

# Relevanz entsteht nicht von allein

## Warum Verbände ihre Rolle neu erklären müssen

Der Deutsche Verbändekongress feiert in diesem Jahr das 20. Jubiläum und kehrt dafür an seinen Ursprungsort Bonn zurück. Unter dem Leitmotiv Relevanz! wird es darum gehen, warum nicht Größe, Tradition oder Mitgliederzahl von Verbänden über deren Zukunft entscheiden. Stattdessen müssen Organisationen deutlich und sichtbar zeigen, worin ihre Relevanz heute und in Zukunft begründet ist.

Impressionen vom 19. Deutschen Verbändekongress 2024 in Wuppertal © Stefan Wernz



**I**rgendwie war die Welt früher rosiger und freudvoller für Verbände. Es gab Zeiten, in denen die Existenzberechtigung eines Verbandes kaum hinterfragt wurde.

Die Maßstäbe waren klar: Die Mitglieder kommen von selbst, die Gremien arbeiten, die Politik hört zu und die Öffentlichkeit nimmt die Organisation als selbstverständlichen Teil der gesellschaftlichen Landschaft wahr.

Diese Zeiten scheinen vorbei zu sein, das zeigen auch die Ergebnisse unserer aktuellen Verbandsbefragung 2026: Profil, Marke und strategische Positionierung gehören inzwischen zu den wichtigsten Zukunftsthemen der deutschen Verbändelandschaft. Die Führungskräfte wissen, dass sich die Frage nach der eigenen Relevanz neu stellt – und zwar nicht nur gegenüber Politik und Öffentlichkeit, sondern auch gegenüber den eigenen Mitgliedern.



**Patrick Friess**  
Head of Business Development  
Time Change GmbH

*„Verbände müssen heute mehr leisten, als Informationen bereitzustellen. Sie müssen Erlebnisse schaffen, die Menschen miteinander verbinden und ihre Organisation erlebbar machen. Genau dabei unterstützen wir: Wir entwickeln Formate, die Beteiligung fördern, Emotionen erzeugen und die Beziehung zwischen Verband und Mitglied nachhaltig stärken. So wird Relevanz nicht nur kommuniziert, sondern erlebbar.“*



Überraschend ist das nicht, denn die Welt, in der Verbände agieren, ist unübersichtlicher, schneller und wettbewerbsintensiver geworden. Aufmerksamkeit ist knapp. Interessen konkurrieren miteinander. Informationen sind jederzeit und überall verfügbar. Wer heute Wirkung erzielen möchte, muss sichtbarer, klarer und verständlicher kommunizieren als noch vor wenigen Jahren.

Die eigentliche Herausforderung reicht sogar noch tiefer, es geht um die Frage: Wofür stehen wir eigentlich? Dass vielen Verbänden die Antwort darauf nicht leicht fällt, erfahren wir gerade wieder in unserer Summer School. Wer der mysteriösen Gen-Z die eigene Daseinsberechtigung in wenigen Sätzen erklären kann, hat seine Hausaufgaben gemacht.

Verbände sind Interessenvertretung, Dienstleister, Plattform, Netzwerk und gesellschaftliche Stimme zugleich. Doch je vielfältiger die Aufgaben werden, desto wichtiger wird die Fähigkeit, den eigenen Kern zu benennen. Mitglieder, Politik und Öffentlichkeit wollen wissen, welchen konkreten Unterschied eine Organisation macht.

Relevanz entsteht nicht mehr automatisch durch Tradition, Größe oder Geschichte. Sie muss aktiv geschaffen, erklärt und immer wieder neu begründet werden.



**Barbara Schantl**

Leitung Conventions & Business Events  
Baden-Baden Tourismus GmbH

*„Für Verbände zählen Qualität in der Umsetzung und ein spürbarer Mehrwert für ihre Mitglieder.“*

### Verbands-Positionierung als Führungsaufgabe

Die Ergebnisse unserer Befragung zeigen dabei eine interessante Entwicklung. Denn parallel zur steigenden Bedeutung von Positionierung wächst auch die Bedeutung von Mitgliederkommunikation, Netzwerk und Beteiligung. Mitglieder werden zunehmend nicht mehr nur als Leistungsbezieher verstanden, sondern als aktive Partner. Der Verband ist deshalb weit mehr als ein Anbieter von Leistungen. Er wird zur Plattform für Austausch, Orientierung und gemeinsames Handeln.

Die Positionierung eines Verbandes ist damit längst keine Aufgabe der Kommunikationsabteilung mehr. Sie ist eine Führungsaufgabe. Wer die Zukunft seiner Organisation gestalten will, muss Antworten auf grundlegende Fragen geben können:

- Welche Rolle wollen wir für unsere Mitglieder spielen?
- Wo schaffen wir den größten Mehrwert?
- Welche Themen wollen wir prägen?
- Wie unterscheiden wir uns von anderen?
- Wofür werden wir in fünf Jahren stehen?

Gerade deshalb ist der persönliche Austausch unter den Führungskräften wichtiger denn je.



**Stefan Freihaut**

Business Development  
Cologne Convention Bureau – Köln Tourismus

*„Wir schätzen die Vielfalt und die Abwechslung, die Verbände und ihre Themen mitbringen – und die Grundpositive Haltung, für ihre Mitglieder alles zu geben.“*

### Von anderen Verbänden lernen

Viele der Herausforderungen, die Verbände beschäftigen, ähneln sich erstaunlich. Fragen nach Sichtbarkeit, Mitgliederbindung, Digitalisierung, Ehrenamt oder Positionierung werden nicht nur in einzelnen Organisationen diskutiert. Sie bewegen die gesamte Verbändelandschaft.

Auch die Führung von Verbänden ändert sich – für die Zukunftsfähigkeit müssen klare und schnelle Entscheidungen getroffen werden, um entscheidende Weichen zu stellen. In den konsensorientierten Verbänden ist das oft kein leichtes Unterfangen.

Impressionen vom 19. Deutschen Verbändekongress 2024 in Wuppertal © Stefan Wernz





Impressionen vom 19. Deutschen Verbände-kongress 2024 in Wuppertal © Stefan Wernz

Wer Lösungen sucht, muss nicht bei null beginnen. Im Verbändekosmos lohnt sich der Blick auf die Erfahrungen anderer ganz besonders.

Genau darin liegt die besondere Stärke des Deutschen Verbände-kongresses. Seit fast drei Jahrzehnten bringt er diejenigen zusammen, die Verantwortung für die Zukunft ihrer Organisation tragen. Geschäftsführungen, Vorstände und Führungskräfte erhalten hier Impulse von Expertinnen und Experten und treffen

Kolleginnen und Kollegen, die vor ähnlichen Fragen stehen, ähnliche Herausforderungen bewältigen und bereits Erfahrungen gesammelt haben.

Dabei entwickelt er sich immer mehr zum Wissensfestival und Netzwerk-event – mit neuen Formaten wie Open Space und Solution Rooms, um den Austausch untereinander gezielt zu fördern.

Ob Wirtschaftsverband, gemeinnützige Organisation, Industrie- oder Per-



**Daniel Grell**  
Senior Consultant  
AriBis GmbH/CAS Software AG

*„Hier kommen Menschen zusammen, die wirklich etwas bewegen wollen – für ihre Mitglieder, ihre Mission.“*



**Miriam Mücke**  
Projektleiterin Vertrieb  
CONGRESS BREMEN & Gastveranstaltungen

*„Wir schätzen an Verbänden ihre langfristige Perspektive, ihre inhaltliche Tiefe und den hohen Anspruch an Qualität und Begegnung.“*

sonenverband, Bundes- oder Landesverband, für alle gilt:

Die Zukunft der Verbände entscheidet sich nicht allein an Digitalisierung, künstlicher Intelligenz oder neuen Technologien, sondern vor allem daran, dass Verbände ihre Rolle in einer sich wandelnden Gesellschaft überzeugend definieren und sichtbar machen müssen.

Wer relevant sein will, muss zeigen, warum man ihn braucht.

Der 20. Deutsche Verbände-kongress wird genau das zum Thema machen.



# Warum viele Verbände ihr Potenzial nicht ausschöpfen – obwohl alles da ist

Viele Verbände investieren enorme Energie in Veranstaltungen, Kommunikation und Mitgliederbetreuung. Dennoch bleiben Wachstum, Transparenz und nachhaltige Mitgliederentwicklung häufig hinter den Möglichkeiten zurück. Warum das weniger an fehlenden Angeboten als an gewachsenen Strukturen liegt – und weshalb genau dort die Grundlage für moderne Verbandsarbeit entsteht –, beleuchtet dieser Beitrag.

Laut der DGVM-Jahresumfrage aus dem Jahr 2024 sehen 74,2 Prozent der Verbände Digitalisierung und KI als eines der wichtigsten Zukunftsthemen ihrer Organisation. Gleichzeitig steigt allerdings die Komplexität, es fehlen Ressourcen, und die Anforderungen in Kommunikation und Mitgliederbetreuung wachsen ständig. Und genau das spüren viele Geschäftsstellen längst im Alltag: Volle Veranstaltungen, stabile Mitgliederzahlen – und trotzdem entsteht oft das Gefühl, ständig hinterherzulaufen.

Das Problem liegt dabei meist nicht im fehlenden Engagement. Auch nicht in mangelnden Angeboten. Die eigentliche Herausforderung entsteht häufig an anderer Stelle: Viele Informationen, Prozesse und Interaktionen existieren nebeneinander – aber nicht miteinander.

Mitgliederdaten liegen in unterschiedlichen Systemen, Veranstaltungsinformationen in separaten Tools, Kommunikation läuft über verschiedene Plattformen und Mitglieder benötigen für unterschiedliche Services oft separate Zugänge und Log-ins. Dadurch entsteht ein Problem, das nach außen oft lange unsichtbar bleibt: Verbände verfügen zwar über zahlreiche Informationen und Aktivitäten, können diese jedoch nur eingeschränkt miteinander verknüpfen und strategisch nutzen. Ein

einheitlicher Log-in für alle Services kann hier bereits die Nutzererfahrung deutlich verbessern und Transparenz darüber schaffen, welche Angebote, Services oder Veranstaltungen tatsächlich genutzt werden.

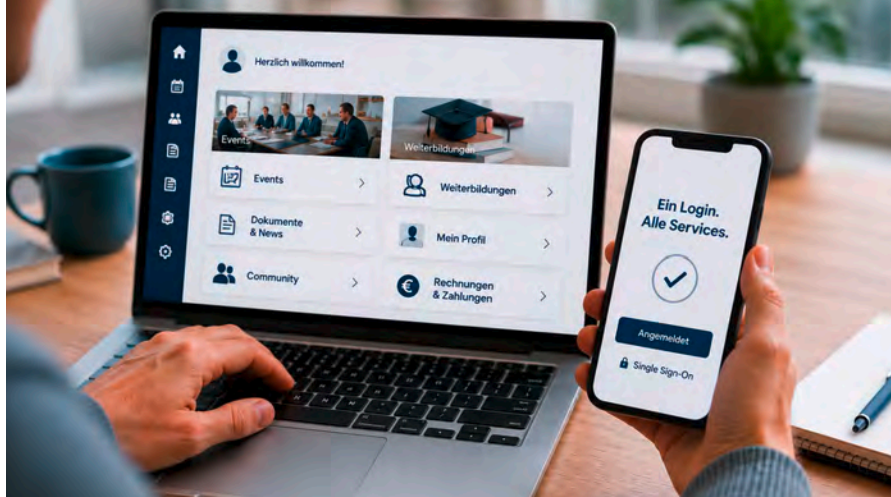
## Wo heute Potenzial verloren geht

Besonders sichtbar wird das in der täglichen Kommunikation. Viele Verbände versenden regelmäßig Informationen an Mitglieder, Interessenten, Veranstaltungsteilnehmer oder Partner. Häufig erhalten jedoch sehr unterschiedliche Zielgruppen nahezu dieselben Inhalte – unabhängig davon, welche Veranstaltungen besucht wurden, welche Themen tatsächlich relevant sind oder wie aktiv einzelne Mitglieder überhaupt noch sind.

Auch Veranstaltungen – egal ob z. B. Kongress, Schulung, Webinar – zeigen dieses Problem deutlich. Kongresse, Seminare oder Weiterbildungen werden professionell organisiert. Nach dem Event endet der Kontakt jedoch häufig zu früh. Teilnehmer melden sich an, besuchen die Veranstaltung und verschwinden anschließend wieder aus dem aktiven Blickfeld. Dabei entstehen genau an diesen Stellen wichtige Potenziale, denn Interessenten könnten gezielt weiterentwickelt werden. Besonders aktive Mitglieder könnten stärker eingebunden und Zusatzangebote relevanter platziert werden. Aber ohne vernetzte Daten und nachvollziehbare Prozesse bleiben solche Chancen jedoch oft Zufall.

Zwischen Veranstaltungen, Kommunikation, Mitgliederverwaltung und Excel-Listen wächst in vielen Geschäftsstellen die Komplexität schneller als die Transparenz. © LOGIN Software





Ein zentraler Log-in für Veranstaltungen, Weiterbildungen, Dokumente und Services vereinfacht nicht nur den Zugang für Mitglieder, sondern schafft gleichzeitig mehr Transparenz über Nutzung und Interessen. © LOGIN Software

## Warum Veranstaltungen strategisch wichtiger werden

Deshalb sind Veranstaltungen weit mehr als organisatorische Termine. Sie zeigen, welche Themen relevant sind, welche Zielgruppen aktiv werden und wo echtes Interesse entsteht. Trotzdem werden Events häufig noch überwiegend operativ betrachtet: Teilnehmer verwalten, Einladungen versenden, Abläufe koordinieren. Dabei können Veranstaltungen deutlich mehr leisten – von Mitgliederbindung über Community-Aufbau bis hin zu wiederkehrenden Erlösmodellen.

Der entscheidende Unterschied liegt deshalb immer weniger in der Anzahl der Veranstaltungen, sondern in der Fähigkeit, daraus langfristige Beziehungen und verwertbare Erkenntnisse entstehen zu lassen.

## Vom Verwalten zum Steuern

Viele Verbände arbeiten noch in Strukturen, die ursprünglich vor allem für Verwaltung ausgelegt wurden. Doch Mitglieder erwarten heute relevantere Kommunikation, professionellere Services und bessere digitale Prozesse. Gleichzeitig steigen Komplexität und Abstimmungsaufwand. Dadurch reicht es immer weniger aus, Informationen lediglich zu verwalten.

Der notwendige Perspektivwechsel beginnt jedoch nicht mit einzelnen Tools, sondern mit einer anderen Sicht auf den Verband selbst: weg von isolierten Verwaltungsprozessen, hin zu einer Organisation, die Beziehungen, Kommunikation, Veranstaltungen und Daten systematisch miteinander verbindet.

## Warum das Thema KI genau hier beginnt

Künstliche Intelligenz ist auch bei Verbänden zurzeit ein großes Thema. Die Erwartungen sind hoch: effizientere Kommunikation, intelligenter Prozesse oder bessere Auswertungen. Doch KI funktioniert nicht isoliert. Sie benötigt saubere Daten, nachvollziehbare Strukturen und vernetzte Informationen.

Wenn Mitgliederdaten, Eventinformationen, Kommunikation und Aktivitäten weiterhin in getrennten Systemen liegen, bleibt auch der sinnvolle Einsatz von KI stark begrenzt. Deshalb beginnt Zukunftsfähigkeit nicht mit einzelnen KI-Tools, sondern mit einer stabilen organisatorischen und datenbasierten Grundlage.

## Der pragmatische Einstieg

Die gute Nachricht: Der Weg zu stärker vernetzten Strukturen muss kein Mammutprojekt sein. Viele erfolgreiche Veränderungen beginnen mit klar abgegrenzten Bereichen, in denen schnell spürbare Verbesserungen entstehen, etwa bei Veranstaltungen, Weiterbildungen oder Kommunikationsprozessen. Schon erste Schritte wie strukturiertere Nachverfolgung von Eventteilnehmern, automatisierte Kommunikationsabläufe oder zentralere Datenstrukturen schaffen häufig spürbare Entlastung. Gleichzeitig lassen sich viele wiederkehrende Abläufe deutlich effizienter organisieren – von Einladungen über Erinnerungen bis hin zu Nachfassaktionen.

## Fazit

Viele Verbände verfügen bereits heute über starke Netzwerke, wertvolle Daten,

engagierte Mitglieder und etablierte Veranstaltungen. Das größte ungenutzte Potenzial liegt deshalb häufig nicht im Aufbau weiterer Einzelmaßnahmen – sondern in der intelligenten Verbindung bestehender Strukturen.

Wer Veranstaltungen, Mitgliederdaten, Kommunikation, Weiterbildungen und organisatorische Prozesse stärker zusammenführt, schafft nicht nur effizientere Abläufe. Es entsteht vor allem mehr Transparenz über Interessen, Nutzung, Engagement und Entwicklungspotenziale.

Genau diese Transparenz wird in den kommenden Jahren zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor. Denn moderne Verbände müssen nicht nur verwalten. Sie müssen Beziehungen entwickeln, Communities stärken und Organisationen aktiv steuern können. ■



*LOGIN Software unterstützt Unternehmen, Verbände und Organisationen seit vielen Jahren bei der Entwicklung vernetzter CRM- und Organisationsstrukturen. Im Fokus stehen nicht isolierte Einzellösungen, sondern das Zusammenspiel von Mitgliederdaten, Veranstaltungen, Kommunikation und organisatorischen Abläufen.*

*Gerade im Umfeld komplexer Beziehungsstrukturen, von Veranstaltungen, Weiterbildungen und integrierter Kommunikationsprozesse entstehen Lösungen, die Transparenz schaffen und Organisationen dabei unterstützen, Aktivitäten systematischer zu steuern und weiterzuentwickeln.*

**Mehr Informationen unter:**  
→ [www.login-software.net](http://www.login-software.net)

## 20. DEUTSCHER VERBÄNDEKONGRESS

Der 20. Deutsche Verbändekongress 2026 findet im Kameha Grand in Bonn statt. © Kameha Grand in Bonn



### 20. Deutscher Verbändekongress in der Bundesstadt Bonn

Der Verbändekongress lädt die Entscheiderinnen und Entscheider aus Verbänden in diesem Jahr nach Bonn – in eine der stärksten Verbandsregionen Deutschlands. Denn entlang der Rhein-Main-Achse sitzen weiterhin die meisten Verbandsorganisationen.

Auch der Termin am Ende der Sommerferien ist bewusst gewählt. Viele Organisationen starten in dieser Phase mit frischen Projekten und neuen Prioritäten in die zweite Jahreshälfte – der ideale Moment, um neue Ideen zu sammeln und neue Angebote kennenzulernen.



**Oliver Ueberholz**  
Geschäftsführer  
tixxt (by mixxt GmbH)

*„An keinem anderen Ort kommt so viel Erfahrung von Verbänden zusammen und wird zu Best Practices für digitale Mitgliederwerte, mehr Bindung und Engagement. Diesen Austausch mit zu befeuern, darauf freue ich mich besonders.“*

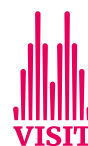
Mit dem Kameha Grand in Bonn bietet sich dem Kongress eine Location, die Begegnung fördert. Auf fast 2.000 Quadratmetern ebenerdiger Fläche gehen Fachausstellung und Vortragsbereich direkt ineinander über. Am Rhein gelegen schafft das Kameha so einen geeigneten Rahmen für Networking und Austausch. Während der Abendveranstaltung auf der Sonnenterasse können Gespräche vertieft und neue Kontakte geknüpft werden.

# *Köln erleben*

Kongressvielfalt pur!

© KölnTourismus GmbH, Foto: Christoph Seelbach

**Kostenfreier  
Leitfaden  
für Ihre Planung:**



**KÖLN**  
COLOGNE CONVENTION BUREAU



Impressionen vom 19. Deutschen Verbändekongress 2024 in Wuppertal © Stefan Wernz

# Der 20. Deutsche Verbändekongress

## Themen, Formate, Anmeldung

**Relevanz entscheidet!** Nicht Größe. Nicht Tradition. Nicht die Zahl der Mitglieder.

Die entscheidende Botschaft muss lauten: **Deshalb braucht es unseren Verband – gerade jetzt!**

Nach außen entsteht Relevanz durch wirksame Interessenvertretung. Nach innen durch Angebote, die Mitglieder wirklich weiterbringen. Und in der Organisation selbst durch Menschen, die bereit sind, Verantwortung zu übernehmen und Zukunft zu gestalten.

Doch Relevanz ist kein angeborener Zustand. Sie muss gerade in diesen unruhigen Zeiten immer wieder neu erarbeitet werden.

Genau deshalb steht der **20. Deutsche Verbändekongress** unter dem Leitmotiv **RELEVANZ!**

Freuen Sie sich auf zwei Tage voller Ideen, Best Practices, neue Perspektiven und ehrliche Diskussionen mit Menschen, die Freude daran haben, Verbände aktiv zu gestalten.

**Mehr als 50 Speaker haben spannenden Input für Sie:**

- So bleiben Sie als Verband für Ihre Mitglieder unverzichtbar
- Wirksame Führung im Verband: die entscheidenden Faktoren
- Erfolgreiche Interessenvertretung in einer veränderten politischen Landschaft
- Wie Sie die richtigen Zukunftsstrategien für den Verband entwickeln und umsetzen
- KI als Gamechanger für die Arbeit im Verband
- Profil, Marke, Sichtbarkeit: mit Kommunikation strategisch punkten und überzeugen
- Wie Sie neue Wege in der Mitgliedererwerbungsbeschreiten
- So funktioniert Community in der digitalen und der echten Welt
- Sponsorenkonzepte, die funktionieren
- Wie Sie Menschen mit innovativeren Verbandsveranstaltungen begeistern
- Mehr als Regeln – Compliance als Erfolgsfaktor für wirksames Management

- Warum Nachhaltigkeit als zentrales Zukunftsthema Potenzial für Ihren Verband hat
- Goodbye, Babyboomer – hello, Gen Z – wie Verbände bei jungen Menschen punkten
- Die Satzung der Zukunft – welche Strukturen braucht eine Organisation heute?
- So arbeitet die Geschäftsstelle der Zukunft
- Von Rollen und Ämtern: wie Sie die richtigen Menschen für Engagement und Ehrenamt gewinnen
- Neu: der Solution Room! Profitieren Sie ganz konkret von der Kompetenz und den Erfahrungen der Kolleginnen und Kollegen anderer Verbände.

**Kommen Sie zu diesem Wissensfestival und Netzwerkevent!**

Lassen Sie uns gemeinsam attraktive, zukunftsfähige Organisationen schaffen, die spürbar Wirkung entfalten.

**Relevanz ist die neue Währung erfolgreicher Verbände!**

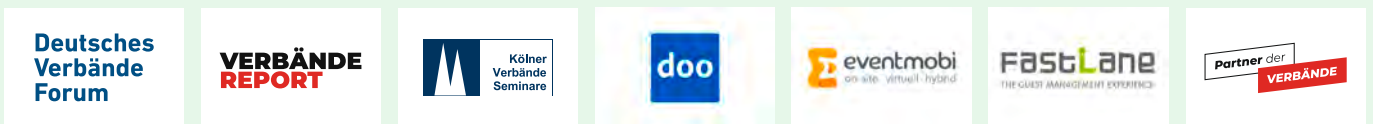
**Tipp:** Bringen Sie Ihre Newbies mit! Es gibt attraktive Sonderkonditionen für alle, die neu im Verband sind. ■ (JG/KS)

**Weitere Informationen und Anmeldung:**  
[www.verbaendekongress.de](http://www.verbaendekongress.de)

Unsere Aussteller



Unsere Kooperationspartner



Impressionen vom 19. Deutschen Verbändekongress 2024 in Wuppertal © Stefan Wernz



# Lichtblicke im Planungsalltag: Effiziente Verbandsevents trotz knapper Ressourcen

Jena am Abend © JenaKultur/André Gräf

**Von der ersten Idee bis zum begeisterten Teilnehmer: Noch nie war Eventplanung für Verbände so herausfordernd. Begrenzte Budgets und Ressourcen treffen auf steigende Erwartungen der Verbandsmitglieder an Professionalität, Erlebnisqualität und Relevanz.**

Wie lassen sich hochkarätige Events realisieren, wenn die Geschäftsstelle bereits am Limit arbeitet? Die Antwort liegt in der Wahl des richtigen Standortes – und eines Partners, der aktiv entlastet, Prozesse vereinfacht und im Hintergrund die Fäden zieht.

Event-Management ist für viele Verbände die Visitenkarte nach innen und außen. Ob die exklusive Gremiensitzung, die regionale Fachtagung oder der mittelgroße Kongress: Mitglieder erwarten heute mehr als nur eine Location. Sie suchen Inspiration, Vernetzung und fachliche Resonanzräume. Doch die Realität sieht oft anders aus: Sinkende Finanzbudgets und personelle Engpässe machen die Organisation komplexer Formate zur Herausforderung. Kongresse, Tagungen oder Workshops sind jedoch selten das Kerngeschäft der Geschäftsstelle. Sie entstehen häufig „nebenbei“ – als Zusatzaufgabe in ohnehin ausgelasteten Teams.

Damit wird die Wahl des Tagungsorts zur strategischen Entscheidung. Jena

positioniert sich hier als kompakter, leistungsfähiger Standort in der Mitte Deutschlands. Die Lichtstadt verbindet Effizienz mit Strahlkraft – und entlastet Planende durch das Jena Convention Bureau (JCB) nachhaltig.

## Jena: Wo Fachkompetenz auf kurze Wege trifft

Jena ist ein Spezialist für das Besondere und steht für Konzentration auf das Wesentliche. Als zweitgrößte Stadt Thüringens mit rund 110.000 Einwohnern bietet sie genau jene Kompaktheit, die Verbandsplaner suchen.

Wer hier tagt, profitiert von kurzen Wegen, inspirierenden Orten und engem Zugang zu Wissen. Die Stadt vereint Licht, Wissenschaft und Innovation – sichtbar in Bereichen wie Optik, Photonik, Medizintechnik und Digitalwirtschaft. Globale Technologiemarken wie ZEISS, SCHOTT und Jenoptik wurzeln hier ebenso wie die Friedrich-Schiller-Universität, die Ernst-Abbe-Hochschule, das Universitätsklinikum und zahlreiche führende Forschungseinrichtungen: vom Fraunhofer- und Max-Planck- bis zum Leibniz-Institut.

## Ein Event in Jena bedeutet:

– **Inhaltlicher Transfer:** Jena ist ein inhaltlich starker Resonanzraum für Fachver-

anstaltungen – ideal für Branchendialoge, Netzwerke oder praxisorientierte Foren.

- **Außergewöhnliche Locations:** tagen im geschichtsträchtigen Volkshaus, im architektonisch beeindruckenden Volksbad, unter den Sternen des Zeiss-Planetariums oder in der interaktiven Imaginata.
- **Zentrale Lage:** Mitten in Deutschland gelegen, ist Jena für Mitglieder aus allen Bundesländern gut erreichbar bei gleichzeitig kurzen Wegen vor Ort.

## Das Jena Convention Bureau: Ihr kostenfreier Strategiepartner

Die größte Herausforderung für Verbandsplaner ist oft die schiere Menge an kleinteiligen Aufgaben. Genau hier setzt das Jena Convention Bureau an. Als neutrale Schnittstelle im Auftrag der Stadt und ihrer Partner fungiert das Jena Convention Bureau als Lotse durch den

Volkshaus Jena – Ernst-Abbe-Saal  
© JenaKultur/Karoline Krampitz





Jena – Wagnergasse © JenaKultur/André Gräf

Dschungel der Möglichkeiten und bietet somit eine echte Entlastung für Veranstalter im Organisationsprozess.

Das Entscheidende für das Verbandsbudget: **Die Serviceleistungen des Jena Convention Bureau sind kostenfrei.** In Zeiten knapper Ressourcen wirkt dies unmittelbar kostensenkend für die Verbandskasse. Das Team des Jena Convention Bureau übernimmt Aufgaben, für die in der Geschäftsstelle oft die Zeit fehlt:

- **Individuelle Beratung und Location-Scouting:** Beratung und Unterstützung bei der Auswahl passender Locations sowie Organisation von Besichtigungen.
- **Koordination von Hotelkontingenten:** zentrale Bündelung statt Einzelabstimmungen.
- **Vermittlung von zuverlässigen Dienstleistern:** von Technik über Ca-

tering bis Organisation von Transferlösungen.

- **Rahmen- und Erlebnisprogramme:** abgestimmt auf Zielgruppe und Format
- **Unterstützung bei Kongressbewerbung und Kommunikationssupport:** Erstellung von Bid-Books oder Präsentationen für Verbandsentscheidungen, Bereitstellen von Bild- und Textmaterial und Vermittlung von Grußworten oder Referenten.

Dabei versteht sich das Jena Convention Bureau als neutrale Instanz, bietet eine fundierte Erstberatung und vermittelt bei Bedarf an hoch spezialisierte Partner etwa den in Jena ansässigen Professional Congress Organizer Conventus. Diese enge, konkurrenzfreie Zusammenarbeit garantiert, dass Planende genau die Unterstützung erhalten, die sie benötigen – vom reinen Location-Tipp bis zur vollumfänglichen Kongressorganisation.

### Lichtmomente schaffen – Komplexität reduzieren

Ein gelungener Verbandskongress zeichnet sich dadurch aus, dass sich die Teilnehmenden auf die fachlichen Impulse konzentrieren können, während die Organisation im Hintergrund geräuschlos funktioniert. Jena bietet hierfür den idealen Rahmen. Die „Lichtstadt“ ist nicht nur ein Name, sondern ein Versprechen: Wir schaffen Lichtblicke im oft grauen Planungsalltag.

Begeisterte Teilnehmende werden zu Botschaftern Ihres Verbandes. Wenn der Rahmen stimmt – von der herzlichen

Gastfreundschaft vor Ort bis zum Rahmenprogramm, das die Geschichte der Jenaer Frühromantik oder die Zukunft der Quantentechnologie erlebbar macht –, bleibt das Event nachhaltig in Erinnerung.

### Fazit: Qualität ohne Zusatzaufwand

Effizienz im Event-Management bedeutet heute, Ressourcen dort zu bündeln, wo sie die größte Wirkung entfalten: beim Inhalt und beim Mitgliederservice. Die operative Last darf und sollte auf starke Schultern verteilt werden. Das Jena Convention Bureau ist dieser Partner, der mit Sorgfalt, Leidenschaft und tiefem Fachwissen den Weg zum Erfolg ebnet.

Überzeugen Sie sich selbst davon, wie einfach und unkompliziert moderne Verbandsveranstaltungen sein können. Wir laden Sie ein, Jena als Ihren nächsten Tagungsstandort zu entdecken – für Lichtmomente, die bleiben. ■

#### Jena Convention Bureau

Markt 16 • 07743 Jena

Telefon: +49 3641 498330

convention@jena.de

→ [www.jenaconvention.de](http://www.jenaconvention.de)

→ [www.visit-jena.de](http://www.visit-jena.de)

→ [www.volkshaus-jena.de](http://www.volkshaus-jena.de)

→ [www.volksbad-jena.de](http://www.volksbad-jena.de)

→ [www.planetarium-jena.de](http://www.planetarium-jena.de)

→ [www.imaginata.de](http://www.imaginata.de)

**Jena uncovered –  
die Enthüllung! (Film)**



Zeiss-Planetarium Jena © JenaKultur/Christian Häcker



Jena – Saalestrand © JenaKultur/André Gräf



Jena – Saaleaue © JenaKultur/André Gräf

