

Agenda-Setting für Verbände

Geschäftsbericht 2009

01 Agenda-Setting für Verbände

01	Agenda-Setting für Verbände	2
02	Vorwort.....	3
03	Die Verbandswelt	4
04	Die DGVM: Ansprechpartner, Dienstleister und Agenda-Setter	6
05	Partnerschaften und Kooperationen.....	16
06	Öffentlichkeitsarbeit	20
07	Die DGVM in Zahlen.....	23
08	Gesamtvorstand, Geschäftsführung und wissenschaftliches Kuratorium	25

02 Vorwort

„Wer für seine Mitglieder erfolgreich arbeiten will, muss sich permanent überprüfen und die Verbandsarbeit an das sich ändernde Umfeld anpassen.“

Seit ihrer Gründung im Jahre 1996 hat sich die DGVM zu einem Verband für alle Verbände entwickelt. Sie ist die führende Querschnittsorganisation für hauptamtlich geführte Verbände in Deutschland. Wirtschaftsverbände, Branchen- und Fachverbände zählen ebenso zu den Mitgliedern wie Kammern, Berufsverbände, Verbände des Sports, gesellschaftspolitische Organisationen sowie Sozial- und Wohlfahrtsverbände und Spendenorganisationen. Es sind Spitzen- und Bundesverbände als auch Landesverbände vertreten.

Über alle Verbandsgrenzen hinweg befasst sich die DGVM mit der weiteren Professionalisierung des Verbandsmanagements und verdeutlicht darüber hinaus die wichtige Aufgabe und Unverzichtbarkeit organisierter Interessenvertretungen in einer modernen, pluralistischen Gesellschaft.

Die DGVM unterstützt die Führungskräfte der Verbände aktiv in ihrer verbandlichen Tagesarbeit. Dazu liefert sie wichtige Informationen, setzt neue Impulse und moderiert den Erfahrungsaustausch zwischen den Verbänden. Nicht zuletzt auch durch die Setzung von Themen und Bereitstellung von Hintergrundinformationen für die Medien. Die Quelle der Informationen ist ein eng geknüpftes Netzwerk von Führungskräften der Mitgliedsverbände, externen Verbandsexperten, spezialisierten Beratern, Verbandsforschern und Verbandsdienstleistern. Die DGVM stellt Expertise bereit und vermittelt Experten zu allen Verbandsfragen.

Durch die umfangreichen Aktivitäten, durch Informationsweitergabe und Vermittlung hat sich die DGVM zunehmend als Agenda-Setter in ihrem Umfeld profiliert.

Der DGVM gehören 260 Verbände an. Vom ADAC über den Hartmannbund bis zum Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks. (Stand Dezember 2009).

03 Die Verbandswelt

„Die Anzahl der organisierten Interessen in der Bundesrepublik hat in den letzten dreißig Jahren erhebliche Veränderungen erfahren, auch wenn sich dieser Sachverhalt nicht eindeutig quantifizieren lässt (Sebaldt 1997b: 28). Genaue Aussagen über Größe und Umfang des deutschen Verbändesystems waren daher stets schwierig.“ (aus Sebaldt, Straßner, Verbände in der Bundesrepublik, Wiesbaden 2004)

Basis des Wandels der Verbandsarbeit sind die Veränderungen in der Verbändewelt. Die DGVM spürt diese Entwicklung auf, veröffentlicht Kennzahlen und Statistiken sowie sie Öffentlichkeit, Wirtschaft und Politik mit Informationen und Einordnung zur Seite steht.

Die Wachstumsbranche Verbände

Entgegen der landläufigen Meinung, dass die Zahl der Verbände rückläufig ist, stellt die DGVM eine Zunahme an Verbänden fest. Durchschnittlich werden jährlich 200 Verbände neu gegründet, in den letzten beiden Jahren waren es durchschnittlich 450. Das fand die DGVM bei einer Untersuchung zur „Entwicklung der Verbändebranche in den letzten 18 Jahren“ heraus. Die zunehmende Komplexität vieler Branchen, das differenziertere Anforderungsprofil der Mitglieder, aber auch der Rückzug des Staates aus vielen Fürsorgebereichen sind sicherlich die wichtigsten Gründe für diese Entwicklung.

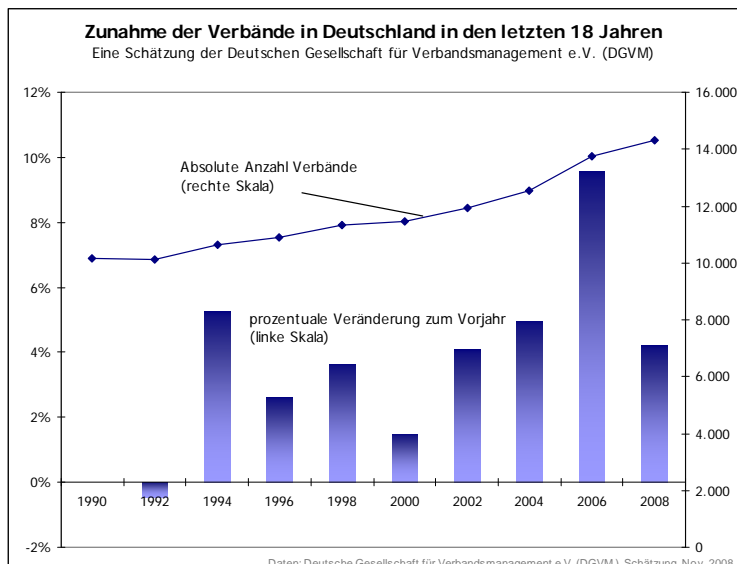
Von den rund 594.277* eingetragenen Vereinen zählt die DGVM exakt 14.316 Verbände. Dazu zählen auch die Kammern, Innungen und andere Körperschaften des öffentlichen Rechts. Etwa 8.700 Verbände verfügen über eine hauptamtliche Geschäftsführung. Von diesen sind wiederum 2.040 beim Deutschen Bundestag akkreditiert und stehen in der „Lobbyliste“.

(* In Deutschland gibt es 594.277 eingetragene Vereine (e. V.). Spitzenreiter ist der Postleitzahlbereich 5 mit mehr als 86.000 Vereinen. Des Deutschen liebstes Vereinsthema ist erwartungsgemäß der Sport, gefolgt von der Freizeit- und Heimatpflege. Quelle: www.registeronline.de)

Grundsätzlich hat sich die Anzahl der Verbände in Deutschland stetig erhöht. Schätzungen der DGVM zufolge um etwa fünf Prozent jährlich im Durchschnitt. Eine Zusammenstellung der letzten 18 Jahre, von 1990 bis 2008, ergibt eine absolute Zunahme von circa 3.800 Verbänden und Verbandsvertretungen.

Durchschnittlich verfügt eine Verbands-Geschäftsstelle über etwa fünf festangestellte Mitarbeiter. Große Personenverbände beschäftigen bis zu 500 Mitarbeiter, unangefochtener Spitzenreiter ist der ADAC mit mehreren tausend hauptamtlichen Mitarbeitern. Zu den mitarbeiterstarken Verbänden zählen auch die Spitzenverbände des Sports: In der Zentrale des Deutschen Fußball-Bundes e.V. (DFB) arbeiten 200 hauptamtliche Angestellte, der Deutsche Olympische Sportbund (DOSB) beschäftigt in seiner Geschäftsstelle in Frank-

Übersicht über die Veränderung der Verbände in Deutschland. Linke Skala zeigt die prozentuale Veränderung (Balken), rechts die absolute Anzahl.



furt am Main 120 hauptamtliche Mitarbeiter und der größte Landessportbund in Nordrhein-Westfalen mit fünf Millionen Mitgliedern bringt es auf 200 Angestellte. Als größte Dachorganisation von Einzelgewerkschaften beschäftigt der DGB bundesweit etwa 800 Voll- und Halbzzeitkräfte. Ausgesprochen schlank dagegen sind die Spitzenverbände der Wirtschaft aufgestellt. Mit durchschnittlich 120 Hauptämtern kommen die Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände e.V. (BDA) und der BDI Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. aus.

Im Mittel verzeichnet die DGVM 450 Verbandsgründungen in den letzten zwei Jahren. Das heißt auch, dass Verbände neue Stellen schaffen. In den letzten 18 Jahren hat sich gezeigt, dass Verbände nicht unter Mitgliederschwund leiden, weiterhin hohe Attraktivität ausstrahlen und für ihre Mitglieder wichtige Dienstleister in allen Bereichen - branchennützige Leistungen, Individualleistungen, politische Leistungen - sind. Wir sehen keinen Anhaltspunkt, der diesen Trend umkehren könnte.

In den letzten 18 Jahren hat sich gezeigt, dass Verbände nicht unter Mitgliederschwund leiden, weiterhin hohe Attraktivität ausstrahlen und für ihre Mitglieder wichtige Dienstleister in allen Bereichen sind.

04 Die DGVM: Ansprechpartner, Dienstleister und Agenda-Setter

Die DGVM positioniert sich sowohl in der Öffentlichkeit als zentraler Ansprechpartner für alle Belange rund um das Verbändesystem, wie sie auch auf Grundlage des umfangreichen Netzwerkes Themen für Verbände vorantreibt, Wissen vermitteln hilft und als „Schaltzentrale“ fungiert. Täglich gehen in der DGVM-Geschäftsstelle Anfragen und Bitten um Unterstützung bei konkreten Verbandsproblemen ein. Die DGVM fungiert als Anlaufstelle für Probleme und Fragestellungen, die in Verbänden auftauchen (Satzungsprobleme, Mitgliederfragen (Member-Relationship-

Management), Gremienmanagement, Steuerfragen, Haftungsfragen, Fusionsfragen, kartellrechtliche Fragen, Vergütungsfragen etc.). Soweit sie hierzu in der Geschäftsstelle über eigene Kompetenzen verfügt, werden Auskünfte und Stellungnahmen im Rahmen des Mitgliederservice unmittelbar zur Verfügung gestellt. In anderen Fällen werden geeignete Experten vorgeschlagen oder Verbände – vornehmlich aus dem DGVM-Mitgliederkreis - benannt, die weiterhelfen können. Vorstandsmitglieder agieren ehrenamtlich als Berater, Moderatoren oder Mediatoren bei Mitgliedsverbänden. Dr. Mürau repräsentiert die DGVM laufend bei wichtigen Veranstaltungen von Mitgliedsverbänden, bei Jubiläen, Galas und Veranstaltungen der Wirtschaft.

Krisen-Fest?! Das Jahr 2009

Anfang 2009 führte die DGVM gemeinsam mit dem *Verbändereport* eine Umfrage unter den Mitgliedsverbänden zur aktuellen Situation in den Verbänden und zu den Erwartungen im Hinblick auf das "Krisenjahr 2009" durch. Das Ergebnis überraschte: Anhaltende Dynamik und viele spannende Projekte gäben Anlass zu Zuversicht. Trotz Finanzkrise und teilweise schwierigen finanziellen Situationen einzelner Branchen und der Probleme in einzelnen politischen Handlungsfeldern sah sich bereits zum Anfang des Jahres 2009 die Mehrheit der Verbände gut gewappnet. Zwar trieb ein Großteil aller befragten Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer die Sorge um, die Finanzkrise wüchse sich zur massiv Konjunktur dämpfenden Wirtschaftskrise aus, doch sahen sie ihre Verbände durchweg gut aufgestellt. Nahezu alle DGVM-Mitglieder verzeichneten eine unverändert hohe Nachfrage nach qualifizierten Beratungs-, Schulungs- und vor allem Netzwerkleistungen.

Das erforderte nach Meinung der Verbände eine vielschichtige Arbeit. Nicht nur klassische Leistungen - gerade im Superwahljahr 2009 wurden politische Aktivitäten verstärkt - auch notwendige Anpassungen an die veränderten Rahmenbedingungen gehörten 2009 auf die Agenda der Mitglieder der DGVM. Viele arbeiteten an einer Komplettierung des Leistungsportfolios des Verbandes. Ein

Großteil der befragten Verbände sah in der Krise die Chance zum Ausbau der Beziehung zum Mitglied, zur Stärkung der emotionalen Bindung und schließlich die Möglichkeit, Aktivitäten auf den Prüfstand zu stellen und zum Wohle des Mitglieds neu auszurichten.

Aktivitäten der DGVM

Die DGVM hat die Verbandsmanagerin und des Verbandsmanager tatkräftig bei Fragen der Um- und Neustrukturierung und der Professionalisierung von Verbandsleistungen unterstützt und im interverbandlichen Austausch 2009 neue Impulse gesetzt. Gewissermaßen als Relaisstation förderte sie intensiv den Transfer von Informationen einerseits über verschiedene eigene Gremien (Kollegenkreise, Ausschüsse) an die Mitglieder und, entsprechend ihrem satzungsgemäßen Auftrags, andererseits über die Kooperation mit den Kölner Verbände Seminaren und dem *Verbändereport* auch an interessierte Verbände außerhalb des Mitgliederkreises. Die DGVM unterhält für ihre Mitglieder einen Wissenspool. Im Internet finden die Mitglieder in einer umfangreichen Wissensdatenbank Fachartikel, Checklisten, Formulare und Vorlagen zu allen Belangen und Bereichen eines professionell geführten Verbandes.

Als Relaisstation förderte die DGVM intensiv den Transfer von Informationen über verschiedene eigene Gremien an die Mitglieder und über Kooperation auch an interessierte Verbände außerhalb des Mitgliederkreises

DGVM Kollegenkreise

Die DGVM-Kollegenkreise erfreuen sich weiterhin großer Beliebtheit. Ihr Grundgedanke liegt darin, dass zwar die Betätigungsfelder der DGVM-Mitgliedsverbände unterschiedlich sind, aber die Herausforderungen ähnlich.

Gerade die Geschäftsführung sieht sich oftmals mit Fragen konfrontiert, die andere Verbände für sich schon beantwortet haben. Die Kollegenkreise dienen deshalb dem informellen Erfahrungsaustausch auf Geschäftsführungsebene. Sie bieten eine sehr vertrauliche Atmosphäre zur Erörterung der unterschiedlichsten Themen und sind damit auch ein wesentlicher Grundstein für ein funktionierendes DGVM-Netzwerk in den Regionen.

Bemerkenswert ist auch, dass jede Region von ganz eigenen Themen bewegt wird, so dass jeder Kollegenkreis unterschiedliche Fragestellungen diskutiert und im bundesweiten Vergleich auch zu anderen Bewertungen kommt.

Neben den bereits fest etablierten Kreisen in Berlin, Köln/Bonn, Frankfurt am Main und Hamburg sind in diesem Jahr auch regionale Treffen in Düsseldorf und München initiiert worden. Jedes Treffen wird von einem gastgebenden Mitgliedsverband ausgerichtet.

DGVM-Ausschuss für Recht- und Management (ARMA)

Der DGVM-Ausschuss für Recht und Management tagte 2009 am 12. Mai in Düsseldorf und am 9. November in Bonn. Unter der Leitung von Gerhard Becker (Deutscher Motorsport Verband) diskutierten die Ausschussmitglieder aktuelle Themen aus den vorgeannten Bereichen und überprüfen deren Relevanz und Wichtigkeit für alle Verbände. Der Ausschuss ist wichtiger Ideengeber für die Arbeit der Geschäftsstelle. Die Protokolle der Sitzungen sind auf dgv.de für alle Mitglieder einsehbar. Wer sich für eine Mitarbeit im Arbeitskreis interessiert, kann gerne als Gast an einer Sitzung teilnehmen.

DGVM-Arbeitskreis „Verbandsbesteuerung“

Der DGVM-Arbeitskreis „Verbandsbesteuerung“ tagte zuletzt am 12. Februar in Bonn. Unter der Leitung von Dr. Winfried Eggers dient dieser jährlich zusammentretende Arbeitskreis dem informellen Austausch der Steuerexperten aus den Verbänden und wird nicht protokolliert. Es wird kein Basiswissen vermittelt. Um dem großen Interesse gerecht zu werden, gibt es in jedem Jahr auch wieder Plätze für neue Arbeitskreisteilnehmer. Die nächste Sitzung wird voraussichtlich im März 2010 stattfinden. Die Einladung werden alle Mitglieder erhalten.

DGVM INNOVATION AWARD

Anfang Oktober 2009 wurden die vier Finalisten des DGVM INNOVATION AWARDS „Verband des Jahres 2010“ bekannt gegeben. Der Titel ist die Auszeichnung für Verbände, deren erfolgreiche Arbeit auf einem zukunftsfähigen Konzept, hoher Veränderungsbereitschaft und herausragender Führungsqualität beruht. Die Finalisten der diesjährigen Ausschreibung sind:

- Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM), Berlin,
- HessenChemie Arbeitgeberverband Chemie und verwandte Industrien für das Land Hessen e.V., Wiesbaden,
- Immobilienverband Deutschland IVD Bundesverband der Immobilienberater, Makler, Verwalter und Sachverständigen e.V., Berlin,
- Berufsverband Deutscher Nuklearmediziner e.V. (BDN), Essen.

Der DGVM INNOVATION AWARD hat sich mittlerweile in der Fachwelt fest etabliert, wie die wachsende Zahl der Bewerbungen zeigt. Für den DGVM INNOVATION AWARD 2010 wurden 14 Bewerbungen angenommen. Das große Interesse an dieser Ausschreibung verdeutlicht auch die Professionalität der vorgestellten Innovationskonzepte. Anlässlich des 12. Deutschen Verbändekongresses am 22. und 23. Februar 2010 in Düsseldorf werden die Nominierten ihre innovativen Konzepte präsentieren. Die Bekanntgabe des Preisträgers wird im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung am Abend des ersten Kongresstages erfolgen. Der „Verband des Jahres 2010“ wird die Nachfolge des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen antreten.

Die Bekanntgabe des Preisträgers wird im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung am Abend des ersten Kongresstages des 12. Deutschen Verbändekongress in Düsseldorf erfolgen.

www.dgvm-innovation-award.de

DGVM ZERT

Seit der Einführung von DGVM ZERT im Frühjahr 2006 haben sich zahlreiche Mitgliedsverbände mit den im Kriterienkatalog (Qualitätsmanagement- und Zertifizierungssystem für Verbände und Organisationen) beschriebenen Anforderungen befasst. Mit DGVM ZERT wurde erstmalig in Deutschland ein Managementsystem etabliert, das die Anforderungen und Besonderheiten von Verbänden und vergleichbaren Organisationen berücksichtigt und allen Anforderungen der DIN EN ISO 9001:2008 entspricht. Verbände, die ein Qualitätsmanagementsystem nach den Kriterien des DGVM ZERT einführen und die Umsetzung in einem Audit überprüfen lassen, sind zugleich auch ISO-zertifiziert. Die TÜV Rheinland Group, Köln und der DQS – Deutsche Gesellschaft zur Zertifizierung von Managementsystemen, Frankfurt sind die beiden von der DGVM zugelassenen Auditoren für DGVM ZERT. 2009 wurden u.a. die Deutsche Fachjournalisten-Verband (DFJV) und der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger sowie einige Nichtmitglieder zertifiziert.

www.dgvm-zert.de

DGVM ASSEKURANZ

Vorsorge- und Versicherungskonzepte für Verbände und Organisationen: Die DGVM bietet mit DGVM ASSEKURANZ unabhängige Beratungskompetenz zur Entscheidungsfindung bei Versicherungsangeboten. Gleichzeitig wird das Ziel verfolgt, Verbänden durch die Bündelung ihrer Interessen und Bedürfnisse bessere und passendere Angebote zu bieten und gleichzeitig von Einkaufsvorteilen zu profitieren. Das Angebot erstreckt sich auf alle Arten von Versicherungsleistungen und auf den Bereich der Altersvorsorge. Durch die Aufnahme der DGVM in das Konsortium der METALLRENTE können alle Mitgliedsverbände auf die besondere Leistung der METALLRENTE zurückgreifen, auch wenn sie branchenfremd sind.

Durch die Aufnahme der DGVM in das Konsortium der METALLRENTE können alle Mitgliedsverbände auf die besondere Leistung der METALLRENTE zurückgreifen, auch wenn sie branchenfremd sind.

Das Ziel der DGVM ASSEKURANZ ist es, mit interessierten Ver-

bänden eigene - also mit eigenem Verbandslogo versehene und auf die Bedürfnisse des jeweiligen Verbandes zugeschnittene - Vorsorge- und Versicherungsprodukte für ihre Mitglieder und Branchen zu entwickeln. Einige DGVM-Mitglieder haben auf diesem Wege bereits eigene Versorgungswerke ins Leben gerufen, die hinsichtlich des Preis-Leistungsverhältnisses erstklassige Leistungen bieten. (Praxisbeispiele können in der Geschäftsstelle angefordert werden.)

www.dgvm-assekuranz.de

Publikationen

Neben den institutionalisierten Angeboten, an denen die DGVM partizipiert bzw. für die sie Informationen und Kontakte bereitstellt, förderte sie die Herausgabe von weiteren Fachbüchern für die Verbandsarbeit.

Praxishandbuch Verbandsrecht: Das kleine 1 x 1 des Vereinsrechts für die Verbandsgeschäftsführung



Dieses Kompendium ist auf die Praxis in Verbänden zugeschnitten und dient Vorstand und Geschäftsführung als Hilfsmittel für den ersten Zugriff zu vereinsrechtlichen Fragen im Verband.

Die Autoren kommen ohne große Umschweife zur Sache und zeigen praktische Lösungen auf. Konsequenterweise wird auf einen aufwendigen Fußnotenapparat mit Verweisen und die Auseinandersetzung mit kontroversen Meinungen verzichtet.

Es erhebt keinen wissenschaftlichen Anspruch, sondern bietet den Verantwortlichen in Verbänden ein hohes Maß an praktischem Nutzen. Diesen Anspruch unterstreicht der Anhang mit Satzungs- und Vertragsmustern, Mustertexten sowie Auszügen aus wichtigem Quellenmaterial.

Praxishandbuch Verbandsmarketing: Grundlagen – Projektstudien – Fallbeispiele



Der vorliegende Band basiert im Wesentlichen auf den Vorträgen und Workshopbeiträgen der Fachtagung „Forum Verbandsmarketing“ der Kölner Verbände Seminare, die im April 2009 in Düsseldorf stattfand. Das Praxishandbuch kombiniert Basiswissen zum Verbandsmarketing mit vielen aktuellen, in der Verbandsarbeit erprobten und funktionierenden Praxisbeispielen aus den Bereichen Mitgliedermarketing, Gemeinschaftsmarketing, Direktmarketing, Mitgliedergewinnung und Mitgliederbindung.

Das Praxishandbuch Verbandsmarketing erhebt nicht den Anspruch, ein Grundlagenwerk oder Lehrbuch zu sein. Vielmehr legen die Herausgeber einen Ideen- und Impulsgeber vor – geschaffen für die Hand der Praktiker, die sich mit der Planung, Organisation und Durchführung von Marketingprozessen in Verbänden befassen. Es soll aber auch Anregungen geben und Einladung für die Wissenschaft sein, sich verstärkt mit diesem Gebiet in Forschung und Lehre auseinanderzusetzen. Und es soll dem Nachwuchs zeigen, welche Wissens- und Arbeitsbereiche für die Steuerung der Organisationen erforderlich sind, um die Herausforderungen, wie sie durch den strategischen Strukturwandel in den Verbänden eingetreten sind, erfolgreich annehmen zu können.

Die Besteuerung der Wirtschafts- und Berufsverbände

Bereits im letzten Jahr verlegt, wird dieses Buch von sehr vielen Verbänden und Verbandsberatern geschätzt. Es hat sich zum Ziel gesetzt hauptamtliche Führungskräfte und ehrenamtliche Funktionsträger von Wirtschafts- und Berufsverbänden mit den wesentlichen Problembereichen der Verbandsbesteuerung vertraut zu machen, die bei diesen Organisationen auftreten können. Manche Probleme, die zu steuerlichen Belastungen führen können, lassen sich in der Praxis verhältnismäßig einfach lösen. Voraussetzung: Man muss das Problem erkannt haben. Das Buch bietet einen gut

Weiterhin hohe Nachfrage genießt das Fachbuch „Die Besteuerung der Wirtschafts- und Berufsverbände“ von Dr. Winfried Eggers.

verständlichen und umfassenden Einblick in die Verbandsbesteuerung.

Kriterienkatalog DGVM ZERT: Qualitätsmanagementsystem für Verbände

Die Einführung eines Qualitätsmanagementsystems bietet eine Möglichkeit zur Professionalisierung der Verbandsarbeit. Ein zertifiziertes Verbandsmanagement bringt Risikotransparenz, Rechtssicherheit und Effizienz in den Verband. Es sorgt für eine allgemeine Stärkung der Organisation und steigert die Attraktivität des Verbandes für neue Mitglieder.

Mit der Einführung des DGVM ZERT wurde erstmalig in Deutschland ein Managementsystem etabliert, das die Anforderungen und Besonderheiten von Verbänden und vergleichbaren Organisationen berücksichtigt und zugleich alle Anforderungen der DIN EN ISO 9001ff beinhaltet.

Themen der DGVM

Künstlersozialversicherung

Bereits im vergangenen Jahr hat sich die veränderte personelle Ausstattung der Deutschen Rentenversicherung auf den Komplex ausgewirkt. Die DGVM hat Anfang des Jahres 2009 unter den Mitgliedern eine Befragung zu den Erfahrungen mit der Künstlersozialkasse durchgeführt. Von insgesamt 68 Rückläufen hatten bereits 18 Verbände Erfahrungen mit der KSK. In zwei Fällen wurden Rechtsbehelfe eingelegt. Davon wurde einer erfolgreich entschieden. In vier Fällen hatten Betriebsprüfungen stattgefunden. Insgesamt stellt die DGVM eine uneinheitliche Auffassung zu folgenden Themen fest: Die Behandlung von Referenten-Honoraren wird je nach Region unterschiedlich gehandhabt, ebenso verhält es sich mit der Einordnung von Gutachterleistungen durch Professoren und die Behandlung von Moderatoren auf Veranstaltungen.

Rechtsdienstleistungsgesetz

Bisher konnten Berufsverbände und andere Vereinigungen, die zur Wahrung gemeinsamer Interessen gegründet wurden, im Rahmen ihres satzungsmäßigen Aufgabenbereichs ihre Mitglieder rechtlich beraten. Diese Beratung darf aber nicht die Haupttätigkeit des Verbandes sein (Mitgliederberatung). Das gelte auch für die Beratung durch sogenannte Service-Gesellschaften. Mit der Neuerung des Rechtsdienstleistungsgesetzes müsse die Beratung mindestens unter Anleitung eines Volljuristen erfolgen. Nicht alles, was früher eine erlaubnispflichtige Rechtsberatung war, sei nach dem neuen Gesetz erlaubnispflichtig. Hier schafft das neue Rechtsdienstleistungsgesetz Freiräume.

Datenschutz

Die DGVM gab eine Stellungnahme zum Entwurf eines Gesetzes zur Regelung des Datenschutzaudits (DSAG) und zur Änderung datenschutzrechtlicher Vorschriften (BDSG) – Bundesratsdrucksache 4/09 ab, um die Frage, inwieweit das Listenprivileg nicht nur für spendensammelnde Organisationen vorgesehen werden sollte. Das Listenprivileg ermöglicht es, personenbezogene Daten zu Werbezwecken und zu Zwecken der Markt- und Meinungsforschung zu sammeln. Insbesondere für diejenigen Berufsverbände im Sinne des § 5 (1) Ziff. 5 KStG, deren Mitglieder in erster Linie oder ausschließlich aus natürlichen Personen bestehen, wurden gegenüber den Spenden sammelnden Organisationen ohne rechtfertigenden Grund in erheblichem Maße benachteiligt. Auch die Berufsverbände nehmen in großem Umfang öffentliche Aufgaben wahr, so dass eine Benachteiligung der Berufsverbände nicht gerechtfertigt war.

Novelle des Vereinsrechts: Gesetz zur Erleichterung elektronischer Anmeldungen zum Vereinsregister und anderer vereinsrechtlicher Änderungen

Die DGVM begrüßte die Gesetzesinitiative im Hinblick auf die Vereinfachung und die damit einhergehende Beschleunigung des Registerverfahrens ebenso wie die Möglichkeit, einem Verein, dessen satzungsgemäßer Zweck nicht auf einen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb gerichtet ist, die Rechtsfähigkeit dann zu entziehen,

wenn er einen wirtschaftlichen Zweck verfolgt. Allerdings machte die DGVM in einer Eingabe an das Bundesministerium der Justiz deutlich, dass die im Entwurf in § 43 BGB vorgesehene Regelung das bisher geltende Nebentätigkeitsprivileg weiter in der Regel anerkennen müsse. Nach dem Entwurf niedergelegten Wortlaut des § 43 BGB-E kann der Verein schon dann die Rechtsfähigkeit einbüßen, wenn seine wirtschaftliche Betätigung im Verhältnis zum ideellen Bereich von absolut untergeordneter Bedeutung ist. Der von der DGVM eingebrachte Ergänzungsvorschlag für § 43 BGB-E wurde übernommen.

Europäische Kommission: Registrierung bei der EU-Kommission

Sowohl im *Verbändereport* und im DGVM-Ausschuss für Recht und Management (ARMA) behandelte die DGVM das Thema Registereintragungen bei der Europäischen Kommission. Einigkeit bestand, dass es sich um ein formal einfaches Verfahren handelt, jedoch die Vor- und Nachteile von Verband zu Verband unterschiedlich gewichtet werden müssen: Will ein Verband eher im Stillen agieren oder besteht eher Interesse daran, in den Kreis einer Informations-Verteilung der EU-Kommission eingeschlossen zu sein, hat sich als Grundfrage herauskristallisiert.

05 Partnerschaften und Kooperationen

Verbändereport

Der *Verbändereport* ist das offizielle Organ der DGVM und der Fachinformationsdienst für die Führungskräfte der Verbände. Hier werden wichtige Verbandsthemen umfassend angesprochen und beleuchtet. Seine derzeitige Auflage liegt bei 4.500 Exemplaren. 9-mal jährlich erhalten die Leser wertvolle Hinweise und aktuelle

Der *Verbändereport* erreicht mit seiner Auflage von 4.500 Exemplaren nahezu jeden hauptamtlichen Geschäftsführer in Verbänden.

Deutsche Gesellschaft für Verbandsmanagement e.V.

Informationen für die tägliche Verbandsarbeit. Mitglieder der DGVM erhalten den *Verbändereport* kostenfrei im Rahmen ihrer Mitgliedschaft.

www.verbaendereport.de

Kölner Verbände Seminare

Seit 1996 bieten die Kölner Verbände Seminare Praxis- und Intensivseminare für Führungskräfte von Verbänden und Organisationen an.

Bisher haben 5.000 Führungskräfte aus Verbänden daran teilgenommen. Die Seminarthemen umfassen die Bereiche: Recht, Steuern, Kommunikation, Marketing, Management, Pressearbeit, Organisation, Lobbying u.v.m.

DGVM-Mitglieder genießen bevorzugte Berücksichtigung bei der Buchung von Seminaren und Workshops und erhalten attraktive Teilnehmerrabatte. Der Anteil von DGVM-Mitgliedern an den Veranstaltungen beträgt rund 20 Prozent. Die durchschnittliche Teilnehmerbewertung liegt bei der Frage „Welche Gesamtnote würden Sie der Veranstaltung geben?“ bei 1,8 auf einer Schulnotenskala - 1 bis 6.

www.verbaendeseminare.de

Deutsches Verbände Forum – verbaende.com

Bereits seit 1996 kooperiert die DGVM mit dem Deutschen Verbände Forum – verbaende.com. Das Forum ist die Internet-Plattform der deutschen Verbände. Neben einem rund 12.000 Adressen umfassenden Verbändeverzeichnis bietet das Deutsche Verbände Forum –verbaende.com die größte Online-Pressedatenbank mit tagesaktuellen Meldungen der Verbände.

Das Archiv umfasst aktuell über 65.000 Pressemitteilungen und Statements von Verbänden (Stand Dezember 2009). Monatlich werden über eine Million Zugriffe von täglich über 9.000 Besuchen registriert.

Zurzeit wird gemeinsam mit der DGVM eine Neustrukturierung und technische Verbesserung erarbeitet, die es zukünftig erlauben soll, weitere Informationen einfacher und für den Leser bequemer bereitzustellen.

Das Deutsche Verbände Forum – verbaende.com wird derzeit technisch wie auch vom Design her überarbeitet und einen kompletten Relaunch erfahren.

www.verbaende.com

Deutscher Verbändekongress

Die DGVM ist seit 1997 ideeller Träger des **Deutschen Verbändekongress**, dem Treffen der Führungskräfte hauptamtlich geführter Verbände. Bis zu 200 Teilnehmer - Mitglieder und Nichtmitglieder - informieren sich an zwei Veranstaltungstagen.

1997	„Verbände im Aufbruch“
1998	„Verbände im Wettbewerb“
1999	„Fit für Europa“
2000	„Unternehmen Verband - Verbände als Dienstleister“
2001	„Zukunft durch Wandel - Verbände auf dem Weg zu modernen Dienstleistern“
2002	„Mitglieder Medien Management - Verbandserfolge aktiv gestalten!“
2003	„Der Wandel als Herausforderung - Strategien für eine erfolgreiche Verbandszukunft“
2004	„Die moderne Verbandsfinanzierung“
2005	„Handeln statt warten - Verbände mobilisieren“
2006	„Verbandsarbeit der Zukunft“

	Ideen - Chancen - Praxis
2008	„Erfolgskonzepte und Ideen für den Verband von morgen“
2010	„Innovatives Verbandsmanagement - Herausforderungen und Lösungen“

Die Mitglieder der DGVM wirken im Vorfeld des Kongresses aktiv an der Gestaltung mit - viele Themen werden auf Anregung aus dem Mitgliederkreis in das Programm aufgenommen.

www.verbaendekongress.de

Weitere Leistungsangebote der DGVM

JobTicket

Die DGVM hat mit den Stadtwerken Bonn und dem Verkehrsverbund Rhein/Sieg einen Dachverbandsvertrag abgeschlossen, der es allen in der Region ansässigen Verbänden erlaubt, die eigenen Mitarbeiter mit JobTickets auszustatten. Derzeit nehmen 60 Verbände mit insgesamt über 300 JobTickets das Angebot wahr.

Rahmenverträge

Das Angebot der Rahmenverträge und Vereinbarung zu Sonderkonditionen ist ausgebaut worden: Neue Hotelkontingent-Preise und Partner konnten gewonnen werden. Die Konditionen stehen allen Mitgliedern im internen Mitgliederbereich der DGVM-Internetseite zur Verfügung. Darüber hinaus können verschiedene Konditionen auch den Mitgliedern von Mitgliedern zur Verfügung gestellt werden. Hierzu wurde ein Direktlink eingerichtet: www.dgvm.de/service. Diese speziellen Angebote sind über all-gemeingültige Zugangsdaten erreichbar.

Eine komplette Übersicht über die Rahmenverträge und Sonderkonditionen für Mitglieder der DGVM ist im internen Mitgliederbereich der DGVM-Internetseite abzurufen.

Mitgliederfocus Deutschland 2010

Gemeinsam mit der forum! Marktforschung GmbH, Mainz, tritt die DGVM als Partner beim „Mitgliederfocus Deutschland“ auf. Der Mitgliederfocus Deutschland misst für Verbände die Mitgliederzu-

friedenheit, das Image/die Markenpositionierung und die Emotionale Mitgliederbindung. Durch die Befragung einer repräsentativen Zufallsstichprobe der Mitglieder erhalten die teilnehmenden Verbände eine Handlungsanleitung zur Optimierung ihrer Verbandsleistungen, ihres Verbandsimages und zur Erhöhung der emotionalen Mitgliederbindung. Der „Mitgliederfocus Deutschland 2010“ zeigt Verbänden auf, wo sie im Vergleich zu Best-Practice und zum Durchschnitt aller Verbände positioniert sind - selbstverständlich anonymisiert. Mitglieder der DGVM erhalten Sonderkonditionen.

06 Öffentlichkeitsarbeit

Die Pressearbeit der DGVM basiert auf zwei Säulen: Informationsangebot und Positionierung als Ansprechpartner. Es hat sich gezeigt, dass eine breite Aufstellung in den neuen Medien und eine – gerade in der Kooperation mit dem Deutschen Verbände Forum – verbaende.com –Bereitstellung relevanter Daten maßgeblich die Pressearbeit unterstützt.

Die Pressearbeit der DGVM basiert auf zwei Säulen: Informationsangebot und Positionierung als Ansprechpartner.

Beide Bereiche spielen ineinander: Bereitgestellte Inhalte auf Internetseiten, über Portale oder per Pressemitteilung verteilt, führen bei entsprechender technischer Umsetzung zu hohen Rankings in führenden Suchmaschinen, die wiederum erste Anlaufstelle für journalistische Recherchen sind. Auf diese Weise erreicht die DGVM Journalisten wie Rechercheure und verdeutlicht ihre Seriosität durch eine gewissermaßen ruhige und sachliche Darstellung der Fakten.

In den letzten Monaten wurden dahingehend Aktivitäten entfaltet, die diese Öffentlichkeitsarbeit weiter unterstützen:

- die DGVM-Internetseite wurde weiter technisch aktualisiert,

- gemeinsam mit dem Deutschen Verbände Forum – verbaende.com wird ein umfassender Relaunch vorbereitet,
- mit der Schaffung von Accounts in Twitter werden bisher wenig erreichte Zielgruppen angesprochen,
- Redaktion von Einträgen zur DGVM, zu Verbänden und zu Aktivitäten der DGVM in der deutschsprachigen Wikipedia,
- die Daten zur Entwicklung von Verbänden in Deutschland wurden aktualisiert und in verschiedenen Online-Medien publiziert,
- das Fachartikel-Archiv im Deutschen Verbände Forum – verbaende.com wird mit zahlreichen Artikeln ergänzt



Screenshot des Twitter-Accounts der DGVM

Wie auch in den Vorjahren ist die DGVM von zahlreichen Medien wieder um Informationen und Stellungnahmen zu aktuellen Fragen der Verbände gebeten worden.

So zum Beispiel für zahlreiche Informations- und Diskussionssendungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und Fernsehens. Die DGVM fand Erwähnung unter anderem in folgenden Fachmedien: „Innovationsreport“ zum Thema DGVM INNOVATION AWARD, „QM Web – Portal für Qualitätsmanager“ zum Thema DGVM ZERT oder auch in „fachmedien.net“ zum Thema Zertifizierungen.

Ausbau der Online-Aktivitäten

Wesentliches Augenmerk legte die DGVM auf die breite Präsenz in den neuen Medien. Umfangreiche Einträge zur DGVM und zu Aktivitäten der DGVM wurden in Wikipedia veröffentlicht und redaktionell betreut.

Neben den bisher schon existierenden Informationskanälen (Internetseite, Einbindung in diverse Portale, RSS-Feeds oder Pressemitteilungsversand) verfügt die DGVM über einen eigenen Twitter-Account (www.twitter.com/DGVM_news), der es erlaubt kurz und knapp auf die verschiedensten Themen einzugehen. Bereits nach wenigen Wochen verzeichnete die DGVM mehr als zwanzig so genannte Follower.

07 Die DGVM in Zahlen

Mitgliederentwicklung

Die Mitgliederentwicklung der DGVM ist weiterhin sehr positiv. Das erfreut besonders unter dem Gesichtspunkt, dass die Zuwachsraten seit Gründung der DGVM im zweistelligen Prozentbereich sind und auch in diesem Jahr nicht geringer ausfallen. Zum Stichtag 7. Dezember 2009 zählt die DGVM folgende Mitglieder:

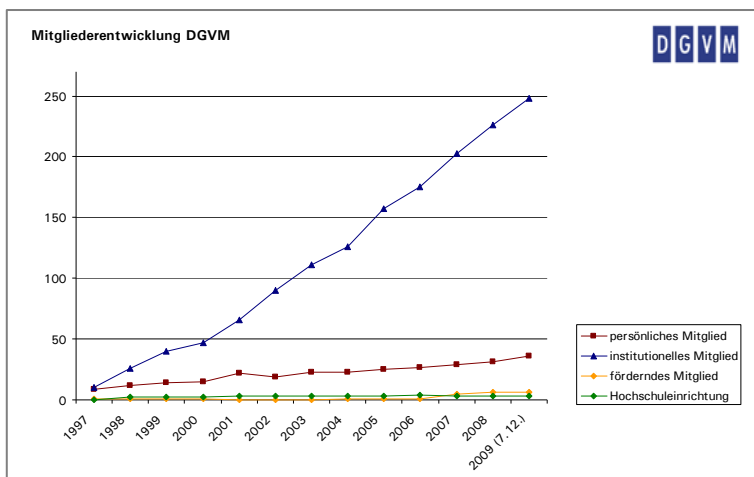
institutionelle Mitglieder	248
persönliche Mitglieder	36
Hochschuleinrichtungen	3
fördernde Mitglieder	6
<u>Gesamt:</u>	<u>293</u>

Insgesamt konnte die DGVM seit 5. Dezember 2008 31 neue Mitglieder begrüßen.

Mitgliederzuwachs absolut:	31
davon: persönliche	5
institutionelle	26

Der Mitgliederzuwachs in 2009 beträgt rund 10 Prozent. Für einen Zehnjahreszeitraum ergibt sich ein durchschnittlicher Mitgliederzuwachs von 13 Prozent p.a.

Entwicklung der Mitgliederanzahl per Saldo (unter Berücksichtigung von Ein- und Austritten), differenziert nach verschiedenen Typen der Mitgliedschaft.



Auch die Mitgliederstruktur zeigt deutlich die breite Aufstellung der DGVM als Verband für Verbände. Neben Wirtschafts- und Berufsverbänden, steigt der Anteil typischer Wohlfahrtsverbände.

Internetseite dgvm.de

Die Nutzerstatistik der DGVM Website dgvm.de weist auch weiterhin steigende Zugriffszahlen auf: täglich werden mehr als 200 Besucher gezählt, davon nutzen nahezu die Hälfte ein Passwort für den Mitgliederbereich. Im passwortgeschützten Bereich der DGVM-Website (www.dgvm.de/intern) steht ein umfangreicher Wissenspool mit aktuellen Informationen, Fachbeiträgen, Mustervorlagen etc. zur Verfügung.

08 Gesamtvorstand, Geschäftsführung und wissenschaftliches Kuratorium

- Dr. Hans-Joachim Müräu, Präsident der DGVM
- RA Helmut Martell, 1. Stellvertreter
(Hauptgeschäftsführer AIBI-Europaverband der Backbetriebe)
- RA Bernd Beder, 2. Stellvertreter
- Dr. Gerhard Hein, Ehrenpräsident
- RA Dr. Winfried Eggert
- Dr. Ing. Willi Fuchs
(Direktor und geschäftsführendes Mitglied des Präsidiums des VDI, Verein Deutscher Ingenieure)
- RA Peter Hahn
(Hauptgeschäftsführer Deutscher Brauer-Bund)
- RA Armin Juncker
(Geschäftsführer Verband Deutscher Großbäckereien)
- Prof. Dr. Axel Pestke
(Hauptgeschäftsführer Deutscher Steuerberaterverband e.V. (DStV))
- Dipl. Oecotr. Christine Sudhop
(Geschäftsführerin Bundes-Innungsverband des Gebäudereinigerhandwerks)
- Lutz E. Weidner
(Bildungsinstitut der Kommunikationswirtschaft e.V.)
- Geschäftsführer:
Wolfgang Lietzau

Wissenschaftliches Kuratorium

- Prof. Dr. Ulrich von Alemann
(Universität Düsseldorf)
- Prof. Dr. Uwe Jens
- Jürgen Mennenöh
(Wirtschaftsprüfer, Düsseldorf)
- Prof. Dr. Martin Sebaldt
(Universität Regensburg)
- Prof. Dr. Dieter Witt
(TU München)

Bonn, den 7. Dezember 2009