

IntraWorlds Member Relationship Management Forum 2009 – Interaktive Mitgliederbindung und –gewinnung im Web 2.0

Das Web als Interaktions- und Bindungsmedium bietet Organisationen neue Chancen in der Mitgliederbindung. Das IntraWorlds Member Relationship Management Forum 2009 bot Verantwortlichen in der Mitgliederbetreuung die Möglichkeit, sich zum Thema Social Communities zu informieren, um in Sachen „Mitmach-Internet“ am Puls der Zeit zu bleiben.

Exklusive Mitglieder-Communities aufbauen und pflegen



Dr. Florian Habermann,
Director Member Solutions, IntraWorlds

„Was ist eigentlich Web 2.0 und wer nutzt es?“ Mit dieser grundlegenden Frage startete Dr. Florian Habermann, Director Member Solutions beim

IntraWorlds Member Relationship Management Forum 2009. Vor allem junge Menschen gehören zu den Spitzenusern von Social Communities und anderen partizipativen Web 2.0-Anwendungen. Neueste Statistiken belegen jedoch, dass sich auch zunehmend ältere Personen aktiv an den Web-Angeboten beteiligen. Die Herausforderung für die Anbieter von Social Communities bestehe deshalb vor allem darin, zielgruppenorientierte Inhalte anzubieten und einen transparenten Dialog mit den Mitgliedern zu führen. „Was bewegt die Mitglieder?“ sollte dabei die leitende Frage sein, so Dr. Habermann. Partizipation, also die aktive Beteiligung der Mitglieder, spielt eine weitere zentrale Rolle, um den Mitgliedern kontinuierlich Anreize für den Besuch einer Community zu geben. Nur dann kann das Hauptziel einer Community – die Bindung der Mitglieder an die Organisation – langfristig erreicht werden.

Webbasierte Zielgruppenbindung bereits bei Schülerinnen und Schülern



Kristiane von Imhoff, Personalreferentin, Fraunhofer-Gesellschaft, und Dr. Florian Habermann, Director Member Solutions, IntraWorlds

In Ihrer Präsentation über das myTalent-Portal der Fraunhofer Gesellschaft berichtete Frau Kristiane von Imhoff, Personalreferentin bei der Fraunhofer-Gesellschaft, über die Erfolgsfaktoren eines sozia-

len Netzwerkes für Schülerinnen und Schüler. Das myTalent-Netzwerk, welches in Zusammenarbeit mit IntraWorlds realisiert wurde, ist seit Mai 2009 erfolgreich in Betrieb und stößt bei den Young-Surfern auf großes Interesse. Frau von Imhoff betonte dabei die Wichtigkeit der zielgruppengenauen Inhalte und intensiven Kommunikation mit den Schülern. Man müsse auf die Interessen der Schülerinnen und Schüler eingehen, ihnen genügend Freiraum lassen und ein breites Spektrum an unterschiedlichen, aktuellen Themen bieten. „Am besten funktionieren sowieso die Blogs, bei denen die Schüler die Themen selbst auswählen – unser Forum explodiert förmlich“, so von Imhoff. Für den Erfolg des Portals ist aber auch die Unterstützung des Managements, der Wissenschaftler, welche sich z.B. für einen Expertenchat zur Verfügung stellen, und auch die der Eltern maßgeblich. Letztere spielen vor allem für den Bereich Datenschutz eine große Rolle, da Schülern unter 18 Jahren der Zugriff zur Community nur unter Einverständnis ihrer Eltern erlaubt ist.

Wie das Web 2.0 die Rolle großer Verbände beeinflusst



Stefan Prasse, Geschäftsführer, VDMA Verlag

Dem Thema soziale Netzwerke im Bereich Verbände widmete sich Stefan Prasse, Geschäftsführer der VDMA Verlag GmbH. Im ersten Teil stellte Herr Prasse den Teilnehmern des Forums dar, welche Rolle Communities für Verbände spielen.

Viele Verbände bieten zwar interaktive Anwendungen wie z.B. ein Forum auf der Website an, haben aber bis jetzt das Potenzial einer exklusiven Community noch nicht erkannt. Es scheint mitunter, als sei der Bedarf an einem Austausch über eine Verbandscommunity nicht vorhanden. Die Gründe dafür sind nicht einfach zu finden. Eine Ursache jedoch könnte die Verhinderung von wettbewerbsverzerrenden Absprachen (z.B. Preisabsprachen) sein, die in einem exklusiven Netzwerk stattfinden könnten. Das Grundproblem sei aber, dass sich Verbände nach wie vor zu wenig mit dem Internet und vor allem mit Web 2.0-Anwendungen auseinandersetzen. Im zweiten Teil seines Vortrages präsentierte Herr Prasse einige Beispiele von Communities unter dem Motto „Was läuft, was läuft nicht?“ – womit er auf großes Interesse bei den Teilnehmern stieß. Eine Community kann nur dann erfolgreich sein, wenn sie wirklich den Verband in seinem Interesse unterstützt, seine Mitglieder zu vertreten, so das Fazit von Herrn Prasse.

Ausbau, Erfolge und langfristige Ziele der KASconnect Alumni Community: So muss ein Online-Netzwerk sein



Dr. Arne Frick, Mitglied & Beirat des Vorstandes, Altstipendiaten der Konrad-Adenauer-Stiftung

Den Abschluss des Forums gestaltete Herr Dr. Arne Frick, Mitglied und Beirat des Vorstandes der Altstipendiaten der Konrad-Adenauer-Stiftung, mit seinem Vortrag über die KASconnect Alumni Communi-

ty. Herr Dr. Frick stellte den Implementierungsablauf der KASconnect Community dar, um den Teilnehmern ein positives Beispiel für den Einsatz von Social Communities zu zeigen. Das Projekt wurde gemeinsam mit IntraWorlds im Mai dieses Jahres realisiert. Obwohl das Netzwerk der KAS bereits nach kurzer Zeit eine hohe Anzahl an Benutzern hatte - Tendenz steigend - betonte Dr. Frick die Wichtigkeit, exklusive Inhalte bereitzustellen und unbedingt auf die Bedürfnisse der Nutzer einzugehen. Außerdem müsse man kontinuierlich an der Verbesserung der Plattform arbeiten, sowohl inhaltlich als auch technisch. Die Betreuung der Community sei ein Fulltime-Job, so Dr. Frick in seiner Präsentation. Im Fokus der künftigen Arbeit stehe somit vor allem, wertvollen Content für die Alumni anzubieten, damit auch in Zukunft ähnliches Feedback, wie „So muss ein Online-Netzwerk sein“, von den Benutzern der Community zu vernehmen ist.

Um die Anwendungen des Web 2.0 gewinnbringend nutzen zu können, müssen Organisationen das Potenzial von exklusiven Sozialen Netzwerken erkennen. Es liegt an der Organisation, sich mit der Betreuung der Mitglieder auseinanderzusetzen und kontinuierlich Anreize für den Besuch einer Community zu schaffen. Das IntraWorlds Member Relationship Management Forum 2009 lieferte den Teilnehmern viele wertvolle Impulse, um dieses Ziel in ihrer täglichen Arbeit zu erreichen.