



# Community vor Commerce!

Verbände sind die Nahtstelle. Die Gestalter des Wandels. Verbände können Vorreiter sein. Zwei Tage lang diskutierten hochrangige Vertreter der Verbandswelt, wie die Interessenvertretung in Zukunft aussehen könnte. Aus der Praxis für die Praxis präsentierten Verbände, die die Weichen bereits gestellt haben, ihren Kollegen aus dem Bundesgebiet ihre Erfolgskonzepte und tauschten sich untereinander aus.

Raum dafür gab es genug: An zwei Tagen, in 20 Workshops und mit mehr als 30 Referenten aus der Praxis stand fest, dass Verbände im Umgang mit den Neuen Medien Vorreiter sein können. Facebook, StudiVZ, XING und andere Plattformen – besonders junge Menschen vernetzen sich zunehmend in Social Communities. Verbände sind Wegbereiter für den Zusammenschluss von Gleichgesinnten im Internet. Sie vereinen Branchen, Ideen, Konzepte oder Interessen. Und sie bieten mehr als die bloßen Plattformen der Internet-Communitys: Verbände bieten Austausch und Wissen, professionelle Beratung und wenn erforderlich Beistand. „Die Verbände können die rasante Entwicklung der Social Com-

munities für sich nutzen. In der Mitgliederkommunikation, aber auch zur Gewinnung neuer Mitglieder, zur Schaffung öffentlicher Aufmerksamkeit und zur Gestaltung politischer Entscheidungen“.

„Die Verbände können die rasante Entwicklung der Social Communities für sich nutzen.“

so Dr. Hans-Joachim Müräu, Präsident der Deutschen Gesellschaft für Verbandsmanagement e.V. (DGVM).

### KONGRESSMOTTO: INNOVATIVES VERBANDSMANAGEMENT – HERAUSFORDERUNGEN UND LÖSUNGEN

So vielfältig wie das Umfeld und die Herausforderungen waren auch die diskutierten Fragen: Sind neue Organisationsformen im Internet eine Bedrohung für klassische Verbandsarbeit? Wie geht man mit den Neuen Medien um? Wie führt man Verbände, die von einem durchgrei-

fenden Wandel betroffen sind? Antworten, Strategien und Konzepte wurden an beiden Kongresstagen reichlich geboten.

Der Themenbogen des 12. Deutschen Verbändekongresses spannte sich weit. Den zentralen Kern bildete die Beschäftigung mit dem Schwerpunktthema: Web 2.0 und wie Verbände agieren und reagieren können. Von einem Blick in die Zukunft über die praktischen Möglichkeiten bis hin zu einzelnen Schwerpunktbereichen der Arbeit zeichnete der Kongress ein differenziertes Bild der Herausforderungen. Zu kurz kamen die Lösungsvorschläge nicht – ihnen war der Praxistag in 20 Workshops vorbehalten.

Dr. Dr. Axel Zweck, der dem Thinktank des VDI, der Zukünftige Technologien Consulting im VDI Technologiezentrum, Düsseldorf angehört, befasst sich mit der sich rasant entwickelnden Informationsgesellschaft und wagte einen Blick in die Zukunft. Während das Radio noch knapp 40 Jahre benötigte, erfolgte die breite Durchsetzung von Facebook in dem kurzen Zeitraum von etwa zwei Jahren. Bei den sogenannten Social Webs handelt es sich um einen Teil einer umfassenden Webkultur. Andererseits zeigen Globali-



© Verbändereport, Fotograf: Michael Pröck

sierung, Migration und demografischer Wandel, die Informationsflut, wachsende Ansprüche an Mitgestaltung, spontane und zeitlich befristete soziale Prozesse, die sehr dynamische Technikentwicklung wie auch die wachsende Interdependenz verschiedener gesellschaftlicher Ebenen, dass Verbände von diesen in vielerlei Hinsicht direkt oder indirekt betroffen sind.

Diese Themenflut offenbart Chancen

für sich zu begeistern und „den Aspekt Qualität als verbandsspezifische Unique Selling Proposition durch geprüfte Information zu verdeutlichen“, umreißt Dr. Dr. Zweck.

Verbände hätten einen viel längeren Atem als konkurrierende Modelle der Kooperation im Internet, um langfristige Vorhaben erfolgreich umzusetzen. Zumal die Leitlinie „Locke Mitglieder, fördere

Organisationen und Verbänden mit sozialer Ausrichtung, sich nicht einzelnen Themen detaillierter widmeten. Vier große Foren bildeten den erfolgreichen Abschluss des 12. Deutschen Verbändekongresses zur Mitgliederkommunikation – Mitglieder vernetzen; zum Personalmanagement – Mitarbeiter motivieren; zu Pressearbeit und Lobbying – Öffentlichkeit mobilisieren und Politik gewinnen sowie schließlich zur Mitgliedergewinnung und -bindung.

Und einige der mehr als 200 Teilnehmer bringen es auf den Punkt: „Die Teilnahme hat sich wirklich gelohnt! Zwei Tage voller interessanter Anregungen und sehr guter Vorträge. Es war toll!“, „Vielen Dank für die vielen hochinteressanten Themen. Eine super Veranstaltung!“

Im Frühjahr 2012 findet der nächste Verbändekongress statt, über den exakten Termin und den Tagungsort informieren wir an dieser Stelle. ■ (WL/TR)

## Verbände hätten einen viel längeren Atem als konkurrierende Modelle der Kooperation im Internet.

für Verbände! Neben neuen Services für Mitglieder, können sie ihre Mitglieder im Umgang mit den neuen Medien schulen und voranbringen, persönliche Bindung verstärken, die Vernetzung zwischen den Mitgliedern intensivieren, schneller und einfacher mit Mitgliedern kommunizieren und schließlich Informationen akkumulieren und kooperativ Branchenwissen schaffen. Schließlich bietet sich Verbänden – gerade Personenverbänden – die Chance, neue, zumeist junge Mitglieder

Beteiligung, baue Loyalität auf, fahre Profit ein“ bei Verbänden nicht primär am kommerziellen Interesse, sondern als inhaltlicher Mehrwert, gewissermaßen als intellektueller Profit, zu verstehen ist. „Es gilt für Verbände an dieser Stelle: ‚Community vor Commerce!‘“

Doch „Innovatives Verbandsmanagement“ wäre nicht vollständig umrissen, wenn die Teilnehmer aus Verbänden jeder Ausrichtung, aus Berufs-, Fach- oder Kulturverbänden, wirtschaftsnahen

### ■ WEITERE INFOS

→ [www.dgvm.de](http://www.dgvm.de)

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