

Inhaltsverzeichnis

Danksagung **XI**

1 Einführung **1**

 1.1 Herausforderungen für Verbände 2

 1.1.1 „Change“ oder die Zeiten ändern sich 2

 1.1.2 Anforderungen von außen 3

 1.1.3 Binnensicht und Chancen 4

 1.2 Schöne neue Medienwelt 5

 1.2.1 Psychosoziale Faktoren 6

 1.2.2 Kultureller Wandel 8

 1.2.3 Big Data, Big Brother? 9

 1.2.4 Informationsökonomie 12

2 Studie „Verbände digital“ 2010 und 2013 **15**

 2.1 Studiendesign und Intro 15

 2.2 Verbandsinterne Kommunikation (Mitarbeiter und Mitglieder) 16

 2.3 Außenkommunikation 18

 2.4 Auswirkungen auf die Organisation 20

 2.5 Chancen und Risiken 22

 2.6 Fazit 23

3 Digitale Agenda – Strategie, Management & (Medien)Technologien **27**

 3.1 Organisation – Strukturen & Prozesse 28

 3.1.1 Unterschiede zwischen Verbänden 29

 3.1.2 Moderner Verband oder „Verband 2.0“ 31

 3.1.3 „Digital Layer“ 33

 3.2 Wissensmanagement 36

 3.2.1 Grundlagen 37

 3.2.2 Wissensmanagement Praktiken und Werkzeuge 40

 3.2.3 Wissensmanagement in Verbänden 41

3.3	Intranet & Extranet oder Mitarbeiter- & Mitgliederportal	44
3.3.1	Intranet für die Mitarbeiter des Verbandes	46
3.3.2	Extranet für Mitglieder, assoziierte Personen oder Organisationen	49
3.3.3	Backend: Übergreifende Systeme – DMS, CMS, Portale	55
3.4	Internet & Social Media	62
3.4.1	Im Zentrum: Die Verbandswebsite	64
3.4.2	Satelliten: Themen-, Kampagnenportale, Microsites etc.	70
3.4.3	Social Media	74
3.5	Kommunikations-, Veranstaltungs- und Mitglieder-/Stakeholder- management mit CRM-Systemen	80
3.5.1	Kontaktdaten-, Stakeholder-, Mitglieder- und Gremien-Management	82
3.5.2	Veranstaltungsmanagement	86
3.5.3	Kommunikationsmanagement	90
3.5.4	Schnittstellen und Folgerungen	94
3.6	E-Lobbying (Spezialthema)	96
3.6.1	Elektronische Vorbereitung klassischer Lobbying Maßnahmen	96
3.6.2	Elektronisches Agenda Setting, Online-Lobbying	102
3.7	Datenschutz & Datensicherheit	106
3.7.1	Rechtliche Grundlagen	108
3.7.2	Öffentliches Verfahrensverzeichnis	110
3.7.3	Internes Verfahrensverzeichnis	111
3.7.4	Interner vs. externer Datenschutzbeauftragter	118
3.8	Verbands-IT – Inhouse, Outsourced, Cloud	119
3.8.1	Bausteine der Verbands-IT	120
3.8.2	Hardware, Software, Services Inhouse oder Outsourced?	122
3.8.3	Cloud	124
3.8.4	Mobile Endgeräte	126
3.9	Cloud & Mobile – Anwendungen für Verbände (Spezialthema)	127
3.9.1	Dokumentenmanagement, E-Mail, Kalender	129
3.9.2	Kontaktdaten und CRM	130
3.9.3	Web- und Videokonferenzen	132
3.9.4	Mobile Services & Apps	133
3.10	Projekt- & Change Management, Compliance	134
3.10.1	Rahmenbedingungen	135
3.10.2	Agile Verfahren: Scrum	136
3.10.3	Kombination agiler und klassischer Verfahren	139
3.10.4	Software zur Unterstützung des Projektmanagements	142
3.10.5	Einführung und Change Management	147
3.10.6	Haftungsrisiken, (IT-)Compliance	150

4	Zehn Fallbeispiele von Verbänden im Wandel	153
4.1	Gesellschaft für Personenzentrierte Psychotherapie und Beratung e. V. (GwG)	154
4.1.1	Auf einen Blick	154
4.1.2	Zur GwG	154
4.1.3	Ausgangslage, Zielsetzung, Strategie	156
4.1.4	Maßnahmen (Auswahl)	158
4.1.5	Ergebnisse & Ausblick	165
4.2	Weltverband Deutscher Auslandsschulen e. V. (WDA)	166
4.2.1	Auf einen Blick	166
4.2.2	Zum WDA	166
4.2.3	Ausgangslage, Zielsetzung, Strategie	167
4.2.4	Maßnahmen (Auswahl)	169
4.2.5	Ergebnisse & Ausblick	172
4.3	Arbeitgeberverband Gesamtmetall	172
4.3.1	Auf einen Blick	172
4.3.2	Zu Gesamtmetall	172
4.3.3	Ausgangslage, Zielsetzung, Strategie	174
4.3.4	Maßnahmen (Auswahl)	174
4.3.5	Ergebnisse & Ausblick	178
4.4	Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. (BITKOM)	179
4.4.1	Auf einen Blick	179
4.4.2	Zum BITKOM	180
4.4.3	Ausgangslage, Zielsetzung, Strategie	181
4.4.4	Maßnahmen (Auswahl)	182
4.4.5	Ergebnisse & Ausblick	188
4.5	Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e. V. (ZVEI)	189
4.5.1	Auf einen Blick	189
4.5.2	Zum ZVEI	190
4.5.3	Ausgangslage, Zielsetzung, Strategie	191
4.5.4	Maßnahmen (Auswahl)	191
4.5.5	Ergebnisse und Ausblick	197
4.6	Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e. V. (VDZ)	197
4.6.1	Auf einen Blick	197
4.6.2	Zum VDZ	197
4.6.3	Ausgangslage, Zielsetzung, Strategie	199
4.6.4	Maßnahmen (Auswahl)	200
4.6.5	Ergebnisse, Ausblick	205
4.7	Deutscher Journalisten-Verband e. V. (DJV)	206
4.7.1	Auf einen Blick	206
4.7.2	Zum DJV	206

4.7.3	Ausgangslage, Zielsetzung, Strategie	208
4.7.4	Maßnahmen (Auswahl)	208
4.7.5	Ergebnisse & Ausblick	216
4.8	Die Familienunternehmer (ASU) & Die Jungen Unternehmer (BJU) . . .	218
4.8.1	Auf einen Blick	218
4.8.2	Zum ASU & BJU	218
4.8.3	Ausgangslage, Zielsetzung, Strategie	219
4.8.4	Maßnahmen (Auswahl)	220
4.8.5	Ergebnisse & Ausblick	224
4.9	Bundesverband der Deutschen Industrie e. V. (BDI)	225
4.9.1	Auf einen Blick	225
4.9.2	Zum BDI	226
4.9.3	Ausgangslage, Zielsetzung, Strategie	226
4.9.4	Maßnahmen (Auswahl)	228
4.9.5	Ergebnisse & Ausblick	232
4.10	Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft e. V. (BDL)	234
4.10.1	Auf einen Blick	234
4.10.2	Zum BDL	234
4.10.3	Ausgangslage, Zielsetzung, Strategie	234
4.10.4	Maßnahmen (Auswahl)	236
4.10.5	Ergebnisse und Ausblick	239
5	Fazit & Ausblick	241
	Zum Autor	245
	Literatur	247
	Sachverzeichnis	249