

Eine verschwiegene Branche

In der Schweiz hat sich eine kleine Gruppe von auf **Association Management** spezialisierten Agenturen gebildet.

DAVE GLARNER

Die Deutsche Gesellschaft für Verbandsmanagement definiert Verbände als «Gruppen von Einzelpersonen oder Körperschaften aller Art, die sich in der Rechtsform eines Vereins zur Verfolgung gemeinsamer Zwecke zusammengeschlossen haben und meist über eine feste interne Organisationsstruktur verfügen». In den Bereich Association Management fallen, je nach Interpretation, auch politische Parteien oder kommerzielle Interessensgruppen. In der Schweiz gibt es in diesem Sektor eine Vermischung zwischen Public Relations, Unternehmungsberatung und eben dem eigentlichen Verbandsmanagement.

Viele Kleinanbieter

Die Branche wird auch von eigenen Fachgruppen begleitet, beispielsweise von International Association Management in Florida oder vom ebenfalls aus Amerika stammenden AMC Institute. AMC bringt weltweit über 180 Verbandsverwaltungsagenturen zusammen, die wiederum etwa 2700 Verbände betreuen. Dazu kommen Icca (International Congress and Convention Association) und Iapco (International Association of Professional Congress Organisers); beide begleiten das Thema Verbandsmanagement auf kleinerer Flamme. In der Schweiz bietet die Association of Management Consultants Switzerland (Asco), im Bereich Unternehmensberatung eine unabhängige Serviceplattform für Mitglieder, Kundinnen und Kunden, Sponsoren sowie politische Gremien. Asco zählt etwa hundert Mitglieder.

Dass die Branche verschwiegen ist, zeigt die Reaktion auf eine Umfrage in diesem Frühjahr. Insgesamt wurden 26 laut eigener Definition «spezialisierte



The Circle Conference: Kürzlich eröffnet, die grandiose Event- und Tagungshalle direkt am Flughafen Zürich.

Agenturen und Unternehmen gebeten, über ihre Geschäfte Auskunft zu geben. Geantwortet haben 15 Agenturen, 11 gaben keinen Kommentar ab oder drohten sogar explizit, sich bei Nennung ihres Unternehmens rechtliche Schritte vorzubehalten. Eigentlich erstaunlich, denn der Schweizer Beratungsmarkt wuchs 2018 laut Asco sogar stärker als das Bruttoinlandprodukt.

Einige der Agenturen gaben gewisse Auskünfte zum Geschäftsvolumen: Bei der Beag/Dr. U. Wanner in Gümligen BE

kümmern sich 5 der 7 Mitarbeitenden um das Association Management. Die Wamag in Sursee LU beschäftigte bis vor der Pandemie 28 Personen und erwirtschaftet jährlich rund 3 Millionen Franken. Beim Familienunternehmen Ortec Management in Killwangen AG arbeiten im Sektor Verbandsmanagement 11 Spezialisten. Und bei Depierraz Saner in Bern, iCom in Neuheim ZG, b2000 in Emmen LU und Arco Association Management in Zürich sind in diesem Sektor jeweils drei bis sechs Festangestellte beschäftigt. Die meisten Agenturen arbeiten auch mit Teilzeitangestellten, vor allem während Verbandstreffen und Jahreskongressen.

Relevant ist der Umsatz beim Centre Patronal (CP) in Bern. Man wollte keine detaillierten Angaben geben und verwies auf die Website. Laut dieser beschäftigt CP etwa 300 Mitarbeitende, und diese betreuen 140 Verbände, Parteien und Vereine.

Martin Diethelm und Karin Stuhlmann von B'VM in Bern geben nähere Auskunft: «Unsere Beratergruppe fokussiert sich auf Non-Profit-Organisationen, auch auf Stiftungen, dazu führen wir rund zwei Dutzend Verbände. Bei uns arbeiten, teilweise in Teilzeit, zwanzig Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für diese Verbände; dazu kommen zehn Beraterinnen und Berater.» Laut B'VM verfügen die meisten Verbände über Jahresbudgets von 500 000 bis zu 1,5 Millionen Franken.

Auch in Basel befindet sich eine ausgewiesene Verbandsmanagementagentur: Congrex Switzerland wurde vor bald

vierzig Jahren gegründet und beschäftigt heute ebenso viele Mitarbeitende. Silvano Schär ist hier verantwortlich für Verkauf und Marketing und berichtet: «Jährlich organisieren wir vierzig bis fünfzig nationale und internationale Kongresse, mit 100 bis 30 000 Teilnehmenden. Natürlich wirbelt die Pandemie unsere Aufträge durcheinander, aber die meisten Events finden trotzdem statt, verschoben vielleicht – oder auch virtuell. Unser Kundenportfolio umfasst vor allem medizinische Kongresse, wobei die Sekretariate von acht Verbänden in unseren Büros in Basel angesiedelt sind.»

Global Player

Die in Genf sitzende MCI Group, vor der Pandemie mit sechzig Büros in über dreissig Ländern präsent, erlebt wie alle MICE-Agenturen anspruchsvolle Zeiten. Dabei ist das Verbandswesen einiges zuverlässiger als Einzelmandate für Firmenevents. MCI kennt man im Bereich Verbandsmanagement weltweit, aber national führt MCI nur wenige solcher Mandate, meist aus der Pharma- und Medizinbranche. Zwar erwirtschaftet die Gruppe rund 17 Prozent ihres Umsatzes aus dem Sektor «Association Solutions, Sales & Sponsorship», aber dieses Geschäft kommt primär aus den USA sowie von den Hubs Brüssel und Schanghai. Das nationale Association-Management-Geschäft dient primär dem Zweck, Aufträge für die Durchführung von Einzelkongressen zu erhalten.

Zuverlässigkeit, Vertrauen und Wiederholungsmechanismen sind Schlüsselfaktoren der Beziehung zwischen Verband und Fachagentur. Anders als im klassischen Public-Relations-Bereich, wo man auch aus taktischen und strategischen Gründen von Zeit zu Zeit die PR-Agentur auswechselt, gibt es in Association Management diesen Bedarf nicht oder wenig. Alle Spezialisten bestätigen deshalb, dass ihr Geschäft mit ihren Stammkunden regelmässig verläuft. Sicher eine wertvolle Konstellation in der Zeit von Corona. Gute Buchführung, wie eine Treuhandfirma, und zielorientierte Kommunikationskenntnisse sind absolut notwendig. Dann aber auch transparentes Arbeiten und eben ein enges Vertrauensverhältnis zwischen Verband und Agentur.

Martin Diethelm nennt die Argumente eines Verbandes, eine Drittstelle für das eigene Sekretariat zu beauftragen: «Wie alle Organisationen sind auch die Verbände zunehmend von der immer schnelleren Entwicklung in den Bereichen Professionalisierung, Digitalisierung, Datenmanagement und Governance gefordert. Für kleine Sekretariate ist der Aufwand und der stete Wandel nur noch schwer zu meistern. In solchen Situationen kann sich ein Outsourcing an einen externen Partner lohnen. Dieser kann dank Synergien verschiedene Vorteile bieten, wie beispielsweise dauernde Erreichbarkeit oder technische State-of-the-Art-Lösungen.»

Dienstleistungspalette

Association-Management-Agenturen übernehmen ganz unterschiedliche Aufgaben. Viele Agenturen führen «nur» das Sekretariat eines Verbandes oder organisieren «nur» die jährlichen Verbandstreffen. Überdies sind häufig auch Buchhaltung und Inkasso der jährlichen Mitgliederbeiträge an externe Spezialisten und Spezialistinnen ausgelagert.

Geschäftsführung: Büro, Sekretariat, Interessensvertretung, Bedienung der politischen Institutionen, Kontakt zu laufend wechselndem Präsidium und Vorstand: Viele Agenturen stellen Teilzeitpersonal für den Verband, der sich normalerweise keine Vollzeitangestellten über das ganze Jahr leisten kann.

Strategie: Langzeitrecherchen und Pläne der jeweiligen Branche mit Anpassungen in der Dienstleistung, in der Ausbildung und ganz grundsätzlich in der Ausrichtung auf die Zukunft.

Mitgliedermanagement: Akquirieren von neuen Mitgliedern, Informationen, Inkasso der Jahresgebühr, Mitglieder ausweise und so weiter.

Administration: Finanzen, Buchführung, Recht, Abstimmungen, Planung und Durchführung der Generalversammlung.

Organisation: Tagungen, Messen, Weiterbildung, Übersetzungen, Verbandsdrucksachen, Fachmagazine und Medienbetreuung.

Marketing: Jahresbericht, Sponsoring, POS-Material, Betreuung von Websites und sozialen Medien.

ANZEIGE

- TEC im Haus der Wirtschaft Pratteln
- kultur & kongresshaus Aarau
- Papiersaal & Folium Zürich
- Theater Casino Zug
- Lorzensaal Cham
- MythenForum Schwyz
- Kursaal Engelberg
- Kultur- und Kongresszentrum Thun
- gate27 Winterthur
- Würth Haus Rorschach
- Verrucano Mels

12 Häuser – 12 Gastgeber mit Herz, Leidenschaft und Professionalität.

Wir, die kleinen und mittleren Kongress- und Kulturhäuser der Schweiz.

Q¹²

Q12.ch