

Praxisarbeit Karin Keller, Vorstandsmitglied GBMZ

Lehrgang «Management gemeinnütziger Wohnbauträger» 2025/2026

**Digitale Community-Tools (DCT) in
Wohnbaugenossenschaften**
Strategische Überlegungen zur Einführung,
Etablierung und Weiterentwicklung

GBMZ

Inhalt

Inhalt	1
Einleitung	2
Fragestellung	2
Methode	3
Teil 1: Strategische Entscheidungsfelder	3
1. Zweck und Bedarfsklärung.....	3
2. Wahl der Funktionen und des passenden DCT	3
3. Rolle im Kommunikations- und Organisationssystem.....	4
4. Bekanntmachung und Einführung des Tools.....	5
5. Etablieren: Nutzer*innen gewinnen und halten, interne Prozesse festigen	6
6. Messen des Erfolgs und Weiterentwicklung	6
Teil 2: Weiterentwicklung der Lösung der GBMZ	7
Ausgangslage	7
Analyse des aktuellen Stands.....	7
Massnahmen zur Weiterentwicklung	8
Nächste Schritte.....	9
Reflexion und Zusammenfassung	10

Einleitung

In meiner Arbeit setze ich mich mit digitalen Community-Tools (DCT) auseinander. Damit bezeichne ich in dieser Arbeit technische Lösungen, die Nachbarschaften und Mitgliederorganisationen digital vernetzen und organisieren. Sie werden auch als Nachbarschaftsapps oder Communityplattformen bezeichnet; Beispiele sind Flink oder beUnity.

Die vorliegende Arbeit besteht aus zwei Teilen. Im ersten Teil entwickle ich einen strategischen Rahmen: Welche Überlegungen müssen Wohnbaugenossenschaften anstellen, die ein DCT einführen, etablieren und weiterentwickeln wollen? Im zweiten Teil schaue ich mir konkret die Situation der GBMZ an, bei der ich als Vorstandsmitglied in den Kommissionen für Kommunikation und Soziales tätig bin. Ich wende den im ersten Teil entwickelten strategischen Rahmen auf die Lösung der GBMZ an und formuliere Empfehlungen für die Weiterentwicklung.

Die Arbeit soll einerseits Wohnbaugenossenschaften, die ein DCT einführen wollen, Inspiration und strategische Anhaltspunkte bieten. Andererseits soll sie der GBMZ als Grundlage für die Weiterentwicklung ihres DCT dienen.

Fragestellung

Im Zuge der Digitalisierung wurden in den letzten Jahren Apps und digitale Lösungen entwickelt, um eine Vielzahl von Bedürfnissen zu befriedigen. Auch in Wohnbaugenossenschaften halten digitale Hilfsmittel Einzug. Sie haben unter anderem zum Ziel, die Kommunikation zwischen Mieterschaft und Verwaltung sowie das Gemeinschaftsleben zu verbessern oder Verwaltungsaufgaben zu vereinfachen.

Um ein DCT gewinnbringend zu nutzen, müssen zentrale strategische Fragen geklärt werden:

1. Welchen Zweck soll das DCT erfüllen und welche Bedürfnisse soll es befriedigen?
2. Welche Funktionen sind dafür notwendig und welches Tool eignet sich?
3. Welche Rolle nimmt das DCT im Kommunikationsmix und in der Organisation ein?
4. Wie wird das DCT bekannt gemacht und eingeführt?
5. Wie gewinnen und halten wir Nutzer*innen?
6. Wie messen wir den Erfolg und welche Schlüsse ziehen wir daraus?

Daraus leitet sich die Fragestellung der vorliegenden Arbeit ab:

Welche strategischen Überlegungen braucht es, um ein digitales Community-Tool in einer Wohnbaugenossenschaft einzuführen, zu etablieren und weiterzuentwickeln?

Methode

Um meine Fragestellung zu beantworten, führte ich Gespräche mit Vertreter*innen verschiedener Genossenschaften, die bereits Erfahrungen mit DCT gemacht haben. Sie sind in Geschäftsstellen und Vorständen bei der Baugenossenschaft Rotach, der Baugenossenschaft Letten, der MBGZ und der GBMZ tätig.

Zudem fließen meine eigenen Erfahrungen als Vorstandsmitglied der GBMZ und als Siko-Mitglied der MBGZ ein. Ergänzend beziehe ich die Studie *Die Rütihof-App: Ein Quartier vernetzt sich digital*. (Birrer et al., 2024) ein.

Teil 1: Strategische Entscheidungsfelder

1. Zweck und Bedarfsklärung

Warum überhaupt ein DCT? Diese Frage steht meist am Anfang, und so einfach sie klingt, so schwierig ist sie bisweilen zu beantworten. Ein DCT ist kein Selbstzweck, sondern soll strategische Ziele wie Transparenz, Mitwirkung oder Effizienz unterstützen.

Dabei gibt es unterschiedliche Erwartungen, zum Beispiel:

- Die **Mitglieder** wünschen sich, das Gemeinschaftsleben mit einem digitalen Tool zu organisieren. Sie kennen das bereits von sozialen Medien sowie anderen Nachbarschaftsapps und Kommunikationstools, insbesondere Whatsapp-Gruppen.
- Die **Geschäftsstelle** erhofft sich eine Vereinfachung der Prozesse in der Bewirtschaftung und im Unterhalt; eine Art Online-Schalter, der die Mitarbeitenden entlastet.
- Der **Vorstand** definiert auf der strategischen Ebene, welche Relevanz Themen wie Kommunikation, Gemeinschaftsförderung und Digitalisierung haben und möchte dies durch ein Tool unterstützen.

Diese Perspektiven gilt es zu klären, zu beurteilen und zu priorisieren. Umfragen unter den Mitgliedern sowie Workshops mit spezialisierten Dienstleistern können dabei helfen.

2. Wahl der Funktionen und des passenden DCT

Die Funktionen eines DCT lassen sich grob drei Bereichen zuordnen: Kommunikation, Gemeinschaft, Verwaltung. Die strategische Priorisierung dieser Bereiche bestimmt die Wahl des Tools und der Funktionen. Wollen wir über das DCT kommunizieren, die Gemeinschaft fördern oder die Bewirtschaftung mit einem

Online-Schalter digitalisieren? Vielleicht ist alles davon wichtig, vielleicht nur Teile davon.

Daraus abgeleitet lässt sich klären, welche Funktionen benötigt werden. Die Möglichkeiten sind vielfältig, etabliert haben sich in Wohnbaugenossenschaften die folgenden:

- **Kommunikation:** Newsfeed mit Infos zu Aktuellem, Veranstaltungskalender, allgemeine Dokumente u. a.
- **Gemeinschaft:** Veranstaltungskalender, Gruppen bilden, Marktplatz, Tauschbörse, Reservationen, Diskussion unter den Mitgliedern u. a.
- **Verwaltung:** Schadenmeldungen, allgemeine Anliegen an die Geschäftsstelle, Download persönlicher Dokumente, Reservationen u. a.

Sind Zweck, Bedarf und Funktionen definiert, erfolgt die Wahl des Tools. Die verschiedenen Tools können in einer tabellenartigen Gegenüberstellung präsentiert werden, um Funktionen und Kosten zu vergleichen.

- Als Branchenstandard hat sich **Flink** etabliert. Diese Lösung wurde von der ABZ und dem WBG initiiert und ist heute gemäss Anbieterangaben bei über 12'000 Bewohnenden im Einsatz. Vorteile von Flink sind die spezifische Ausrichtung auf Wohnbaugenossenschaften, der Vernetzungsgedanke sowie die Möglichkeit, verschiedene Verwaltungsfunktionen zu nutzen.
- Eine andere, oft genutzte Lösung ist **beUnity**. Diese ist nicht genossenschaftsspezifisch, sondern definiert sich generell als Lösung für eine bessere Organisations- und Mitgliederkommunikation. Damit fehlen ihr die genossenschaftsrelevanten Verwaltungsfunktionen.
- Eine weitere Möglichkeit ist es, eine **selbstentwickelte Lösung** zu nutzen. Das hat den Vorteil, dass man (fast) alle Funktionen integrieren kann, die einem wichtig sind. Eine selbstentwickelte Lösung braucht in der Erstellung jedoch einiges an Ressourcen, einerseits finanziell, insbesondere auch personell/konzeptionell.

3. Rolle im Kommunikations- und Organisationssystem

Ein DCT ist kein Ersatz für andere Kommunikationsmittel, sondern Bestandteil des Kommunikationsmix. Üblicherweise kommunizieren Wohnbaugenossenschaften über mehrere Kanäle. Dazu gehören beispielweise:

- Magazin / Newsletter auf Papier
- Aushänge in Treppenhäusern
- Briefe (persönlich adressiert oder in alle Briefkästen verteilt)
- Informationsveranstaltungen und Siedlungsversammlungen
- Elektronische Newsletter oder persönliche E-Mails
- Website und Social Media

Es gilt zu entscheiden, welche Rolle ein DCT im Kommunikationsmix der Genossenschaft einnehmen soll. Die Antwort ist abhängig von finanziellen und personellen Ressourcen sowie von den Bedürfnissen der Mitglieder. Sicher ist: Ein DCT muss genauso wie andere Kanäle laufend bewirtschaftet werden und eine feste Rolle im Kommunikationsmix und in der Organisation erhalten.

Vor der Einführung sollte zudem geklärt werden, wie die Verantwortlichkeiten in Bezug auf das DCT aussehen. Wird es von Fachpersonen im Bereich Kommunikation und/oder Soziales bewirtschaftet, nutzen es alle Hauswart*innen und Bewirtschafteter*innen? Die Antworten hängen von den formulierten Zielen ab.

Zudem gilt es, sich zu überlegen, wie ein DCT aufgebaut werden kann und wie es die Organisation widerspiegelt. Die technisch-konzeptionelle Struktur orientiert sich an der Struktur der gesamten Organisation. In den befragten Genossenschaften haben sich folgende Möglichkeiten gezeigt, wie ein DCT aufgebaut sein kann:

- **Organisationebene:** Informationen und Aktivitäten, die die ganze Genossenschaft betreffen. Hier sind insbesondere Mitarbeitende der Geschäftsstelle, teilweise Vorstandsmitglieder, aktiv.
- **Siedlungsebene:** Infos und Aktivitäten, die eine Siedlung betreffen. Diese werden oft von Sikos geteilt, aber auch Bewohnende und die Geschäftsstelle sind aktiv. Es können auch siedlungsübergreifende Inhalte sein, zum Beispiel durch Interessensgruppen.
- **Gruppenebene:** Siedlungsinterne oder siedlungsübergreifende Interessengruppen, einzelne Hausgemeinschaften. Sie werden oft von Bewohnenden und Sikos gegründet und bewirtschaftet.

In diesem Zusammenhang tauchen weitere, prozessrelevante Fragen auf, die auch die strategische Ebene und Governance-Fragen tangieren: Wer kann in welcher Struktur Beiträge teilen? Welche Beiträge sind erlaubt? Wer moderiert? Wie viel Selbstorganisation und Verantwortung geben wir den Mitgliedern? Wie gehen wir mit Konflikten um?

4. Bekanntmachung und Einführung des Tools

Welche Schritte unternehmen wir, um das DCT bei den Mitgliedern bekannt zu machen und sie in die Handhabung einzuführen?

Der strategisch arbeitende Vorstand hat die Aufgabe, dem DCT die nötige Relevanz zu verleihen und die Rahmenbedingungen für die operative Bekanntmachung und Einführung zu schaffen. Es ist zentral für den Erfolg des DCT, dass ein Nutzen wahrgenommen wird. Gelingt es, den Mitgliedern die Vorteile und den Nutzen aufzuzeigen, sie für das DCT zu begeistern, möglichst viele Mitglieder auf die Plattform «zu locken» und sie mit der Handhabung vertraut zu machen, wird das Tool später gerne genutzt.

Die Massnahmen für die Einführung orientieren sich an üblichen Kommunikations- und Werbemassnahmen. Besonders hervorgehoben werden sollen sogenannte Götti-Systeme, in denen digital-affine Mitglieder anderen mit Rat und Tat zur Seite stehen, sowie verpflichtende Anreize – z. B. das Buchen von Besucherparkplätzen, Gemeinschaftslokalen oder Gästezimmern ausschliesslich über das DCT.

5. Etablieren: Nutzer*innen gewinnen und halten, interne Prozesse festigen

Ist ein DCT eingeführt, wird es selten zum Selbstläufer. Klare Prozesse und Verantwortlichkeiten helfen dabei, ein DCT nachhaltig in der Organisation zu verankern. Es muss beispielweise geklärt werden, wie neue Mitglieder der digitalen Community beitreten und wer bei Fragen zur Verfügung steht (Vorstandsmitglieder, Mitarbeitende der Geschäftsstelle, Siko-Mitglieder, Göttis, Freiwillige).

Mit regelmässigen Erinnerungen, Wettbewerben und Anreizen wird Nutzer*innen das DCT schmackhaft gemacht. Ein DCT muss laufend bewirtschaftet werden, was mit einigem Aufwand verbunden ist. Am Anfang ist es die Aufgabe der Genossenschaft, das Tool lebendig zu halten und regelmässig Beiträge zu teilen – bis es im Idealfall eine kritische Masse an Mitgliedern gibt, die das DCT parallel zur Geschäftsstelle mit Inhalten füllen.

Organisationsintern gilt es sicherzustellen, dass alle Mitarbeitenden das DCT und seine Vorteile kennen, und mit der Handhabung vertraut sind. Wenn das DCT auch Online-Schalter ist, gilt dies insbesondere für die Hauswartung und die Bewirtschaftung.

Es ist eine Herausforderung, ein DCT bei der Zielgruppe zu etablieren. Das zeigen sowohl meine Gespräche als auch die Studie zur «Rütihof-App». Der Mehrwert muss allen Anspruchsgruppen klar sein, es braucht eine kritische Masse an aktiven Nutzer*innen, sodass das Gefühl entsteht, dass «alle» das DCT nutzen (die ganze Siedlung, das Quartier, die Genossenschaft).

6. Messen des Erfolgs und Weiterentwicklung

Ob ein DCT als Kommunikationskanal, zur Gemeinschaftsförderung oder als Online-Schalter genutzt wird: Es muss laufend reflektiert und gegebenenfalls verändert werden.

Die meisten Lösungen bieten einfache Statistiken zum Nutzerverhalten an: Wie viele Mitglieder sind registriert, wie oft loggen sie sich ein, wie aktiv werden einzelne Funktionen genutzt, wie häufig werden Informationen gelesen? Diese Statistiken lassen sich mit anfangs formulierten Zielen vergleichen und die Erfolge so messen.

Daraus wiederum kann die Genossenschaft Weiterentwicklungen ableiten – seien es andere Funktionen, bessere Prozesse oder aktualisierte Ziele.

Teil 2: Weiterentwicklung der Lösung der GBMZ

Ausgangslage

Anlässlich des 100-Jahre-Jubiläums im Jahr 2024 nahm die GBMZ ein Redesign in Angriff. In diesem Rahmen entstand eine neue Website, und das selbstentwickelte DCT «myGBMZ» wurde eingeführt. Es sollte die Entwicklung der Organisation in drei Bereichen unterstützen:

- Stärkung der Kommunikation
- Förderung des Gemeinschaftsgedankens
- Digitalisierung von Verwaltungsprozessen

Die Federführung für die Einführung und Bewirtschaftung lag von Anfang an bei der Geschäftsstelle, wo insbesondere die Fachpersonen für Kommunikation und Soziales/Gemeinschaft die Einführung und Etablierung begleiteten.

Zwei Jahre später ist die GBMZ mit ihrem DCT zufrieden, möchte jedoch dessen Potenzial noch besser ausschöpfen.

Analyse des aktuellen Stands

Ausgehend vom strategischen Rahmen aus Teil 1, beurteile ich die bisherige Entwicklung von myGBMZ:

- **Zweck/Bedarf:** Mitglieder, Geschäftsstelle und Vorstand haben einen klaren Bedarf. Dieser hat sich im Rahmen einer Mitgliederumfrage zur Digitalisierung sowie in strategischen Vorstandsworkshops gezeigt. Der strategische Zweck von myGBMZ ist jedoch unscharf und hat sich über die Zeit und durch personelle Wechsel teilweise verändert.
- **Funktionen/Tool:** Die Kommunikations- und Verwaltungsfunktionen dominieren; die Gemeinschaftsfunktionen sind zwar vorhanden, jedoch wenig sichtbar. Die Schnittstelle zum Verwaltungstool Immotop fehlt. Da die Lösung speziell für die GBMZ entwickelt wurde, können die Funktionen des DCT erweitert werden; dies ist jedoch mit Kosten verbunden und technisch teilweise kompliziert.
- **Rolle im System:** Die interne Nutzung ist noch unterschiedlich ausgeprägt, aktuell wird das DCT v. a. von den Fachpersonen für Kommunikation, Gemeinschaft und Bewirtschaftung, jedoch kaum von der Hauswartung und vom Unterhalt genutzt. Im Kommunikationsmix hat myGBMZ einen festen Platz eingenommen, die Prozesse sind grösstenteils klar, wenn auch nicht bis in alle Details diskutiert.
- **Einführung, Etablierung und Erfolg:** myGBMZ wurde von den Mitgliedern positiv aufgenommen, viele Mitglieder sind registriert und insbesondere die Informationsfunktionen werden rege genutzt. Das DCT wird von den

Verantwortlichen auf der Geschäftsstelle regelmässig bewirtschaftet, Massnahmen zur Bekanntmachung und Verankerung wurden jedoch im letzten Jahr aufgrund knapper personeller Ressourcen nicht ergriffen.

Massnahmen zur Weiterentwicklung

Die Einschätzung oben zeigt, dass es für myGBMZ noch Entwicklungspotenzial gibt. Dieses formuliere ich in vier Bereichen:

1. Strategische Zielsetzung und Rolle im System
2. Bekanntmachung und Kommunikation
3. Technische Verbesserung und Digitalisierung
4. Gemeinschaftsförderung

1. Strategische Zielsetzung und Rolle im System

Im Vorstand soll der Zweck von myGBMZ noch einmal vertieft diskutiert werden. Ursprüngliches Ziel von myGBMZ war es, den «Hauseingang zu digitalisieren», wie es Katarina Wietlisbach, Verantwortliche für Kommunikation, formuliert. Dieses relativ vage Ziel ist nach wie vor gültig, dennoch lohnt es, im Vorstand noch einmal darüber zu sprechen, was man sich von myGBMZ erhofft und wie das mit der Entwicklung der Organisation generell zusammenspielt. Dies auch vor dem Hintergrund personeller Wechsel im Vorstand.

Aus der Diskussion lassen sich dann konkretere strategische Unterziele für die Weiterentwicklung von myGBMZ formulieren. Erste Ziele aufgrund der hier vorliegenden Analyse:

- myGBMZ stärker verankern, sowohl auf der Geschäftsstelle als auch bei den Mitgliedern
- mehr aktive Nutzer*innen und mehr Engagement (durch eigene Beiträge, Interaktionen mit geteilten Beiträgen)
- vermehrte Gemeinschaftsförderung durch das DCT
- Digitalisierung der Prozesse in der Bewirtschaftung durch Anbindung an bestehende Verwaltungstools

2. Bekanntmachung und Kommunikation

Um myGBMZ bei den Mitgliedern zu etablieren, müssen der Nutzen und die Vorteile klarer kommuniziert werden. Es muss gezeigt werden, was die Idee von myGBMZ ist, was man damit alles machen kann und was es bringt. Dafür können konkrete Beispiele und Erfahrungsberichte eingesetzt werden. Als Kommunikationskanäle bieten sich Website, Magazin und allfällige Flyer an.

Damit die Bekanntmachung gelingt, ist insbesondere darauf zu achten, auch Personen anzusprechen, die digital nicht so affin sind und/oder sprachliche Hürden zu überwinden haben.

Neben den klassischen Kommunikationswegen gilt es auch, Sikos und engagierte Bewohner*innen als Multiplikator*innen zu gewinnen.

3. Technische Verbesserungen und Digitalisierung

Von Anfang an war es das Ziel, myGBMZ als Verwaltungstool zu nutzen und die Geschäftsstelle damit zu digitalisieren. Bislang liess sich die Anbindung des Verwaltungstools Immotop aus technischen und sicherheitsrelevanten Gründen nicht realisieren. Hierfür braucht es eine Lösung.

Die Benutzeroberfläche von myGBMZ muss noch attraktiver gestaltet werden, damit einzelne Funktionen besser sichtbar sind. Aktuell gehen Funktionen der Gemeinschaftsförderung, wie z. B. der Marktplatz, optisch unter, die Kommunikationsfunktionen haben dadurch ein grösseres Gewicht. Je nach Zielsetzung müssen Funktionen verändert oder ergänzt werden.

Generell gilt es, die Digitalisierung der gesamten Organisation voranzutreiben und darin die Rolle von myGBMZ klar zu definieren.

4. Gemeinschaftsförderung

Die Gemeinschaftsförderung und die Möglichkeiten der Mitwirkungen sind aktuell im Vorstand vermehrt im Fokus und werden gegenüber den Mitgliedern intensiver kommuniziert. Entsprechend soll auch myGBMZ mehr Fokus auf Gemeinschaftsförderung erhalten und nicht hauptsächlich als Kommunikationstool dienen. Die Grenzen zwischen Kommunikation und Gemeinschaftsförderung sind bisweilen fließend, doch myGBMZ soll als Mitwirkungsgefäss – neben Sikos, AGs und dergleichen – etabliert werden.

Es besteht bereits die Funktion der Gruppen, diese muss nun systematisch eingeführt und promotet werden. Zudem sollen analoge und digitale Massnahmen zur Gemeinschaftsförderung besser verknüpft werden (z. B. Hofgruppen auch in myGBMZ abbilden, Siko-Kommunikation in myGBMZ verlagern, mehr Berichte über Aktivitäten auf myGBMZ).

Nächste Schritte

- Bis Ende Juli 2026: Ziele und Strategie im Vorstand erneut diskutieren und festlegen.
- Bis Ende September 2026: Unterziele und Massnahmen in der Kommunikationskommission und auf der Geschäftsstelle diskutieren und festlegen.

- Ab Oktober 2026: Start der Weiterentwicklung mit Bekanntmachung und technischen Verbesserungen sowie mehr Fokus auf Gemeinschaftsförderung.

Reflexion und Zusammenfassung

Die vorliegende Arbeit liefert Informationen und Erkenntnisse für Wohnbaugenossenschaften, die sich überlegen, ein DCT einzuführen oder ihr bestehendes weiterzuentwickeln. Sie zeigt auf, welche Erfahrungen andere Genossenschaften gemacht haben und bietet die Möglichkeit, voneinander zu lernen. Aus den Gesprächen haben sich sechs Entscheidungsfelder herausgeschält, die es aus strategischer Perspektive zu bearbeiten gilt. Diese sind im ersten Teil der Arbeit aufgeführt.

Das Praxisbeispiel myGBMZ habe ich im zweiten Teil anhand dieser sechs Entscheidungsfelder beurteilt und für die Weiterentwicklung wichtige Erkenntnisse gewinnen können:

- Die strategische Zielsetzung ist das Fundament für alle späteren Schritte, darf aber auch überprüft und entwickelt werden.
- Bekanntmachung und Kommunikation sind enorm wichtig und eine andauernde Aufgabe.
- Die Digitalisierung stellt Organisationen vor grosse Herausforderungen, ein DCT kann einen Beitrag leisten, ist jedoch nur ein Teilelement, diese zu bewältigen.

Zusammenfassend gelange ich zur Erkenntnis, dass DCT viele Chancen bieten, als Wohnbaugenossenschaft intensiver zu kommunizieren, die Gemeinschaft zu fördern und die Digitalisierung der Organisation voranzutreiben. Die Studie zur «Rütihof-App» zeigt in Bezug auf die Gemeinschaftsförderung, dass ein DCT sogenannte «weak ties» – flüchtige Begegnungen und lose, vermeintlich unbedeutende soziale Bindungen – stärken kann, soziale Beziehungen fördert und so die Nachbarschaft belebt. Sie weist darauf hin, dass durch ein DCT ein zusätzlicher, virtueller Raum entsteht, der allen offensteht.

In der vorliegenden Arbeit werden zentrale Fragen angesprochen, die Genossenschaften heute beschäftigen:

- Wie informieren wir unsere Mitglieder und wie stellen wir eine transparente, verständliche Kommunikation sicher?
- Wie fördern wir den Gemeinschaftsgedanken und sorgen für eine Vernetzung der Mitglieder untereinander? Wie können wir Mitwirkung fördern?
- Wie nutzen wir die Möglichkeiten der Digitalisierung, ohne dabei Mitglieder auszuschliessen?

Eine wichtige Frage, die in dieser Arbeit zudem angeschnitten wird, ist jene nach der Trennung von operativen und strategischen Fragen. Insbesondere Kommunikation und Soziales/Gemeinschaft sind Felder, in denen diese Unterscheidung nicht immer trennscharf ist. Trotzdem sollte diese Trennung auch hier verteidigt werden.

Die konkreten Massnahmen, um ein DCT einzuführen, zu etablieren und weiterzuentwickeln sind operative Aufgaben und obliegen im Idealfall den Spezialist*innen auf der Geschäftsstelle. Der Vorstand hat die Aufgabe, die Rolle eines DCT im Zusammenspiel mit strategischen Fragen der Digitalisierung, Mitwirkung, Organisationsentwicklung etc. zu definieren. Er muss einem DCT und den damit zusammenhängenden Zielen die nötige Relevanz geben und dafür sorgen, dass Ressourcen zur Verfügung stehen – finanziell, zeitlich und personell.

Das Potenzial von DCT ist gross. Es kann zu einem relevanten Mittel für den Umgang und Austausch mit den Mitgliedern werden und so andere Mittel, insbesondere der «analogen Welt», ergänzen, erweitern und je nachdem ersetzen. Ein DCT beeinflusst die Identifikation der Mitglieder und Mitarbeitenden, die Genossenschaftskultur, die Informationspolitik, das Vertrauen, die Akzeptanz von spezifischen Vorhaben.

Ein DCT ist somit weniger ein digitales Projekt als ein Organisations- und Kulturprojekt und sollte mit der nötigen strategischen Weitsicht entwickelt, eingeführt und bewirtschaftet werden.