

Verbände Digital

gestern, heute, morgen



Kurzvorstellung



Diplom Informatiker und Medienberater Thomas Klauß ist seit 2010 als unabhängiger Berater für die digitale Entwicklung von Verbänden unter dem Namen Xpoint0. Seit 1994 verantwortet er eine Vielzahl digitaler Projekte von NPOs, Städten, Startups bis Blue Chips. Von 2005 bis 2010 war er beim bitkom für die digitale Modernisierung des Verbandes verantwortlich.



»Herr Klauß hat maßgeblich die Modernisierung der internen IT, digitalen Kommunikation sowie des Projekt- & Wissensmanagements verantwortet.«

Dr. Axel Garbers, ehemaliger GF bitkom e.V.

»Das mit Herrn Klauß entwickelte Konzept zur Neugestaltung unserer internen IT inklusive Mitgliederportal. Er hat maßgeblich zur Modernisierung unseres Verbandes beigetragen.«

Thilo Klingebiel, GF, WDA e.V.

»Herr Klauß hat uns durch seine Fachkompetenz und Erfahrung sehr geholfen. Mit Hilfe einer professionellen Ausschreibung einen geeigneten IT-Dienstleister zu finden.«

Thomas von Randow, GF, BDL e.V.

bitkom

IEB
Institute of Electronic Business

D G V M

GWG
Stärken stärken



BVDW
Wir sind das Netz

BDP
Lebensbasis Pflanze



VFF
Verband Fenster + Fassade

STUTTGART

DLR
Projekträger im DLR

bankenverband

**INFORMATIONSZENTRUM
MOBILFUNK**

H+
HESSEN CHEMIE



Institut für Medien- und
Kommunikationsmanagement
Universität St. Gallen

Xpoint0
Moderner Verband

BDI
Bundesverband der
Deutschen Industrie e.V.

DNZ

GDV
DIE DEUTSCHEN VERSICHERER

**VERBAND DER
Sparda-Banken e.V.**

 **Stadt Leipzig**

1/3 Gestern bis heute

*Gestern: Ausweitung der
Broadcast-Kommunikation auf
digitale Kanäle (alter Wein in
neuen Schläuchen)*

» Für unser Themenfeld schätze ich die Nutzung digitaler Medien nur im Zusammenhang mit Lernangeboten als wichtig ein. Weniger relevant sind sie aus meiner Sicht für die Öffentlichkeitsarbeit oder Mitgliederbindung. «

Umfrageteilnehmer Ende 2010

» E-Mail ist ein digitales Medium, insofern schätze ich die Nutzung digitaler Medien in der Verbandsarbeit in den kommenden drei Jahren als steigend ein. «

Umfrageteilnehmer Ende 2010

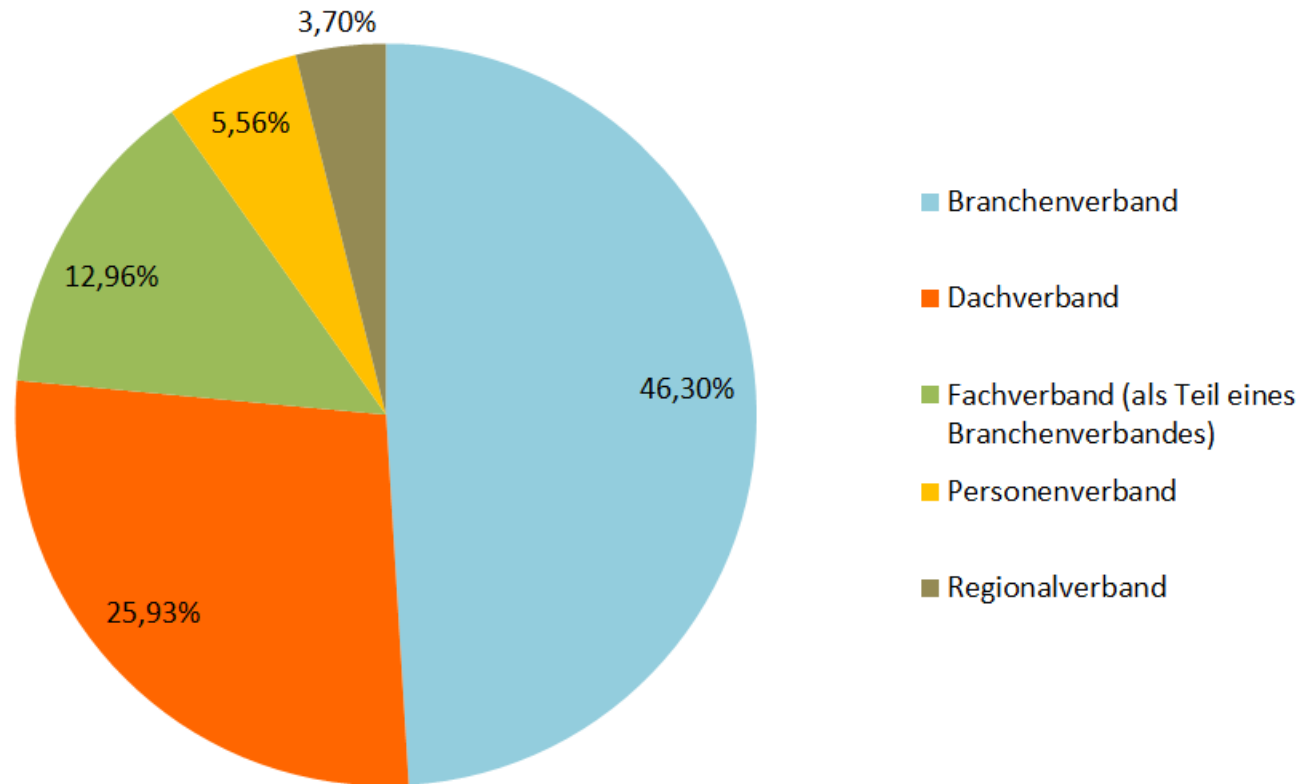
*Heute: Vom Entdecken neuer, digitaler
Kommunikationsformen in den sozialen Medien bis
zur digitalen Unterstützung von
Kommunikationsprozessen mit nach außen und
innerhalb des Verbandsnetzwerkes (Facebook,
Twitter, Microsites/Themenportale,
Mitgliederportale – alles responsive -, Apps, xCRM)*

» Nutzung von Social Media Kanälen wird insbesondere vor dem Hintergrund Mitgliederservice zunehmen. Mobilfähige Seiten/Dienste werden zum Standard. Große Bedeutung der sozialen Netzwerke für Reichweiten der eigenen Verbandsinformationen.«

Umfrageteilnehmer 2016

Studie zur digitalen Entwicklung von Verbänden 2010 bis 2016

mit Umfrage unter ca. 1.500 Verbänden



Wie werden Kontakt- und Adressdaten (u.a. von Mitgliedern) verwaltet?

Die Transformation von einfachen Adressdatenbanken hin zu zentralen CRM-Systemen hat sich stabilisiert – viele Verbände haben hier in den letzten Jahren ihre Hausaufgaben gemacht, d.h. sich effektiver aufgestellt.

Zentrale Daten-
Zentralen Adressdatenbank (ohne Kampagne-
Zentralen CRM-System (Adress-, Kontaktdaten- und
Mit einem integrierten Kampagnen- und Veransu-

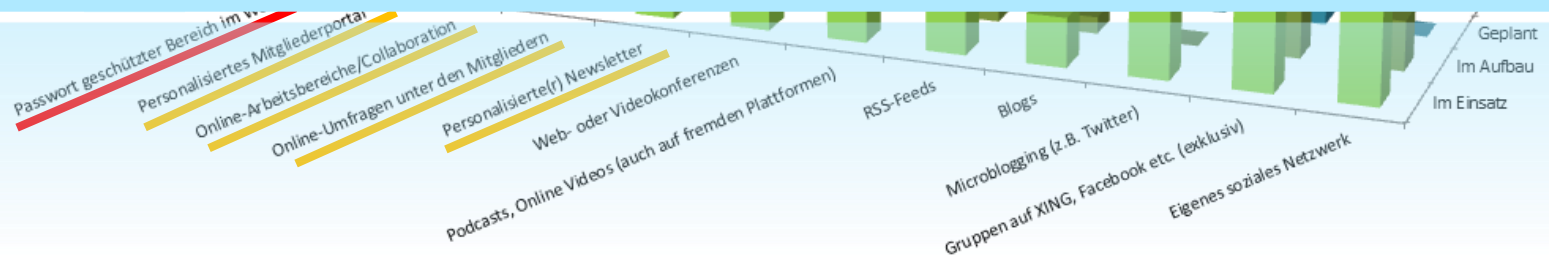
Welche digitalen Medien und Dienste setzen Sie im Mitgliedernetzwerk ein?

Stand 02.2016



Mitgliederportale sind auf dem Vormarsch, verstärkt in den letzten beiden Jahren.

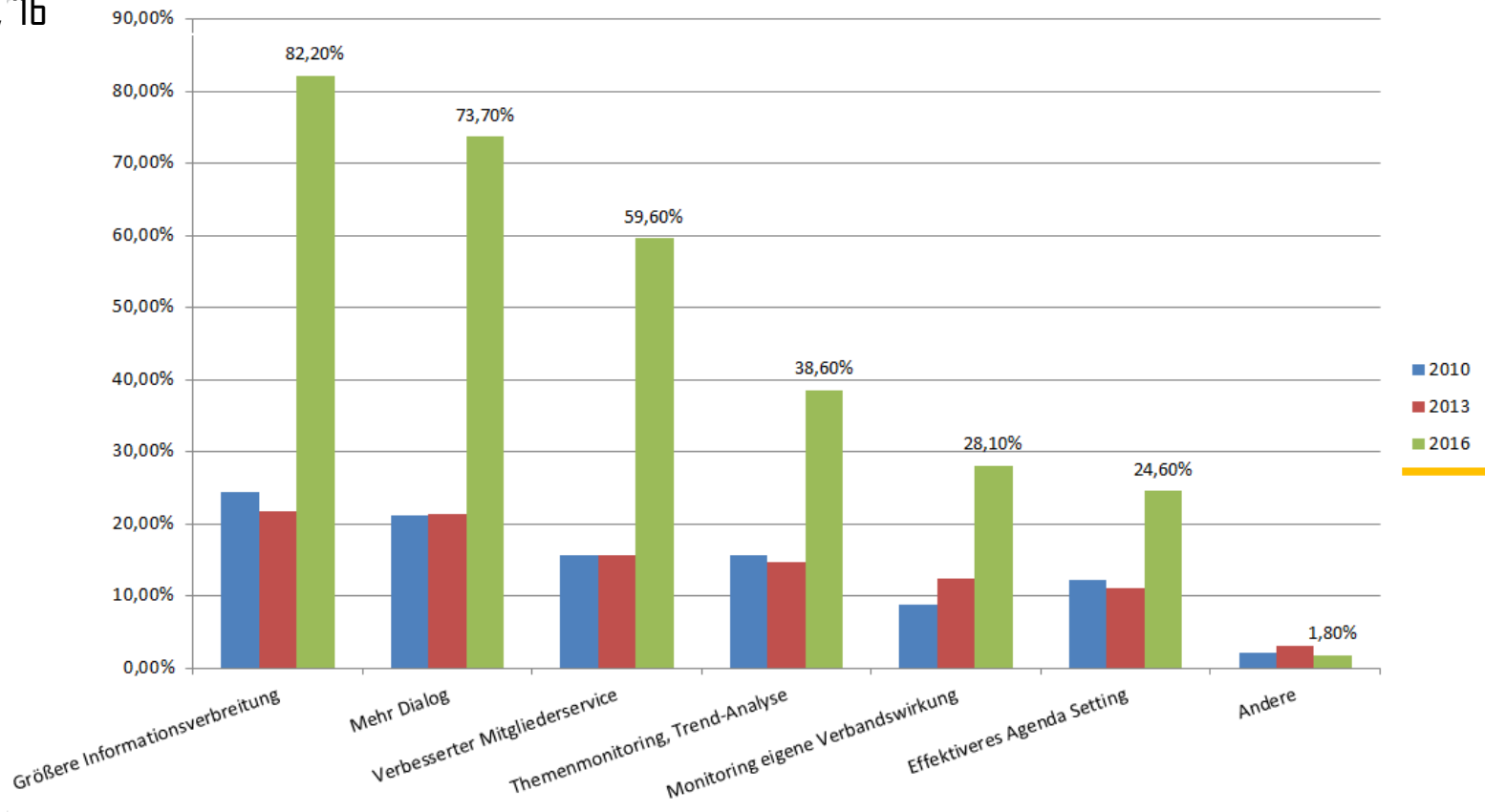
Weiter sind Newsletter (verstärkt personalisiert) ein großes Thema.



icht
ia
ünftig

Welche Chancen & welches Potential sehen Sie im verstärkten Einsatz digitaler Medien für die Verbandsarbeit (intern und extern)?

Vergleich '10, '13, '16



2/3 Heute bis morgen



Treiber für Digitale Transformation von Verbänden:

MITGLIEDER

- » Professionelle, selbstorganisierte Interessensvertretungen mit Gremienarbeit auf Plattformen (Communities, Collaboration, Chatgroups), digitales Agenda Setting und e-Campaigning (Change.org, Twitter, Facebook, Youtube...)

ÖFFENTLICHKEIT/MEDIEN

- » Schnelle, passgenaue, attraktive digitale Kommunikationsangebote, E-Lobbying

MITARBEITER/INNEN

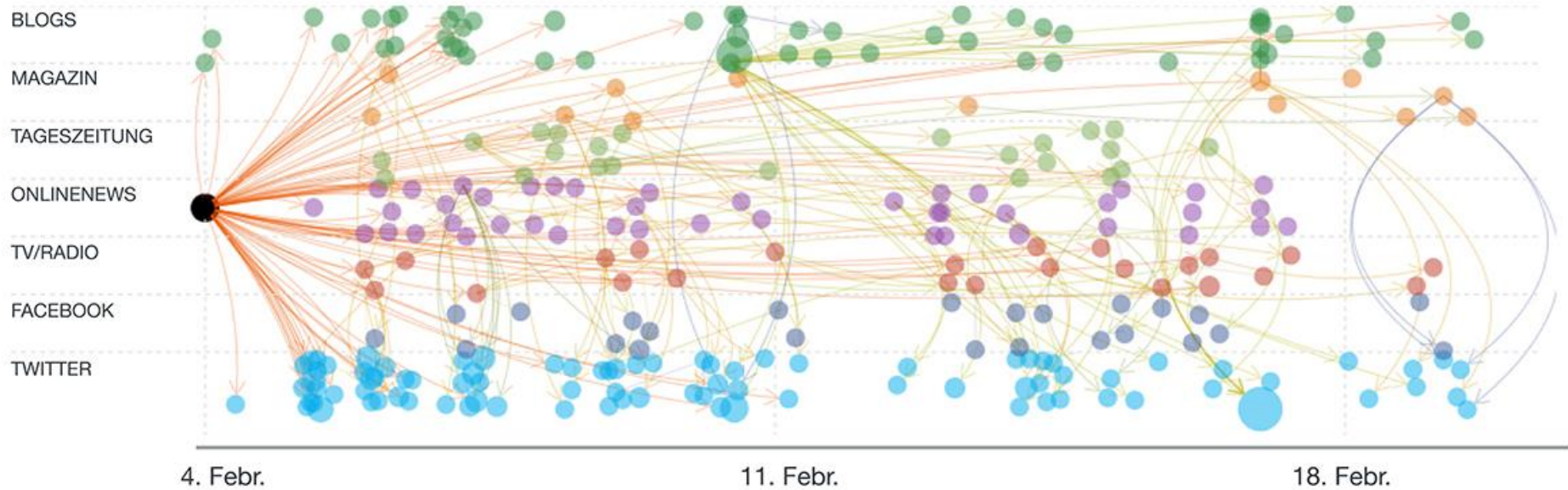
- » Moderne Arbeitsmittel und Methoden, digitale Dienste und Kommunikation

Jetzt detaillierter...

Außenwirkung: PR, Agenda Setting, Lobbying, Mitglieder-/Mitarbeiterg. z.B.:

- » Zunehmend zersplitterte Öffentlichkeit(en) und abnehmender Einfluss der Massen- & Leitmedien (Internet ist seit 2015 führendes Informationsmedium)
- » Text- & Chatbots gewinnen an Einfluss
- » Journalisten orientieren sich an Online Medien – in Format, Timing und Inhalt (Themen, Recherchen, Reaktionen)
- » Online Monitoring und Agenda Setting immer wichtiger
- » Jüngere informieren sich primär über Online-Gruppen (Whats App, Facebook, Blogs) ihrer Peer-Groups – wer dort nicht reingeht, wird von ihnen nicht wahrgenommen, Echoraum/Resonanzkammer!
- » „State of the Art“ Online Aktivität zur Gewinnung neuer Mitglieder & Mitarbeiter

Beispiel „fake news“ oder e-Lobbying



Verbreitung einer Falschmeldung über den französischen Präsidentschaftskandidaten Macron über die russische Propaganda Website „Sputnik“

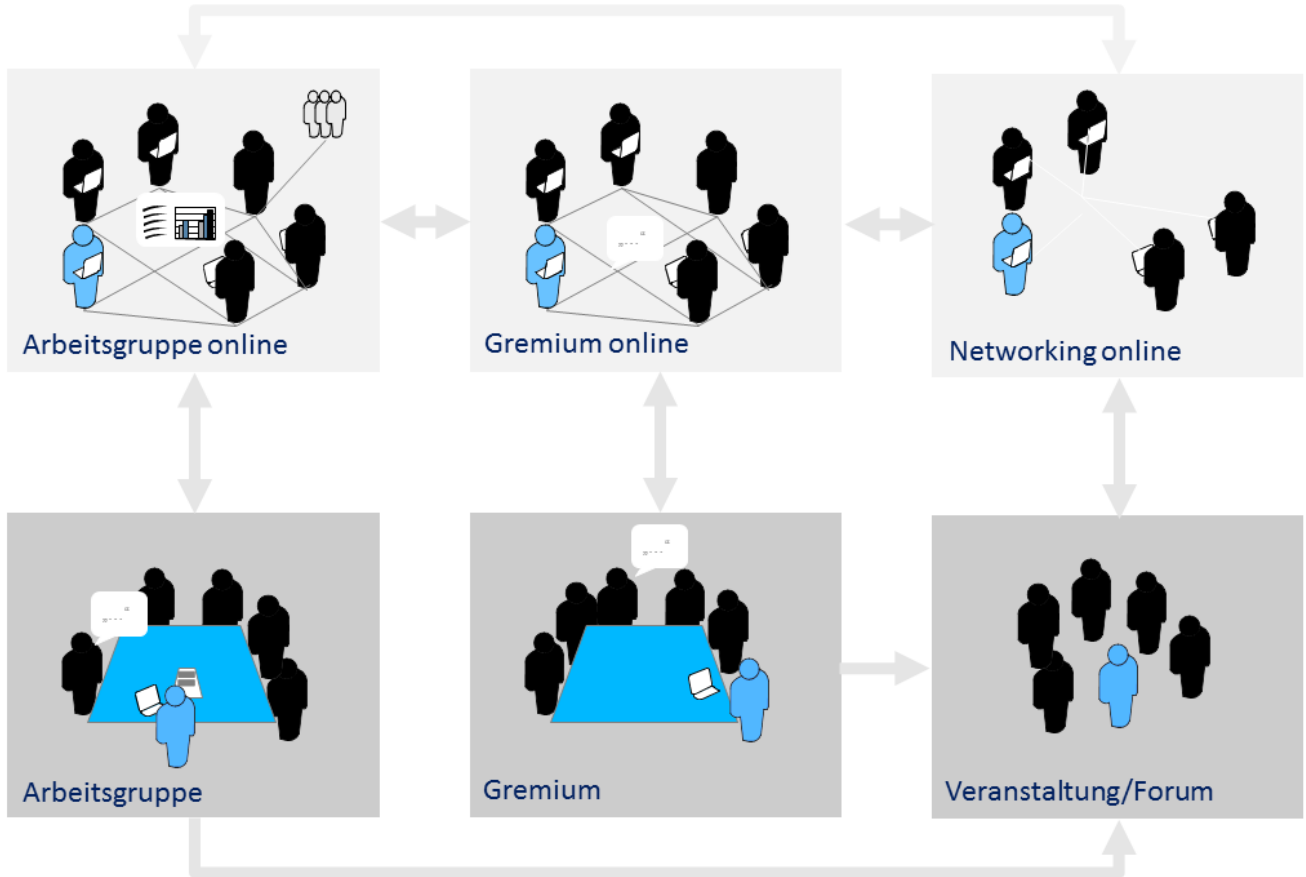
Außenwirkung

Mitglieder, Netzwerk: Mehrwerte bieten, Mitglieder (ein)binden

z.B.:

- » Mitglieder erwarten personalisierte Dienste,
- » Zentraler Kontakt- & Wissenspool, Online-Arbeitsräume, Webkonferenzen für effiziente Arbeit im Netzwerk benötigt
- » Mobile Gremienarbeit, Networking, Wissensaustausch gefordert
- » Digitale Services wie Online-Eventplanung, -Anmeldung, Webinare, Beratungs- & Informationsdienste (personalisierte Newsletter, individualisierte Alerts/Benachrichtigungen, Feeds...) und mobile Services mit Verbandskontakten, News, Wissenspool, Terminen...

Beispiel Verbandsnetzwerk online + offline



Außenwirkung

Mitglieder, Netzwerk

Interne Organisation: Effizienz, Effektivität, Attraktivität
z.B.:

- » Moderne, interne Kommunikationstools gefordert
- » Wissen in der Organisation heben, halten und entwickeln u.a. mit Dokumenten- & Wissensmanagementsystem wird immer wichtiger
- » Zielgerichtet, personalisiert kommunizieren unverzichtbar (mit CRM)
- » Effektives Veranstaltungs-, Weiterbildungs- Projektmanagement
- » Bei Dachverbänden zentrale vs. dezentrale Aufgabenorganisation

3/3 Morgen

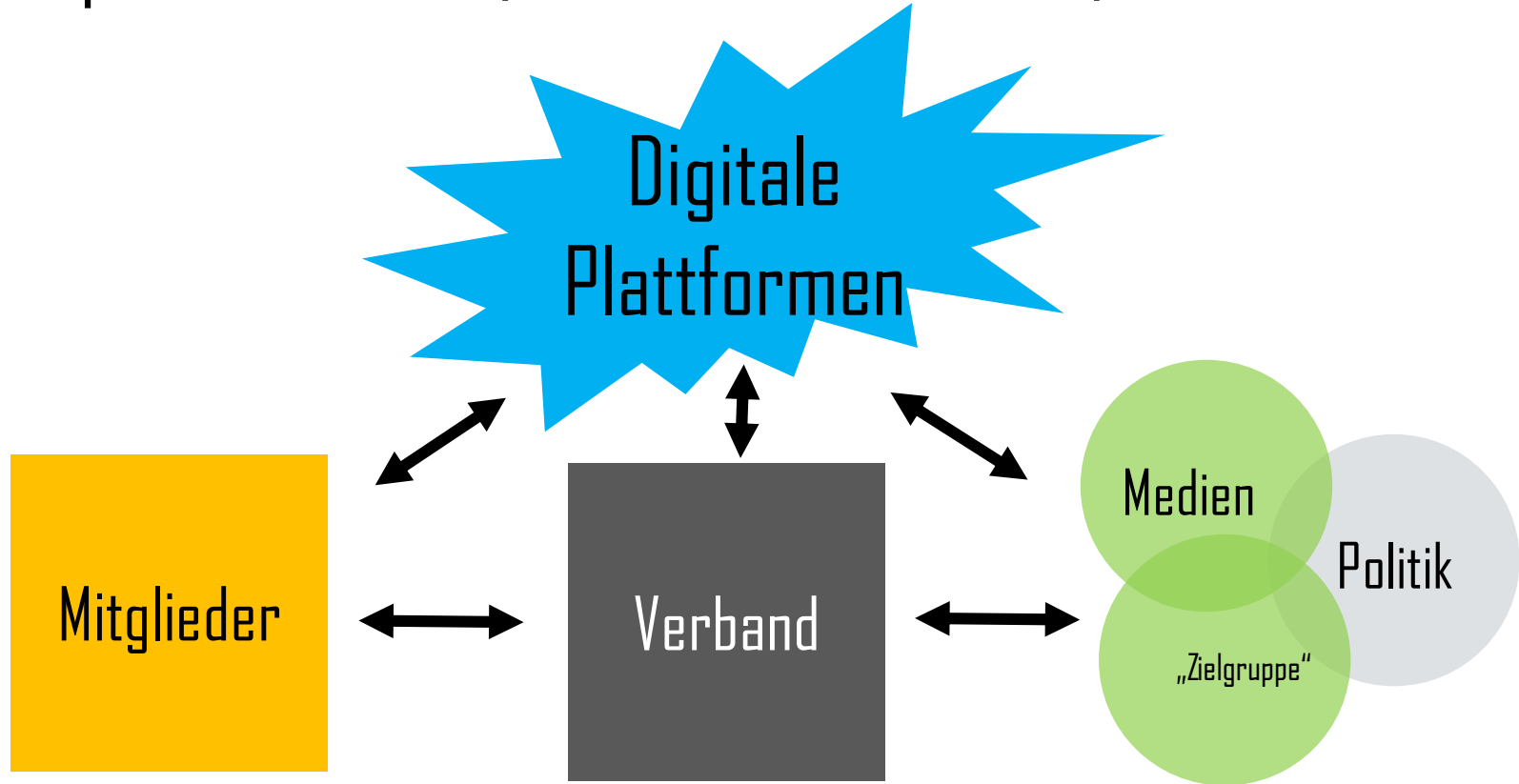
The background features three overlapping, light green triangles pointing to the right, creating a sense of depth and movement. A bright yellow brushstroke underline is positioned beneath the text, extending from the left edge of the frame towards the right.

These

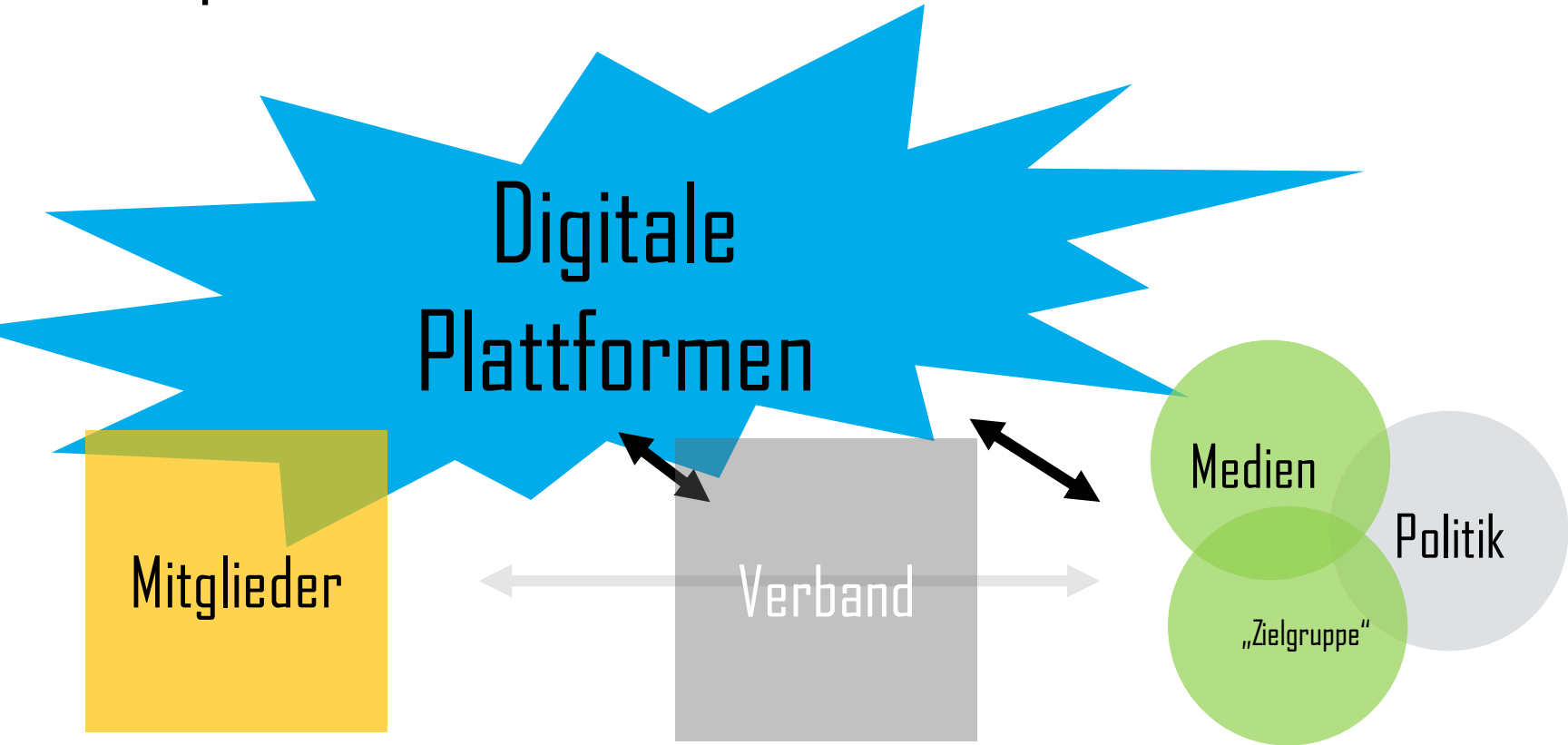
Zunächst Plattformen, dann vermehrt Bots übernehmen einen großen Teil der von bisher genuinen Verbandsleistungen;

Verbände müssen sich in der neuen „Mixed Reality“ neu positionieren und evtl. strategische neu ausrichten.

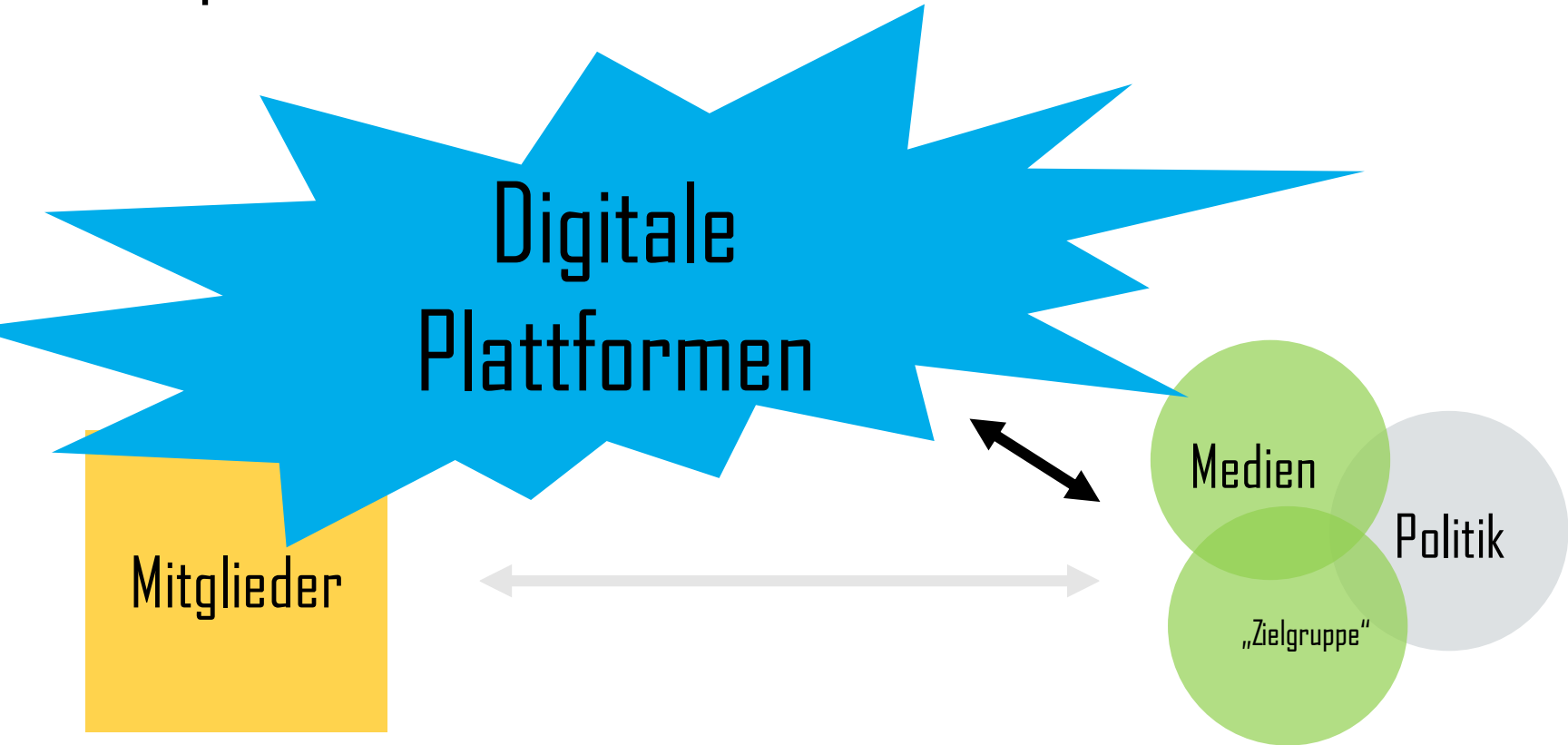
Beispiel Verbände (Personen, Branchen)



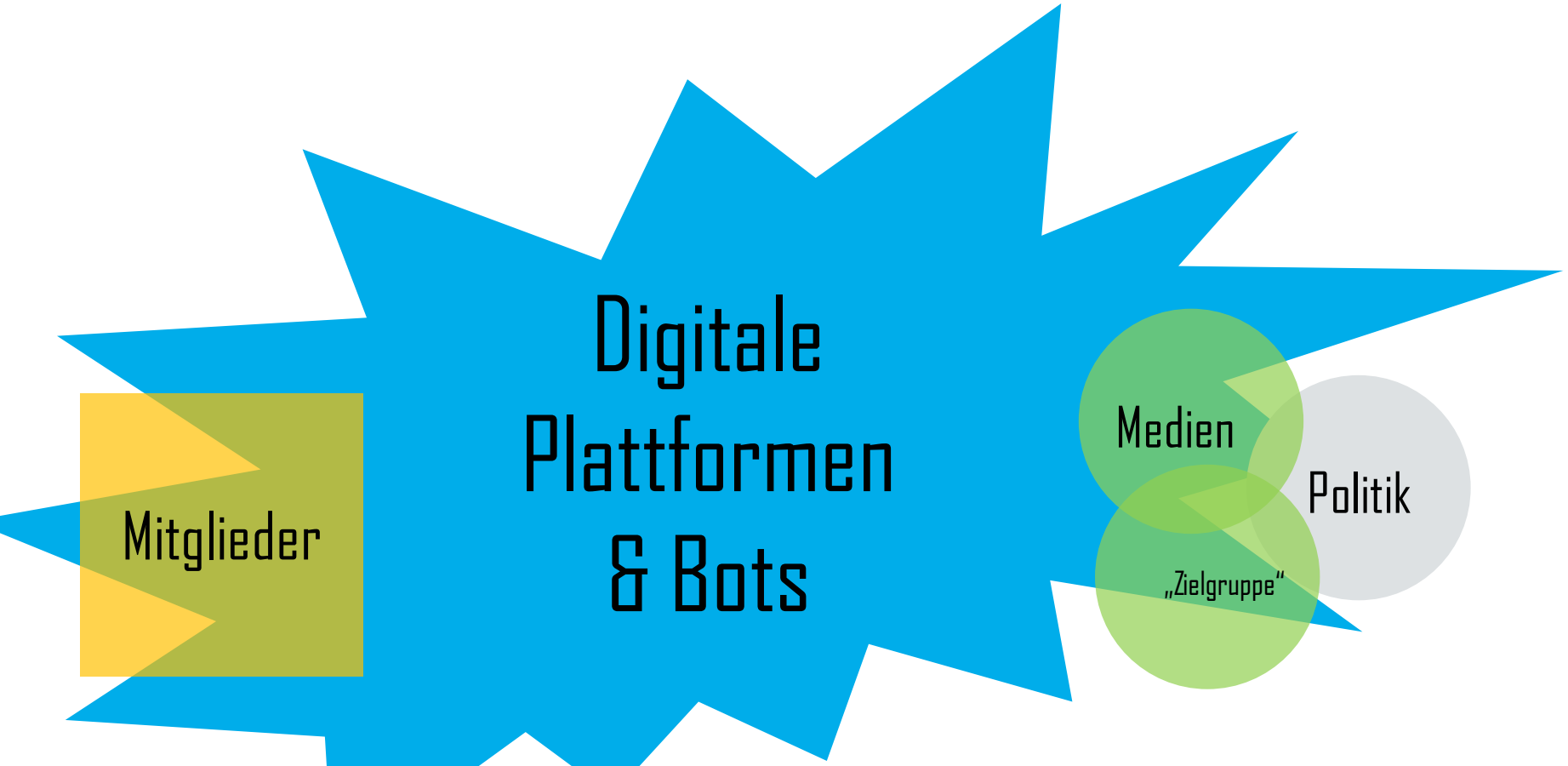
Beispiel Verbände (Personen, Branchen)



Beispiel Verbände (Personen, Branchen)



Beispiel Verbände (Personen, Branchen)



*Sich Fragen stellen, wie
Was wird sich in Ihrem Verband in 5
Jahren geändert haben?*

...oder

*Warum wird ihr Verband in 10 Jahren
noch existieren?*

...oder

*Warum glauben Sie, wird ihre
Organisation in 10 Jahren noch
wichtig & attraktiv für Mitglieder sein?*

*...und Maßnahmen entwerfen, etwa für (neue)
Mitglieder-Services, z.B.*

- 1. Mitgliederkommunikation schnell, mobil über eigene,
sichere Plattform ermöglichen*
- 2. Beratungs-Bot entwickeln*





DANKE

Kontakt & mehr

Thomas Klauß
Managing Senior Consultant
Xpoint0 – Moderner Verband
Factory Berlin-Mitte
t.klauss@moderner-verband.de
Für Sie auch mobil: 0176 70423349
www.moderner-verband.de

30%
Sonderrabatt - Code
HuGVD18ViP

VI. Praxisforum
Verbände digital
Berlin, 25. Januar 2018
www.verbaende-digital.de

