

Verbände scheuen das Internet

Eine Untersuchung sieht erheblichen Rückstand beim Einsatz moderner Technik.

Klaus Stratmann
Berlin

Die Wirtschaftsverbände hinken in ihrer Kommunikationsarbeit der technischen Entwicklung hinterher. Im Gegensatz zu ihren Mitgliedern setzen die Verbände nur sehr eingeschränkt auf Online-Medien. Das ist das Ergebnis einer Online-Umfrage des Instituts für Verbandsmanagement und der Verbandsberatung Xpoint0, die dem Handelsblatt vorliegt.

Ob Podcasts, Web-Konferenzen, Online-Umfragen unter Mitgliedern, passwortgeschützte Bereiche im Internet für Mitglieder, personalisierte Newsletter oder die Nutzung von Facebook - viele der Möglichkeiten, die das Internet bietet, werden in we-

niger als 30 Prozent der Verbände genutzt, in einzelnen Fällen sogar in weniger als zehn Prozent der Verbände. Die Studie fußt auf einer Befragung von 56 Verbänden, darunter vor allem Wirtschafts- und Arbeitgeberverbände wichtiger Branchen.

„Eine tiefgreifende Erfahrung mit dem Einsatz moderner, digitaler Medien und Services ist noch eher die Ausnahme“, sagte Hans Werner Busch, einer der Autoren der Studie. Die sozialen Medien innewohnenden Potenziale würden noch selten genutzt, heißt es in der Studie. Gleiches gelte für die Verbesserung interner Informations-, Kommunikations- und Arbeitsprozesse. Die Verbände müssten sich „insgesamt zeitgemäßer aufstellen“. Moderne Kom-

munikation orientiere sich „zunehmend am Modell eines individualisierten Dialogs in mehreren, aufeinander abgestimmten - oft elektronischen - Medien, der auch eine neue Qualität und Quantität an Rückmeldungen bedeutet“. Veränderte Prozesse und neue Werkzeuge böten sich an, um die komplexe Themenvernetzung und Medienvielfalt in den Griff zu bekommen.

Gerade die neue Vielfalt schreckt die Verbände offenbar ab: 38 Prozent der befragten Verbände gaben an, sie befürchteten einen Kontrollverlust über den Kommunikationsverlauf, 28 Prozent äußerten Unsicherheit darüber, wie die Mitarbeiter mit den sozialen Medien umgehen.