



Verbände-Barometer 2015/2016

Ergebnisse einer Umfrage unter deutschen Verbänden
im Dezember 2015

Auf Anfrage ist eine Präsentation der
Ergebnisse bei Gremientagungen
und Versammlungen möglich.

2K-verbandsberatung
Fehrsweg 20
22335 Hamburg
Tel.: 040 – 4711 4027
Fax: 040 – 4711 4028

www.2K-verbandsberatung.de
info@2K-verbandsberatung.de

I. Inhaltsverzeichnis

Verbände-Barometer 2015 -----	1
I. Inhaltsverzeichnis -----	2
II. Einleitung -----	4
III. Einzelergebnisse -----	6
a) Der Einfluss auf nationale Politik und Verwaltung 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2014 und 2015-----	6
b) Die Notwendigkeit der Beteiligung an den jeweiligen europäischen Dachverbänden, um nationale Interessen erfolgreich zu vertreten 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2014 und 2015-----	8
c) Die Probleme bei der Verbandsfinanzierung 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2014 und 2015-----	10
d) Die Bedeutung von Mitgliedsbeiträgen zur Verbandsfinanzierung 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2014 und 2015-----	12
e) Die Bedeutung von Fördermitteln zur Verbandsfinanzierung 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2014 und 2015-----	14
f) Die Bedeutung von Dienstleistungen gegen Entgelt zur Verbandsfinanzierung 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2014 und 2015-----	16
g) Die Bedeutung von Weiterbildungsmaßnahmen zur Verbandsfinanzierung 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2014 und 2015-----	18
h) Die Bedeutung von Sponsoring zur Verbandsfinanzierung 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2014 und 2015-----	20
i) Der Organisationsgrad 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2014 und 2015--	22
j) Die Bedeutung der Durchführung von Weiterbildung als Arbeitsfeld 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2104 und 2015-----	24
k) Die Bedeutung des QM (auch ohne Zertifizierung) 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2014 und 2015-----	26
l) Die Bedeutung von langfristiger, strategischer Planung 2015 sowie im Vergleich zu 2006, 2008, 2012, 2014 und 2015-----	28
m) Die Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2104 und 2015-----	30
n) Die Bedeutung von ehrenamtlicher Mitarbeit 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2014 und 2015-----	32
o) Die aktive Nutzung von Social Media wie Facebook, Twitter, Xing, usw. als Kommunikationswege 2015 sowie im Vergleich zu 2011, 2013, 2014 und 2015-----	34
IV. Vergleiche der Einzelergebnisse nach dem Organisationsgrad der Verbände -----	36
a) Vergleich des eingeschätzten Einflusses auf die nationale Politik und Verwaltung nach dem Organisationsgrad der Verbände-----	36
b) Vergleich der eingeschätzten Notwendigkeit zur Beteiligung an den jeweiligen europäischen Dachverbänden, um nationale Interessen erfolgreich zu vertreten, nach dem Organisationsgrad der Verbände-----	39
c) Vergleich der Probleme bei der Verbandsfinanzierung nach dem Organisationsgrad der Verbände-----	42

d) Vergleich der Bedeutung von Mitgliederbeiträgen für die Verbandsfinanzierung nach dem Organisationsgrad der Verbände-----	45
e) Vergleich der Bedeutung von Fördermitteln für die Verbandsfinanzierung nach dem Organisationsgrad der Verbände -----	48
f) Vergleich der Bedeutung von Dienstleistungen gegen Entgelt für die Verbandsfinanzierung nach dem Organisationsgrad der Verbände -----	51
g) Vergleich der Bedeutung von Weiterbildungsmaßnahmen für die Verbandsfinanzierung nach dem Organisationsgrad der Verbände-----	54
h) Vergleich der Bedeutung von Sponsoring für die Verbandsfinanzierung nach dem Organisationsgrad der Verbände -----	57
i) Vergleich der Bedeutung der Durchführung von Weiterbildungsmaßnahmen nach dem Organisationsgrad der Verbände -----	60
j) Vergleich der Bedeutung des Qualitätsmanagements nach dem Organisationsgrad der Verbände -----	63
k) Vergleich der Bedeutung von langfristiger, strategischer Planung nach dem Organisationsgrad der Verbände -----	66
l) Vergleich der eingeschätzten Notwendigkeit zur organisatorischen Straffung nach dem Organisationsgrad der Verbände -----	69
V. Vergleich der Ergebnisse aus Querauswertungen -----	72
a) Vergleich der Ergebnisse hinsichtlich der Probleme bei der Verbandsfinanzierung und der Bedeutung von Fördermitteln für die Verbandsfinanzierung -----	72
b) Vergleich der Ergebnisse hinsichtlich der Probleme bei der Verbandsfinanzierung und der Bedeutung von Dienstleistungen gegen Entgelt für die Verbandsfinanzierung -----	75
c) Vergleich der Ergebnisse hinsichtlich der Probleme bei der Verbandsfinanzierung und der Bedeutung von Weiterbildungsmaßnahmen für die Verbandsfinanzierung-----	78
d) Vergleich der Ergebnisse hinsichtlich der Probleme bei der Verbandsfinanzierung und der Bedeutung von Sponsoring für die Verbandsfinanzierung -----	81
e) Vergleich der Ergebnisse hinsichtlich der Probleme bei der Verbandsfinanzierung und der Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur -----	84
f) Vergleich der Ergebnisse hinsichtlich der Bedeutung des Qualitätsmanagements und der Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur -----	87
g) Vergleich der Ergebnisse hinsichtlich der Bedeutung von langfristiger, strategischer Planung und der Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur -----	90
h) Vergleich der Ergebnisse hinsichtlich der Nutzung von Social Media und dem Einfluss auf die nationale Politik und Verwaltung-----	93
i) Vergleich der Ergebnisse hinsichtlich der Nutzung von Social Media und der Bedeutung von Sponsoring für die Verbandsfinanzierung-----	95
j) Vergleich der Ergebnisse hinsichtlich der Nutzung von Social Media und dem Organisationsgrad der Verbände-----	97
VI. Fazit -----	99

II. Einleitung

Nachfolgend präsentieren wir Ihnen die diesjährigen Ergebnisse des seit 2003 alljährlich von uns, der 2K-verbandsberatung, durchgeführten „**Verbände-Barometers**“.

Hierbei handelt es sich um eine Umfrage insbesondere unter deutschen, nationalen Wirtschafts- und Sozialverbänden im Dezember 2015.

Selbstverständlich steht es auch allen anderen Verbänden offen, sich daran zu beteiligen. Wir freuen uns über jeden Teilnehmer. Den Fragebogen stellen wir jedes Jahr auf unserer Homepage www.2K-verbandsberatung.de zum Download bereit. Sie können uns auch anrufen oder uns eine Mail schicken, dann senden wir Ihnen den Fragebogen gerne zu.

Gefragt wurde nach Bewertungen zu Fragen des Verbandswesens für das Jahr 2015. Es handelt sich bei den Fragen um die gleichen wie im letzten „Verbände-Barometer“.

Es ist eines der Ziele des „Verbände-Barometers“, einen Trend, eine langfristige Entwicklung aufzuzeigen. Aus diesem Grund haben wir Ihnen in **Kapitel III** nicht nur die aktuellen Zahlen für 2015, sondern auch die Zahlen aus 2004, 2008, 2012 und 2014 zum Vergleich gegenübergestellt.

Hierbei berücksichtigen Sie bitte, dass die Prozentzahlen eingeschränkt vergleichbar sind, da nicht exakt die gleiche, aber doch ähnliche Zahl an Verbänden in beiden Jahren teilgenommen hat.

In **Kapitel IV** finden Sie Vergleiche der Einzelergebnisse nach dem Organisationsgrad der Verbände ausgewertet.

Um Ihnen ein umfassenderes Bild der Verbandslandschaft zu vermitteln, haben wir einige betrachtenswerte und aussagefähige Querauswertungen vorgenommen. Die Vergleiche der Ergebnisse aus Querauswertungen finden Sie im **Kapitel V**.

In **Kapitel VI** wird ein Fazit gezogen.

Ergänzend hierzu finden Sie im Internet auf unserer [Homepage](#) auch alle weiteren Ergebnisse und Zahlen, die wir ausgewertet haben auf einzelnen Charts.

Wir danken allen Mitarbeitern der Verbände, die sich die Mühe gemacht haben, den Fragebogen zu beantworten und besonders denjenigen, die sich nun bereits seit mehreren Jahren regelmäßig beteiligt haben. Und denken Sie daran: Das nächste „Verbände-Barometer“ kommt bestimmt! Durch eine regelmäßige Teilnahme ermöglichen Sie das Aufzeigen von Trends und Entwicklungen.

Wie immer freuen wir uns über Ihre Anregungen, Ergänzungen und Fragen, die Sie uns gerne mitteilen können.

Selbstverständlich können Sie die Zahlen und Diagramme in Ihrem Verband verwenden. Dabei wäre es nett, wenn Sie uns als Quelle angeben würden.

Zum Schluss noch zwei Hinweise:

Nicht alle Prozentzahlen ergeben zusammen immer genau 100%. Ein Grund hierfür sind Rundungen, ein anderer, dass wir die Kategorie „o.A.“ also ohne Angabe, aus Gründen der Übersichtlichkeit weggelassen haben, wofür wir um Ihr Verständnis bitten.

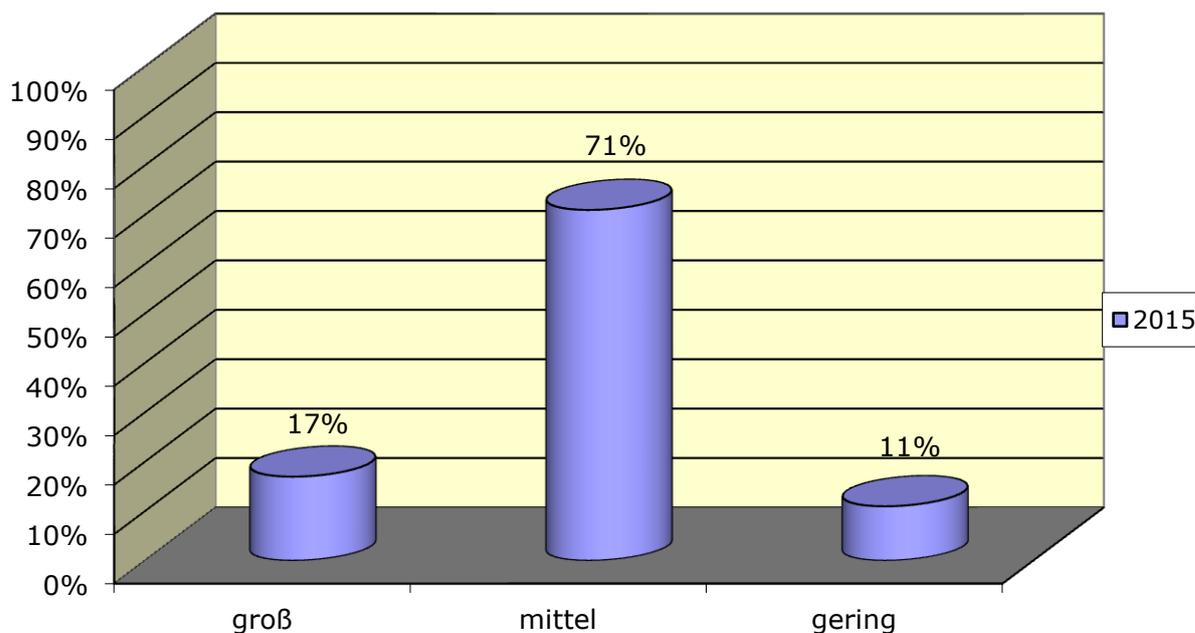
Wie bereits im vergangenen Jahr haben wir nicht nur Wirtschaftsverbände befragt, sondern auch Verbände aus den Bereichen: Sport, Wissenschaft, Kultur und Soziales.

Ihre 2K-Verbandsberatung
Karen Konopka & Heiko Klages

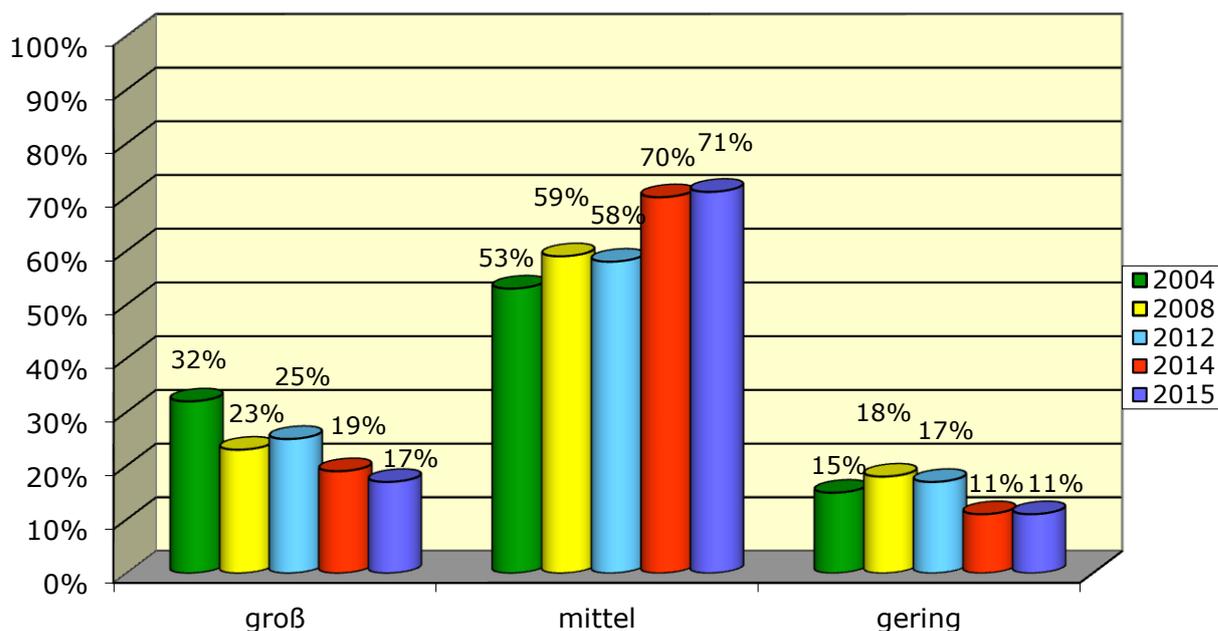
III. Einzelergebnisse

a) Der Einfluss auf nationale Politik und Verwaltung 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2014 und 2015

Der Einfluss der Verbände auf die nationale Politik und Verwaltung ist...



Der Einfluss der Verbände auf die nationale Politik und Verwaltung ist...



Nach wie vor ist Lobbying eine Hauptaktivität der Verbände. Jedoch meinen lediglich 1/6 der befragten Verbände, dass ihr Einfluss auf die nationale Politik und Verwaltung „groß“ ist. Diese Zahl sinkt seit Jahren deutlich, 2004 von 32% auf jetzt nur noch 17% in 2015.

Die deutliche Mehrheit von 71% schätzt ihren Einfluss als „mittel“ ein. Der „gefühlte“ Einfluss auf die Politik ist also nicht stark ausgeprägt. Dennoch betonen Politiker stets, dass Verbände und deren Wissen wichtig und unerlässlich sind. So stellt sich die Frage: Gibt es eine Diskrepanz zwischen „gefühltem“ und „realem“ Einfluss? Oder findet man tatsächlich kein angemessenes Gehör in der Politik?

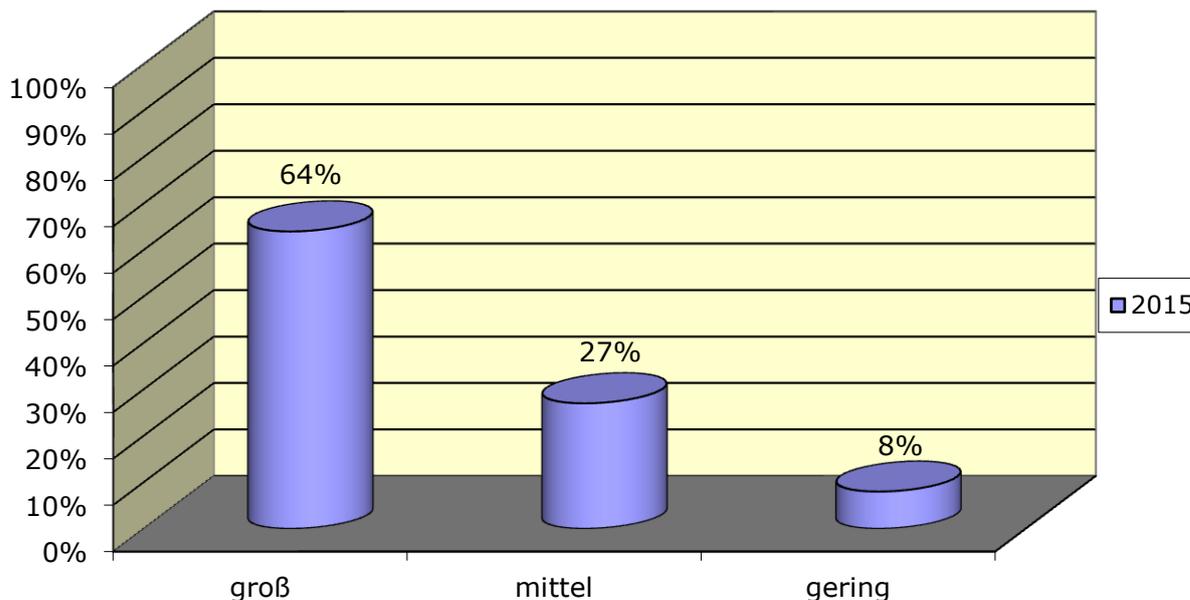
Immerhin: Nur 11% fühlen sich gar nicht berücksichtigt. Dieser Wert hat sich somit auf dem Vorjahresniveau gehalten.

Vergleicht man die Zahlen von 2004 bis 2015, ist festzustellen, dass neben dem deutlichen Absinken in den Bereichen des „großen“ Einflusses, der Anteil von Verbänden, die ihren Einfluss als „mittel“ bezeichnet haben, dagegen fast kontinuierlich steigt.

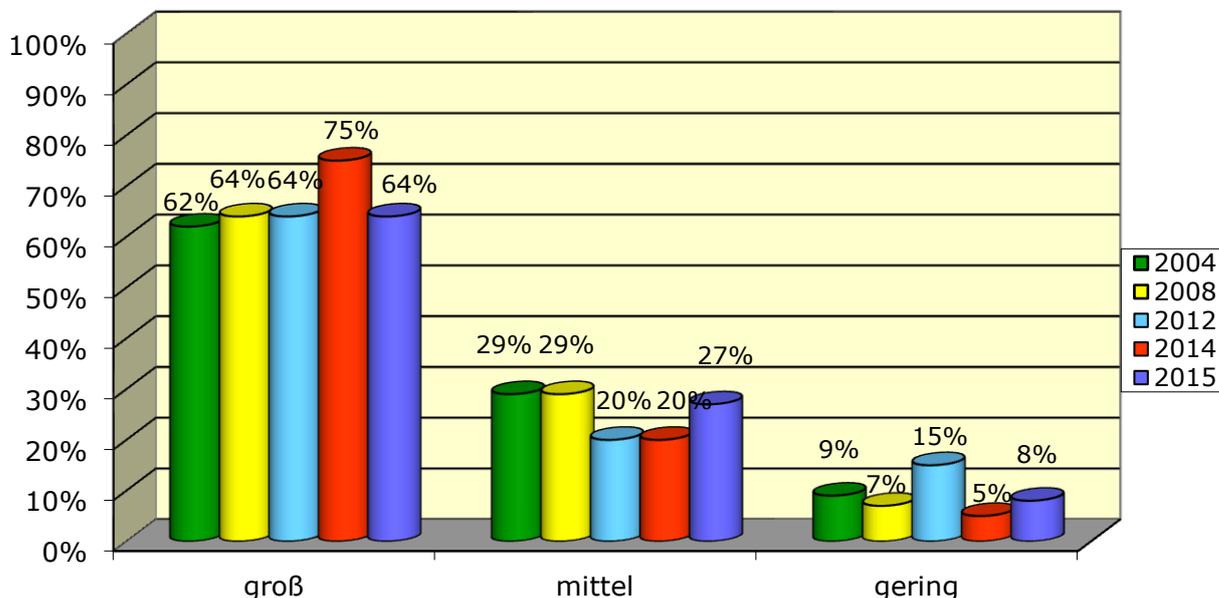
Der Schwerpunkt im Bereich des Lobbyings liegt demnach eindeutig bei einem „mittleren“ Einfluss.

b) Die Notwendigkeit der Beteiligung an den jeweiligen europäischen Dachverbänden, um nationale Interessen erfolgreich zu vertreten 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2014 und 2015

Die Notwendigkeit der Beteiligung an den jeweiligen europäischen Dachverbänden, um nationale Interessen erfolgreich zu vertreten, ist...



Die Notwendigkeit der Beteiligung an den jeweiligen europäischen Dachverbänden, um nationale Interessen erfolgreich zu vertreten ist...



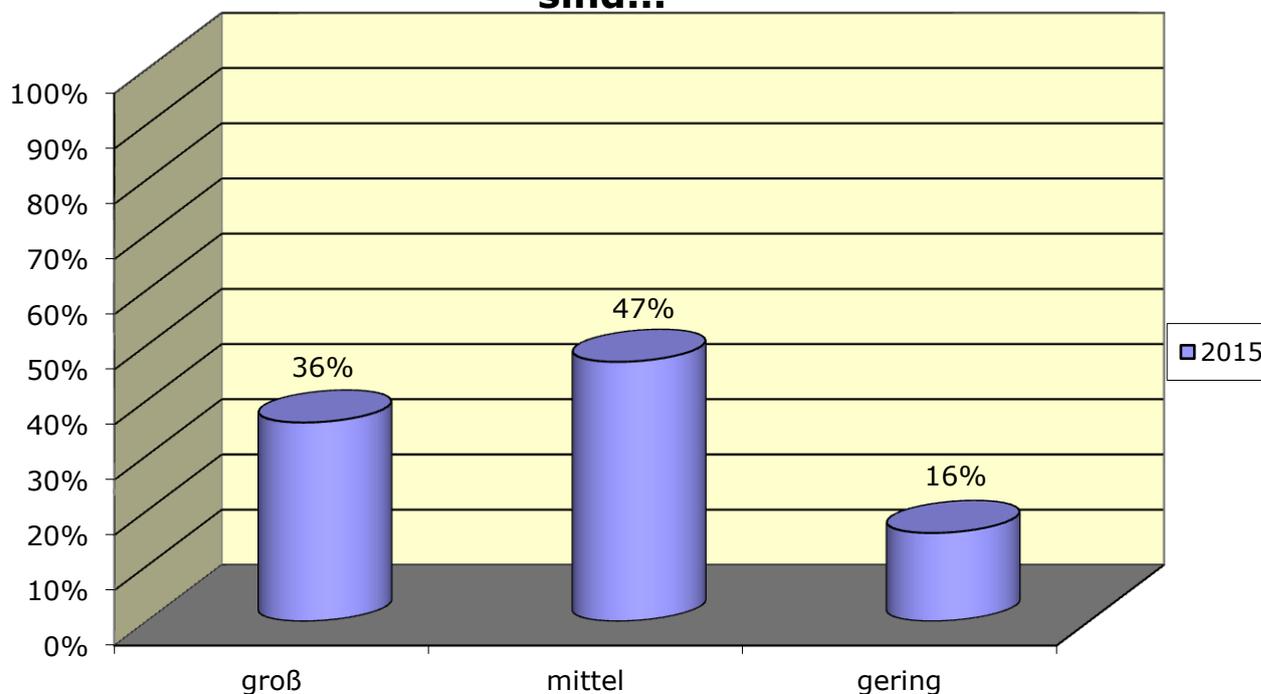
Obwohl es wie auch in den Jahren zuvor dabei bleibt und die Notwendigkeit, sich an den jeweiligen europäischen Dachverbänden zu beteiligen, um nationale Interessen erfolgreich vertreten zu können, von einer deutlichen Mehrheit von 65% als „groß“ angesehen wird, hat sich dieser Wert gegenüber dem Vorjahr mit -10% deutlich verringert. Damit ist die jahrelange Steigerung dieses Wertes gestoppt. Entsprechend steigen dazu die Zahl deren, für die dieses Thema nur von „mittlerer“ (27%) und „geringer“ (8%) Bedeutung ist.

Grund hierfür könnte aufgrund der politischen Situation im Deutschland eine stärkere Fokussierung auf die nationale Interessenvertretung sein. Nichtsdestotrotz bleibt das Thema „Europa“ in allen Bereichen nach wie vor stark vertreten.

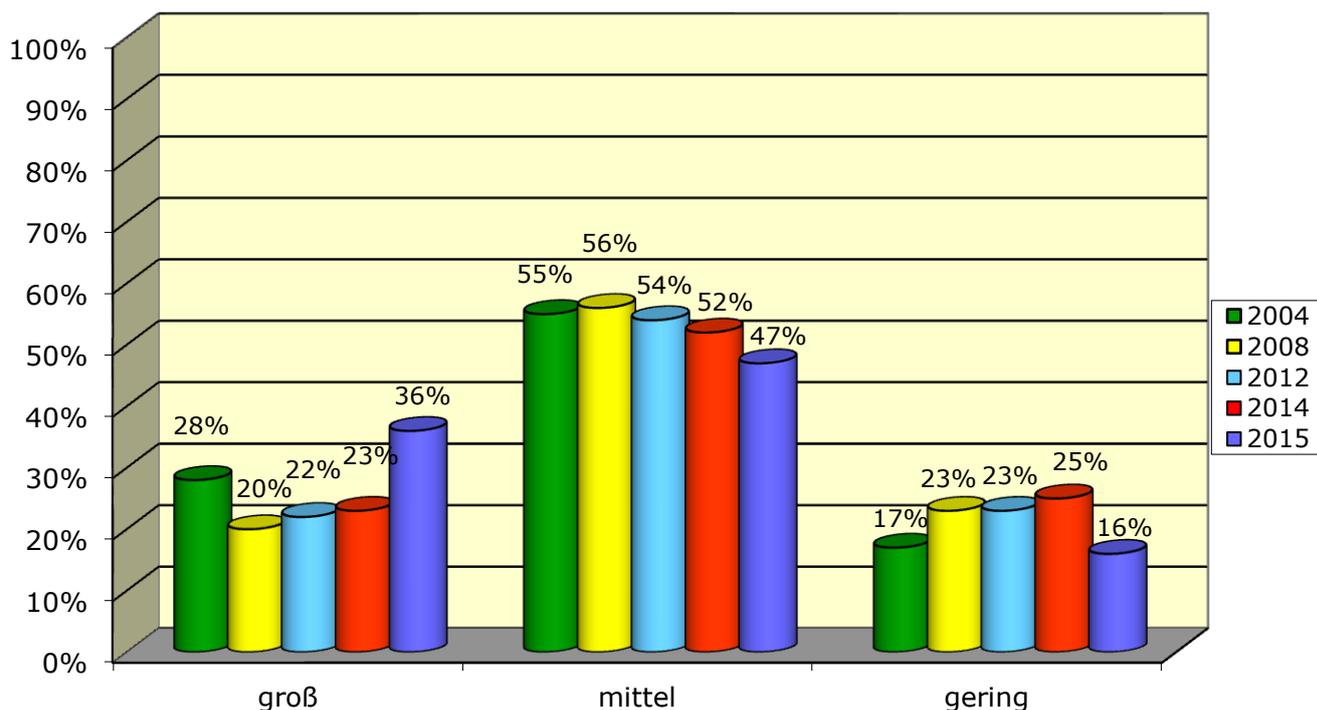
Hinzu kommt, dass in einigen Branchen kein oder nur ein geringer Bezug zu Europa besteht und, dass manche Verbände das Gefühl haben, sowieso nicht angemessen von ihren europäischen Dachverbänden vertreten zu werden.

c) Die Probleme bei der Verbandsfinanzierung 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2014 und 2015

Die Probleme bei der Verbandsfinanzierung sind...



Die Probleme bei der Verbandsfinanzierung sind...



Bei dieser Frage hat sich nach den positiven Veränderungen bis 2008 und einer annähernden Stagnation bis 2014, nun eine drastische Verschlechterung der Entwicklung gezeigt. War die Zahl der Verbände mit „großen“ finanziellen Problemen seit 2004 kontinuierlich gesunken, so war in 2010 bereits ein Anstieg von 20% auf 23% zu verzeichnen, der im Jahr 2012 fast gehalten wurde (-1%), in 2014 wieder auf 23% anstieg. Obwohl für 2015 ein Anstieg auf 27% erwartet wurde, wurden diese Befürchtungen bei Weitem übertroffen. Mit einem Zuwachs von 13% gaben 36% der Verbände an, sich mit „großen“ Finanzproblemen konfrontiert zu sehen. Die Zahl derer, die nur „geringe“ Finanzprobleme haben, lag 2015 noch bei 25%, jedoch liegt der Wert für 2015 nun nur noch bei 16% (-9%).

Scheinbar sind die negativen Prognosen für die finanzielle Lage, die bisher bereits in jedem Jahr abgegeben wurden, erstmalig auch eingetreten und, das in deutlich stärkere Form als befürchtet.

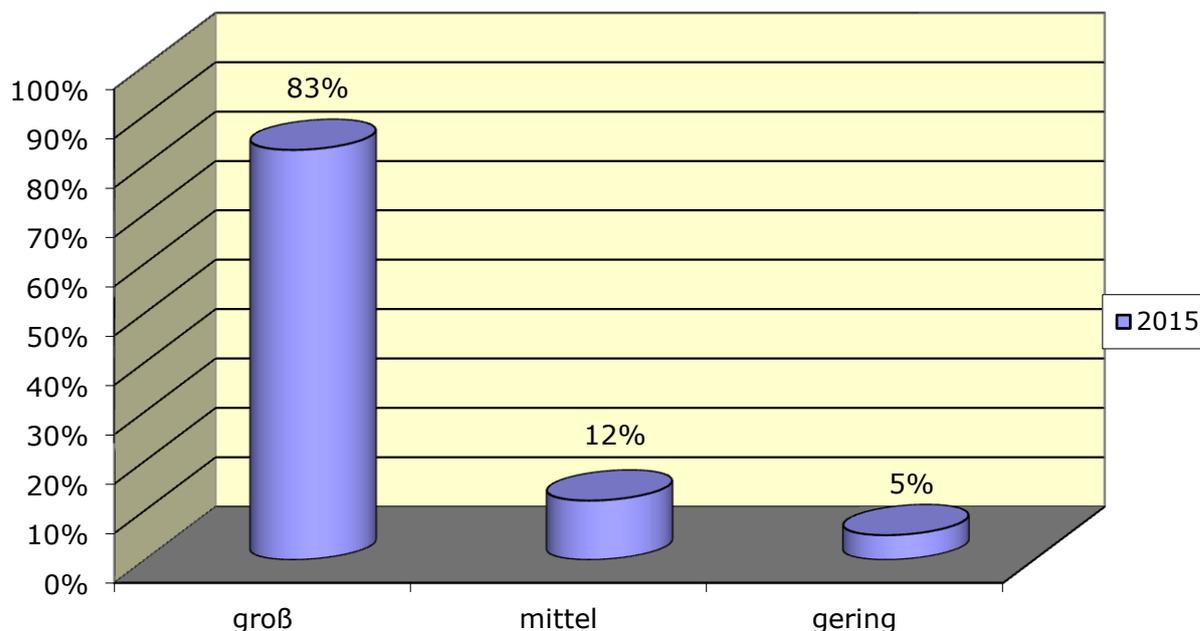
Damit stellt sich die Frage, was zu einer derartigen Verschlechterung der finanziellen Situation der Verbände geführt haben könnte. Die konjunkturelle Lage der deutschen Wirtschaft kann nicht der Grund sein.

Gehen die Einnahmen zurück, z.B. durch sinkende Mitgliederzahlen oder geringer Erlöse im wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb der Verbände oder steigen die Ausgaben in zu großem Maße?

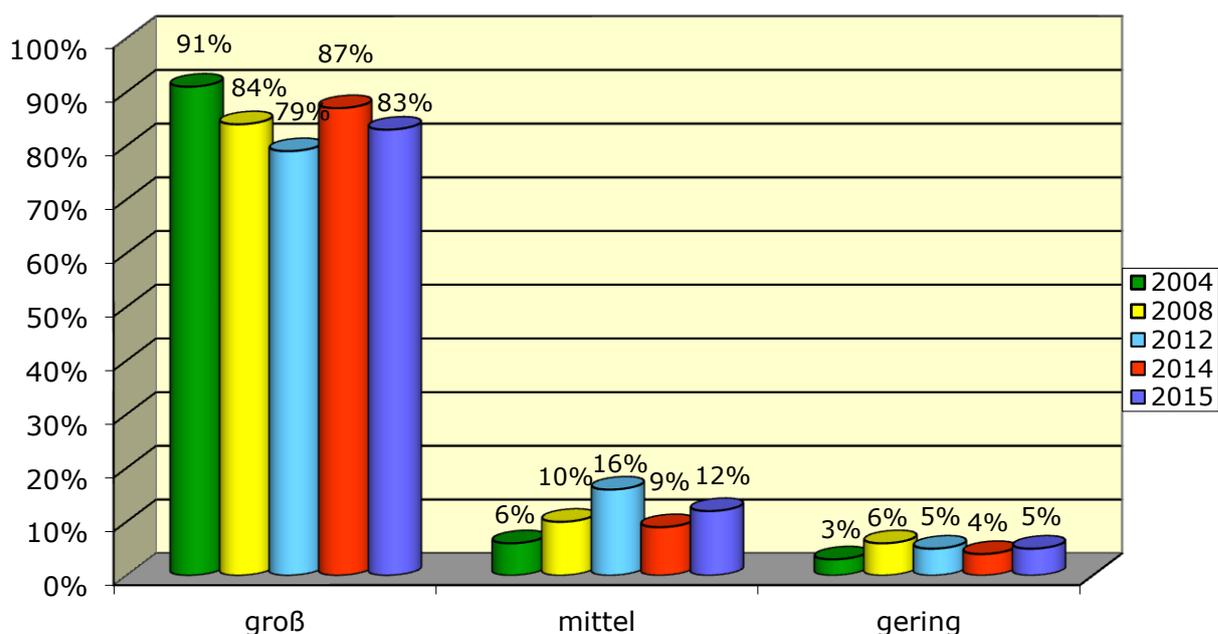
Aktuell hat ein gutes Drittel (36%) der Verbände „große“ Probleme bei der Finanzierung, etwas weniger die Hälfte (47%) bewerten diese als „mittel“ und ein Sechstel (16%) haben hier „geringe“ Probleme.

d) Die Bedeutung von Mitgliedsbeiträgen zur Verbandsfinanzierung 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2014 und 2015

Die Bedeutung von Mitgliederbeiträgen für die Verbandsfinanzierung ist...



Die Bedeutung der Mitgliedsbeiträge für die Verbandsfinanzierung ist...

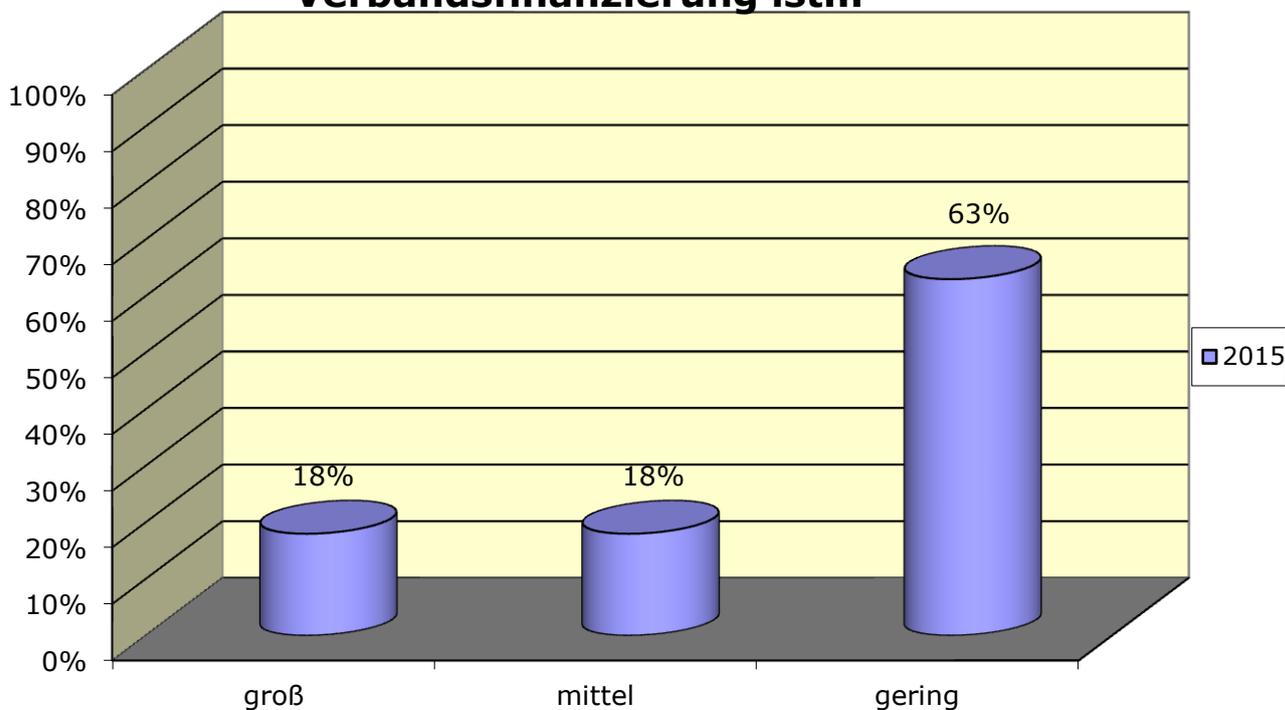


Nach wie vor waren, sind und bleiben Mitgliedsbeiträge die wichtigste Einnahmequelle für die Verbände. Jedoch hat sich deren Bedeutung im Laufe der vergangenen Jahre kontinuierlich von 91% (2004) nochmal auf 79% (2012) verringert, um nach einem Anstieg auf 87% (2014) in diesem Jahr leicht um -4% auf 83% abzusinken.

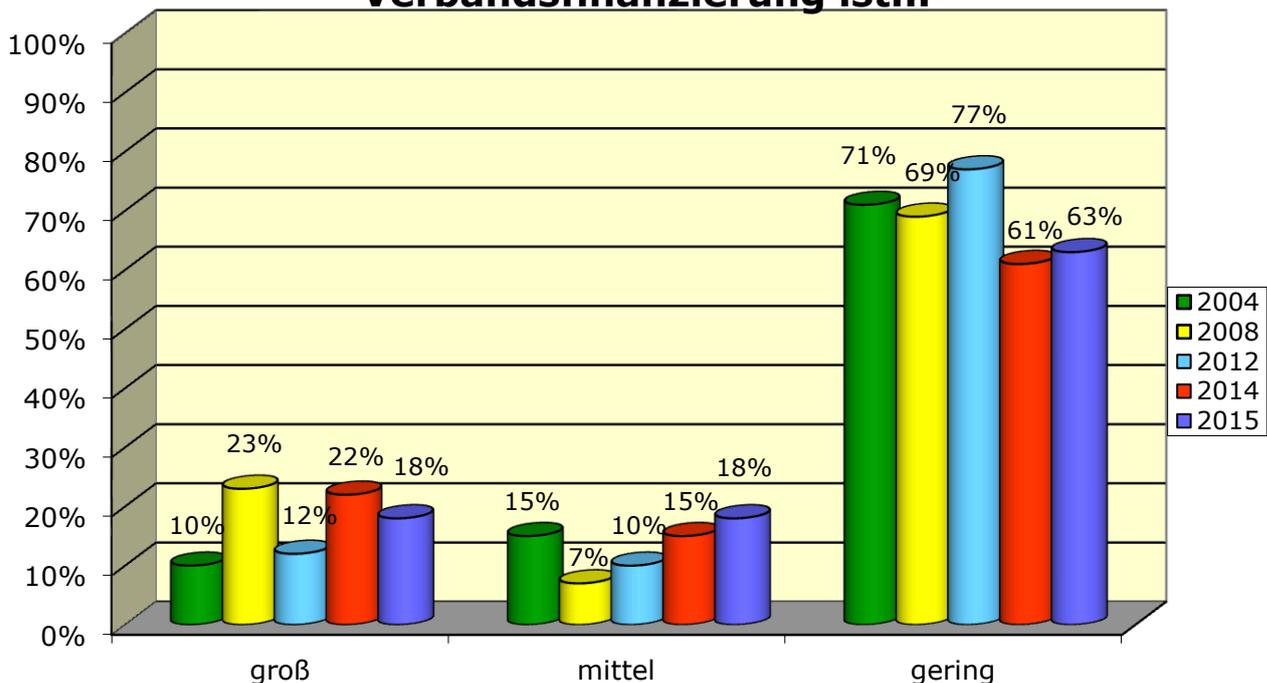
Entsprechend stiegen die Werte in den beiden anderen Kategorien etwas an.

e) Die Bedeutung von Fördermitteln zur Verbandsfinanzierung 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2014 und 2015

Die Bedeutung von Fördermitteln für die Verbandsfinanzierung ist...



Die Bedeutung der Fördermittel für die Verbandsfinanzierung ist...



Immer noch ist die Bedeutung von Fördermitteln bei der Verbandsfinanzierung mit 63% „geringer“ Bedeutung von untergeordneter Rolle. Nach dem signifikanten Abfall des Wertes von in 2014 hat es hier in 2015 einen kleinen Anstieg von 2% gegeben.

Ebenfalls mit +3% leicht angestiegen ist die „mittlere“ Bedeutung und entsprechend leicht gesunken die „große“ Bedeutung auf 18% (-4%).

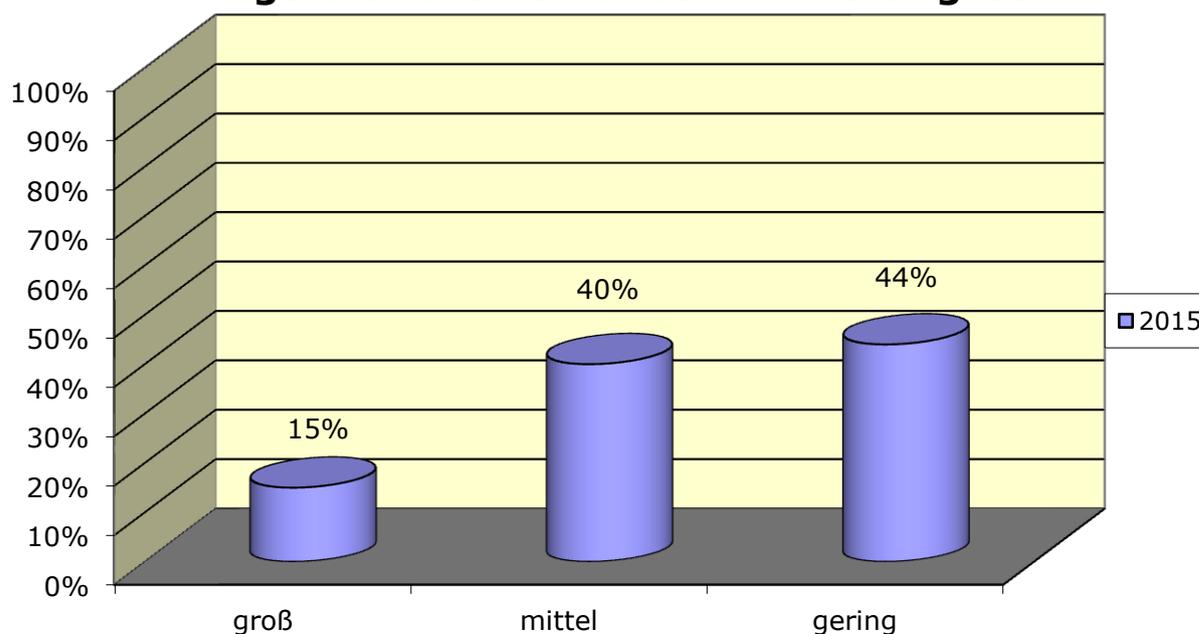
Insgesamt betrachtet gibt es über die Jahre hier zwar durchaus Schwankungen, die aber nie von großer Spannweite sind.

Angesichts der öffentlichen Finanzen dürfte ein langfristig stärkeres Engagement des Staates kaum realistisch sein. Doch scheinen die vorhandenen Fördertöpfe weiterhin genutzt zu werden.

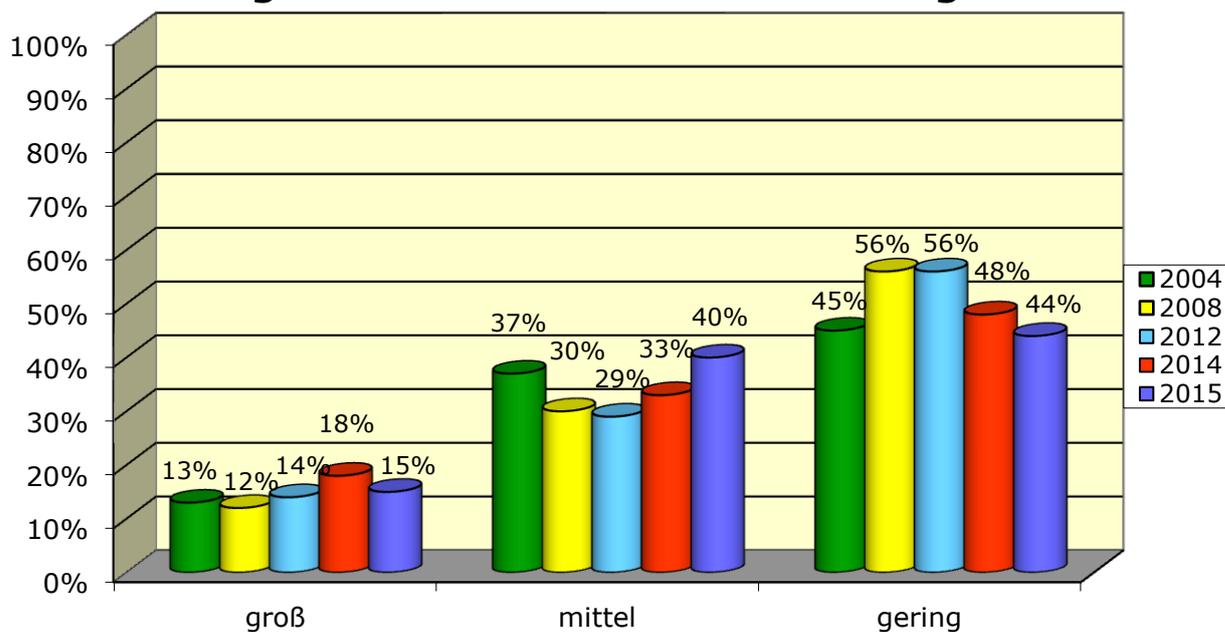
Die Zahlen zeigen es deutlich: Es bleibt dabei, insgesamt setzen die deutschen Verbände nach wie vor auf Eigeninitiative beim Finanzmanagement und nicht auf externe Förderung.

f) Die Bedeutung von Dienstleistungen gegen Entgelt zur Verbandsfinanzierung 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2014 und 2015

Die Bedeutung von Dienstleistungen gegen Entgelt für die Verbandsfinanzierung ist...



Die Bedeutung der Dienstleistungen gegen Entgelt für die Verbandsfinanzierung ist...



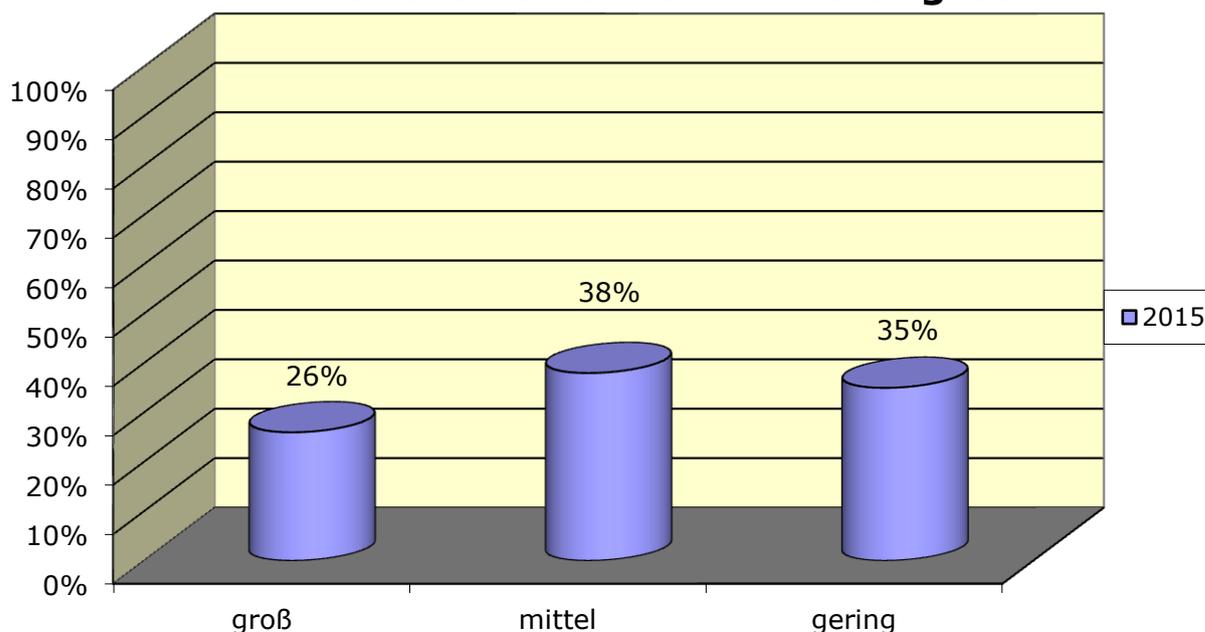
Obwohl 83% der befragten Verbände „große“ und „mittlere“ Probleme bei der Finanzierung haben, bewerten nur 55% der Befragten die Bedeutung von Dienstleistungen gegen Entgelt entsprechend wichtig. Dieser Wert ist im Vergleich zu den vergangenen Jahren weiter angestiegen, jedoch lediglich um jeweils 4%. Dienstleistungen gegen Entgelt werden demnach weiterhin nicht als adäquates Mittel zur Steigerung der Einnahmen angesehen. Ihre Bedeutung unterliegt nur leichten Schwankungen.

Die Zahl der Verbände mit finanziellen Schwierigkeiten ist in 2015 deutlich angestiegen. Der Einsatz von Dienstleistungen gegen Entgelt hat zeitgleich lediglich um 4% zugenommen. Um hier einen Zusammenhang ableiten zu können, ist die Veränderung der Zahlen jedoch zu gering. Nach wie vor werden Dienstleistungen gegen Entgelt nicht in größerem Umfang als Instrument zur Abfederung der monetären Probleme zum Einsatz gebracht. Dies zeigt auch, dass immerhin noch knapp die Hälfte (44%) den Dienstleistungen gegen Entgelt nur eine „geringe“ Bedeutung zumessen.

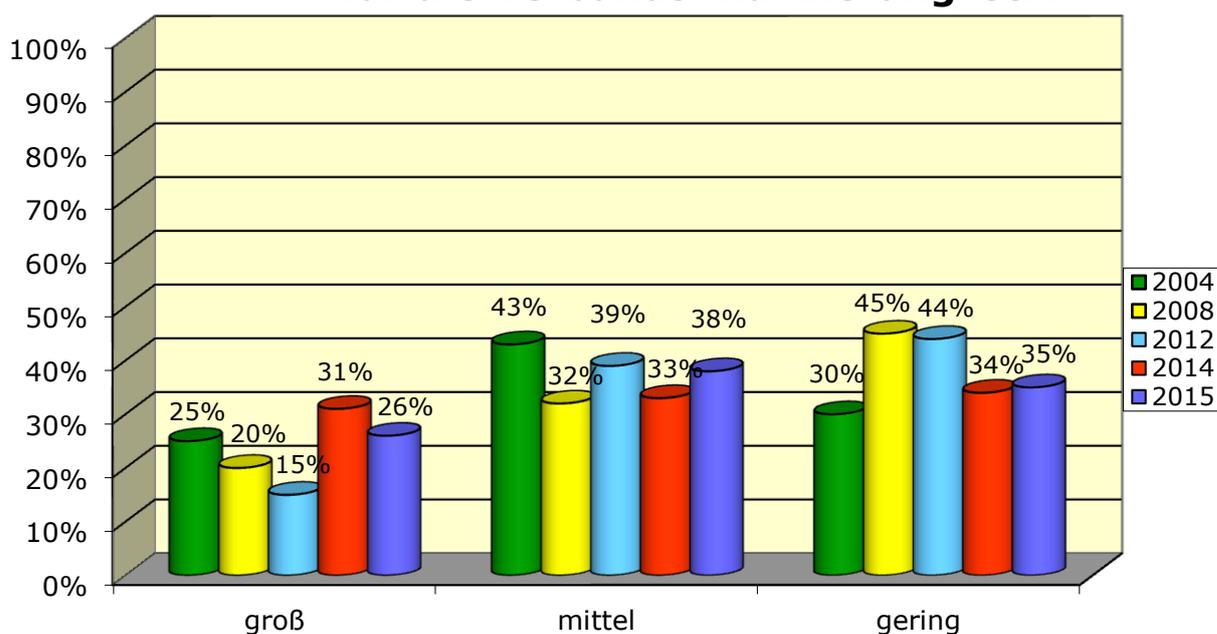
Das Thema Dienstleistungen gegen Entgelt wirft über die Jahre ein geteiltes Echo: Die eine Hälfte nutzt es, die andere nicht. Jedoch zeigen die vergangenen Jahre, dass sich dieses Finanzierungsmittel nicht wirklich im großen Stil etablieren kann.

g) Die Bedeutung von Weiterbildungsmaßnahmen zur Verbandsfinanzierung 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2014 und 2015

Die Bedeutung von Weiterbildungsmaßnahmen für die Verbandsfinanzierung ist...



Die Bedeutung der Weiterbildungsmaßnahmen für die Verbandsfinanzierung ist...



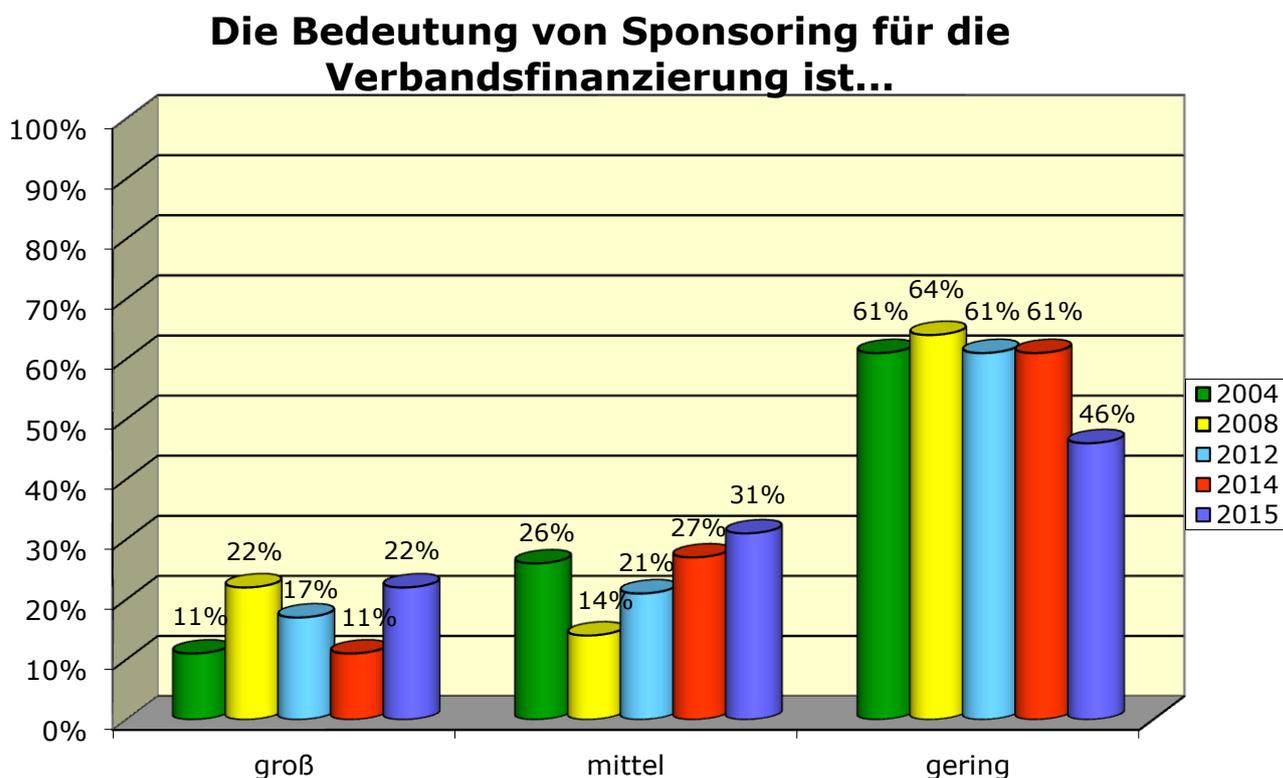
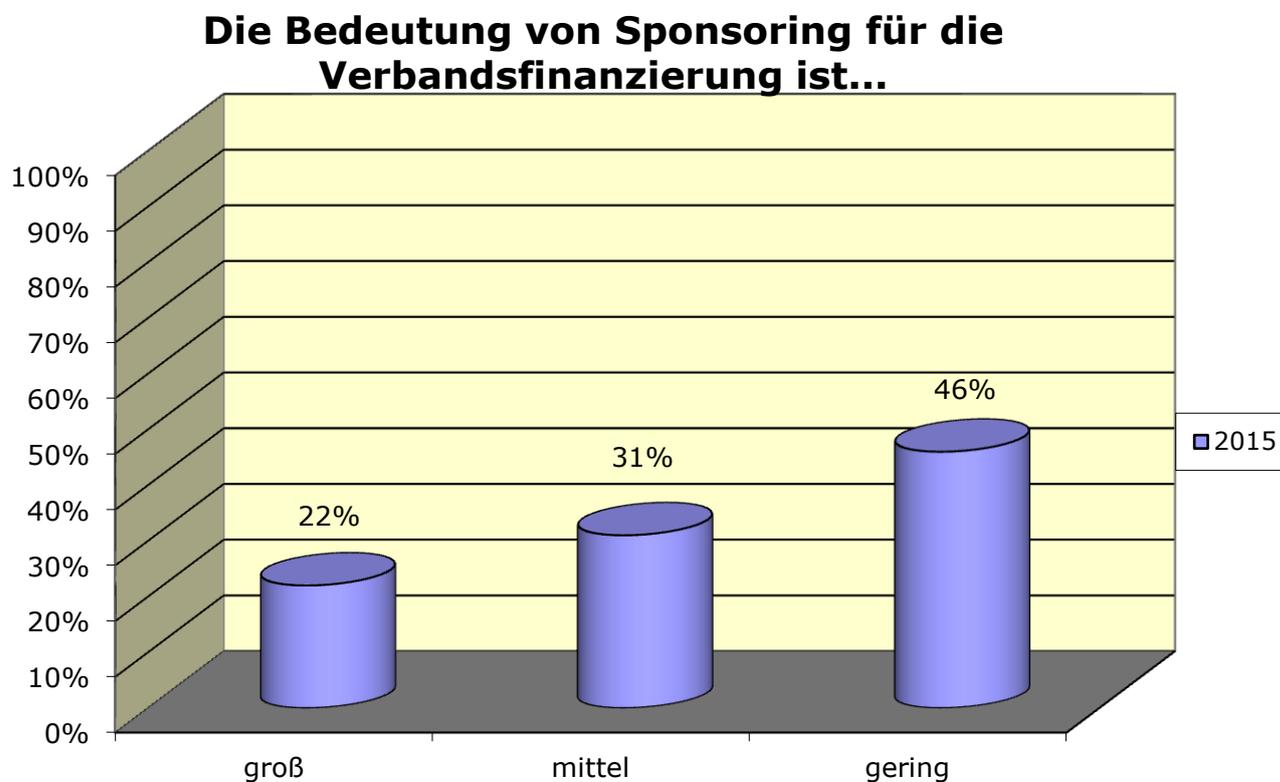
Bei dieser Frage gab es im Laufe der Jahre ein ständiges Auf und Ab. Mal lag die „große“ Bedeutung der Weiterbildungsmaßnahmen bei 31%, in anderen Jahren nur bei 15%. Entsprechend sahen die Werte in den beiden anderen Kategorien aus. In 2006 hatten diese sogar für 58% der Verbände nur noch eine „geringe“ Bedeutung.

Gegenüber den 2014 gab es in 2015 lediglich eine leichte Verschiebung von einer „großen“ Bedeutung hin zu einer „mittleren“ mit +5%.

Insgesamt erweckten die Zahlen bisher den Eindruck, als wenn Verbände sich alle Jahre wieder vornehmen, sich dieses Themas anzunehmen, es dann aber doch wieder nicht konsequent tun.

Aufgrund des demografischen Wandels und dem damit einhergehenden Fachkräftemangel kommt der Aus- und Weiterbildung sicherlich eine immer stärkere Bedeutung zu, was sich dann auch in den Aktivitäten hierzu bei den Verbänden wiederfinden lässt.

h) Die Bedeutung von Sponsoring zur Verbandsfinanzierung 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2014 und 2015



Bei dieser Frage gab es in 2015 die größten Veränderungen.

Bei den Verbänden, für die Sponsoring eine „große“ Bedeutung bei der Verbandsfinanzierung hat, haben sich die Werte verdoppelt: von 11% auf 22%! Hinzu kommt noch ein leichterer Anstieg bei der „mittleren“ Bedeutung von +4% auf 31%. Entsprechend ist der Wert bei der „geringen“ Bedeutung um -15% auf 46% gesunken.

Eine derart drastische Veränderung bei diesen Werten hat es bisher noch nie gegeben.

Nachdem die Bedeutung seit Jahren eher rückläufig ist, trägt nun erstmals für mehr als die Hälfte der Verbände Sponsoring bedeutend zur Verbandsfinanzierung bei.

Hier konnte somit der bisherige Spitzenwert von 2008 wieder erreicht werden, nachdem Sponsoring die vergangenen Jahre ständig an Bedeutung verloren hat. Bisher befand sich das Thema Sponsoring in einem überaus zähen und langsamen Prozess. Es bleibt abzuwarten, ob sich dieser Trend fortsetzt oder zumindest etablieren kann.

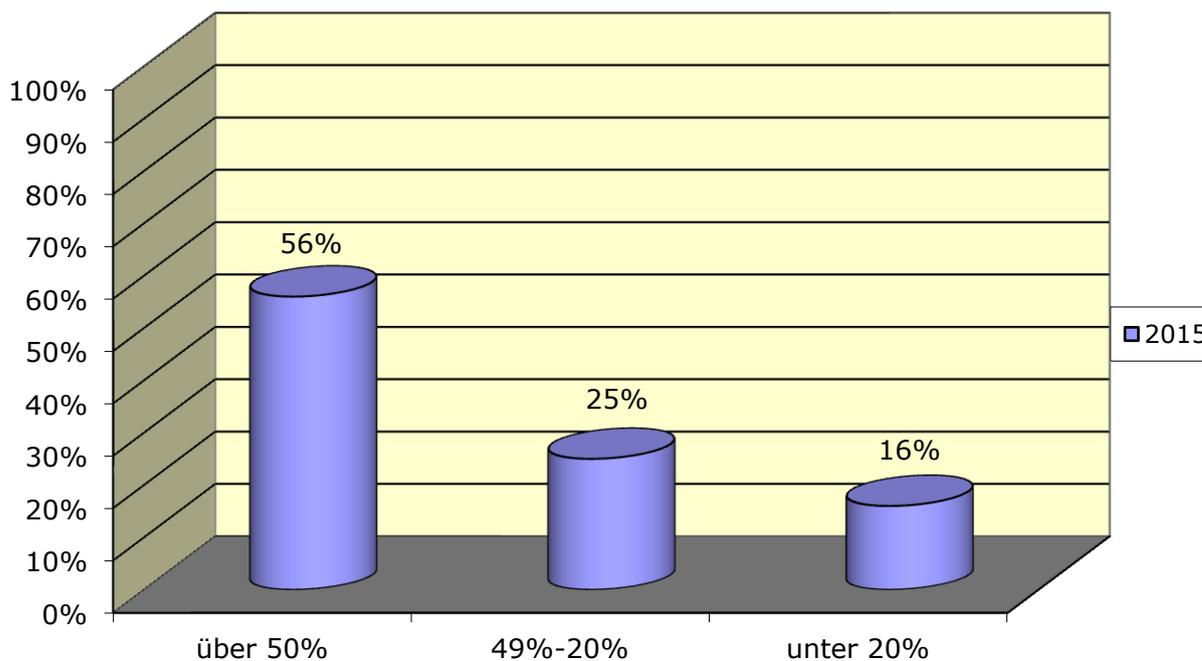
Offensichtlich ist das Thema verstärkt in den Fokus der Verbandsführung gerückt und hat sich einen Platz in der Verbandsfinanzierung erkämpft. Es ist den Verbänden gelungen, sich attraktiv gegenüber potenziellen Sponsoren zu präsentieren, was von den Unternehmen offensichtlich angenommen wurde.

Es wäre wünschenswert, wenn Verbände, die sich bislang noch nicht dieser Finanzierungsquelle zugewandt haben, zukünftig von den Erfahrungen und Kontakten der bereits aktiven Verbände profitieren könnten. Und umgekehrt, vermehrt Sponsoren auch Verbände als potenzielle Partner in Betracht ziehen.

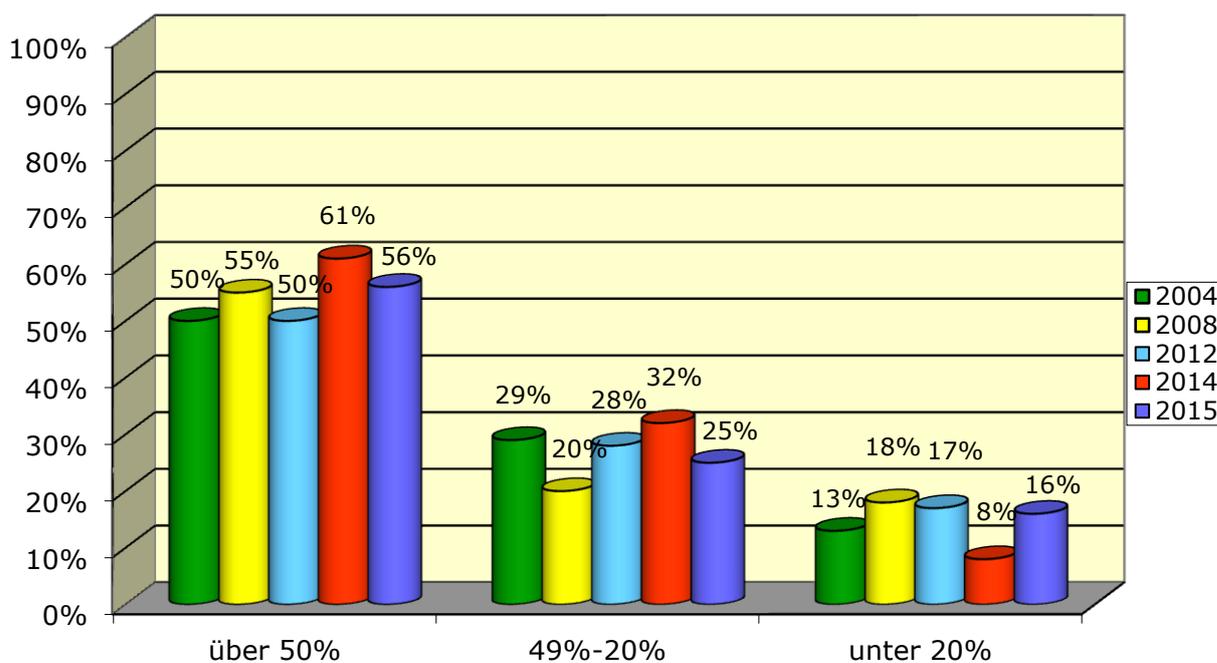
Sicherlich bestehen nach wie vor auch in manchen Verbänden Befürchtungen, die Unabhängigkeit und Neutralität – begründet oder unbegründet – zu verlieren. Dem könnte jedoch durch die vielfältigen Gestaltungsvarianten des Sponsorings entgegengewirkt werden.

i) Der Organisationsgrad 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2014 und 2015

Der Organisationsgrad des Verbandes ist...



Der Organisationsgrad des Verbandes ist...



Der Organisationsgrad wird von den Befragten nach einem Anstieg in 2014 nun in 2015 wieder als etwas geringer angegeben. So nimmt der Wert bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von „über 50%“ um -5% auf 56% ab. Entsprechend dazu steigt der Wert auf 16% (+8%) in der Kategorie „unter 20%“ und sinkt auf 25% (-7%) in der Gruppe „49-20%“.

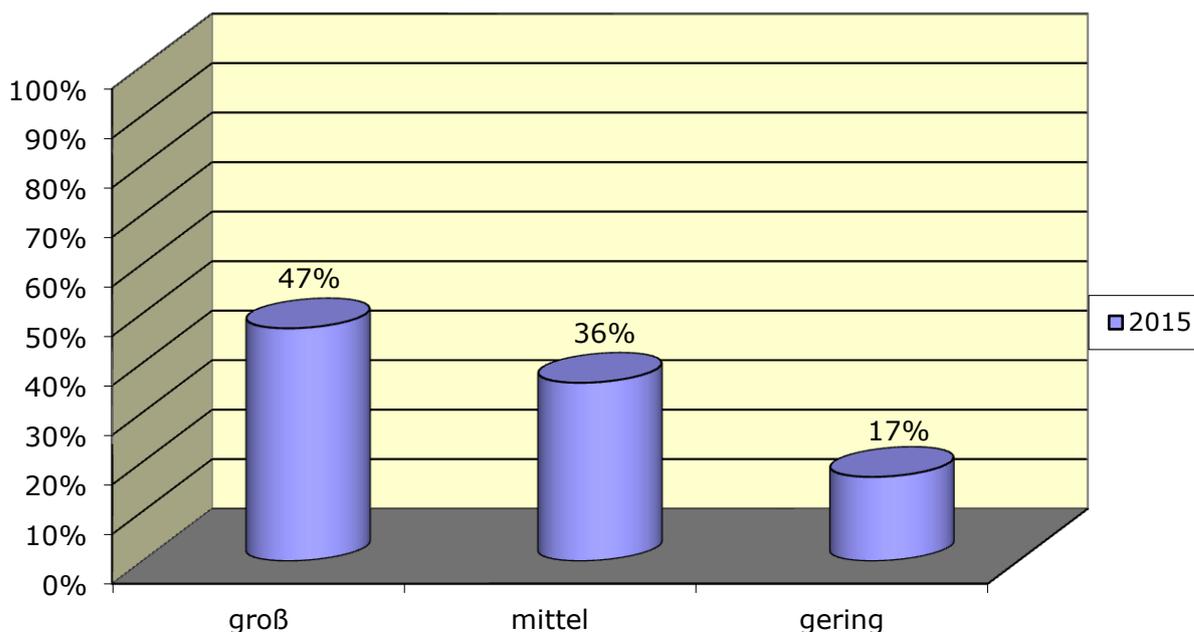
Jedoch muss man berücksichtigen, dass eventuell nicht genau dieselben Verbände in diesem Jahr den Fragebogen beantwortet haben und so die Vergleichbarkeit der Werte natürlich leidet, was natürlich generell alle Themen betrifft. Als einen Trend kann man die Zahlen aber trotzdem betrachten.

Die in der Öffentlichkeit immer wieder angesprochene Verbandsmüdigkeit scheint trotzdem eher ein theoretisches Problem zu sein. Betrachtet man die Zahl der eingetragenen Vereine in Deutschland, so kann von schwindenden Mitgliederzahlen kaum gesprochen werden. Vielmehr muss man wohl eher von einer Umschichtung der Mitglieder ausgehen. Mitglieder werden kritischer in ihrer Rolle und wägen genau ab, wofür sie sich engagieren und wo sie daher Mitglied sind. Andererseits stellt sich auch durchaus die Frage, ob in den Verbänden ausreichend versucht wurde, die Mitgliederzahlen durch aktives Member-Relationship-Management mit attraktiven Angeboten konstant zu halten oder zu steigern.

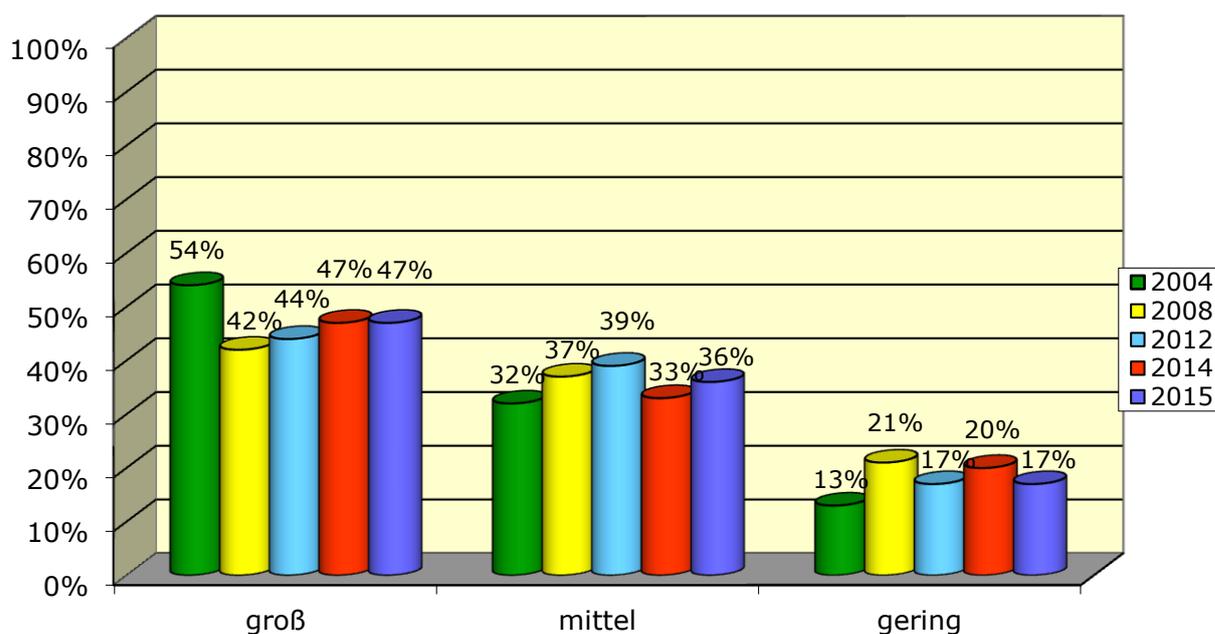
Insgesamt scheint es allerdings wenig Bewegung in der Mitgliedschaft zu geben. Abgänge scheinen durch Neuzugänge aufgefangen werden zu können. Was auch dadurch gestützt wird, dass die Werte über die Jahre in einen relativ kleinem Wertekorridor schwanken.

j) Die Bedeutung der Durchführung von Weiterbildung als Arbeitsfeld 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2014 und 2015

Die Bedeutung der Durchführung von Weiterbildung als Arbeitsfeld für Verbände ist...



Die Bedeutung der Durchführung von Weiterbildungsmaßnahmen ist als Arbeitsfeld für Verbände...



Obwohl nur 26% die Bedeutung von Weiterbildungsmaßnahmen für die Verbandsfinanzierung als „groß“ eingestuft haben, geben doch immerhin 47% der befragten Verbände an, dass die Durchführung von Weiterbildungsmaßnahmen ein wichtiges Arbeitsfeld für sie ist. Und immerhin ein gutes Drittel (36%) misst ihr eine „mittlere“ Bedeutung bei.

Hieraus lässt sich nach wie vor schließen, dass die Verbände Weiterbildung als eine ihrer zentralen Aufgaben ansehen, diese zwar nicht im gleichen Maße zur Finanzierung des Verbands beitragen, jedoch deutlich stärker, als dies bislang der Fall war. Die Erkenntnis des „lebenslangen Lernens“ hat sich über die Jahre fest etabliert sowie die stetig wachsenden Anforderungen an die Kenntnisse und Fähigkeiten von Mitarbeitern rücken immer stärker in den Fokus des Berufsmarktes, weshalb sich die Verbände dem Thema stärker von der betriebswirtschaftlichen Seite her nähern, um das vorhandene finanzielle Potenzial, das zweifelsohne im Weiterbildungsmarkt vorhanden ist, auszuschöpfen.

Im Vergleich mit 2004 (54%) hat die Bedeutung insgesamt nach einer Abnahme in 2006 (46%), 2008 (42%) und 2010 (40%) für 2012 wieder einen Aufschwung genommen (44%), der sich 2014 (47%) weiter positiv entwickelt und dies 2015 mit ebenfalls 47% halten kann.

Parallel dazu steigt der Wert in der Kategorie „gering“ kontinuierlich von 13% (2004) auf 27% (2010) an, um dann für 2012 wieder klar auf 17% abzufallen. 2014 stieg der Wert erneut auf 20% an und sank 2015 erneut auf 17% ab.

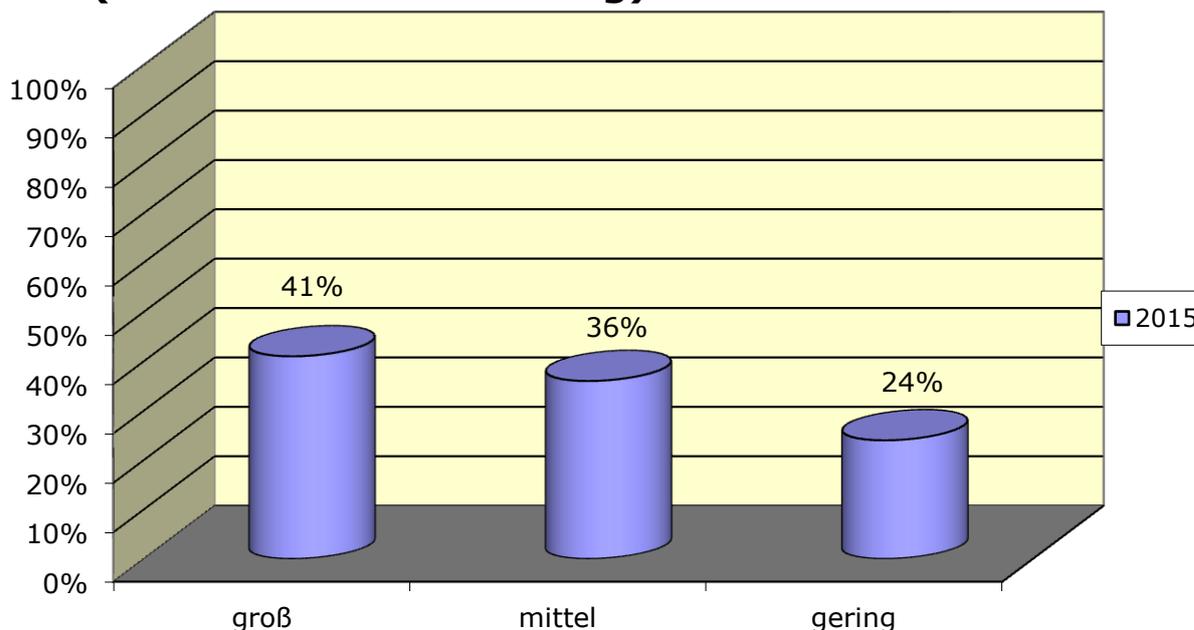
Hier zeigte sich zum Teil ein völlig gegenläufiger Trend zur gesellschaftlichen Entwicklung, in der die lebenslange Weiterbildung immer mehr an Bedeutung gewinnt. Nahmen die Verbände nicht an dieser Entwicklung teil? Zumindest in den letzten beiden Jahren scheint sich dieser Trend umzukehren.

Insgesamt zeigt sich beim Thema Weiterbildung ein kleiner Widerspruch. Obwohl der Anteil der Verbände, bei denen Weiterbildungsmaßnahmen eine wichtige Rolle für die Verbandsfinanzierung spielt, festigen konnte, ist deren Bedeutung als Arbeitsfeld für Verbände nicht im gleichen Maße gefestigt.

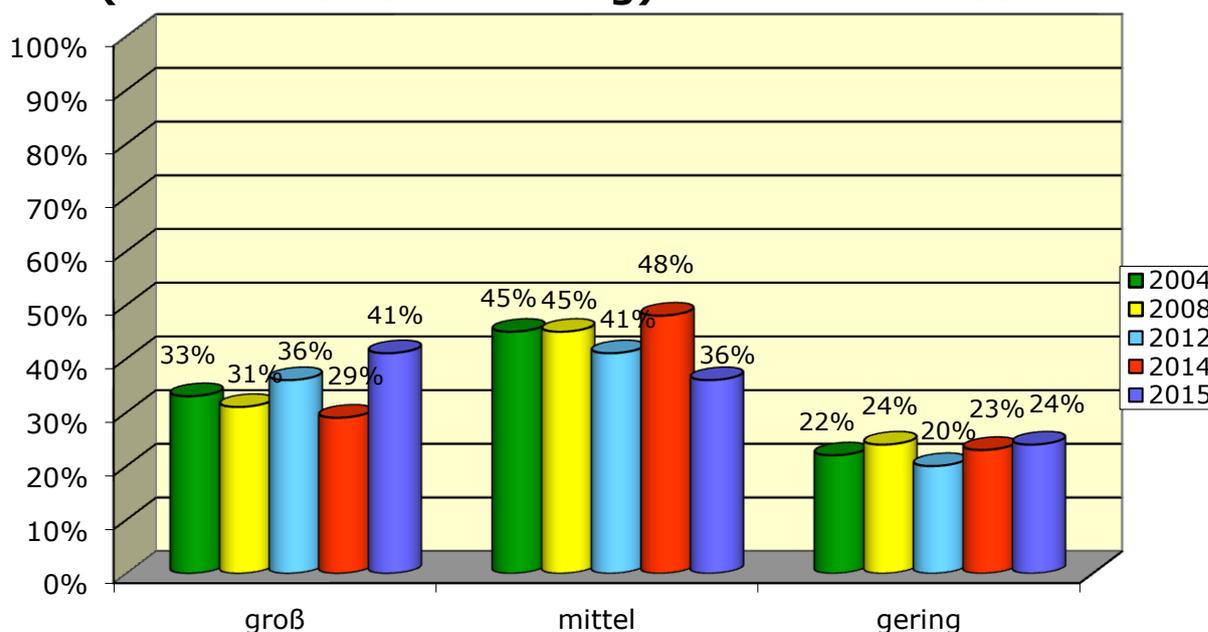
Daraus lässt sich nur schließen, dass die Zahl derer, die Weiterbildungsmaßnahmen auch konsequent unter betriebswirtschaftlichen Aspekten planen und durchführen, weiterhin hoch ist und Weiterbildung nicht mehr von den Verbänden als subventionierte Maßnahme betrieben wird.

k) Die Bedeutung des QM (auch ohne Zertifizierung) 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2014 und 2015

Die Bedeutung des Qualitätsmanagements (auch ohne Zertifizierung) für Verbände ist...



Die Bedeutung des Qualitätsmanagements (auch ohne Zertifizierung) für Verbände ist...



Bei dieser Frage gab es eine deutliche Verschiebung: Während die „mittlere“ Bedeutung um 12% auf 36% sank, stieg die „große“ Bedeutung um eben diese 12% auf 41% an, was einen Höchstwert über alle Jahre bedeutet.

Der Wert bei der „geringen“ Bedeutung blieb mit 24% (+1%) fast gleich.

Die Verteilung der Gewichtung bei dieser Frage verläuft seit Jahren in Wellen, jedoch wenig signifikant. Grob betrachtet verteilen sich die Gewichtungen stets ähnlich. Eine wirklich nachhaltige Entwicklung, sei es zu mehr oder zu weniger Bedeutung des Qualitätsmanagements hat sich bisher nie ergeben.

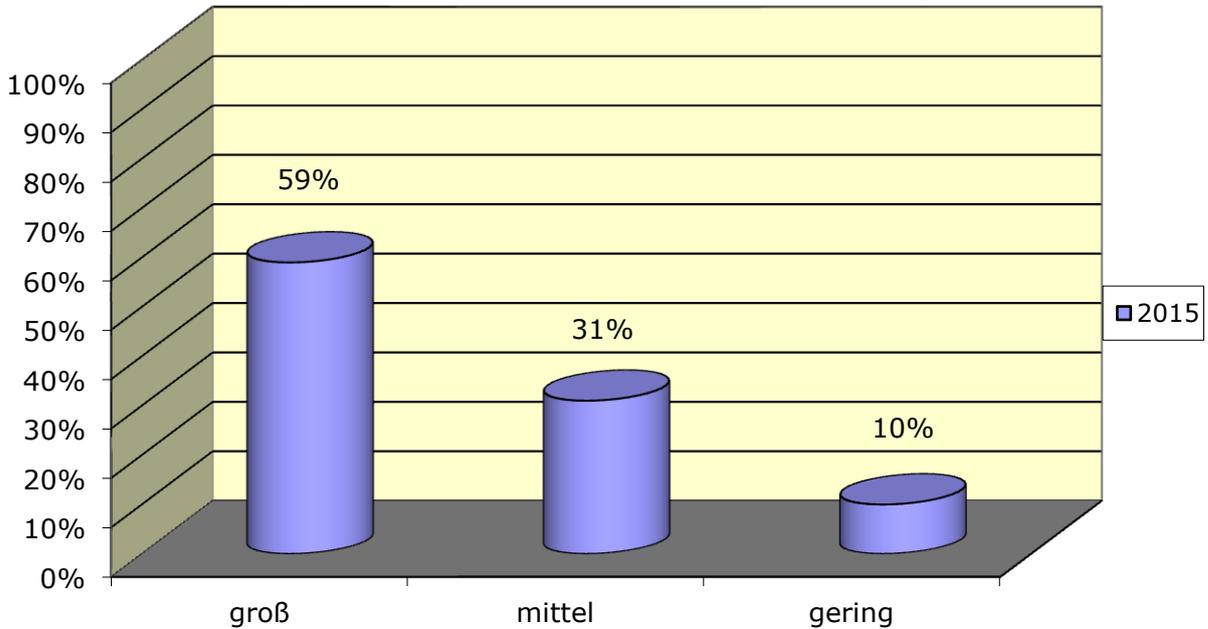
Das Qualitätsmanagement wird offensichtlich als adäquates Instrument zur Optimierung des Ressourceneinsatzes genutzt, ferner dient es der Imagebildung und wird es für den Erhalt von Fördermitteln benötigt.

So mancher Verband hat vielleicht auch festgestellt, dass sich Qualitätsmanagement in welcher Intensität auch immer, im Verband durchaus positiv auswirkt.

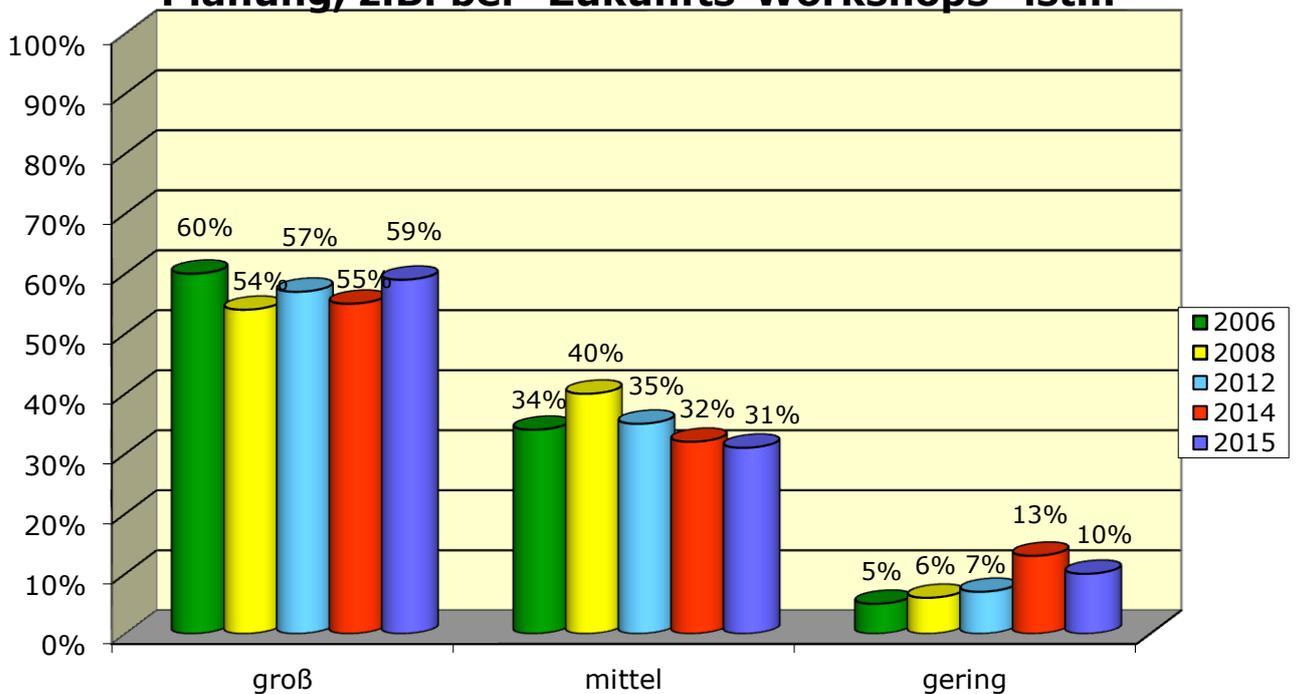
Nichtsdestotrotz bleibt es für ein Viertel der Verbände uninteressant, was aus der Größe der Verbände oder der Art der Organisation der Verbandsarbeit begründet sein könnte.

l) Die Bedeutung von langfristiger, strategischer Planung 2015 sowie im Vergleich zu 2006, 2008, 2012, 2014 und 2015

Die Bedeutung von langfristiger, strategischer Planung, z.B. bei "Zukunfts-Workshops" ist...



Die Bedeutung von langfristiger, strategischer Planung, z.B. bei "Zukunfts-Workshops" ist...



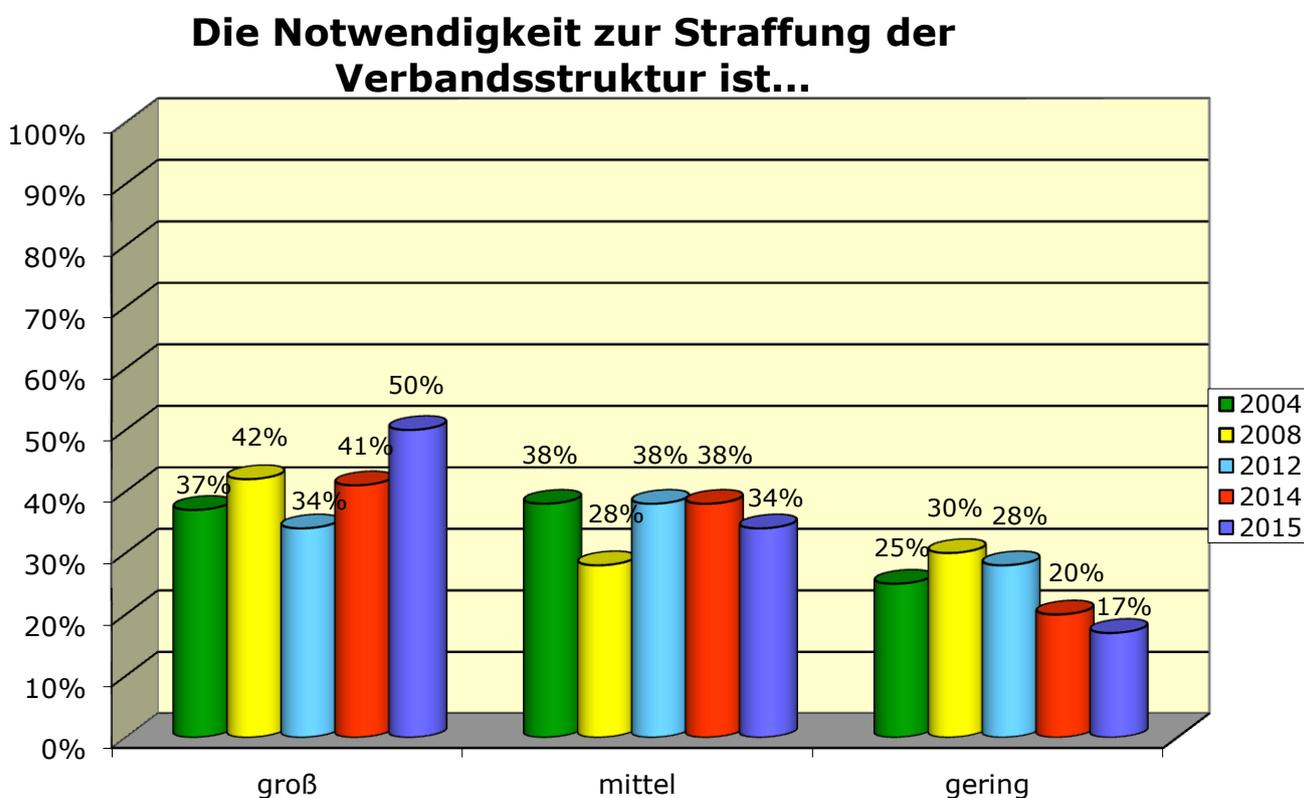
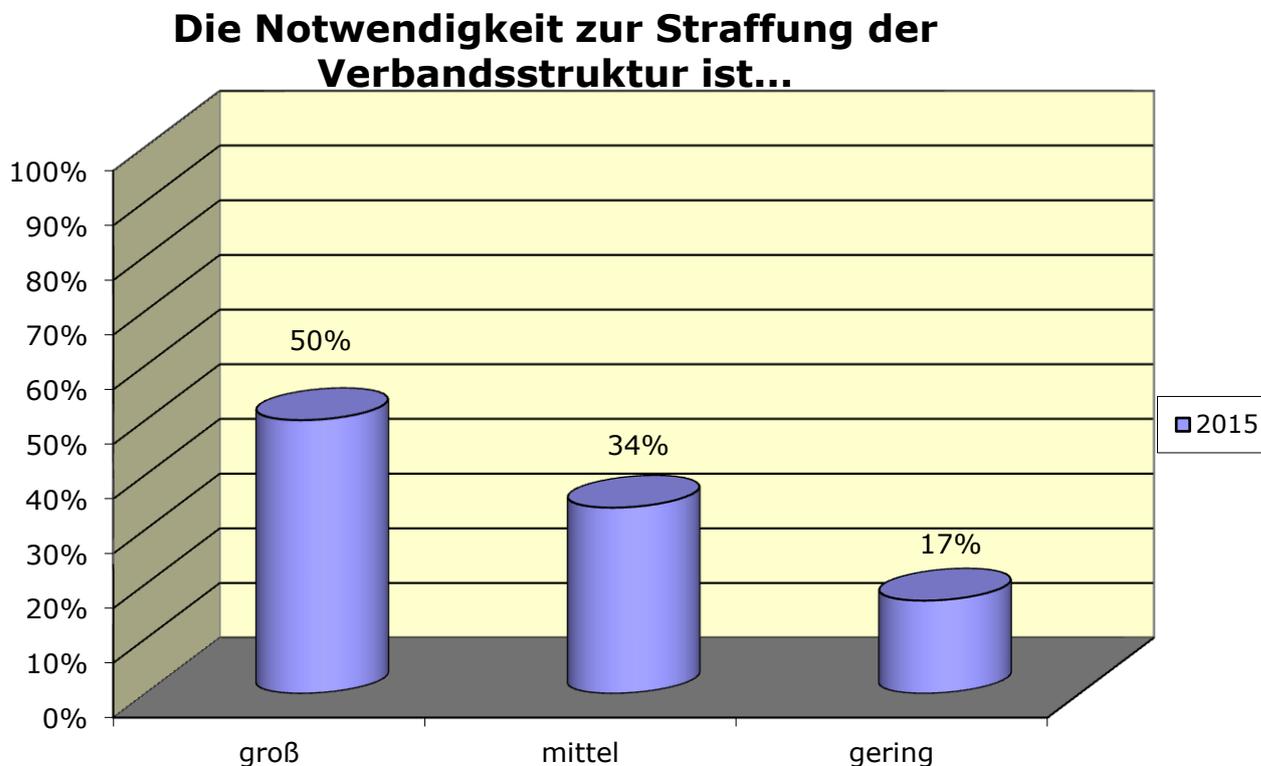
Für 59% der Befragten ist eine langfristige, strategische Planung in ihrem Verband von „großer“ und für 31% ist dieses Thema von „mittlerer“ Bedeutung. Lediglich 10% betrachten dieses Thema als unwichtig. Damit verändern sich die Zahlen unwesentlich gegenüber dem Vorjahr. Die Bedeutung des Themas verläuft über die Jahre auf und ab.

Beim Vergleich der Bewertungen von 2006, 2008, 2010, 2012, 2014 und 2015 zeigt sich, dass das Thema langfristig von zentraler Bedeutung ist, es dabei aber deutlichen Wellenbewegungen unterliegt. Nach einem Tiefstand in 2010 legte das Thema 2012 wieder an Bedeutung zu, verlor 2014 erneut an Bedeutung, um 2015 wieder wichtiger zu werden.

Bei den Wellen könnte es sich um Pausen handeln, in denen man eine Planungsphase abgeschlossen hat und nun die Ergebnisse umsetzt, um einige Jahre später erneut verstärkt in die Planungsphase einzutreten.

Verbände sind als ein dynamisches Gebilde zu betrachten, das nur mit Professionalität und strukturierter, zukunftsgerichteter Planung erfolgreich arbeiten und sich entwickeln kann. Trotzdem scheint das Bedürfnis nach langfristiger strategischer Planung in schlechten Zeiten größer zu sein, als in Zeiten, in denen der Verband gut dasteht.

m) Die Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2014 und 2015



Auch dieser Bereich unterliegt einer wellenartigen Auf- und Abbewegung. Momentan rückt die Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur wieder verstärkt in den Fokus verbandlicher Aktivitäten und erreicht einen Höchststand.

So bewertet in 2015 genau die Hälfte die Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur als „groß“, was in 2014 lediglich 41% taten, d.h., der Aufwärtstrend konnte weiter Fahrt aufnehmen: Wurde hier mit 28% in 2011 ein so niedriger Wert wie noch nie erreicht, so ist seitdem die Trendwende vollzogen.

Die Zahl der Verbände, die dieses Thema mit „mittlerer“ Bedeutung sehen, lag 2013 bei 41%, in 2014 sank er auf 38% ab und sank 2015 erneut auf nun 34% (-4%) ab. Die als „gering“ eingestufte Bedeutung sinkt entsprechend von 28% (2012) auf nur noch 20% (2014) weiter auf 17% (2015).

Auffallend ist, dass die Zahlen bei „geringer“ Bedeutung sich von nach einem deutlichen Absinken von 2004 auf 2006 (-8%), sich von 2006 auf 2008 extrem gesteigert haben: Es gab fast eine Verdoppelung des Wertes auf 30%! Dieser ist in 2009 wieder genau auf den Stand von 2006 mit 17% zurückgefallen, um in 2010 wieder klar auf 21% anzusteigen und auch in 2012 wieder auf 28% hochzusteigen. Dann machte er eine erneute Kehrtwende mit einem Abfall auf 20%, der sich 2015 mit -3% auf nur noch 17% fortsetzte.

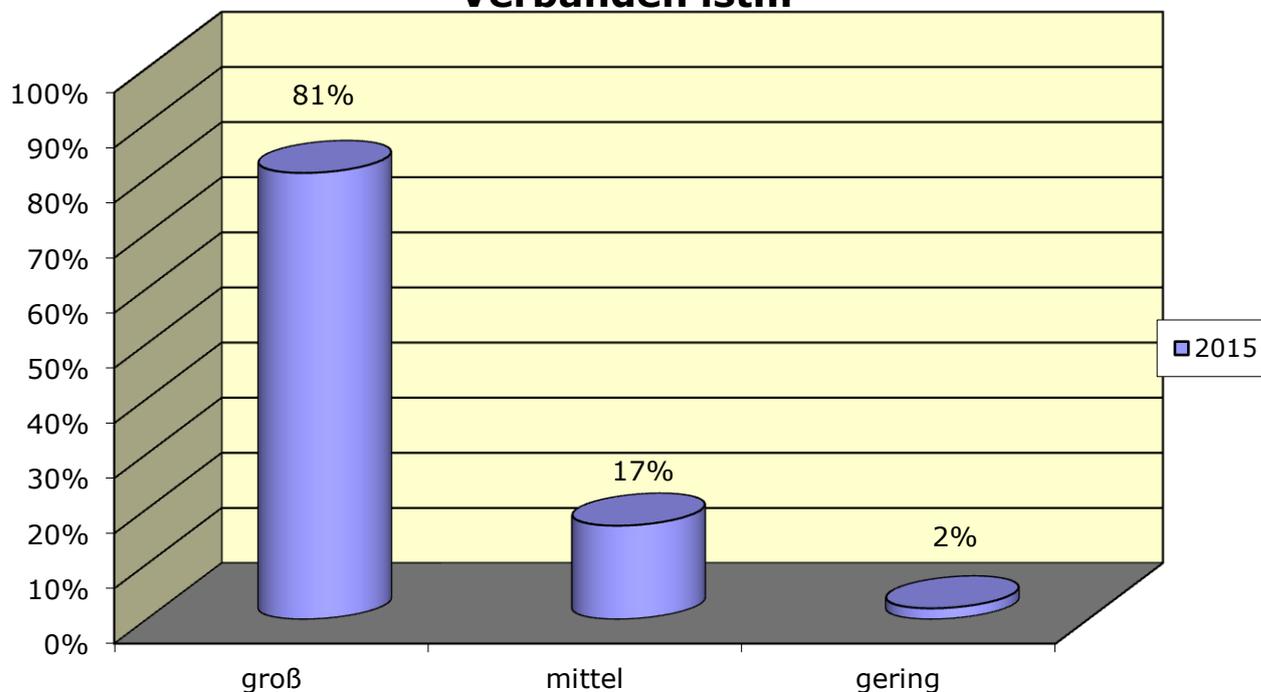
Der mit +9% erneut klar ansteigende Wert beim „großen“ Bedarf und der mit -3% sinkende Wert im „geringen“ Bereich zeigen deutlich einen kontinuierlich ansteigenden Bedarf zur Straffung der Verbandsstruktur. Dies passt auch zu der gestiegenen Anzahl von Verbänden mit „großen“ Problemen bei der Verbandsfinanzierung sowie dem gesunkenen Organisationsgrad.

Das Thema war und ist auf der Agenda der Verbände. Grund hierfür könnte sein, dass bereits eine Vielzahl von Verbänden aufgrund der allgemein schwierigen Finanzlage der Verbände ihre Strukturen rationalisiert haben, sich aber aufgrund der finanziellen und personellen Situation sowie steigender Professionalisierungsanforderungen weiter zu Optimierungsmaßnahmen gezwungen sehen.

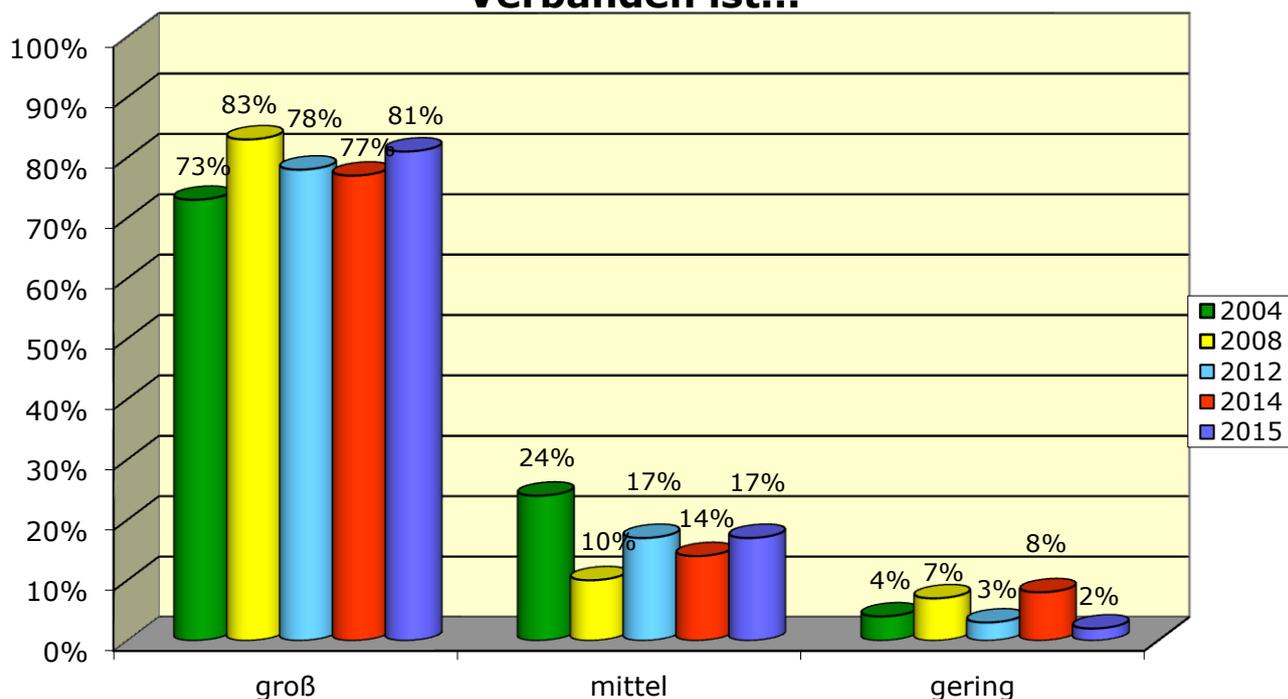
Die zweifelsohne generell bestehenden Weiterentwicklungsbestrebungen zielen nun mehr auf eine Optimierung der Organisationsstruktur und somit auf mehr Effizienz und Effektivität ab.

n) Die Bedeutung von ehrenamtlicher Mitarbeit 2015 sowie im Vergleich zu 2004, 2008, 2012, 2014 und 2015

Die Bedeutung von ehrenamtlicher Mitarbeit in Verbänden ist...



Die Bedeutung der ehrenamtlichen Mitarbeit in Verbänden ist...



Auch bei dieser Frage hat sich der Trend fortgesetzt: die ehrenamtliche Mitarbeit in Verbänden war in der Vergangenheit, ist in der Gegenwart und bleibt in der Zukunft einer der Grundpfeiler bei Verbänden und entspricht ihrem Selbstverständnis.

2013 wurde ihre Bedeutung noch mit 83% als „groß“ eingestuft. Damit stieg der Wert gegenüber 2012 um 5% an und erreichte das Niveau von 2008. In 2014 fiel der Wert jedoch erneut ab auf 77%, somit sogar noch leicht unter das Niveau von 2012. Allerdings konnte sich der Wert in 2015 wieder konsolidieren und erreichte 81%.

Der Wert der „mittleren“ Bedeutung ist ebenfalls angestiegen und erreichte 17% (+3%).

Deutlich gesunken ist erwartungsgemäß der Wert bei einer „geringen“ Bedeutung, er erreicht in 2015 nur noch 2%, was einen Tiefststand darstellt, nachdem er 2014 noch mit 8% einen Höchststand erreicht hatte.

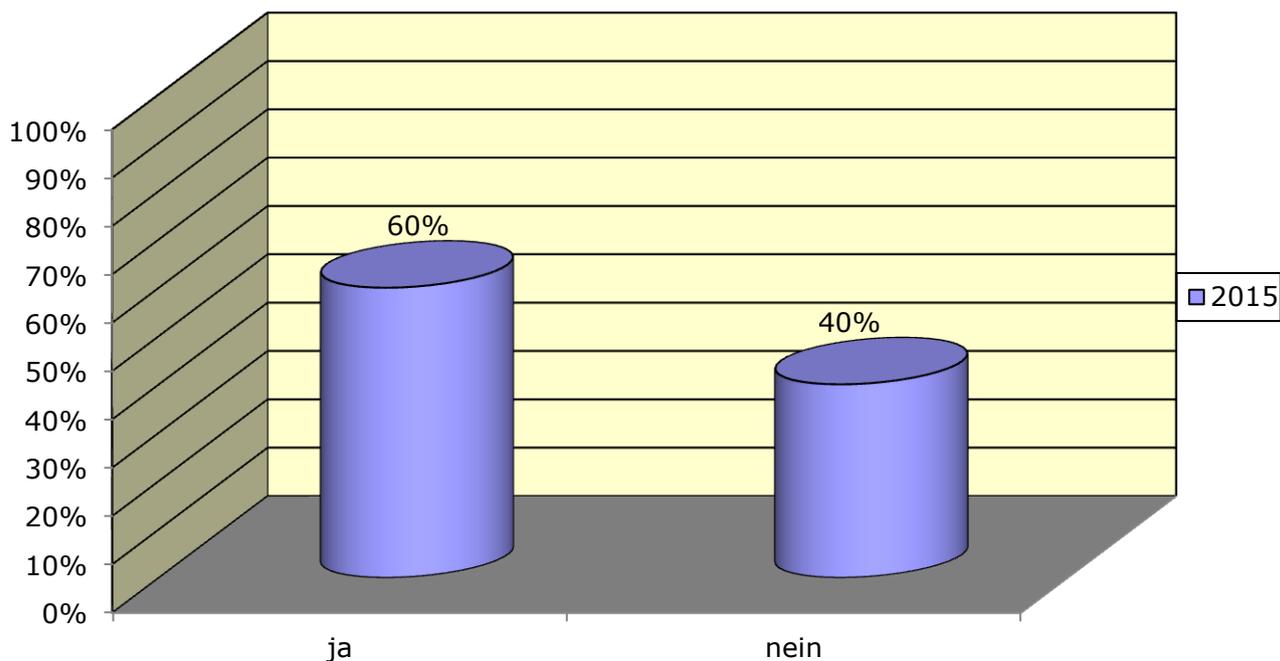
Insgesamt zeigt sich aber nach wie vor eine so eindeutige Verteilung der Bewertungen, dass von richtungsweisenden Änderungen bei der Haltung zum Ehrenamt in keiner Weise gesprochen werden kann.

Das Ehrenamt mit dem von ihm eingebrachten Praxis- und Branchenbezug bleibt in seiner Leistung anerkannt. Hinzukommt, dass sich das Ehrenamt auch zunehmend zu Themen des Verbandsmanagements in immer größerem Umfang weiterqualifiziert, um die Professionalisierung der Verbände weiter zu unterstützen.

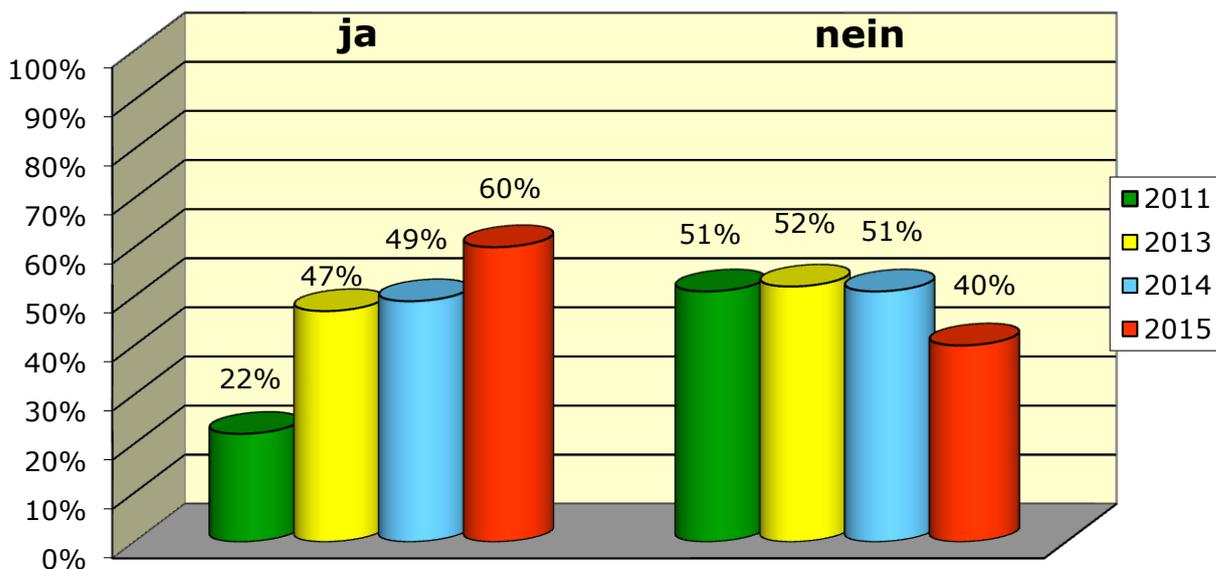
Es bleibt dabei, von einer Müdigkeit zum ehrenamtlichen Engagement kann nicht die Rede sein, sofern die Verbände trotz sich ständig schwieriger gestaltenden rechtlichen Vorgaben seitens des Gesetzgebers, attraktive Rahmenbedingungen und Gestaltungsmöglichkeiten schaffen.

o) Die Nutzung von Social Media 2015 sowie im Vergleich zu 2011, 2013, 2014 und 2015

Social Media: Nutzen Sie aktiv Kommunikationswege wie



Social Media: Nutzen Sie aktiv Kommunikationswege wie Facebook, Twitter, Xing, usw.?



Diese Fragen hatten wir in 2011 erstmals gestellt. Es ergab sich eine klare Gewichtung. 22% antworteten mit „ja“, Social Media, wie Facebook, Twitter, Xing wurden aktiv als Kommunikationswege genutzt. 51% antworteten mit „nein“ und 12% planten dies zumindest bereits für die nahe Zukunft.

Zwar blieb der Wert in 2013 für „nein“ so gut wie unverändert, jedoch zeigte sich eine starke Veränderung bei „ja“: Hier gab es ein Plus von 25% zu verzeichnen! Dies zeigte, dass sich diese Medien langsam aber sicher ihren Platz in der modernen Kommunikationsstrategie erkämpften, es jedoch zugleich noch viel Entwicklungspotenzial gab.

In 2014 ergaben sich so gut wie keine Veränderungen. Lediglich 2% mehr (49%) erreichte der Wert bei den Verbänden, die „aktiv“ Soziale Medien nutzen, analog dazu sank der Wert bei den „Nicht-Nutzern“ um -1% (51%). Die Parteien halten sich hierzu also ziemlich die Waage.

Zu einem erneuten deutlichen Anstieg bei der aktiven Nutzung der Sozialen Medien kam es 2015: Jetzt gaben 60% der Verbände an, diese Medien aktiv zu nutzen, entsprechend verneinten nur noch 40% dies, was jeweils einen Höchst-, bzw. Tiefststand darstellt.

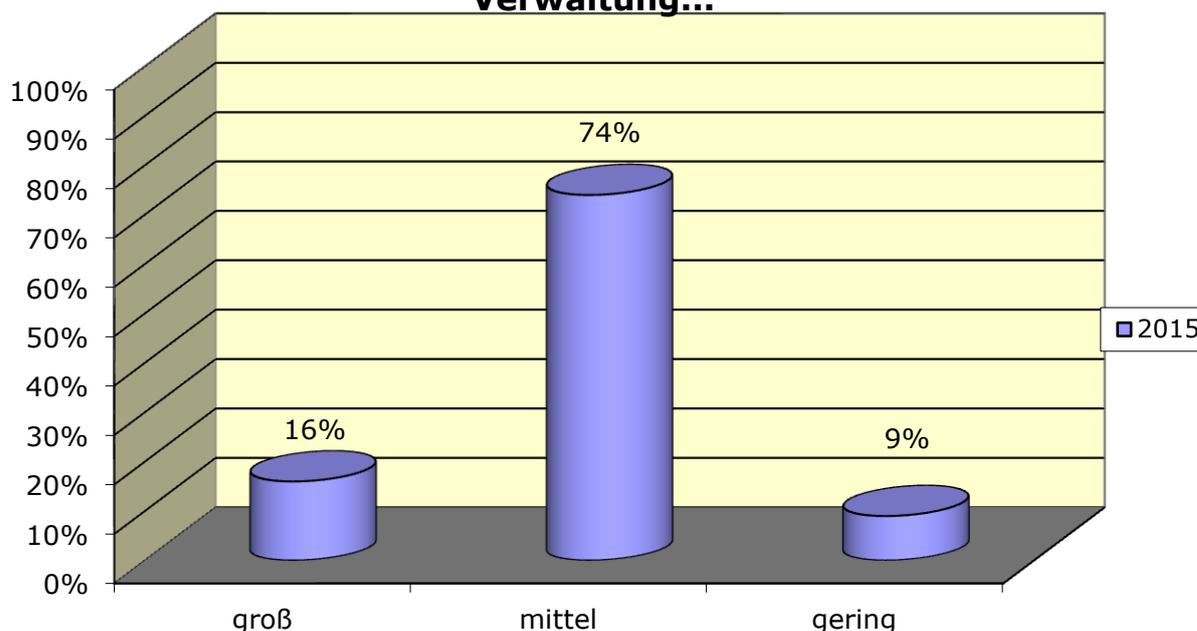
Das Thema Social Media bleibt also eines der aktuellsten Themen auf der Agenda der Verbände, kann sich trotz stetigem Zuwachs aber zeitgleich nicht so schnell durchsetzen, wie sich das Medium an sich weiterentwickelt. Da sich die Werte aber bereits seit Längerem positiv entwickeln, kann man daraus ableiten, dass sich immer mehr Verbände dieser Medien langfristig bedienen und als unverzichtbar betrachten. Trotzdem gibt es nach wie vor einen mit 40% nicht unerheblichen Anteil von Verbänden, die entschieden haben, dass ein Einsatz von Social Media (noch) nicht in ihre Kommunikationsstrategie passt.

Es bleibt abzuwarten, ob sich der Trend fortsetzt und in den nächsten Jahren immer mehr Verbände im „Netz“ unterwegs sein werden.

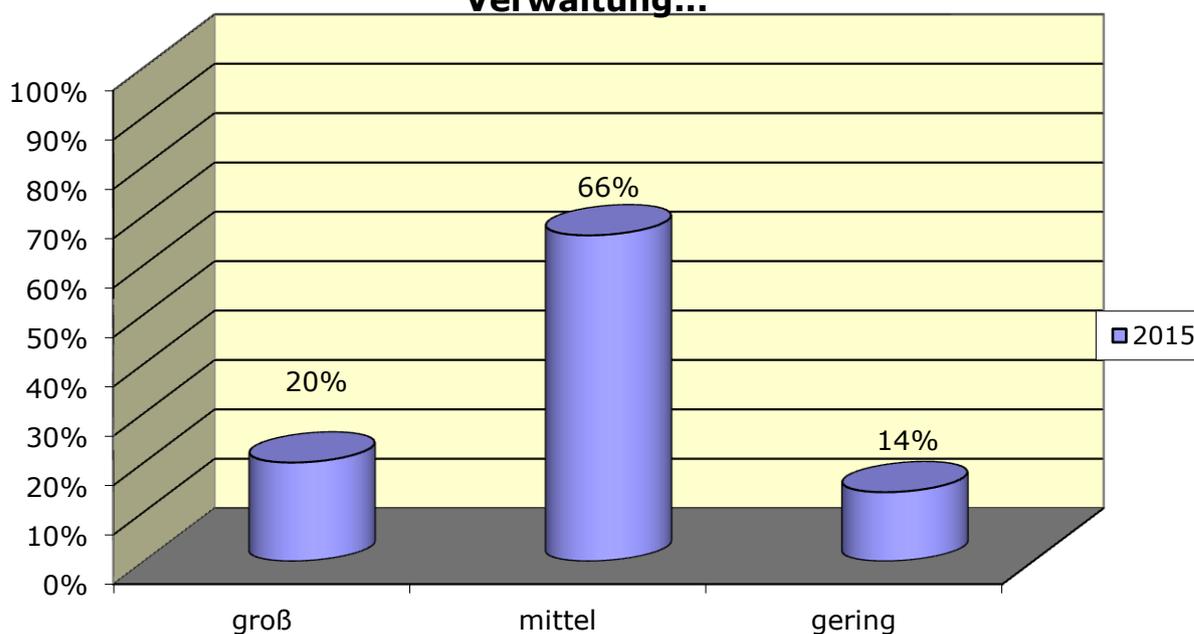
IV. Vergleiche der Einzelergebnisse nach dem Organisationsgrad der Verbände

a) Vergleich des eingeschätzten Einflusses auf die nationale Politik und Verwaltung nach dem Organisationsgrad der Verbände

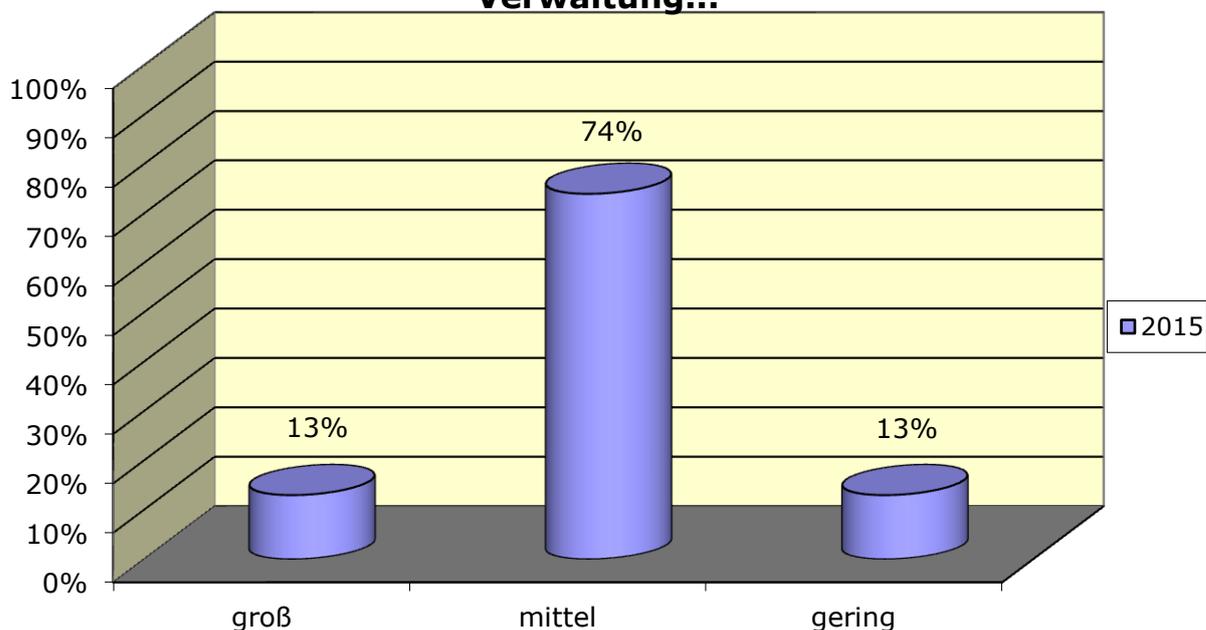
Bei Verbänden, deren Organisationsgrad über 50% liegt, ist der Einfluss auf nationale Politik und Verwaltung...



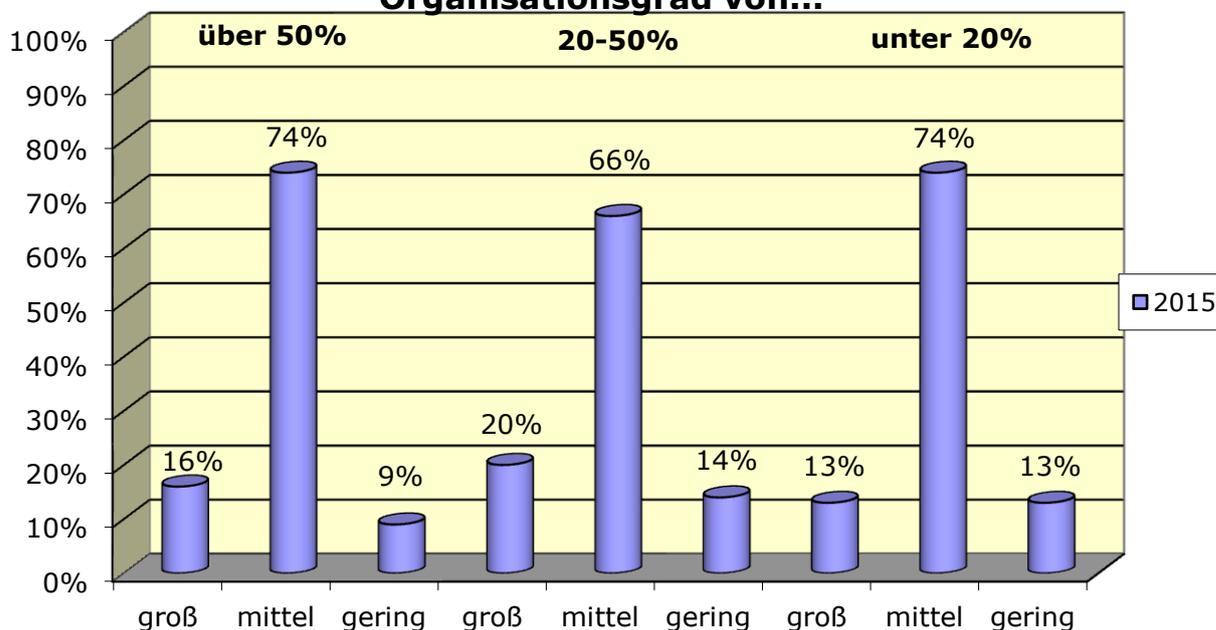
Bei Verbänden, deren Organisationsgrad zwischen 20-50% liegt, ist der Einfluss auf nationale Politik und Verwaltung...



Bei Verbänden, deren Organisationsgrad unter 20% liegt, ist der Einfluss auf nationale Politik und Verwaltung...



Vergleich des geschätzten Einflusses auf nationale Politik und Verwaltung bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von...



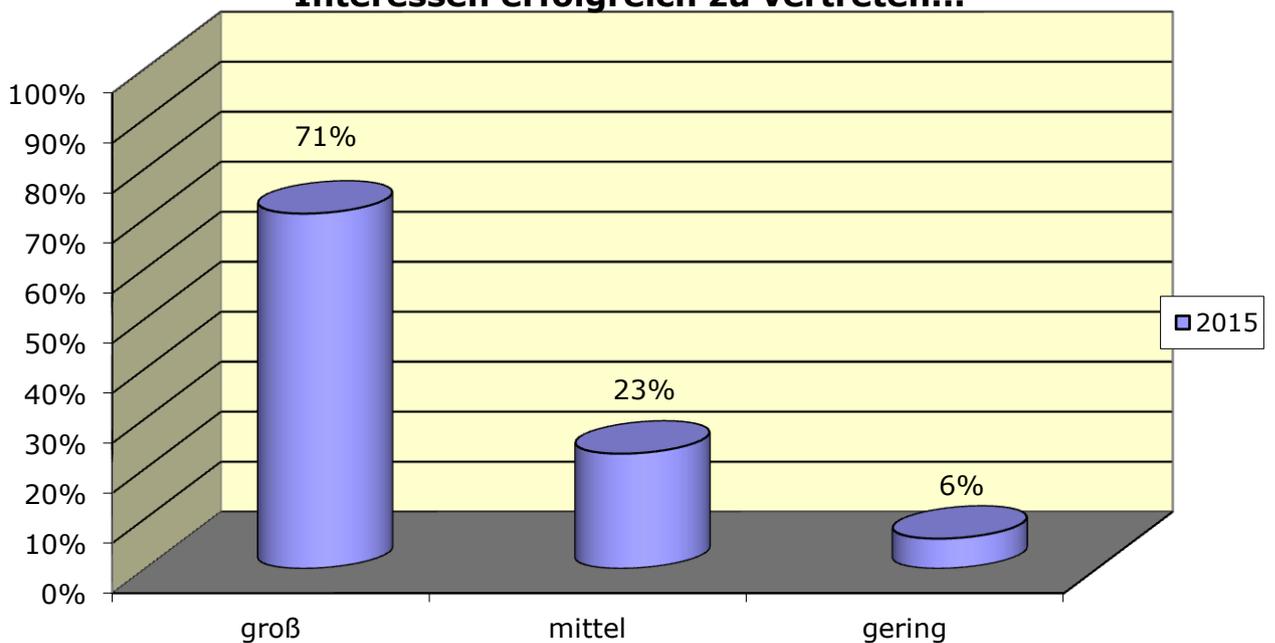
Zu dieser Frage liegt bei allen Verbänden der deutliche Schwerpunkt mit 74/66/74% beim „mittleren“ Einfluss. Insgesamt zeigen sich nur geringe Unterschiede zwischen den Größengruppen der Verbände.

Die Vermutung, dass mitgliederstarke Verbände sich besser in Politik und Verwaltung einbringen können, bestätigen diese Zahlen also nicht. Ebenso wie die These, dass sich mitgliederschwächere Verbände eher intern auf einen Konsens einigen können, der als gefestigte Position nach außen, an die Politik und Verwaltung herangetragen werden kann, was eine erfolgreiche Lobbyarbeit begünstigt.

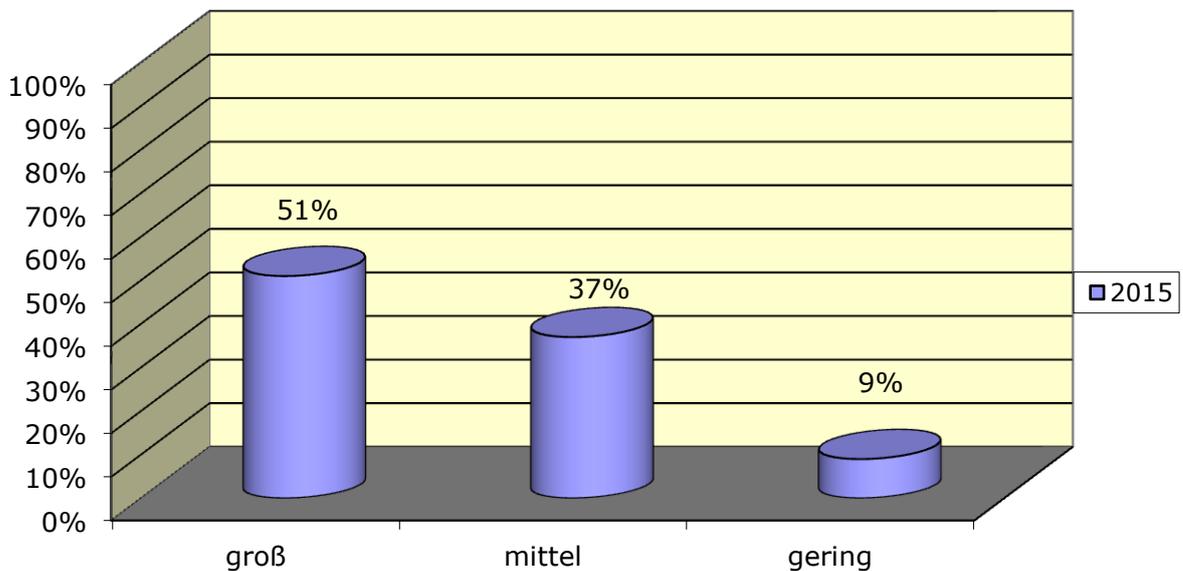
Insgesamt scheint der Organisationsgrad keinen Einfluss auf den Lobbyingenerfolg zu haben.

b) Vergleich der eingeschätzten Notwendigkeit zur Beteiligung an den jeweiligen europäischen Dachverbänden, um nationale Interessen erfolgreich zu vertreten, nach dem Organisationsgrad der Verbände

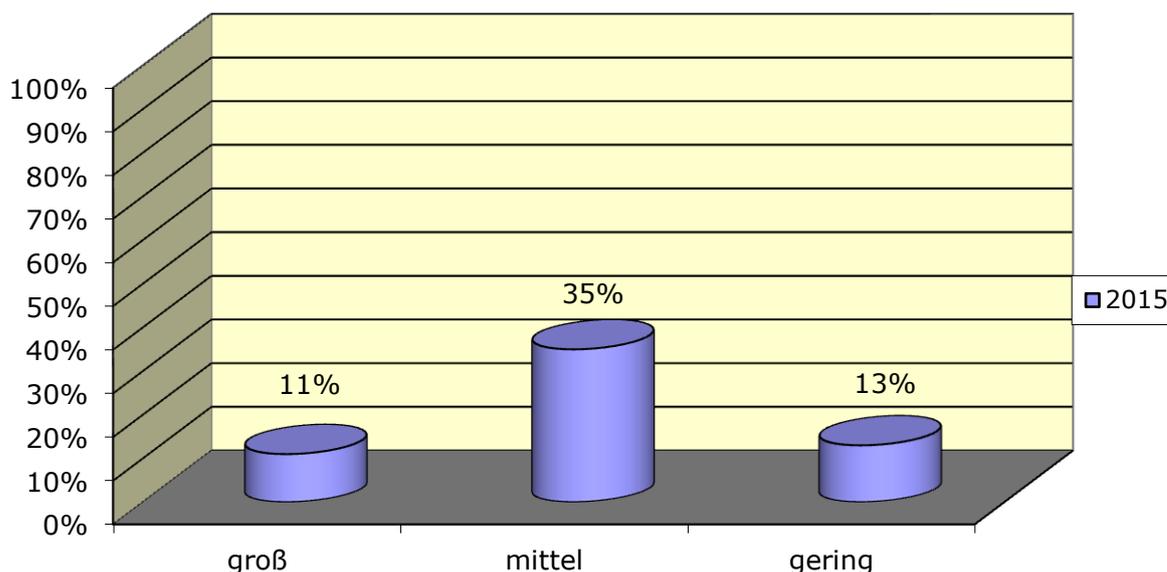
Bei Verbänden, deren Organisationsgrad über 50% liegt, ist die Notwendigkeit der Beteiligung an den jeweiligen europäischen Dachverbänden, um nationale Interessen erfolgreich zu vertreten...



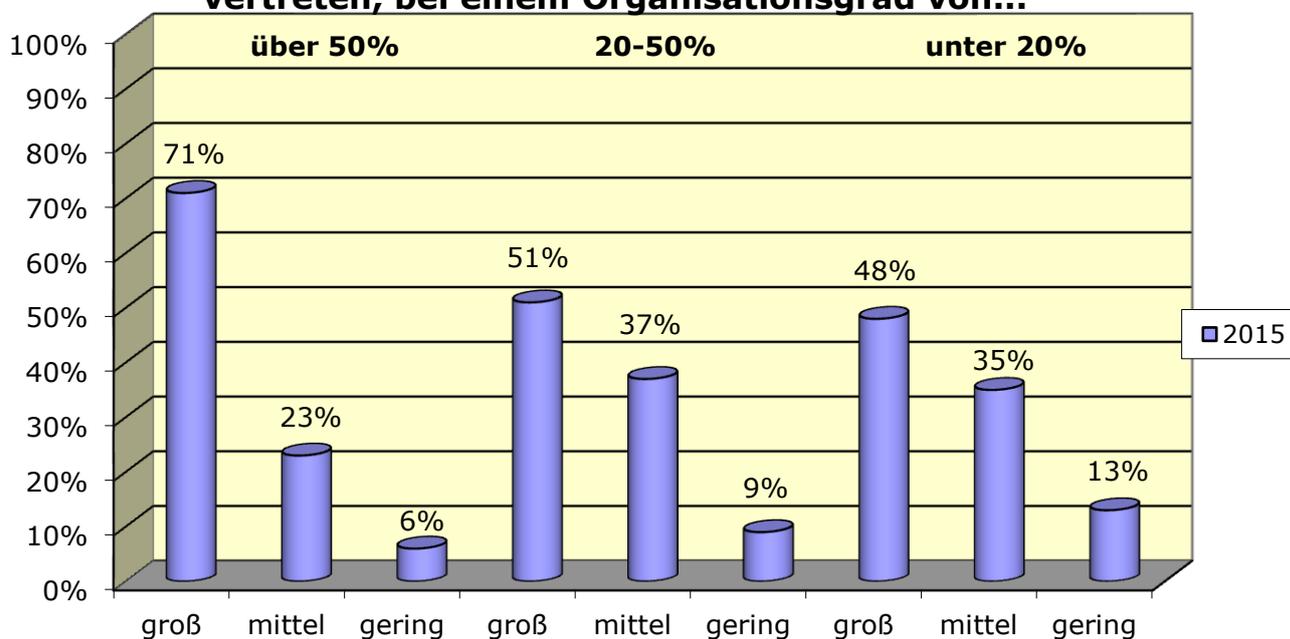
Bei Verbänden, deren Organisationsgrad zwischen 20-50% liegt, ist die Notwendigkeit der Beteiligung an den jeweiligen europäischen Dachverbänden, um nationale Interessen erfolgreich vertreten zu können..



Bei Verbänden, deren Organisationsgrad unter 20% liegt, ist die Notwendigkeit der Beteiligung an den jeweiligen europäischen Dachverbänden, um nationale Interessen erfolgreich vertreten zu können..



Vergleich der eingeschätzten Notwendigkeit zur Beteiligung an den jeweiligen europäischen Dachverbänden, um nationale Interessen erfolgreich zu vertreten, bei einem Organisationsgrad von...



Auch in diesem Jahr verteilen sich die Angaben bei dieser Frage unterschiedlich zwischen den verschiedenen Organisationsgraden.

Die Bedeutung des europäischen Engagements wird mit 71% am größten bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von „über 50%“ gesehen, sowohl Verbände mit einem Organisationsgrad von „20-50%“ als auch Verbände mit einem Organisationsgrad von „unter 20%“ erreichen hier ähnliche Werte von 51% bzw. 48%.

Den größten Anteil an Nennungen, dass das europäische Lobbying von „geringer“ Bedeutung ist, haben die „großen“ Verbände mit 6%. Bei „organisationsschwachen“ Verbänden sind dies immerhin 13% und bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von „20-50%“ 9%.

Bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von „über 50%“ gibt es eine starke Konzentration der Nennungen (75%) auf die Kategorie „große“ Notwendigkeit. Bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von „20-50%“ sowie bei den Verbänden mit niedrigerem Organisationsgrad ist dies zwar nicht der Fall, jedoch erreicht die „mittlere“ Notwendigkeit dafür mit 37% und 35% relativ hohe Werte.

Das Thema „Europa“ ist nach wie vor also für alle Verbände durchaus wichtig, wenn auch in unterschiedlich intensiver Ausprägung.

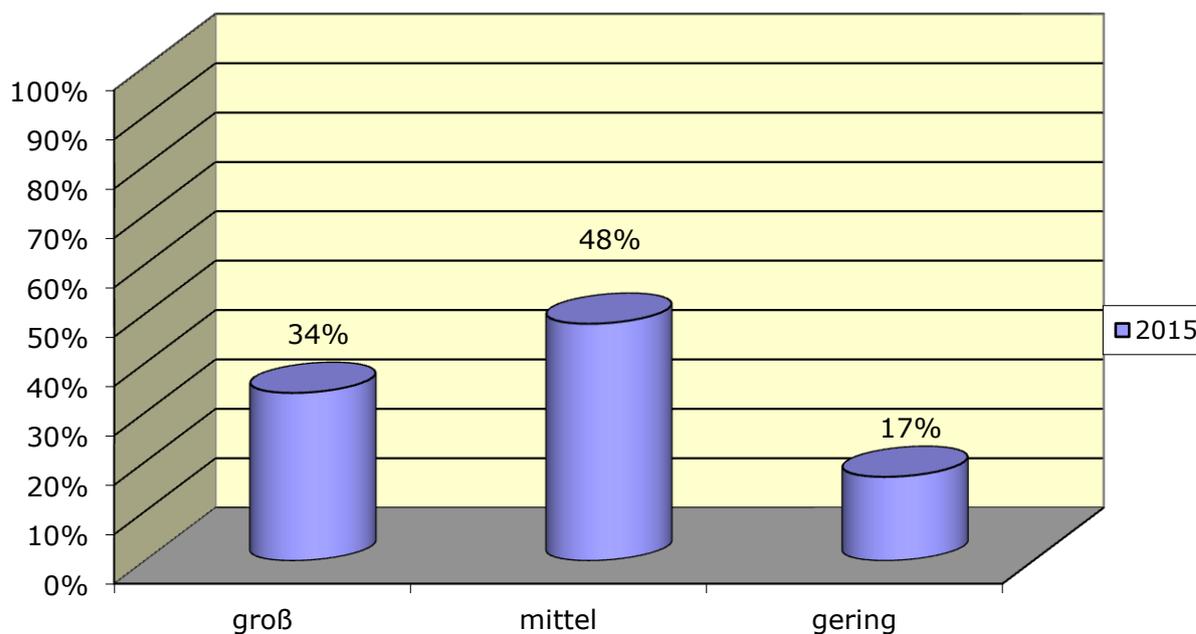
Zum einen ist der Aspekt der europäischen Partizipation als Argument für eine Verbandsmitgliedschaft sicherlich durchaus weiter wichtig, zum anderen sehen sich weniger mitgliedsstarke Verbände ihre Aufgaben scheinbar etwas stärker im nationalen Bereich. Wogegen die mitgliedsstarke Verbände ihren Fokus vermehrt auf die europäische Ebene legen. Vielleicht auch bedingt dadurch, dass Europa und seine Krise im vergangenen Jahr erneut sehr präsent im Fokus von Politik und Wirtschaft waren.

Niedrigere Zahlen können sich daraus ergeben, dass die Ressourcen dermaßen stark in den internen und nationalen Bereichen gebunden sind, dass schlichtweg keine mehr übrig sind, für das europäische Engagement oder diese Verbände repräsentieren Branchen, in denen Europa als Wirtschaftsraum eine nicht so starke Rolle spielt.

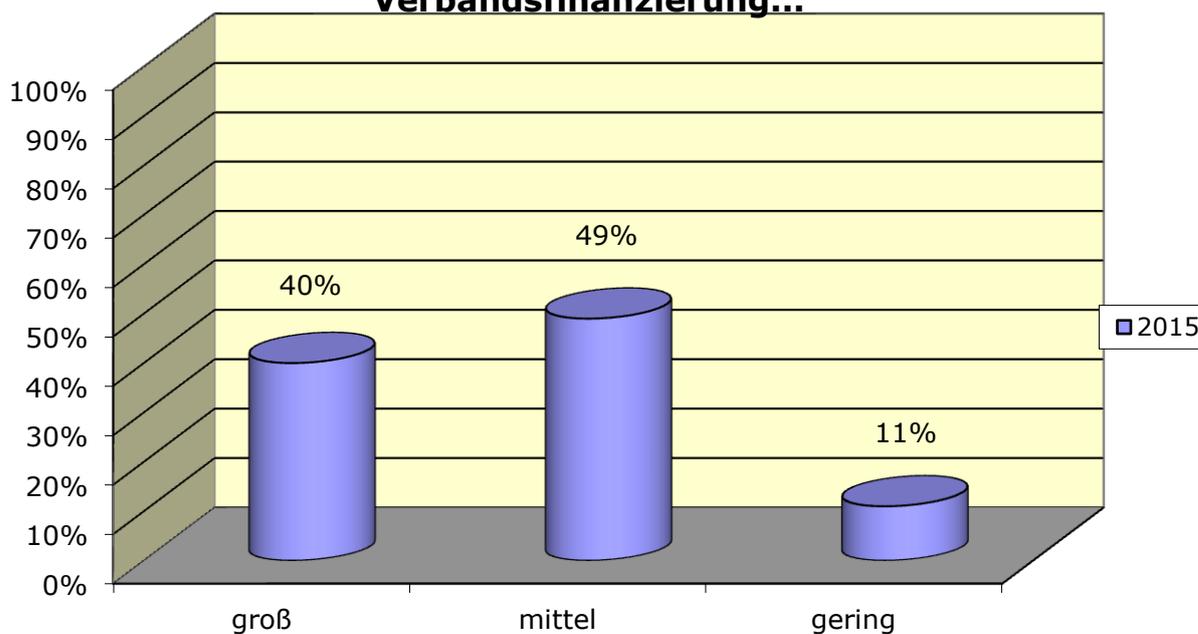
Vergleicht man allerdings die Werte bei einer „niedrigen“ Bedeutung, so muss man feststellen, dass es nur marginale Unterschiede zwischen den Verbänden gibt.

c) Vergleich der Probleme bei der Verbandsfinanzierung nach dem Organisationsgrad der Verbände

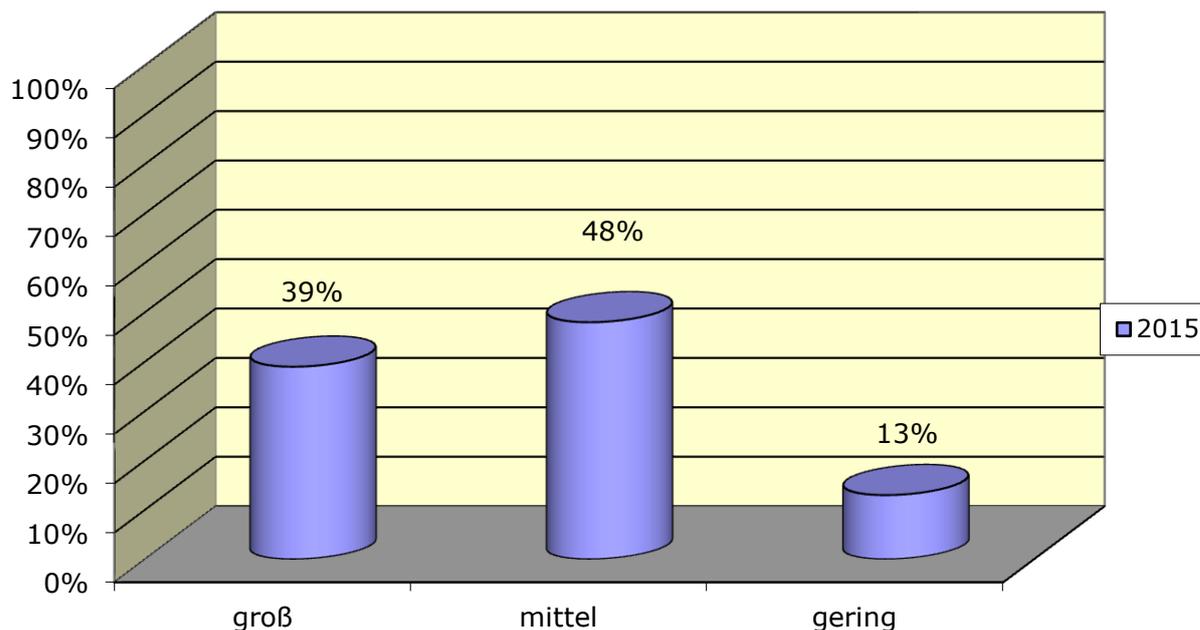
Bei Verbänden, deren Organisationsgrad über 50% liegt, sind die Probleme der Verbandsfinanzierung...



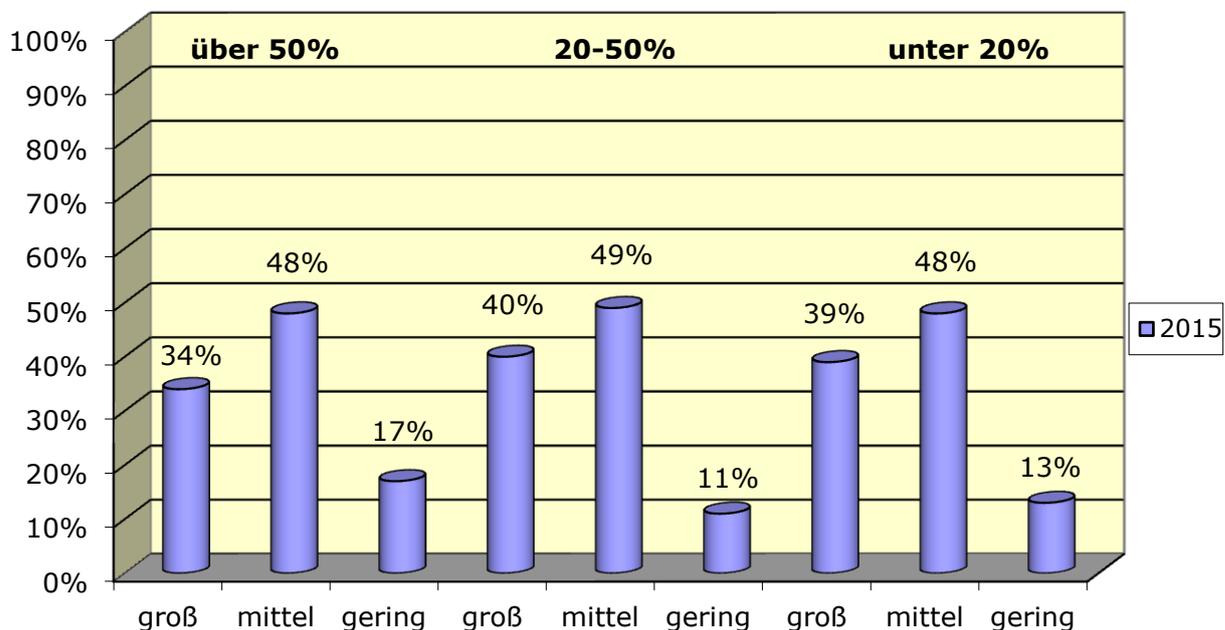
Bei Verbänden, deren Organisationsgrad zwischen 20-50% liegt, sind die Probleme der Verbandsfinanzierung...



Bei Verbänden, deren Organisationsgrad unter 20% liegt, sind die Probleme der Verbandsfinanzierung...



Vergleich der Probleme bei der Verbandsfinanzierung bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von...



Beim Vergleich der Probleme bei der Verbandsfinanzierung mit dem Grad der Organisation zeigen sich erstaunlicherweise keine relevanten Unterschiede.

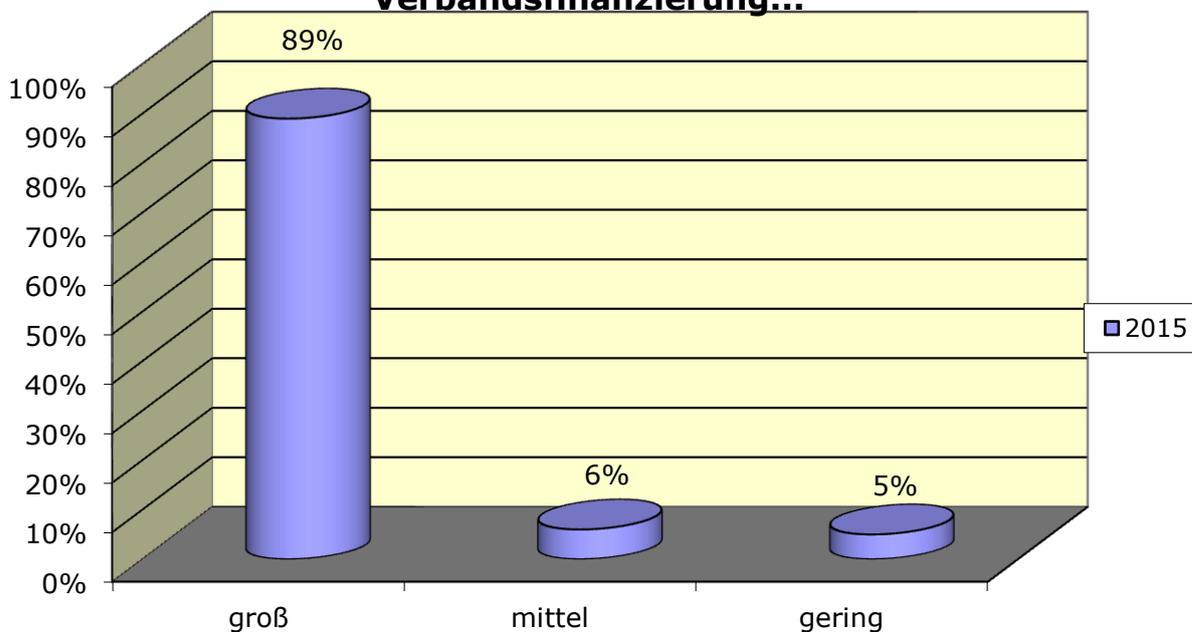
Die Zahlen variieren nur geringfügig:

Zwar haben Verbände mit einem Organisationsgrad von „über 50%“ mit 34% den geringsten Wert bei „großen“ Finanzproblemen, aber mit 40% bzw. 39% haben die beiden anderen mitgliedsschwächeren Gruppen nur unwesentlich größere Probleme. Gleiches gilt für die Werte bei „mittleren“ (48%-49%-48%) und „geringen“ (17%-11%-13%) Finanzproblemen.

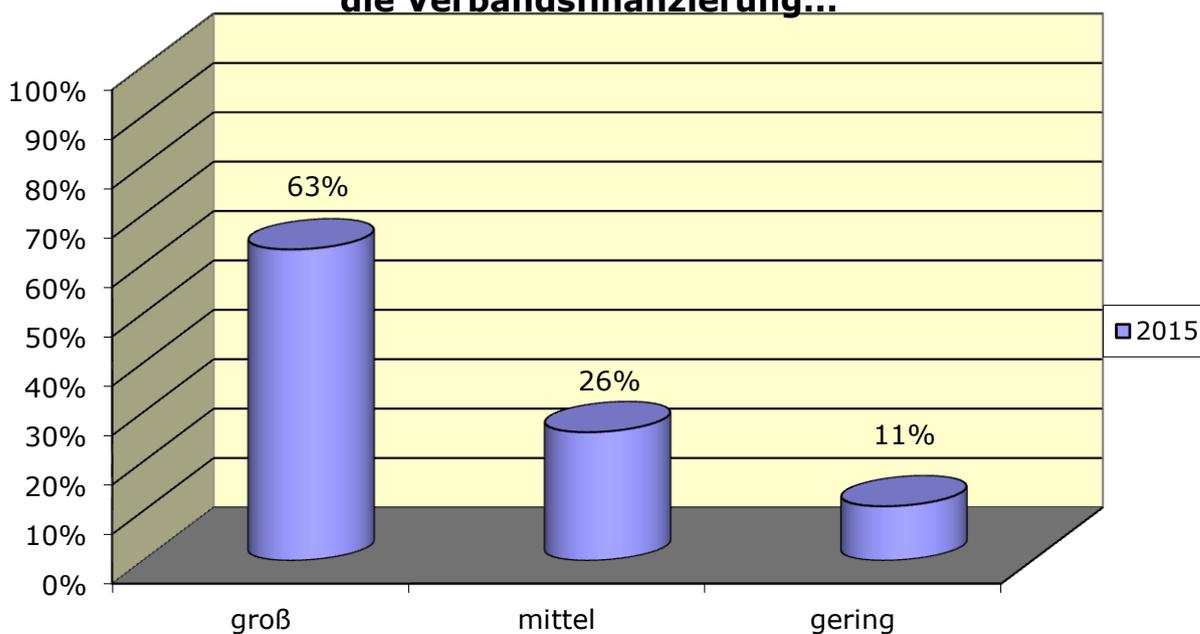
Offensichtlich ist ein hoher Organisationsgrad kein Garant für eine bessere Finanzlage, obwohl nach wie vor Mitgliedsbeiträge eine große Rolle bei der Verbandsfinanzierung spielen. Mitgliedsschwache Verbände haben sich andere Finanzquellen erschlossen und so die geringeren Einnahmen aus Mitgliedsbeiträgen kompensiert.

d) Vergleich der Bedeutung von Mitgliederbeiträgen für die Verbandsfinanzierung nach dem Organisationsgrad der Verbände

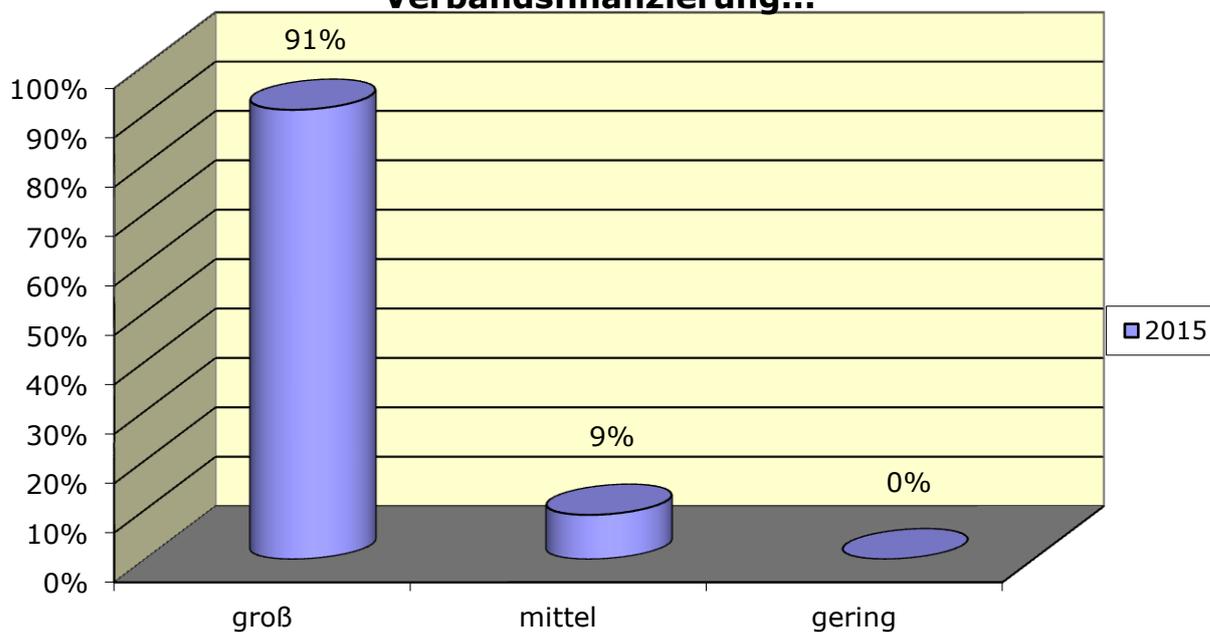
Bei Verbänden, deren Organisationsgrad über 50% liegt, ist die Bedeutung der Mitgliederbeiträge für die Verbandsfinanzierung...



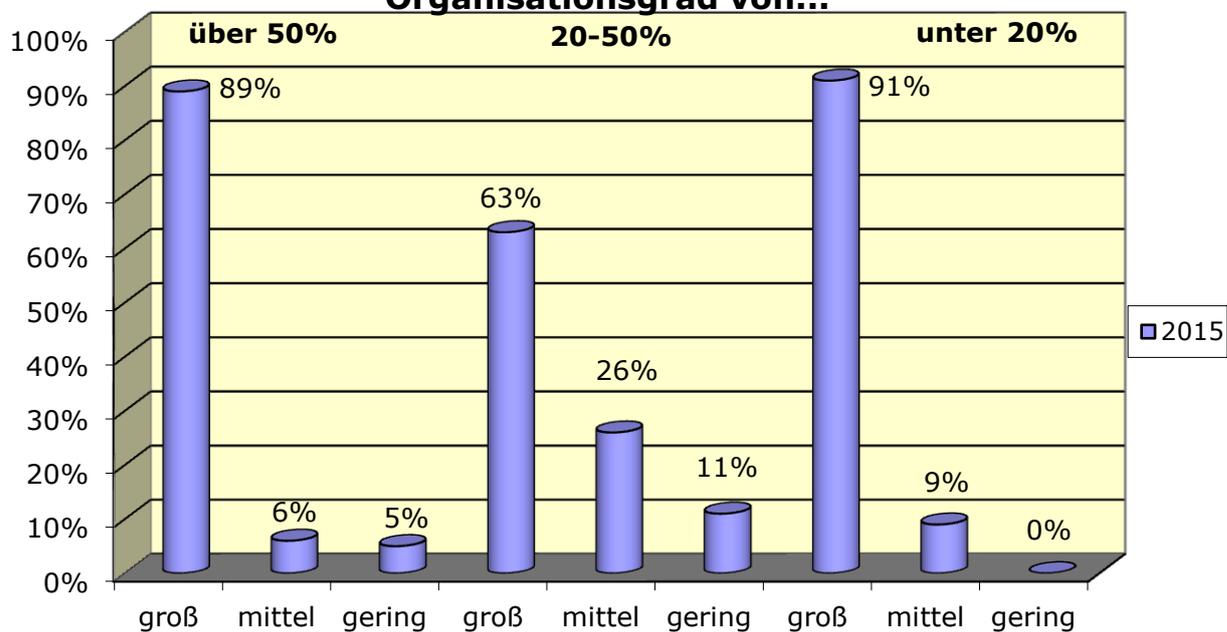
Bei Verbänden, deren Organisationsgrad zwischen 20-50% liegt, ist die Bedeutung der Mitgliederbeiträge für die Verbandsfinanzierung...



Bei Verbänden, deren Organisationsgrad unter 20% liegt, ist die Bedeutung der Mitgliederbeiträge für die Verbandsfinanzierung...



Vergleich der Bedeutung von Mitgliederbeiträgen für die Verbandsfinanzierung bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von...



Alle Verbände setzen maßgeblich auf Mitgliedsbeiträge als Einnahmequelle.

Bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von „über 50%“ spielen sie bei 89% eine „große“ Rolle und bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von „unter 20%“ eine fast ebenso große Rolle mit 91%.

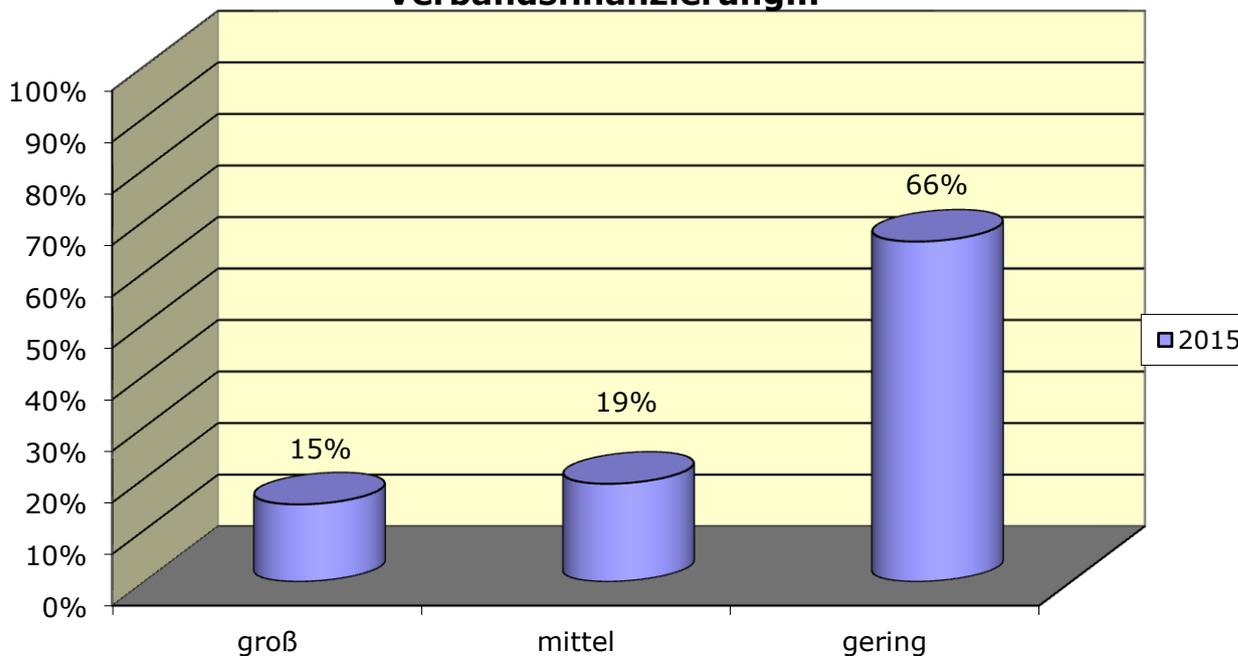
Lediglich bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von „20-50%“ gibt es eine deutliche Abweichung. Hier sind es nur 63%, die den Mitgliedsbeiträgen eine „große“ Bedeutung bei der Verbandsfinanzierung zumessen. Dafür ist bei ihnen der Wert einer „mittleren“ Bedeutung mit 26% erheblich höher als bei den beiden anderen Gruppen mit 6% bzw. 9%.

Nur eine „geringe“ Bedeutung der Mitgliedsbeiträge findet sich kaum bei allen Gruppen (5%-11%-0%).

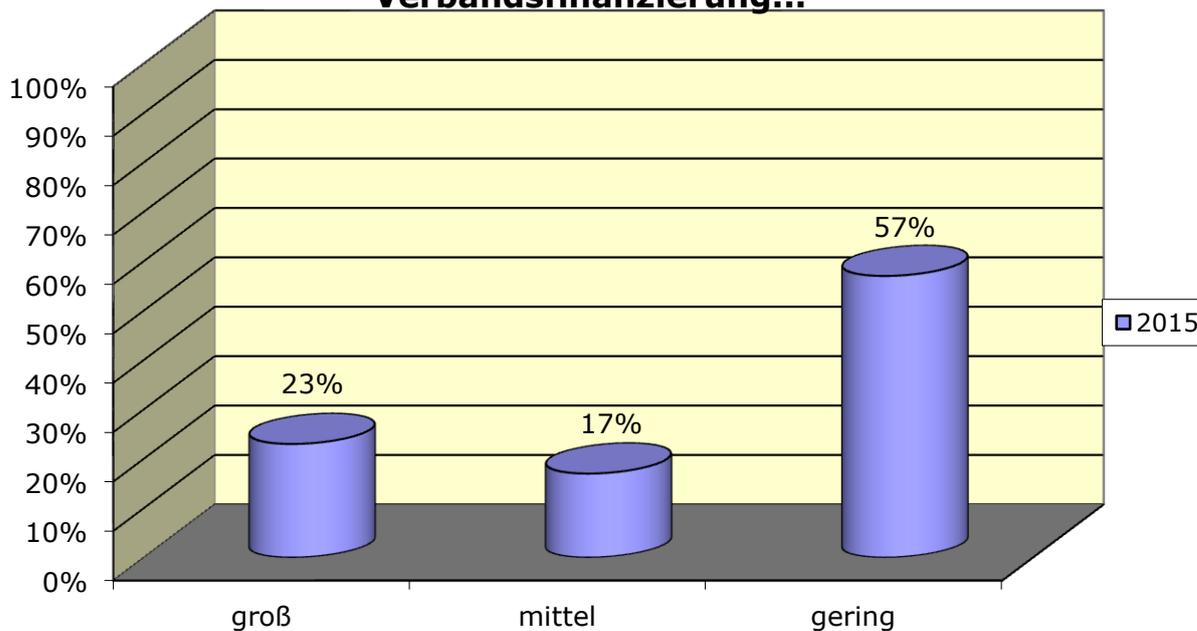
Scheinbar setzen mittelgroße Verbände eher auf einen Finanzierungsmittelmix.

e) Vergleich der Bedeutung von Fördermitteln für die Verbandsfinanzierung nach dem Organisationsgrad der Verbände

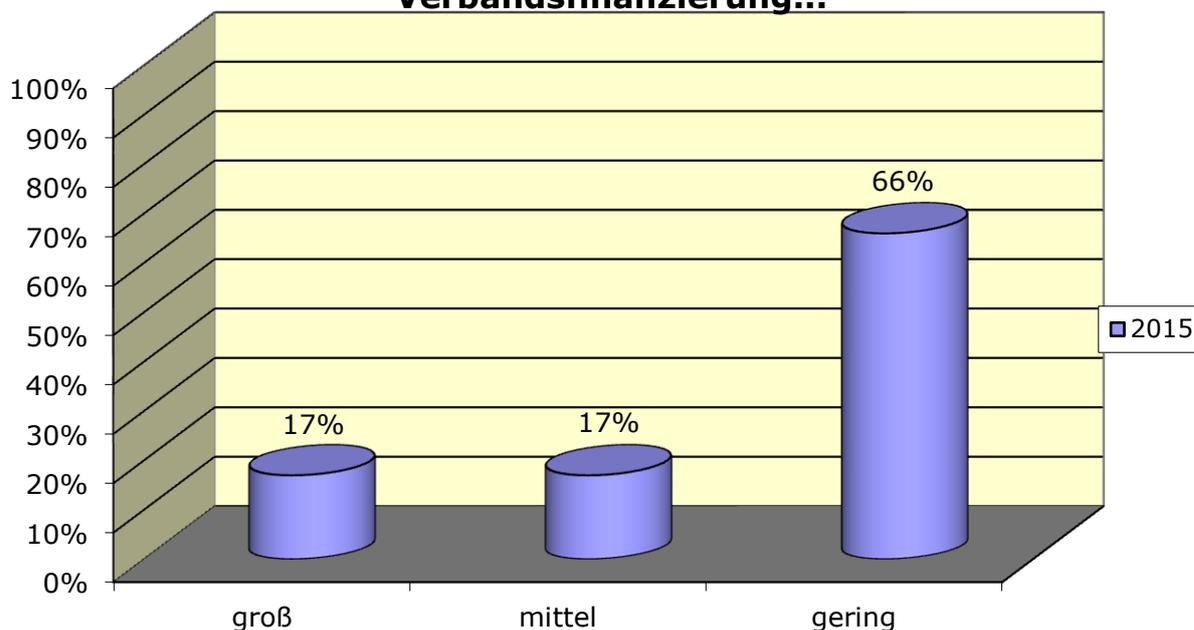
Bei Verbänden, deren Organisationsgrad über 50% liegt, ist die Bedeutung von Fördermitteln für die Verbandsfinanzierung...



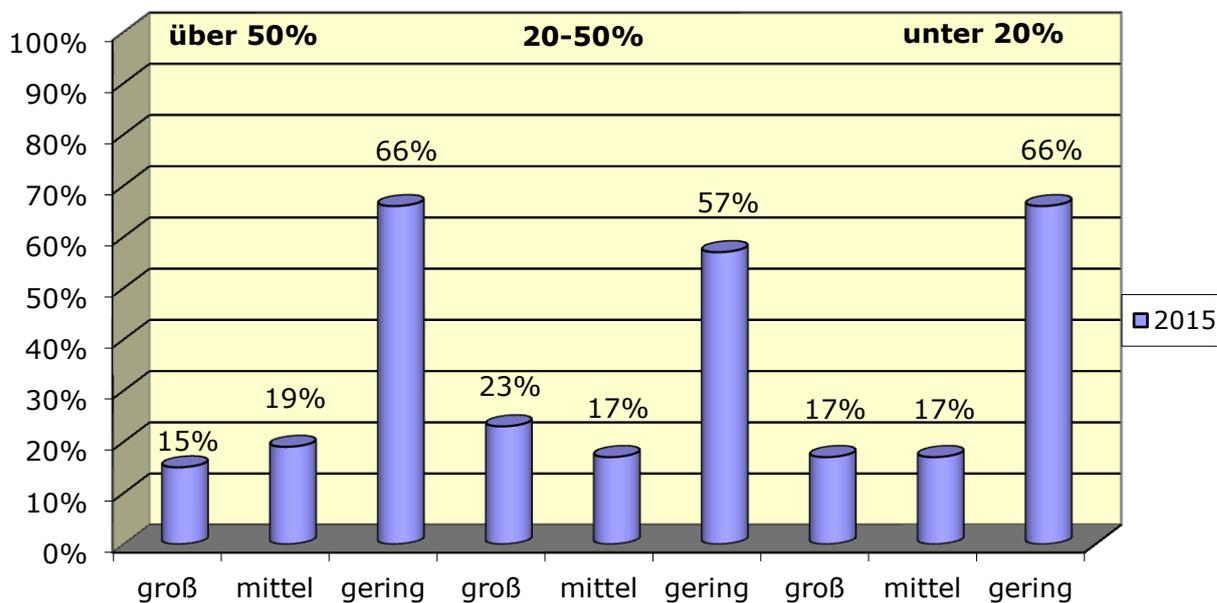
Bei Verbänden, deren Organisationsgrad zwischen 20-50% liegt, ist die Bedeutung von Fördermitteln für die Verbandsfinanzierung...



Bei Verbänden, deren Organisationsgrad unter 20% ist, ist die Bedeutung von Fördermitteln für die Verbandsfinanzierung...



Vergleich der Bedeutung von Fördermitteln für die Verbandsfinanzierung bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von...



Auch bei diesem Aspekt zeigen sich wenig Unterschiede zwischen den Verbänden mit unterschiedlichen Organisationsgraden.

Bei allen 3 Gruppen zeigt sich, dass Fördermittel nur eine untergeordnete Rolle bei der Verbandsfinanzierung spielen.

Sie erreichen stets in der Kategorie „geringe“ Bedeutung mit 66%-57%-66% den Höchstwert.

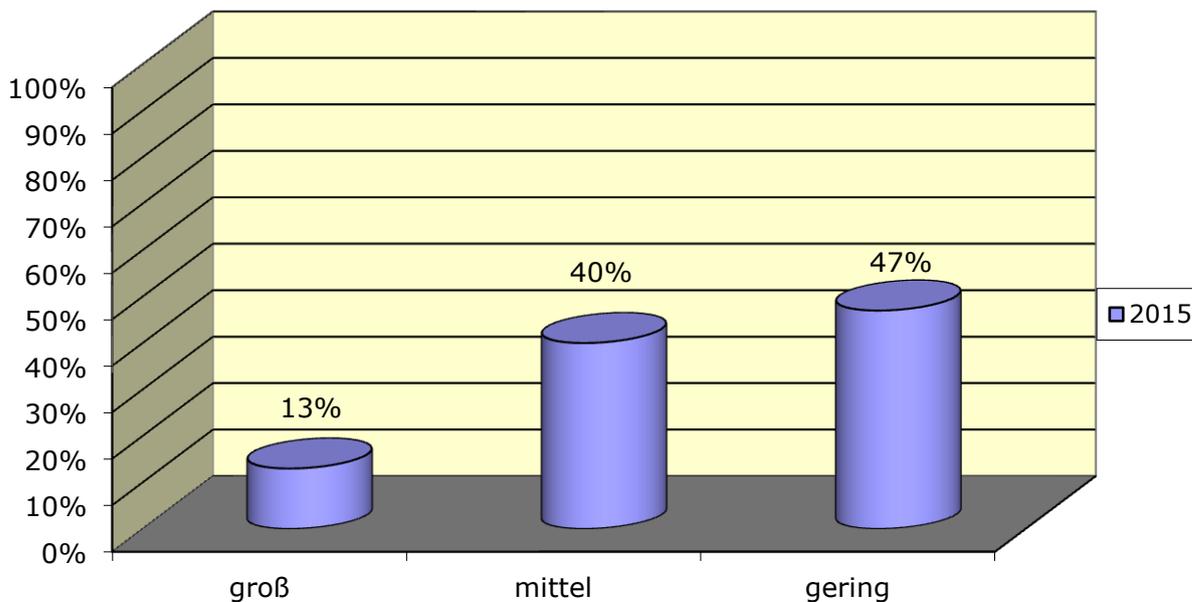
Lediglich bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von „20-50%“ ist die Bedeutung etwas größer. Hier geben immerhin 23% an, dass Fördermittel eine „große“ Bedeutung für die Finanzen des Verbandes haben.

Es ist festzustellen, dass insgesamt die Bedeutung von Fördermitteln in der Verbandsfinanzierung weiterhin ein Schattendasein fristet.

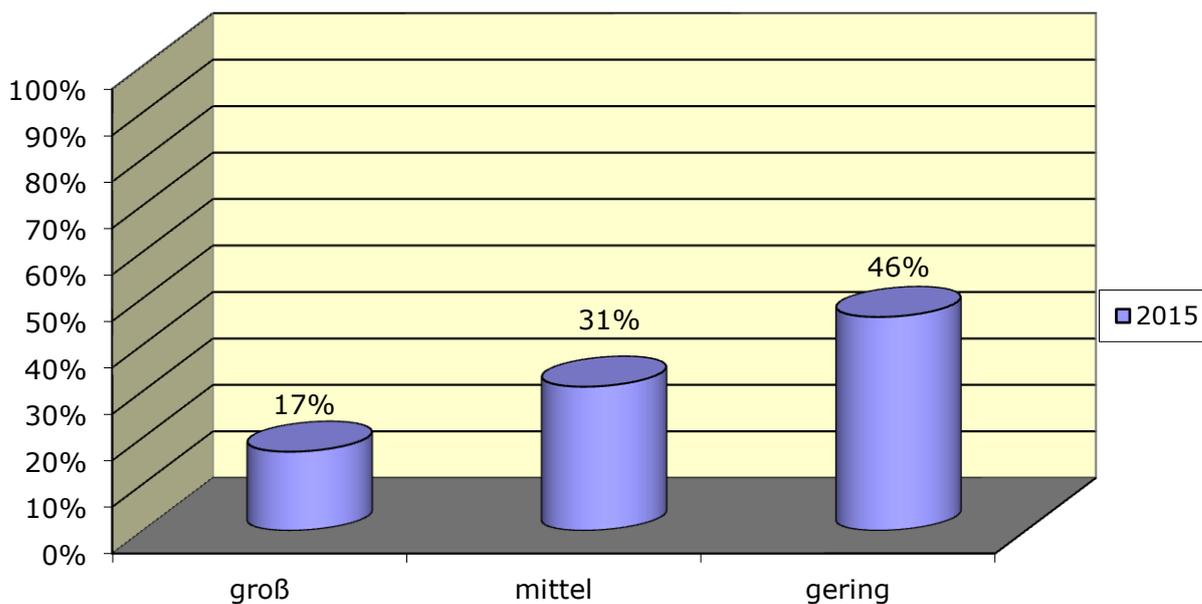
Die Bedeutung von Fördermitteln gering. Hierzu kommen mangelnde personelle Ressourcen für die Beantragung und Betreuung solcher Fördergelder, mangelnde finanzielle Ressourcen für die oftmals notwendige Co-Finanzierung hinzu oder sie passen schlichtweg nicht in die Verbandsstruktur und –strategie. Zum Teil werden sie schlichtweg auch nicht benötigt.

f) Vergleich der Bedeutung von Dienstleistungen gegen Entgelt für die Verbandsfinanzierung nach dem Organisationsgrad der Verbände

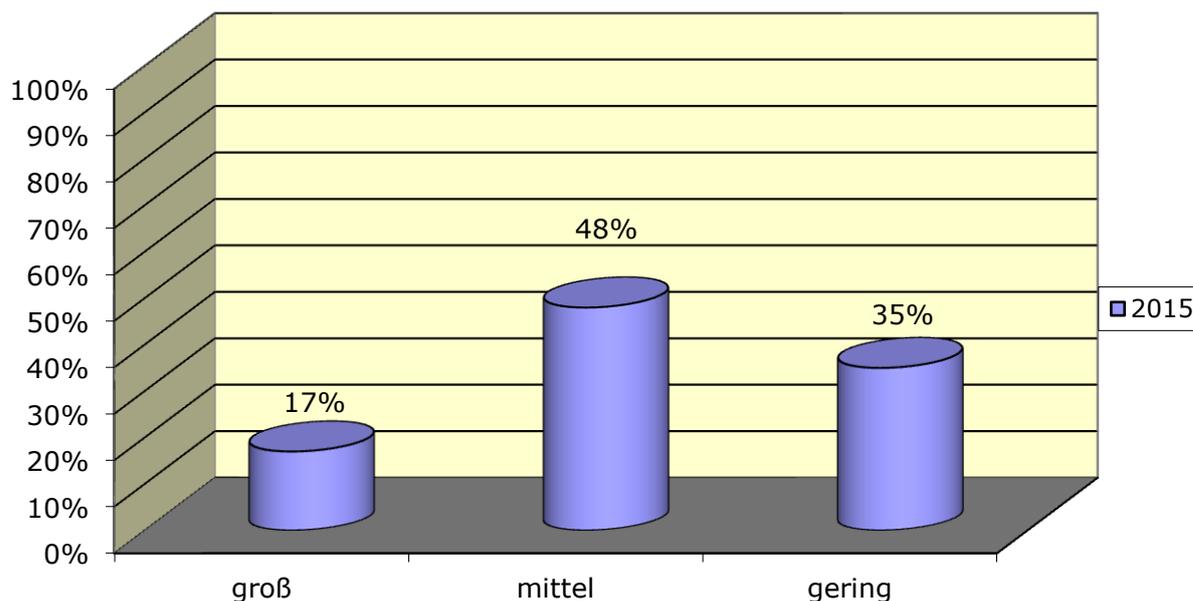
Bei Verbänden, deren Organisationsgrad über 50% liegt, ist die Bedeutung von Dienstleistungen gegen Entgelt für die Verbandsfinanzierung...



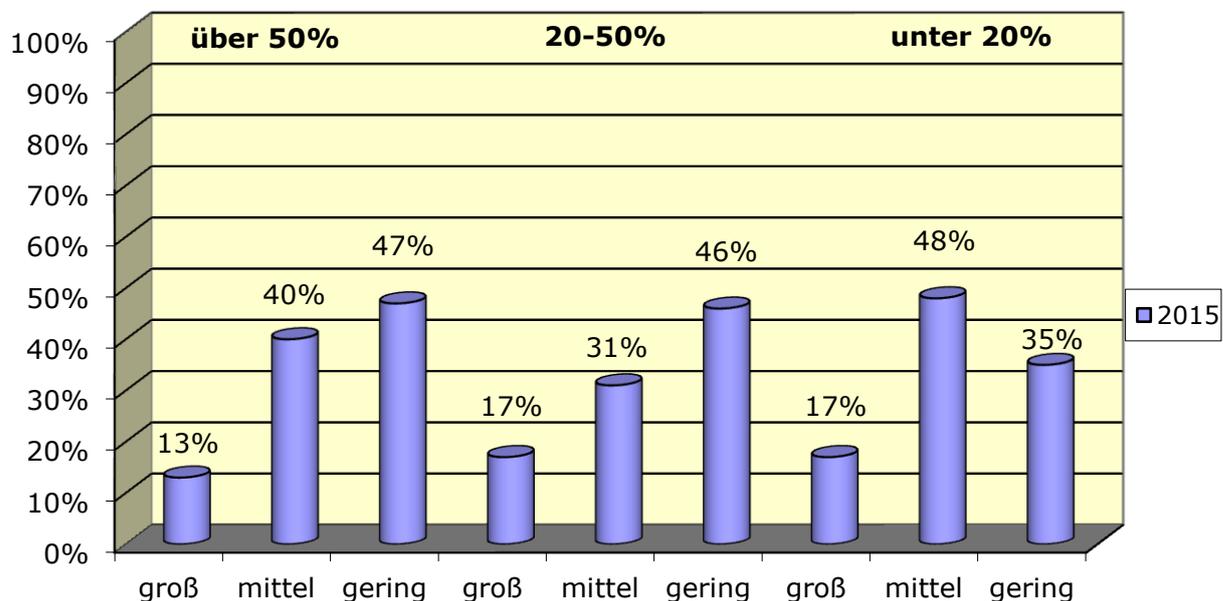
Bei Verbänden, deren Organisationsgrad zwischen 20-50% liegt, ist die Bedeutung von Dienstleistungen gegen Entgelt für die Verbandsfinanzierung...



Bei Verbänden, deren Organisationsgrad unter 20% liegt, ist die Bedeutung von Dienstleistungen gegen Entgelt für die Verbandsfinanzierung...



Vergleich der Bedeutung von Dienstleistungen gegen Entgelt für die Verbandsfinanzierung bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von...



Dienstleistungen für die Verbandsfinanzierung spielen kaum unterschiedlich intensive Rollen bei den Verbänden.

Überhaupt sind sie von eher untergeordneter Bedeutung, zumindest in Hinsicht auf ihren Anteil bei der Verbandsfinanzierung.

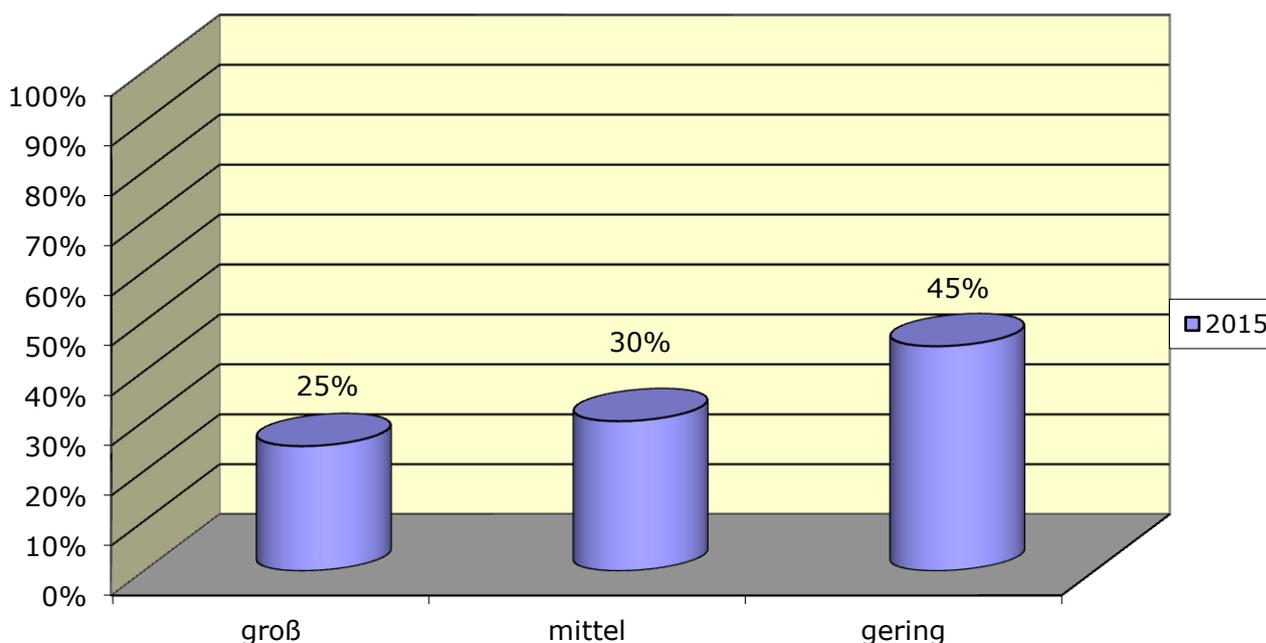
Die größte Bedeutung findet sich bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von „unter 20%“. Hier gibt nur gut ein Drittel (35%) der Verbände an, dass Dienstleistungen gegen Entgelt nur „geringe“ Bedeutung haben. Bei den beiden anderen Gruppen ist dies immerhin knapp die Hälfte (47%-46%).

Insgesamt tragen Dienstleistungen gegen Entgelt für und rund die Hälfte aller Verbände, egal welchen Organisationsgrads, in nennenswertem Umfang zur Verbandsfinanzierung bei.

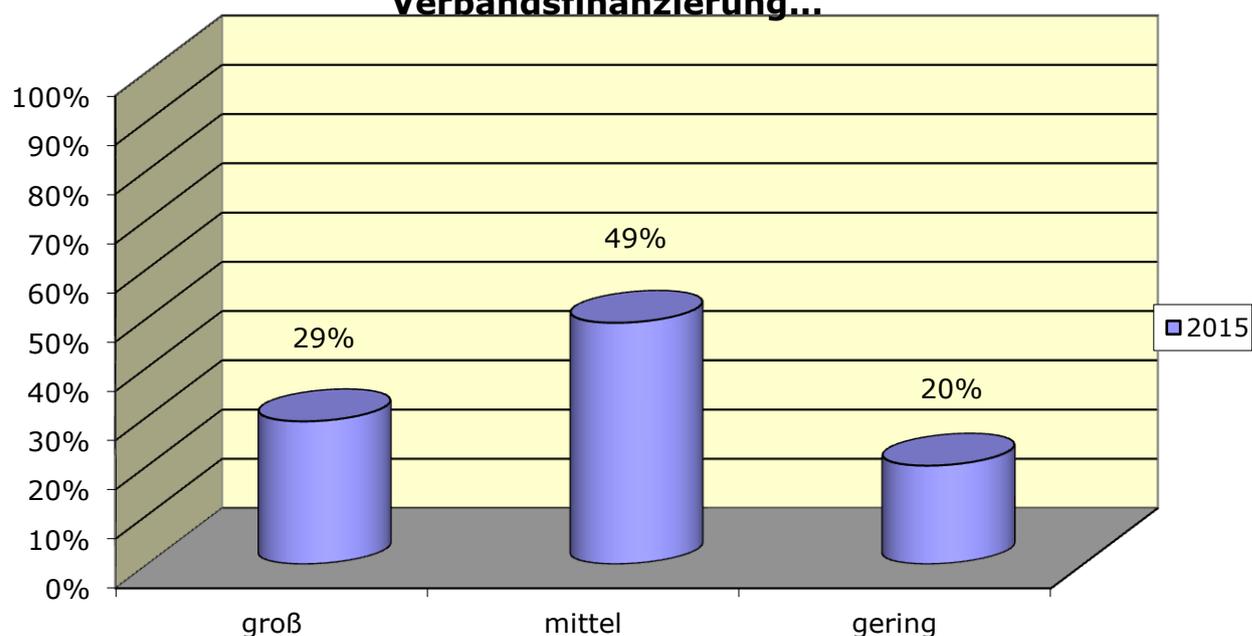
Das Thema „Finanzen“ ist für alle Größen von Verbänden ein zentrales Thema, daher beschäftigen sich auch alle Verbände mit der Schaffung und Vermarktung von Dienstleistungen gegen Entgelt, jedoch mit unterschiedlichen Ergebnissen und Intensität.

g) Vergleich der Bedeutung von Weiterbildungsmaßnahmen für die Verbandsfinanzierung nach dem Organisationsgrad der Verbände

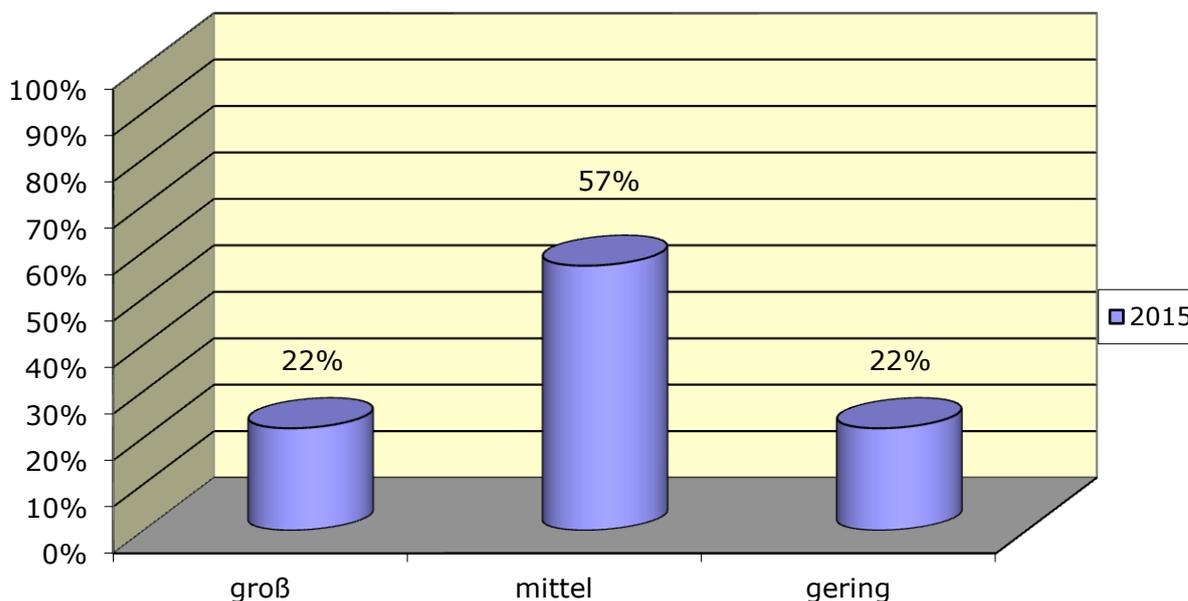
Bei Verbänden, deren Organisationsgrad über 50% liegt, ist die Bedeutung von Weiterbildungsmaßnahmen für die Verbandsfinanzierung...



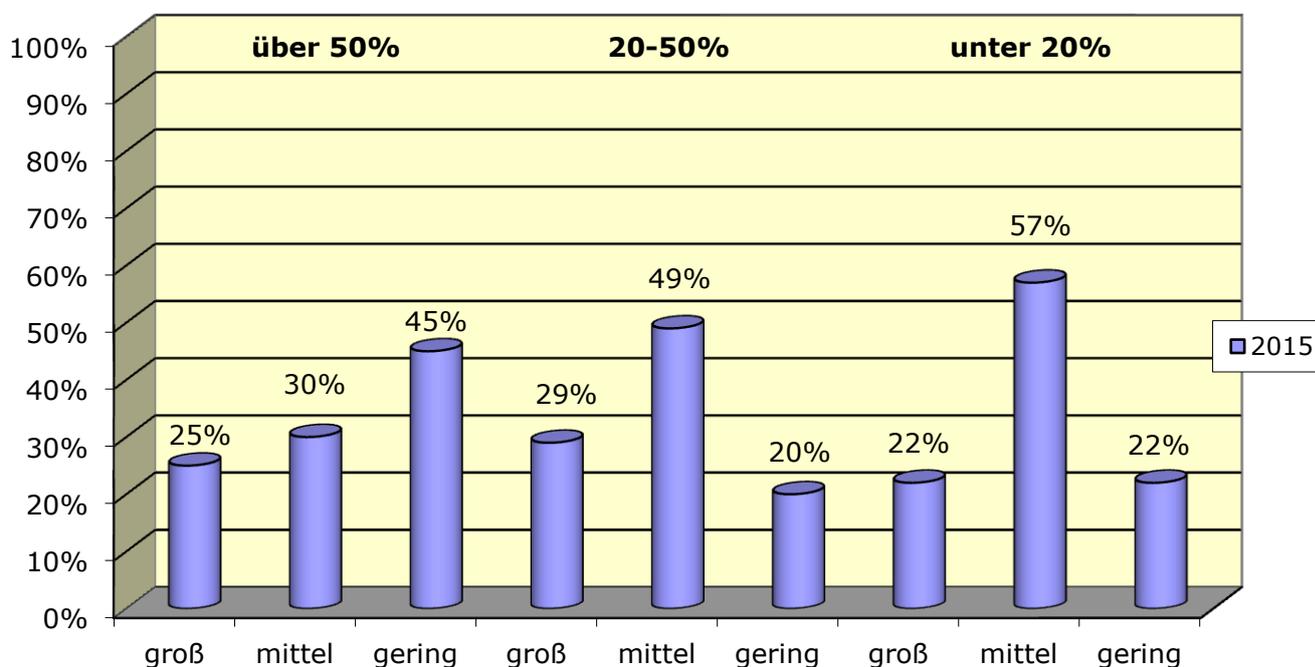
Bei Verbänden, deren Organisationsgrad zwischen 20-50% liegt, ist die Bedeutung von Weiterbildungsmaßnahmen für die Verbandsfinanzierung...



Bei Verbänden, deren Organisationsgrad unter 20% liegt, ist die Bedeutung von Weiterbildungsmaßnahmen für die Verbandsfinanzierung...



Vergleich der Bedeutung von Weiterbildungsmaßnahmen für die Verbandsfinanzierung bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von...



Hier zeigen sich klare Unterschiede zwischen den Verbandsgruppen.

Bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von „über 50%“ spielen Weiterbildungsmaßnahmen bei der Verbandsfinanzierung für 45% nur eine „geringe“ Rolle. Deutlich kleiner fallen diese Werte bei den beiden anderen Gruppen aus. So geben bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von „20-50%“ nur 20% und bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von „unter 20%“ nur 22% dies an.

Also tragen die Weiterbildungsmaßnahmen besonders bei den mitgliedsstarken Verbänden deutlich weniger zum Haushalt bei, als bei den anderen Verbandsgruppen.

Die Angaben für eine „große“ Bedeutung liegen da schon dichter beieinander: 25%-29%-22%.

„Groß“ dürfte die Bedeutung hauptsächlich bei den Verbänden mit eigenen Aus- und Fortbildungszentren, sich im Aufschwung befindlichen oder stark spezialisierten Branchenverbänden sein.

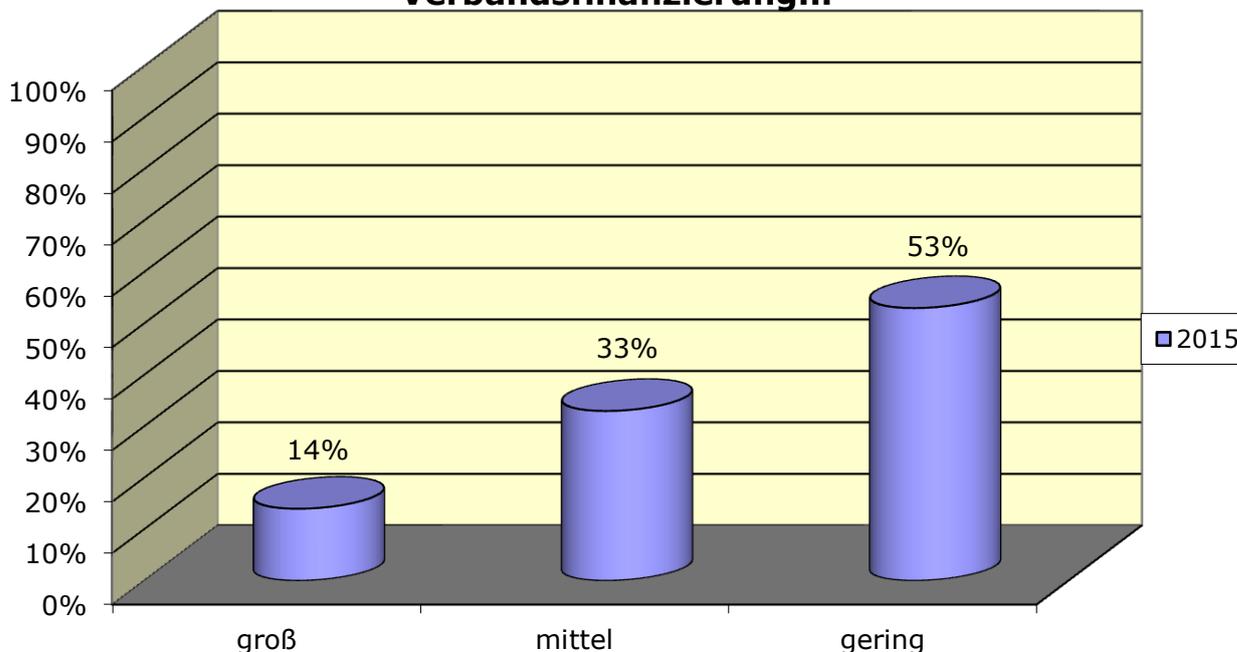
Zu bedenken ist, dass es sich an dieser Stelle vorerst nur um die Bedeutung der Weiterbildung für die Verbandsfinanzierung handelt, nicht um die generelle Bedeutung von Weiterbildung als Verbandsaufgabe.

Daher muss hier auch berücksichtigt werden, dass, obwohl die Bedeutung von Weiterbildung als Gesamtaufgabe für die Verbände durchaus von großer Bedeutung sein kann, die Bedeutung für die Finanzierung nicht so groß sein könnte, weil die Kosten für die Weiterbildungsmaßnahmen nicht unter betriebswirtschaftlichen Aspekten – gewollt oder ungewollt – gerechnet werden.

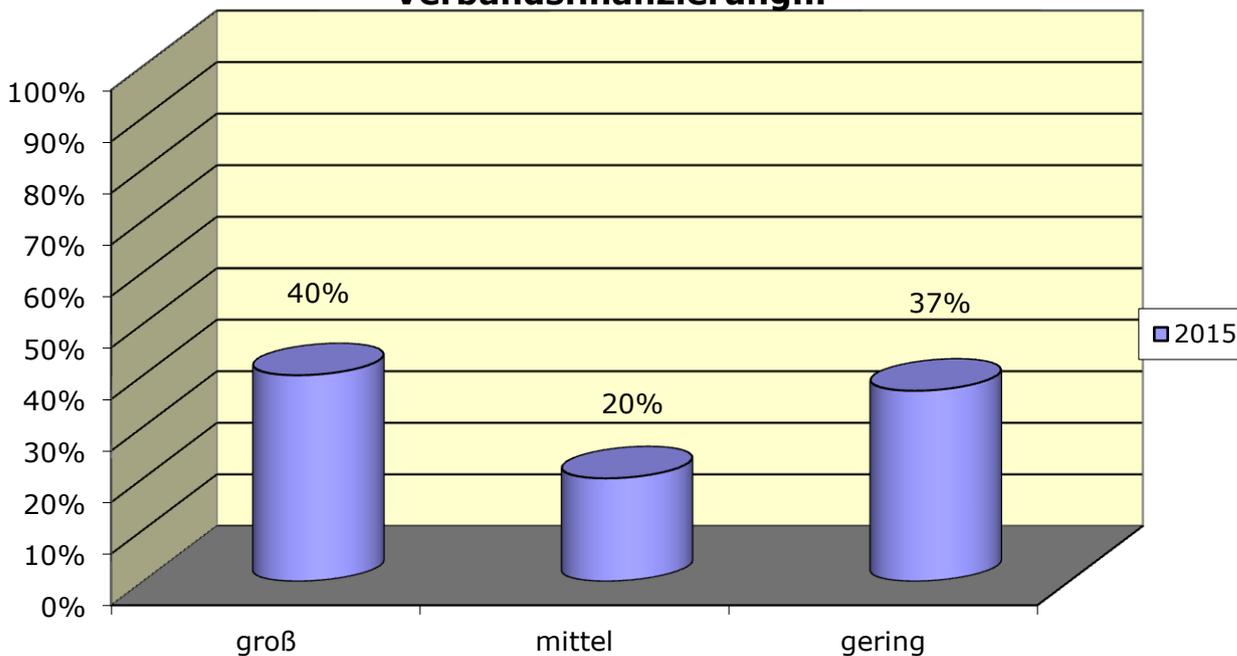
Insgesamt scheint das Thema Weiterbildung nun aber stärker unter finanziellen Aspekten betrachtet werden. Doch muss nach wie vor auch davon ausgegangen werden, dass Weiterbildungsmaßnahmen zum einen aus verbandspolitischen Gründen absichtlich subventioniert werden und zum anderen, dass sie unabsichtlich zu nicht marktkonformen Preis angeboten werden.

h) Vergleich der Bedeutung von Sponsoring für die Verbandsfinanzierung nach dem Organisationsgrad der Verbände

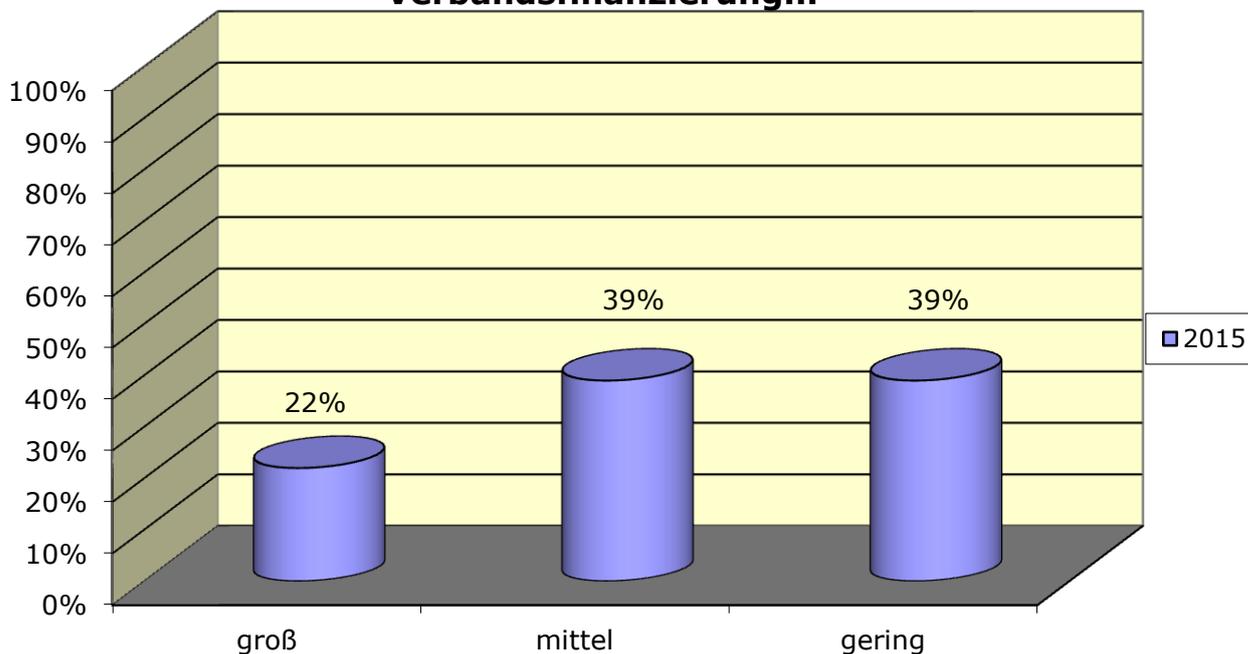
Bei Verbänden, deren Organisationsgrad über 50% liegt, ist die Bedeutung von Sponsoring für die Verbandsfinanzierung...



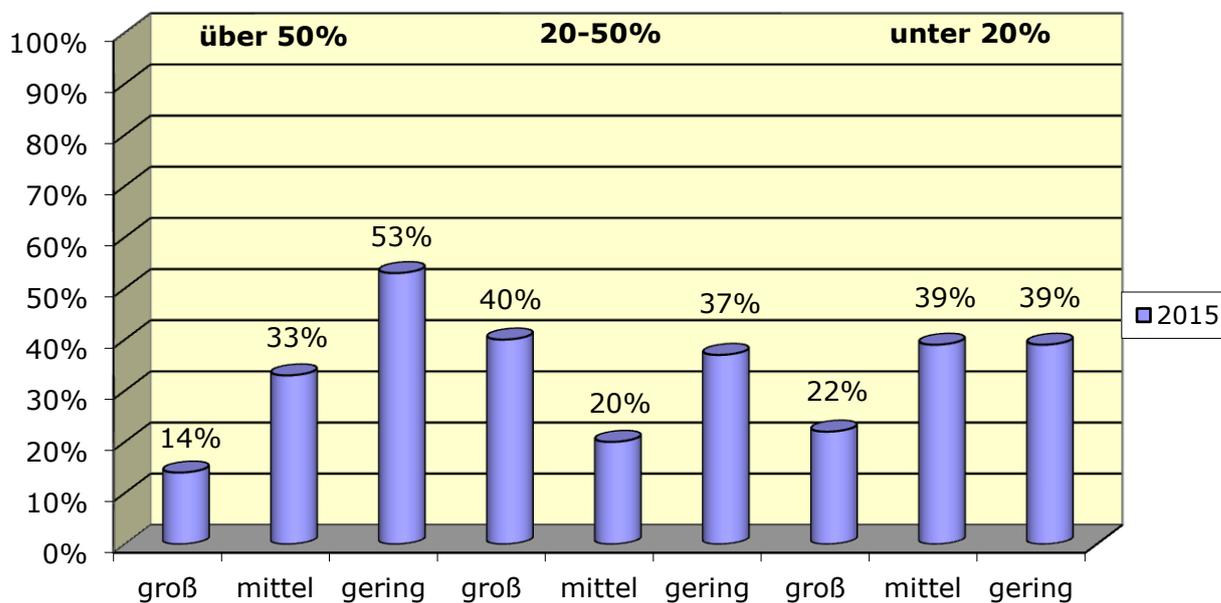
Bei Verbänden, deren Organisationsgrad zwischen 20-50% liegt, ist die Bedeutung von Sponsoring für die Verbandsfinanzierung...



Bei Verbänden, deren Organisationsgrad unter 20% liegt, ist die Bedeutung von Sponsoring für die Verbandsfinanzierung...



Vergleich der Bedeutung von Sponsoring für die Verbandsfinanzierung bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von...



Ebenso wie die Weiterbildungsmaßnahmen spielt auch das Sponsoring bei den mitgliedsstarken Verbänden eine deutlich unbedeutendere Rolle als bei den beiden anderen Verbandsgruppen.

Für gut die Hälfte (53%) der Verbände mit einem Organisationsgrad von „über 50%“ hat das Sponsoring nur eine „geringe“ Bedeutung. Bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von „20-50%“ sind es nur 37% und bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von „unter 20%“ sind es 39%.

Entsprechend geben bei den mitgliedsstarken Verbänden auch nur 14% an, dass Sponsoring eine „große“ Rolle spielt, aber bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von „20-50%“ geben 40% dem Sponsoring eine „große“ Bedeutung! Bei den kleineren Verbänden sind dies nur 22%, hier ist allerdings der Wert einer „mittleren“ Bedeutung mit 39% relativ hoch.

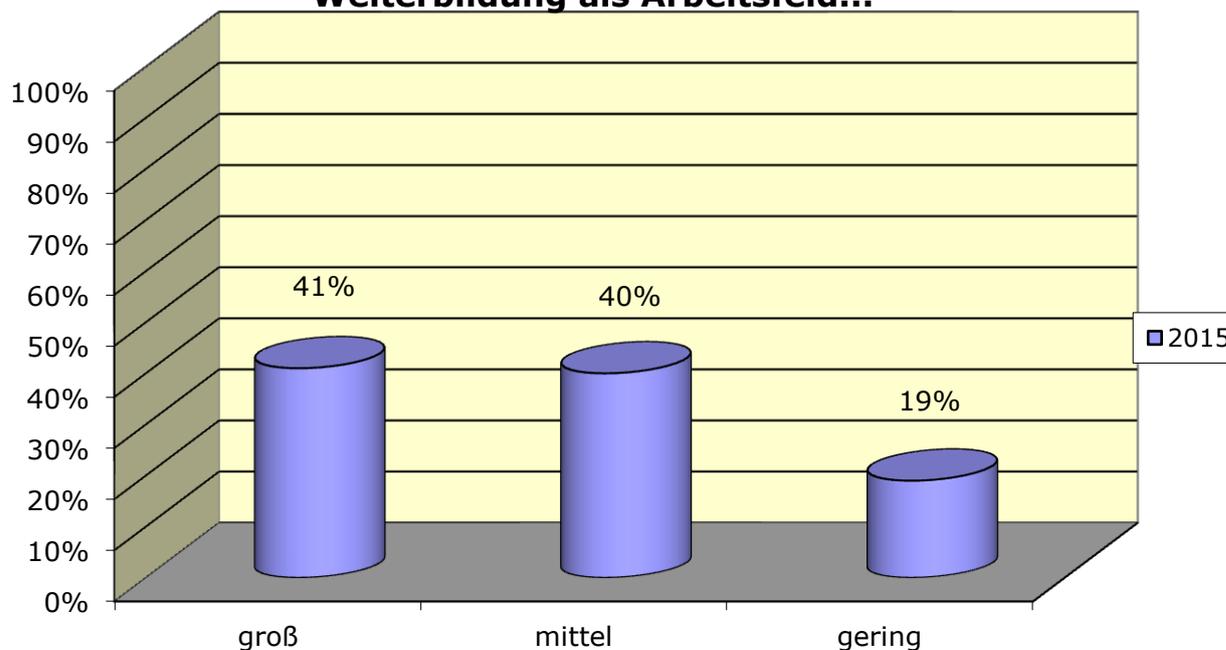
Erstaunlicherweise ist die „geringe“ Bedeutung des Sponsorings bei den größeren Verbänden klar in der Mehrheit. Sollte man doch meinen, dass es große Verbände leichter haben, einen Sponsor zu finden. Andererseits sind diese aber auch vielleicht aufgrund ihres erhöhten Mitgliederbeitragsaufkommens nicht so stark auf Sponsoren angewiesen.

Der stetig wachsende wirtschaftliche Druck auf die Verbände stützt zwar die Bedeutung des Sponsorings, trotzdem könnte es aufgrund der allgemeinen wirtschaftlichen Situation immer noch schwierig sein, ausreichend Sponsoren zu gewinnen. Teilweise wird Sponsoring aber nicht mit der nötigen Strategie verfolgt. Es fehlen oftmals für potenzielle Sponsoren attraktive Angebote, ebenso wie die erforderliche Transparenz, um den zum Teil immer noch vorhandenen schlechten Beigeschmack beim Sponsoring zu verhindern.

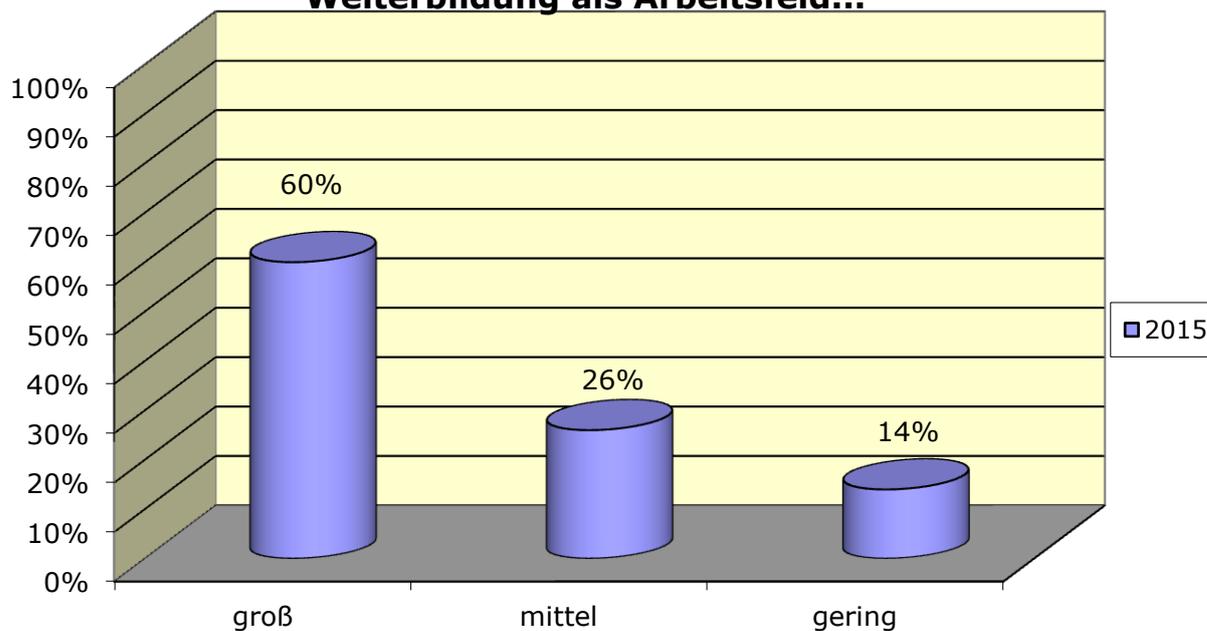
Obwohl es erkennbar ist, dass Sponsoring immer mehr von den Verbänden als Finanzinstrument genutzt wird, besteht hier noch eindeutig Luft nach oben.

i) Vergleich der Bedeutung der Durchführung von Weiterbildungsmaßnahmen nach dem Organisationsgrad der Verbände

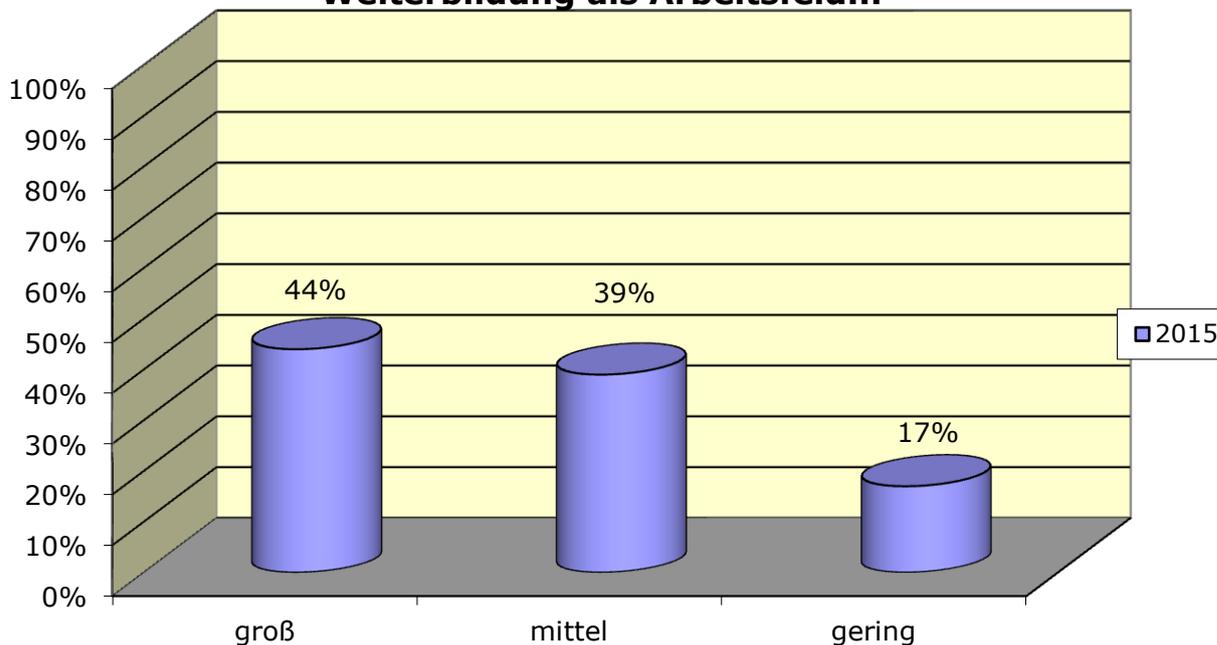
Bei Verbänden, deren Organisationsgrad über 50% liegt, ist die Bedeutung der Durchführung von Weiterbildung als Arbeitsfeld...



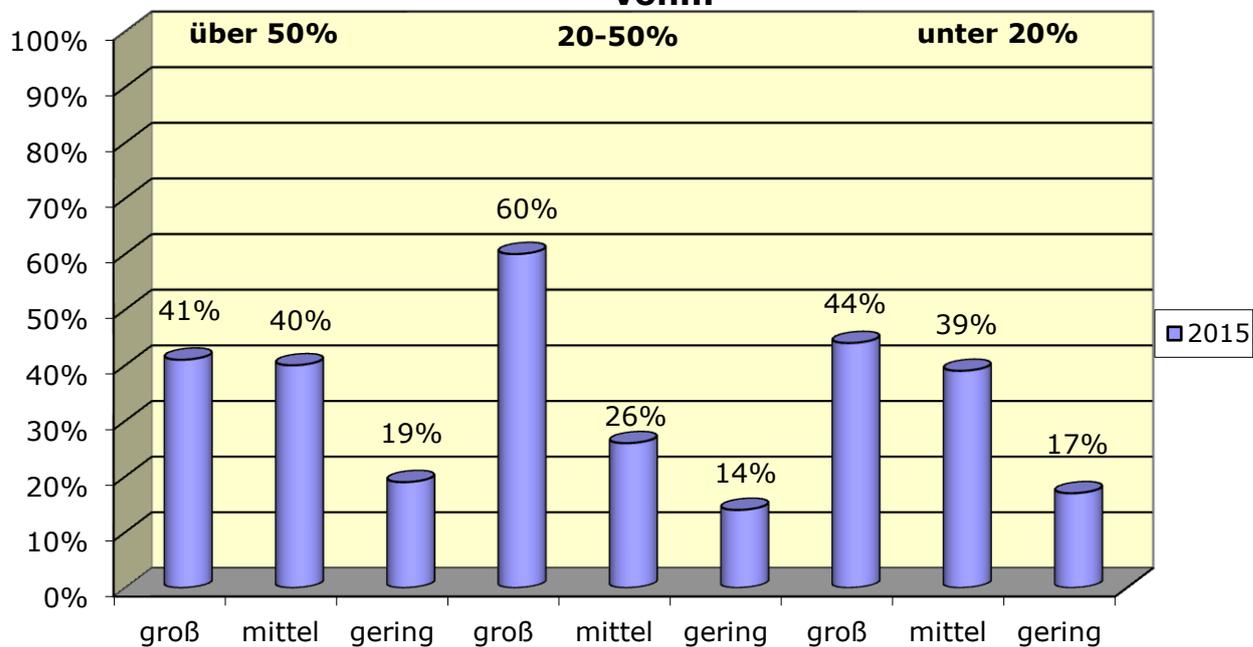
Bei Verbänden, deren Organisationsgrad zwischen 20-50% liegt, ist die Bedeutung der Durchführung von Weiterbildung als Arbeitsfeld...



Bei Verbänden, deren Organisationsgrad unter 20% liegt, ist die Bedeutung der Durchführung von Weiterbildung als Arbeitsfeld...



Vergleich der Bedeutung von Weiterbildung als Arbeitsfeld bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von...



Bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von „über 50%“ und „unter 20%“ zeigt sich eine ähnliche Bewertung hinsichtlich der Bedeutung von Weiterbildung als Arbeitsfeld von Verbänden.

In beiden Gruppen lagen die höchsten Werte mit 41% bzw. 44% in der Kategorie „groß“, gefolgt von einer „mittleren“ Bedeutung mit 40% bzw. 39%.

Dagegen liegt bei den Verbänden mit einem Organisationsgrad von „20-50%“ eindeutig der Schwerpunkt mit 60% auf einer „großen“ Bedeutung von Weiterbildung als Arbeitsfeld.

Vergleicht man jedoch die Werte bei einer „geringen“ Bedeutung, so nähern sich die Werte wieder stark an: 19%-14%-17%.

Insgesamt ist die Bedeutung von Weiterbildung als Arbeitsfeld für mittelgroße Verbände offenbar am größten.

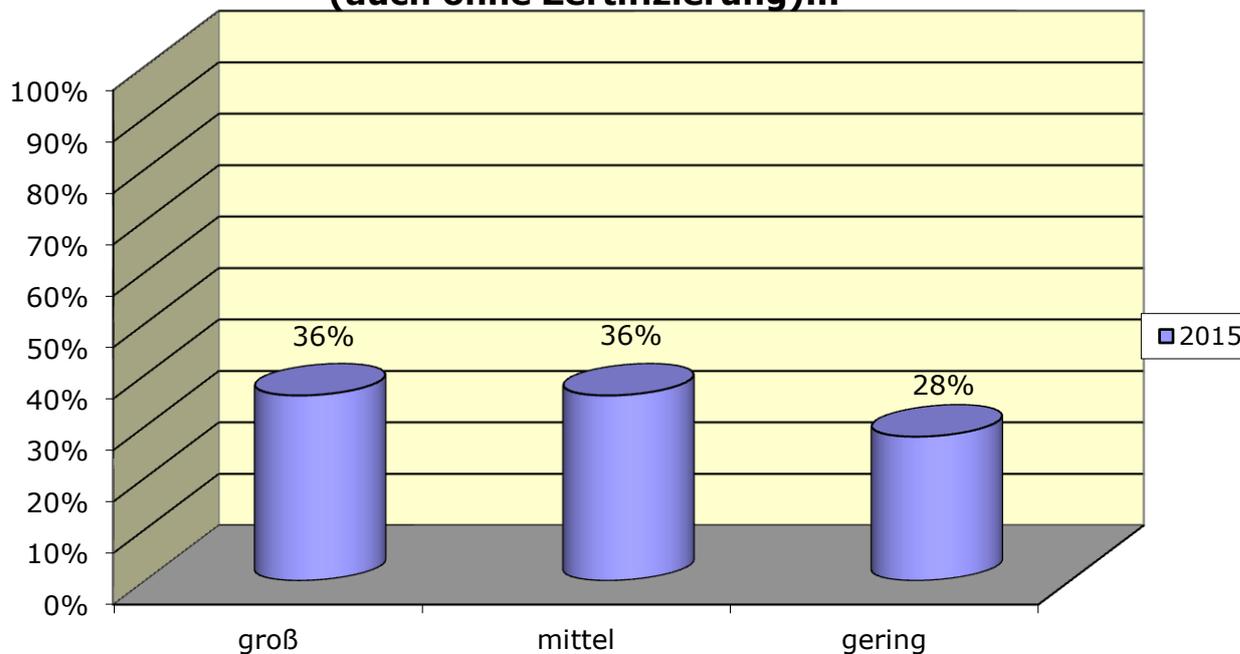
Die Aussagen zu dieser Frage korrespondieren in keiner Weise mit den Zahlen bei der Frage nach der Beteiligung der Weiterbildungsmaßnahmen an der Verbandsfinanzierung. Hier unterscheiden Verbänden also ganz offensichtlich stark. Weiterbildung ist als generelles Thema sehr wohl von Bedeutung für die Mehrheit der Verbände, jedoch nicht, wenn es um die Verwendung als Finanzquelle geht.

Die Bedeutung der Durchführung von Weiterbildungsmaßnahmen ist sicherlich auch vom Betrieb eigener Aus- und Weiterbildungseinrichtungen sowie vom eigenen Selbstverständnis des Verbandes hinsichtlich seiner gestalterischen Rolle des Berufsfeldes abhängig.

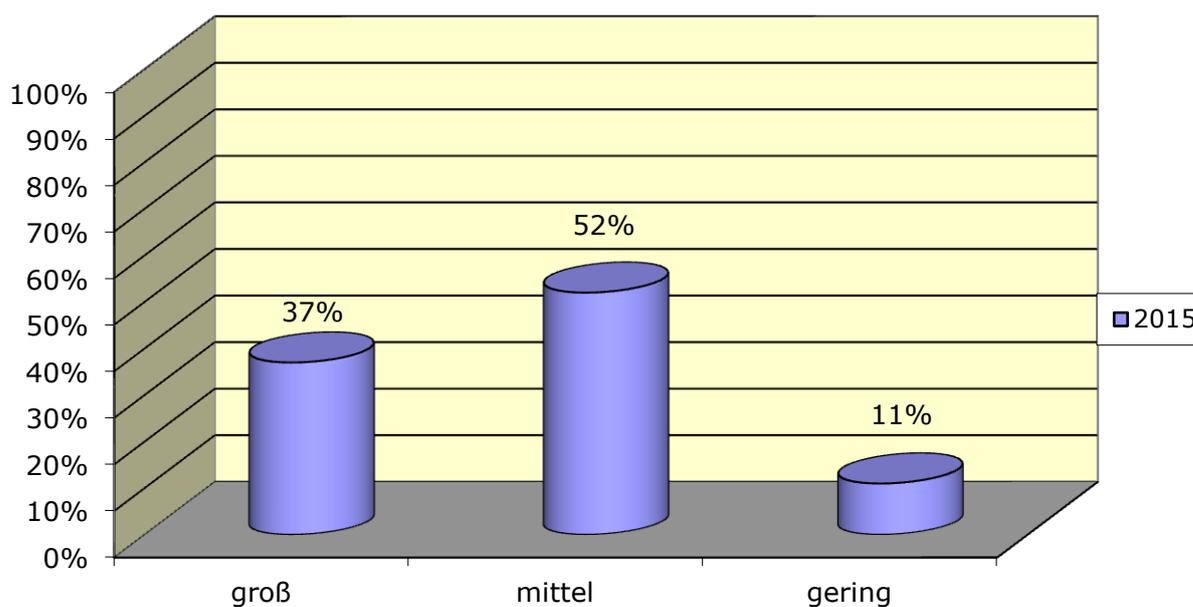
Doch lässt sich insgesamt feststellen, dass die Entwicklung und Begleitung der Weiterbildung einer Branche oder eines Aspektes durch entsprechende Maßnahmen und Angebote zwar immer noch zentrale Themen des Verbandswesens sind.

j) Vergleich der Bedeutung des Qualitätsmanagements nach dem Organisationsgrad der Verbände

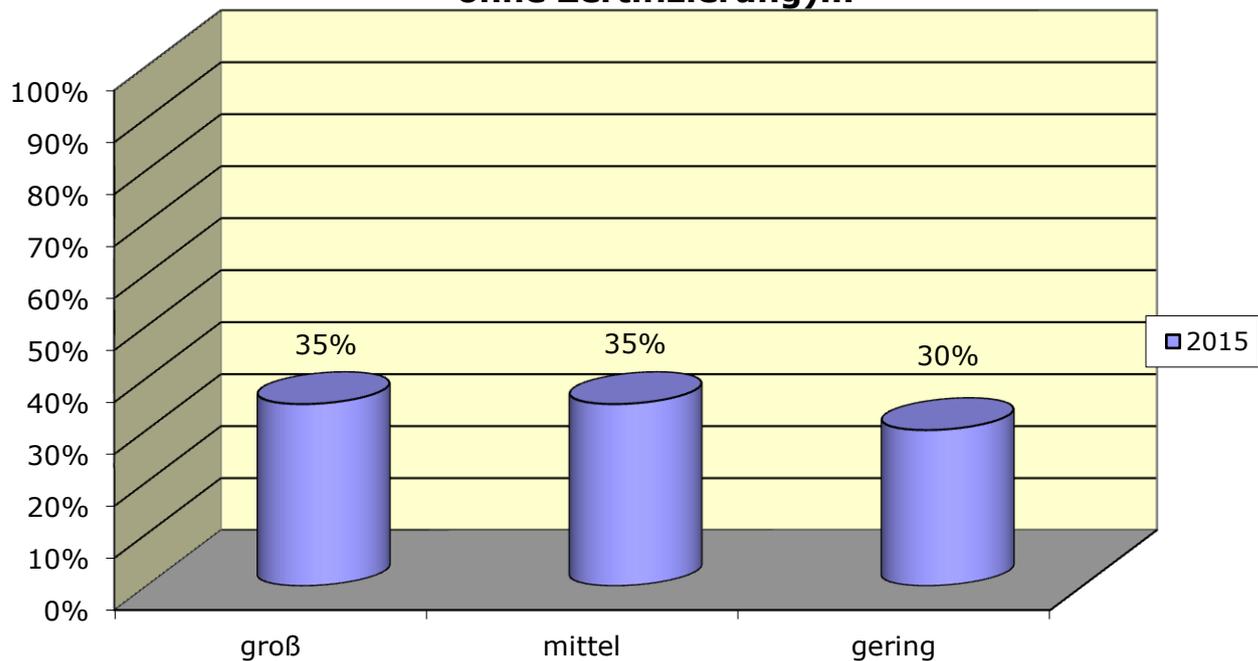
Bei Verbänden, deren Organisationsgrad über 50% liegt, ist die Bedeutung des Qualitätsmanagements (auch ohne Zertifizierung)...



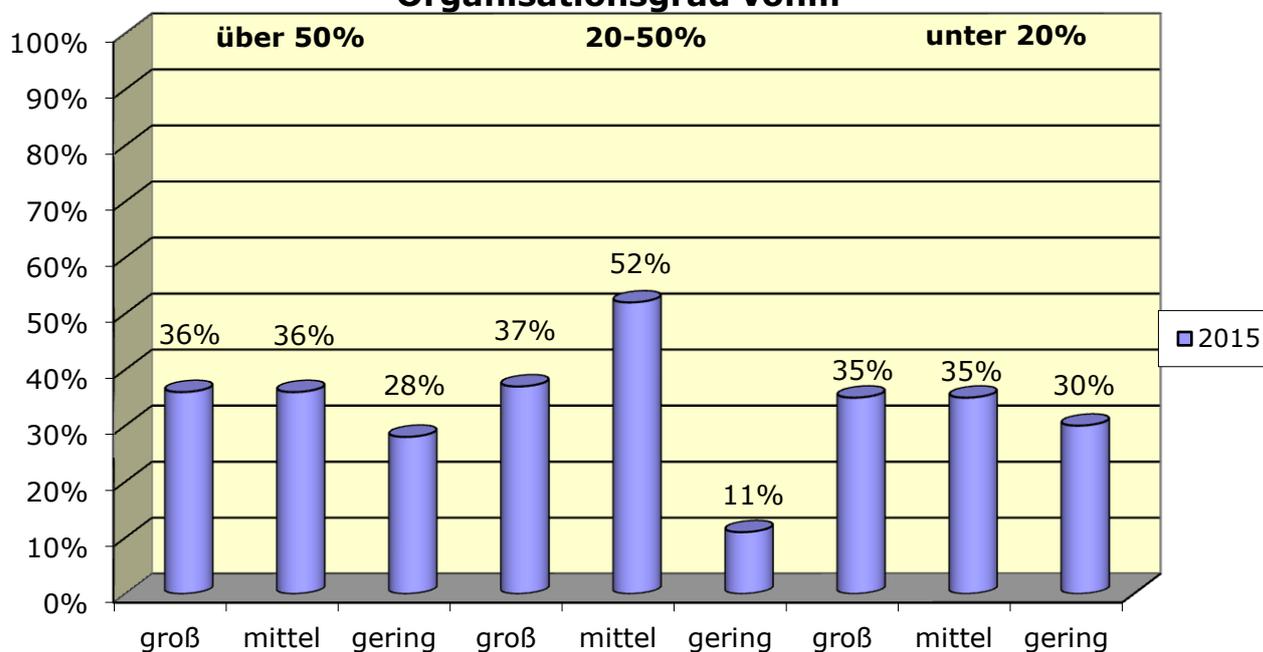
Bei Verbänden, deren Organisationsgrad zwischen 20-50% liegt, ist die Bedeutung des Qualitätsmanagements (auch ohne Zertifizierung)...



Bei Verbänden, deren Organisationsgrad unter 20% liegt, ist die Bedeutung des Qualitätsmanagements (auch ohne Zertifizierung)...



Vergleich der Bedeutung des Qualitätsmanagements (auch ohne Zertifizierung) bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von...



Während sich die Werte bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von „über 50%“ und von „unter 20%“ stark ähneln, zeigen sich bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von „20-50%“ deutliche Abweichungen.

Bei den mitgliedsstarken und mitgliederschwächeren Verbänden ergibt sich eine relativ gleichmäßige Verteilung: 36% bzw. 35% geben dem Qualitätsmanagement eine „große“, 36% bzw. 35% eine „mittlere“ und 28% bzw. 30% eine „geringe“ Bedeutung. Grob gesagt, auf jede Kategorie entfällt ca. ein Drittel der Nennungen.

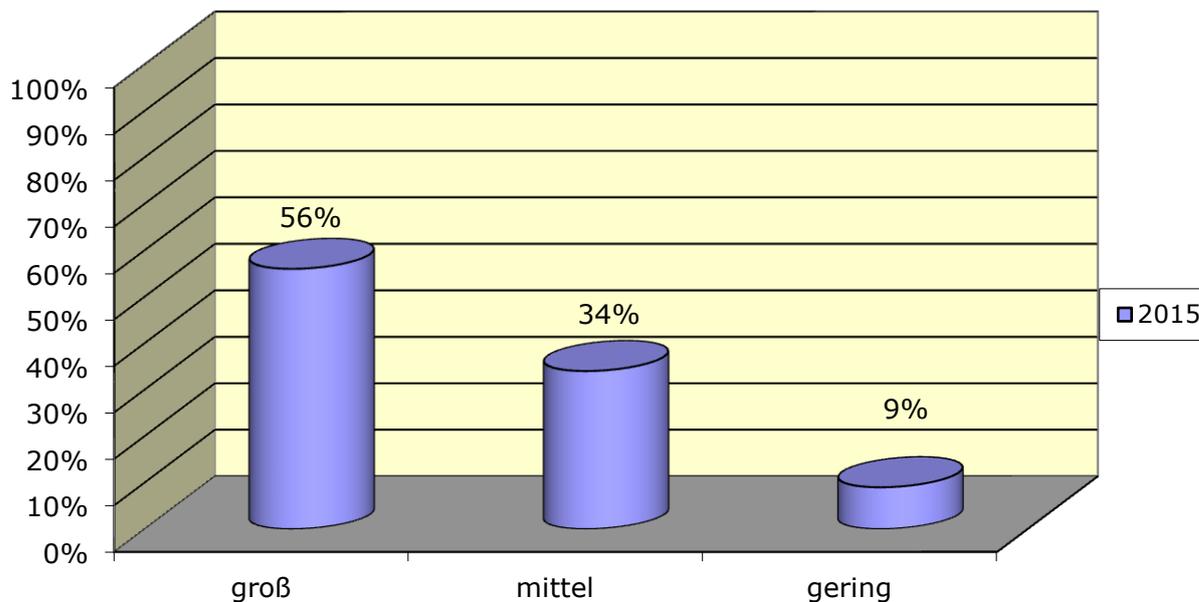
Anders jedoch bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von „20-50%“: Auch hier entscheidet sich ein gutes Drittel (37%) für eine „große“ Bedeutung, allerdings gut die Hälfte bewertet hier mit einer „mittleren“ Bedeutung, sodass lediglich 11% eine „geringe“ Bedeutung für das Qualitätsmanagement sehen.

Die deutschen Verbände setzen sich durchaus auch weiterhin mit ständiger Verbesserung, Effektivierung und Effizienzsteigerung auseinander. Nach einigen Jahren der Stagnation scheinen viele Verbände sich jetzt wieder verstärkt dem Thema zuzuwenden.

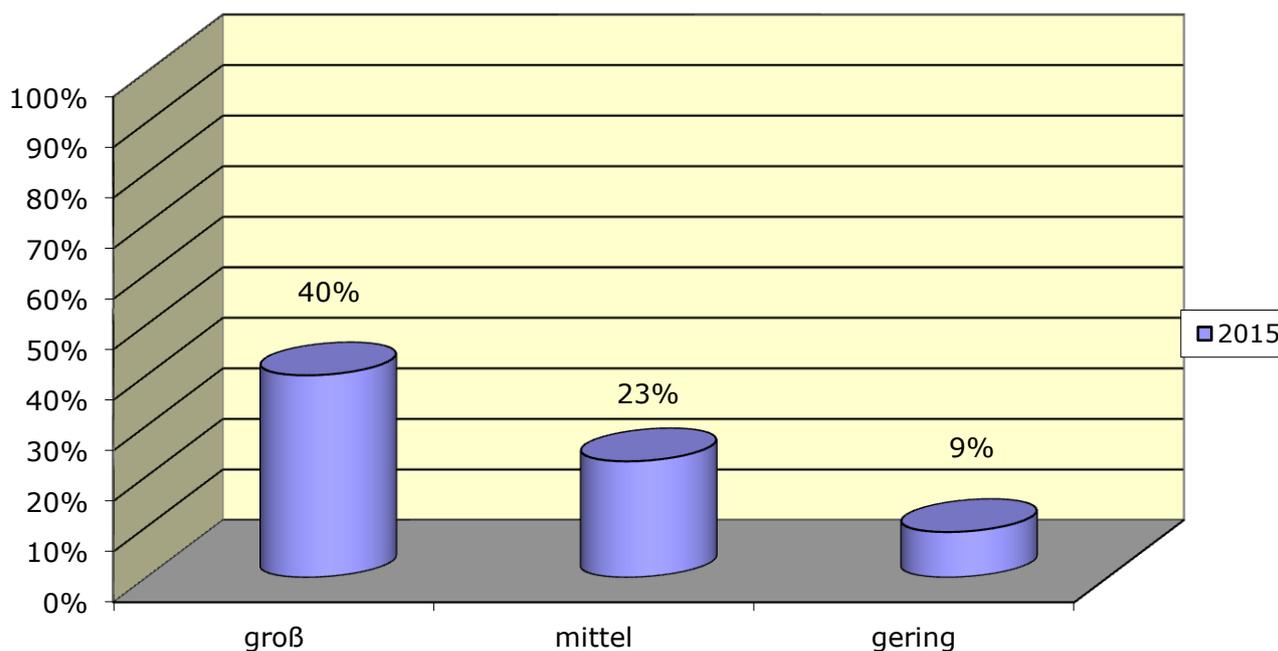
Trotzdem scheinen manche Verbände dabei bereits einem fortgeschrittenen Punkt angekommen zu sein, sodass das Thema nicht mehr von zentraler Bedeutung für sie ist. Anderer Verbände, besonders kleinere, mögen für sich erkannt haben, dass Qualitätsmanagement oft zu überdimensioniert für sie ist, oder können schlichtweg die Zeit für dieses zeitintensive Arbeitsfeld nicht aufbringen.

k) Vergleich der Bedeutung von langfristiger, strategischer Planung nach dem Organisationsgrad der Verbände

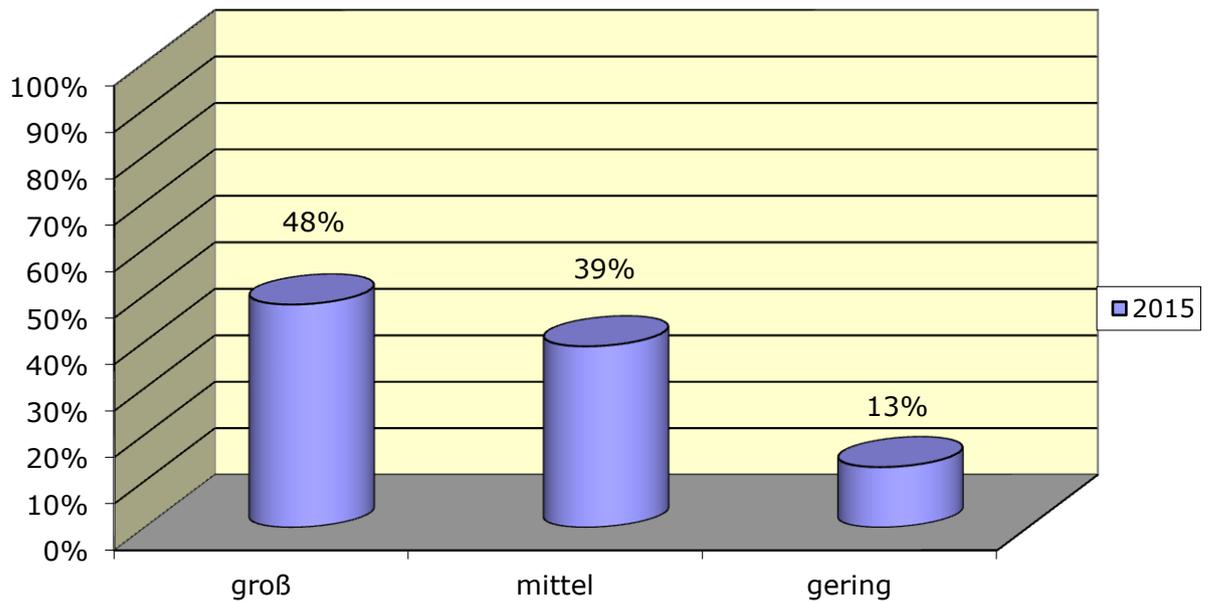
Bei Verbänden, deren Organisationsgrad über 50% liegt, ist die Bedeutung von langfristiger, strategischer Planung, z.B. bei "Zukunfts-Workshops"...



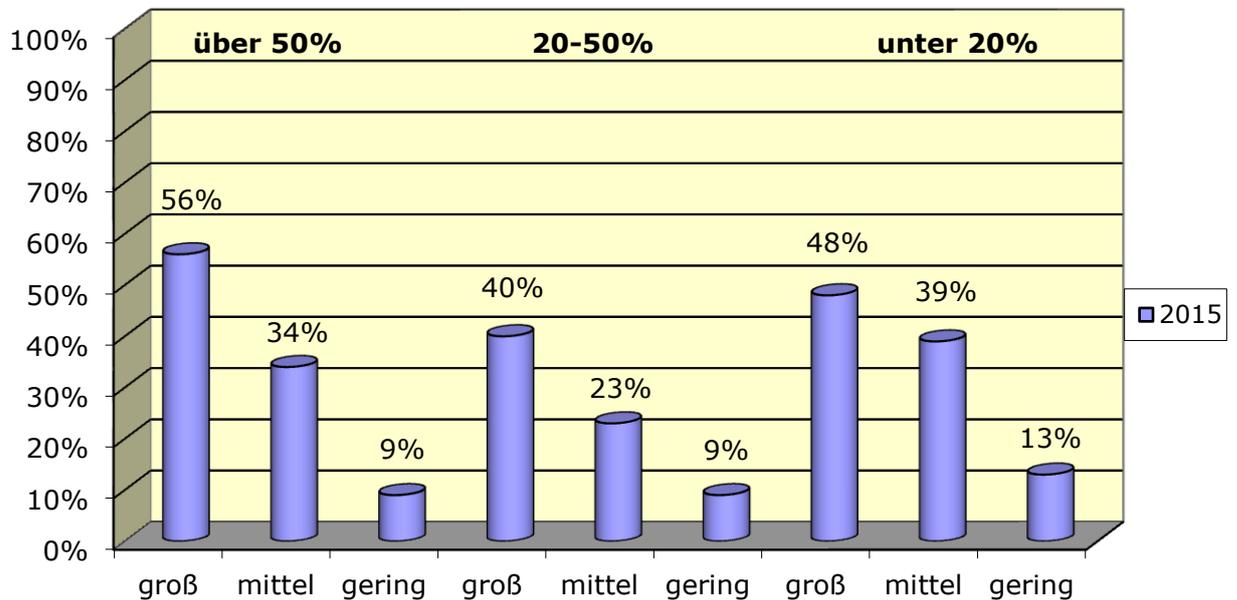
Bei Verbänden, deren Organisationsgrad zwischen 20-50% liegt, ist die Bedeutung von langfristiger, strategischer Planung, z.B. bei "Zukunfts-Workshops"...



Bei Verbänden, deren Organisationsgrad unter 20% liegt, ist die Bedeutung von langfristiger, strategischer Planung, z.B. bei "Zukunfts-Workshops"...



Vergleich der Bedeutung von langfristiger, strategischer Planung, z.B. bei "Zukunfts-Workshops" bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von...



Vergleicht man die Werte aller Verbandsgruppen, so ergeben sich lediglich punktuelle Unterschiede.

Die „geringe“ Bedeutung von langfristiger, strategischer Planung liegt bei allen Verbänden mit 9%-9%-13% dicht beieinander.

Betrachtet man die Angaben zu einer „großen“ Bedeutung, so ergeben sich durchaus Unterschiede. Hier liegen die mitgliedstarken Verbände mit 56% vorne, vor den mitgliedsschwächeren Verbänden mit 48% und den Verbänden mit einem Organisationsgrad von „20-50%“ mit nur 40%.

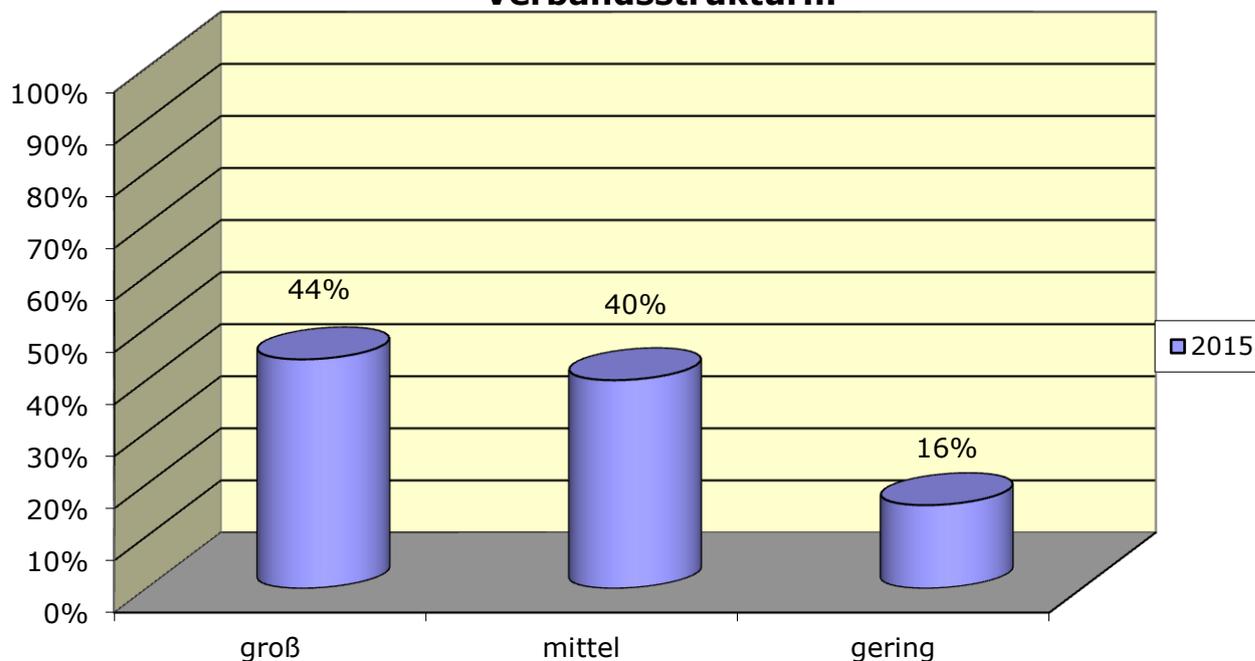
Somit scheinen die großen Verbände etwas intensiver und dringlicher an dem Thema dran zu sein.

Es bleibt festzustellen, dass der Bedarf an langfristiger Planung insgesamt gegeben ist. Die Verbände bleiben hier aktiv und machen mit einer kontinuierlichen Bearbeitung des Themas scheinbar gute Erfahrungen.

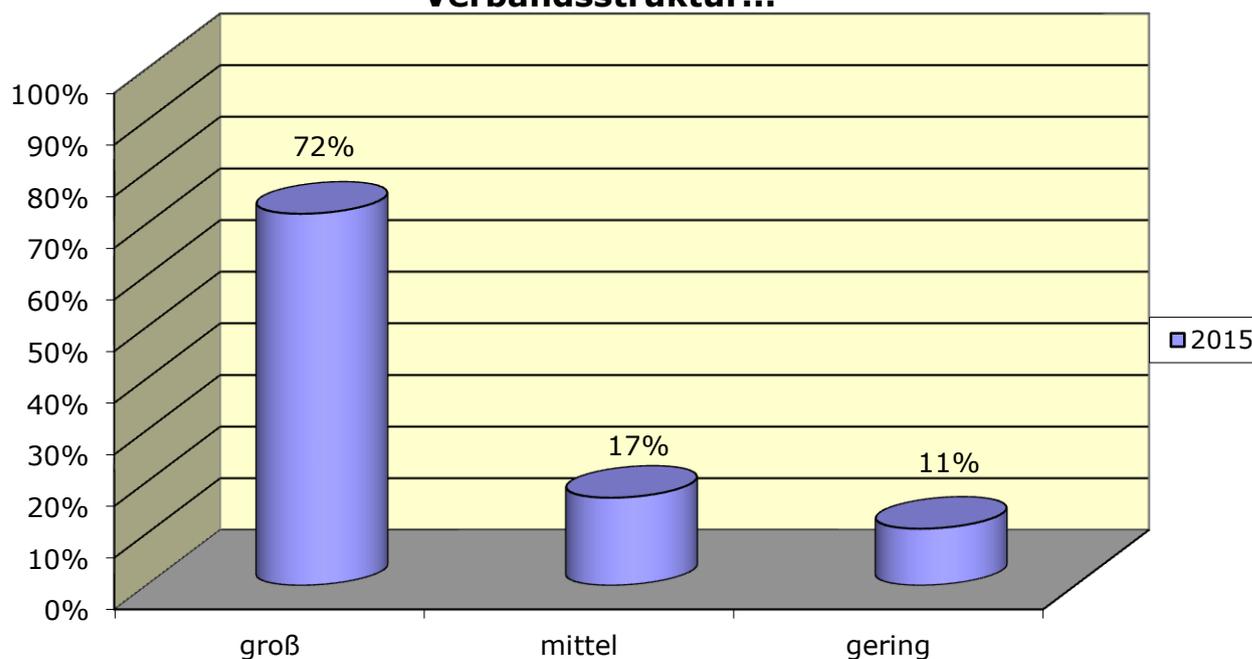
Nach wie vor gilt: Von Stillstand kann bei deutschen Verbänden nicht die Rede sein. Die Verbände stellen sich künftig den Herausforderungen der Zukunft und begegnen diesen mit geplantem, strategischem Handeln. Die langfristige, strategische Planung gilt dafür weiterhin als ein wichtiges Instrument.

1) Vergleich der eingeschätzten Notwendigkeit zur organisatorischen Straffung nach dem Organisationsgrad der Verbände

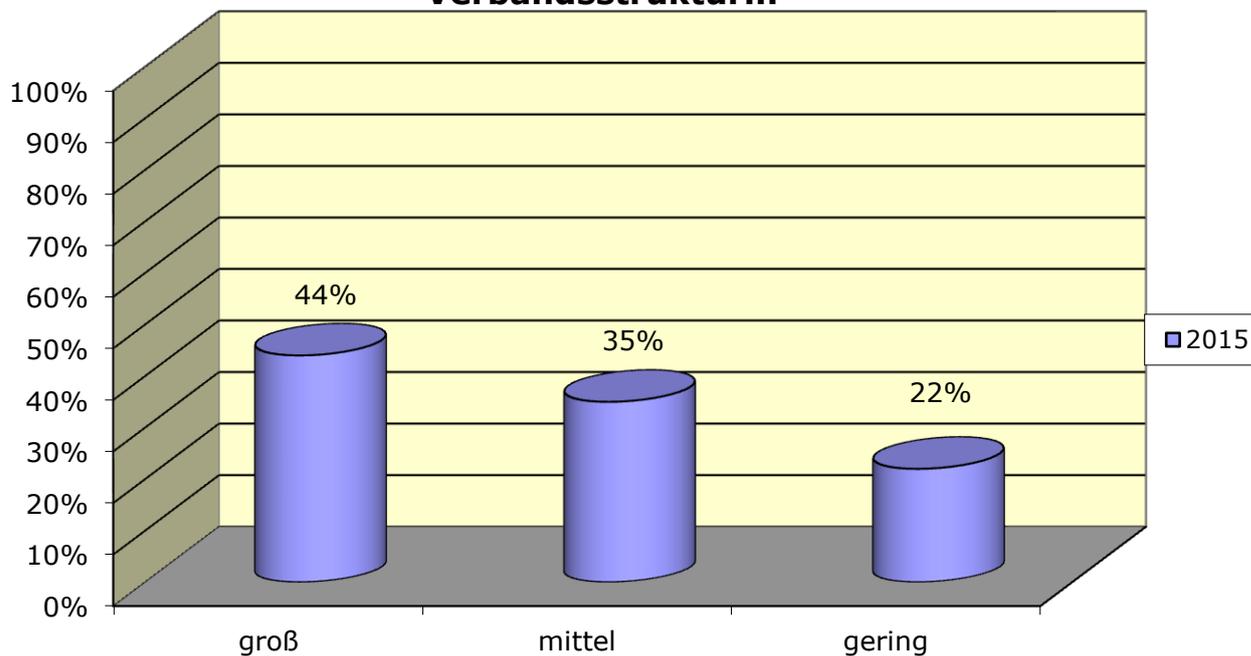
Bei Verbänden, deren Organisationsgrad über 50% liegt, ist die Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur...



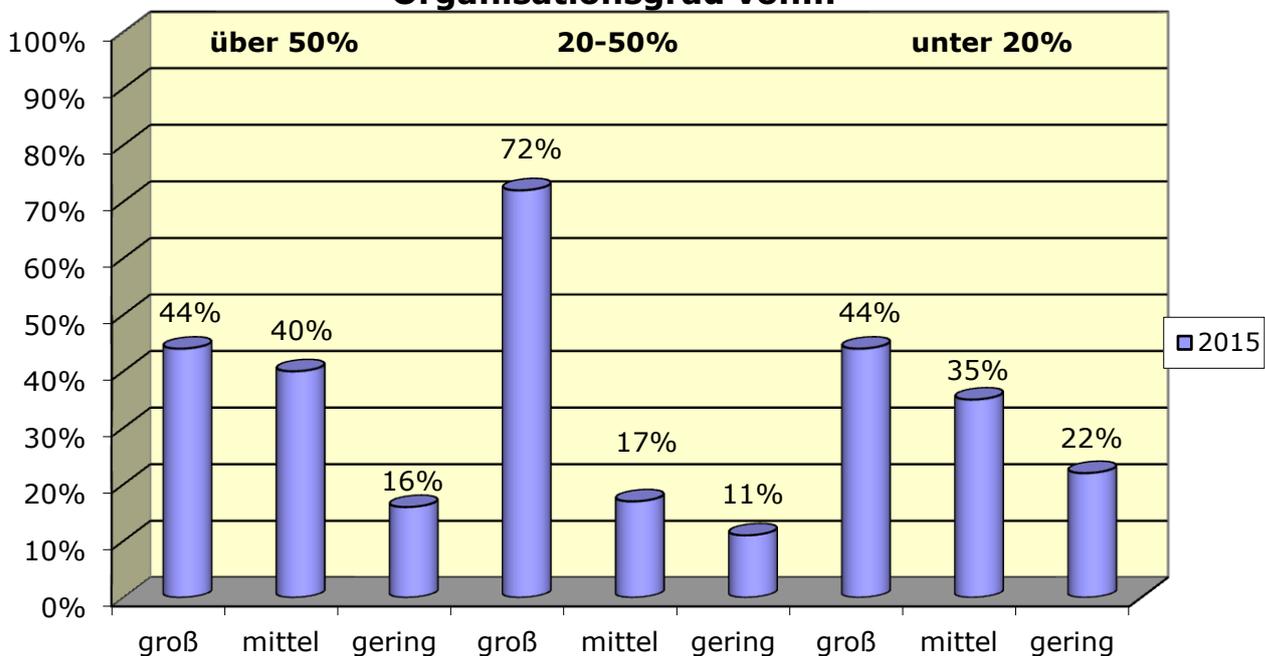
Bei Verbänden, deren Organisationsgrad zwischen 20-50% liegt, ist die Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur...



Bei Verbänden, deren Organisationsgrad unter 20% liegt, ist die Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur...



Vergleich der eingeschätzten Notwendigkeit zur organisatorischen Straffung bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von...



Auch bei diesem Vergleich zeigen sich die Werte bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von „über 50%“ und von „unter 20“ ähnlich.

Bei 44% bzw. 44% ist die Notwendigkeit zur organisatorischen Straffung „groß“, bei 40% bzw. 35% ist sie „mittel“ und bei 16% bzw. 22% ist sie „gering“.

Anders stellt es sich bei Verbänden mit einem Organisationsgrad von „20-50%“ dar. Hier sehen 72% eine „große“ Notwendigkeit zur organisatorischen Straffung als gegeben und nur 11% eine „geringe“.

Ganz offensichtlich ist in dieser Verbandsgruppe der akute Druck am stärksten, es gab kaum eine Aufteilung mit einer „mittleren“ Notwendigkeit, anders als bei den beiden anderen Verbandsgruppen.

Die Einschätzungen zu diesem Bereich hängen sicherlich zu einem großen Teil davon ab, in wie weit bereits Restrukturierungen in der Vergangenheit vorgenommen wurden oder wie stark der finanzielle Druck ist.

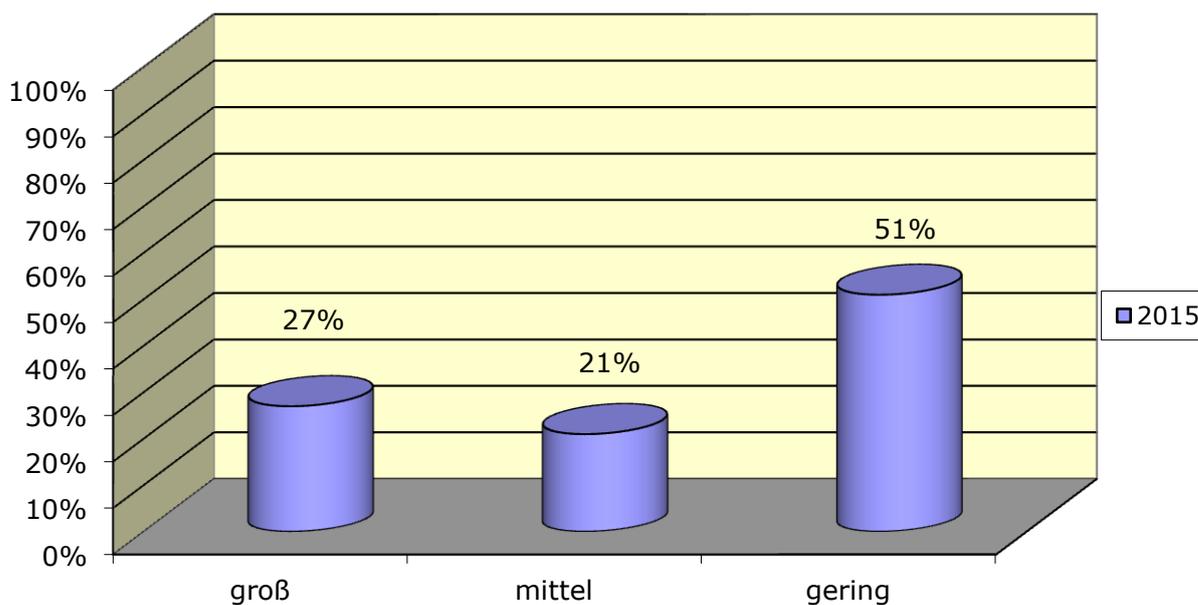
Aufgrund steigender Anforderungen an die Verbände sowie den häufig gegenüberstehenden sinkenden Einnahmen sehen sich viele Verbände zur Restrukturierung gezwungen.

Es bleibt abzuwarten, inwieweit diesem Druck nachgekommen wird und diese Werte in den nächsten Jahren dann wieder sinken.

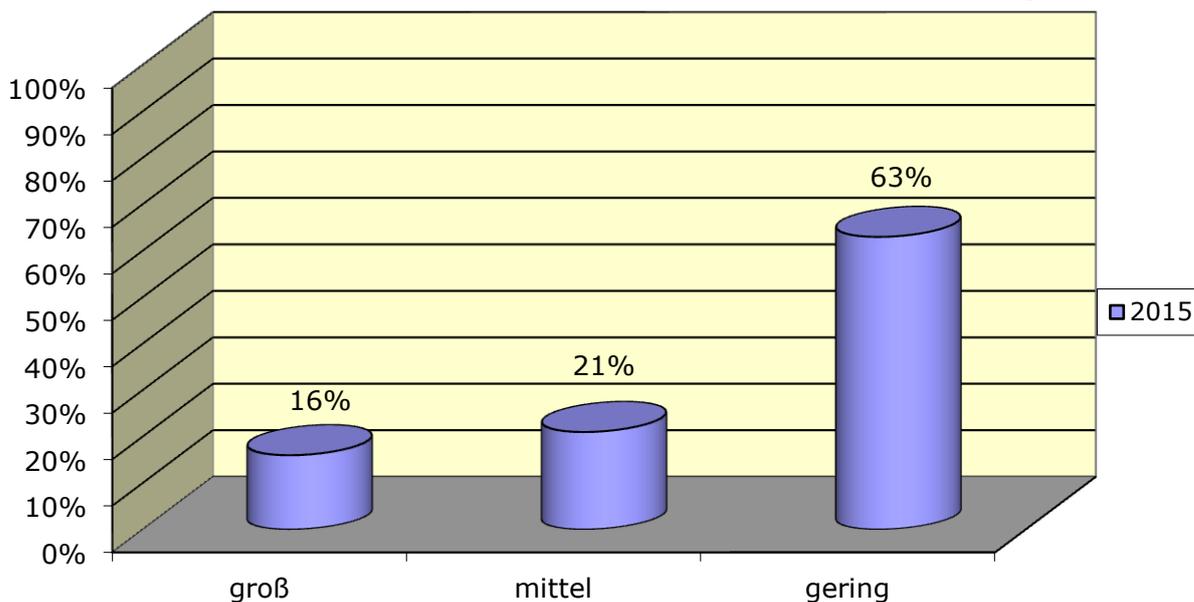
V. Vergleich der Ergebnisse aus Querauswertungen

a) Vergleich der Ergebnisse hinsichtlich der Probleme bei der Verbandsfinanzierung und der Bedeutung von Fördermitteln für die Verbandsfinanzierung

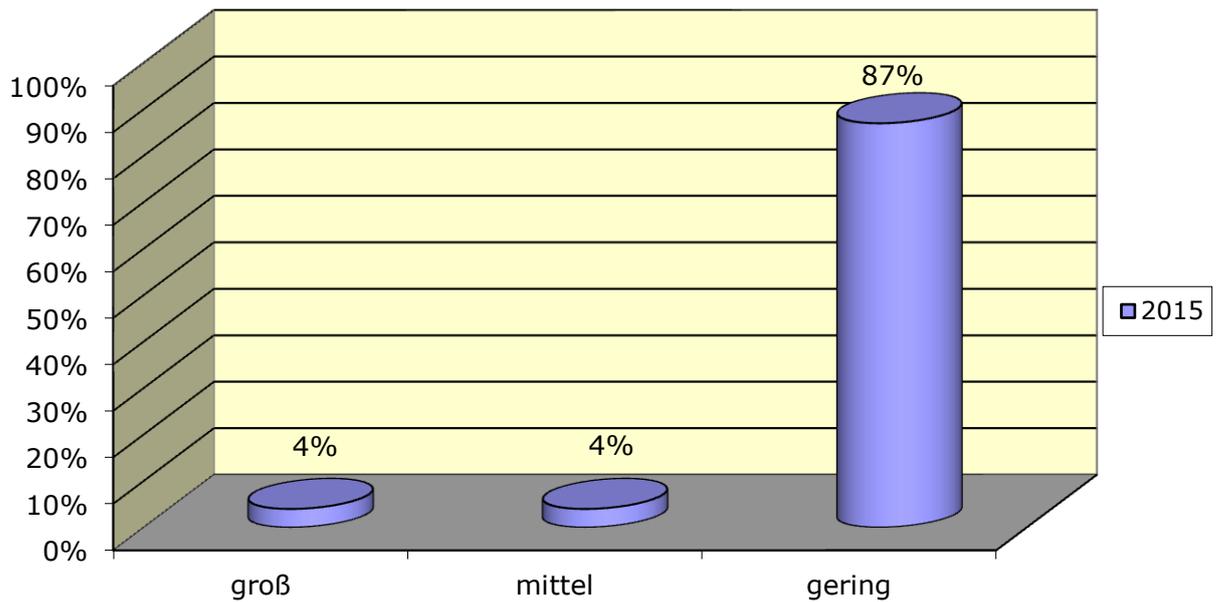
Bei Verbänden, deren Probleme bei der Verbandsfinanzierung "groß" sind, ist die Bedeutung von Fördermitteln für die Verbandsfinanzierung...



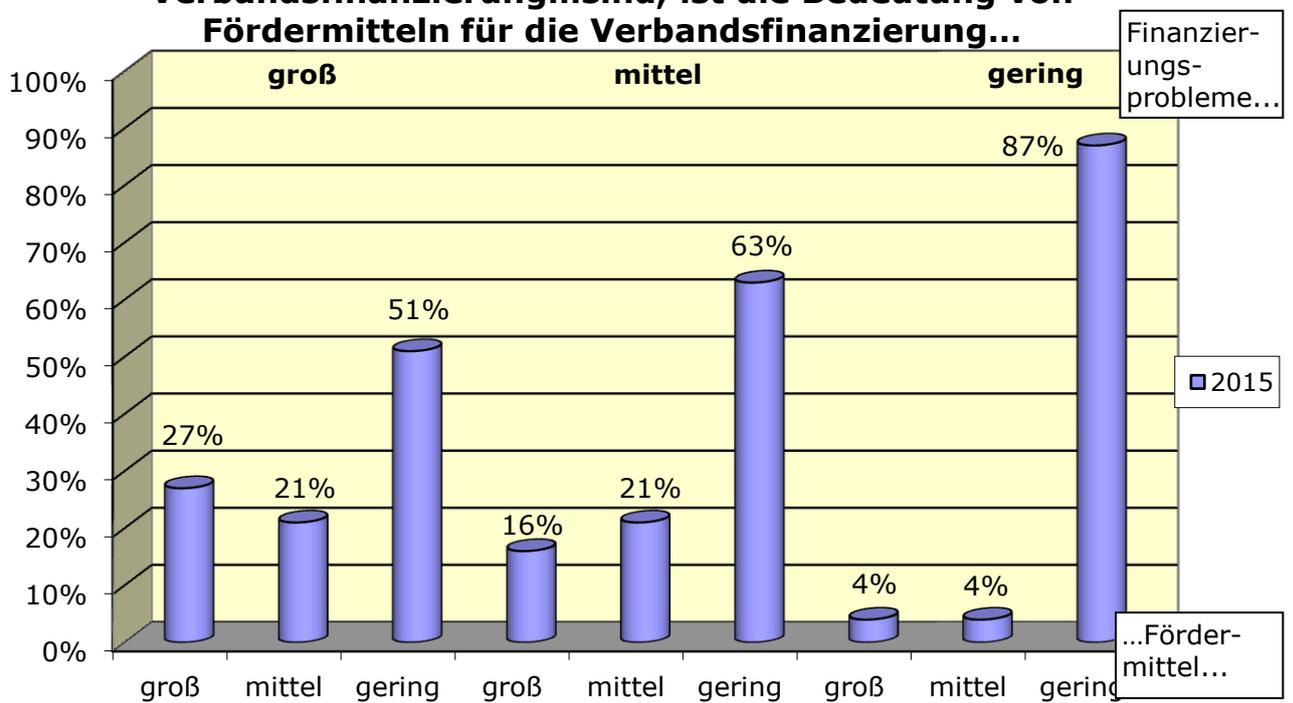
Bei Verbänden, deren Probleme bei der Verbandsfinanzierung "mittel" sind, ist die Bedeutung von Fördermitteln für die Verbandsfinanzierung...



Bei Verbänden, deren Probleme bei der Verbandsfinanzierung "gering" sind, ist die Bedeutung von Fördermitteln für die Verbandsfinanzierung...



Verbände, deren Probleme bei der Verbandsfinanzierung...sind, ist die Bedeutung von Fördermitteln für die Verbandsfinanzierung...



Diese Zahlen zeigen im zu erwartenden Maße Zusammenhänge auf.

Es ist so, dass je stärker die Verbände ihre finanziellen Probleme einschätzen, desto größer ist die Bedeutung von Fördermitteln.

Trotzdem spielen Fördermittel insgesamt nur eine mittelmäßige Rolle. So geben 51/63/87% an, dass diese nur eine „geringe“ Bedeutung bei der Verbandsfinanzierung haben.

Am stärksten setzen Verbände mit „großen“ Finanzproblemen auf Fördermittel. Bei ihnen haben für 27% Fördermittel eine „große“ und für 21% eine „mittlere“ Bedeutung. Somit ist diese Gruppe, diejenige, die Fördermittel insgesamt am stärksten als Finanzquelle nutzt. Obwohl diese Gruppe die „größten“ Finanzprobleme hat, setzt sie nicht in besonderem Maße auf dieses Finanzierungsmittel.

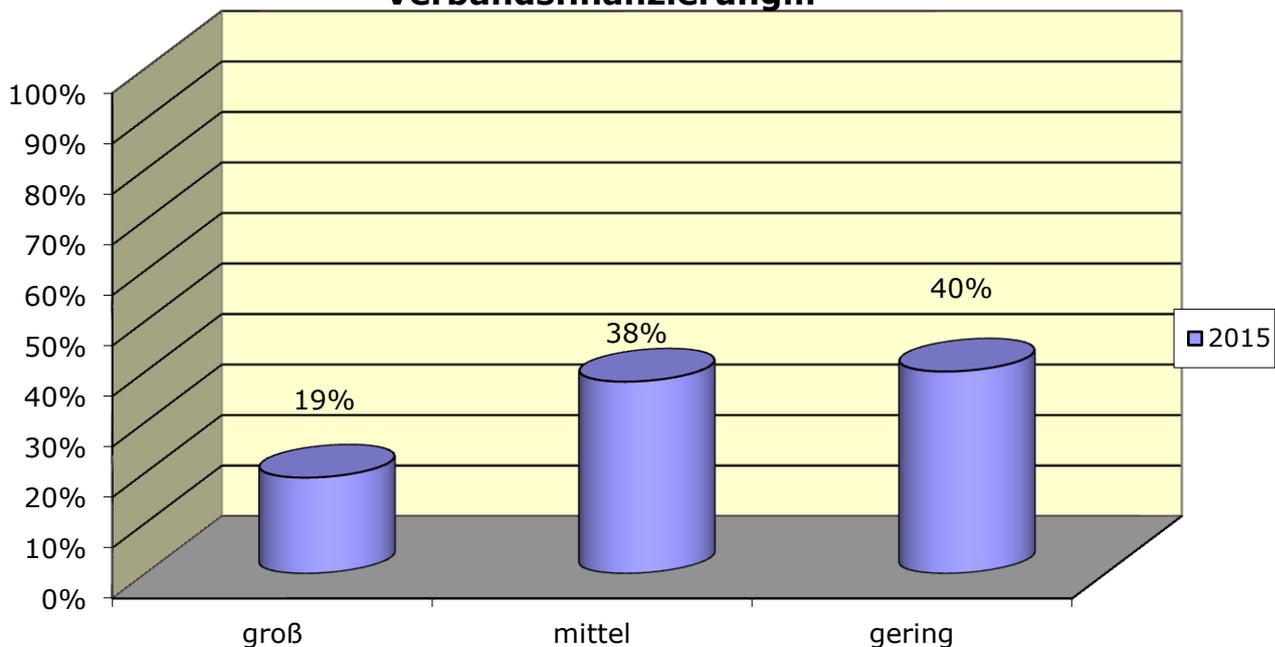
Gefolgt von Verbänden mit „mittleren“ Finanzproblemen, die mit 16% den Fördermitteln eine „große“ und mit 21% eine „mittlere“ Bedeutung zumessen.

Am deutlichsten ist hierzu allerdings die Position der Verbände, die nur „geringe“ Finanzprobleme haben. In dieser Gruppe geben nur 4% den Fördermitteln eine „große“ Bedeutung und 4% eine „mittlere“ und für 87% spielen sie nur eine „geringe“ Rolle. Damit werden Fördermittel faktisch gar nicht genutzt.

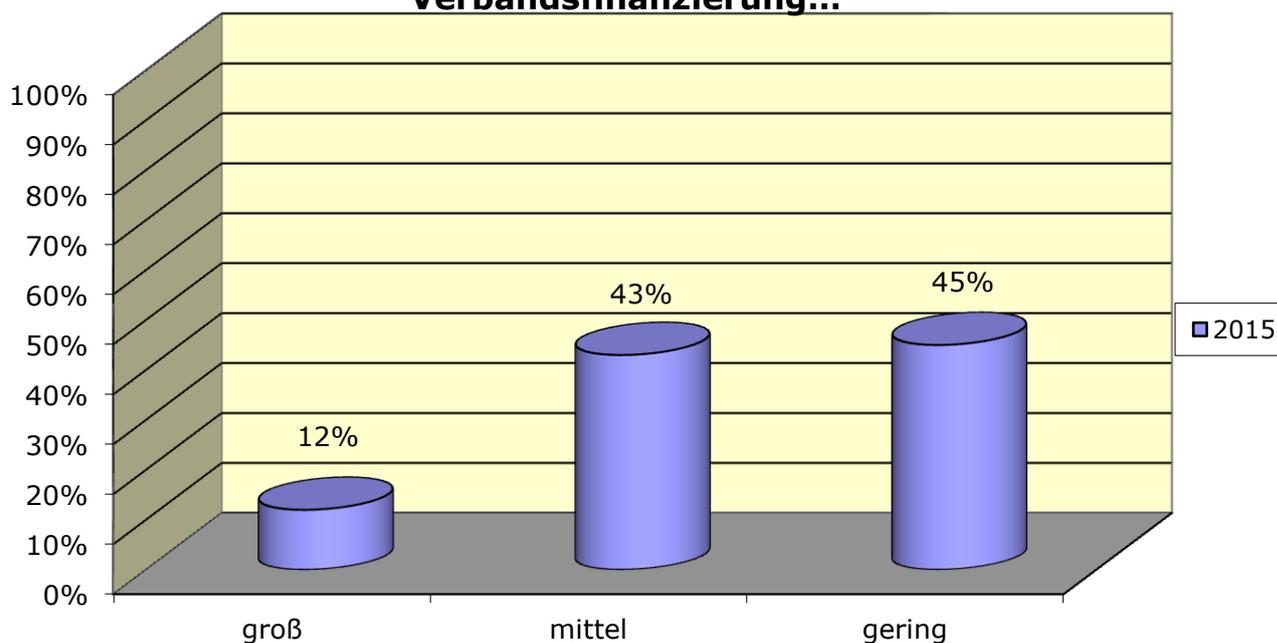
Es bleibt festzustellen: abhängig von der Intensität der Finanzprobleme wurden Fördermittel nicht in besonderem Maße als adäquates Mittel der Gegenmaßnahme entdeckt.

b) Vergleich der Ergebnisse hinsichtlich der Probleme bei der Verbandsfinanzierung und der Bedeutung von Dienstleistungen gegen Entgelt für die Verbandsfinanzierung

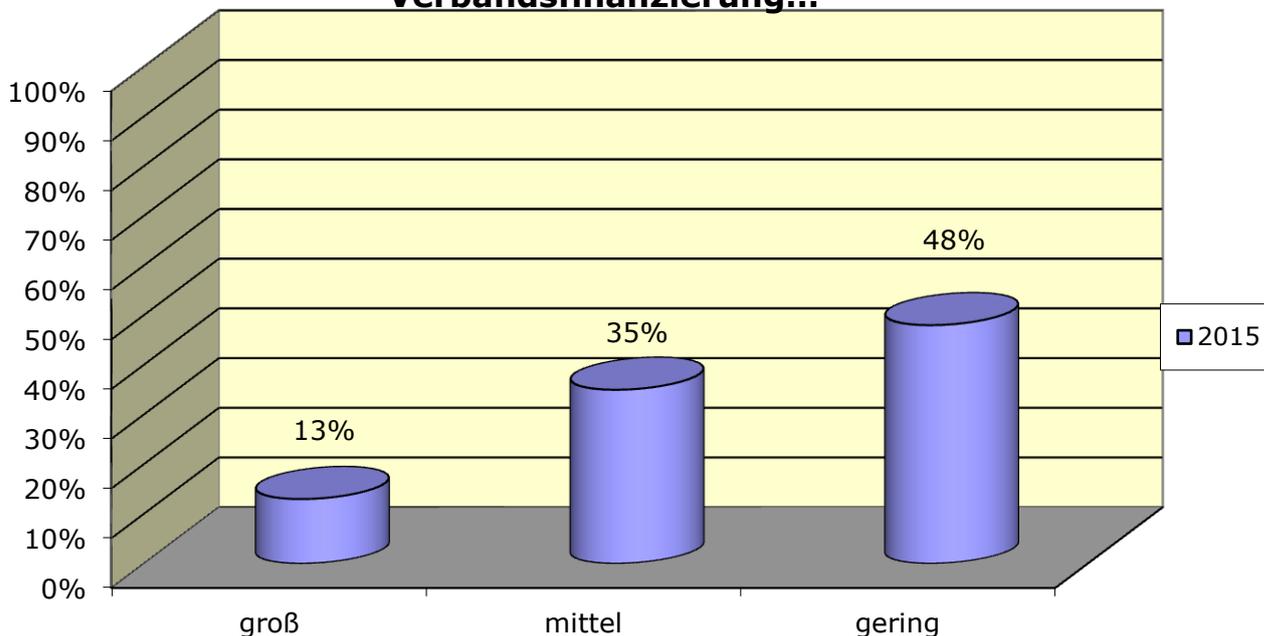
Bei Verbänden, deren Probleme bei der Verbandsfinanzierung "groß" sind, ist die Bedeutung von Dienstleistungen gegen Entgelt für die Verbandsfinanzierung...



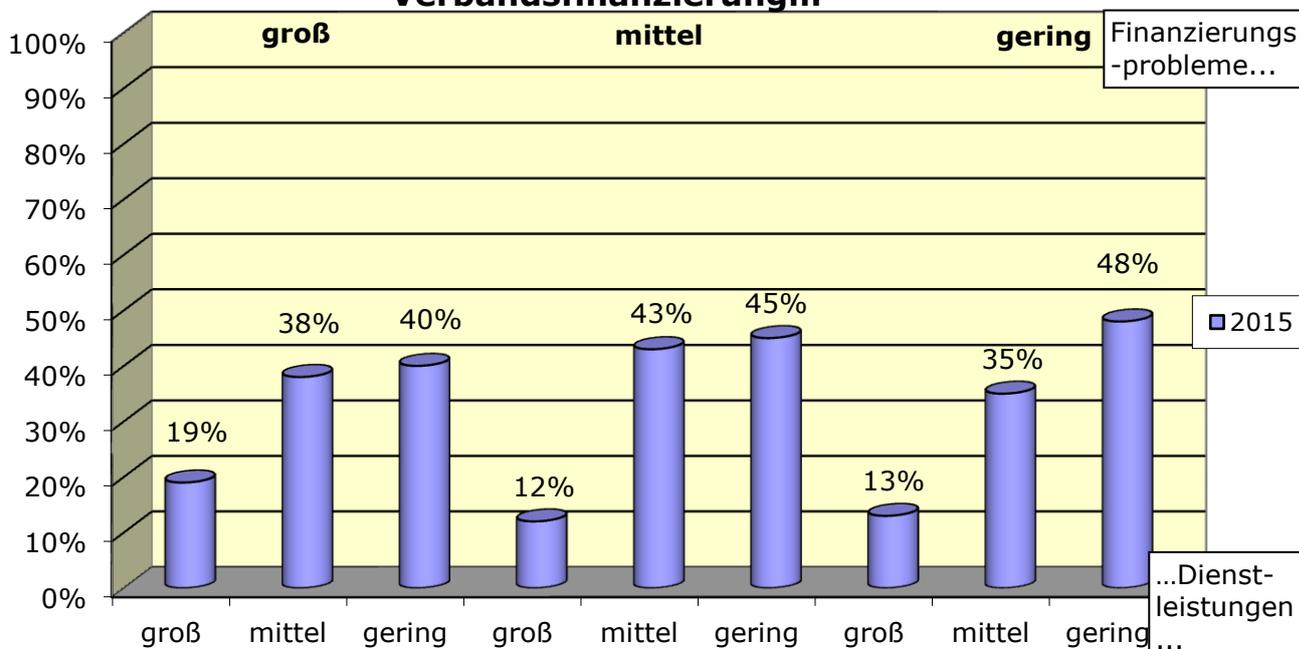
Bei Verbänden, deren Probleme bei der Verbandsfinanzierung "mittel" sind, ist die Bedeutung von Dienstleistungen gegen Entgelt für die Verbandsfinanzierung...



Bei Verbänden, deren Probleme bei der Verbandsfinanzierung "gering" sind, ist die Bedeutung von Dienstleistungen gegen Entgelt für die Verbandsfinanzierung...



Verbände, deren Probleme bei der Verbandsfinanzierung...sind, ist die Bedeutung von Dienstleistungen gegen Entgelt für die Verbandsfinanzierung...



Die Annahme, dass ein hoher Finanzdruck auch zu einem höheren Einsatz von Dienstleistungen gegen Entgelt führt, wird durch die Zahlen nicht bestätigt. Insgesamt ist hier festzustellen, dass unabhängig von der finanziellen Situation die Intensität der Nutzung von Dienstleistungen gegen Entgelt bei den Verbandsgruppen ähnlich ist.

Bei 40% der Verbände mit „großen“ Finanzproblemen ist die Bedeutung der Einnahmen durch Dienstleistungen nur „gering“, einen etwas höheren Wert von 45% erreichen hier die Verbände mit „mittleren“ Finanzproblemen und nochmals etwas steigern kann sich der Wert bei Verbänden mit „geringen“ Finanzproblemen mit 48%.

Insgesamt liegen die Zahlen der Verbände erstaunlicherweise dicht beieinander.

Daraus kann man folgern, dass man nur wenig versucht, die Finanzprobleme mit diesem Finanzierungsinstrument zu beheben, oder wenn dieses bereits länger genutzt wird, diese nicht in ausreichendem Maße oder hinreichend erfolgreich genutzt werden konnten.

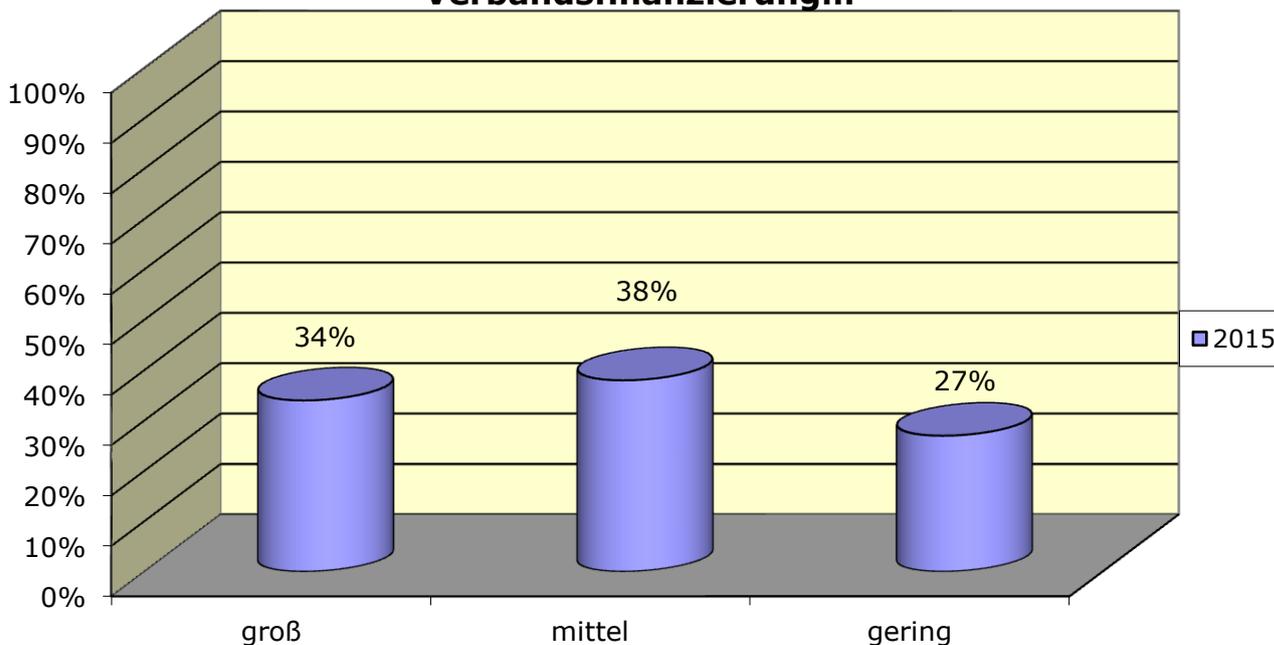
Insgesamt haben Dienstleistungen gegen Entgelt wenn überhaupt, eher eine „mittlere“ als eine „große“ Bedeutung für die Verbandsfinanzierung.

Dienstleistungen gegen Entgelt haben sich also nicht als ein Hauptinstrument der Verbandsfinanzierung etablieren können. Die Verbände scheinen sich verstärkt auf ihre Kernaufgaben zu konzentrieren.

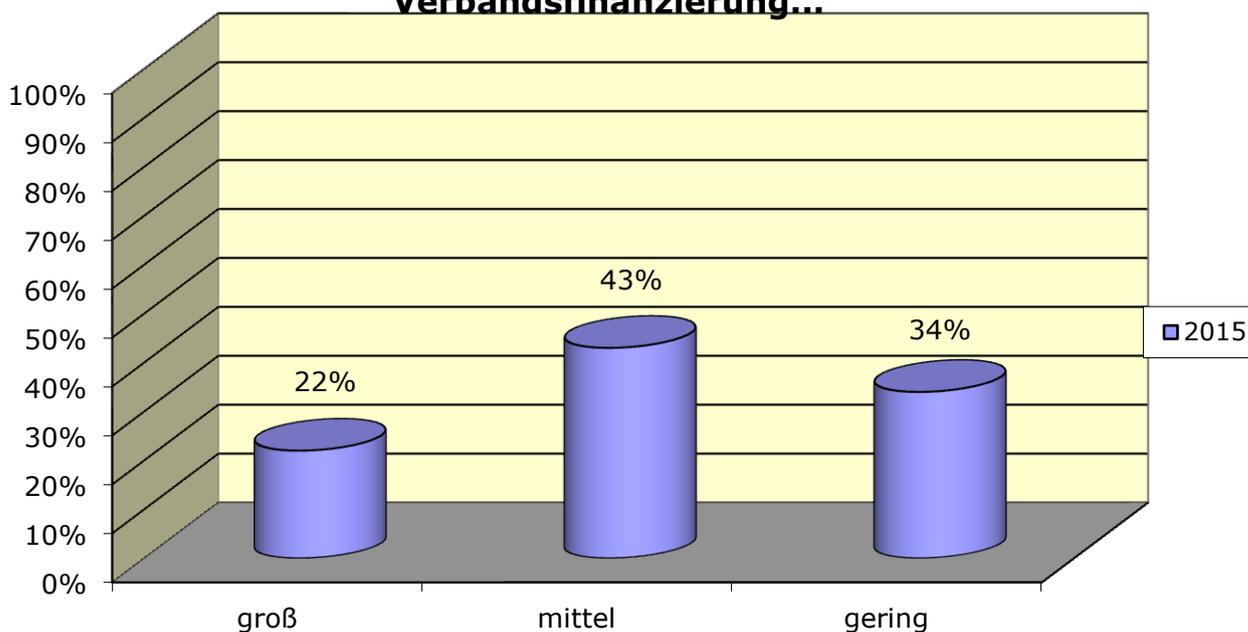
Die Frage ist, ob der Konkurrenzdruck vom „freien Markt“ zu stark ist oder man sich scheut, als Verband einer wirtschaftlichen Betätigung nachzugehen. Teilweise ist die personelle Situation in den Verbänden allerdings auch derart angespannt, dass eine Ausweitung des Dienstleistungsangebotes aus Kapazitätsgründen nicht mehr möglich ist und man sich lieber auf das Kerngeschäft, die Interessenvertretung konzentriert. Hinzu kommt, dass Mitglieder Dienstleistungen häufig nicht abrufen, weil sie nicht ausreichend über das Angebot informiert sind oder sich aus verschiedensten Gründen lieber an andere Anbieter wenden.

c) Vergleich der Ergebnisse hinsichtlich der Probleme bei der Verbandsfinanzierung und der Bedeutung von Weiterbildungsmaßnahmen für die Verbandsfinanzierung

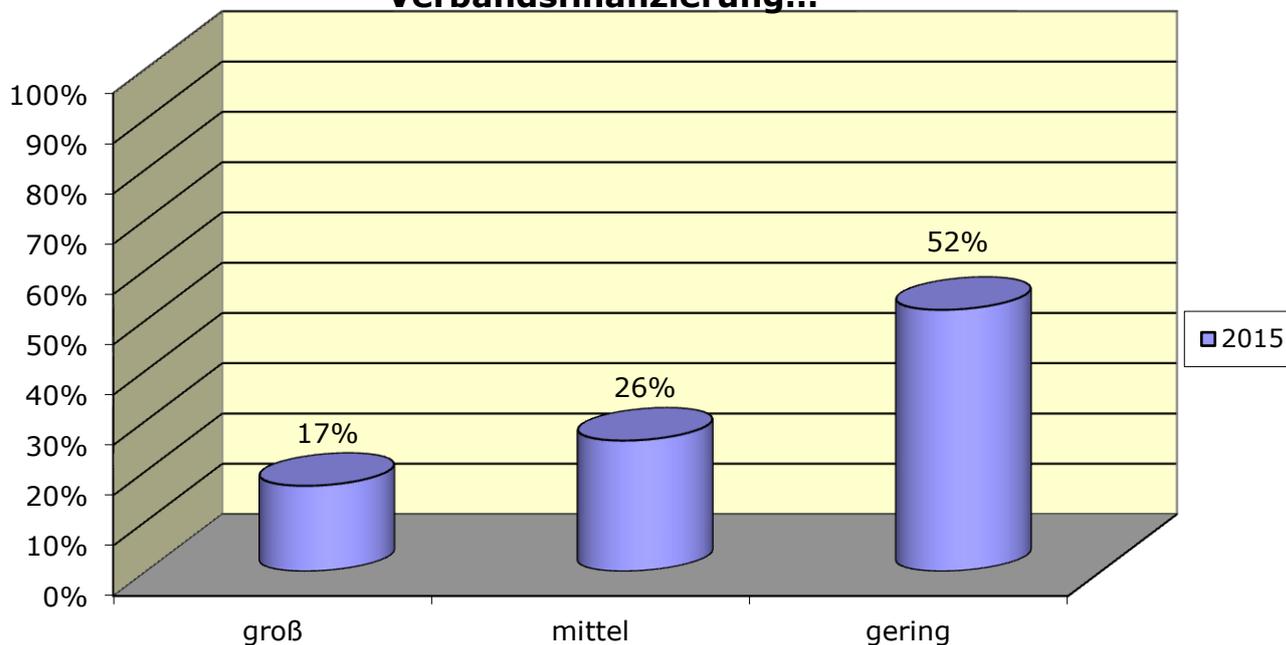
Bei Verbänden, deren Probleme bei der Verbandsfinanzierung "groß" sind, ist die Bedeutung von Weiterbildungsmaßnahmen für die Verbandsfinanzierung...



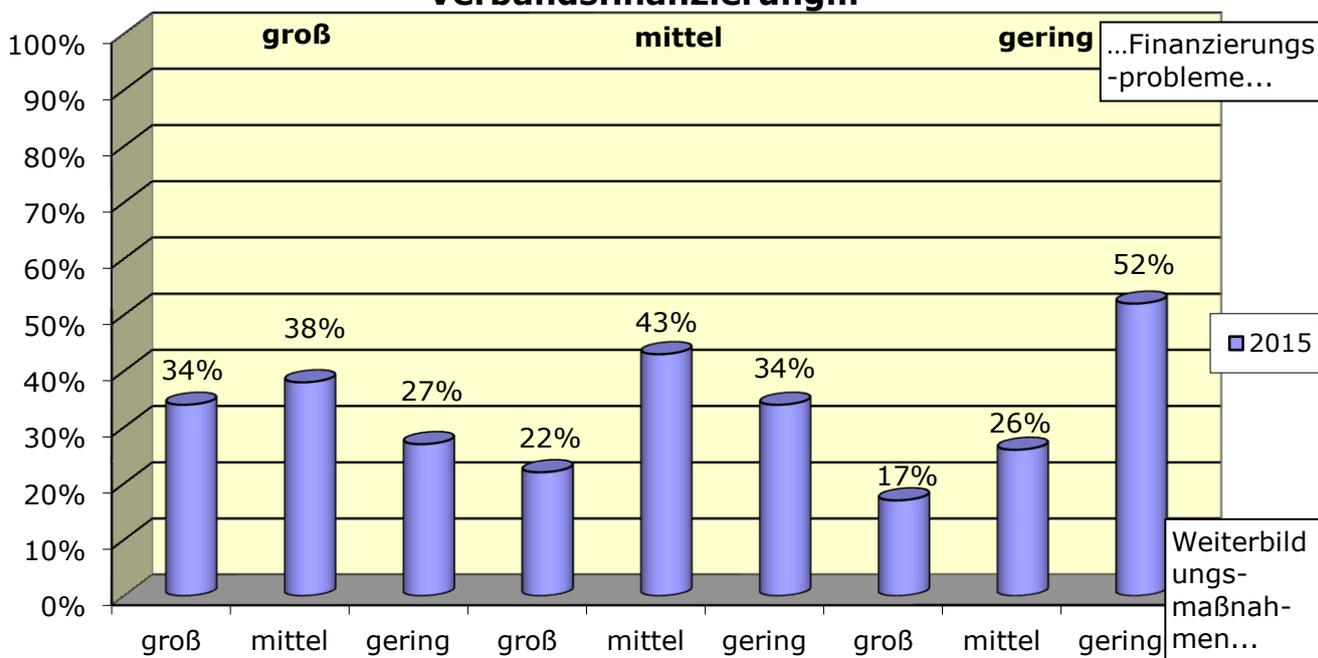
Bei Verbänden, deren Probleme bei der Verbandsfinanzierung "mittel" sind, ist die Bedeutung von Weiterbildungsmaßnahmen für die Verbandsfinanzierung...



Bei Verbänden, deren Probleme bei der Verbandsfinanzierung "gering" sind, ist die Bedeutung von Weiterbildungsmaßnahmen für die Verbandsfinanzierung...



Verbände, deren Probleme bei der Verbandsfinanzierung...sind, ist die Bedeutung von Weiterbildungsmaßnahmen für die Verbandsfinanzierung...



In dieser Frage ähneln sich die Werte bei Verbänden mit „großen“ und „mittleren“ Finanzproblemen. Bei ihnen haben Weiterbildungsmaßnahmen mit 34% bzw. 22% eine „große“ Bedeutung, 38% bzw. 43% eine „mittlere“ und 27% bzw. 34% eine „geringe“ Bedeutung.

Anders stellt sich die Situation bei Verbänden mit „geringen“ Finanzproblemen dar. Hier geben mehr als die Hälfte (52%) der Verbände an, dass Weiterbildungsmaßnahmen nur eine „geringe“ Bedeutung für die Verbandsfinanzen haben.

Offenbar besteht ein Zusammenhang zwischen der Intensität der Finanzprobleme und der Nutzung von Weiterbildungsmaßnahmen als Einnahmequelle.

Es wird also davon ausgegangen, dass deren Einsatz durchaus zur Verbesserung der finanziellen Situation des Verbandes beitragen kann.

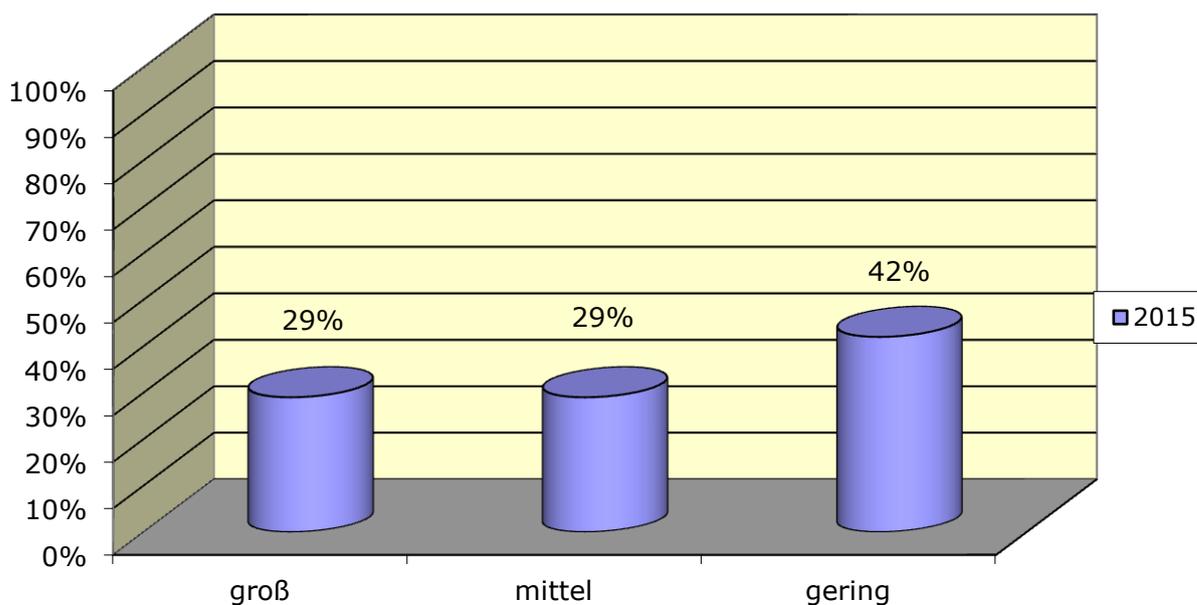
Damit korrespondieren diese Zahlen mit den erzielten Werten bei der Frage nach der Bedeutung der Durchführung von Weiterbildungsmaßnahmen als Arbeitsfeld für Verbände. Diese wurde von 26% als „groß“, 38% als „mittel“ und 35% als „gering“ eingestuft.

Daraus ergibt sich, dass Weiterbildung als Betätigungsfeld für Verbände eine identische Bedeutung hat, wie als Finanzierungsmittel.

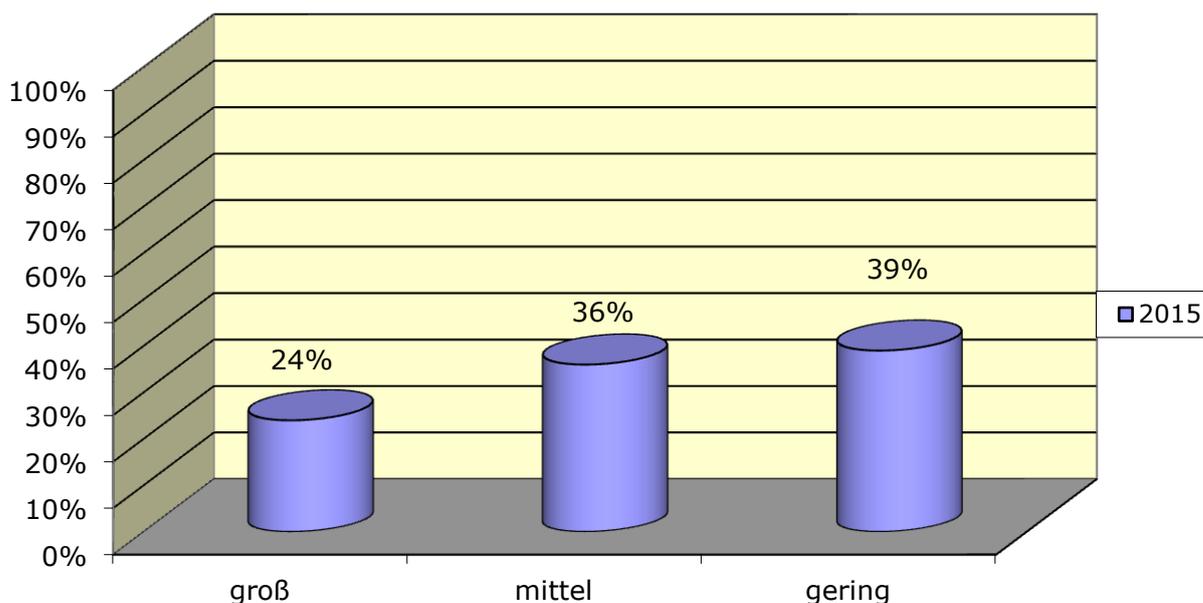
Insgesamt könnten Weiterbildungsmaßnahmen sicherlich noch stärker zur Verbandsfinanzierung herangezogen werden. Unbestritten besteht ein nicht unerheblicher Konkurrenzdruck vom freien Markt, jedoch können gerade die Verbände mit der größten Fachkompetenz in ihrer Branche punkten.

d) Vergleich der Ergebnisse hinsichtlich der Probleme bei der Verbandsfinanzierung und der Bedeutung von Sponsoring für die Verbandsfinanzierung

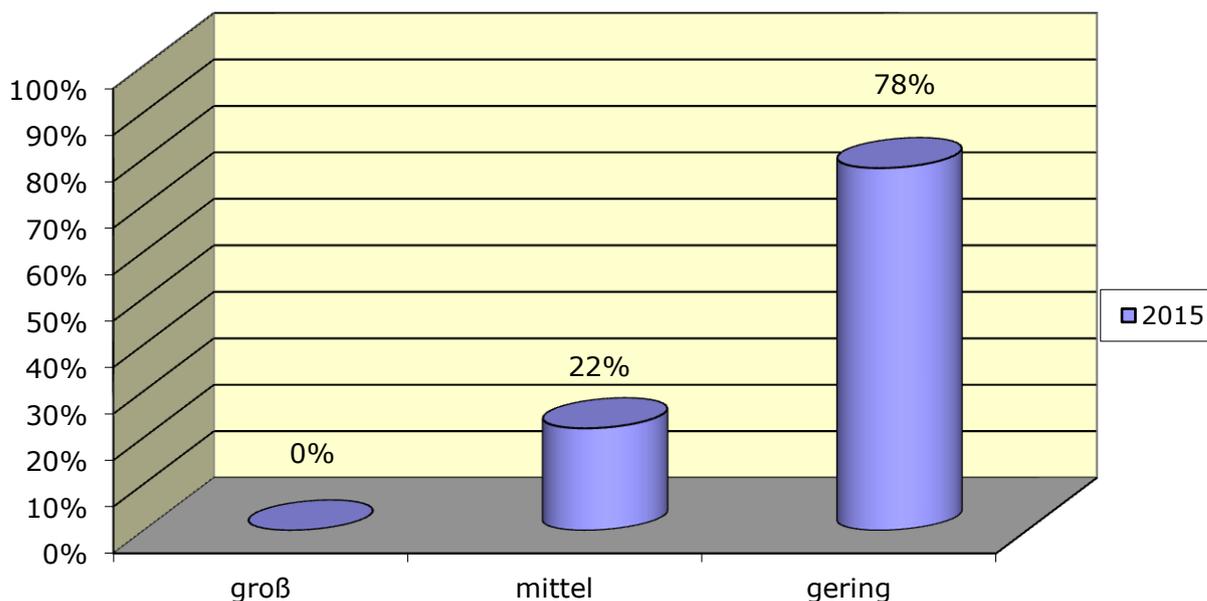
Bei Verbänden, deren Probleme bei der Verbandsfinanzierung "groß" sind, ist die Bedeutung von Sponsoring für die Verbandsfinanzierung...



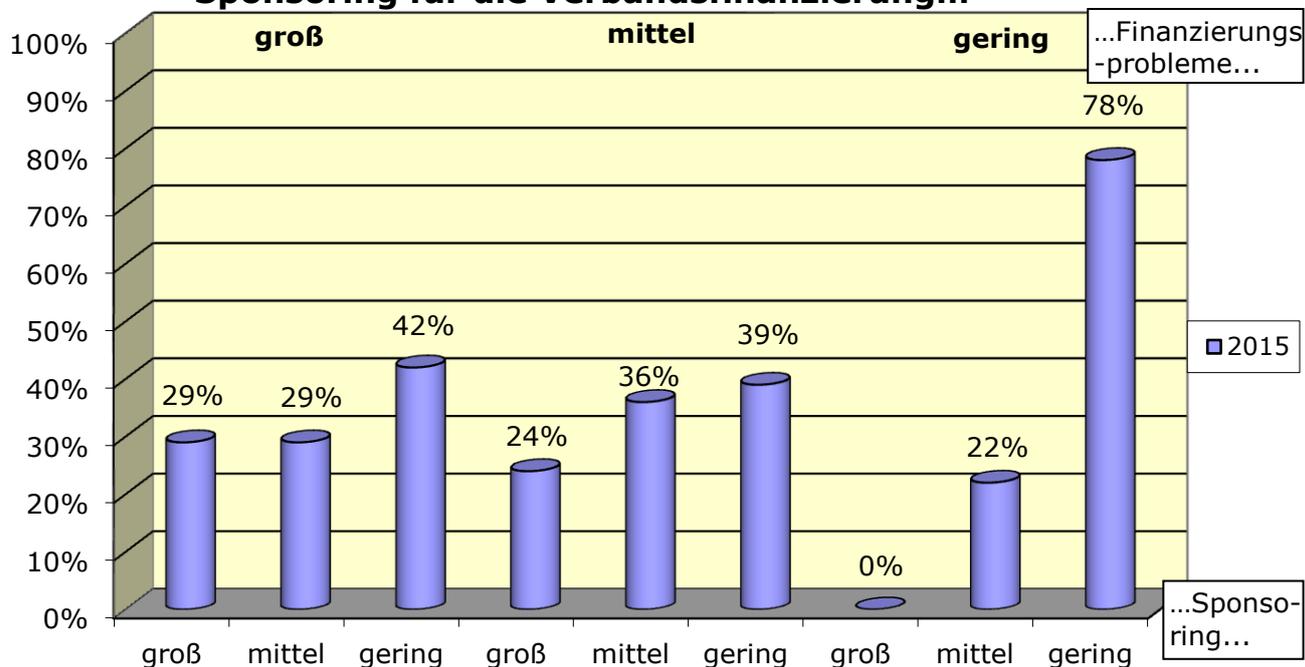
Bei Verbänden, deren Probleme bei der Verbandsfinanzierung "mittel" sind, ist die Bedeutung von Sponsoring für die Verbandsfinanzierung...



Bei Verbänden, deren Probleme bei der Verbandsfinanzierung "gering" sind, ist die Bedeutung von Sponsoring für die Verbandsfinanzierung...



Verbände, deren Probleme bei der Verbandsfinanzierung...sind, ist die Bedeutung von Sponsoring für die Verbandsfinanzierung...



Insgesamt ist festzustellen, dass das Thema „Sponsoring“ in diesem Jahr für die Verbände interessanter geworden ist.

Ähnliche Ergebnisse erreichen Verbände mit „großen“ und „mittleren“ Finanzproblemen. Bei ihnen spielt das Sponsoring mit 29% bzw. 24% einen „große“ und mit 29% bzw. 36% eine „mittlere“ sowie mit 42% bzw. 39% eine „geringe“ Rolle bei der Verbandsfinanzierung.

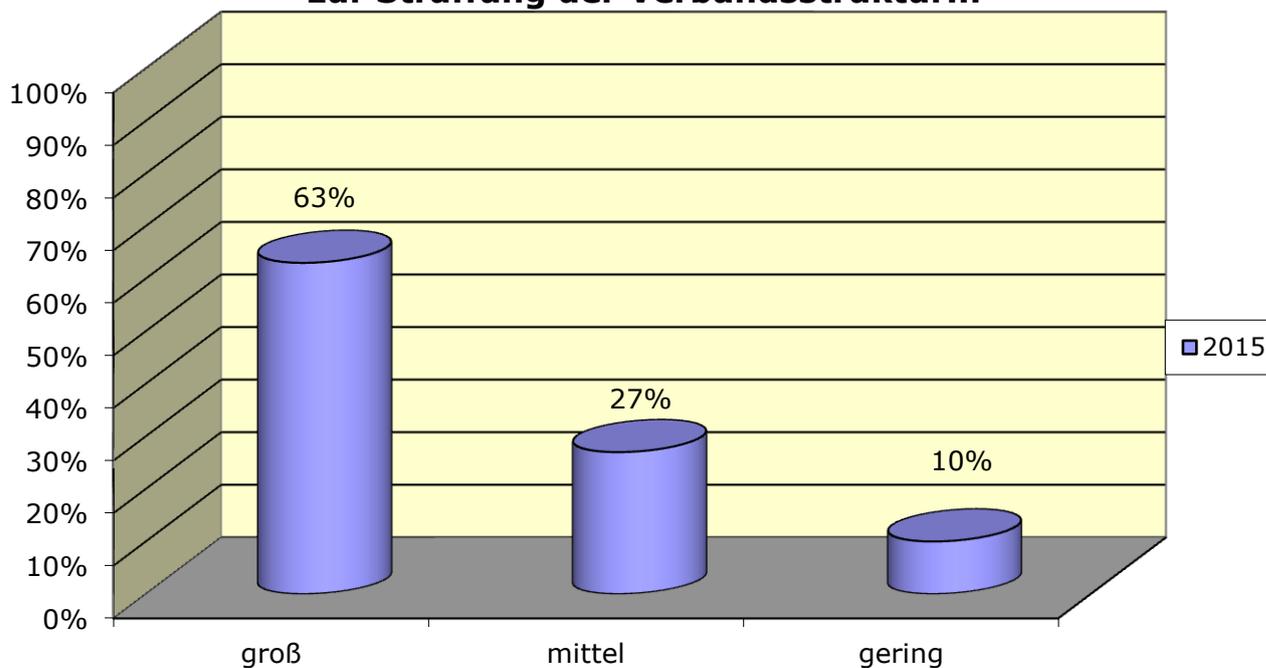
Anders stellt sich die Situation bei Verbänden mit „geringen“ Finanzproblemen dar. Für keinen (0%) Verband hat Sponsoring eine „große“ Bedeutung, nur für 22% einen „mittlere“ und dagegen für 78% eine „geringe“ Bedeutung.

Obwohl Verbände mit „großen“ und „mittleren“ Finanzierungsproblemen am stärksten auf Sponsoring setzen, scheint dieses sich nicht entsprechend auf die finanzielle Gesamtsituation auszuwirken. Man könnte natürlich auch argumentieren, dass diese ohne Sponsoring finanziell noch schlechter dastehen würden.

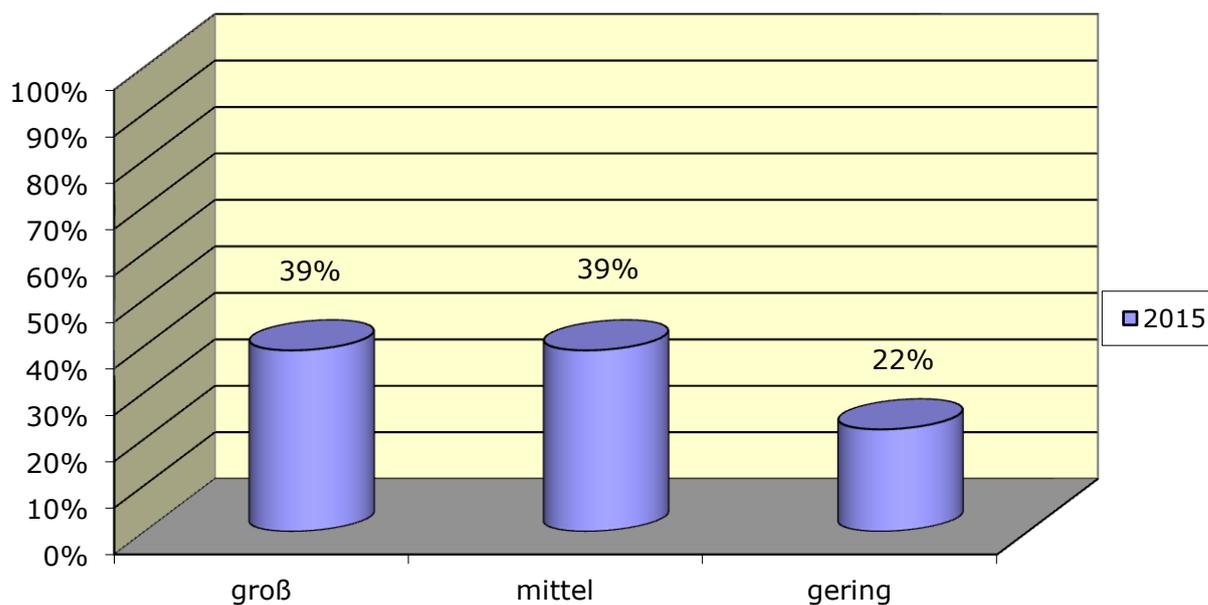
Trotzdem, alles in allem führt das Sponsoring ein Schattendasein in der deutschen Verbandslandschaft und hätte noch nutzbares Entwicklungspotenzial zu bieten.

e) Vergleich der Ergebnisse hinsichtlich der Probleme bei der Verbandsfinanzierung und der Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur

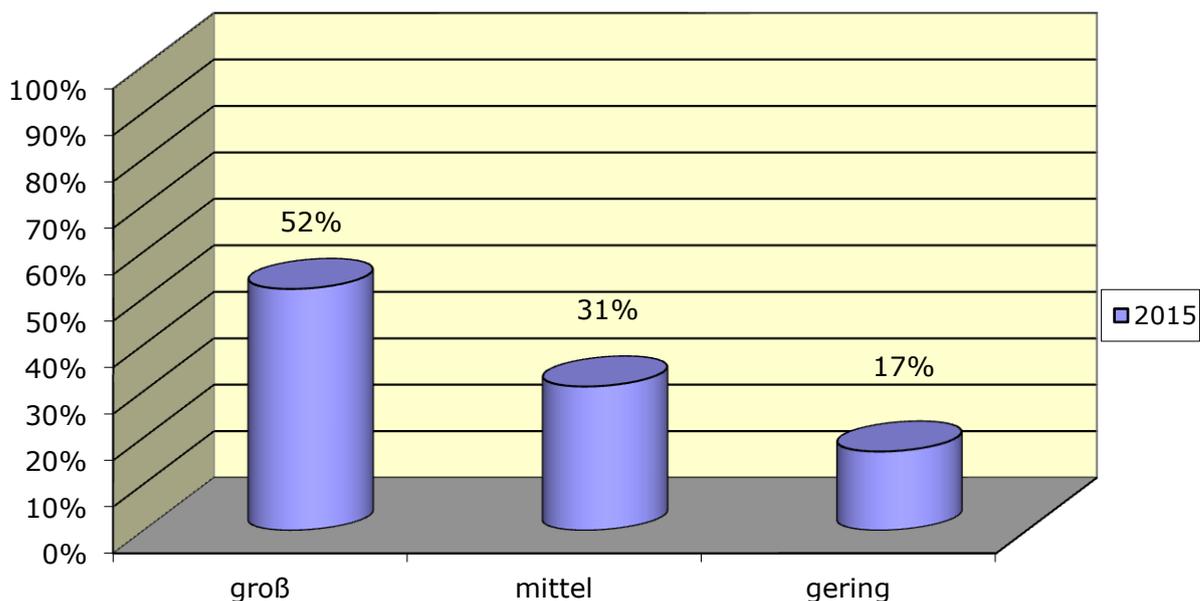
Bei Verbänden, deren Probleme bei der Verbandsfinanzierung "groß" sind, ist die Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur...



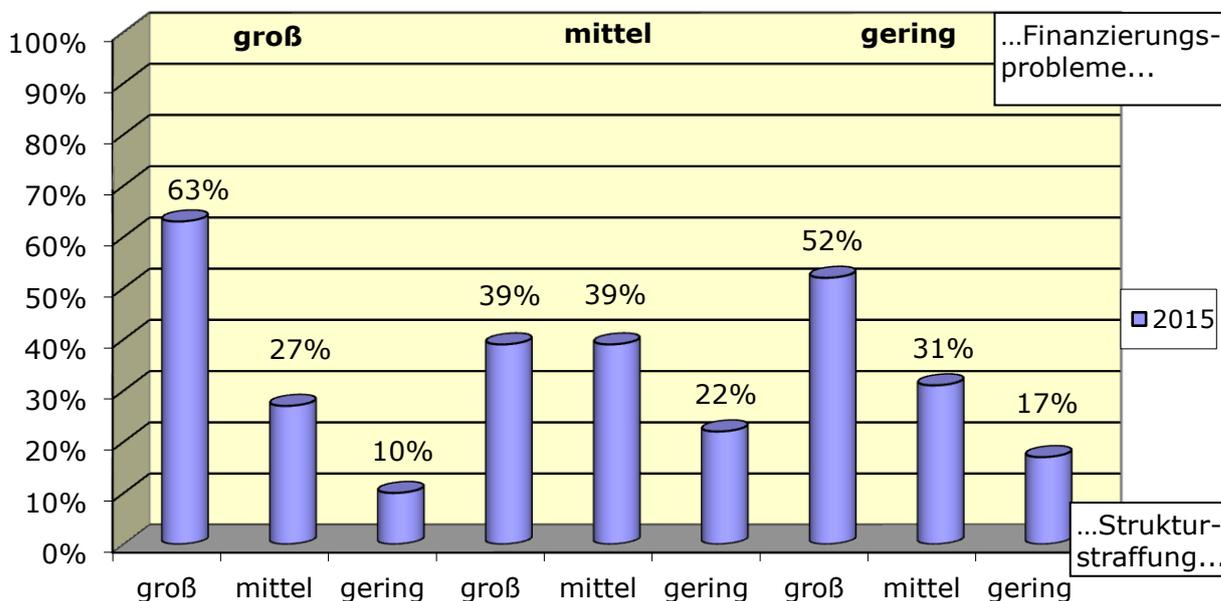
Bei Verbänden, deren Probleme bei der Verbandsfinanzierung "mittel" sind, ist die Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur...



Bei Verbänden, deren Probleme bei der Verbandsfinanzierung "gering" sind, ist die Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur...



Vergleich: bei Verbänden, deren Probleme bei der Verbandsfinanzierung...sind, ist die Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur...



Bei diesem Aspekt zeigen sich Werte, die den Erwartungen entsprechen.

Bei Verbänden mit „großen“ Finanzproblemen bewerten 63% die Notwendigkeit zur Strukturstraffung als „groß“ und 27% als „mittel“.

Dagegen sind es bei Verbänden mit „mittleren“ Finanzierungsproblemen nur jeweils 39%, die eine „große“ bzw. „mittlere“ Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstrukturen sehen.

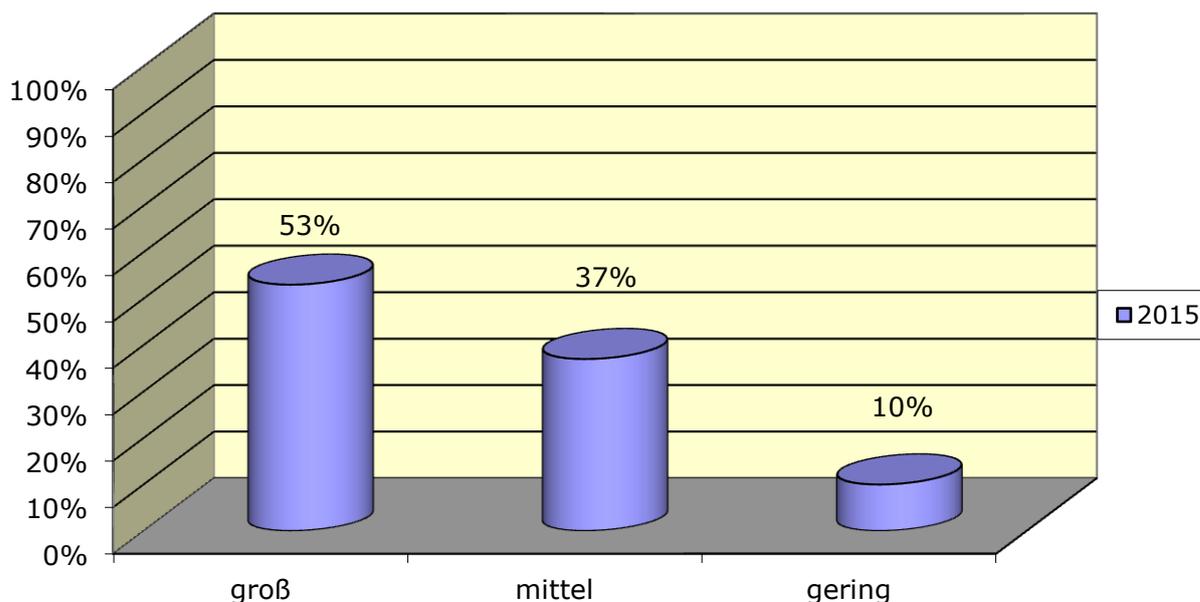
Doch Verbände mit „geringen“ Finanzproblemen sehen mit 52% einen „großen“ Bedarf und nur 17% einen „geringen“.

Es besteht also nach wie vor ein erheblicher Bedarf an organisatorischer Straffung. Insgesamt ist für die Mehrheit der befragten Verbände die Notwendigkeit zur Strukturstraffung immer noch ein Thema, wobei die Intensität dieser Notwendigkeit scheinbar durchaus abhängig von der finanziellen Situation des Verbandes ist. Jedoch haben Verbände mit geringen finanziellen Sorgen einen im Vergleich zu den vergangenen Jahren deutlich gestiegenen Bedarf der Strukturstraffung. Bereits in den vergangenen Jahren durchgeführte Reorganisationen scheinen nun einer erneuten Straffung zu bedürfen. Bei anderen verbänden besteht aus der Finanzsituation heraus eine Notwendigkeit, dieses Thema anzugehen. Offensichtlich werden innerhalb der Verbände durchaus die Problempunkte identifiziert und hoffentlich auch angegangen.

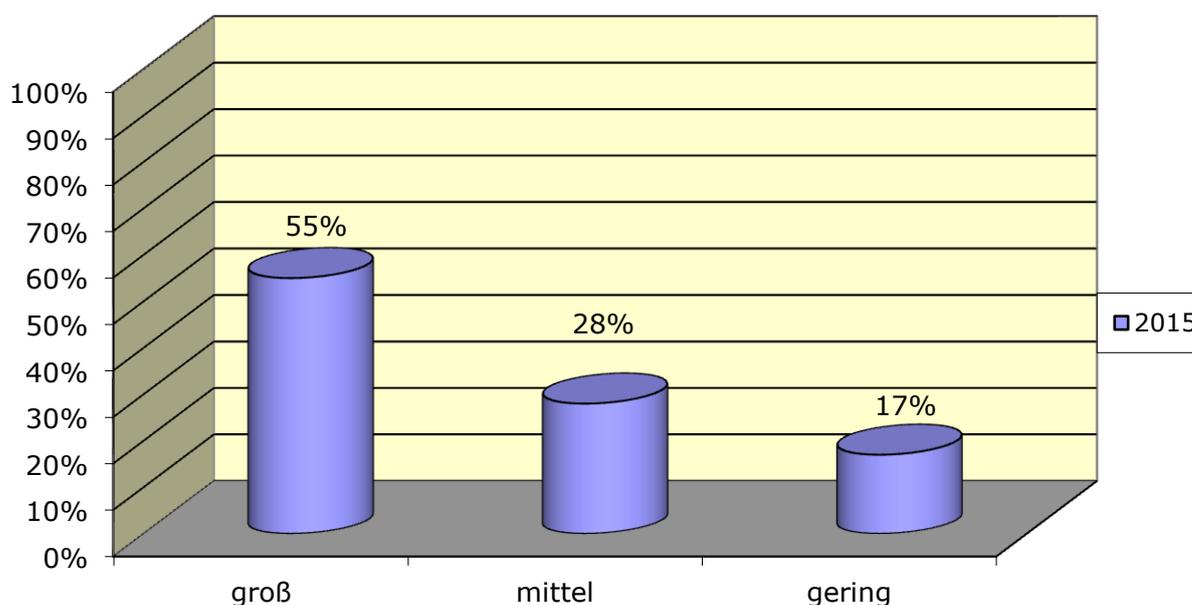
Es scheint aber so, als wenn sich auch Verbände, deren Finanzsituation zurzeit nicht stark angespannt ist, sich immer noch als Präventivmaßnahme mit einer weiteren Optimierung ihrer Verbandsstruktur beschäftigen, wenn auch nicht mehr so intensiv.

f) Vergleich der Ergebnisse hinsichtlich der Bedeutung des Qualitätsmanagements und der Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur

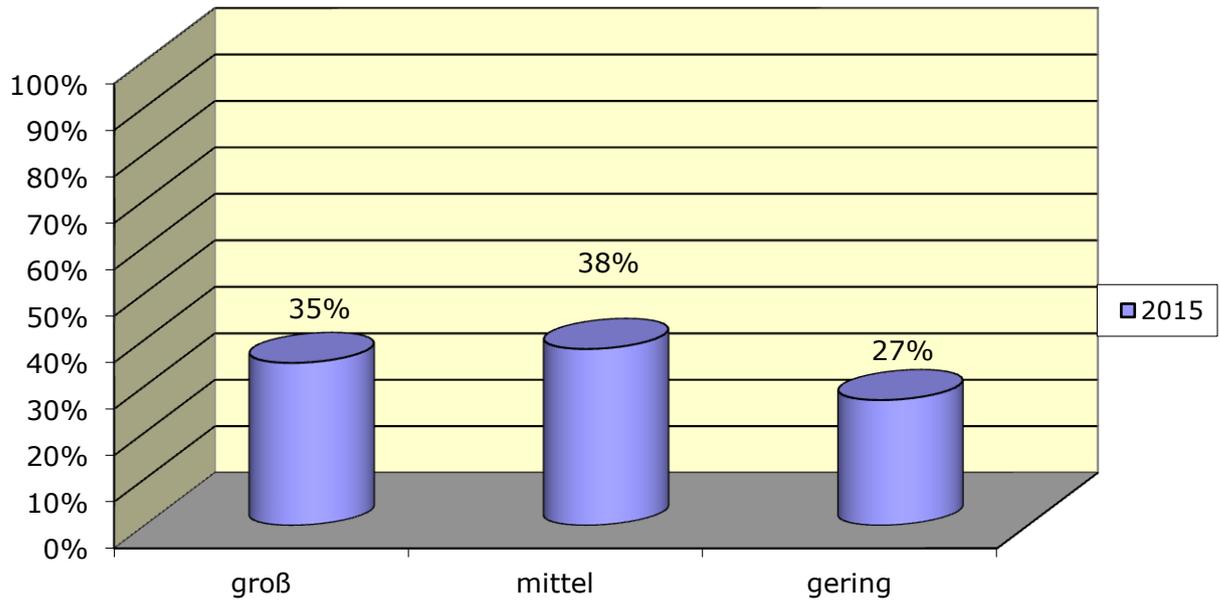
Bei Verbänden, bei denen die Bedeutung des Qualitätsmanagements "groß" ist, ist die Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur...



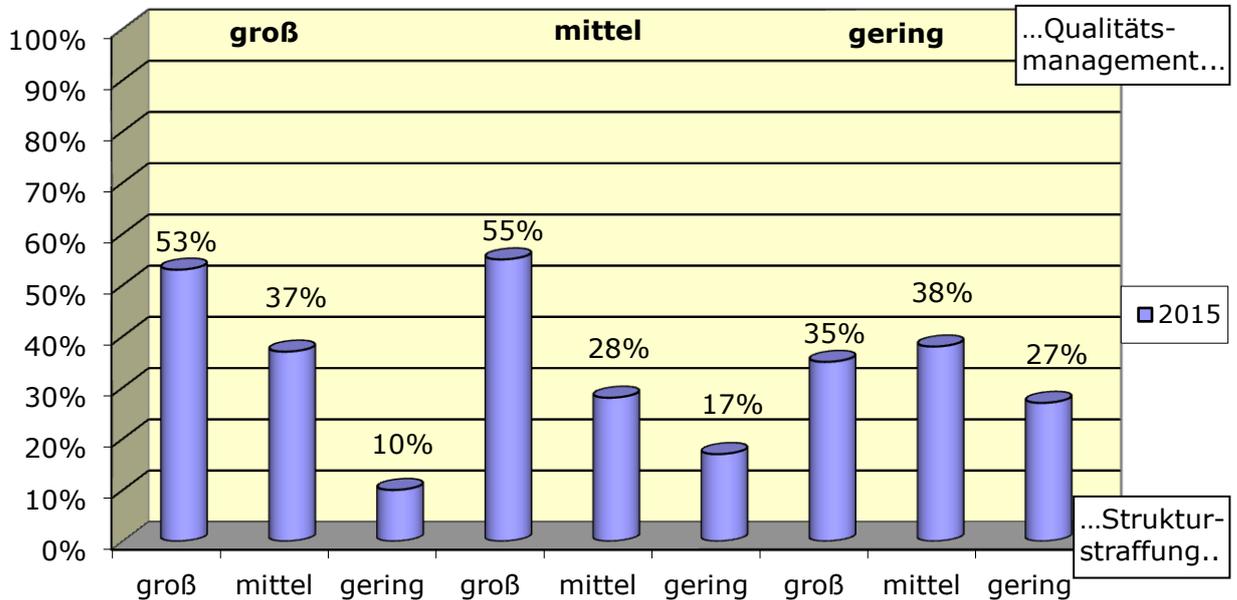
Bei Verbänden, bei denen die Bedeutung des Qualitätsmanagements "mittel" ist, ist die Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur...



Bei Verbänden, bei denen die Bedeutung des Qualitätsmanagements "gering" ist, ist die Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur...



Vergleich: bei Verbänden, bei denen die Bedeutung des Qualitätsmanagements...ist, ist die Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur...



Beim Vergleich der Bedeutung eines Qualitätsmanagements mit der eingeschätzten Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur lässt sich feststellen, dass Verbände, bei denen das Qualitätsmanagement eine „große“ und eine „mittlere“ Bedeutung hat, die Notwendigkeit zur innerverbandlichen Straffung mit 53% bzw. 55% als „groß“ am höchsten und relativ gleich eingestuft wird. Rechnet man diese Zahl mit dem „mittleren“ Wert von 37% bzw. 28% zusammen, so kommt diese Gruppe auf 90% bzw. 83%, was beim Vergleich ganz klar den höchsten Wert darstellt.

Dahinter kommt die Gruppe von Verbänden mit einer „geringen“ Bedeutung des Qualitätsmanagements, die zusammen auf 73% (35/38%) kommt.

Daraus lässt sich ableiten, dass je wichtiger das Qualitätsmanagement für einen Verband ist, desto größer auch die Notwendigkeit einer organisatorischen Straffung zu sein scheint. Insgesamt sind die Unterschiede jedoch deutlich geringer als zu vermuten war.

Es stellt sich jedoch die Frage: warum?

Betreiben diese Verbände ein intensiveres Qualitätsmanagement, weil sie unter entsprechendem Druck stehen und durch die zum Qualitätsmanagement gehörigen Analysen zu der Erkenntnis gekommen sind, dass organisatorische Straffungen notwendig sind?

Führt Qualitätsmanagement als System generell zu Straffungen in der Organisation und damit in den Arbeitsabläufen?

Oder hat man erst die Notwendigkeit interner Straffungen erkannt und daraufhin ein Qualitätsmanagement initiiert?

Oder ist bei Verbänden, die dem Qualitätsmanagement eine geringe Bedeutung beimessen nur deshalb der Bedarf an Verbandsstraffung geringer, weil die Instrumente zur Identifizierung dieses Bedarfes schlicht fehlen?

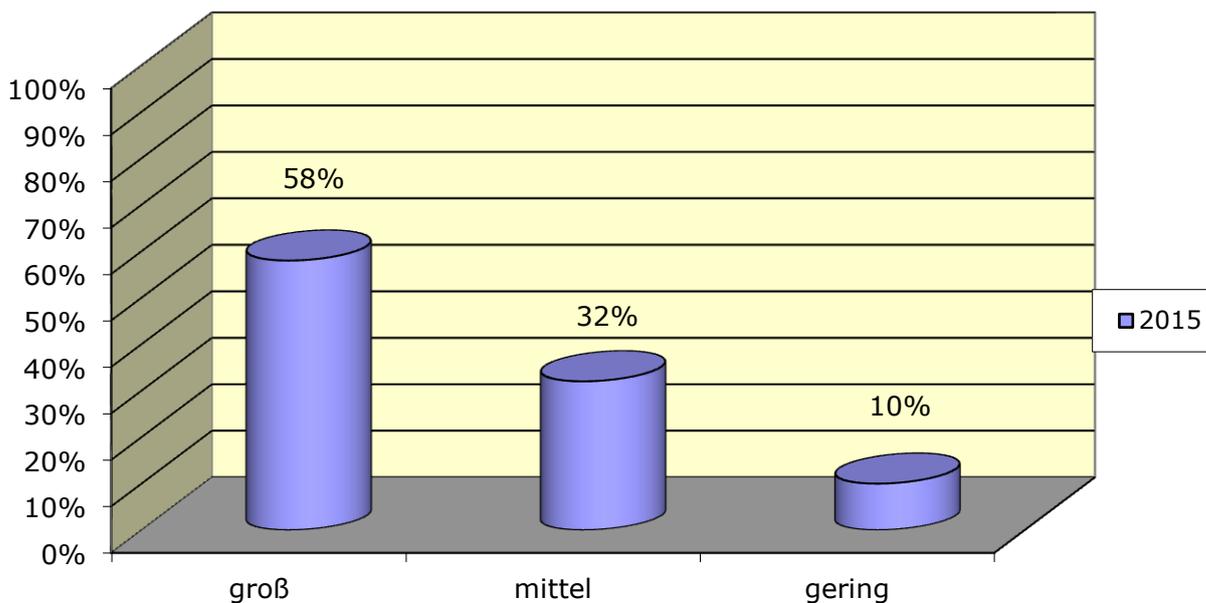
Sicherlich kann man sagen, dass durch die Integration von Qualitätsmanagement ein Verband gezwungen ist, seine Strukturen und Abläufe ständig auf Effizienz und Effektivität zu evaluieren. Durch dieses zielgerichtete Auseinandersetzen mit dem eigenen Arbeiten ist hier sicherlich ein stärkerer selbstkritischerer Blick gegeben.

Andererseits wäre es sicherlich unangebracht und vermessen, diesen Anspruch Verbänden ohne Qualitätsmanagement abzusprechen. Eine entsprechende Überprüfung mit selbstkritischem Blick findet zweifellos auch in diesen Verbänden statt. Manchmal hat das Kind auch einfach nur einen anderen Namen, d.h., man betreibt zwar Qualitätsmanagement, jedoch nicht unter diesem Namen und vielleicht nicht mit den so vorgegebenen Kriterien und Abläufen. Dadurch sind die Ergebnisse jedoch nicht unbedingt schlechter oder weniger erkenntnisreich.

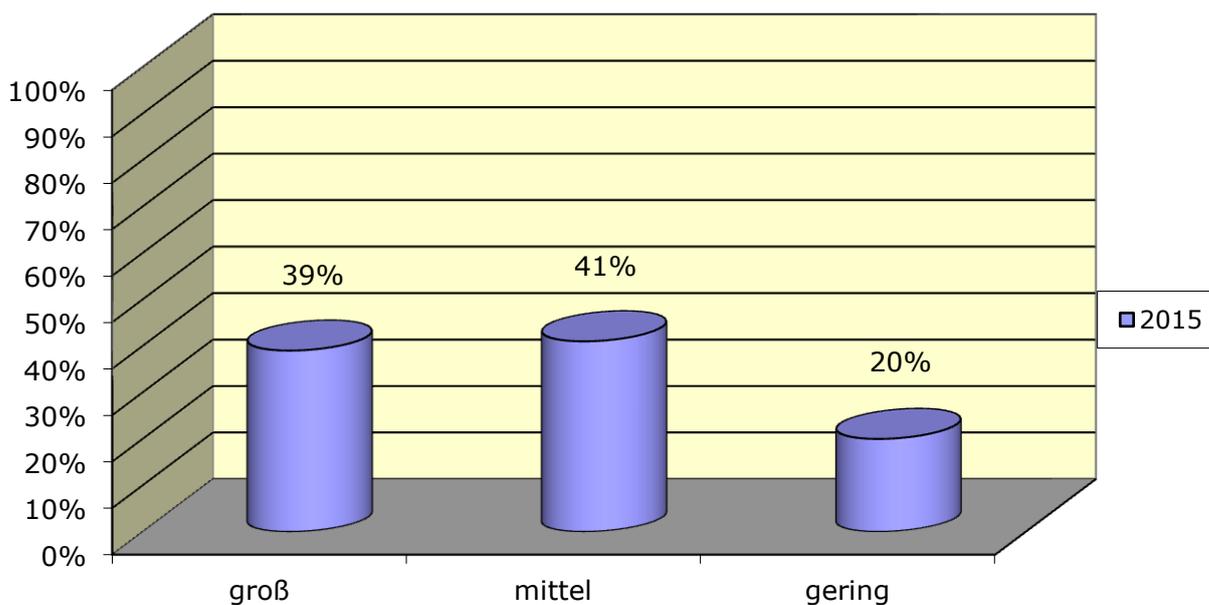
Als Fazit bleibt: Auch wenn man alle Verbände zusammen betrachtet, muss man für 2015 feststellen, dass die Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur relativ hoch geblieben ist.

g) Vergleich der Ergebnisse hinsichtlich der Bedeutung von langfristiger, strategischer Planung und der Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur

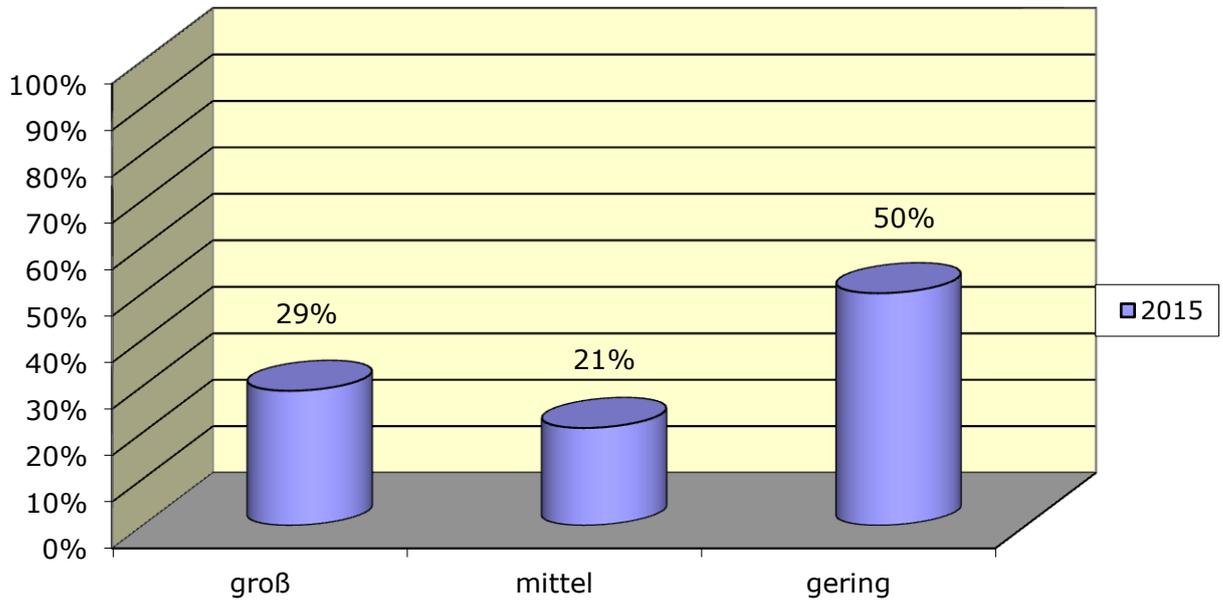
Bei Verbänden, bei denen die Bedeutung langfristiger, strategischer Planung "groß" ist, ist die Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur...



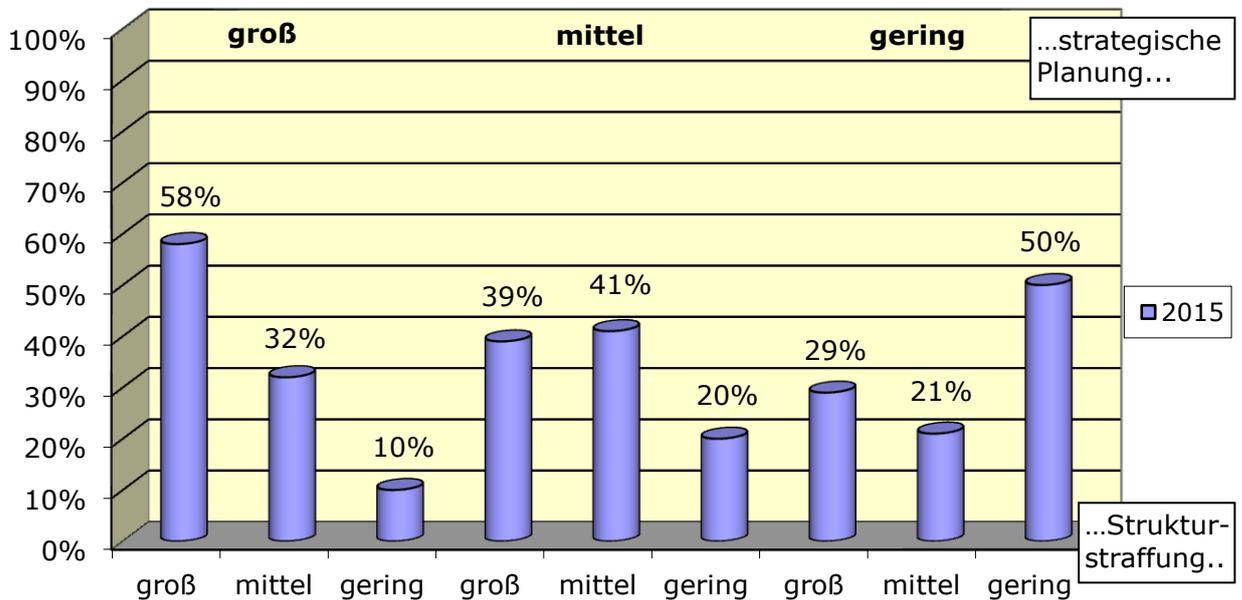
Bei Verbänden, bei denen die Bedeutung von langfristiger, strategischer Planung "mittel" ist, ist die Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur...



Bei Verbänden, bei denen die Bedeutung von langfristiger, strategischer Planung "gering" ist, ist die Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur...



Vergleich: bei Verbänden, bei denen die Bedeutung von langfristiger, strategischer Planung...ist, ist die Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur...



Hinsichtlich eines Zusammenhangs zwischen der Bedeutung von langfristiger, strategischer Planung und einer Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur lässt sich aufgrund des Zahlenmaterials bemerken, dass bei den Verbänden mit „großer“ und „mittlerer“ Bedeutung von langfristiger, strategischer Planung 90% bzw. 80% ebenfalls eine „große“ oder „mittlere“ Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur als gegeben sehen. Wobei Verbände, die einer langfristigen strategischen Planung eine „große“ Bedeutung zumessen, mit 58% einen deutlich höheren Wert bei der „großen“ Notwendigkeit zur Strukturstraffung erreichen als.

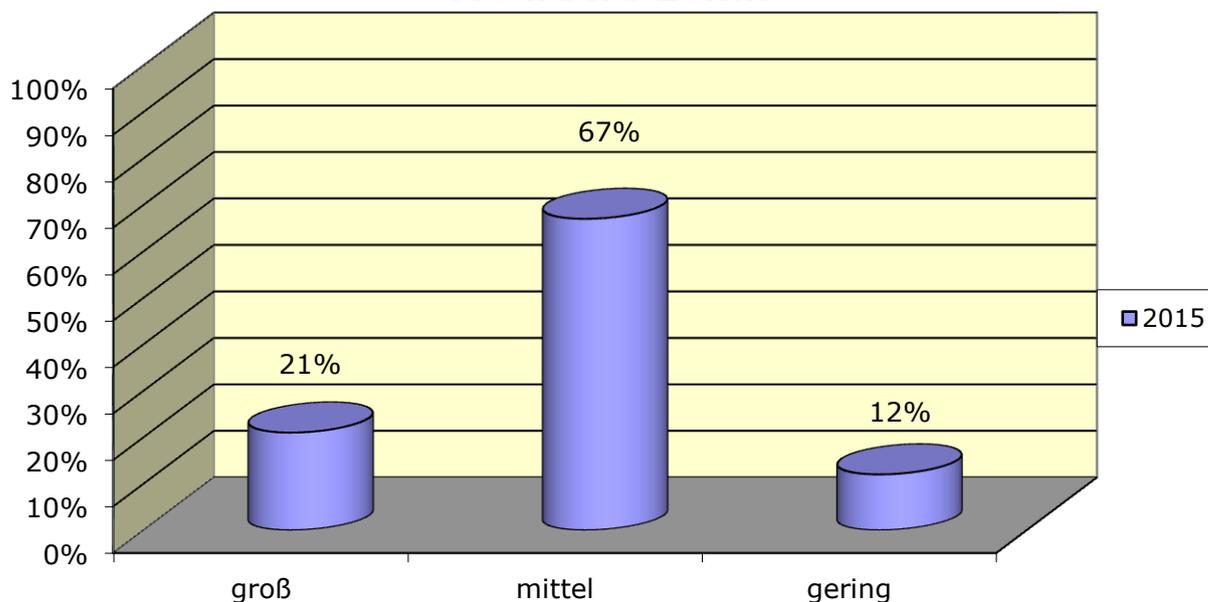
Anders stellt es sich bei den Verbänden dar, die einer langfristigen, strategischen Planung nur „geringe“ Bedeutung beimessen. Hier sind es nur immerhin 29%, die dafür eine „große“ Notwendigkeit sehen und die Hälfte der Verbände geben an, nur „geringen“ Strukturstraffungsbedarf zu haben.

Daraus lässt sich klar ableiten, dass bei einer größeren Bedeutung von langfristiger, strategischer Planung im Verband, auch die Bedeutung einer organisatorischen Straffung größer ist.

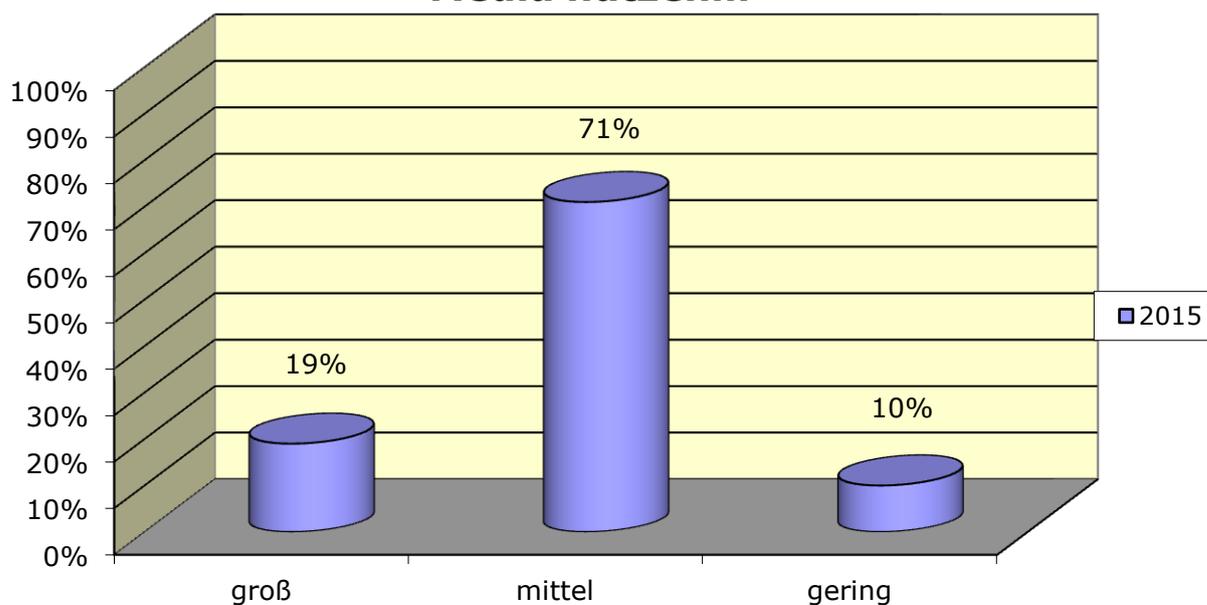
Die Vermutung, dass Verbände, die eine langfristige strategische Planung betreiben, eine deutlich größere Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur angeben, weil sie im Rahmen dieser strategischen Planungen einen entsprechenden Straffungsbedarf festgestellt haben, hat sich damit bestätigt.

h) Vergleich der Ergebnisse hinsichtlich der Nutzung von Social Media und dem Einfluss auf die nationale Politik und Verwaltung

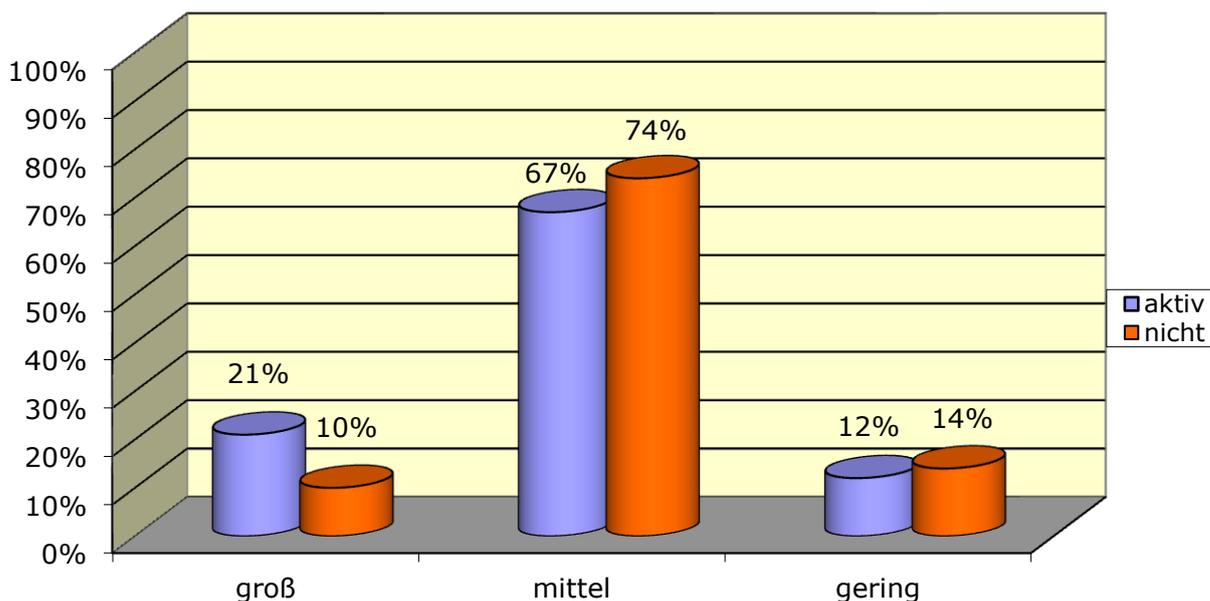
Der Einfluss auf die nationale Politik und Verwaltung ist bei Verbänden, die aktiv Social Media nutzen...



Der Einfluss auf die nationale Politik und Verwaltung ist bei Verbänden, die keine Social Media nutzen...



Der Einfluss auf die nationale Politik und Verwaltung ist bei Verbänden, die ... Social Media nutzen...



Hier lässt sich erkennen, dass Verbände, die aktiv Social Media nutzen, ihren Einfluss auf die nationale Politik und Verwaltung fast genauso einschätzen, wie die Verbände, die diese Kommunikationskanäle noch nicht nutzen, wenn man den Wert des „gerungen“ Einflusses vergleicht. Die Differenz beträgt lediglich 2%.

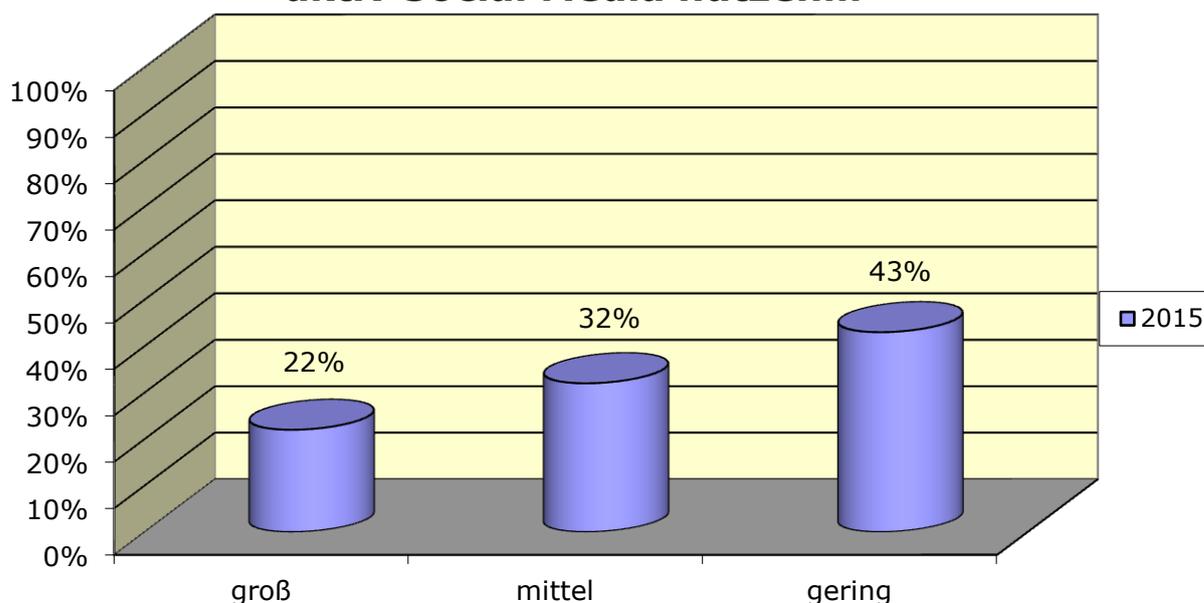
Jedoch erreichen sich Verbände, die aktiv Social Media nutzen, einen mit 21% gegenüber 10% doppelt so hohen Wert in der Kategorie „großer“ Einfluss.

Dass eine verstärkte mediale Präsenz zu einem verbesserten Zugang in Politik und Verwaltung führt, kann daher lediglich in Ansätzen abgeleitet werden.

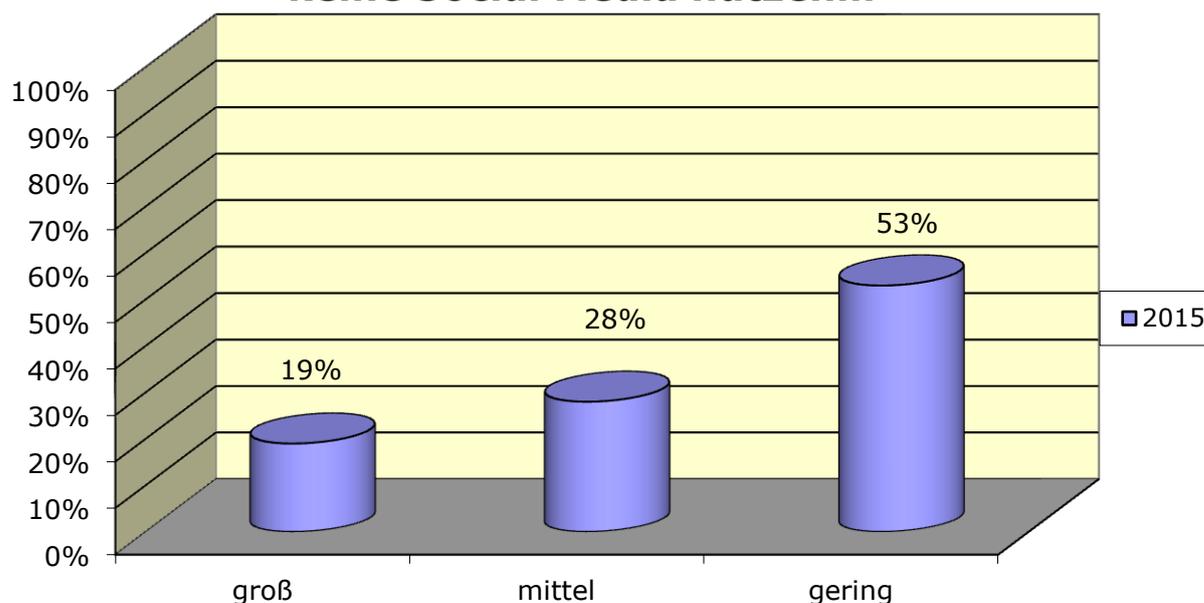
Einen Rückschluss, dass kein nennenswerter Zusammenhang zwischen der aktiven Nutzung von Social Media und dem Einfluss auf die nationale Politik und Verwaltung besteht, lassen die Ergebnisse noch nicht zu.

i) Vergleich der Ergebnisse hinsichtlich der Nutzung von Social Media und der Bedeutung von Sponsoring für die Verbandsfinanzierung

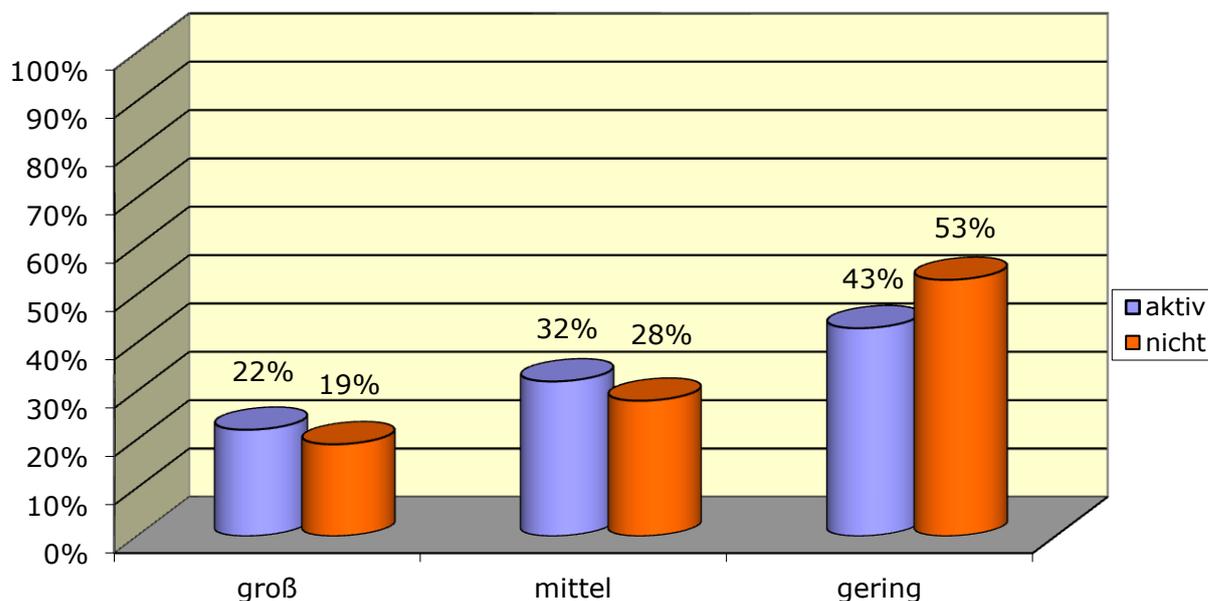
Die Bedeutung von Sponsoring für die Verbandsfinanzierung ist für Verbände, die aktiv Social Media nutzen...



Die Bedeutung von Sponsoring für die Verbandsfinanzierung ist für Verbände, die keine Social Media nutzen...



Die Bedeutung von Sponsoring für die Verbandsfinanzierung ist für Verbände, die ... Social Media nutzen...



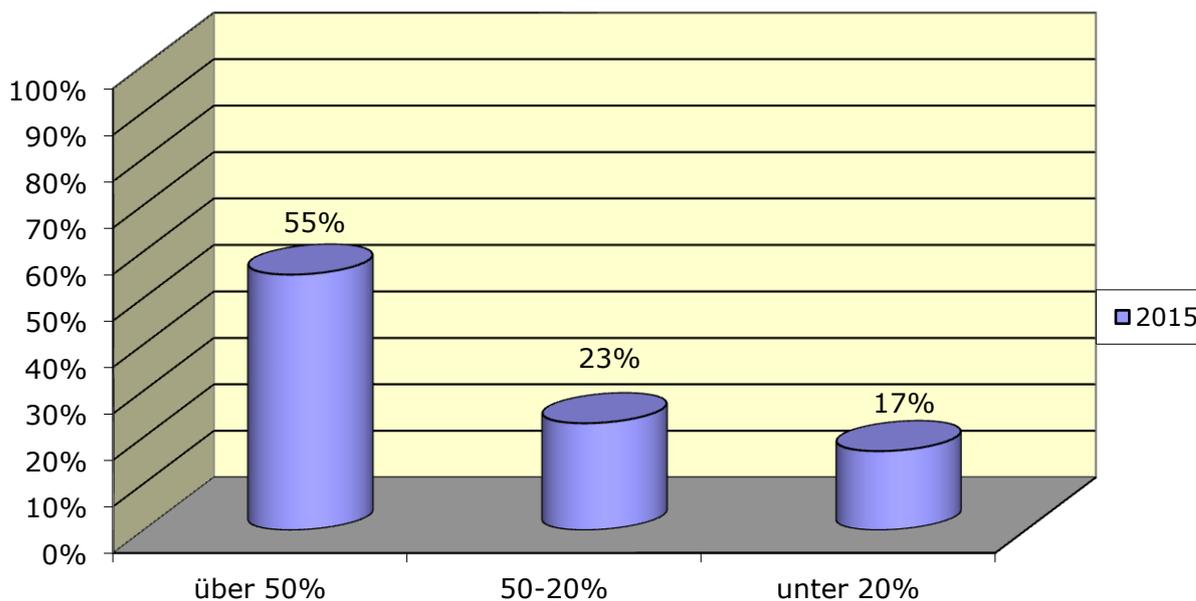
Entgegen den Erwartungen führt eine aktive Nutzung der Social Media nicht zugleich zu einer größeren Bedeutung des Sponsorings. Man könnte meinen, dass Sponsoren hier in die Social-Media-Strategie eingebunden werden. Das scheint aber entweder nicht der Fall oder nicht ausschlaggebend zu sein.

Betrachtet man die Zahlen bei einer „großen“ Bedeutung von Sponsoring, so sieht man, dass es mit 22% bzw. 19% kaum einen Unterschied zwischen aktiven und nicht aktiven Verbänden gibt. Und auch den Vorsprung von 10%, den die Gruppe der Verbände, die nicht aktiv Social Media nutzen, in der Kategorie einer „geringen“ Bedeutung des Sponsorings hat, kann kaum als aussagekräftig gelten.

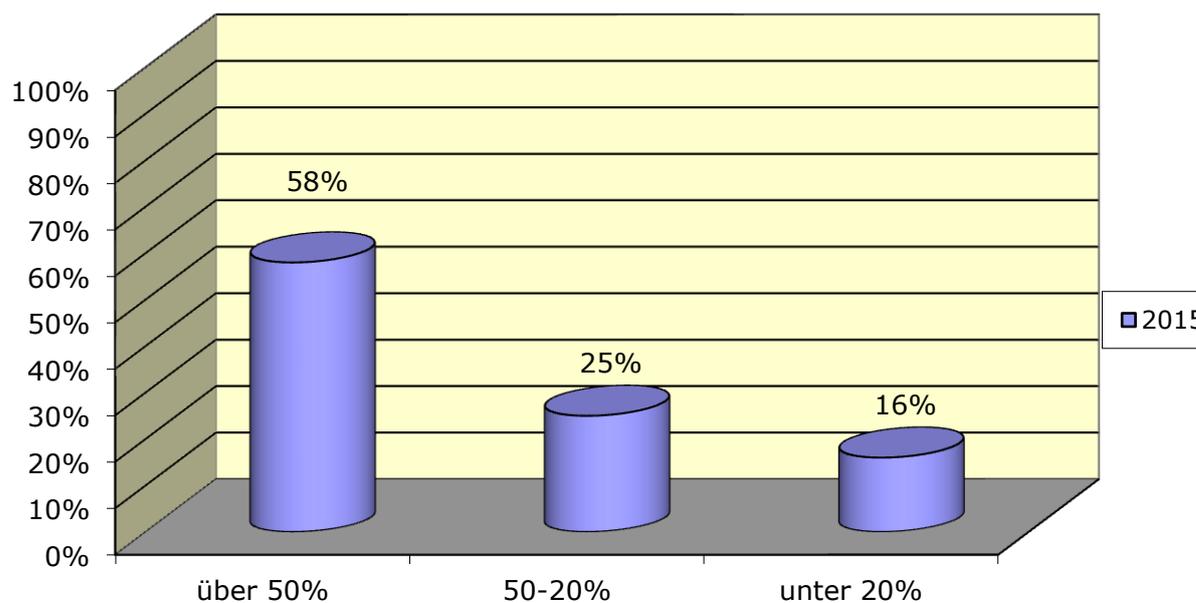
Es stellt sich die Frage, ob Sponsoren kein Interesse an eine Einbindung in den Social-Media-Einsatz von Verbänden haben oder ob diese Möglichkeit noch nicht ausreichend von den Verbänden initiiert wird. Auf alle Fälle ist hier nach wie vor noch größeres Entwicklungspotenzial vorhanden. Zurzeit sind nach wie vor keine aussagekräftigen Unterschiede zwischen den „aktiven“ und „nicht aktiven“ Verbänden zu erkennen.

j) Vergleich der Ergebnisse hinsichtlich der Nutzung von Social Media und dem Organisationsgrad der Verbände

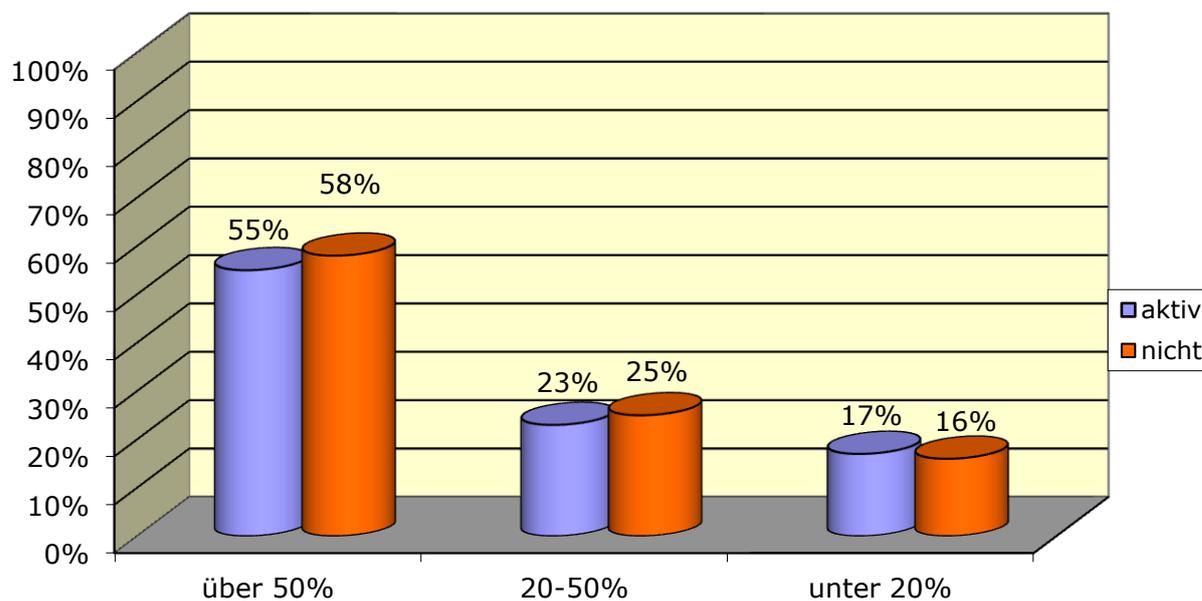
Der Organisationsgrad von Verbänden, die aktiv Social Media nutzen, ist...



Der Organisationsgrad von Verbänden, die keine Social Media nutzen, ist...



Der Organisationsgrad von Verbänden, die ... Social Media nutzen, ist...



Hier lassen sich wie bereits in den Vorjahren kaum wirklich relevante Unterschiede zwischen den Verbandsgruppen erkennen. Verbände aller Organisationsgrade haben fast gleich große Anteile von Social Media „aktiv“ und „nicht aktiv“ nutzenden Verbänden. Weder die „mitgliedsstarken“ Verbände, noch die „kleineren“ Verbände zeigen Präferenzen zur Nutzung der neuen Kommunikationswege.

Es hängt also nicht davon ab, wie stark ein Verband organisiert ist, sondern ganz offensichtlich von anderen Faktoren, die die Kommunikationsstrategie beeinflussen.

VI. Fazit

Zusammenfassend lässt sich über die Ergebnisse des Verbände-Barometers 2015/2016 Folgendes sagen:

Im Bereich des nationalen Lobbyings haben sich die Werte kaum verändert, die Verbände scheinen einen zumindest hinreichenden Einfluss auf die nationale Politik und Verwaltung zu haben.

Hingegen ging das Interesse an den jeweiligen europäischen Dachverbänden leicht zurück.

Deutlich verschlechtert hat sich die Situation hinsichtlich der Finanzen. Hier gab es eine Steigerung von 50% in der Gruppe von Verbänden mit „großen“ Problemen bei der Verbandsfinanzierung, was zu einem neuen Höchstwert bei dieser Frage führte.

Nach wie vor tragen vor allen Mitgliedsbeiträge zur Verbandsfinanzierung bei. Es gab nur unwesentliche Veränderungen. Gleiches gilt für die Bedeutung von Fördermitteln sowie von Dienstleistungen gegen Entgelt und Weiterbildungsmaßnahmen für die Verbandsfinanzierung. Es gab leichte Verschiebungen bei den Werten, die jedoch nicht signifikant sind oder aus den sich eine Trendwende ableiten ließe.

Dagegen hat das Sponsoring eine deutliche Aufwertung in seiner Bedeutung erfahren, hat sich der Wert der „großen“ Bedeutung doch gegenüber dem Vorjahr verdoppelt, und damit den Höchststand von 2008 erreicht und auch seine „mittlere“ Bedeutung hat einen neuen Höchststand erreicht. Es bleibt abzuwarten, ob sich diese Entwicklung langfristig fortsetzen kann.

Beim Organisationsgrad der Verbände ist ein leichter Rückgang des Organisationsgrades zu verzeichnen. Nach wie vor kann aber von Verbandsmüdigkeit weiterhin nicht die Rede sein. Offenbar überzeugen Verbände durch ihre Leistung und Angebot und wehren so den allgemeinen Sparzwang bei den Unternehmen und Haushalten ab.

Bei der Frage zu der Bedeutung der Durchführung von Weiterbildungsmaßnahmen zeigt sich wie in jedem Jahr ein Paradoxem auf. Obwohl 83% der Verbände angeben, dass diese von „großer“ oder „mittlerer“ Bedeutung sind, tragen sie lediglich bei 64% in entsprechendem Umfang zur Verbandsfinanzierung bei.

Daraus lässt sich eigentlich nur schließen, dass Weiterbildungsmaßnahmen nur zum Teil unter betriebswirtschaftlichen Aspekten geplant und durchgeführt werden. Ein anderer wichtiger Aspekt scheint das Gemeinwohl für die Branche zu sein, was dazu führt, dass die Durchführung von Weiterbildungsmaßnahmen mit Verbandsmitteln aus anderen Quellen bezuschusst wird. Insgesamt gab es hier allerdings nur minimale Verschiebungen zwischen den Bewertungen.

Das Thema von Qualitätsmanagement in Verbänden hat eine erstaunliche Aufwertung erfahren. Der Wert für eine „große“ Bedeutung des Qualitätsmanagements konnte sich um 30% steigern, allerdings kommt dieser Zuwachs aus der „mittleren“ Bedeutung, der Wert für eine „geringe“ Bedeutung ist fast gleich geblieben. Dies Thema schwankt jedoch bereits seit vielen Jahren. Die Angaben haben erstmals den Höchstwert bei einer „großen“ Bedeutung erreicht. Trotzdem kann sich nicht einmal die Hälfte der Verbände so richtig für das Thema begeistern. Es ist hier nach wie vor noch Potenzial vorhanden.

Die Bedeutung der langfristigen strategischen Planung ist nach wie vor ein zentraler Bereich für Verbände und konnte wieder zulegen. Alle Werte zeigen sich relativ stabil, wobei die Zahl der Verbände, die diesem Thema nur eine „große“ Bedeutung zumessen, in diesem Jahr etwas anstieg ist. Die Zahlen belegen, dass Verbände insgesamt großen Wert auf langfristig angelegte und strategisch geplante Arbeit legen. Dies dürfte auch ein Grund für ihren langfristigen Erfolg sein.

Bei der Frage nach der Notwendigkeit zur Straffung der Verbandsstruktur ist erneut eine deutliche Bedeutungszunahme zu verzeichnen. Obwohl viele Verbände bereits seit Jahren immer wieder Restrukturierungsmaßnahmen durchführen, bleibt es ein zentrales Thema.

Nachdem viele Verbände in den letzten Jahren bereits einen hohen Grad an Straffung hinter sich hatten und somit keine „Luft“ mehr nach oben war, d.h., die Verbandsstruktur ist verglichen mit den zu bewältigenden Aufgaben schon stark rationalisiert worden, nimmt der Bedarf seit 2013 kontinuierlich wieder zu. Offenbar scheinen sich die Verbände in Zyklen immer wieder dieser Aufgaben zu stellen, um stets eine optimale Organisationsstruktur zu erreichen.

Wie zu erwarten war, gab es keine aussagekräftigen Veränderungen bei Frage nach der Bedeutung von ehrenamtlicher Mitarbeit im Verband. Dieses Grundprinzip verbandlicher Organisation bleibt ungebrochen wichtig.

Auch die Verbände verschließen sich den Neuen Medien in der Kommunikation, wie Facebook, Twitter, Xing u.a. nicht. Erstmals sind mit 60% mehr als die Hälfte der Verbände in den Social Media aktiv.

Da das Thema nun wirklich nicht mehr neu ist, scheinen sich einerseits doch langsam aber sicher immer mehr Verbände diesen Kommunikationskanälen zuzuwenden, andererseits haben sich auch viele Verbände bereits bewusst gegen eine Nutzung dieser Kommunikationswege entschieden, daher wird es sicherlich noch länger dauern, bis annähernd alle Verbände hier aktiv sind.

Es ist sicherlich nicht der alleinige Erfolg versprechende Weg in der Kommunikation mit Mitgliedern und dem politischen und gesellschaftlichen Umfeld, jedoch haben Verbände erkannt, dass möglichst viele Kanäle für eine gute und intensive Kommunikation mit der Umwelt genutzt werden sollten. Gerade für die jüngeren Zielgruppen bieten sich die Neuen Medien an und werden auch von den Verbänden

als Chance erkannt. Andererseits wird mit der Zeit ebenso deutlich, dass sie nicht für jeden Verband ein geeignetes Instrument darstellen.

Genauso vielfältig, wie die Verbandslandschaft ist, so vielfältig sind auch wieder in diesem Jahr die Antworten bei dem Verbände-Barometer. Wie immer gibt es Spitzen, sehr unausgeglichene, aber auch eindeutige Verteilungen bei den Bewertungen. Trends haben sich zum Teil stabilisiert, verstärkt, zum Teil aber auch umgekehrt. Es gab positive und auch negative Veränderungen. Insgesamt kann man jedoch sagen, dass Verbände sich mit ihrer vielseitigen und engagierten Arbeit erfolgreich als Bestandteil der Zivilgesellschaft durchsetzen und einen Teil zur Weiterentwicklung von Staat, Wirtschaft und Gesellschaft leisten. Sie bedienen sich unterschiedlichster Instrumente, um den Herausforderungen gerecht zu werden und eines zeigen die Ergebnisse noch: Die Verbände sind gut aufgestellt, sich aber trotzdem bewusst, dass sie einer ständigen Weiterentwicklung unterliegen. Dies erkennen auch die Mitglieder und bleiben „ihren“ Verbänden treu.