



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.