

## Rückblick auf die Konferenz "Moderne Verbandsarbeit & Social Media - Strategien, Maßnahmen, Technologien"



Am 19. Januar 2012 fand eine neue Konferenz speziell für Verbände, Kammern und vergleichbare Non-Profit-Organisationen statt.

In der von *Xpoint0 - Moderner Verband* und dem *Institut für Verbandsmanagement* organisierten Veranstaltung trafen sich in Berlin Experten von Branchen-, Personen-, Dachverbänden und Handelskammern, um über die Verbandsarbeit im 21. Jahrhundert zu konferieren.

Dabei ging es vor allem um die Möglichkeiten und Auswirkungen aktueller Informations- und Kommunikationstechnologien wie Social Media auf die Verbandsarbeit.

Unter dem Stichwort "Aus der Praxis, für die Praxis" referierten Vertreter des Verbandes der Chemischen Industrie, des Arbeitgeberverbandes Gesamtmetall, des Verbandes der Familienunternehmen ASU und des Bundesverbandes für Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau anhand eigener Fallbeispiele Ihre Erfahrungen auf diesem Terrain.

Ungeachtet der unterschiedlichen Organisationstypen ähnelten sich viele Erfahrungen vor allem beim Umgang mit Social Media, etwa: Um erfolgreich dort auftreten zu können, muss man sich den Anforderungen des Mediums stellen, dazu zählen Reaktionsschnelligkeit, Authentizität, Dialogbereitschaft und Transparenz.

Für Institutionen, die es gewohnt sind, Ihre Kommunikationsarbeit möglichst gut abzustimmen und zu kontrollieren sind diese Anforderungen kaum mit den herkömmlichen Organisationsabläufen zu erfüllen. Wie alle Referenten betonten, genügt es eben nicht, die einschlägigen Kanäle nur irgendwie zu belegen - das kann oft eher Image schädigend, als fördernd sein.

Dies wurde auch von den Teilnehmern bestätigt, hierzu Dr. Klaus-R. Frisch vom Deutschen Verband Flüssiggas e. V.: "Der erfolgreiche Einsatz dieser Kommunikationswege, die sehr schnell, sehr knapp und sehr prägnant sind, bedeuten auch für die „Lieferanten“ der Inhalte in den Fachabteilungen eine noch zu lernende Veränderung."

Eine Alternative - auch da waren sich alle einig - ist ein Heraushalten aber auch nicht, weil in den digitalen Medien über die eigene Institution und/oder die relevanten Themen kommuniziert wird und man das Feld nicht anderen überlassen will.

Nach den Fallbeispielen wurden in den von Dr. Hans Werner Busch und Thomas Klauß geleiteten Workshops Maßnahmen, Werkzeuge, Prozesse und Strategien herausgearbeitet, mit denen sich Organisationen fit für die neue Informations- und Kommunikationswelt machen können.

Der Veränderungsdruck kommt schließlich nicht nur von außen, sondern auch von aktuellen und potenziellen Mitgliedern und von immer mehr Mitarbeitern.

Ein Fazit der Konferenz war, Zitat Thomas Klauß "dass nur eine zeitgemäße, effiziente Organisation und Infrastruktur hinter der Bühne einen gelungenen Auftritt im Web 2.0 ermöglicht; Und am Anfang steht immer eine Strategie".

