



Projekt Mitgliederentwicklung im
DSB /// **Vereinsworkshop**
29.05.2010 in Wiesbaden

Ablauf des Workshops

- § Begrüßung und Vorstellung der Teilnehmer/innen und Referentinnen und Referenten
- § Ablauf und Ziele des Workshops
- § Vorstellung des Projekts „Mitgliederentwicklung im DSB“
- § Ergebnisse der Vereinsbefragung
- § Nutzen für den einzelnen Verein

Mittagspause



Ablauf des Workshops

- § Stand des Gesamtprojekts
- § Diskussion der Ergebnisse und Handlungsempfehlungen
- § Abschlussrunde; Feedback



Ablauf des Workshops

- § Begrüßung und Vorstellung der Teilnehmer/innen und Referentinnen und Referenten
- § Ablauf und Ziele des Workshops
- § Vorstellung des Projekts „Mitgliederentwicklung im DSB“
- § Ergebnisse der Vereinsbefragung
- § Nutzen für den einzelnen Verein

Mittagspause



Das Projekt „Mitgliederentwicklung im DSB“ Ausgangssituation

- § umfangreiche Veränderungen im Umfeld mit Auswirkungen auf den Schützensport und den Schützenbund
 - § demographischer Wandel führt zu Veränderungen in der Altersstruktur
 - § veränderte Freizeitgestaltung – mehr Vielfalt und Abwechslung
 - § verstärkte Konkurrenz
 - § Gesundheits-, Fitness- und Erlebnisorientierung

Das Projekt „Mitgliederentwicklung im DSB“ Ausgangssituation

- § umfangreiche Veränderungen im Umfeld mit Auswirkungen auf den Schützensport und den Schützenbund
- § Image und Akzeptanz des Schützensports in der Öffentlichkeit ist nicht nur positiv
- § Tradition im Trend?
- § Mitgliederzahlen im Deutschen Schützenbund sind rückläufig

Das Projekt „Mitgliederentwicklung im DSB“ Ausgangssituation /// Aufstellung des DSB

1.439.109 Gesamtmitglieder in 15.086 Vereinen

Kinder & Jugendliche (bis 20 J.): 191.737 (13 %)

Erwachsene (über 20 J.): 1.247.372 (87 %)

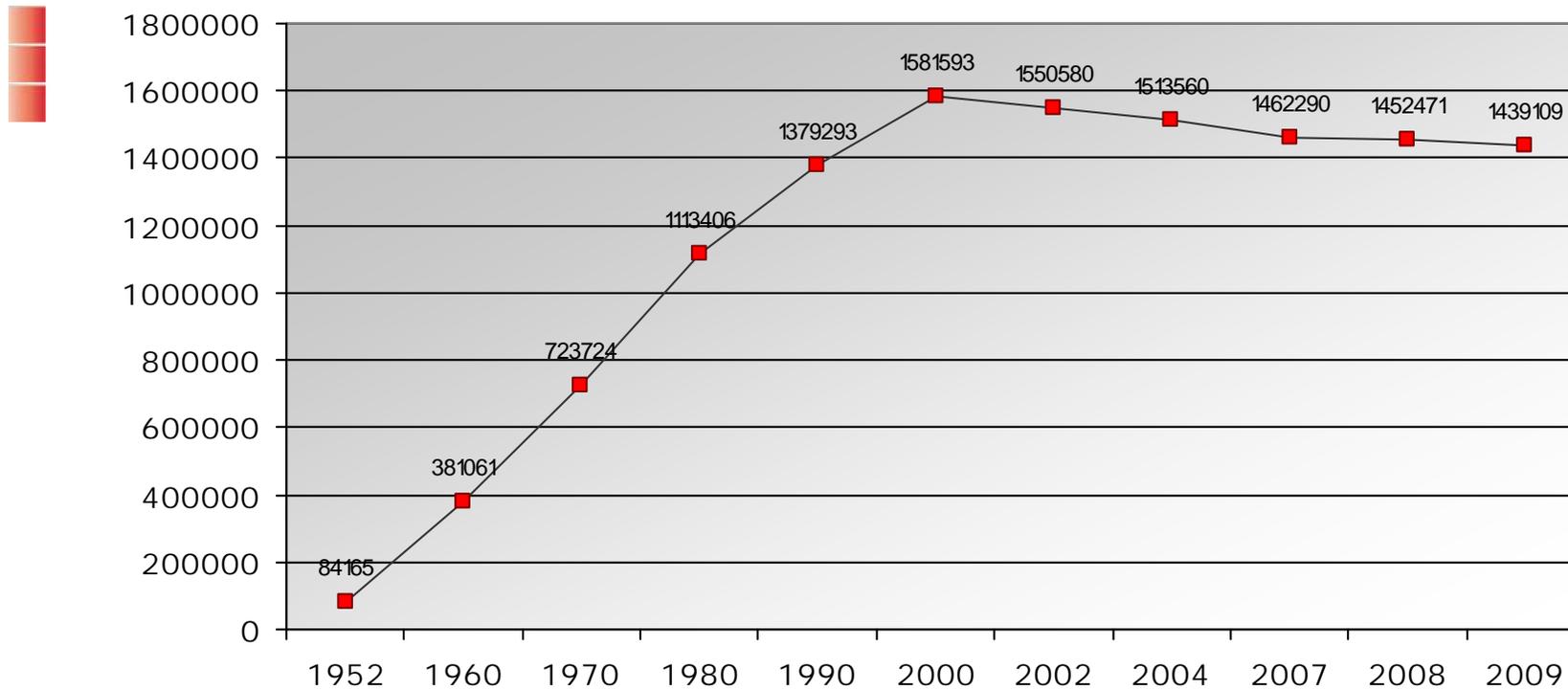
männliche Mitglieder: 1.088.957 (76 %)

weibliche Mitglieder: 350.152 (24 %)

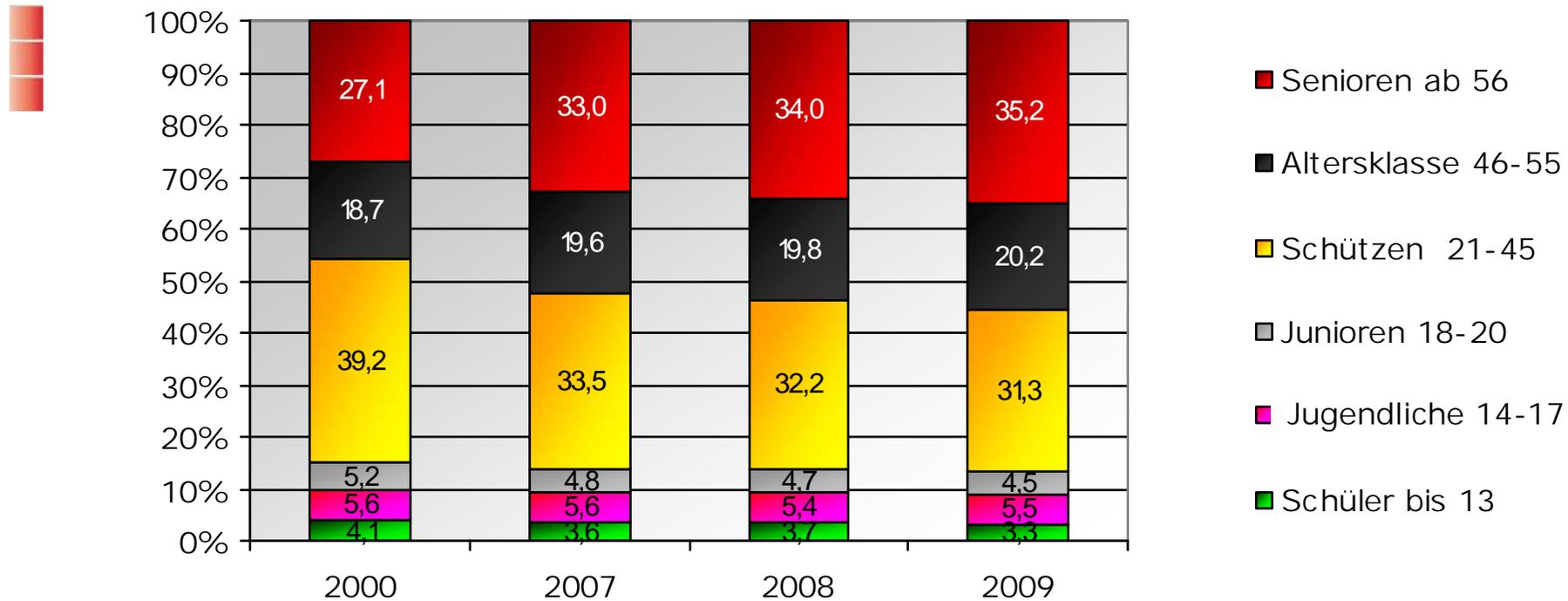
(Stand: 31.12.2009)



Das Projekt „Mitgliederentwicklung im DSB“ Ausgangssituation /// Mitgliederentwicklung im DSB



Das Projekt „Mitgliederentwicklung im DSB“ Ausgangssituation /// Mitgliederentwicklung im DSB



Das Projekt „Mitgliederentwicklung im DSB“ Ausgangssituation /// WORAN LIEGT DAS?

Es spielen verschiedene Faktoren zusammen, u.a.

- § Image
- § Rahmenbedingungen
- § sportliches Angebot im Verein
- § fehlende Mitgliederorientierung auf Vereins- und Verbandsebene

ö Mitglieder, Vereine und Verbände haben unterschiedliche Begründungen für die Mitgliederentwicklung



Das Projekts „Mitgliederentwicklung im DSB“

Ziel des Projekts ist es,

- § die Gründe für die rückläufigen Mitgliederzahlen beim Deutschen Schützenbund zu ermitteln,
- § die Landesverbände und die Vereine für die Problemstellung und die zukünftigen Herausforderungen zu sensibilisieren,
- § ein Konzept zur mittel- und langfristigen Mitgliedergewinnung und -bindung zu erarbeiten,
- § konkrete Handlungsempfehlungen zu erstellen,
- § diese gemeinsam mit den Landesverbänden und den Vereinen umzusetzen.



Ablauf des Workshops

- § Begrüßung und Vorstellung der Teilnehmer/innen und Referentinnen und Referenten
- § Ablauf und Ziele des Workshops
- § Vorstellung des Projekts „Mitgliederentwicklung im DSB“
- § Ergebnisse der Vereinsbefragung
- § Nutzen für den einzelnen Verein

Mittagspause



Ergebnisse der Vereinsbefragung

9 teilnehmende Vereine aus 5 Landesverbänden:

- § BSG Schweinfurt (Bayern1)
- § Drei Linden Zusmarshausen (Bayern 2)
- § Schützenkameradschaft Ohlendorf (Hamburg 1)
- § Wandsbeker Schützengilde (Hamburg 2)
- § Schützengesellschaft Kamenz (Sachsen 1)
- § Freischützengesellschaft Großenhain (Sachsen 2)
- § Nördlicher Dortmunder Schützenbund (Westfalen)



Regionale Lage der befragten Vereine

Ergebnisse der Vereinsbefragung

Mitgliederentwicklung (in den letzten 10 Jahren)

Verein	Insgesamt	Diff. Ein- und Austritte (2008)
Bayern 1	-16 %	+2
Bayern 2	-13%	+11
Hamburg 1	+7 %	+16
Hamburg 2	+5%	+10
Mecklenburg-Vorpommern 1	-38 %	+1
Mecklenburg-Vorpommern 2	-10 %	0
Sachsen 1	-44%	-4
Sachsen 2	-25%	-2
Westfalen	-53%	-34

Ergebnisse der Vereinsbefragung /// Methodik Befragung der Vereinsvorsitzenden

TEIL 1: SCHRIFTLICHE BEFRAGUNG

- § Abfrage von „hartem“ Datenmaterial mittels eines Fragebogens
- § Einschätzung der Vereinsangebote durch die Vorsitzenden

TEIL 2: TELEFONISCHE INTERVIEWS

- § Auf den schriftlichen Fragebögen basierende Interviews.
Ziel: Identifikation von Gründen für die jeweilige Mitgliederentwicklung
- § Dauer der Gespräche: Zwischen 30 und 150 min
- § Aufzeichnung der Gespräche auf Band, anschließende Verschriftlichung und Transkription. Umfang der Interviews zwischen 10 und 28 Seiten

Ergebnisse Vereinsbefragung /// Methodik Befragung der Vereinsmitglieder

SCHRIFTLICHE BEFRAGUNG MITTELS FRAGEBOGEN

- § Verteilung der Fragebögen an die Mitglieder durch die Vorsitzenden
- § Dauer der Befragung: 4 Wochen
- § Nach Ablauf der Frist, Rücksendung der Fragebögen durch Vorsitzenden an die Führungs-Akademie



Ablauf des Workshops

- § Begrüßung und Vorstellung der Teilnehmer/innen und Referentinnen und Referenten
- § Ablauf und Ziele des Workshops
- § Vorstellung des Projekts „Mitgliederentwicklung im DSB“
- § Ergebnisse der Vereinsbefragung
 - § Ergebnisse der Befragung der Vereinsvorsitzenden
 - § Ergebnisse der Mitgliederbefragung
- § Nutzen für den einzelnen Verein



Befragung der Vereinsvorsitzenden

Ausschlaggebende Gründe für eine positive Mitgliederentwicklung in den einzelnen Vereinen



Ursachen für eine positive Mitgliederentwicklung:

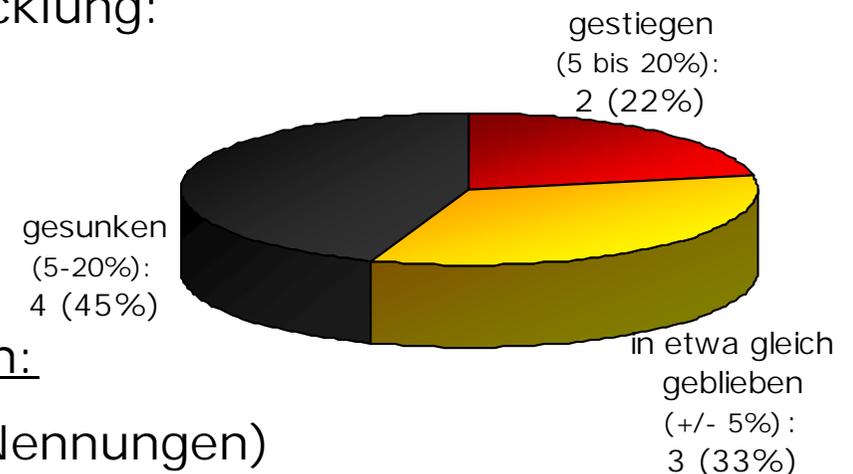
HAMBURG 1 UND HAMBURG 2

§ Gründung einer Bogensparte

Aktueller Mitgliederrückgang gestoppt durch:

§ Aktive Werbemaßnahmen (2 Nennungen)

§ Starker Zuwachs in der Bogensparte (2 Nennungen)



Befragung der Vereinsvorsitzenden Mitgliederentwicklung im Schießsport /// Einflussfaktoren



= Aspekt hat Einfluss auf die Mitgliederentwicklung



= Aspekt hat keinen Einfluss auf die Mitgliederentwicklung



= keine eindeutige Tendenz

Befragung der Vereinsvorsitzenden Mitgliederentwicklung im Schießsport /// Einflussfaktoren

- § Image des Schießsports 
- § Image der Schützenvereine 
- § Image der Sportvereine 
- § Veränderungen in den rechtlichen Rahmenbedingungen 
- § Altersstruktur in den Schützenvereinen 
- § Verändertes Sportverhalten 
- § Angebotsformen und –vielfalt im Schießsport 
- § Fehlende Einbindung von (neuen) Mitgliedern 

Befragung der Vereinsvorsitzenden Mitgliederentwicklung im Schießsport /// Einflussfaktoren

- § Finanzielle Belastung 
- § Fehlende Athletik der Sportart 
- § Sportliche Erfolge im Schießsport 
- § Thema Migration 
- § Akzeptanz von Frauen im Schießsport 
- § Weitere Einflussfaktoren
 - § Betreuung der Mitglieder
 - § Probleme mit dem Landesfachverband
 - § Reha-Sport / Gesundheitsaspekt

Befragung der Vereinsvorsitzenden Maßnahmen zur positiven Beeinflussung der Mitgliederentwicklung

§ Werbung / Öffentlichkeitsarbeit	(5 Nennungen)
§ Kommunikationspolitik (Internet)	(4 Nennungen)
§ Schießveranstaltungen für ein breites Publikum	(4 Nennungen)
§ Infrastruktur	(3 Nennungen)
§ Erweiterung des Sportsangebots	(3 Nennungen)
§ Veränderungen in der Beitragsstruktur	(3 Nennungen)
§ Schnupperangebote	(2 Nennungen)
§ Zusammenarbeit mit Schulen	(2 Nennungen)
§ Jugendcamp	(1 Nennung)

Befragung der Vereinsvorsitzenden Kooperationen mit anderen Einrichtungen

- § 2 der Vereine arbeiten weder innerhalb noch außerhalb des Sports mit anderen Einrichtungen zusammen.
- § Die übrigen 7 Vereine benannten folgende Einrichtungen:
 - § Organisationen im Ort (Vereine, Feuerwehr, Polizei dorfinterne Zusammenschlüsse) (5 Nennungen)
 - § Kommunale Einrichtungen (4 Nennungen)
 - § KSB (1 Nennung)
 - § Ausbildungslehrgänge für Wachschutzleute (1 Nennung)
 - § Schule (1 Nennung)

Befragung der Vereinsvorsitzenden Zusätzliche Einnahmequellen

§ 8 der befragten Vereine haben versucht, sich zusätzliche Einnahmequellen zu erschließen:

§ Sponsoren	(5 Nennungen)	0 / 1 / 1 1
§ Vermietung des Standes	(4 Nennungen)	1 1
§ Zuschüsse aus verschiedenen Bereichen		1 1
§ Ausbildungslehrgänge für Wachschutzleute		1
§ Gebühren für Waffen und Munition		1
§ Vermietung des Clubraums für Betriebsfeiern		1

Befragung der Vereinsvorsitzenden Zusätzliche Einnahmequellen



- § Pauschalangebote mit Hotel
- § Spenden aus MG-Reihen
- § Gemeinde

ó

Befragung der Vereinsvorsitzenden Vereinsstruktur

- § Durchschnittlich sind 10 Personen in den Vorständen mit einer Funktion ehrenamtlich tätig
- § davon 80 % männlich und 20% weiblich
- § Die Vereine können durchschnittlich auf 19 ehrenamtliche Helfer für gelegentliche Aufgaben und Projekte zurückgreifen
- § Alle 9 befragten Vereine haben einen speziellen Interessensvertreter für Jugendgruppen

Befragung der Vereinsvorsitzenden

Vereinsstruktur

- § Alle 9 Vereine haben die in ihrem Verein anfallenden Aufgaben klar strukturiert und jeweils bestimmten Personen zugeordnet
- § Diese Organisations- und Aufgabenstruktur wurde von 2 der Vereinen in den letzten Jahren verändert und an aktuelle Anforderungen angepasst:
 - § Geschäftsführer, vor drei Jahren abgeschafft
 - § Schriftführer war kurzzeitig abgeschafft, jetzt gibt es wieder einen Neuen
 - § Bedingt durch Personalwechsel

Befragung der Vereinsvorsitzenden Vereinsstruktur /// Mitgliedergewinnung und -bindung

- § In 2 von 9 Vereinen gibt es eine für die Mitgliedergewinnung und -bindung zuständige Person, die in beiden Fällen des Vorstands ist
- § In denselben 2 von 9 Vereinen gibt es eine eigene Etatposition für die Mitgliedergewinnung und -bindung, die >1% und 5-10% des Gesamtetats beträgt
- § Die beiden Vereine haben ein schriftlich fixiertes Konzept zur Mitgliedergewinnung und -bindung. Inhalte:
 - § Bürgerschießen
 - § Tag der offenen Tür
 - § Verantwortlicher für Nachwuchswerbung

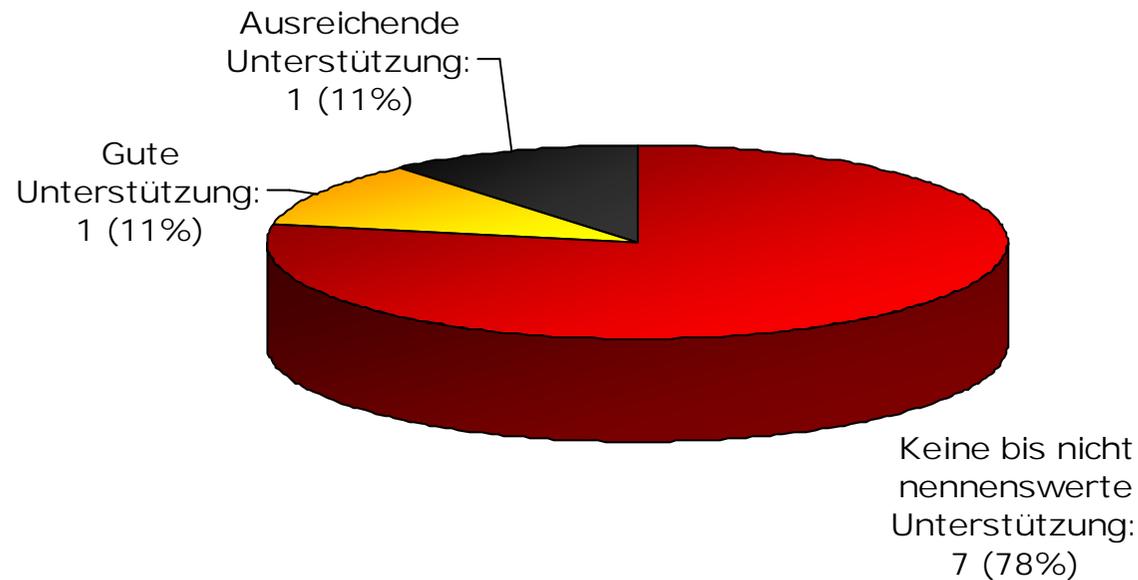
Befragung der Vereinsvorsitzenden Zusammenarbeit mit den LV und LSB

WELCHE UNTERSTÜTZUNGSLEISTUNGEN DES LV / LSB NEHMEN SIE IN ANSPRUCH?

- § Fördermittel (7 Nennungen)
- § Sportlicher Bereich (3 Nennungen)
- § Baumaßnahmen/Standausbau (2 Nennungen)
- § Informations- und Beratungsleistungen / organisatorische Unterstützung (3 Nennungen)
- § Aus- und Weiterbildung (3 Nennungen)

Befragung der Vereinsvorsitzenden Zusammenarbeit mit den LV und LSB

WIE EMPFINDEN SIE DIE UNTERSTÜTZUNG DES LV/LSB HINSICHTLICH DER
THEMATIK DER MITGLIEDERGEWINNUNG UND -BINDUNG?



Befragung der Vereinsvorsitzenden Zusammenarbeit mit den LV und LSB

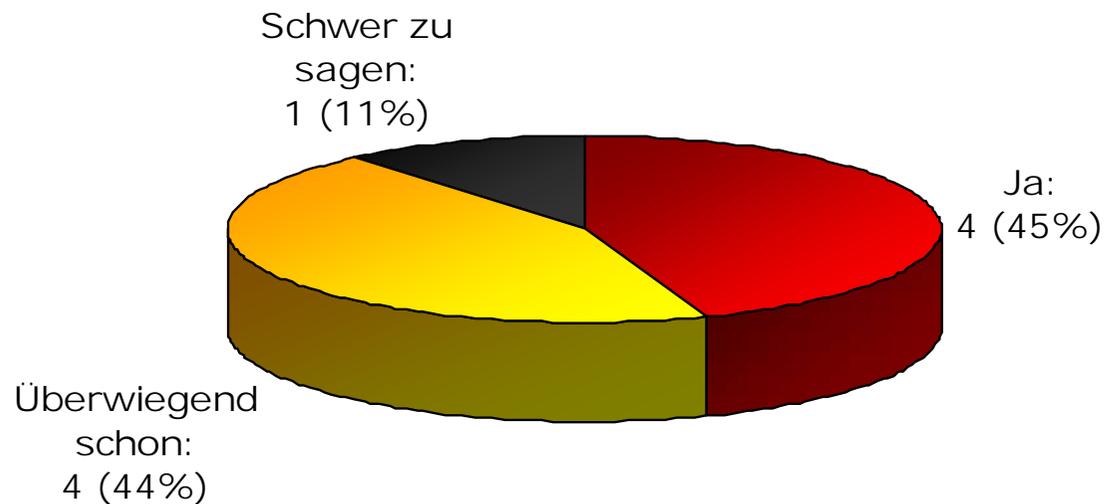
§ Für 2 der befragten Vereinsvorsitzenden wären diese Institutionen ihre ersten Ansprechpartner bei Fragen und Problemen der Mitgliedergewinnung und -bindung

§ 7 der Befragten würden sich alternativ an folgende Ansprechpartner wenden:

- | | |
|--------------------|---------------|
| § Gau / Kreis | (2 Nennungen) |
| § Selbstinitiative | (2 Nennungen) |
| § Nachbarvereine | (1 Nennung) |
| § Stadtsportbund | (1 Nennung) |

Befragung der Vereinsvorsitzenden Beurteilung der Vereinsangebote

SIND DIE MITGLIEDER, IHRER MEINUNG NACH, MIT DEM VEREIN INSGESAMT ZUFRIEDEN?



Ablauf des Workshops

- § Begrüßung und Vorstellung der Teilnehmer/innen und Referentinnen und Referenten
- § Ablauf und Ziele des Workshops
- § Vorstellung des Projekts „Mitgliederentwicklung im DSB“
- § Ergebnisse der Vereinsbefragung
 - § Ergebnisse der Befragung der Vereinsvorsitzenden
 - § Ergebnisse der Mitgliederbefragung
- § Nutzen für den einzelnen Verein



Ergebnisse der Mitgliederbefragung Rücklaufquoten

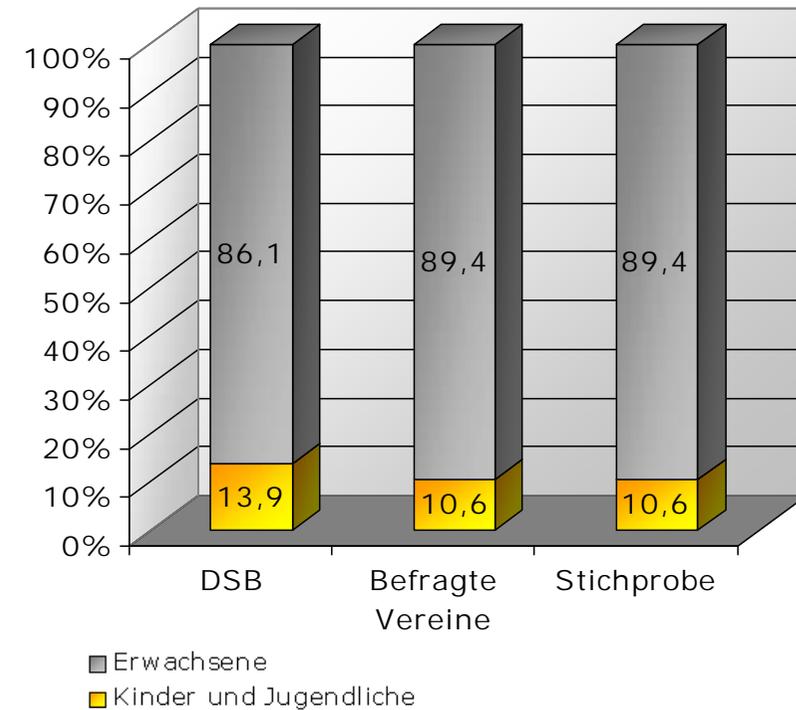
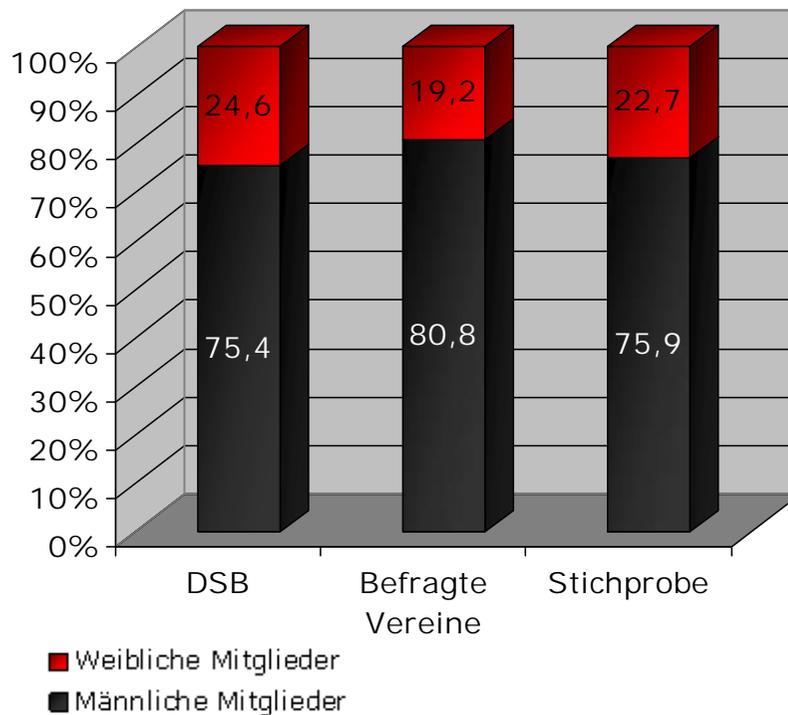
		Anzahl MG	Rück- lauf	%
Bayern	BSG Schweinfurt	572	90	15,7
	Zusmarshausen	306	64	20,9
Hamburg	Schützenkameradschaft Ohlendorf	252	70	27,8
	Wandsbeker Schützengesellschaft	150	37	24,7
Mecklenburg- Vorpommern	Schweriner Schützenzunft	134	57	42,5
	Schützenzunft Waren / Müritz	95	15	15,8
Sachsen	Schützengesellschaft Kamenz	61	44	72,1
	Freischützengesell. Großenhain	85	24	28,2
Westfalen	Nördl. Dortmunder Schützenbund	244	31	12,7
Gesamt		1899	432	22,8

Ergebnisse der Mitgliederbefragung

Aufstellung DSB / befragte Vereine / Stichprobe (Stand 2009)

	DSB		Befragte Vereine		Stichprobe	
		Anteil (in %)		Anteil (in %)		Anteil (in %)
Mitglieder insgesamt	1.452.471		1.899	100	432	22,7
Anzahl der Vereine	15.101		9	100	9	
Kinder und Jugendliche	201.961	13,9	202	10,6	45	10,6
Erwachsene	1.250.510	86,1	1.697	89,4	378	89,4
Männliche Mitglieder	1.095.071	75,4	1.534	80,8	328	75,9
Weibliche Mitglieder	357.400	24,6	365	19,2	98	23

Ergebnisse der Mitgliederbefragung Aufstellung DSB / befragte Vereine / Stichprobe (Stand 2009)



Ergebnisse der Mitgliederbefragung

A4. Sind oder waren Sie Mitglied in einem anderen Schützenverein?
(Mehrfachnennungen möglich)

- § 306 (70,8 %) MITGLIEDER waren vorher noch nie Mitglied in einem Schützenverein
- § 82 (19,0 %) MITGLIEDER sind gleichzeitig noch Mitglied in einem anderen Sportverein
- § 58 (13,4 %) MITGLIEDER sind gleichzeitig noch Mitglied in einem anderen Schützenverein
- § 34 (7,9 %) MITGLIEDER waren vorher Mitglied in einem anderen Schützenverein, sind dort ausgetreten und in diesen Verein eingetreten
- § 28 (6,5 %) MITGLIEDER waren vor längerer Zeit schon einmal Mitglied im Schützenverein

Ergebnisse der Mitgliederbefragung

A5. Vorrangiger Eintrittsgrund (Mehrfachnennungen möglich)

- § 162 NENNUNGEN (37,5 %): Freunde / Bekannte sind hier im Verein
- § 129 NENNUNGEN (29,9 %): Nähe zum Wohnort bzw. Standort der Anlage
- § 115 NENNUNGEN (26,6 %): Der Verein bietet eine breite Palette an Schießsportarten an, aus denen ich auswählen kann
- § 104 NENNUNGEN (24,1 %): Mein Partner / Ehemann / Ehefrau bzw. Familienangehörige ist / sind Mitglied im Verein:
- § 68 NENNUNGEN (15,7 %): Der Verein genießt hohes Ansehen in der Öffentlichkeit

Ergebnisse der Vereinsbefragung

A5. Vorrangiger Eintrittsgrund (Mehrfachnennungen möglich)

- § 64 NENNUNGEN (14,8 %): Der Verein bietet viele Angebote im nicht-sportlichen, geselligen Bereich
- § 57 NENNUNGEN (13,2 %): Der Verein bietet zusätzliche Schießsportarten an, aus denen ich auswählen kann
- § 51 NENNUNGEN (11,8 %): sonstiger Grund
- § 50 NENNUNGEN (11,6 %): Nur bei diesem Verein gibt es genau das Schießsportangebot, das ich nutzen möchte
- § 6 NENNUNGEN (1,4 %): Der Verein bietet qualitativ bessere Schießsportangebote als andere örtliche Vereine

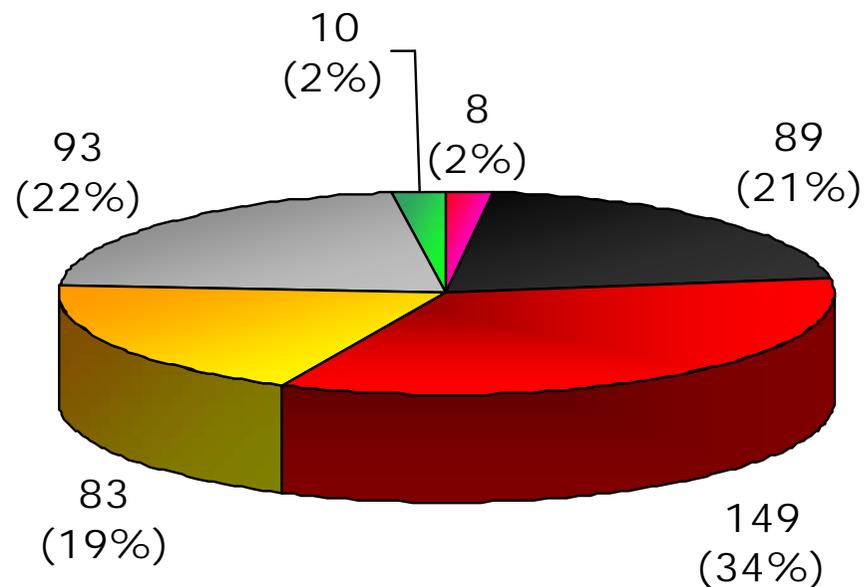
Ergebnisse der Mitgliederbefragung

A7. Welche Angebote des Vereins nutzen Sie? (Mehrfachnennungen möglich)

Angebot	Nicht angeboten von	N _{ges}	Nennungen	%
Gewehr		432	247	57,2
Gesellschaftliche Aktivitäten		432	235	54,3
Pistole	1 Verein (N=70)	362	176	48,6
Großkaliber (Gewehr/Pistole)	2 Vereinen (N=101)	331	125	37,7
Auflage Schießen		432	90	20,8
Bogen	2 Vereinen (N=79)	353	70	19,8
Nur Luftdruckwaffen		432	67	15,5
Wurfscheibe	3 Vereinen (N=178)	254	35	13,7
Vorderlader	3 Vereinen (N=165)	267	26	9,7
Laufende Scheibe	4 Vereinen (N=147)	285	22	7,7
Armbrust	5 Vereinen (N=250)	182	7	3,8
Sommerbiathlon	4 Vereinen (N=222)	210	0	0

Ergebnisse der Mitgliederbefragung

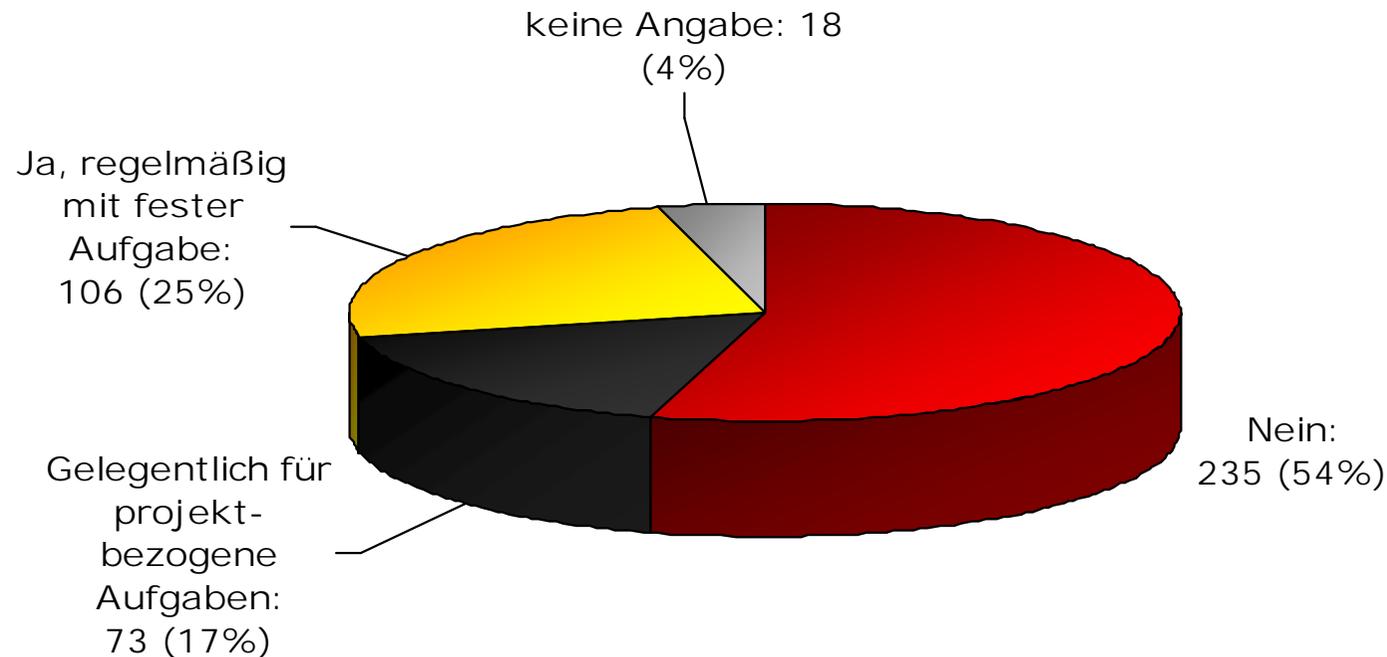
A9. Wie häufig nutzen Sie in der Regel die Angebote des Vereins?



- (fast) täglich
- 2-3x wöchentlich
- 1x wöchentlich
- 2-3x im Monat
- (seltener als) 1x im Monat
- keine Angabe

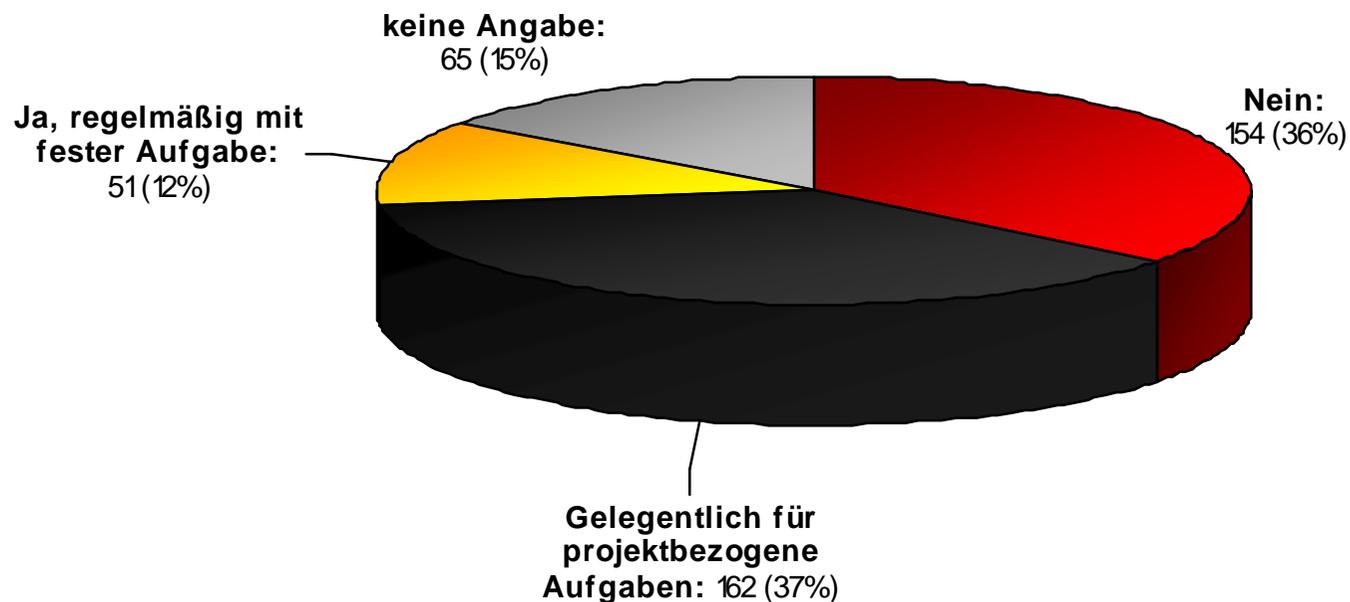
Ergebnisse der Vereinsbefragung

A10. Sind Sie zur Zeit ehrenamtlich im Verein tätig?



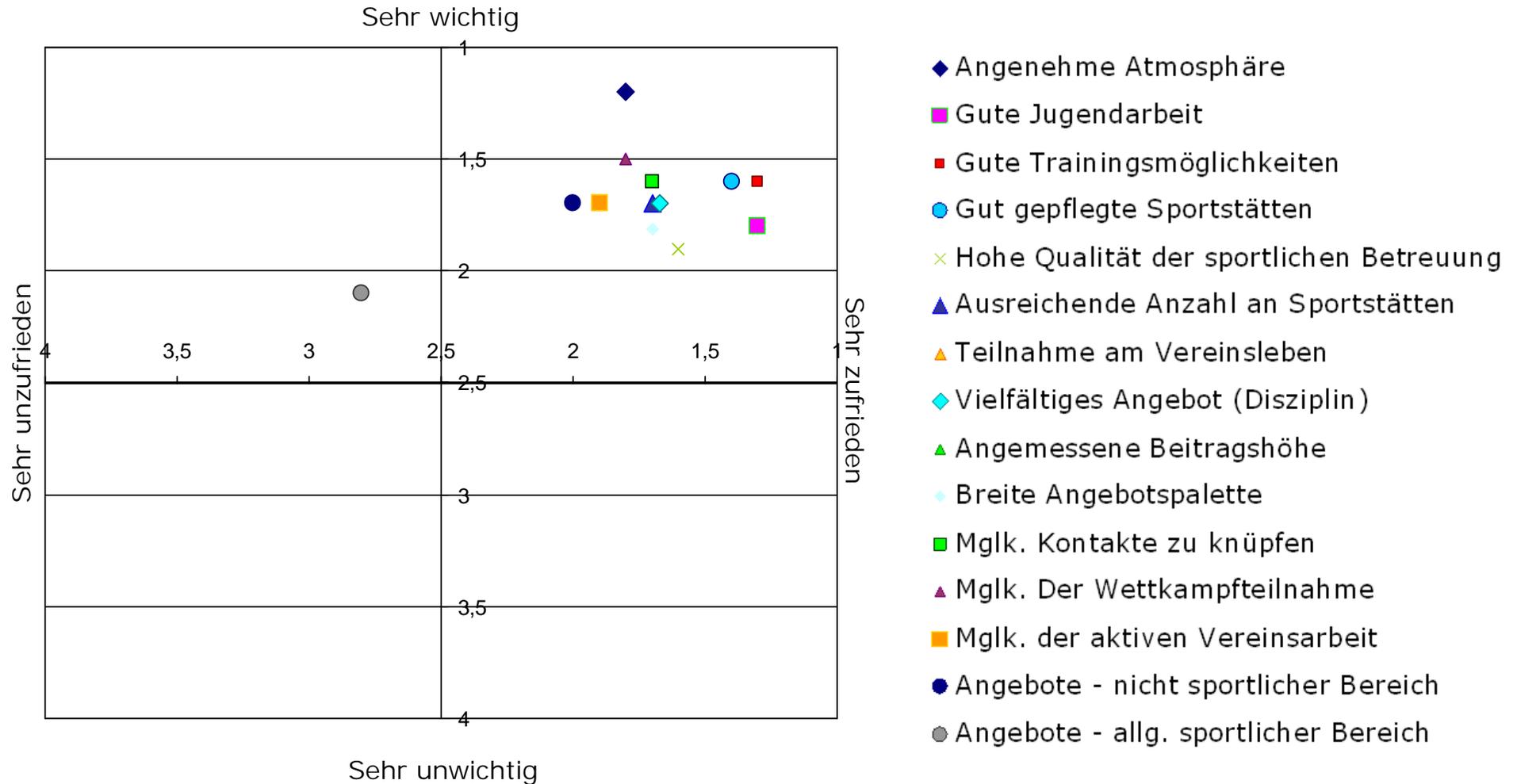
Ergebnisse der Mitgliederbefragung

A11. Können Sie sich vorstellen, sich zukünftig ehrenamtlich zu engagieren?



1 = sehr wichtig /// sehr zufrieden 2 = eher wichtig /// eher zufrieden 3 = eher unwichtig /// eher unzufrieden
4 = unwichtig /// unzufrieden

	W	Z	Diff. W-Z
Eine angenehme Atmosphäre im Verein	1,2	1,8	-0,6
Eine gute Jugendarbeit	1,3	1,8	-0,5
Gute Trainingsmöglichkeiten	1,3	1,6	-0,3
Gut gepflegte Sportstätten	1,4	1,6	-0,2
Hohe Qualität der sportlichen Betreuung	1,6	1,9	-0,3
Ausreichende Anzahl an Sportstätten	1,7	1,7	0
Die Möglichkeit, am Vereinsleben teilzunehmen	1,7	1,6	0,1
Ein vielfältiges Angebot in meiner Disziplin	1,7	1,7	0
Angemessene Beitragshöhe	1,7	1,6	0,1
Eine breite Angebotspalette im Gesamtverein	1,7	1,7	0
Die Möglichkeit, Kontakte zu knüpfen	1,7	1,6	0,1
Die Möglichkeit an Wettkämpfen teilzunehmen	1,8	1,5	0,3
Die Möglichkeit der aktiven Vereinsarbeit	1,9	1,7	0,2
Angebote im nicht sportlichen Bereich (z.B. Schützenfeste, Ausflüge, Skatabende, etc.)	2	1,7	0,3
Angebote im allgemein sportlichen Bereich (sportartübergreifende Angebote wie Lauffreize, etc.)	2,8	2,1	0,7



WICHTIGKEIT	MG	VV	1	2	3	4
Angebote - allg. sportlicher Bereich	2,8	3,2			●	●
Angebote - nicht sportlicher Bereich	2,0	1,5		●	●	
Angemessene Beitragshöhe	1,7	1,2	●	●		
Angenehme Atmosphäre	1,2	1,1	●			
Ausreichende Anzahl an Sportstätten	1,7	1,3	●	●		
Breite Angebotspalette	1,7	2		●	●	
Eine gute Jugendarbeit	1,3	1,3	●			
Gut gepflegte Sportstätten	1,4	1,3	●	●		
Gute Trainingsmöglichkeiten	1,3	1,1	●	●		
Hohe Qualität der sportlicher Betreuung	1,6	1,4	●	●		
Mglk. Der Wettkampfteilnahme	1,8	1,3	●	●		
Mglk. Kontakte zu knüpfen	1,7	1,8		●	●	
Mglk. Zur aktiven Vereinsarbeit	1,9	2,2		●	●	
Teilnahme am Vereinsleben	1,7	1,5		●	●	
Vielfältiges Angebot (Disziplin)	1,7	2		●	●	

1 = Sehr wichtig
 2 = eher wichtig
 3 = eher unwichtig
 4 = sehr unwichtig

MG = Beurteilung der Mitglieder

VV = Beurteilung durch die Vereinsvorsitzenden

ZUFRIEDENHEIT	MG	VV	1	2	3	4
Angebote - allg. sportlicher Bereich	2,1	2		●●		
Angebote - nicht sportlicher Bereich	1,7	1,7		●		
Angemessene Beitragshöhe	1,6	2		●●		
Angenehme Atmosphäre	1,8	1,8		●		
Ausreichende Anzahl an Sportstätten	1,7	1,6		●●		
Breite Angebotspalette	1,7	1,8		●●		
Eine gute Jugendarbeit	1,8	1,8		●		
Gut gepflegte Sportstätten	1,6	1,6		●		
Gute Trainingsmöglichkeiten	1,6	1,4	●	●		
Hohe Qualität der sportlicher Betreuung	1,9	2,2		●●		
Mglk. Der Wettkampfteilnahme	1,5	1,5		●		
Mglk. Kontakte zu knüpfen	1,6	1,7		●●		
Mglk. Zur aktiven Vereinsarbeit	1,7	2,2		●●		
Teilnahme am Vereinsleben	1,6	1,5		●●		
Vielfältiges Angebot (Disziplin)	1,7	1,6		●●		

1 = Sehr zufrieden
 2 = eher zufrieden
 3 = eher unzufrieden
 4 = sehr unzufrieden

MG = Beurteilung der Mitglieder
 VV = Beurteilung durch die Vereinsvorsitzenden

Ergebnisse der Mitgliederbefragung B2. Beurteilung des Services und Engagements im Verein





	MG	Nicht nötig		Wünschens- wert		Dringend notwendig	
Eine größere Auswahl an Schießsportarten / Disziplinen	1,3		●				
Qualitativ bessere sportliche Betreuung	1,6			●			
Stärkere Leistungsmannschaften in meiner Schießsportart	1,7				●		
Mehr Angebote im allgemein sportlichen Bereich	1,3		●				
Mehr Angebote im nicht sportlichen Bereich	1,4		●				
Intensivere Jugendarbeit	1,6			●			
Verstärktes Engagement im Freizeitsportbereich	1,4		●				
Verstärktes Engagement im Wettkampfsportbereich	1,6			●			
Angebotserweiterung für Kinder und Jugendliche	1,8				●		
Angebotserweiterung für ältere Menschen	1,5			●			
Angebotserweiterung für Migranten	1,2		●				
Angebote von Sport- und Erlebnisreisen	1,4		●				
Verbesserte Informationen über die Angebote des Vereins	1,4		●				
Stärkere Beteiligungsmöglichkeiten in der Vereinsarbeit	1,4		●				
Sanierung der Schießsportanlage im Bereich...	1,8				●		
Sanierung des Vereinsheims im Bereich...	1,4		●				
Sanierung der Sanitäranlagen im Bereich...	1,4		●				
Sanierung der Außenanlagen im Bereich...	1,4		●				

Ergebnisse der Mitgliederbefragung C3. Erwartungen und bisherige Erfahrungen

1 = sehr zufrieden / wohl ; 2 = eher zufrieden / wohl
3 = eher unzufrieden / unwohl; 4 = eher unzufrieden / unwohl

	MG	1	2	3	4
C1. Wie zufrieden sind sie bisher insgesamt mit dem Verein?	1,7		●		
C2. Wie wohl fühlen Sie sich im Verein im Bezug auf das soziale Umfeld?	1,6		●		
C3. Fühlen Sie sich in sportlicher Hinsicht gut aufgehoben?	1,6		●		
C4. Fühlen Sie sich in geselliger Hinsicht gut aufgehoben?	1,6		●		

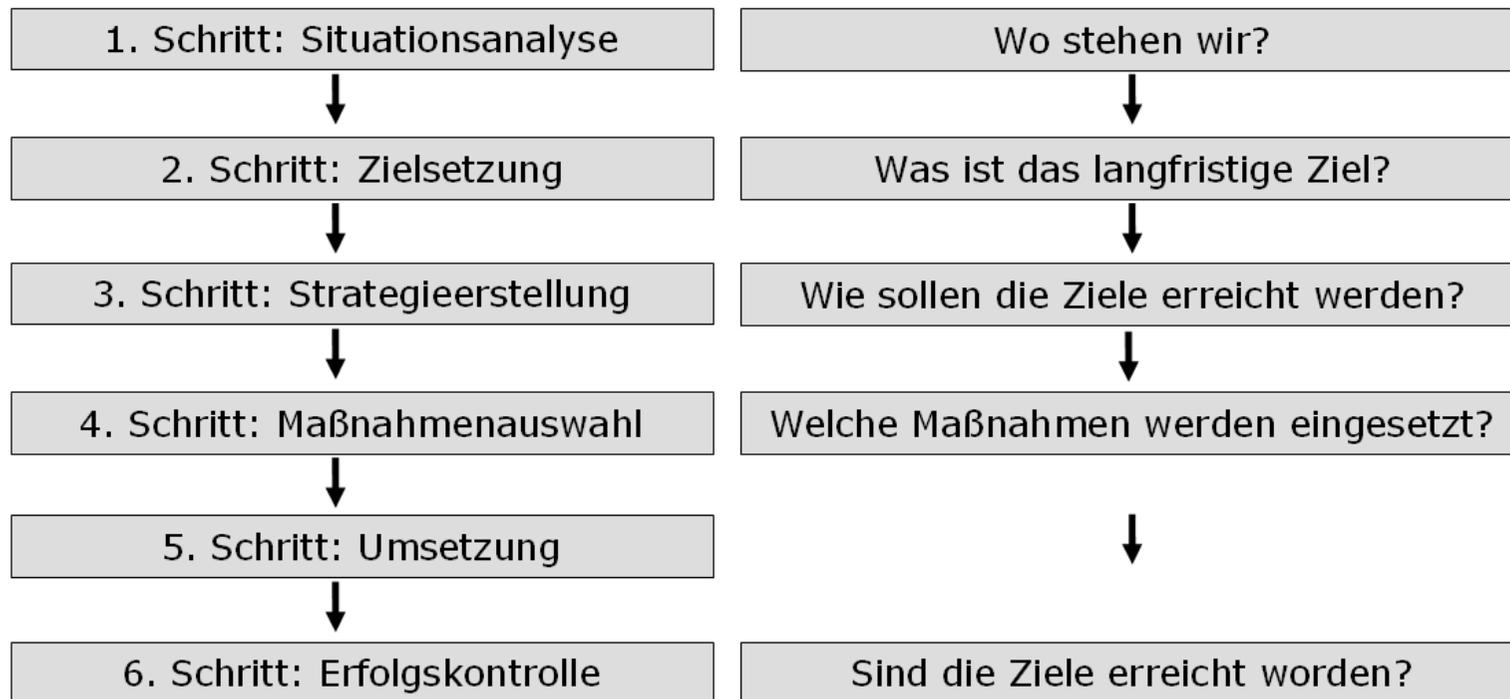
Ablauf des Workshops

- § Begrüßung und Vorstellung der Teilnehmer/innen und Referentinnen und Referenten
- § Ablauf und Ziele des Workshops
- § Vorstellung des Projekts „Mitgliederentwicklung im DSB“
- § Ergebnisse der Vereinsbefragung
- § Nutzen für den einzelnen Verein

Mittagspause



Nutzen für die einzelnen Vereine Managementprozess



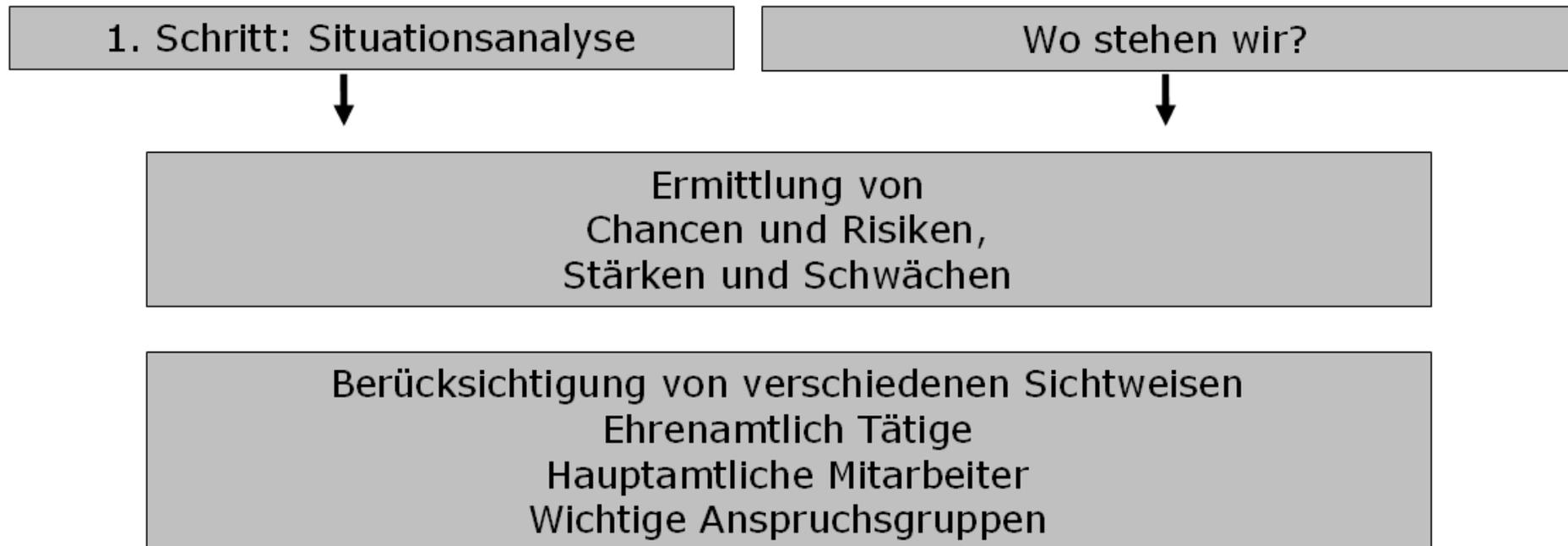
1. Schritt: Situationsanalyse Grundlage für jede Entscheidung

Ziel:

- § Definition der individuellen Situation im Bereich der Mitgliederentwicklung
- § Ermittlung von Stärken und Schwächen der Organisation (intern, beeinflussbar) und von Chancen und Risiken (extern, nicht beeinflussbar)

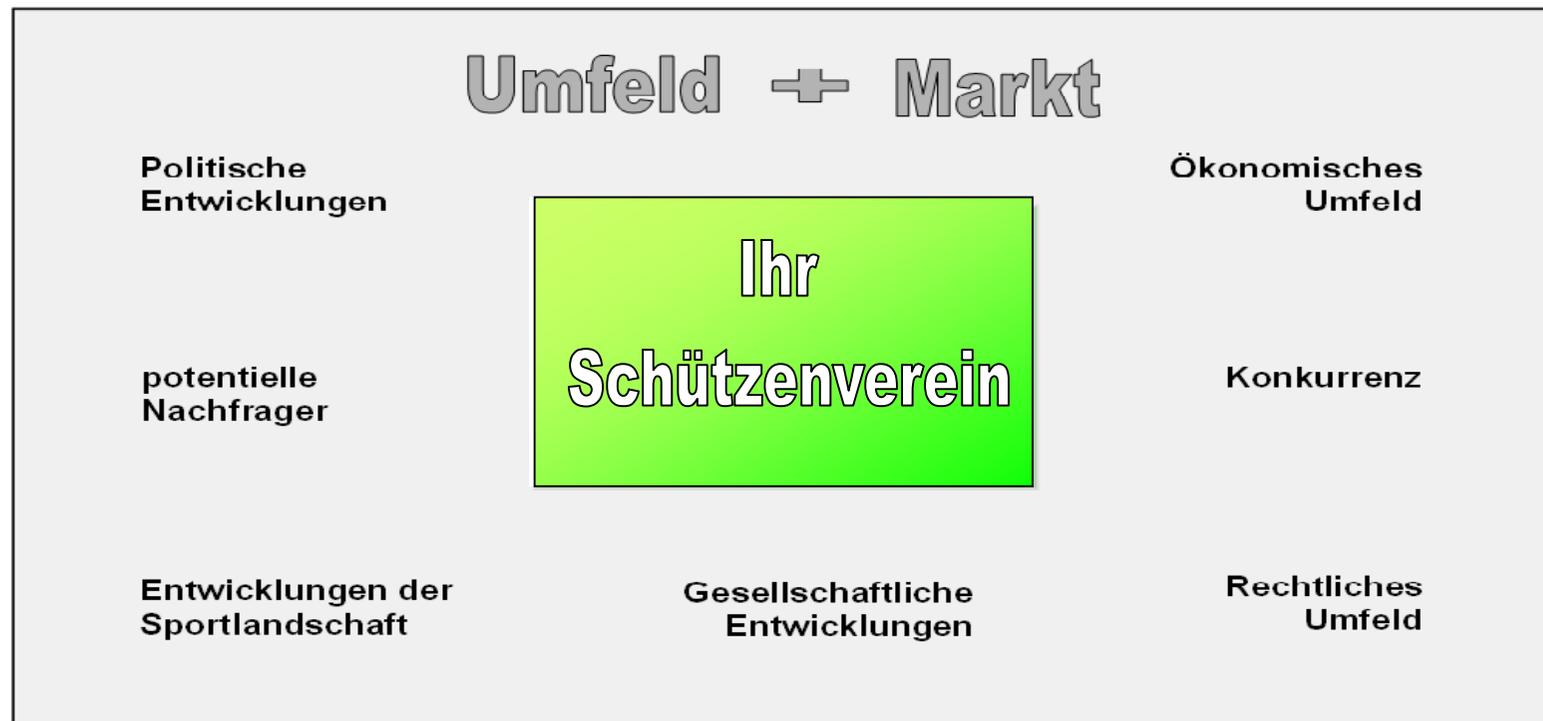


1. Schritt: Situationsanalyse Grundlage für jede Entscheidung



1. Schritt: Situationsanalyse

Bereiche der Situationsanalyse



Situationsanalyse – wo stehen wir? Situationsanalyse als Grundlage für jede Entscheidung



Leitfragen:

- Welche Stärken und Schwächen zeichnen uns im Vergleich zu anderen aus?
- Was sind mögliche Ursachen für Probleme und Schwächen?
- Welche Herausforderungen resultieren aus diesen externen Veränderungen?
- Welche Chancen und Risiken sind mit allgemeinen Trends in Gesellschaft, Freizeit und Sport verbunden?

2. Schritt: Zielsetzung

Was ist das langfristige Ziel der Organisation?

- § Entwicklung und Festlegung einer Zielsetzung für den Bereich der Mitgliederentwicklung unter Berücksichtigung der Ergebnisse der Situationsanalyse
- § Zur Kontrolle der Ziele sollten folgende Informationen in der Zielsetzung enthalten sein:
 - Zielinhalt: Was soll erreicht werden?
 - Zielausmaß: In welchem Umfang soll das Ziel erreicht werden?
 - Zielsegment: In welchem Marketingsegment soll das Ziel erreicht werden?
 - Zielperiode: Bis wann soll das Ziel erreicht werden?

3. Schritt: Strategieerstellung

Wie sollen die Ziele erreicht werden?

- § Entwicklung einer Strategie zum Ausgleich zwischen der jetzigen Situation der Organisation und der Zielsetzung
- § schwerpunktmäßige Ausrichtung der Organisation, Definition von Zielgruppen
- § Strategien:
 - allgemeine und längerfristige Leitlinien des Handelns
 - Grundsatzentscheidungen
 - längerfristige Bindewirkung als z.B. die durchzuführenden Maßnahmen



4. Schritt: Festlegung der Maßnahmen

Welche Maßnahmen werden eingesetzt, um die Strategie umzusetzen und das Ziel zu erreichen?

- § Auswahl und Festlegung der Maßnahmen der Marketinginstrumente und der Maßnahmen aus einem Maßnahmenkatalog
- § Berücksichtigung der Situationsanalyse, der Zielsetzung und der Strategie



Ablauf des Workshops

§ Stand des Gesamtprojekts

§ Diskussion der Ergebnisse und Handlungsempfehlungen

§ Abschlussrunde; Feedback





Zielsetzungen

Leitziel:

(mindestens) 1,5 Millionen Mitglieder in den Vereinen bis zum Jahr 2018

Teilziele:

- § Stärkung der Mitgliederbindung im Schützenverein
- § Mitgliederneugewinnung
- § Klare interne und externe Profilierung des DSB bis 2015
- § Stärkung der Vereinsarbeit



Zielsetzungen und strategische Ausrichtung

Teilziele



§ Stärkung der Mitgliederbindung im Schützenverein

- Strategie: Nutzung der bereits vorhandenen hohen Bindungswirkung und stärkere Verknüpfung von sportlichen und sozialen Angeboten

§ Mitgliederneugewinnung

- Strategie: Schwerpunktsetzung bei ausgewählten Zielgruppen (Jugend, Wiedereinsteiger und Wiedereinsteigerinnen, Senioren und Seniorinnen)
- Strategie: Nutzung des Bogensport und von Trendsportarten

Zielsetzungen und strategische Ausrichtung

Teilziele



§ Klare interne und externe Profilierung des DSB bis 2015

- Strategie: Profilschärfung im DSB
- Strategie: Stärkung des positive Bildes der Schützenvereine im DSB in der Öffentlichkeit

§ Stärkung der Vereinsarbeit

- Strategie: Qualifizierung der ehren- und hauptamtlichen Mitarbeitern/ Mitarbeiterinnen auf allen Ebenen
- Strategie: Aufgabendefinition der Verbandsebene zur Unterstützung der Vereine



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

