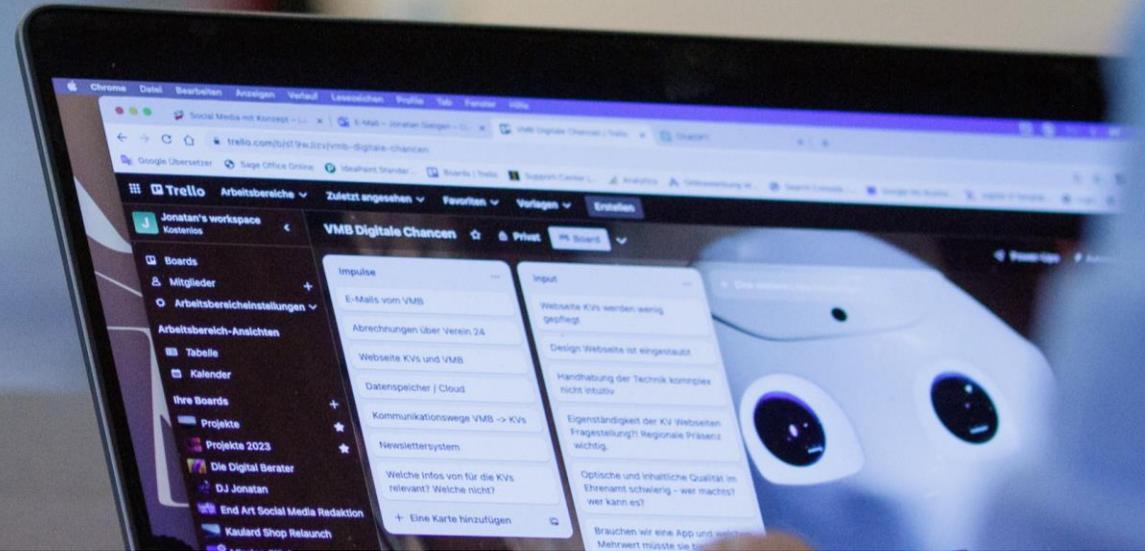


“

Es gibt keine Chance, dass das iPhone einen signifikanten Marktanteil bekommt. Keine Chance.

*Steve Ballmer - ehemaliger CEO Microsoft - 2007*



## Workshop Digitale Chancen

---

Der Workshop "Digitale Chance" zielte darauf ab, die digitalen Möglichkeiten und Herausforderungen in der Verbandskommunikation zu erkunden. Dabei lag der Fokus darauf, wie digitale Technologien effektiver genutzt werden können, um die Kommunikation innerhalb und außerhalb des Verbands zu verbessern. Die Herausforderungen reichten von Informationsdefiziten bis hin zu technischen Schwierigkeiten. Ziel war es, Bereiche zu identifizieren, in denen digitale Lösungen bereits implementiert sind, aber noch nicht optimal funktionieren, sowie neue digitale Ansätze zu entdecken.



## Papstwahl 2005 Petersplatz in Rom

# Der Nutzen der Digitalisierung

!

Zunächst ermöglicht die digitale Transformation eine effizientere und effektivere Kommunikation. Durch den Einsatz digitaler Kanäle wie sozialer Medien, Websites und E-Mail-Newsletter können Vereine ein breiteres Publikum erreichen und ihre Botschaften schneller und gezielter verbreiten.

!

Die digitale Transformation bietet auch Möglichkeiten zur Kostensenkung und Effizienzsteigerung. Digitale Tools können manuelle Prozesse automatisieren, wodurch Zeit und Ressourcen gespart werden. Dies ist besonders für Vereine von Bedeutung, die oft mit begrenzten Budgets arbeiten.

!

Eine gute Digitale Präsenz heute ein wichtiger Indikator für Professionalität und Modernität. Vereine, die in der digitalen Welt aktiv und sichtbar sind, signalisieren, dass sie zeitgemäß und ansprechbar sind. Dies stärkt das Vertrauen und die Glaubwürdigkeit.



## Papstwahl 2013 Petersplatz in Rom

# Der Nutzen der Digitalisierung

!

Darüber hinaus erlaubt die Digitalisierung eine bessere Datenverwaltung und -analyse. Vereine können Mitgliederdaten, Spendenhistorien und Engagement-Statistiken effizienter verwalten. Diese Informationen sind unerlässlich, um fundierte Entscheidungen zu treffen, die Ressourcenallokation zu optimieren und Strategien zur Mitgliederbindung und -gewinnung zu entwickeln.

!

Insgesamt ist die digitale Transformation kein Luxus, sondern eine Notwendigkeit für Vereine, um im medialen Wettbewerb zu bestehen, ihre Effizienz zu steigern und ihre Mission effektiv zu kommunizieren. Ohne die Anpassung an die digitale Welt riskieren sie, von dynamischeren, digital versierten Organisationen überholt zu werden.

# Ein Verband mit vielen digitalen Säulen

## 1. Externe Kommunikation:

- Webseite und Social Media: Für die Präsenz und Interaktion mit externen Zielgruppen, einschließlich Marketing und Öffentlichkeitsarbeit.
- Klassische Kommunikation: Dies beinhaltet traditionelle Methoden wie Printmedien, Pressemitteilungen und Veranstaltungen.

## 2. Interne Kommunikation:

- Digitale Kommunikationsplattformen: Nutzung von Tools wie E-Mail, Teams, Slack, WhatsApp-Gruppen für den internen Informationsaustausch.
- Traditionelle Kommunikationsmittel: Inklusive Meetings, Aushänge, und interne Newsletter.

## 3. Daten- und Informationsmanagement:

- Datenverwaltung und Cloud-Lösungen: Zum Speichern und Verwalten von Daten, einschließlich der Nutzung von Diensten wie Office 365 oder Google Workspace.
- Datensicherheit und Datenschutz: Wichtige Überlegungen im Umgang mit sensiblen Informationen und personenbezogenen Daten.

## 4. Technologie und Tools:

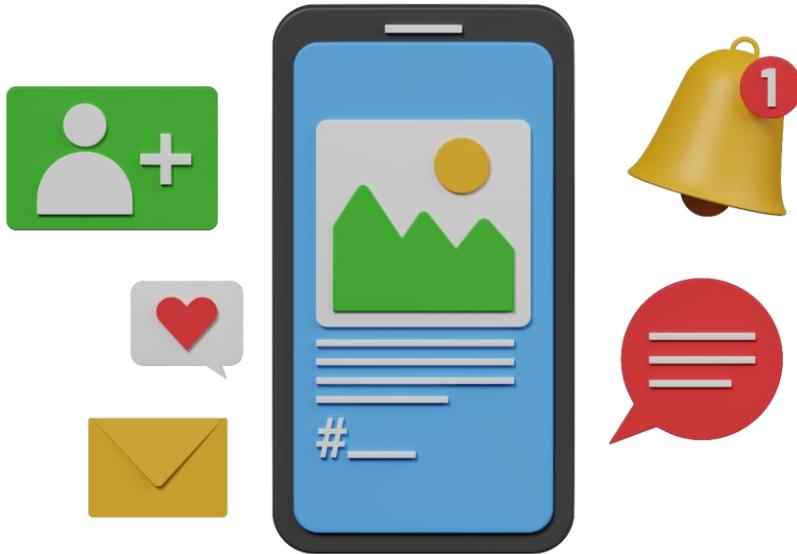
- Softwarelösungen und Apps: Für spezifische Arbeitsabläufe oder Prozesse, wie CRM-Systeme, Projektmanagement-Tools oder Finanzsoftware.
- Innovative Technologien: Einsatz von neuen Technologien wie KI, Automatisierung oder Big Data-Analyse, um Prozesse zu optimieren oder neue Erkenntnisse zu gewinnen.

## 5. Feedback und Evaluation:

- Feedback-Mechanismen: Etablieren von Methoden, um Feedback von Mitarbeitern, Mitgliedern oder Kunden zu sammeln und zu analysieren.
- Leistungsüberwachung: Einsatz von Tools zur Überwachung und Bewertung der Kommunikationseffektivität.



# Wesentliche Punkte



1. Der VMB soll seine Rolle als Dienstleister für Kreisverbände (KVs), Vereine und Musiker weiter ausbauen.
2. Die VMB-Webseite wird zur zentralen Plattform für sämtliche Kommunikationsaktivitäten ausgebaut.
3. Eine technische und visuelle Überarbeitung der Webseite ist dringend erforderlich, wobei der "Mobile First"-Ansatz Priorität hat.
4. Es ist zu prüfen, ob KVs individuelle Webseiten benötigen oder ob dedizierte Bereiche auf der VMB-Webseite ausreichen.
5. Die Corporate Identity (CI) und das Kommunikationskonzept des VMB dienen als verbindliche Richtlinien.
6. Das Angebot an Downloads und Services wird erweitert, um Vereinsprozesse zu vereinfachen.
7. Content für die Webseite, Social Media und Newsletter soll so gestaltet werden, dass er von den Kreisverbänden genutzt werden kann.
8. Ein Konzept zur Optimierung der Kommunikation zwischen den KVs und dem VMB ist zu entwickeln, wobei die Implementierung von Office 365 für die gesamte Struktur erwogen werden könnte.
9. Die Verantwortung für die Informationsbereitstellung und -beschaffung aller Beteiligten ist zu überdenken und zu präzisieren.
10. Eine Zentralisierung der Vereinsprozesse und der Bildungsarbeit beim VMB ist anzustreben.
11. Kommunikationsstrategien sollen nicht mehr einkanalig, sondern multimedial geplant und umgesetzt werden, um individualisierte Botschaften auf allen Plattformen zu gewährleisten.
12. Neben der Schaffung neuer Angebote und Funktionen sollen auch klare Anleitungen zur Nutzung bereitgestellt werden.
13. Häufig genannte Mängel von Verein24 bedürfen einer Überprüfung; alternative Lösungen oder Anpassungen der Anforderungen sollten in Betracht gezogen werden.

# Auszüge der Workshop Statements

---

✓ E-Mails vom VMB zu den Kreisverbänden - was wird und sollte weitergeleitet werden?

✓ Die Webseiten KVs werden wenig gepflegt und das Design ist eingestaubt.

✓ Handhabung der Technik teilweise komplex – gerade Verein 24 mit Defiziten.

✓ Eigenständigkeit der KV Webseiten – braucht es eigene Seiten oder „nur“ Bereiche im Rahmen der VMB Präsenz.

✓ Optische und inhaltliche Qualität im Ehrenamt schwierig. Mehr Vorlagen und Konzepte vom VMB notwendig.

✓ Brauchen wir eine App und welchen Mehrwert müsste sie bieten?!

# Auszüge der Workshop Statements



Der Musiker im einzelnen weiß oft nichts vom VMB und im Zweifel auch nicht vom KV.



App Funktionalität wie bei „Konzertmeister“.



Wo werden Daten abgelegt und verfügbar gemacht?! Cloud und Co.



Downloadbereich wie Noten, Hörbeispiele, usw.um den Bildungsauftrag zu unterfüttern.



Inhalte vom VMB können auf die KV Seiten, aber es braucht ein klares Konzept.



Inklusion / Barrierefreiheit?!

# Auszüge der Workshop Statements

---



Wie kann man die Leute qualifizieren für Webseite, SoMe, Verein24, Office 365 usw.



Verbandsprozesse noch besser visualisieren – Reisekosten, Förderungen, Ehrungsanträge, etc.



Nicht nur Angebot darstellen, sondern auch die Anleitung anbieten.



Unklare Verantwortlichkeiten und komplizierte Prozesse führen zu Verzögerungen und Fehlkommunikation.



Digital weniger affine Mitglieder können Schwierigkeiten haben, neue Systeme zu adaptieren.



Die Rolle des VMB bei den KVs, den Vereinen und den Musikern stärken.

# Resümee

Im Zuge des Workshops wurden Ideen zur digitalen Transformation des VMB mit Schwerpunkt auf Serviceorientierung für Kreisverbände, Vereine und Musiker diskutiert. Dabei wurde die Notwendigkeit einer zentralen, mobilen und technisch aktuellen VMB-Webseite betont, die als Dreh- und Angelpunkt der Kommunikation fungiert. Die Bedeutung einer einheitlichen Corporate Identity und eines klaren Kommunikationskonzepts wurde unterstrichen, um ein kohärentes Erscheinungsbild zu gewährleisten.

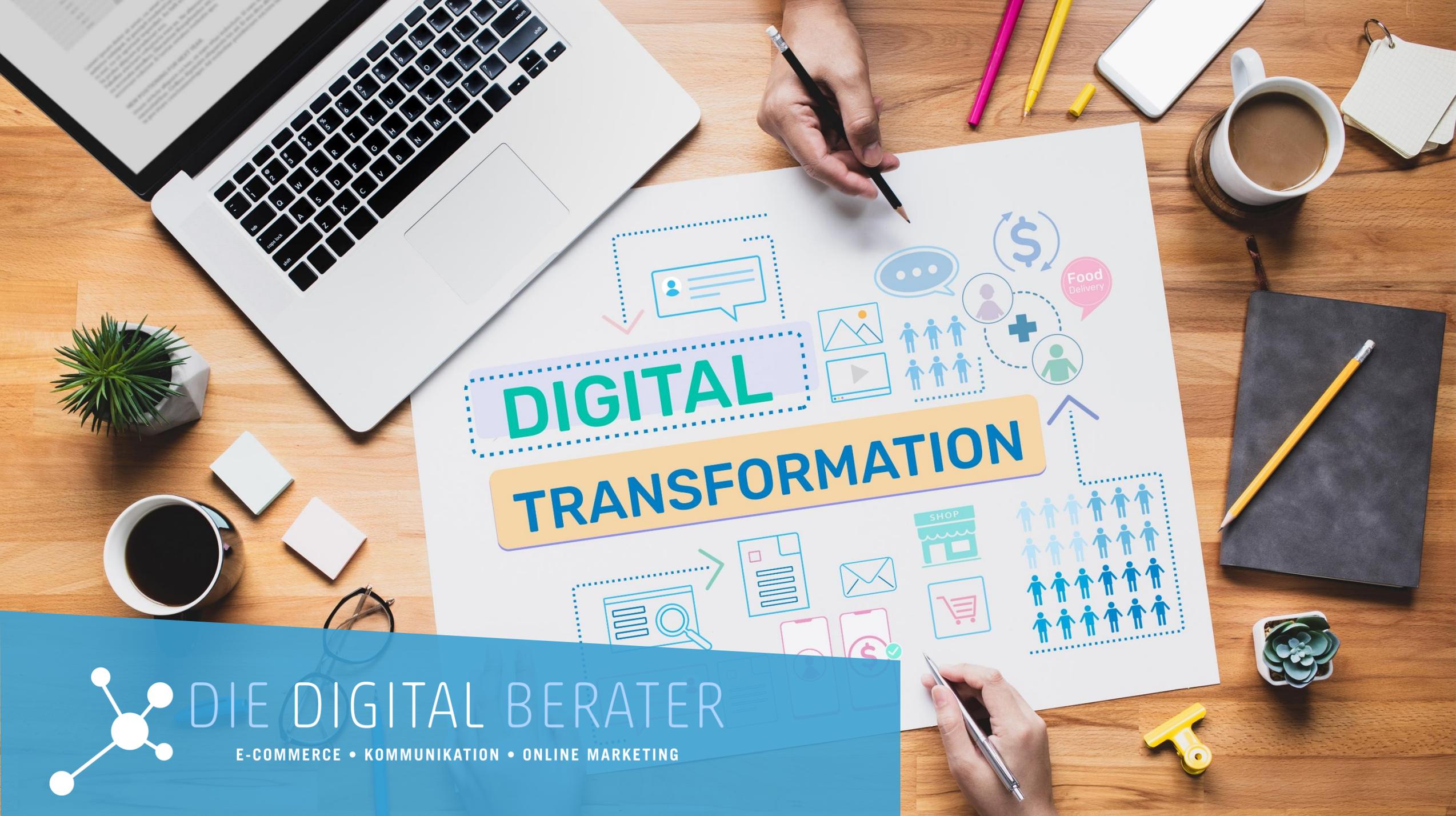
Eine Expansion der Download- und Service-Angebote soll die Verwaltungsprozesse der Vereine erleichtern. Es wurde die Bereitstellung von Content diskutiert, der von den Kreisverbänden effektiv für verschiedene Kommunikationskanäle verwendet werden kann. Die Optimierung der Kommunikationsflüsse zwischen den Kreisverbänden und dem VMB stand im Vordergrund, wobei die mögliche Einführung von Office 365 zur Diskussion stand.

Eine zentrale Herausforderung besteht darin, die Verantwortung für Information und Kommunikation zu definieren und Prozesse zu zentralisieren, um Effizienz und Klarheit zu erhöhen. Es wurde die Notwendigkeit erkannt, multikanale Kommunikationsstrategien zu entwickeln, um maßgeschneiderte Botschaften über diverse Plattformen hinweg zu senden und Anleitungen für die Nutzung digitaler Angebote bereitzustellen. Zusätzlich wurden Defizite bei Verein24 erörtert, und es wurde auf die Dringlichkeit hingewiesen, alternative Lösungen zu bewerten oder Anforderungen anzupassen.

In Bezug auf die Webseiten der Kreisverbände wurden Probleme wie mangelnde Pflege, veraltetes Design und komplizierte Handhabung identifiziert. Die Frage der Eigenständigkeit der Kreisverbandswebseiten wurde ebenso thematisiert wie die Notwendigkeit regionaler Präsenz. Die Teilnehmer erkannten, dass optische und inhaltliche Qualität im Ehrenamt schwer umzusetzen ist und diskutierten, wer diese Aufgaben übernehmen kann.

Es wurde auf die Bedeutung hingewiesen, Workshops und Bildungsangebote zentral zu pflegen und dabei Filter- und Sortierfunktionen zu berücksichtigen.

Das Workshop-Resümee schließt mit der Feststellung, dass die digitale Kommunikation zwischen den verschiedenen Verbandsebenen verbessert werden muss und dass eine klare Definition und Optimierung der Kommunikationswege notwendig ist, um die Verbandsprozesse zu visualisieren und zu modernisieren. Auch die Inklusion und Barrierefreiheit wurden als wichtige Schritte auf dem Weg zu einer erfolgreichen digitalen Transformation betrachtet.



**DIGITAL**

**TRANSFORMATION**



**DIE DIGITAL BERATER**

E-COMMERCE • KOMMUNIKATION • ONLINE MARKETING