

Kommunikation professionalisieren. Auch oder gerade in wirtschaftlich schweren Zeiten.

Ein Markt, der ein Volumen von mehr als 60 Milliarden Euro bewegt, benötigt eine Plattform, ein kompetentes Netzwerk, eine Möglichkeit, sich auszutauschen. Der Kommunikationsverband ist der führende Berufsverband der Kommunikationsbranche. Ein Porträt.

Zukunftorientierung, Innovation und Transfer in allen Bereichen der Kommunikationsarbeit – so weit die Maxime des Kommunikationsverbands. Seine Mitglieder entstammen sämtlichen Disziplinen des Kommunikationssektors. Fachleute aus Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Sponsoring, Verkaufsförderung, Media, Event und viele weitere Bereiche lassen sich im Verband finden.

Der Kommunikationsverband gliedert sich in Clubs, regionale Verbände und Fachgruppen. Ganze 19 Clubs gehören dazu – verteilt über das gesamte Bundesgebiet. Hauptsitz und Geschäftsstelle ist in Hamburg. Hier finden die Mitglieder Antworten auf





KURT A. BECK,
Vorsitzender des Kommunikationsverbands Club Stuttgart, Mitglied der Geschäftsleitung der Werbeagentur Beck GmbH & Co. KG und der Beck Medien- und Verlags-GmbH.

branchenspezifische Fragen: Themen wie Budgets, Urheberrechtsfragen, Rankings oder Künstlersozialkasse werden hier behandelt.

Und was macht der Kommunikationsverband? Zu den Aufgaben des Kommunikationsverbands gehören unter anderem die Interessenvertretung seiner Mitglieder, die Bündelung aller Kräfte der Branche zur Verbesserung der Kommunikationsarbeit und die Erzeugung eines Mehrwerts für die Mitglieder, der sie in ihrem Berufsumfeld unterstützt und voranbringt. Kurz: Kommunikation professionalisieren. Seit über 50 Jahren, für über 2000 Mitglieder.

Ziel: engere Zusammenarbeit aller am Kommunikationsgeschäft Beteiligten

Der Kommunikationsverband setzt sich zum Ziel, die Zusammenarbeit zwischen Werbungtreibenden, Agenturen und Medien zu intensivieren und zu verbessern. Er fungiert als gemeinsame Plattform für alle am Prozess Mitwirkenden und führt den Dialog mit Dienstleister und Kunde. In einer vernetzten Welt, in der Zeit wertvolles Kapital ist, und Menschen nur das Nötigste kommunizieren, nimmt der Kommunikationsverband genau diesen

Fotos: iStockphoto, Unternehmen

INFO-DIENST
Die fünf baden-württembergischen Clubs informieren alle ihre Mitglieder und Gäste mit dem Halbjahresprogramm regelmäßig über ihre Veranstaltungen.



Part ein und stellt damit einen wertvollen Gesprächspartner dar. Denn professionelle Kommunikation entscheidet über die Entwicklung von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft.

Mitgliedschaft = Ausweis der Professionalität

Jedes neue Mitglied weist dem Verband gegenüber seine Qualifikation für den ausgeübten Beruf nach. Durch die Interessenbündelung vieler Mitglieder ist es möglich, gemeinsame Ziele durchzusetzen. Zahlreiche Specials warten auf sie: Von monatlichen Fachveranstaltungen zu aktuellen, branchenspezifischen Themen, Beratung und juristischen Auskünften über die Vermittlung und Suche nach Spezialisten – im Kommunikationsverband wird den Mitgliedern so einiges geboten.

Ideentresor: Schutz vor Ideenklau

Der steigende wirtschaftliche Druck und die Vielzahl der Agenturen, Freelancer und anderer Dienstleister haben in den vergangenen Jahren dazu geführt, dass die Zahl der Plagiate drastisch zugenommen hat. Der Ideentresor des Kommunikationsverbands macht es möglich, im Fall von Streitigkeiten einen Nachweis zu erbringen, wann welche Idee und welches Konzept erdacht und erstellt wurde. Dieser herausragende Service ist für Mitglieder sogar kostenlos.

And the award goes to ...

Der Kommunikationsverband vergibt Jahr für Jahr zahlreiche Kreativpreise. Darunter einen der renommiertesten der Branche: DIE KLAPPE ist der einzige deutschsprachige Preis, der in Deutschland, Österreich und der Schweiz Bewegtbild-Kommunikation auszeichnet.

Des Weiteren hat der Verband mit dem B-to-B-Award einen bedeutenden Business-to-Business-Preis geschaffen, der das gesamte Spektrum der B-to-B-Kommunikation abdeckt. Hochrangige Jurys zeichnen im Namen des Kommunikationsverbands jährlich die Werbeelite aus.

Der Kommunikationsverband in Baden-Württemberg

Mit den Clubs Stuttgart, Mittelbaden/Karlsruhe, Südbaden/Freiburg, Bodensee und Kurpfalz befinden sich fünf baden-württembergische Clubs im Südwesten. In monatlichen Abständen stellen diese regelmäßig außergewöhnliche Veranstaltungen auf die Beine. So zum Beispiel Ende April: Hier lud der Club Stuttgart



DER IDEEN-TRESOR
Ein wichtiges Instrument für Mitglieder des Kommunikationsverbands.



zusammen mit der Luther Rechtsanwaltsgesellschaft zum Thema „Aktuelle Entwicklungen im Wettbewerbsrecht – Showstopper oder Chance für Werber und Werbende?“ ein. Mehr als hundert Mitglieder und Nichtmitglieder folgten der Einladung des Clubs aus der baden-württembergischen Landeshauptstadt.

Verbandsarbeit auf regionaler Ebene

Regelmäßig präsentieren sich die BW-Clubs auf themenrelevanten Messen und stellen sich potenziellen Neumitgliedern vor. Wie jüngst geschehen auf der New-Come – Messe und Landeskongress rund um die Selbstständigkeit auf der Neuen Messe Stuttgart. Der Club Stuttgart machte sich zur Aufgabe, Gründungsinteressierte aus dem Marketingsektor zu beraten und zu unterstützen – ein informativer Messestand und ein aufschlussreiches Vortragsprogramm beantworteten den Jungunternehmern alle Fragen zur Existenzgründung.

Darüber hinaus zeigte man sich auf der letztjährigen do it.konferenz der Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg in Stuttgart. Beim Aufeinandertreffen von Kreativwirtschaft und IT ist der Kommunikationsverband Club Stuttgart seit vielen Jahren ein gerngesehener Aussteller.

Auf dem vom 30.11. bis 3.12.2009 erstmalig in Deutschland stattfindenden Creativity-World-Forum werden sich die fünf Baden-Württemberg-Clubs des Verbandes mit einem Informationsstand den erwarteten 1200 Gästen aus aller Welt präsentieren – ein Höhepunkt im Verbandsgeschehen.

Und das nächste Highlight steht bereits vor der Tür: Am 8. und 9. Juli 2009 treffen sich rund 100 Un-

ternehmen sämtlicher Mediengattungen auf dem Gelände der Neuen Messe Stuttgart. Grund: die MediaBudget – Fachmesse und Forum für effiziente Marketing-Kommunikation. „Für alle Entscheider, die Verantwortung für Kommunikation übernehmen, ist es (über)lebenswichtig, sich über die neuesten Trends und Entwicklungen der Mediaplanung zu informieren“, sagt Katharina Stinnes, Geschäftsführerin des Kommunikationsverbands. Die MediaBudget schaffe für den Besucher eine neue Transparenz in den verschiedenen Mediagattungen, erlaube crossmediale Vergleiche und behandle umfassend alle Schwerpunktbereiche, so Stinnes weiter. An beiden Tagen werden die fünf baden-württembergischen Clubs ihre Zelte auf der Fachmesse aufschlagen und den Verband in Halle 2, Stand B09 vorstellen. Club-Stuttgart-Vorstandsmitglied Thomas Beck wird am ersten Messetag von 11:00 bis 11:30 Uhr einen Vortrag zum Thema „Mediaplanung in der B-to-B-Kommunikation“ halten. Die MediaBudget bietet Jahr für Jahr eine exzellente Möglichkeit, das Programm des Verbandes zu präsentieren und den Kontakt zu möglichen Neumitgliedern herzustellen.

von Kurt A. Beck