



-Abschlussbericht-

Gewinnung und Bindung von Mitgliedern der Schützenvereine des BSSB –

Bayreuth, den 17.12.2014

Prof. Dr. Herbert Woratschek
Prof. Dr. Klaus Zieschang
Dipl.-SpOec. Christopher Maier

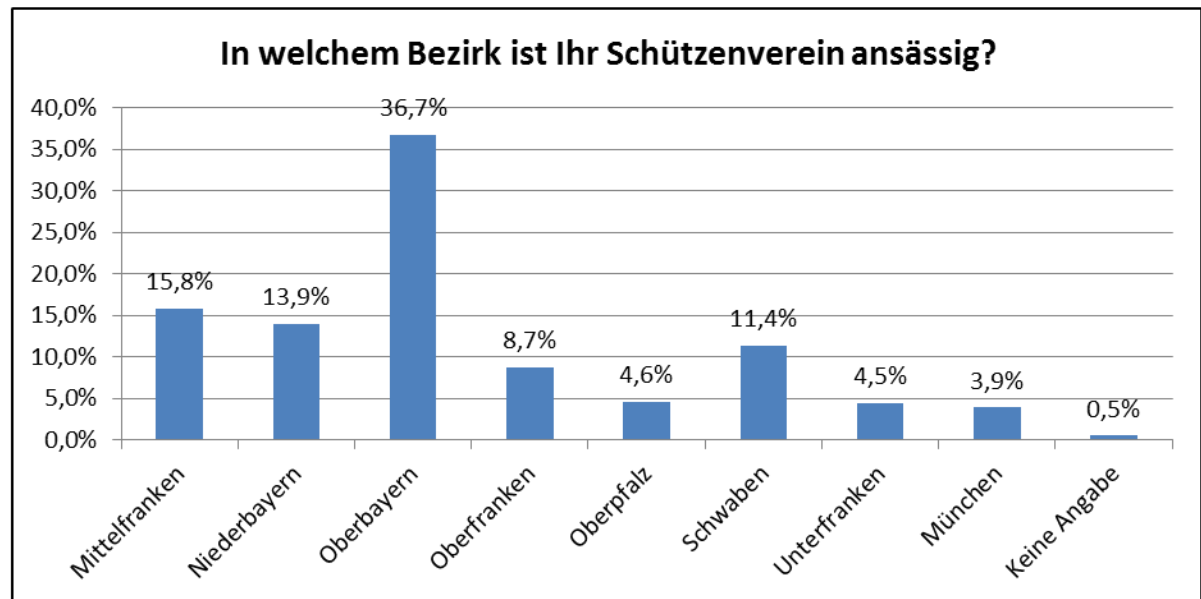
Agenda

- A) Ausgangslage
- B) Aufbau, Methodik und Durchführung der Qualitativen Untersuchung
- C) Datenanalyse – Auswertung der Befragungen
- D) Darstellung der Ergebnisse der Qualitativen Studie
- E) Vorbereitung der Quantitativen Studie
- F) Ergebnisse der Quantitativen Studie**

F) Ergebnisse der Quantitativen Studie

Stichprobe

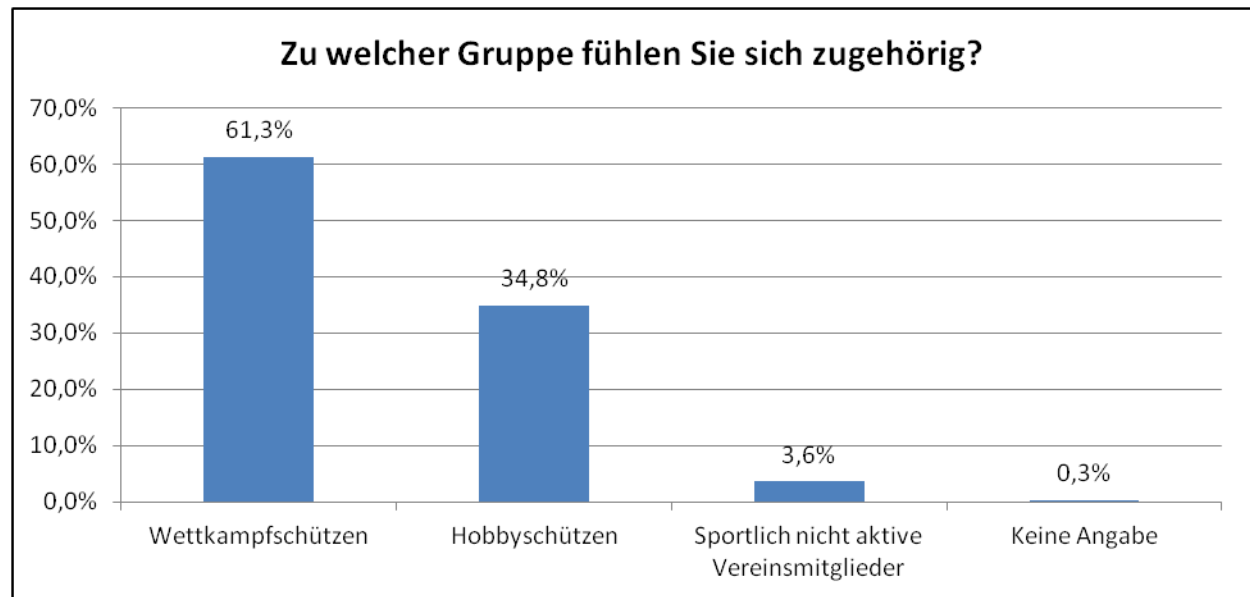
In welchem Bezirk ist Ihr Schützenverein ansässig?				
	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Mittelfranken	389	15,8	15,8	15,8
Niederbayern	342	13,9	13,9	29,8
Oberbayern	902	36,7	36,7	66,5
Oberfranken	214	8,7	8,7	75,2
Oberpfalz	112	4,6	4,6	79,8
Schwaben	279	11,4	11,4	91,2
Unterfranken	110	4,5	4,5	95,6
München	95	3,9	3,9	99,5
Keine Angabe	12	,5	,5	100,0
Gesamt	2455	100,0	100,0	



F) Ergebnisse der Quantitativen Studie

Stichprobe

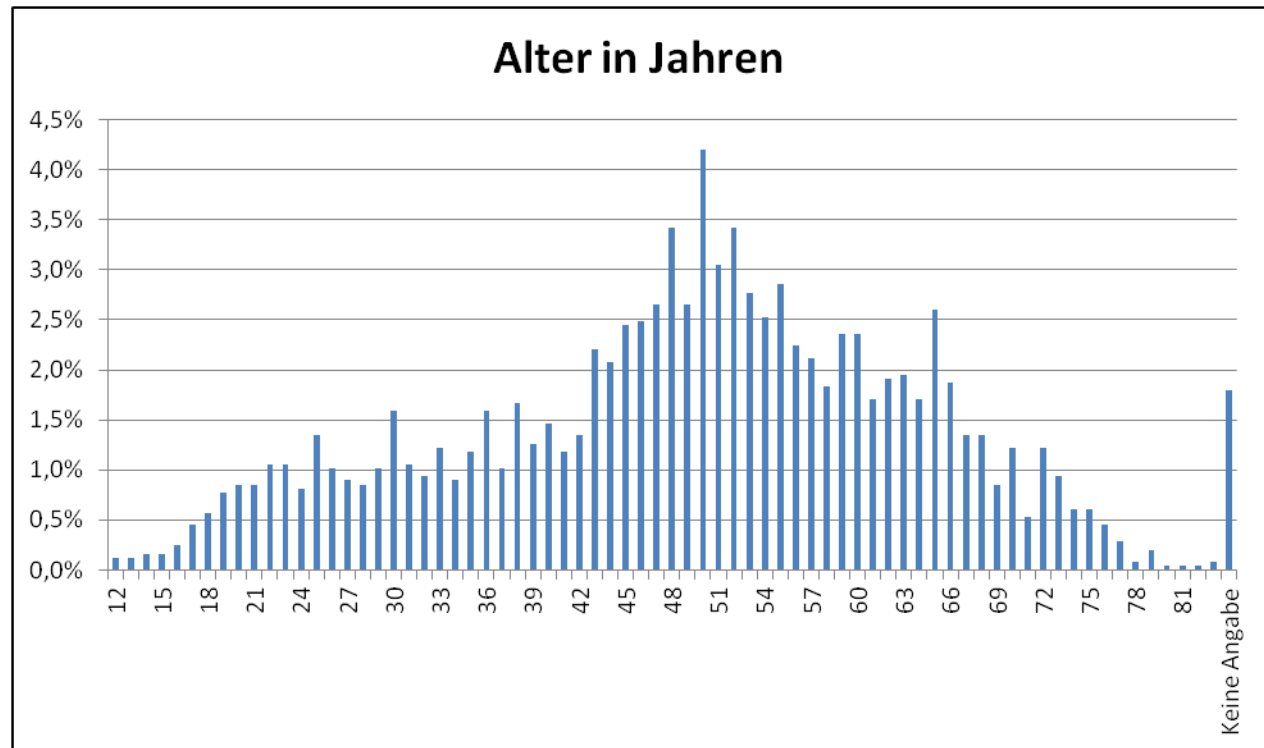
Zu welcher Gruppe fühlen Sie sich zugehörig?				
	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Wettkampfschützen	1505	61,3	61,3	61,3
Hobbyschützen	854	34,8	34,8	96,1
Sportlich nicht aktive Vereinsmitglieder	88	3,6	3,6	99,7
Keine Angabe	8	,3	,3	100,0
Gesamt	2455	100,0	100,0	



F) Ergebnisse der Quantitativen Studie

Stichprobe

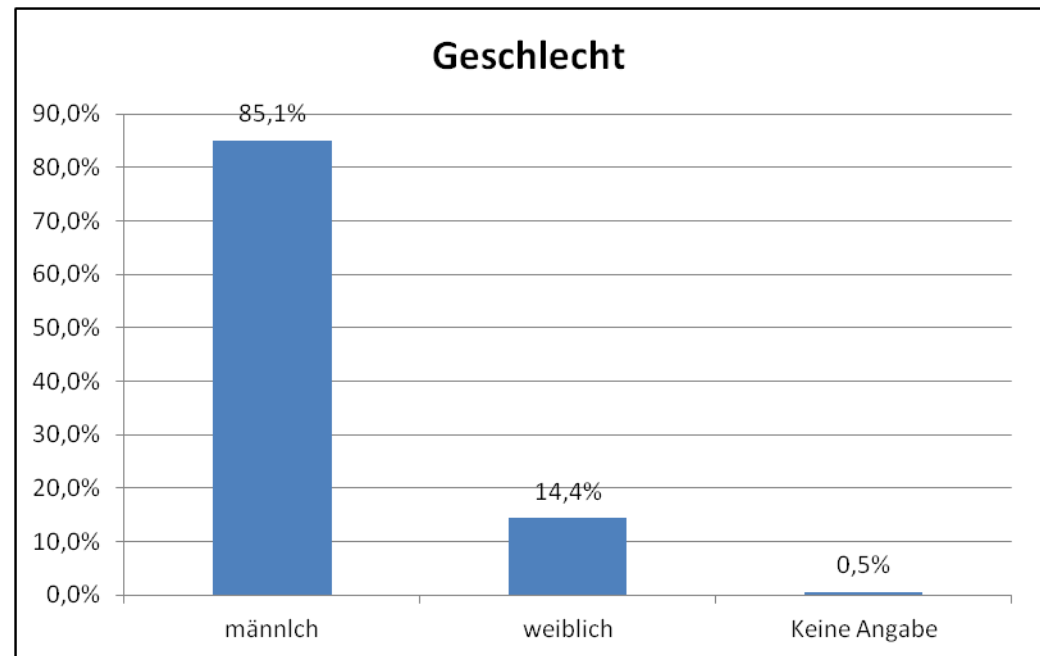
Wie oft besuchen Sie Ihren Schützenverein durchschnittlich pro Monat?		
N	Gültig	2411
	Fehlend	44
Mittelwert		48,73
Standardabweichung		14,55
Minimum		12
Maximum		109



E) Ergebnisse der Quantitativen Studie

Stichprobe

Geschlecht				
	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
männlich	2089	85,1	85,1	85,1
weiblich	353	14,4	14,4	99,5
Keine Angabe	13	,5	,5	100,0
Gesamt	2455	100,0	100,0	

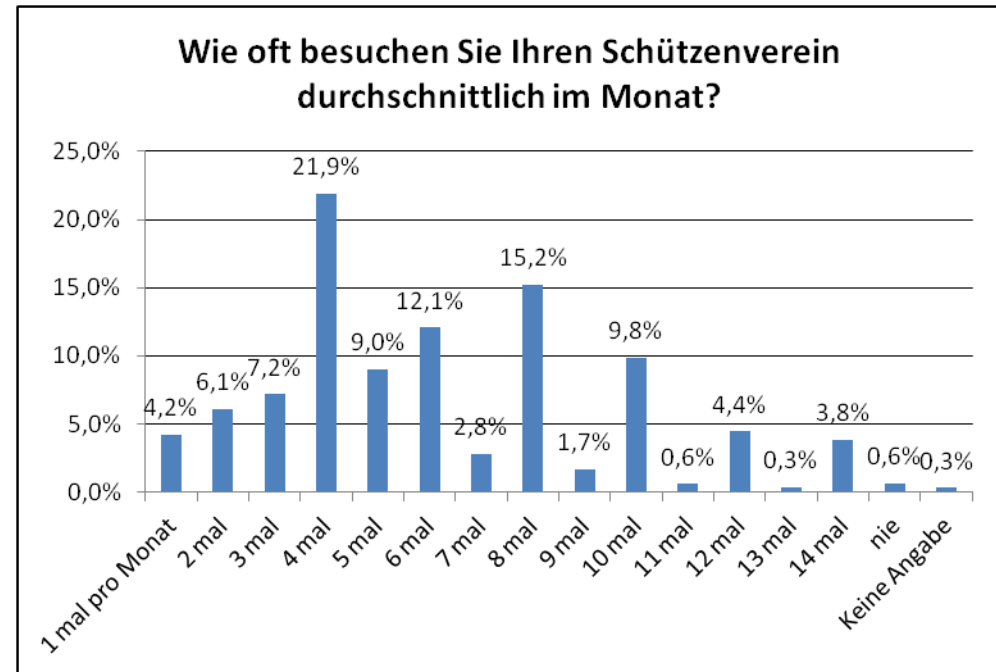


E) Ergebnisse der Quantitativen Studie

Mitgliederinformationen

Wie oft besuchen Sie Ihren Schützenverein durchschnittlich pro Monat?				
	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
1 mal pro Monat	103	4,2	4,2	4,2
2 mal	150	6,1	6,1	10,3
3 mal	176	7,2	7,2	17,5
4 mal	538	21,9	21,9	39,4
5 mal	221	9,0	9,0	48,4
6 mal	296	12,1	12,1	60,4
7 mal	69	2,8	2,8	63,3
8 mal	373	15,2	15,2	78,5
9 mal	41	1,7	1,7	80,1
10 mal	241	9,8	9,8	89,9
11 mal	14	,6	,6	90,5
12 mal	109	4,4	4,4	94,9
13 mal	8	,3	,3	95,3
14 mal	94	3,8	3,8	99,1
nie	15	,6	,6	99,7
Keine Angabe	7	,3	,3	100,0
Gesamt	2455	100,0	100,0	

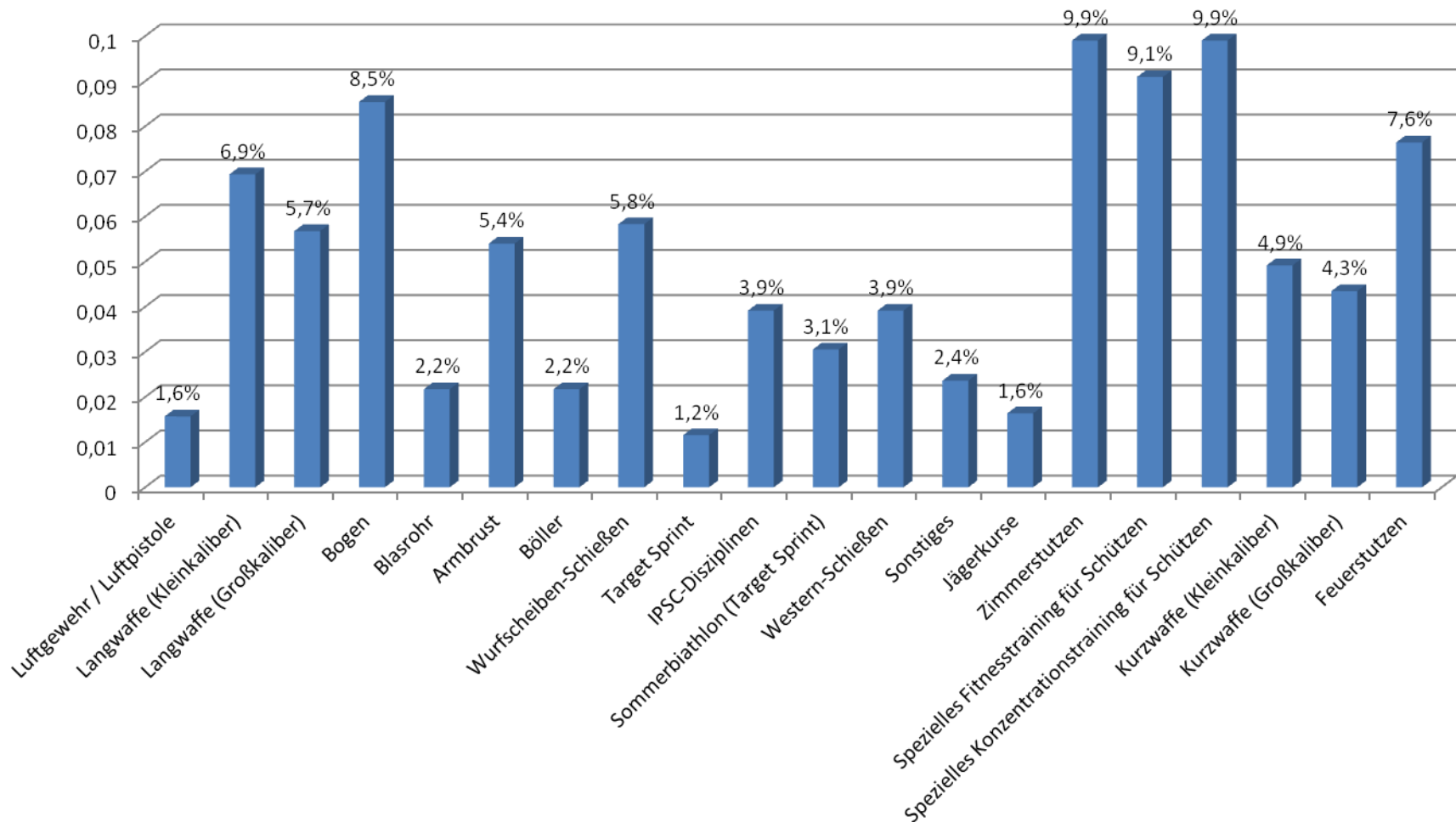
Wie oft besuchen Sie Ihren Schützenverein durchschnittlich pro Monat?		
N	Gültig	2448
	Fehlend	7
Mittelwert		6,20
Standardabweichung		3,225
Minimum		1
Maximum		14



E) Ergebnisse der Quantitativen Studie

Mitgliederinformationen

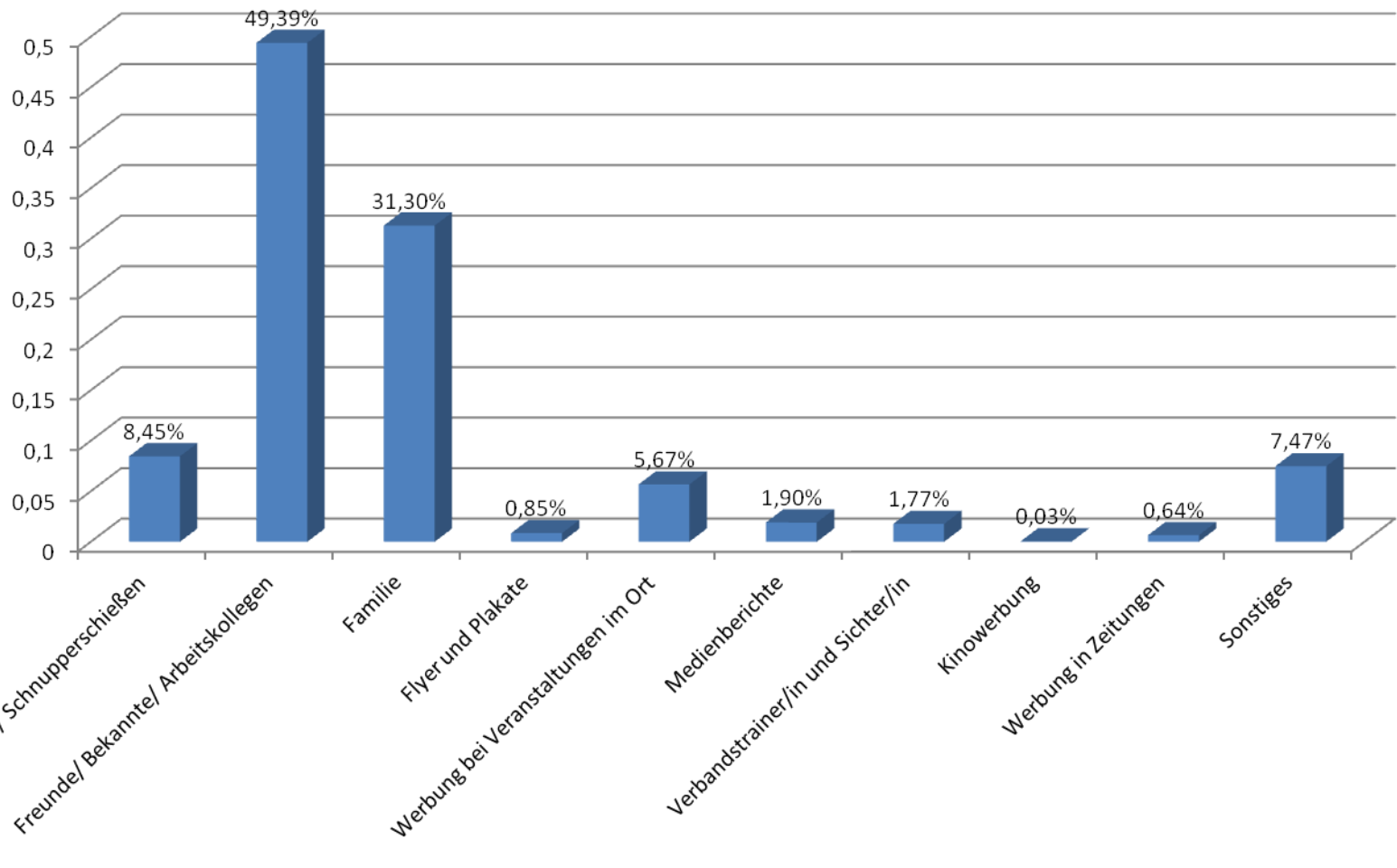
Nachfrage nach nicht angebotenen Disziplinen



E) Ergebnisse der Quantitativen Studie

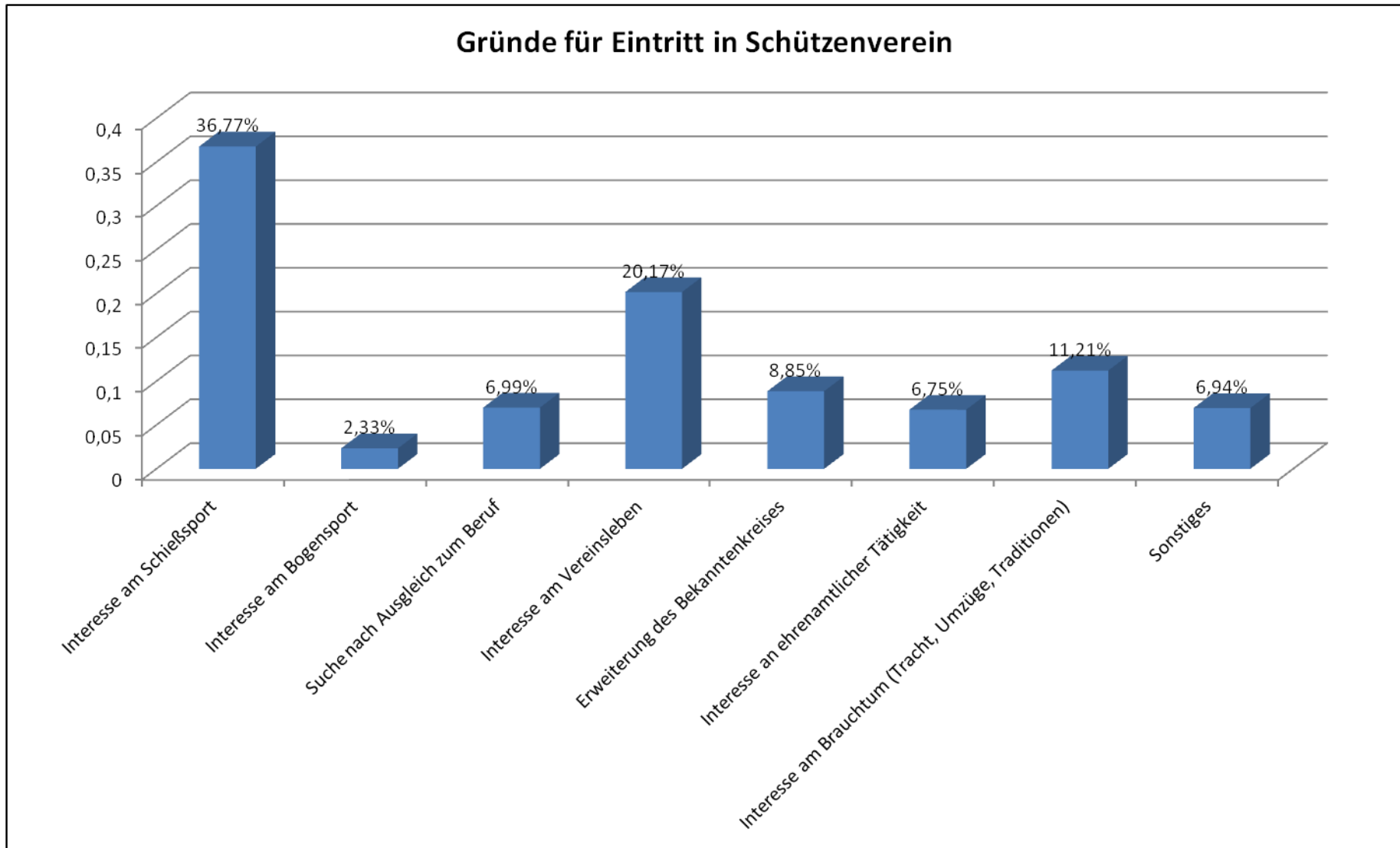
Mitgliederinformationen

Wie sind Sie auf Ihren aktuellen Schützenverein aufmerksam geworden?



E) Ergebnisse der Quantitativen Studie

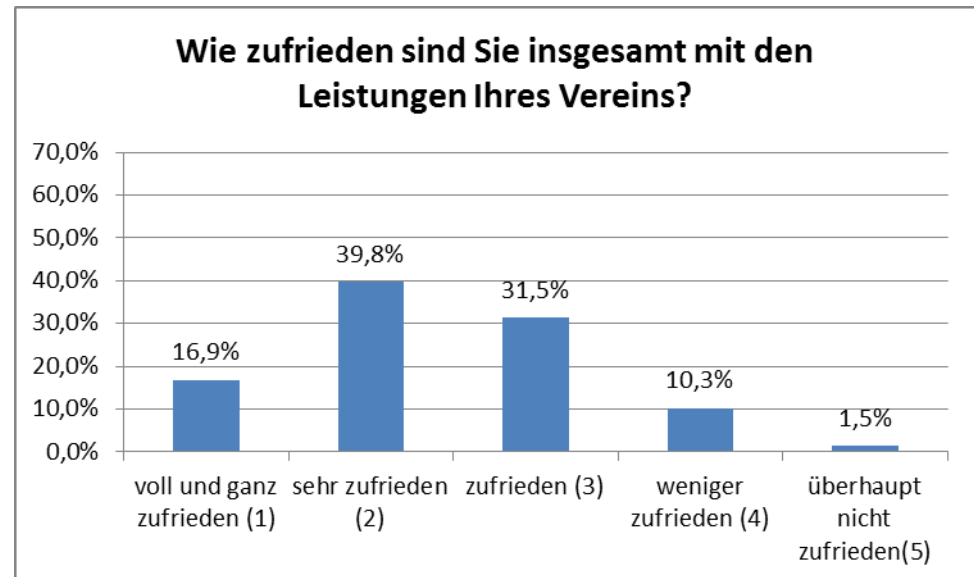
Beitrittsgründe



E) Ergebnisse der Quantitativen Studie

Qualitätsaspekte - (Verein)

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit den Leistungen Ihres Vereins?					
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	voll und ganz zufrieden (1)	374	15,2	15,3	15,3
	sehr zufrieden (2)	882	35,9	36,0	51,2
	zufrieden (3)	697	28,4	28,4	79,6
	weniger zufrieden (4)	228	9,3	9,3	88,9
	überhaupt nicht zufrieden(5)	34	1,4	1,4	90,3
	Keine Antwort	237	9,7	9,7	100,0
	Gesamt	2452	99,9	100,0	
Fehlend	kann ich nicht beurteilen	3	,1		
Gesamt		2455	100,0		

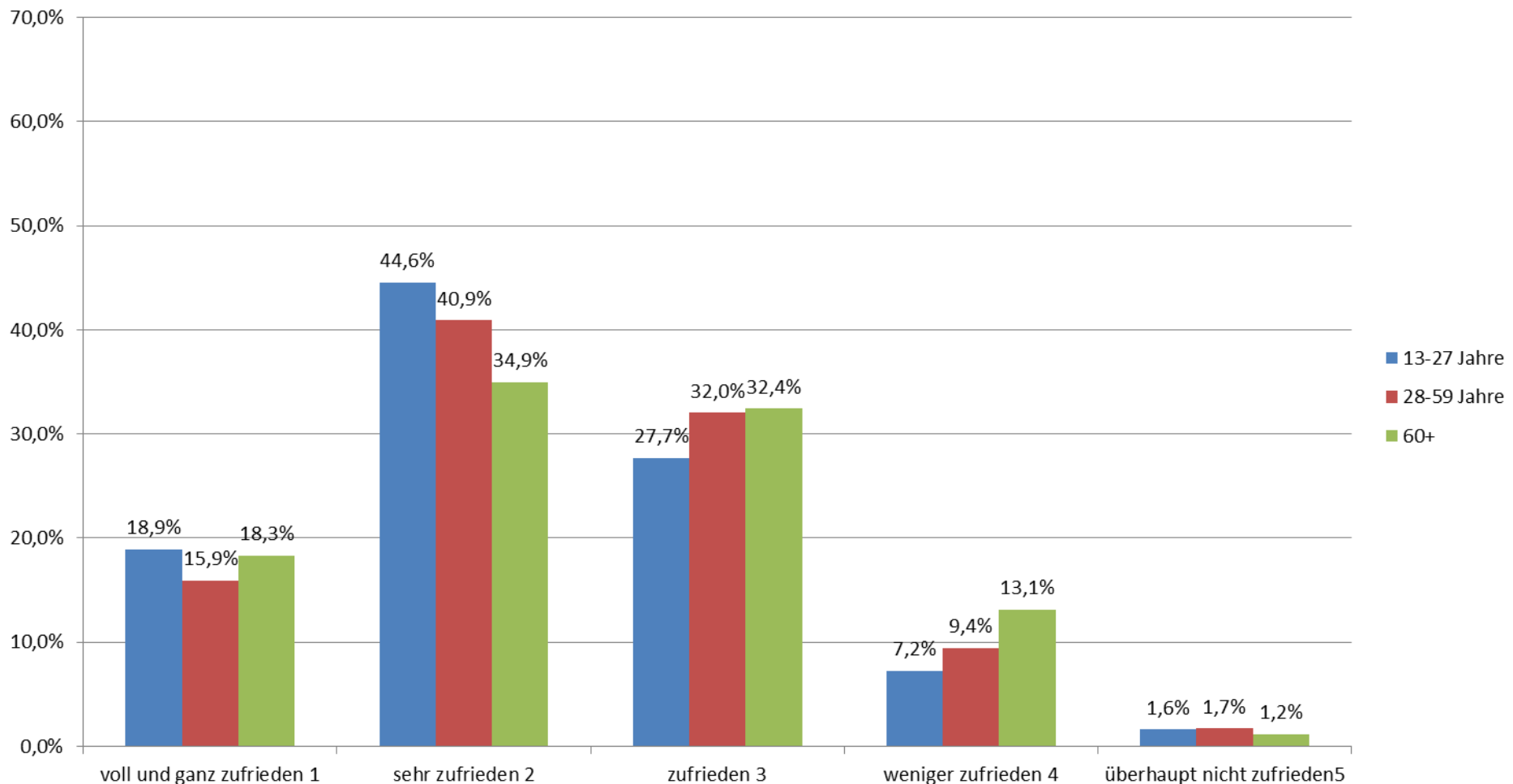


Nur gültige Antworten - „Keine Antwort“ nicht berücksichtigt

E) Ergebnisse der Quantitativen Studie

Qualitätsaspekte – nach Altersklasse (Verein)

Wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen Ihres Vereins?



E) Ergebnisse der Quantitativen Studie

Qualitätsdimensionen - Faktorenanalyse (Verein)

Es wurden 7 unabhängige Qualitätsdimensionen identifiziert

- Qualität des Beziehungsmanagements
- Qualität des schießsportlichen Angebots
- Qualität der Jugendarbeit
- Qualität des außersportlichen Angebots
- Qualität des Schützenhauses
- Qualität des Internetangebots
- Qualität und Auswahl der Leihwaffen

E) Ergebnisse der Quantitativen Studie

Qualitätsdimensionen - Faktorenanalyse (Verein)

„Qualität des Beziehungsmanagements“ beinhaltet folgende Indikatoren:

- Das Verhältnis zwischen Vereinsführung und Mitgliedern
- Die Arbeit der Offiziellen im Verein (Vorstand Schützenmeister)
- Ruf des Schützenvereins in Gemeinde/ Stadt
- Die Beziehungen des Vereins zur Gemeinde/ Stadt
- Öffentlichkeitsarbeit der Vereinsführung für den Schützensport
- Integration älterer Mitglieder (60+) in das Vereinsleben des Vereins
- Das Verhältnis der Vereinsmitglieder untereinander
- Die Durchführung von Ehrungen verdienter Mitglieder
- Die Bereitschaft zu ehrenamtlichem Engagement im Verein
- PreisLeistungsverhältnis der Mitgliedsgebühren
- Die Bemühungen des Vereins zur Gewinnung neuer Mitglieder

„Qualität des schießsportlichen Angebots“ beinhaltet folgende Indikatoren:

- Die Qualität der Trainer im Verein
- Die Trainingsbedingungen für Wettkampfschützen
- Die Anzahl der angebotenen Schießtrainings
- Die Beziehungen des Vereins zur Gemeinde/ Stadt
- Die Öffnungszeiten der Schießanlage
- Die Trainingsbedingungen für Hobbyschützen
- Die Vielfalt der angebotenen Schießdisziplinen
- Die Qualität der Schießveranstaltungen/ Turniere die der Verein anbietet
- Die Anzahl der Schießveranstaltungen/ Turniere die der Verein anbietet

E) Ergebnisse der Quantitativen Studie

Qualitätsdimensionen - Faktorenanalyse (Verein)

„Qualität der Jugendarbeit“ beinhaltet folgende Indikatoren:

- Die Engagiertheit des Jugendleiters
- Die Nachwuchsförderung
- Die Veranstaltungen und Ausflüge, die der Verein speziell für seine jüngeren Mitglieder anbietet
- Die Integration von Jugendlichen und jungen Erwachsenen in das Vereinsleben
- Die Attraktivität der vom Verein angebotenen Freizeitangebote für Jugendliche und junge Erwachsene

„Qualität des außersportlichen Angebots“ beinhaltet folgende Indikatoren:

- Veranstaltungen oder Ausflüge speziell für Senioren
- Die Organisation von Stammtischen und Kartenrunden
- Ausflüge, welche der Verein anbietet
- Die Attraktivität der vom Verein angebotenen Leistungen speziell für weibliche Mitglieder
- Die Beteiligung des Vereins an Festumzügen
- Die Pflege der Schützentradition im Verein
- Feste und andere außersportliche Veranstaltungen im Verein
- Angebote speziell für neue Vereinsmitglieder
- Die Aktivitäten des Vereins bei Veranstaltungen der Stadt/ Gemeinde

E) Ergebnisse der Quantitativen Studie

Qualitätsdimensionen - Faktorenanalyse (Verein)

„Qualität des Schützenhauses“ beinhaltet folgende Indikatoren:

- Sauberkeit und Zustand der Aufenthaltsräume und sanitären Anlagen des Vereins
- Die Gastronomie im Schützenhaus
- Die Attraktivität des Schützenhauses
- Die Qualität der Schießanlage
- Die verkehrstechnische Erreichbarkeit des Schützenhauses

„Qualität des Internetangebots“ beinhaltet folgende Indikatoren:

- Die Übersichtlichkeit und Gestaltung des Internetauftritts des Vereins
- Der Informationsgehalt des Internetauftritts des Vereins
- Die Kommunikationsmöglichkeiten der Mitglieder untereinander auf der Internetplattform (Homepage) des Vereins
- Die Aktivität des Vereins in sozialen Netzwerken wie Twitter, Facebook oder Google+

E) Ergebnisse der Quantitativen Studie

Qualitätsdimensionen - Faktorenanalyse (Verein)

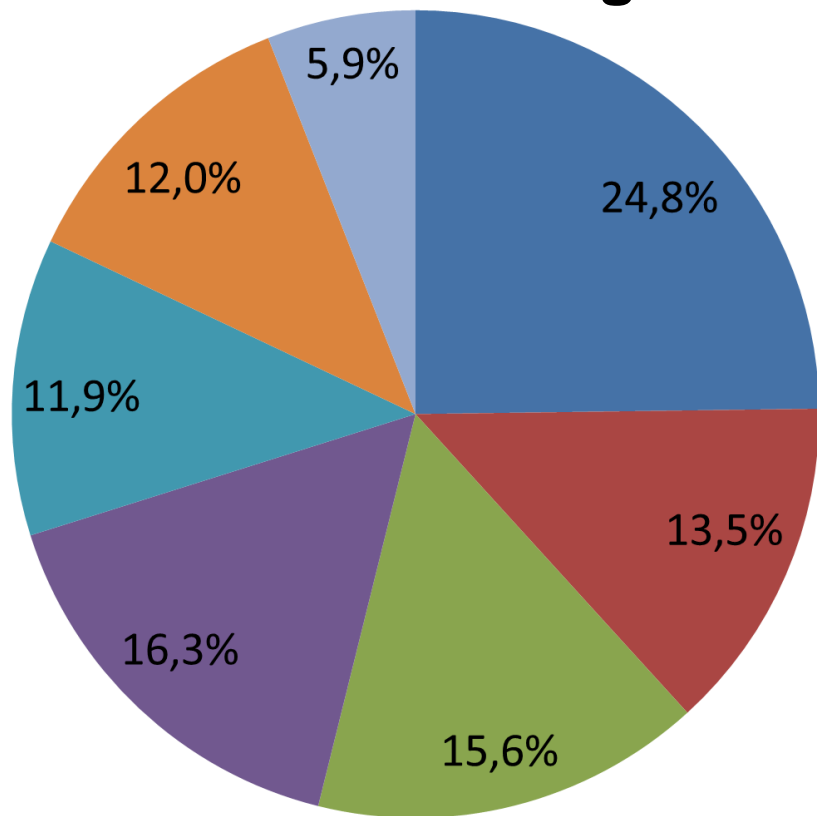
„Qualität und Auswahl der Leihwaffen“ beinhaltet folgende Indikatoren:

- Die Qualität der Leihwaffen, welche der Verein zur Verfügung stellt
- Die Auswahl moderner Leihwaffen, welche der Verein zur Verfügung stellt

E) Ergebnisse der Quantitativen Studie

Qualitätsdimensionen - Regressionsanalyse (Verein)

Einfluss der Qualitätsdimensionen auf die Zufriedenheit der Mitglieder:



■ Qualität des Beziehungsmanagements

■ Qualität des außersportlichen Angebots

■ Qualität der Jugendarbeit

■ Qualität des schießsportlichen Angebots

■ Qualität des Internetangebots

■ Qualität des Schützenhauses

■ Qualität und Auswahl der Leihwaffen

E) Deskriptive Ergebnisse der Quantitativen Studie

Top 2 – Boxes mit Ranking der Servicelücken

Priorität 1: Beziehungsmanagement

-Bereitschaft zu ehrenamtlichem Engagement in Ihrem Verein	38,86%
-Bemühungen des Vereins zur Gewinnung neuer Mitglieder	48,58%
-Öffentlichkeitsarbeit der Vereinsführung	56,10%

Priorität 2: Qualität der Jugendarbeit

-Attraktivität der vom Verein organisierten Freizeitangebote für Jugendliche und junge Erwachsene	51,15%
-Nachwuchsförderung im Verein	63,21%
-Engagiertheit des Jugendleiters im Verein	66,24%

Priorität 3: Qualität des schießsportlichen Angebots

-Anzahl der angebotenen Schießtrainings	54,85%
-Qualität der Trainer	61,19%
-Vielfalt der angebotenen Schießdisziplinen	61,25%
-Anzahl der Schießveranstaltungen und Turniere im Verein	61,43%
-Vom Verein angebotene Schießveranstaltungen	63,47%

E) Deskriptive Ergebnisse der Quantitativen Studie

Top 2 – Boxes mit Ranking der Servicelücken

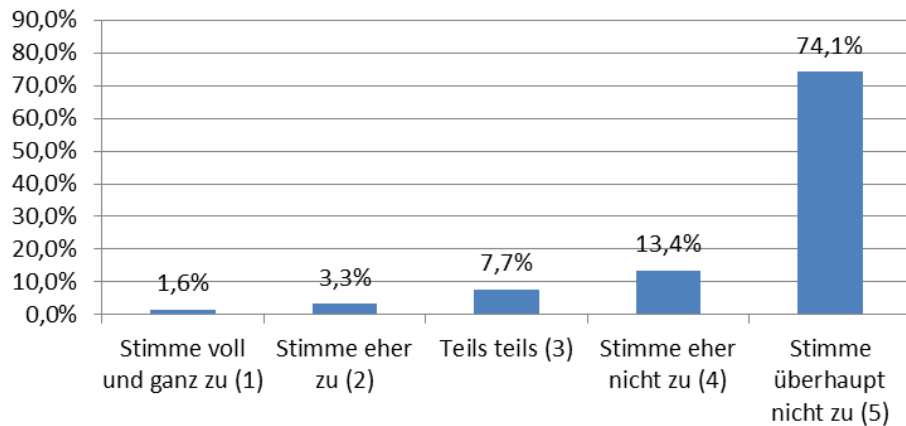
Priorität 4: Qualität des außersportlichen Angebots

-Veranstaltungen oder Ausflüge speziell für Senioren (60+)	25,95%
-Attraktivität der speziell für weibliche Mitglieder angebotenen Leistungen	36,25%
-Angebote speziell für neue Mitglieder	38,08%
-Organisation von Stammtischen und Kartenrunden in Ihrem Verein	42,88%
-Angebotene Ausflüge	44,51%
-Aktivitäten des Vereins bei Veranstaltungen der Gemeinde/ Stadt	66,38%
-Beteiligung des Vereins bei Festumzügen	66,67%

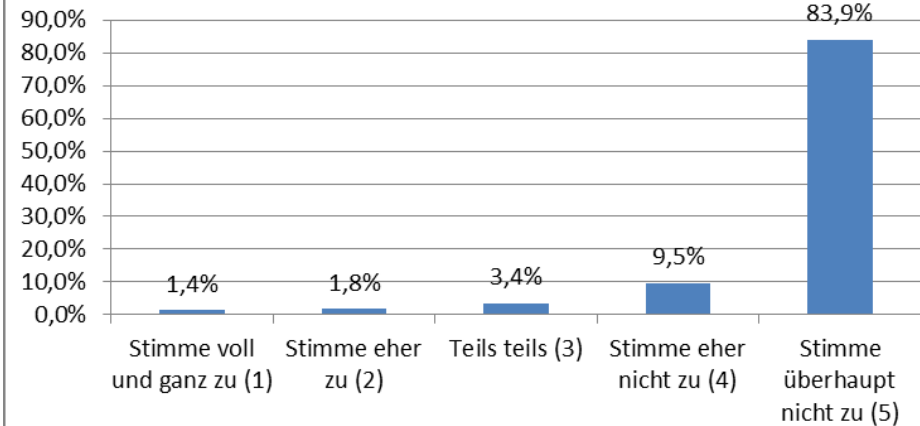
E) Ergebnisse der Quantitativen Studie

Wechselabsichten - Deskriptiv (Verein)

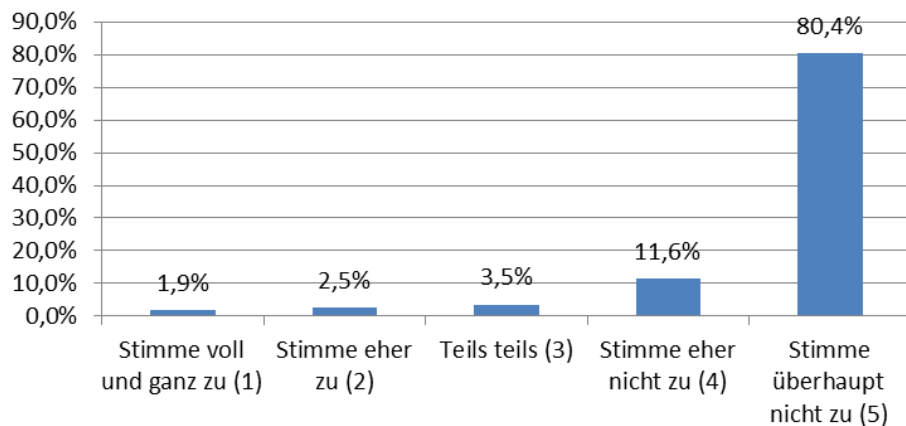
Ich denke oft daran, aus dem Verein auszutreten.



Es ist wahrscheinlich, dass ich den Verein innerhalb des nächsten Jahres verlassen werde.



Ich werde mich wahrscheinlich nach einem neuen Verein umsehen.

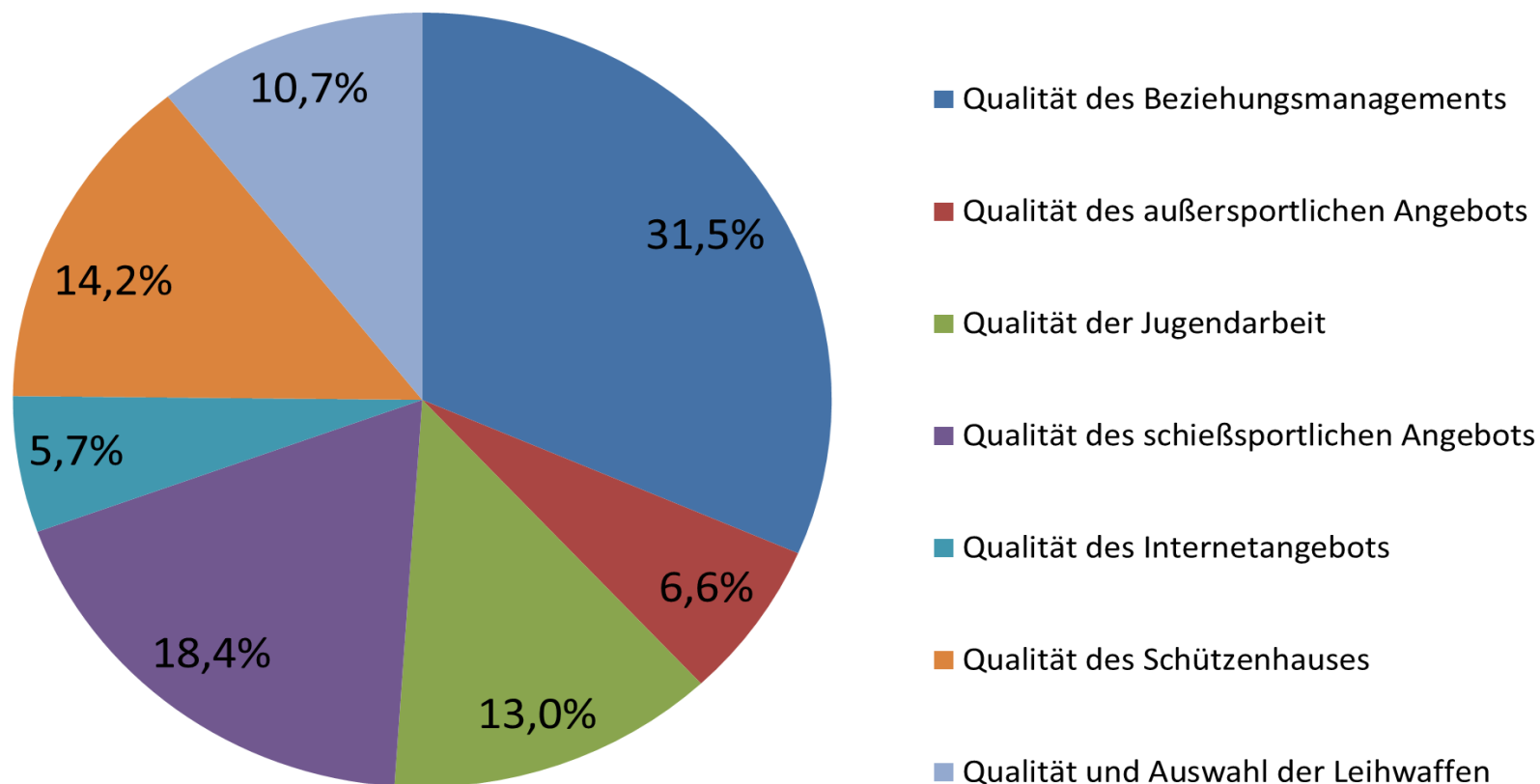


Mittelwert 4,6!

E) Ergebnisse der Quantitativen Studie

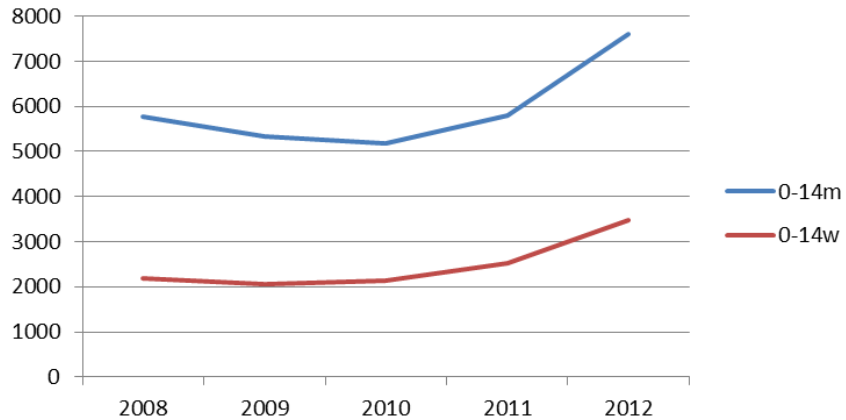
Wechselabsichten - Regressionsanalyse (Verein)

Einfluss der Qualitätsdimensionen auf die Wechsel- bzw. Kündigungsabsichten der Mitglieder:

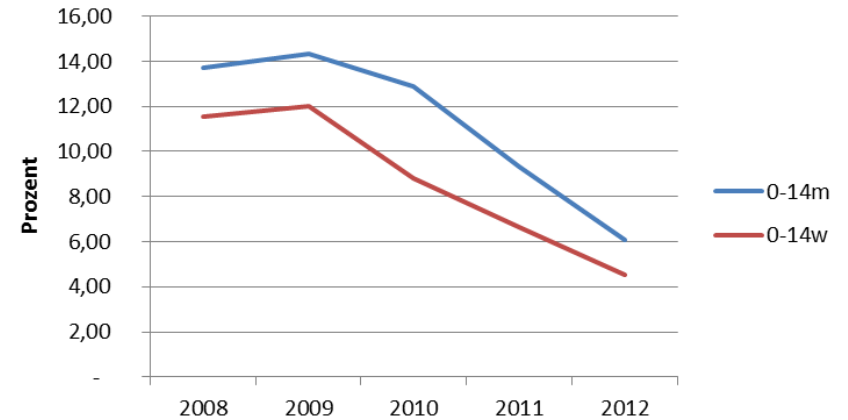


Exkurs: Ausgangslage - Marktanalyse

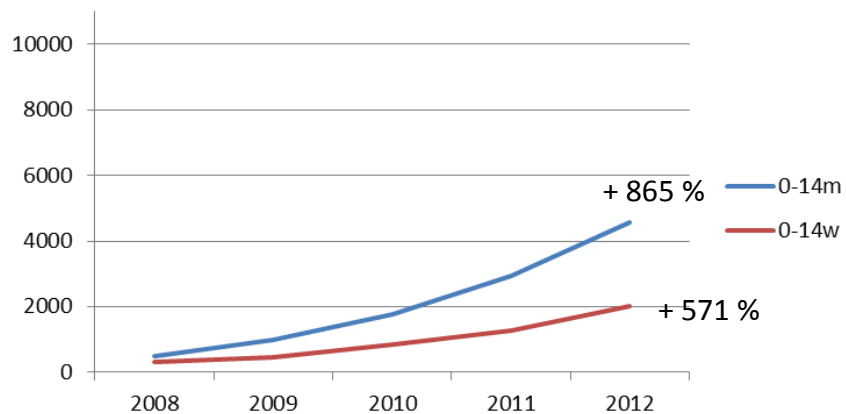
Mitgliederentwicklung 0-14



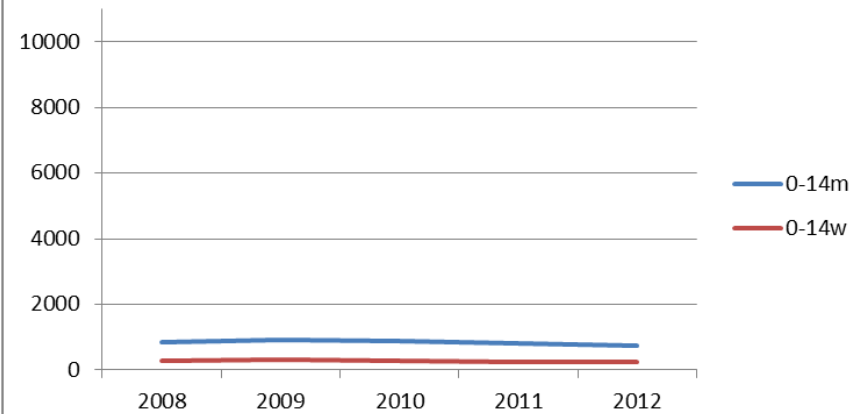
Fluktuationsrate 0-14



Eintritte 0-14

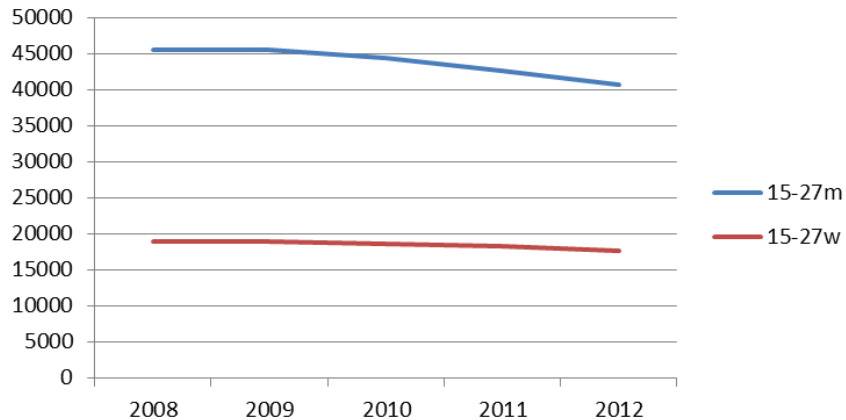


Austritte 0-14

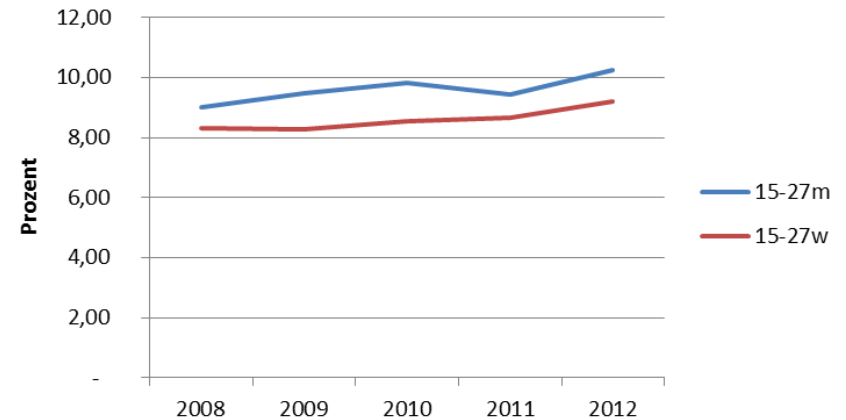


Exkurs: Ausgangslage - Marktanalyse

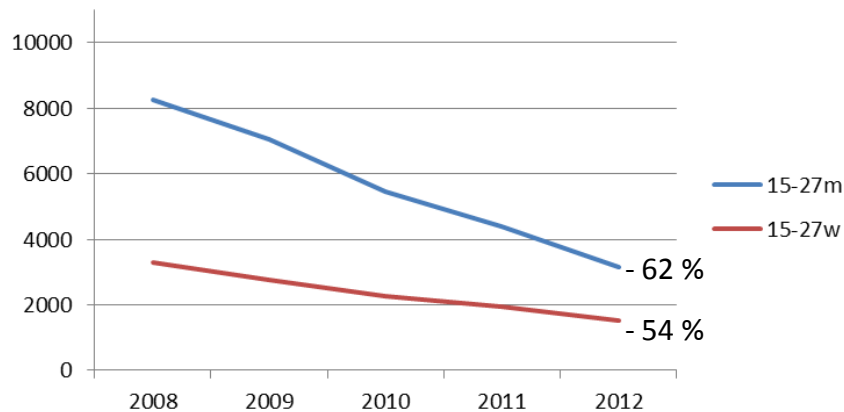
Mitgliederentwicklung 15-27



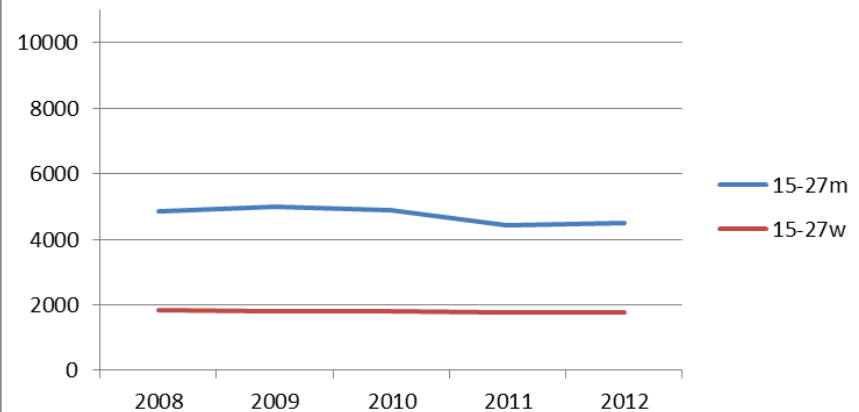
Fluktuationsrate 15-27



Eintritte 15-27

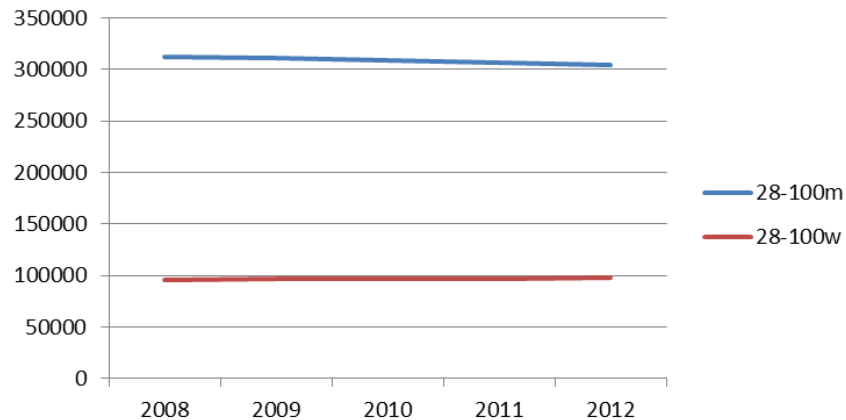


Austritte 15-27

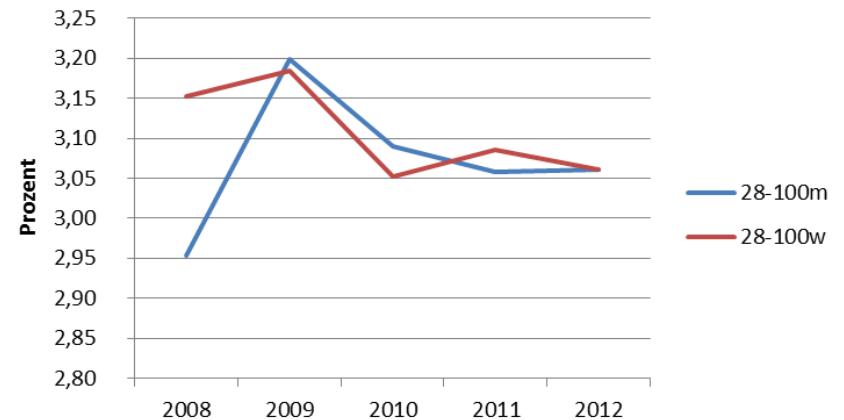


Exkurs: Ausgangslage - Marktanalyse

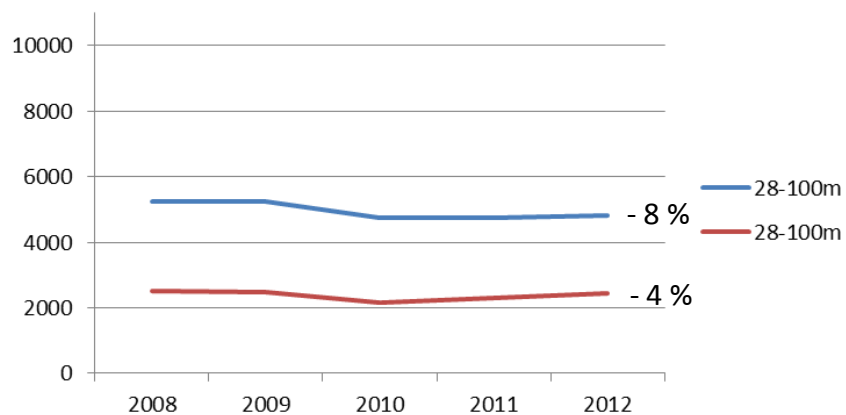
Mitgliederentwicklung 28-100



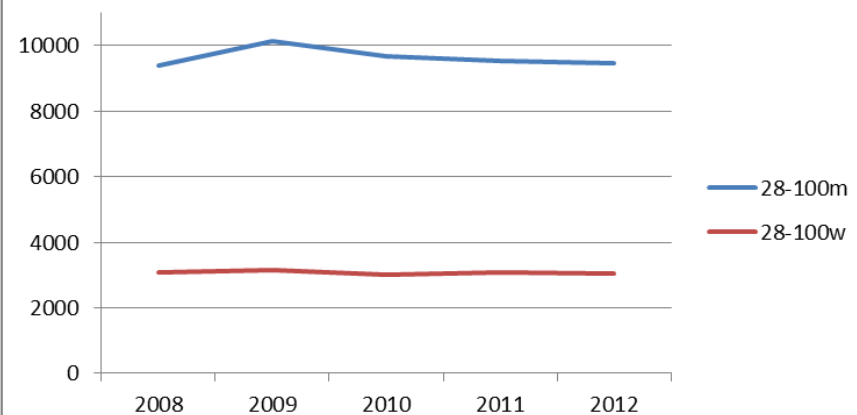
Fluktuationsrate 28-100



Eintritte 28-100



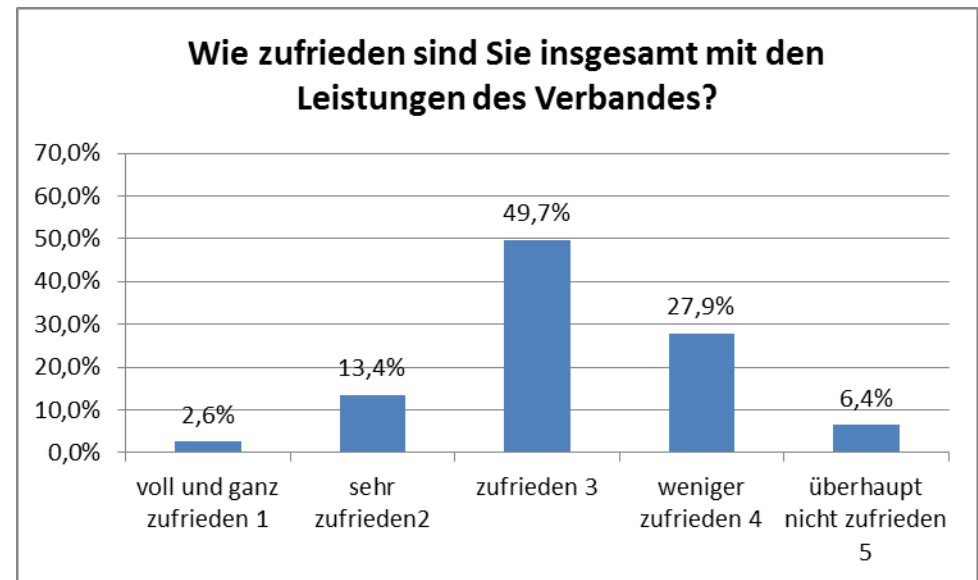
Austritte 28-100



E) Ergebnisse der Quantitativen Studie

Qualitätsdimensionen - (Verband)

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit den Leistungen Ihres Verbandes?					
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	voll und ganz zufrieden 1	55	2,2	2,3	2,3
	sehr zufrieden 2	288	11,7	11,8	14,1
	zufrieden 3	1067	43,5	43,8	57,9
	weniger zufrieden 4	599	24,4	24,6	82,5
	überhaupt nicht zufrieden 5	138	5,6	5,7	88,1
	Keine Angabe	289	11,8	11,9	100,0
	Gesamt	2436	99,2	100,0	
Fehlend	kann ich nicht beurteilen	19	,8		
Gesamt		2455	100,0		

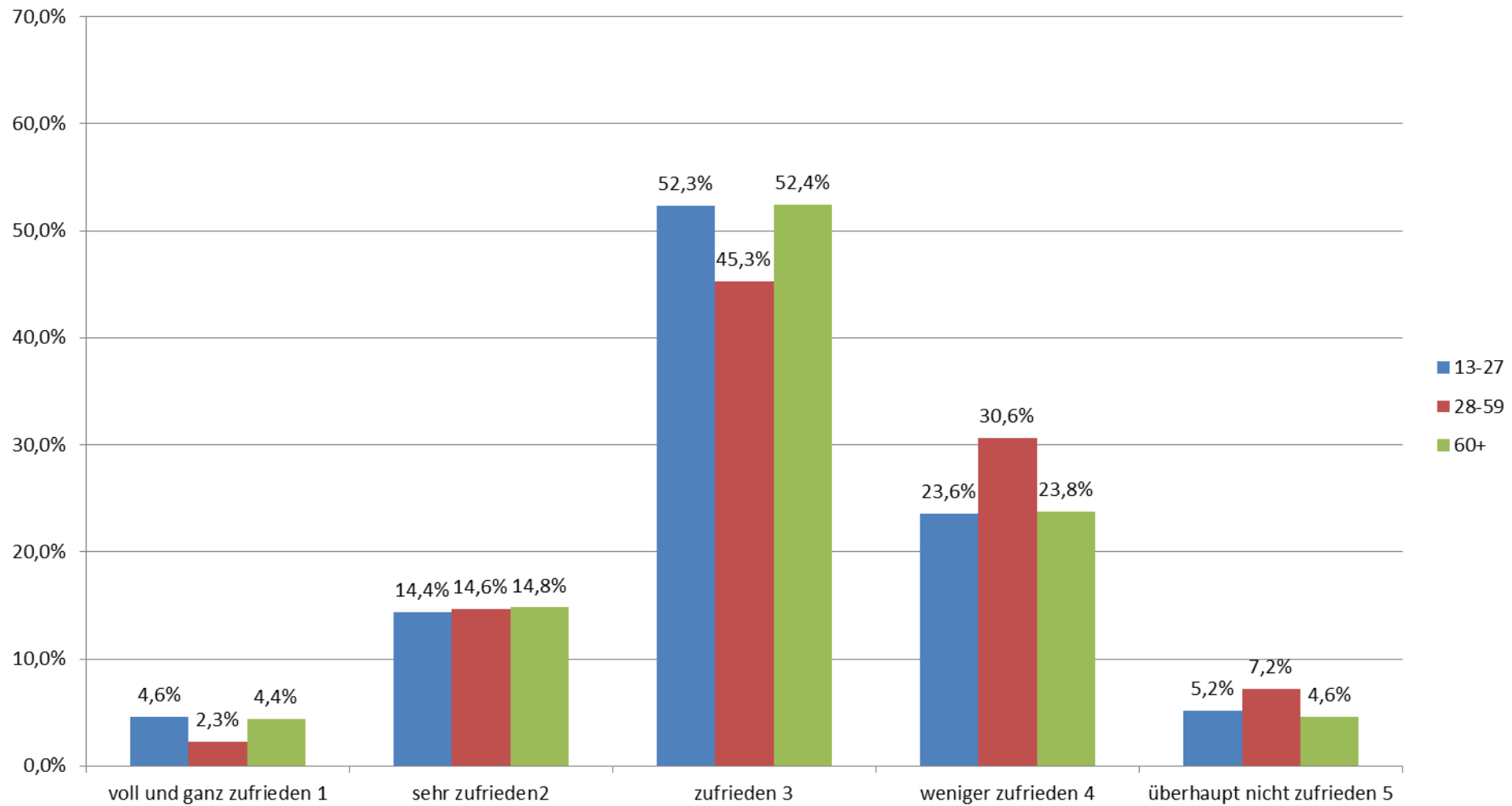


Nur gültige Antworten - „Keine Antwort“ nicht berücksichtigt

E) Ergebnisse der Quantitativen Studie

Qualitätsdimensionen - nach Alter (Verband)

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit den Leistungen Ihres Verbands?



Es wurden 4 unabhängige Qualitätsdimensionen identifiziert

- Qualität der Kommunikationspolitik
- Qualität der Unterstützung und Förderung von Mitgliedergruppen
- Qualität der Weiterbildung und Angebotsbreite
- Informationsqualität

E) Ergebnisse der Quantitativen Studie

Qualitätsdimensionen - Faktorenanalyse (Verband)

„Qualität der Kommunikationspolitik“ beinhaltet folgende Indikatoren:

- Die Aufklärungsarbeit des BSSB über den Schießsport
- Das zur-Verfügung-stellen von Argumenten zur Verteidigung des Schießsports
- Vertretung der Vereine und des Schießsports in Öffentlichkeit und Medien
- Unterstützung der Vereine mit ausreichend Werbemitteln und Informationsmaterialien zur Mitgliedergewinnung
- Information über Leistungen des BSSB für seine Mitglieder
- Kommunikation zwischen dem BSSB und den Vereinsmitgliedern

E) Ergebnisse der Quantitativen Studie

Qualitätsdimensionen - Faktorenanalyse (Verband)

„Qualität der Unterstützung und Förderung der Mitglieder“ beinhaltet folgende Indikatoren:

- Unterstützung der Vereine bei der Förderung der Nachwuchsarbeit
- Kooperation der BSSB-Trainer mit den Vereinen
- Die Unterstützung der Wettkampfschützen durch den BSSB
- Die Unterstützung der Hobbyschützen durch den BSSB
- Die Talentförderung durch den BSSB
- Die Qualität der Wettkampforganisation durch den BSSB
- Prozess der Waffenbeschaffung

„Qualität der Weiterbildungsangebote und Angebotsbreite“ beinhaltet folgende Indikatoren:

- Breite des Angebots des BSSB an Weiterbildungskursen für ehrenamtliche Mitglieder
- Die vom BSSB angebotene Bandbreite an Schießdisziplinen
- Nutzen der angebotenen Weiterbildungskurse für das Engagement im Verein

E) Ergebnisse der Quantitativen Studie

Qualitätsdimensionen - Faktorenanalyse (Verband)

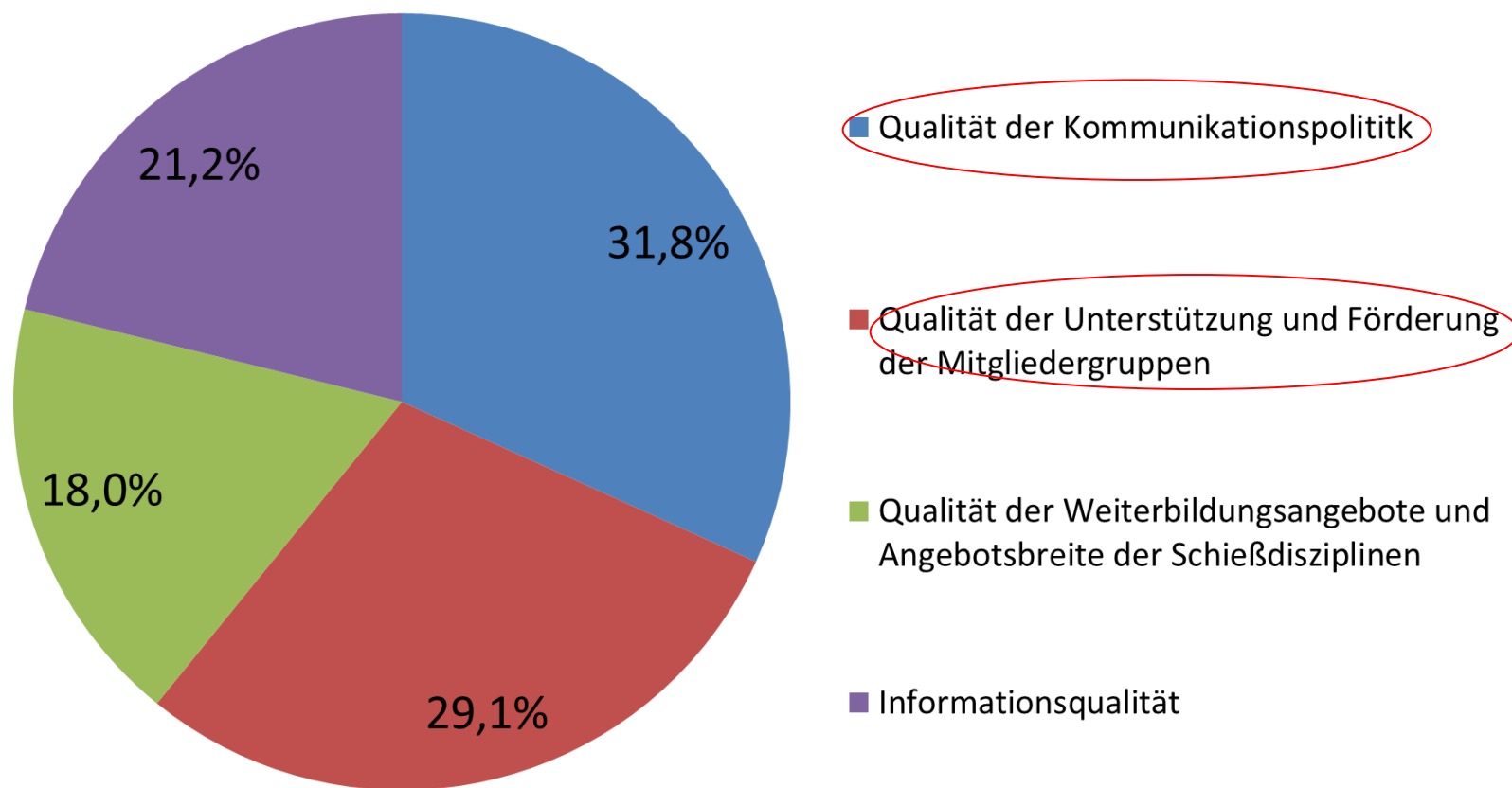
„Informationsqualität“ beinhaltet folgende Indikatoren:

- Nutzerfreundlichkeit und Übersichtlichkeit der Homepage des BSSB
- Informationsgehalt des Internetauftritts des BSSB
- Inhalte der Schützenzeitschrift

E) Ergebnisse der Quantitativen Studie

Qualitätsdimensionen - Regressionsanalyse (Verband)

Einfluss der Qualitätsdimensionen auf die ... Zufriedenheit der Mitglieder:



E) Deskriptive Ergebnisse der Quantitativen Studie

Top 2 – Boxes mit Ranking der Servicelücken

Priorität 1: Qualität der Kommunikationspolitik

-Kommunikation zwischen BSSB und Vereinsmitgliedern	18,79%
-Unterstützung der Vereine durch den BSSB mit Konzepten zur Gewinnung neuer Mitglieder	19,27%
-Unterstützung der Vereine durch den BSSB mit Werbemitteln und Informationsmaterialien zur Mitgliedergewinnung	21,75%
-Inwiefern der BSSB den Vereinen Argumente zur Verteidigung des Schießsports liefern?	27,67%

Priorität 2: Qualität der Unterstützung und Förderung der Mitglieder

-Unterstützung der Hobbyschützen durch BSSB	17,60%
-Kooperation der BSSB-Trainer mit den Vereinen	22,41%
-Unterstützung der Wettkampfschützen durch BSSB	27,18%
-Prozess der Waffenbeschaffung	29,79%

**Vielen Dank
für die
Aufmerksamkeit**