

Die FAZ berichtete im September 2010: „Zahlreiche Verbände in Deutschland leiden an Mitglieder-Schwund und einer älter werdenden Mitgliederstruktur. Um jüngere Zielgruppen anzusprechen, planen viele Verbände nun den Einsatz sozialer Medien.“ Das konnte den bdvb – Bundesverband Deutscher Volks- und Betriebswirte e.V. nicht weiter beunruhigen. Seit Jahren hat der Verband der Ökonomen mit Sitz in Düsseldorf vorgesorgt.

Über soziale Netzwerke Nachwuchs finden und Mitglieder binden

AUTOR > DIETER SCHÄDIGER

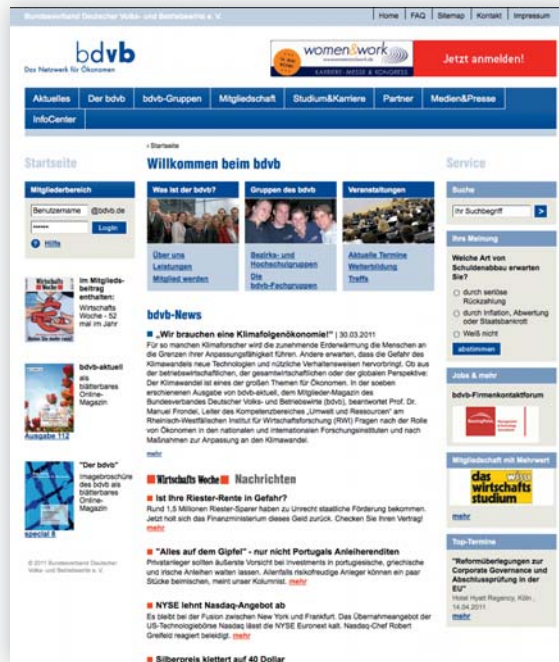
Seit 110 Jahren vertritt der bdvb die Interessen aller Wirtschaftswissenschaftler in Deutschland und steht seinen Mitgliedern in Studium, Beruf, Weiterbildung und bei der Karriere hilfreich zur Seite. Junge Menschen werden seit Jahrzehnten schon während des Studiums zielgerichtet und intensiv von Gleichaltrigen angesprochen, die ihre Kommilitonen auf eine Vielzahl von Veranstaltungen, Aktivitäten und Hilfestellungen hinweisen.

In mehr als 400 Veranstaltungen in Hochschul-, Bezirks- und Fachgruppen, persönlichen Gesprächen und direkten Kontakten zu einem Netzwerk von Unternehmen, wird den Young Professionals konkrete Hilfe bei der Suche nach Jobs und den Möglichkeiten optimierter Bewerbungs-Aktivitäten geboten. Die Hochschulgruppen bilden dabei den harten Kern und den logistischen Hintergrund, die von vielen der über 11.000 bdvb-Mitgliedern aktiv unterstützt werden.

DAS SOCIAL-NETWORK DES BDVB

Schon früh hatte der Verband erkannt, dass junge Leute 'anders' kommuni-

zieren, offen sind für neue Wege und Formen der Kommunikation. Deshalb wurde schon vor Jahren ein eigenes bdvb-Mail-System eingeführt. Jedes Mitglied bekam seine eigene bdvb.de-Mail-



Adresse. Dieses nicht ganz preiswerte, aber sehr nützliche und effektive Angebot war dann auch die Basis für den Ausbau des Netzwerkes über die persönlichen Kontakte hinaus. Anfänglich als reines digitales Mitglieder-Verzeichnis angedacht, wurde schon vor drei Jahren

ein Social-Network (bdvbnet) installiert, das sich zunächst auf die Grundfunktionen einer Networking-Plattform beschränkte.

Der bdvb leistete zu diesem Zeitpunkt für Verbände Pionierarbeit und nutzte bdvbnet neben einem Engagement als Gruppe bei XING als internes, nur für Mitglieder nutzbares Instrument mit dem Ziel, dieses Community-Angebot schrittweise auszubauen:

- Die Plattform wurde als geschlossene Community nur den eigenen Mitgliedern zugänglich gemacht.
- Diese dient als digitales Mitglieder-Verzeichnis, das von den Mitgliedern gepflegt und up-to-date gehalten wird.
- Der Verband nutzt sie als internes Kommunikationssystem ohne Spam-Verbreitung.
- Bezirks-, Hochschul- und Fachgruppen erhalten eigene Lounges, um ihre Aktivitäten im begrenzten Kreis darzustellen und zu kommunizieren.
- bdvbnet wird genutzt als Veranstaltungs-Kalender.
- Ein Referenten-, Mentoren- und

Experten-Portal verschafft allen Mitgliedern einen schnellen Zugriff auf die Spezialisierungen anderer bdvb-KollegInnen.

- Das Karriere-Portal ermöglicht den Mitgliedern und den Mitglieds-Unternehmen eine direkte Kontaktchance mit der Möglichkeit, das Profil des Kandidaten bzw. des Unternehmens mit einem Klick aufzurufen.

DIE NÄCHSTE ENTWICKLUNGSSTUFE

Aktuell steht der bdvb vor einem weiteren Entwicklungsschritt. Die technische Entwicklung bietet dem Verband neue Möglichkeiten:

- Die Networking-Plattform wird weiter an Wert als internes Kommunikations-Medium gewinnen. Es werden z. B. Dokumente hinterlegt, Rechnungen verschickt, Bilder und Videos hochgeladen, bewertet und kommentiert.
- Jeder User hat einen eigenen integrierten Blog.
- User nutzen erste CRM-Funktionalitäten.
- Offene und geschlossene Lounges bieten differenzierbare Gesprächskreise.

BUNDESVERBAND DEUTSCHER VOLKS- UND BETRIEBSWIRTE E.V. – bdvb



Seit 110 Jahren vertritt der Verband die Interessen aller Wirtschaftswissenschaftler in Deutschland und versteht sich als Standesverband für Ökonomen.

- über 11.000 zahlende Mitglieder (davon mehr als 4.000 Studierende)
- mit einem Altersdurchschnitt von 39 Jahren
- 19 Bezirksgruppen
- 40 Hochschulgruppen
- 27 Fachgruppen

bdvb e.V.


Florastr. 29, 40217 Düsseldorf
 Telefon: (0211) 37 10 22
 Telefax: (0211) 37 94 68
 → info@bdvb.de
 → www.bdvb.de

Zukünftig hat der bdvb noch weitere Optionen, bdvbnets als 2-Wege-Medium, beispielsweise durch ein zusätzliches Unternehmensprofil, E-Learning-Funktionen, einen Shop, virtuelle Konferenzräume, Wissens-Datenbanken, 1:1-Video-Chat, WIKI und Mind-Map-Instrumenten auszubauen.

Der bdvb sieht das Web2.0-Engagement als Ergänzung zu den vielen direkten Kontakten auf Veranstaltungen sowie bei persönlichen Treffen. Daher wird der Verband auch weiterhin die technischen

Möglichkeiten und diversen Networking-Angebote genau analysieren und in eine sinnvolle Social-Media-Strategie einbeziehen. ■

WEITERE INFOS

- www.bdvb.de
- www.weps.ag
- www.verbaende.com/fachartikel (mit  Kennzeichnung: geschützter Bereich für Abonnenten und DGVM-Mitglieder)

AUTOR



DIETER SCHÄDIGER ist Geschäftsführender Vizepräsident des bdvb e.V.

Florastr. 29, 40217 Düsseldorf

Telefon: (0211) 37 10 22

→ info@bdvb.de

Technische Realisation:

BAYARTZ AG

Hans Bayartz

Bennostr. 6, 52134 Herzogenrath

Telefon: (02406) 66 90 06

→ hb@weps.ag