

# 2019 BEGINNT DIE DIGITALE TRANSFORMATION

Verbändereport Jahresumfrage: Verbandstrends 2019

Für viele Verbände steht das Jahr 2019 im Zeichen von digitaler Transformation. Das ist ein Kernergebnis einer Kurzbefragung verbandlicher Führungskräfte – insbesondere aus dem Kreis der DGVM –, die der Verbändereport im Dezember 2018 durchgeführt hat.

Wir nutzen die Digitalisierung bisher nur, um die verbandsinternen Abläufe zu optimieren. Neben einer einheitlichen, auf den Verband zugeschnittenen Managementsoftware gehört dazu inzwischen eine verbandsinterne Kommunikationsplattform“, sagt Dr. Kai H. Warnecke von Haus & Grund Deutschland. Die digitale Zukunft der Verbandsarbeit setze nicht voraus, „dass wir unser Kerngeschäft neu erfinden – wohl aber, dass wir es aus völlig anderer Perspektive neu gestalten, ohne dabei den Verband in seinen Strukturen zu ändern“.

Für alle befragten Führungskräfte steht dabei der Vorteil von „modernen Verbänden“, die den Weg der digitalen Transformation erfolgreich beschreiten, im Vordergrund. So bringt es Torben Leif Brodersen vom Deutschen Franchiseverband auf den Punkt, wenn er „wunderbare neue Optionen und Potenziale des Verbandsmanagements“ sieht: „Prozesse können über CRM-Systeme wesentlich effizienter gestaltet, Kommunikation mit und Einbindung von Mitgliedern

DIE ZEIT DER VERBÄNDE ALS INFORMATIONSDIENSTLEISTER IST VORBEI. INFORMATIONEN SIND IM ÜBERFLUSS VORHANDEN, WERDEN ZUM WEGWERFPRODUKT. INFORMATIONEN ZU ANALYSIEREN UND MIT DEN ANALYSEN PASSGENAU UND EXKLUSIV DIE REPRÄSENTANTEN DER MITGLIEDER ZU VERSORGEN, DAS IST HEUTE EINE WESENTLICHE HERAUSFORDERUNG VON VERBÄNDEN. DER VERBAND ALS VORAUSSCHAUENDER SYSTEMANALYST UND ALS GESTALTER EINER ERLEBBAREN GEMEINSCHAFT HAT GUTE ÜBERLEBENSCHANCEN.

BORIS ENGELHARDT, WIRTSCHAFTSVERBAND DER DEUTSCHEN KAUTSCHUKINDUSTRIE

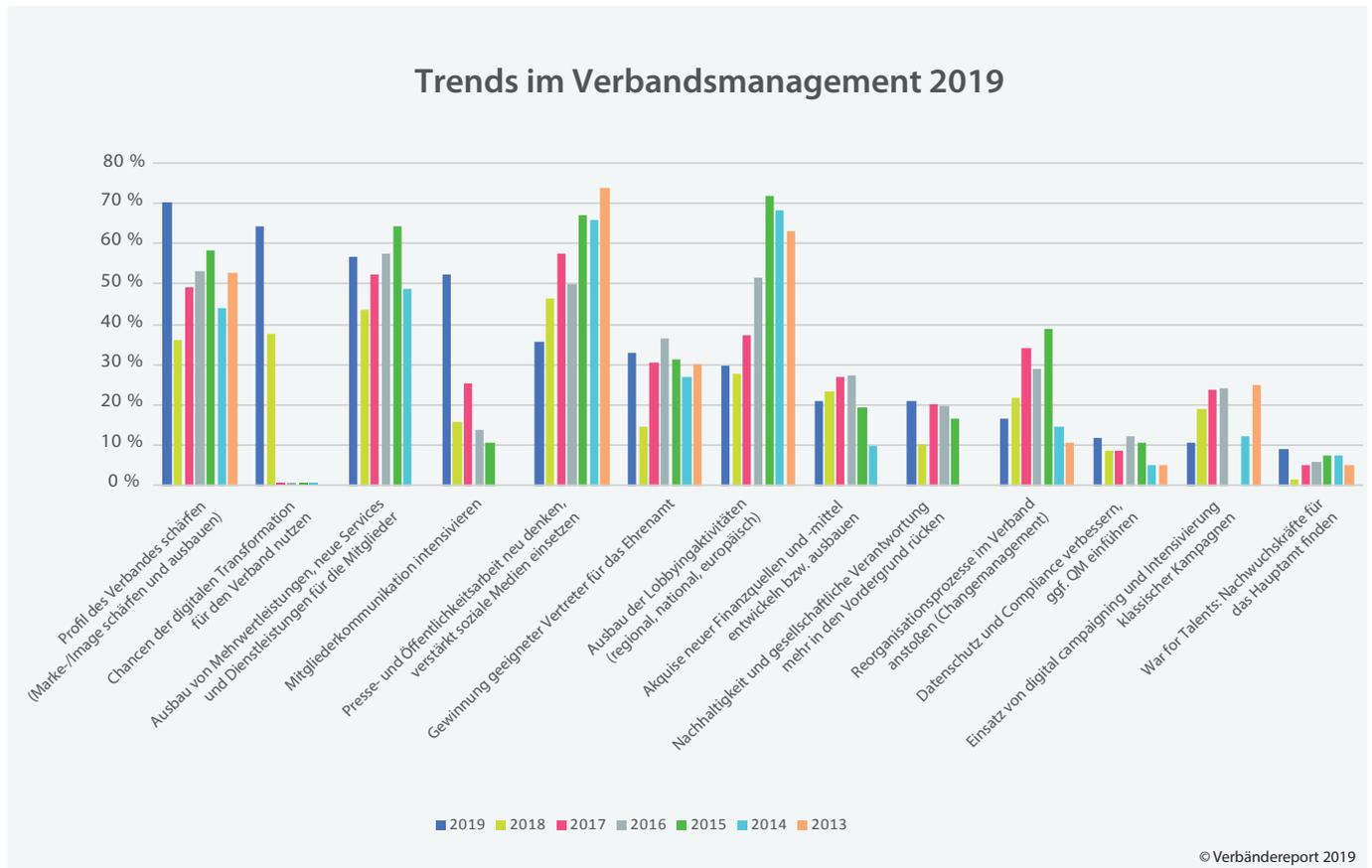
über Social Communities intensiviert werden. Hierfür sind Tools entstanden, die den ‚Verband 1.0‘ alt aussehen lassen. Denn mehr denn je gilt ja auch, stetig den Verband weiterzuentwickeln und neue Services anzubieten.“

#### DIGITALISIERUNG AUSBUCHSTABIERT

Dabei ist den Führungskräften der befragten Verbände klar, dass digitale Transformation nicht mit der Einfüh-

rung eines CRM oder dem eigenen Twitter-Channel allein gelingt – oder gar dort enden würde. Den Weg zu einem modernen Verband, einem Verband 4.0, das ist ein Prozess.

„Die Digitalisierung berührt die Arbeit des Verbandes in zahlreichen Punkten. Wir bieten unseren internen Mitarbeitern Möglichkeiten zum Homeoffice an, nutzen moderne Kommunikationstechnologien und nähern uns dem papierlosen Büro“, beschreibt Werner Stolz vom



iGZ Interessenverband Deutscher Zeitarbeitsunternehmen e. V. den eingeschlagenen Weg seines Verbandes.

Vielfach werden Fort- und Weiterbildungen für Mitarbeiter, aber auch für ehrenamtliche Gremienmitglieder angeboten, um sich in den Techniken zu schulen. Und voneinander den Umgang und die Selbstorganisation in einer Zeit des technologischen und schließlich auch gesellschaftlichen Umschwungs zu lernen.

Digitalisierung zu leben, ist nicht allein Aufgabe von Software- und IT-Experten, sondern Herausforderung für alle Gremien und in allen Strukturen – und für alle Beteiligten. Ohne Digitalisierung ist wohl alles nichts, doch gute Verbandsarbeit besteht zudem darin, die eigenen Mitglieder mitzunehmen, und das ist zuallererst eine Aufgabe für die Handelnden und nicht allein eine

technische: „Es mag paradox erscheinen: Aber durch die Digitalisierung wird der Faktor Mensch immer wichtiger. Das stellt Verbände und Unternehmen vor eine Herausforderung: Es gilt nicht bloß auf Anfragen zu reagieren, sondern die direkte Kommunikation zu suchen, Kontakte zu pflegen und sich im Social Web klar zu positionieren. Sie müssen zeigen, wofür der eigene Verband – als Marke – steht. Denn die Menschen werden sich zunehmend nur solchen Marken zuwenden, die ihnen ein Gefühl der Nahbarkeit vermitteln und mit denen sie sich identifizieren können“, bringt es Lutz Dietzold vom Rat für Formgebung – German Design Council auf den Punkt.

Im Vergleich zu den Befragungen vorheriger Jahre zeigt sich auch in diesem Jahr die zunehmende Komplexität als Herausforderung für das Verbandsmanage-

ment. Aus Sicht der befragten Verbandsmanagerinnen und Verbandsmanager bestimmt ein immer breiteres Spektrum an Aufgaben ihre strategischen Aufgaben. Neben den Haupttrends kommen auch wichtige Aufgaben in der Akquise neuer Finanzquellen und -mittel sowie für notwendige Reorganisationsprozesse im Verband auf sie zu, wobei das Mitglied immer weiter in den Mittelpunkt auch der Kommunikationsarbeit rückt.

Das ist durchaus natürlich, wenn im Blick behalten wird, wie sehr einzelne Prozesse mit anderen Arbeitsbereichen zusammenhängen: Wer gekonnt kommunizieren möchte, benötigt schlanke Strukturen. Der Verband mit hoher Mitgliederzufriedenheit verfügt in aller Regel auch über qualitativ gut aufgestellte Mehrwert- und Dienstleistungen für seine Mitglieder.

Schon in den letzten Jahren nahm die digitale Transformation einen nicht unerheblichen Anteil langfristiger Entwicklung der befragten Verbände ein. Das hat sich für dieses Jahr noch weiter verstetigt und schlägt sich in den fünf größten Herausforderungen nieder.

„Verbände müssen bei der digitalen Transformation als Impulstreiber und Plattformgeber für Wissenstransfer zwischen Lehre und Praxis, zwischen Traditionsunternehmen und Start-ups und zwischen IT-Anbieter und -Anwendern aufgestellt sein“, schlussfolgert Dirk Widuch vom Unternehmerverband Südhessen e. V. Vor allem seien, ggf. ergänzende, digitale Angebote und der Transfer von analoger persönlicher Mitgliedernähe und -bindung notwendig. ■ (TR)

## DIE TOP 5 WICHTIGSTER TRENDS IM VERBANDSMANAGEMENT FÜR 2019

### 1. Profil des Verbandes schärfen (Marke/Image schärfen und ausbauen)

(Vorjahr 4. Rang)

### 2. Chancen der digitalen Transformation für den Verband nutzen

(Vorjahr 3. Rang)

### 3. Ausbau von Mehrwertleistungen, neue Services und Dienstleistungen für die Mitglieder (Vorjahr 2. Rang)

### 4. Mitgliederkommunikation intensivieren

(Vorjahr 8. Rang!)

### 5. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit neu denken, verstärkt soziale Medien einsetzen (Vorjahr 1. Rang)

Quelle: Kurzbefragung des Verbändereport 2019



Als Dienstleister für die Organisation von

## Tagungen, Kongressen oder Events

haben wir über all die Jahre gelernt, dass neben guten und langjährigen Beziehungen zu Industrie- und Kooperationspartnern, vor allem auch Neuentwicklungen und Fortschritt für exzellenten Service entscheidend sind.

Wir halten Schritt mit den Innovationen unserer Zeit und beraten unsere Kunden umfassend.

Überzeugen Sie sich persönlich von der hohen Qualität unserer Dienstleistung!

Wir freuen uns auf Ihren Anruf!



Neuwieder Str. 9  
90411 Nürnberg

☎ +49 (0) 911 / 39 316-93

☎ +49 (0) 911 / 39 316-99

✉ [convivus@convivus.de](mailto:convivus@convivus.de)

[www.convivus.de](http://www.convivus.de)

convivus ist ein Geschäftsbereich der MCN Medizinischen Congressorganisation Nürnberg AG

Kongressdienstleister

Tagungen

Veranstaltungsmanagement

Organisieren



**ANTJE SCHREIBER**  
**Zentralverband Zoologischer**  
**Fachbetriebe e. V. (ZZF)**

Zu unserem Verbandsleben werden auch im kommenden Jahr Kongresse, Symposien, Gremiensitzungen und politische Fachtagungen gehören, bei denen direkte Begegnung und Austausch möglich sind. Im Bereich der Fortbildung werden jedoch Präsenzseminare immer weniger besucht – daher arbeiten wir als Berufsverband an einem E-Learning-Konzept für die Aus- und Weiterbildung unserer Mitglieder. Auch die Digitalisierung unserer Ausbildungsliteratur und unserer Fachzeitschrift steht auf der To-do-Liste. Die Steigerung der Sachkunde von Tierhaltern gehört gemäß unserem Verbandsprofil ebenfalls zu unserem Aufgabenspektrum. Auch diese Leistung findet zunehmend im Internet statt: So haben wir kürzlich einen YouTube-Kanal my-fish tv mit kurzweiligen Lehrfilmen für Anfänger in der Aquaristik gestartet.



**FRANZ J. GRÖMPING**  
**AGEV – Arbeitgebervereinigung für EDV**  
**und Kommunikationstechnologie e. V.**

2019 erhalten die AGEV-Mitglieder letztmalig Briefpost aus der Geschäftsstelle. Danach wird ausschließlich über die Webseite, über Mailings, regelmäßige Newsletter und das Mitgliedermagazin als PDF informiert.

Die fatalen Auswüchse der Meinungsbildung in den „Unsozialen Medien“, namentlich Facebook, haben uns veranlasst, diesen Weg nicht mitzugehen. Wir wollen stattdessen weiterhin fair und mit offenem Visier kommunizieren.

Digitalisierung wird in unseren Mitgliedsunternehmen nur mit Sicherheit und Stabilität funktionieren, sowohl technisch als auch unternehmerisch. Dazu will die AGEV ihren fachlichen und politischen Beitrag leisten.



**DR. CHRISTOPH MÜNZER**  
**wvib Schwarzwald AG**

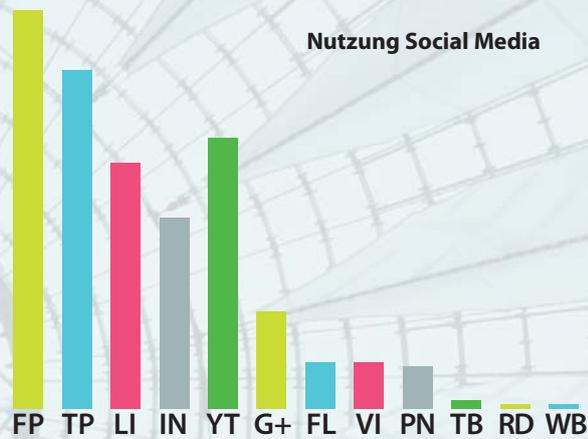
Digitalisierung in Verbänden ist mindestens 50 Jahre alt. Adressdatenbanken, PCs, E-Mail und Internet sind seit Jahrzehnten integriert. ERP-Systeme, CRM und Prozesstools ebenfalls. Noch nicht bewältigt ist die klare Einsicht, dass das Smartphone die Nabelschnur des Individuums zur Außenwelt geworden ist. Inhalte, die nicht durch diesen Kanal transportiert werden können, haben es zukünftig schwer. Die Möglichkeit einer zielgruppengenauen Ansprache ist mehr Chance als Risiko, erfordert aber eine klare Segmentierung der unterschiedlichen „Publikümer“ innerhalb des Verbands, packendere Nutzenversprechen und einen neuen Typ Mitarbeiter, der sich eher als agilen Community-Manager denn als Themen-Experte sieht.



**DR. GEORGE**  
**ALEXANDER WOLF**  
**Steuerberaterverband Niedersachsen**  
**Sachsen-Anhalt e.V.**

Die Digitalisierung hat im Bereich der steuerberatenden Berufe in den vergangenen beiden Jahren mächtig an Fahrt aufgenommen. Wir haben unsere Mitglieder durch Fortbildungsveranstaltungen unterstützt, die von über 3.000 Teilnehmern besucht wurden. Dieses Angebot werden wir 2019 weiter ausbauen.

### Nutzung Social Media

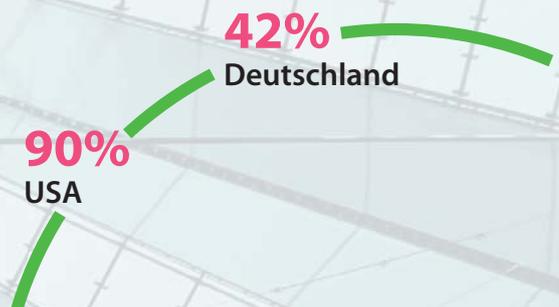


94% Facebook-Page	23% Google+
80% Twitter-Profil	11% Flickr
58% LinkedIn-Seite	11% Viemo
45% Instagram-Profil	10% Pinterest
64% YouTube-Kanal	2% Tumblr
1% Reddit	1% Weibo

### Top 3 Hemmnisse bei der Digitalisierung in Deutschland



Unsere **Belegschaft ist qualifiziert** für die Herausforderungen der Digitalisierung



**DR. CHRISTIAN SCHIEDER**  
Arbeitgeber- und Berufsverband Privater  
Pflege e.V. (ABVP e.V.)

Die größte Herausforderung der Digitalisierung in der Pflege, die mehr und mehr alle Bereiche erfassen wird, ist das Beibehalten der Prozesse, die nur analog funktionieren. In der Pflege werden auch trotz allen technischen Fortschritts weiterhin Menschlichkeit und persönliche Beziehung im Umgang mit den Pflegebedürftigen notwendig sein. Als Verband werden wir die angeschlossenen Pflegeunternehmen darin unterstützen, die richtigen Prozesse zu digitalisieren.



**MICHAEL KRÜSS**  
Verein Deutscher Ingenieure e. V.

Die digitale Transformation erfordert von Verbänden die Ausbildung ambidextrer Fähigkeiten, sprich ausreichend effizienzoptimierte Prozesse einerseits und agile und flexible Vorgehen für das Ausprobieren von Neuem andererseits.

## 3 ANZEICHEN DIGITALER ÜBERFORDERUNG



### Ablenkung

Jeder Fünfte arbeitet mit digitalen Hilfsmitteln weniger konzentriert und effektiv.



### Schulungsbedarf

Jeder Dritte benötigt digitale Weiterbildung



### Angst

Jedem Fünften graut vor der Einführung digitaler Technologien, 17 Prozent äußern Angst vor der digitalen Entwicklung.

© Verbändereport 2019 • Quelle: Sopra Steria Consulting Studie „Digitale Überforderung im Arbeitsalltag“



DR. ULRICH LOTZ

Fachverband Beton- und Fertigteilwerke  
Baden-Württemberg e. V.

Die digitale Transformation bedeutet für uns in erster Linie, Zielgruppen (Mitglieder, aber auch Marktpartner) anders zu adressieren. Wir bieten z. B. ein Tool zur Qualifikation für angelernte Mitarbeiter der Mitgliedsfirmen auf Smart Devices wie Handy oder Tablet, um unsere Mitglieder darin zu unterstützen, junge Zielgruppen zu bedienen. Der Fachkräftemangel macht kreatives Gestalten mithilfe digitaler Medien erforderlich.

Allerdings machen uns die Auflagen der DSGVO auch Schwierigkeiten, die Kommunikation über soziale Medien wie WhatsApp neu auszurichten, da hier eine Datensicherheit nur schwerlich gewährleistet werden kann. Als Verband der Bauwirtschaft begleiten wir selbstverständlich Digitalisierungsprozesse zur Effizienzverbesserung wie Building Information Modelling.



DR. KAI H. WARNECKE

Haus & Grund Deutschland  
Zentralverband der Deutschen Haus-,  
Wohnungs- und Grundeigentümer e.V.

Wir nutzen die Digitalisierung bisher nur, um die verbandsinternen Abläufe zu optimieren. Neben einer einheitlichen, auf den Verband zugeschnittenen Managementsoftware gehört dazu inzwischen eine verbandsinterne Kommunikationsplattform. In 2019 werden wir die Digitalisierung bis zu unseren 900.000 Mitgliedern führen - damit der Verband auch in der digitalen Welt eine Zukunft hat. Dies setzt nicht voraus, dass wir unser Kerngeschäft neu erfinden - wohl aber, dass wir es aus völlig anderer Perspektive neu gestalten, ohne dabei den Verband in seinen Strukturen zu ändern.



**AXEL SCHÄFER**  
**Bundesverband Fuhrpark-  
 management e. V.**

Der Bundesverband Fuhrparkmanagement ist von Anfang an stark digital geprägt. Da der Verband recht jung ist, haben wir keine Altlasten diesbzgl. zu bewältigen. Unsere Mitglieder kennen und schätzen das umfassende digitale Angebot des Verbandes. Aufgrund der Themenkomplexität im Bereich Fuhrpark- und Mobilitätsmanagement ist unsere Herausforderung, abrufbares und nützliches Praxiswissen einfach auffindbar und verfügbar zu halten. Hierfür arbeiten wir permanent an unserem CMS-System. Auch die Kommunikation der Mitglieder untereinander ermöglichen wir auf digitalem Weg. Die Mitarbeiter des Verbandes sind in Deutschland verteilt und arbeiten vernetzt, auch wenn wir unsere personelle Infrastruktur weiterentwickeln und die Geschäftsstelle ausbauen.



**BORIS ENGELHARDT**  
**wdk – Wirtschaftsverband der deutschen  
 Kautschukindustrie e.V.**

Die Zeit der Verbände als Informationsdienstleister ist vorbei. Informationen sind im Überfluss vorhanden, werden zum Wegwerfprodukt. Informationen zu analysieren und mit den Analysen passgenau und exklusiv die Repräsentanten der Mitglieder zu versorgen, das ist heute eine wesentliche Herausforderung von Verbänden. Der Verband als vorausschauender Systemanalyst und als Gestalter einer erlebbaren Gemeinschaft hat gute Überlebenschancen.



**TORBEN LEIF BRODERSEN**  
**Deutscher Franchiseverband e. V.**

Mit der Digitalisierung eröffnen sich wunderbare neue Optionen und Potenziale des Verbandsmanagements: Prozesse können über CRM-Systeme wesentlich effizienter gestaltet, Kommunikation mit und Einbindung von Mitgliedern über Social Communities intensiviert werden. Hierfür sind Tools entstanden, die den „Verband 1.0“ alt aussehen lassen. Denn mehr denn je gilt ja auch, stetig den Verband weiterzuentwickeln und neue Services anzubieten. Daher finde ich die aktuelle Entwicklung sehr spannend und vielversprechend. Auf der anderen Seite stellen wir fest, dass klassische Meetings sich nach wie vor großer Beliebtheit erfreuen. Also werden beim Deutschen Franchiseverband virtuelle und analoge Kommunikation weiterhin Hand in Hand gehen. Ein Mix, der uns in 2018 ein Wachstum von 60 Neumitgliedern beschert hat.



**DR. RAINER COSSON**  
**Bundesvereinigung Deutscher Stahlre-  
 cycling- und Entsorgungsunternehmen  
 e. V. (BDSV)**

Wenn in einem Verband, wie der BDSV, Kleinbetriebe bis hin zu international aufgestellten Konzernen vereinigt sind, muss man deutlich machen: Die digitale Transformation bewirkt nicht zwangsläufig eine Marktkonzentration. Vielmehr gibt es auch für die kleineren Einheiten eine Menge unternehmerischer Chancen. Mithilfe des Verbandes müssen sie identifiziert und plausibel und verständlich kommuniziert werden.



DR. SABINE EICHNER  
Deutsches Tiefkühlinstitut e.V.

Wir begleiten die Tiefkühlbranche mit strategischen Impulsen zur Digitalisierung schon seit vielen Jahren – „Digital Disruption“ muss jedes Unternehmen für sich durchdenken, um Risiken für sein bestehendes Geschäftsmodell zu erkennen und Chancen für neue Geschäftsmodelle zu entdecken. Als Verband können wir mit Vorträgen und Workshops dazu beitragen, dass die Mitgliedsunternehmen sich auf ihren individuellen Weg machen und Methodenwerkzeug vermitteln. Die Nutzung von Social Media, die Nutzung und der Ausbau digitaler Netzwerke für die Kommunikation mit den Mitgliedern und der Branche sind eine große Chance, die Mehrwerte der Verbandsmitgliedschaft möglichst breit, aber auch zielgerichtet zu kommunizieren. Das ersetzt nicht die persönlichen Netzwerke, sondern unterstützt diese. Die engere Verzahnung von „old und new economy“ werden wir 2019 mit dem Angebot einer speziellen Start-up-Mitgliedschaft intensiver verfolgen. Voneinander lernen und miteinander die Zukunft der Tiefkühlwirtschaft gestalten, lautet dabei unser Credo.



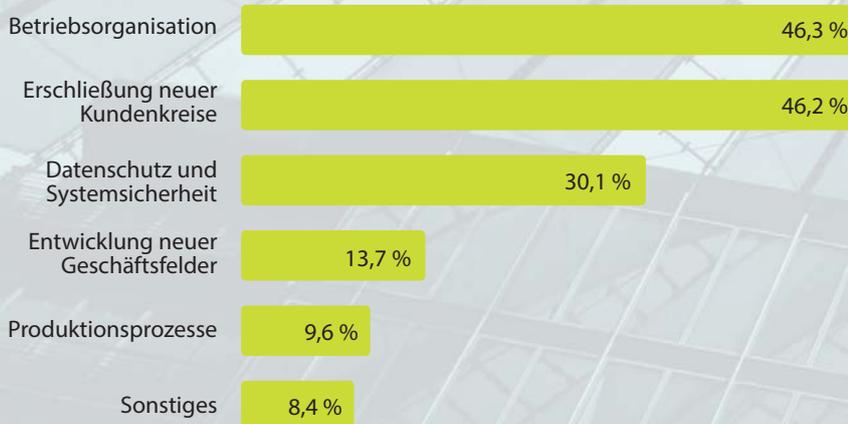
LUTZ DIETZOLD  
Rat für Formgebung | German Design Council

Es mag paradox erscheinen: Aber durch die Digitalisierung wird der Faktor Mensch immer zentraler. Das stellt Verbände und Unternehmen vor eine Herausforderung: Es gilt nicht bloß auf Anfragen zu reagieren, sondern die direkte Kommunikation zu suchen, Kontakte zu pflegen und sich im Social Web klar zu positionieren. Sie müssen zeigen, wofür der eigene Verband – als Marke – steht. Denn die Menschen werden sich zunehmend nur solchen Marken zuwenden, die ihnen ein Gefühl der Nahbarkeit vermitteln und mit denen sie sich identifizieren können.

Der Rat für Formgebung unterstützt die Sensibilität für dieses Thema, fördert den gegenseitigen Austausch und prämiert die besten Marken-Leistungen durch seinen internationalen Wettbewerb: den German Brand Award. Durch diese und weitere Maßnahmen positionieren wir uns ganz klar und eindeutig als die Adresse für Wissensvermittlung, Förderung und Vernetzung in den Bereichen Design, Marke und Innovation – auch im Jahr 2019.

## Das digitale Handwerk

Anzahl der Handwerksbetriebe, die folgende Digitalisierungsmaßnahmen umgesetzt haben



**21%**

der Handwerksbetriebe haben in den vergangenen 12 Monaten Digitalisierungsmaßnahmen durchgeführt

\* Innerhalb der 12 Monate vor der Befragung, Basis 7.719 Handwerksbetriebe aus Deutschland, 3. Quartal 2016  
Quelle: ZDH



**HANS-INGO BIEHL**  
**VDR – Verband Deutsches  
 Reisemanagement e. V.**

Die Digitalisierung bewirkt einen grundlegenden Wandel in Industrie, Wirtschaft und Gesellschaft. Im Mobilitätsmanagement ist die digitale Transformation besonders spürbar: Die globale Expansion deutscher Unternehmen erzeugt immer größere Geschäftsreiseaktivitäten, deren Prozesse sich digital abbilden, beschleunigen und steuern lassen. Das Geschäftsreisevolumen vergrößert sich ständig – 2017 haben die deutschen Firmen 52,5 Milliarden Euro für ihre Reisenden ausgegeben – so viel wie nie zuvor. Je mobiler die Daten, desto mobiler werden auch die Unternehmen – die Geschäftsreise- wie auch die Tourismusbranche bieten deshalb vielfältige Chancen für IT-Innovationen und Investitionen. Der VDR macht sich stark für eine durchlässige sichere Informationsübermittlung zu jeder Zeit an jedem Ort.



**EUGEN PINK**  
**BvDP – Bundesverband Deutscher  
 Postdienstleister e.V.**

Der BvDP wird 2019 die politischen und technologischen, insbesondere digitalen Entwicklungen der Post- und Logistikwertschöpfungsketten aktiv begleiten. Der Change von analoger zu hybrider und dann digitaler Kommunikation verlangt Anpassungen im Rechtsrahmen, in Unternehmen und Verbänden. E-Commerce wird weiter starkes Sendungsmengenwachstum bewirken – national und besonders grenzüberschreitend. Wir werden die Positionen der Mitglieder in die Diskussion um die nächste Postdienste-Richtlinie der Gemeinschaft einbringen. Die Megatrends Globalisierung, Urbanisierung, Digitalisierung und Sustainability werden die Branche verstärkt prägen. Wachsende Anforderungen an nachhaltige Last-Mile-Lösungen in den Smart Cities werden Logistik- und Zustellprozesse massiv verändern. Unsere Businessservices – Infobrokering und Networking – werden schärfer an die Interessen der Nutzer in den Mitgliedsunternehmen angepasst und stärken die Mitglieder im Marktwettbewerb.



**BORIS VON NAGY**  
**DDV Deutscher Dialogmarketing  
 Verband e. V.**

Arbeitsplätze, die kein Spezialwissen erfordern, werden weitestgehend verloren gehen. Aber es werden auch neue Arbeitsplätze entstehen. Laut einer aktuellen Studie namens „The Future of Jobs Report“ des World Economic Forums werden heute 71 Prozent aller Tätigkeiten von Menschen und 29 Prozent von Maschinen ausgeübt. In nur 5 Jahren übernehmen Maschinen bereits 42 Prozent der Tätigkeiten, hier ist also sehr viel Bewegung drin. Klar ist aber auch: Es wird eine Verschiebung hin zu mehr verantwortungsvolleren Tätigkeiten kommen. Schätzungen zufolge könnten 75 Millionen Jobs durch die Automatisierung eingespart und dafür 133 Millionen neue Jobs weltweit geschaffen werden. Dort haben die Unternehmen eine sehr hohe Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern, diese in dem Prozess mitzunehmen und weiterzuentwickeln. Durch die Digitalisierung werden Produkte und Dienstleistungen vielfältiger und die Erwartungen der Konsumenten steigen.



**CORDULA WINTERHOLLER**  
**Bundesverband für Logopädie e. V.**

Eine große Herausforderung ist unsere Außendarstellung. Wie kann uns eine gesellschaftliche Andockung mit relevanten Themen gelingen? Wie und wo stellen wir uns den Diskussionen? Wie kann Diversität bereichern? Wie sprechen wir Individualität an, ohne beliebig zu werden? Im kommenden Jahr gilt es noch mehr, uns als Ermöglicher für gesellschaftliche Belange im Gesundheitsbereich zu zeigen. Auch und gerade in Zeiten schwindender Mittel, Mitglieder und stärkerer Reglements und Ansprüche.

52%

sagen, ihr Unternehmen wird sich in 5 Jahren völlig verändert haben



Digitalisierung steht im Fokus erfolgreicher Geschäftsstrategien und Technologie ist die kritische Komponente



Nur die mutigen Unternehmen werden erfolgreich sein



Interviews mit 1.180 Entscheidern zu aktuellen und zukünftigen Auswirkungen der digitalen Disruption

© Verbändereport 2019 • Quelle: Fujitsu Studie „Fit für die digitale Welt: Mit Co-Creation die digitale Disruption bewältigen“



**HENDRIK A. KILP**  
**Landesinnungsverband Elektro- und Informationstechnik Schleswig-Holstein**

Innerhalb des Handwerks sehen sich die E-Handwerke als Leitbranche der Digitalisierung. Die digitale Transformation ist ein unaufhaltsamer Megatrend, der Betriebe und Branchen grundlegend verändert. Auch den Alltag in den E-Handwerken verändert er bereits jetzt und auch zukünftig führt an unseren Mitgliedsbetrieben kein Weg vorbei. Für die E-Handwerke gilt es künftig, die digitalen Kompetenzen auszubauen, und dies über die gesamte Bildungskette. Unverzichtbar ist aus unserer heutigen Sicht auch die Aufwertung der Fachdidaktiken sowie in der Aus- und Fortbildung der Lehrer; denn während wir in der Ausbildung nach Erneuerung verlangen, ist die digitale Kundenanbindung längst Alltagsgeschäft.



**THOMAS PERZL**  
**Bund der Selbständigen – Gewerbeverband Bayern e. V.**

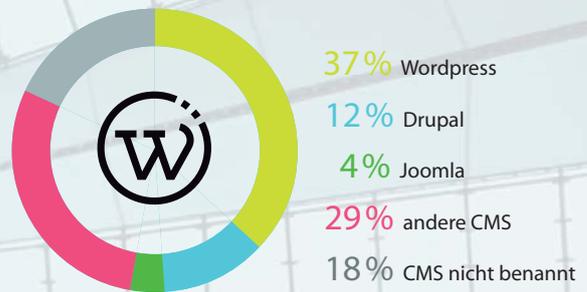
Die Digitalisierung beschleunigt unser alltägliches Leben in einer ganz extremen Weise – für den ein oder anderen geht das oft zu schnell. Auch Verbände – besonders die mit einer großen Historie – müssen sich in dieser vermeintlich neuen Welt neu aufstellen und verändern. Dabei gilt es einerseits die langjährigen Traditionen zu pflegen und andererseits alle neuen Möglichkeiten, sowohl für die interne als auch für die externe Kommunikation, zu nutzen. Mittlerweile sind auch soziale Medien ein wichtiges und unverzichtbares Medium für uns Verbände geworden. In einer immer digitaleren und vernetzteren Welt muss sich ein Verband auch die Fragen stellen: Wie erreiche ich meine Mitglieder noch? Ist das Verbandsmagazin noch zeitgemäß? Wie lade ich zu Veranstaltungen ein, damit sie eben nicht in der E-Mail- und Informationsflut untergehen? Ist mein Verbandsangebot noch attraktiv genug? Dafür gilt es auch im neuen Jahr 2019 die richtigen Antworten zu finden.



**WERNER STOLZ**  
iGZ Interessenverband Deutscher  
Zeitarbeitsunternehmen e. V.

Die Digitalisierung berührt die Arbeit des Verbandes in zahlreichen Punkten. Wir bieten unseren internen Mitarbeitern Möglichkeiten zum Homeoffice an, nutzen moderne Kommunikationstechnologien und nähern uns dem papierlosen Büro. Vor allem aber beeinflusst die Digitalisierung die Arbeit der Zeitarbeitsfirmen, die sich darauf einstellen müssen, dass andere Fachkräfte gesucht werden als noch vor einigen Jahren. Bewerbungsprozesse verändern sich und gesetzliche Vorgaben bedeuten neue Einschränkungen. Hier unterstützt der Verband seine Mitglieder, indem er neue inhaltliche Schwerpunkte auf Themen wie Recruiting und CSR legt und sich mit der Zukunft der Zeitarbeit auseinandersetzt. Auch im Bildungsbereich berücksichtigt der iGZ die neuen Entwicklungen: Neben der neuen Stelle „Digitale Bildung“ gibt es auch neue Seminare wie „Mitarbeiter entwickeln in Zeiten des digitalen Wandels“. Das Weiterbildungsangebot wird ständig um neue Methoden wie Webinare, E-Learning-Angebote und Lernvideos erweitert. So können die Weiterbildungen von morgen zu jeder Zeit und von jedem Ort aus einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden als bisher. Gleichzeitig setzen wir weiter auf das persönliche Engagement vor Ort. Der iGZ ist in allen Regionen Deutschlands gut vertreten und bietet jedes Jahr bundesweit zahlreiche Veranstaltungen an. Den persönlichen Kontakt mit den Mitgliedern zusammen mit einem umfangreichen digital abrufbaren Servicepaket sehen wir als Weg für die Zukunft an.

### Nutzung Content-Management-Systeme (CMS)



### Versand regelmäßiger E-Mail-Newsletter



### Nachrichten-Apps als 1:1-Kommunikationskanal



nutzen regelmäßig **Nachrichten-Apps** als **1:1-Kommunikationskanal** für Interessierte und Unterstützer. Genutzt werden folgende Dienste:



© Verbändereport 2019  
Quelle: Daten und Fakten auf Basis des Global NGO Technology Reports 2018



**CLAUDIA PFEIFFER**  
**Kommunaler Arbeitgeberverband e. V.**  
**KAV Berlin**

Personalabteilungen haben neben der IT eine zentrale Rolle bei der Digitalisierung von Arbeitsprozessen. Mensch oder Maschine ist nicht die Frage. Die Frage ist, wie der Mensch besser in die digitalisierte Arbeitswelt integriert wird. Denn nach wie vor ist der Mensch das wichtigste Gut und Personalabteilungen sind das Herzstück von Verbänden und Unternehmen. Wir unterstützen unsere Mitglieder als Arbeitgeberverband bei der digitalen Transformation und geben mit Veranstaltungen und Workshops Einblick in die digitalen Welten der Zukunft und eine reibungslose Einführung von digitalen Prozessen. Wir selbst befinden uns als Verband auf einem guten Weg und haben digitale Prozesse angeschoben – sei es als Arbeitsmittel oder bei der Kommunikation.

Bestehen bleiben dabei die Aufgaben und Serviceleistungen unseres Verbandes. Neu ist, dass wir die Prozesse digitalisieren und damit als Verband mit gutem Beispiel für unsere Mitglieder vorangehen. Abgeschafft haben wir beispielsweise ein gedrucktes Seminarheft. Ganz papierlos, nachhaltig und vollkommen digital erfolgen ab 2019 die Information und der Buchungsprozess unserer Veranstaltungen und Seminare. Es werden 2019 weitere Bereiche folgen, in denen wir unsere Prozesse auf eine digitale Arbeitsweise umstellen, dabei aber den Blick auf das Wesentliche beibehalten: unsere Mitglieder und eine aktive und moderne Beratung im Bereich Arbeits- und Tarifrecht.



**DIRK WIDUCH**  
**Unternehmerverband Südhessen e. V.**

Verbände müssen bei der digitalen Transformation als Impulstreiber und Plattformgeber für Wissenstransfer zwischen Lehre und Praxis, zwischen Traditionsunternehmen und Start-ups und zwischen IT-Anbieter und -Anwendern aufgestellt sein. Dabei sind bei allem digitalen Angebot und Transfer analoge und persönliche Mitgliedernähe und damit Mitgliederbindung die Erfolgsfaktoren.



**PETER HAHN**  
**Handelsverband für Heil- und Mineralwasser e. V. /**  
**Amtierender Präsident der DGVM**

Digitale Transformation bedeutet die Anpassung an gegenwärtige und zukünftige Standards. Damit erfasst sie auch Verbände. Denn die Digitalisierung ist nicht nur ein vorübergehender Hype, sondern verändert Gesellschaft und Wirtschaft. Es gilt, diese Entwicklung mitzugestalten, statt sich von ihr überholen zu lassen. Die Nutzung von und die Gewöhnung an digitale Strukturen prägt jeden Menschen und verändert unsere Umwelt bzw. ihren Umgang mit ihr. Digitalunternehmen wie Google, Amazon oder Apple nutzen die neuen Möglichkeiten und sind in Windeseile dabei, traditionelle Wertschöpfungsketten zu übernehmen.

Die digitale Transformation stellt eine immense Chance dar. Es bedarf allerdings einer Umsetzungsstrategie, die eine Antwort auf die Frage erlaubt, was das für das Dienstleistungsangebot eines jeden Verbandes bedeutet, um eine Reise ins Ungewisse zu vermeiden. Wir sind bereit, den Navigationskompass in die digitale Zukunft mit zu justieren. Wer nicht von der Digitalisierungswelle überrollt werden will, muss zwangsläufig den Aufbruch in die digitale Welt wagen.

## Künstliche Intelligenz, Chance oder Risiko?

Künstliche Intelligenz (KI) ist eher eine ...



19 Prozent glauben, dass KI die Gesellschaft schon jetzt spürbar verändert

### Befragte, die sich einen KI-Einsatz in folgenden Bereichen (eher) wünschen



Basis 1.007 Befragte (ab 16 Jahren) in Deutschland, 2018  
Quelle: Bitkom Research



**STEPHANIE RINKE**  
SoVD – Sozialverband Deutschland e.V.

Wer nicht auch digital stattfindet, findet gar nicht mehr statt. Dies gilt insbesondere in der externen und internen Verbandskommunikation. Konkret bedeutet dies, Botschaften durch digitale Interaktionen und die Nutzung zielgruppengerechter Medienplattformen zu verstärken. Dabei den Spagat zu schaffen zwischen menschlicher Nähe und einem zeitgemäßen Service, ist die entscheidende Herausforderung. Dies setzt voraus, die individuellen Bedarfe und Bedürfnisse der Menschen schnell und zielgenau zu erkennen und zu erfüllen. Der SoVD befindet sich in diesem Prozess auf einem guten Weg. SoVD-Mitglieder und Partner können online oder per App informiert werden. Zudem finden Dialoge immer öfter in den Social Media statt. An diese Erfolge gilt es 2019 bestmöglich anzuknüpfen, um die bestehenden Maßnahmen zu etablieren und fortzuentwickeln.



**ASTRID PULTER**  
Bundesverband MEDIATION e. V.

Durch digitale Kommunikation wird der Reaktionstakt erhöht. Dies fördert Konflikte, da Antworten schneller gegeben werden und auch der eigene Text kaum noch reflektiert wird. Auch hier ist das Thema Achtsamkeit wichtig, eine kleine Verzögerung, ein Durchatmen und erneutes Lesen können helfen, vorschnelle Reaktionen zu verhindern und auch den eigenen Text zu überdenken. Zugleich hilft uns die digitale Kommunikation, in Kontakt zu bleiben, berufliche und private Kontakte leichter zu pflegen und uns zu vernetzen. Am Ende zählt – wie meist – der Umgang mit der Technologie. Haltung und Achtsamkeit sind die Grundlage des Miteinanders.

## Anwendungen nach Altersgruppen



© Verbändereport 2019 • Quelle: Digital-Index 2018, Initiative D21



**PETRA UERTZ**  
Verband Wohneigentum e. V.

Das Verbandsleben besteht aus Kommunikation, also im wechselseitigen Zugriff auf Information und in der Bereitstellung von Information. Je differenzierter ein Verband gegliedert ist (beispielsweise als Dachverband auf Bundesebene, Landesverbände, Regional- oder Kreisverbände, Ortsvereine), umso klarer muss das Konzept der Beteiligung sein. Was bislang aufgrund räumlicher Begrenzung von Kommunikation seine „natürliche“ Zuständigkeit der Protagonisten fand, wird im virtuellen Raum grundsätzlich entgrenzt. Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten müssen neu begründet werden, zugleich soll die Durchlässigkeit der Ebenen untereinander gefördert werden. Ideen von der Basis des Verbands können und sollen sich direkt Gehör verschaffen, die Verbandsspitze kann sich umgekehrt unvermittelt und persönlicher zeigen.

So weit die Theorie, die manche Wünsche weckt. Denn die technischen Möglichkeiten sind groß, aber in den Verbänden – noch – nicht umfassend eingerichtet. Eine Frage nicht nur der Kosten, sondern auch der personellen Ressourcen. Das Erfordernis für hauptamtliche Kräfte und für die vielen Ehrenamtlichen, die technischen Fertigkeiten zu erlangen, ist nicht zu unterschätzen. Es sollen sich nicht nur wenige pfiffigen Nutzer austauschen, sondern eine möglichst breite Beteiligung stattfinden. Durch die Partizipation von viel mehr Beteiligten verändert sich der gesamte Kommunikationsprozess. Zielorientiert, fachlich und integrativ miteinander umzugehen, ist eine ständige Herausforderung.



**E. MICHAEL ANDRITZKY**  
Verband der Ernährungswirtschaft e.V.

Bei der Prozessvertretung bewegen wir noch viel Papier. hier wird die Digitalisierung am schnellsten sichtbare Ergebnisse bringen. Die Interaktion zwischen Mitgliedsunternehmen, Verband und Arbeitsgerichten wird sich dadurch signifikant ändern.



**BERND SCHMIDT**  
HBB, Heilpraktiker Berufs-Bund

Auch wir müssen im Rahmen unserer Verbandsarbeit insgesamt, im Rahmen der Mitgliederbetreuung sowie im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit sowie der Kommunikation schlechthin feststellen, dass die digitale Welt auch in unserem Berufsstand verstärkt in den Focus rücken muss. Es besteht Nachholbedarf.



**ECKHARD DÖPFER**  
Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb CDH e. V.

Nachdem wir uns innerhalb der CDH-Organisation in den letzten Jahren noch digitaler aufgestellt haben, gilt unser Augenmerk in diesem Jahr noch verstärkter unseren Mitgliedern. Eine Umfrage hat gezeigt, dass die Bereitschaft zur digitalen Transformation da ist – aber es fehlt an Know-how und einer Strategie. Unsere Aufgabe als Verband lautet also, die Mitglieder abzuholen und mit auf die Reise zu nehmen. Mit unserem aktuellen Projekt werden wir konkrete Hilfestellung geben. Wir haben ein Konzept entwickelt, mit dem wir die einzelnen Vertriebsunternehmen online zu einer starken Gemeinschaft machen können – so zum Beispiel in puncto Sichtbarkeit in den SERPs auf Google. Denn wir wissen, für Selbstständige im Vertrieb wird es immer wichtiger, früher im Verkaufsprozess ins Spiel zu kommen. Ein gutes Ranking, Tools zur unkomplizierten Suchmaschinenoptimierung und Content Creation sind hier echte Mehrwerte. Dafür bietet unser Konzept den richtigen Rahmen – ohne die Unternehmer sowohl hinsichtlich vorhandener Kompetenz und Know-how als auch Zeitmanagement zu überfordern.



**MATTHIAS SCHULTZE**  
GCB – German Convention Bureau e.V.

Im Sinne des Schlagworts „Change is the new normal“ gilt auch für Verbände: Die digitale Transformation ist ein Prozess der stetigen Veränderung. Verbände müssen sich deshalb ebenso stetig weiterentwickeln, um den mit der Digitalisierung verbundenen Herausforderungen zu begegnen. Basis für ein erfolgreiches Bestehen in der digitalen Transformation ist ein Bewusstseinswandel bei allen Mitarbeitern eines. Dieses „Mindset“ ist Teil einer Unternehmenskultur, die eine positive Einstellung gegenüber dem Thema Digitalisierung sowie eine „Kultur des Ausprobierens“ fördert und Fehler erlaubt.

Neben dieser Unternehmenskultur sowie den Aspekten Stakeholderbeziehungen oder Daten und Analysen stellen auch neue Technologien einen wichtigen Faktor der digitalen Transformation dar. Dabei geht es um technische Kompetenz, aber auch darum, immer wieder zu prüfen, welche Tools sich für den jeweiligen Verband und für bestimmte Arbeitsbereiche eignen – zum Beispiel Datenmanagement oder Kommunikation.

Insgesamt bietet die digitale Transformation Verbänden große Chancen, das Potenzial ihrer Mitarbeiter auszuschöpfen und somit eine hochwertige Arbeit zu leisten: Sie bricht bestehende Strukturen auf, fördert damit neue Formen der Zusammenarbeit und eröffnet kreative Wege der Kommunikation.