präsentieren wir Ihnen einen Artikel mit dem Titel "Erfolgreiches Verbandsmanagement".

[Hier](#) geht's zum Artikel.

## Die TEMA-Buchtipps

Strategie, Service und Kommunikation sind Themen des neuesten Buches für erfolgreiches Management von Verbänden und Non-Profit-Organisationen:

**Herausforderung Verbändemanagement, Handlungsfelder und Strategien**, Dieter Witt et al., Wiesbaden 2006, ISBN 978-3-8349-0266-5. Der Buchhandel nimmt bereits Bestellungen entgegen, ab Dezember wird das Buch lieferbar sein.

**Handbuch des Vereins und Verbandsrechts**, Bernhard Reichert, Luchterhand Verlag, Köln 2005, 10.Auflage, ISBN 3-472-05991-5.

## Die TEMA-Links

Unter [www.verbaende.com](http://www.verbaende.com), dem offiziellen Internetportal des Deutschen Verbände Forums, kann man die Homepages und aktuellen Adressen von über 12.000 Verbänden und Organisationen recherchieren. Die Seiten bieten außerdem zahlreiche Informationen "über Verbände und für Verbände".

Die Deutsche Gesellschaft für Verbandsmanagement e.V. (DGVM) ist die führende Querschnittsorganisation für hauptamtlich geführte Verbände in Deutschland - ein echter Verband für Verbände. [www.dgvm.de](http://www.dgvm.de)

Die DGVM ist Kooperationspartner des Deutschen Verbände Forums und richtet den Deutschen Verbändekongress aus, [www.verbaendekongress.de](http://www.verbaendekongress.de).

Eine weitere Suchmaschine für Verbände bietet [www.verbandsforum.de](http://www.verbandsforum.de).

Die Vielfalt der Technik- und Wissenschaftsverbände ist groß. So gibt es hierzulande allein 29 Ingenieurverbände. Der VDI (Verein Deutscher Ingenieure) mit seinen rund 130.000 Mitgliedern ist der größte wissenschaftliche Verband in Deutschland. [www.vdi.de](http://www.vdi.de).

Alle Deutschen haben das Recht, einen Verein zu gründen. Dies garantiert Artikel 9 unseres Grundgesetzes (GG). Das

eigentliche Recht der Vereinigungen und Verbände wird jedoch nicht im GG geregelt, sondern im Bürgerlichen Gesetzbuch (§§ 21 bis 79). Dort findet man auch die Vorschriften zu Aufbau, Gliederung und Mitgliederrechten eines Vereins. [www.gesetze-im-internet.de](http://www.gesetze-im-internet.de).

## Die TEMA-News

### **TEMA für virtuelle und reale Piloten**

Der Pilot Club ist eine Community, die von erfahrenen realen Piloten für Simulatorpiloten geschaffen wurde. Im Pilot Club bietet TEMA die Crème de la Crème dessen, was heute auf dem Markt der Simulatoren verfügbar ist und verpackt es in einer äußerst attraktiven Clubmitgliedschaft. Fast täglich erweitert der Pilot Club das Spektrum der Mitgliedervorteile und Informationen für Flugsimulationsbegeisterte. [www.pilot-club.com](http://www.pilot-club.com)

### **Marketing für multimedialen Unterricht**

Als IT-Dienstleister bietet die regio iT aachen maßgeschneiderte Konzepte unter anderem für Energieversorger, Verkehrsbetriebe und Entsorgungsunternehmen. Die Lösungen des Unternehmens für sorgenfreie IT an Schulen sind Inhalt einer neuen Broschüre und zielgruppenspezifischer Flyer, die TEMA entwickelt hat - inklusive Bildkonzept und Fotoshooting vor Ort.

### **TEMA - erklärtes Recht**

Für SINA MAASSEN, Aachens älteste Anwaltssozietät, übernimmt TEMA ab sofort die Konzeption, Planung und Umsetzung sämtlicher Marketingaktivitäten. Beauftragt wurde die Erstellung eines Corporate Designs inkl. Webrelaunch, Newsletter und PR. Grund: Die SINA MAASSEN Klientel ist auch TEMA Kunde: mittelständische Technologieunternehmen - man versteht sich.

### **Mit TEMA auf dem neuesten Stand**

Für die Bundesfachschule Kälte-Klima-Technik in Maintal erstellt TEMA zum 5. Mal in Folge den jährlich erscheinenden Bildungskatalog. Ein umfassendes Angebot zur Fort- und Weiterbildung im Bereich Kälte-Klima, stets angepasst an die neuesten Anforderungen des Marktes, sorgt so für den nötigen Nachschub an hochqualifizierten Fachkräften. TEMA übernimmt die komplette Organisation und Produktion.

### **TEMA filmt Stahlkugeln**

Die KSA Kugelstrahlzentrum Aachen GmbH formt Aluminiumbleche für Airbus und Ariane-Raketen auf Zehntel Millimeter genau: Dazu werden die "Wingskins" mit kleinen, sehr schnellen Stahlkugeln genau dosiert bestrahlt. TEMA fasst diese innovative Technologie in einen Film und setzt dazu auch Hochgeschwindigkeitskameras ein - mit bis zu 1.000 Bildern pro Sekunde.

### **Grenzenlos tagen**

TEMA organisiert die Biomedica 2007, die Biotech-Konferenz der Euregio mit 40 Sprechern, 30 Ausstellern und Sponsoren. Die drei euregionalen Biotech-Organisationen BioLiège, Life Sciences Limburg und LifeTecAachen-Jülich gaben TEMA den Vorzug vor zwei weiteren Wettbewerbern aus Belgien und den Niederlanden. Focus der Biomedica sind unter anderem biologische Materialien, Molekularmedizin, industrielle Biotechnologie, Biopharmazeutika und medizinische Geräte. Besuchen Sie uns: Biomedica 2007, 21.-22. März 2007, Eurogress, Aachen, [www.biomedica2007.com](http://www.biomedica2007.com).

### **Hingucker für das Stahlinstitut**

TEMA arbeitet mit dem und für das Stahlinstitut VDEh seit langer Zeit erfolgreich als Event-Manager. Nun designt TEMA auch Hingucker wie Roll-ups und Broschüren für den angesehenen Stahlverband. Das macht TEMA auch für die FOSTA - Forschungsvereinigung Stahlanwendung e. V. Aufgabe der FOSTA ist die Förderung anwendungstechnischer Stahl-Forschung und -Entwicklung. [www.stahlforschung.de](http://www.stahlforschung.de)

### **TEMA richtet M2M-Gemeinschaftsstand auf der CeBIT 2007 aus**

Maschinen, die miteinander kommunizieren, strahlen seit jeher eine Faszination aus, etablieren sich aber erst in letzter Zeit. Auf der CeBIT 2007 soll das Thema Machine-to-Machine-Kommunikation gemeinschaftlich vorangetrieben werden. Die Idee hierzu entstand auf dem M2M Summit 2006, einem Fachkongress, der Firmen wie Vodafone D2, IBM, WAGO und Harbor Research zusammenbrachte. Der M2M-Gemeinschaftsstand ist in den Business-Communications-Bereich der CeBIT 2007 (Halle 12) eingebunden. [www.m2m-summit.com](http://www.m2m-summit.com)

## Der TEMA-Kontakt

TEMA Technologie Marketing AG

Theaterstraße 74  
52062 Aachen

Tel. +49 (241) 88 970- 0  
Fax +49 (241) 88 970- 42

<http://www.tema.de>

E-Mail: [info@tema.de](mailto:info@tema.de)

**Weitere Informationen erhalten Sie [hier](#).**

**Wir freuen uns auf Ihre Anregungen und Kritik.  
Schreiben Sie uns.**

**Um den TEMA-Newsletter abzubestellen, klicken Sie  
[hier](#).**

[www.tema.de](http://www.tema.de)



## Erfolgreiches Verbandsmanagement

Gemeinsamkeit macht stark. Im Sport, in der Familie, im Business. In technologieorientierten Verbänden haben sich Partner zusammengeschlossen, die den technischen Fortschritt wollen. Sie sind **Treiber** für das Marketing, die Standardisierung, Positionierung und Anwendung technischer Entwicklungen.



Die Deutsche Gesellschaft für Verbandsmanagement (DGVM) definiert Verbände als „Gruppen von Einzelpersonen oder Körperschaften aller Art, die sich in der Rechtsform eines Vereins freiwillig zur Verfolgung gemeinsamer Zwecke zusammengeschlossen haben und meist über eine feste interne Organisationsstruktur verfügen.“

Die Zahl der Verbände in

Deutschland wird auf etwa 12.000 geschätzt, wobei es sich hier genau genommen um Vereine handelt, in denen die **Vertretung gemeinsamer Interessen** im Mittelpunkt steht. Bei Vereinen im herkömmlichen Sinne – hiervon gibt es zwischen 300.000 und 500.000 in Deutschland – steht hingegen die *gemeinsame Betätigung* der Mitglieder im Vordergrund.

Um angesichts der großen thematischen Vielfalt den Überblick zu behalten, kategorisiert man Verbände häufig nach ihren Handlungsfeldern in Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur oder Soziales. Für die TEMA AG und ihre Kunden sind die Wirtschaftsverbände, genauer gesagt die Verbände aus Forschung, Technologie und Wissenschaft, von besonderem Interesse. Denn in der technologieorientierten **Dienstleistungswirtschaft und Industrie** bilden Zusammenschlüsse von Unternehmen das Gerüst für den Fortschritt. Zur Entwicklung und Förderung neuer Verfahren und Produkte formieren sich, oft auch mit wissenschaftlicher Beteiligung, Konsortien. Sind die Ergebnisse erfolgreich, wachsen aus

ihnen technische Vereinigungen und Verbände. Sie bringen die neuen Technologien zur „Serienreife“ und fördern die Standardisierung, Vermarktung und Qualifizierung. Damit verbunden ist dann auch die nationale wie internationale Koordination und Kommunikation.

### **Vorteile einer Verbandsmitgliedschaft**

Die Mitgliedschaft in einem Verband bringt zahlreiche Vorteile für ein Unternehmen, wobei die Motivation, sich in einer Interessengruppe zu engagieren, unterschiedlich sein kann. Die einen profitieren besonders vom Wissensvorsprung und der Einflussmöglichkeit bei technischen Entwicklungen. Andere schätzen vor allem die Möglichkeit des Erfahrungsaustauschs und der Bildung nationaler und internationaler Netzwerke. Im überbetrieblichen Vergleich kann ein Unternehmen seine eigenen Stärken und Schwächen besser einschätzen, vom Branchenbesten lernen und seine Leistungsfähigkeit erhöhen. Richtig genutzt, ist die Mitgliedschaft in Verbänden permanentes **Benchmarking**.

Mit dem übergeordneten Ziel, die „gemeinsame Sache“ zu fördern, bringt sich jedes Unternehmen mit seinen Besonderheiten und Spezialkenntnissen ein und trägt seinen Teil zum Gesamterfolg des Verbands bei. Die Einflussmöglichkeit reicht von der Teilnahme an Foren, Arbeitsgruppen und Gremien bis hin zur Gestaltung von Richtlinien und Normen. Auf diese Weise positioniert sich ein Unternehmen gleichzeitig auch als Spezialist in einem bestimmten Fachgebiet und erzielt im Vergleich zur Konkurrenz einen deutlichen Imagegewinn gegenüber bestehenden und potentiellen Kunden. Mit der gemeinsamen Präsenz auf einschlägigen Veranstaltungen, Messen und in den Medien bietet ein Verband in der Regel auch gute Marketing-Plattformen für seine Mitglieder. Nicht zuletzt profitiert ein Unternehmen langfristig auch von dem **Netzwerk** an persönlichen Kontakten, das die Mitarbeiter am Rande von Meetings, Konferenzen oder Messen mit anderen Verbandsmitgliedern knüpfen.

### **Verbandsmanagement als Erfolgsfaktor**

Verbände sind zwar demokratisch organisiert, doch die verbandsinterne Meinungsbildung ist immer auch eine große Herausforderung. Zumal die Mitglieder oft aus verschiedenen Ländern kommen oder Konkurrenten am Markt sind. An diesem Punkt offenbart sich die Notwendigkeit eines zentral gesteuerten Verbandsmanagements: Ein Konsens muss von

neutraler Seite hergestellt und kommuniziert werden. Nur mit einer klaren

**Organisationsstruktur**, unabhängigen und fachlich kompetenten Ansprechpartnern sowie einer einheitlichen Kommunikation nach außen wird ein Verband tatsächlich auch als „organisierte Interessenvertretung“ wahrgenommen und akzeptiert.

Das Verbandsmanagement übernimmt außerdem eine wichtige Funktion bei der Betreuung der Mitglieder, die für ihren finanziellen Beitrag gewisse Dienstleistungen erwarten können. Für sie ist ein Mehrwert nur gegeben, wenn sie sich „rundum“ betreut und gut in der Öffentlichkeit vertreten fühlen. Zu den Aufgaben einer zentralen Stelle gehören demnach auch die Bereitstellung von aktuellen Informationen, die Förderung des Erfahrungsaustauschs sowie die Koordination und Organisation der Verbandsaktivitäten. Auf diese Weise trägt das Management maßgeblich zur **Vitalität** und zum Erfolg eines Verbands sowie zur Verbreitung der Technologie am Markt bei.

### **Vorteile des ausgelagerten Verbandsmanagements**

Dabei muss das Verbandsmanagement nicht zwingend aus eigener Kraft, mit haupt- oder ehrenamtlichen Mitarbeitern, gestaltet werden. Zahlreiche Organisations-, Kommunikations- und Marketingaufgaben können auch externen Spezialisten übertragen werden. Für die Unterstützung von „draußen“ spricht eine Reihe von Gründen:

1. Die Mitgliedsunternehmen können sich auf die Technologieentwicklung konzentrieren. Vorstände, Beiräte und die Mitglieder in Arbeitsgruppen werden entlastet, haben mehr **Spielraum für fachliches Engagement**.

2. Der externe Partner ist neutral. Ihm fällt die **Rolle des Unabhängigen** leichter als dem Mitglied, das übergeordnete Aufgaben nur schwer vom Business trennen kann. Weil der Externe nicht nur einzelne Mitglieder, sondern den Verband als Ganzes nach vorne bringt, wird er von allen gleichermaßen akzeptiert. Als unabhängiger Partner kann er in Publikations- und Veranstaltungsprojekten neue Geschäftsmodelle entwickeln, die finanziellen Risiken verteilen und dem Verband einen größeren Spielraum ermöglichen.

3. Organisation, Kommunikation und Marketing sind die Kernkompetenzen des externen Partners. Der Verband profitiert von der Infrastruktur, dem Know-how und den Kontakten des Dienstleisters. Durch die **professionelle Abwicklung** der Aufgaben und der

Beratungskompetenz steigert die Autorität des Verbands bei den Mitgliedern. So werden die Verbandsziele ohne Reibungsverluste erreicht und ein homogenes Auftreten in Fachwelt und Öffentlichkeit gefördert.

4. Im professionellen Verbandsmanagement gewinnen **Sponsoring und Fundraising** weiter an Bedeutung. Für den Verband sind diese Einnahmen – neben Mitgliedsbeiträgen und Erlösen aus Veranstaltungen und Publikationen – eine weitere Säule zur Finanzierung neuer Vorhaben. Mitgliederzeitschriften, Messestände, Fachtagungen, Roadshows und andere Maßnahmen können realisiert werden, ohne die Verbandskasse zu belasten.

5. Die effiziente Arbeitsteilung mit dem externen Partner setzt sich auch in der **Effizienz der Kostenstruktur** fort. Wo hauptamtliche Mitarbeiter die Verbandskasse überfordern würden, liegt ein Outsourcing des Managements nahe. Damit können auch kleine Verbände Großes erreichen. Denn ihnen steht die gesamte Palette des Marketings zur Verfügung, wobei nur für Leistungen, die sie tatsächlich abrufen, Kosten entstehen. Außerdem kennt der externe Partner in der Regel auch **Förderprogramme** und Quellen von Fördermitteln – je nach Aufgabenstellung ein weiteres Potential zur Entlastung der Verbandskasse.

6. Der externe Dienstleister kann für den Verband eine feste **Geschäftsstelle** einrichten, die ständig erreichbar ist. Das erhöht die Zufriedenheit der Mitglieder und Partner am Markt und sichert die reibungslose Kommunikation nach innen und außen. Außerdem verwaltet sie die Finanzen, ist Archiv und Dokumentationszentrum und kann als Treffpunkt für Strategie-, Planungs- und Arbeitsgespräche genutzt werden.

### Leistungen der TEMA

Die Breite der Organisations-, Marketing- und Kommunikationsleistungen aus einer Hand entscheidet über die Qualität des Verbandsmanagements. TEMA begleitet Verbände von der Vereinsregisteranmeldung bis zum Produktkatalog, vom **Markenschutz** bis zum Messestand. Der Mitgliederverwaltung verleiht TEMA Flügel mit einer modernen **Customer Relation Management (CRM)**-Software. Mit **Verbandszeitschriften**, Fachbüchern und Standardwerken, Internetauftritten und Newslettern setzt TEMA verbandseigene Informationsplattformen auf. Broschüren, **Anzeigen** und Präsentationsfilme transportieren Image und Informationen. TEMA richtet Produkt- und Referenzdatenbanken ein und

generiert daraus **Produktkataloge** und Listings, die standardkonforme Geräte präsentieren. Die Verbreitung von Fachwissen wird mit kontinuierlicher Pressearbeit und stetigen Journalistenkontakten flankiert. In der Fachwelt und Öffentlichkeit fördert TEMA die Sichtbarkeit der Verbände und ihrer Mitglieder mit nationalen und internationalen Events. TEMA organisiert **Gemeinschaftsstände** auf einschlägigen Messen in Europa und Asien, realisiert internationale Roadshows und Fachtagungen.

Für alle Aufgaben des Verbandsmanagements steht TEMA den Vorständen, Arbeitskreisen und Mitgliedern mit erfahrenen Mitarbeitern zur Verfügung: Ingenieure, Betriebswirte, Journalisten, Grafiker, Webprogrammierer und Eventmanager tragen zum Erfolg der Verbände und ihrer Mitglieder bei. Bei international agierenden Verbänden bringen „**Native Speakers**“ aus zwölf Ländern ihre sprachliche und interkulturelle Kompetenz ein.

#### **Erfolgreiche Arbeit für Verbände durch TEMA**

- Belon (Belgische LON-Nutzervereinigung), Brüssel (B)
- Biomedica 2007: Grenzübergreifende Veranstaltung der Verbände
  - BioLiège, Lüttich (B)
  - Life Sciences Limburg, Maastricht (NL)
  - LifeTec Aachen-Jülich, Aachen
- Bundesverband Deutscher Fertigbau e.V. (BDF), Bad Honnef
- Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt e.V. (DLR), Köln
- ETHERNET Powerlink Standardization Group (EPSG), Winterthur (CH)
- GFAI Ges. zur Förderung Angewandter Informatik e.V., Berlin
- International Zinc Association - Europe, Brüssel (B)
- INTRA Interessengemeinschaft Aachener Kunststoffbranche e.V., Aachen
- LONMARK® China, Peking (CN)
- LONMARK® Deutschland e.V., Aachen
- LONMARK® France, Paris (FR)
- LONMARK® International, San Jose (USA)
- Projektmanagement Institut Chapter Frankfurt e.V., Frankfurt
- Regionaler Industrie-Club Informatik Aachen e.V. (REGINA), Aachen
- Stahlinstitut VDEh, Düsseldorf