

Erfolgsfaktoren von Innungen

23. Obermeistertag
der Handwerkskammer Magdeburg

23. November 2013

Dr. Markus Glasl

Ludwig-Fröhler-Institut für Handwerkswissenschaften, München

Deutsches Handwerksinstitut

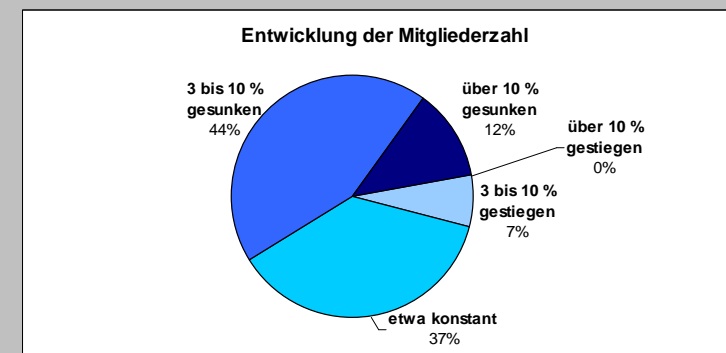


Das Deutsche Handwerksinstitut e.V. wird gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie auf Grund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages sowie von den Wirtschaftsministerien der Bundesländer und vom Deutschen Handwerkskammertag.

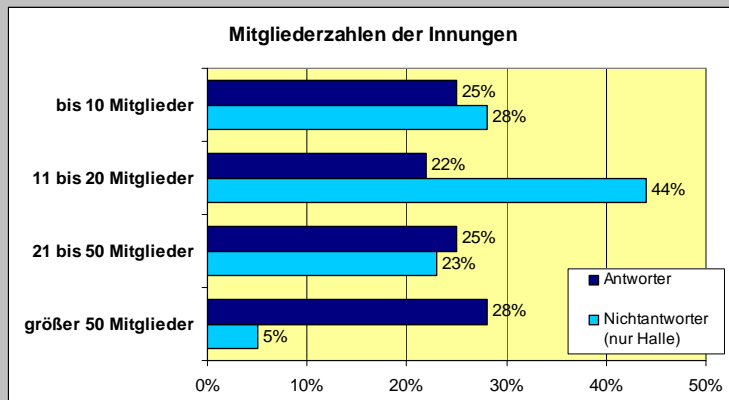
Projektbeschreibung

- Kammerbezirke Halle (Saale) und Erfurt
- Schriftliche Befragung im Jahr 2009
- 73 Innungen
- 277 Betriebe

Rückläufige Mitgliederzahlen



Geringe Größe der Innungen

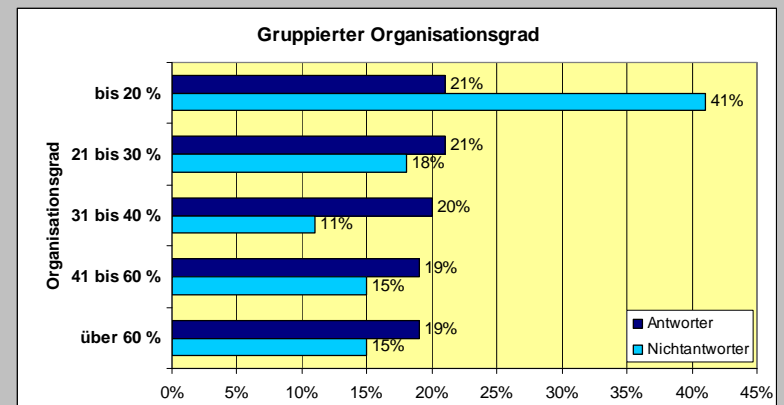


23.11.2013

Dr. Markus Glasl

5

Fehlende Reichweite



23.11.2013

Dr. Markus Glasl

6

Gewerkeabhängige Unterschiede

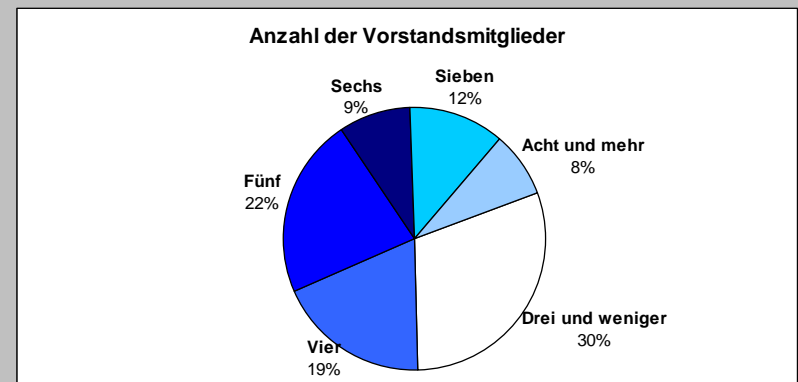


23.11.2013

Dr. Markus Glasl

7

Große Führungsriege

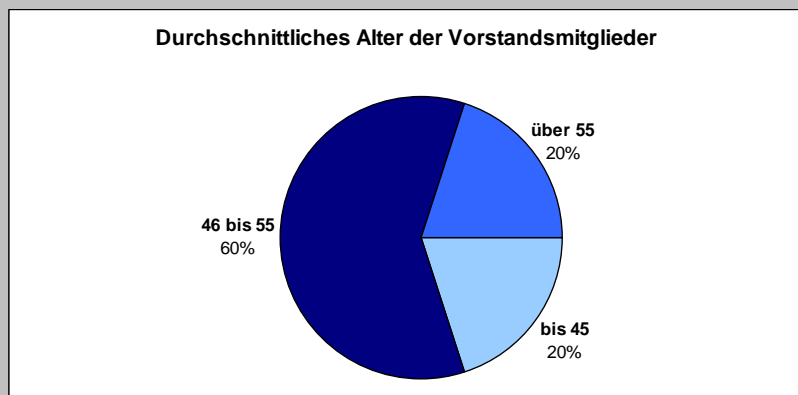


23.11.2013

Dr. Markus Glasl

8

Überalterung des Vorstands

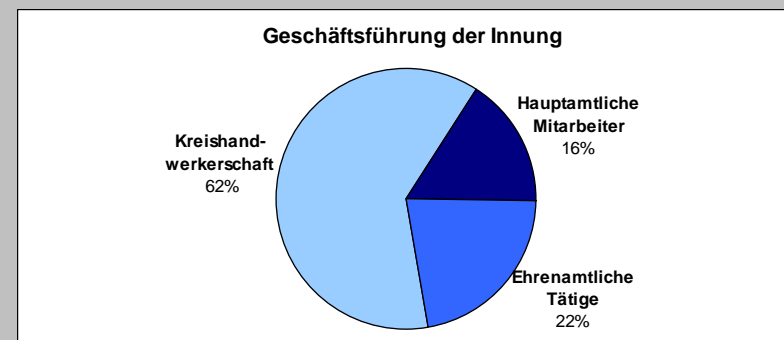


23.11.2013

Dr. Markus Glasl

9

Kreishandwerkerschaft als Geschäftsführer

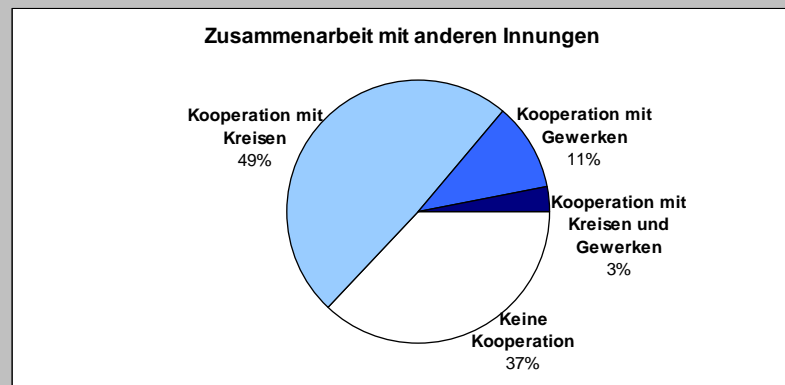


23.11.2013

Dr. Markus Glasl

10

Häufige Kooperation

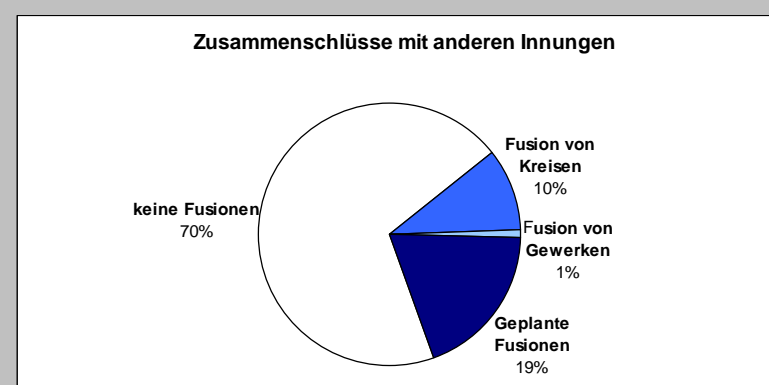


23.11.2013

Dr. Markus Glasl

11

Seltene Fusion



23.11.2013

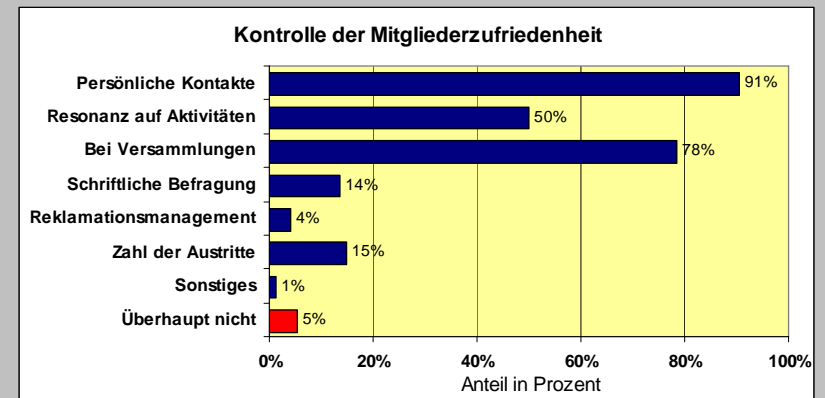
Dr. Markus Glasl

12

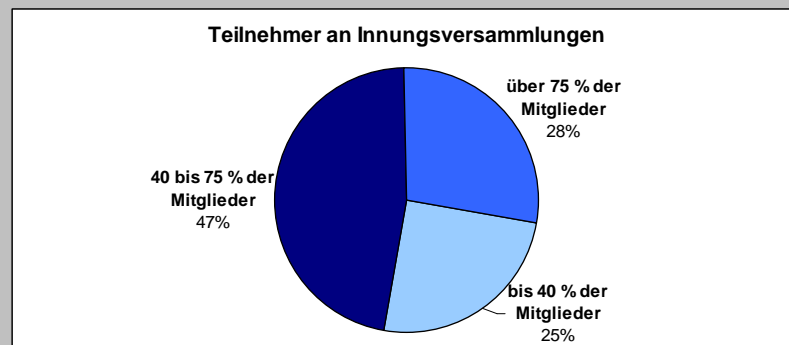
Aktive Mitgliederwerbung

- Mailings
- Persönliche Gespräche
- Gründerseminare
- Allgemeine Öffentlichkeitsarbeit
- Telefonaktionen
- Schnuppermitgliedschaft
- Beitragsbonus

Unsystematische Mitgliederpflege



Wenig attraktive Innungsveranstaltungen



Stärken von Innungen (Selbsteinschätzung)

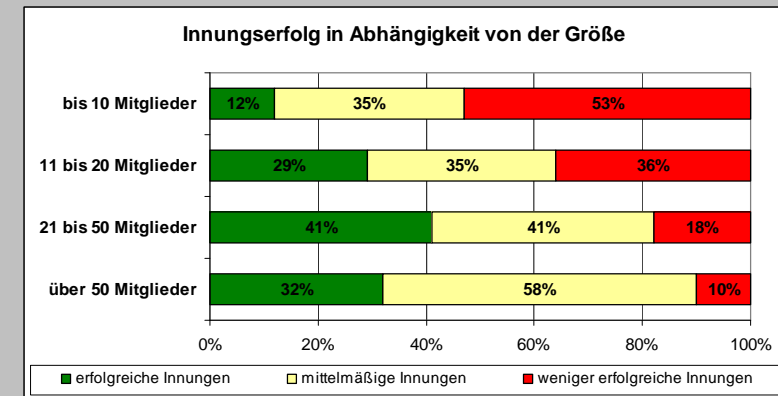
- Zusammenhalt auf allen Ebenen
- aktive Kommunikation (intern wie extern)
- enger, persönlicher Kontakt
- professionelles, kompetentes Auftreten
- geldwerter Vorteil
- besondere Leistungsangebote
- Zusammenarbeit mit Handwerkskammer und Fachverband

Erfolgsindex

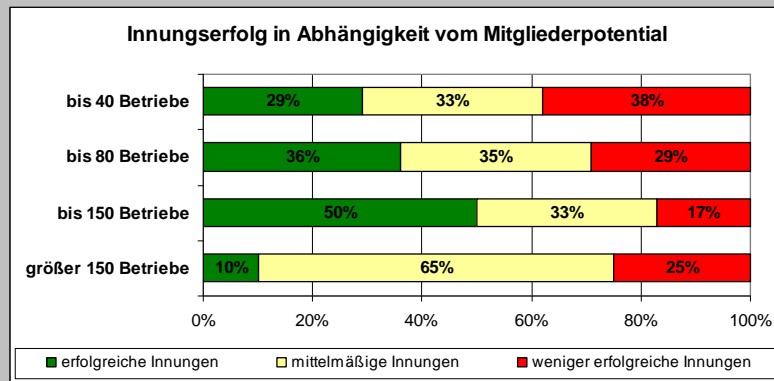
Ungewichteter additiver Index

Indikator	1	2	3	4	5
Organisationsgrad	> 60 %	60% > x > 40%	40% > x > 30%	30% > x > 20%	< 20%
Mitgliederentwicklung	> +10 %	+10% > x > +3%	etwa konstant	-3% > x > -10%	< -10 %
Einnahmentwicklung	> +10 %	+10% > x > +3%	etwa konstant	-3% > x > -10%	< -10 %
Wirtschaftlichkeit	Sehr gut	gut	befriedigend	ausreichend	schlecht

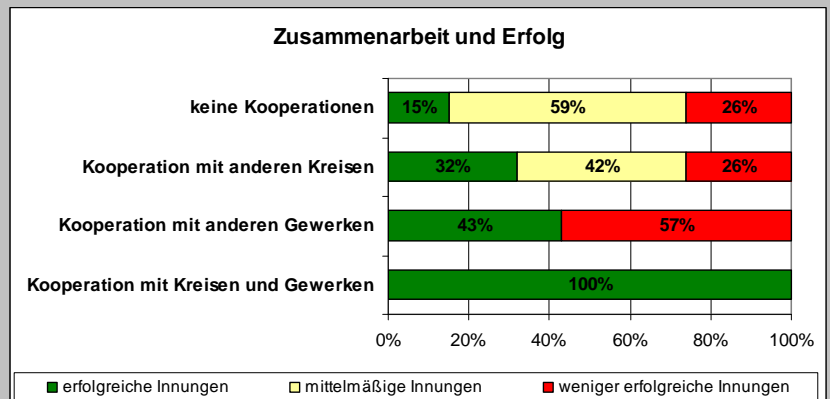
Erfolgsfaktor Größe



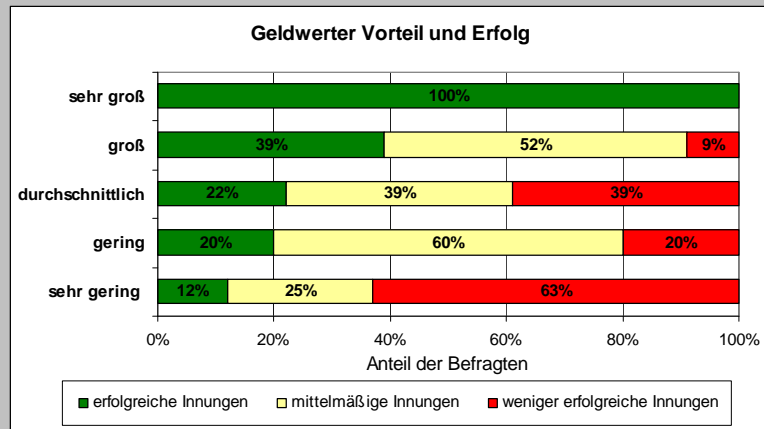
Erfolgsfaktor Vertrautheit



Erfolgsfaktor Kooperation/Fusion



Erfolgsfaktor Geldwerter Vorteil

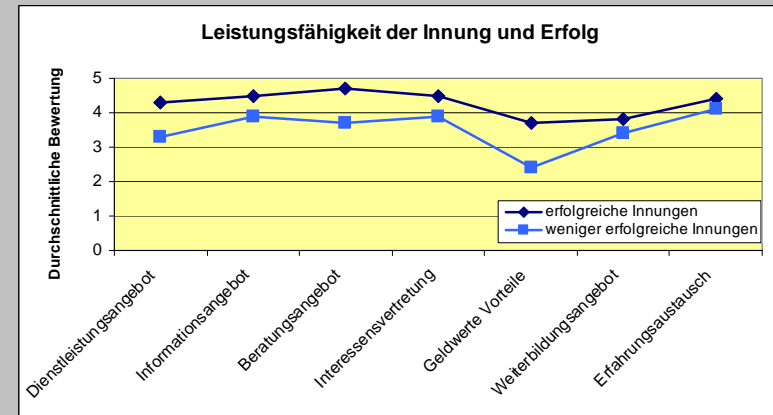


23.11.2013

Dr. Markus Glasl

21

Erfolgsfaktor Leistungsfähigkeit

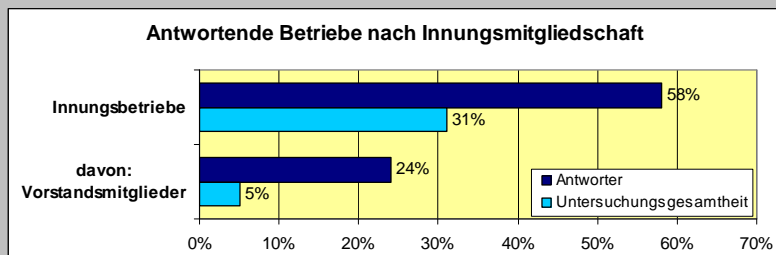


23.11.2013

Dr. Markus Glasl

22

Befragte Betriebe

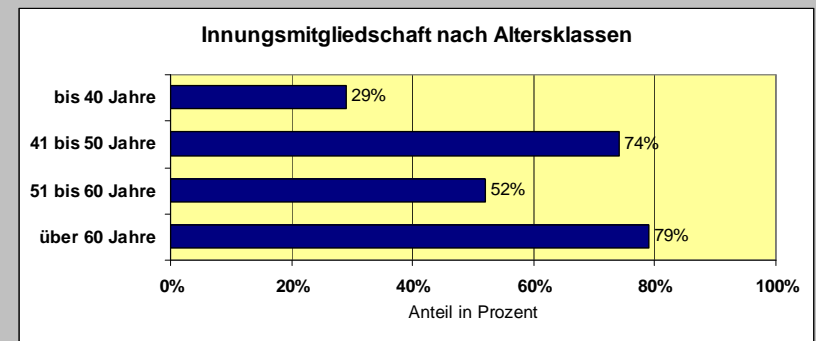


23.11.2013

Dr. Markus Glasl

23

Nachwuchsprobleme

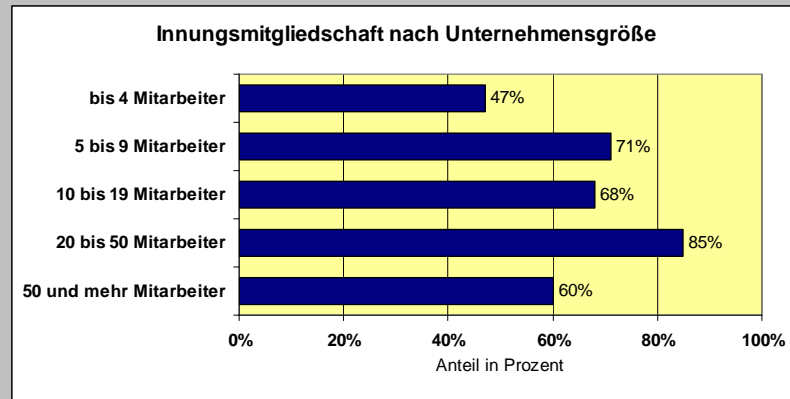


23.11.2013

Dr. Markus Glasl

24

Zielgruppe kleine Betriebe



23.11.2013

Dr. Markus Glasl

25

Mitgliederinteressen

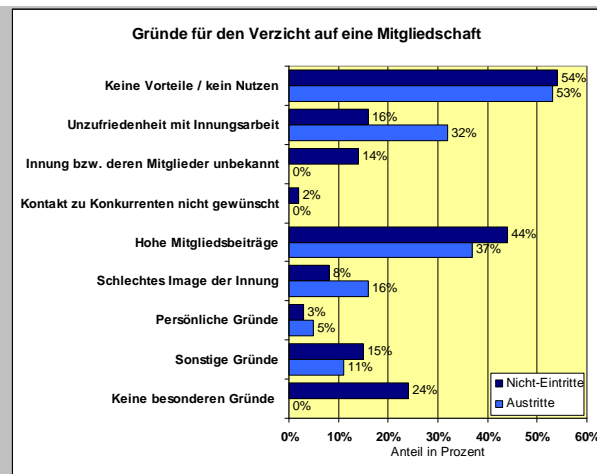


23.11.2013

Dr. Markus Glasl

26

Verweigerungsgründe

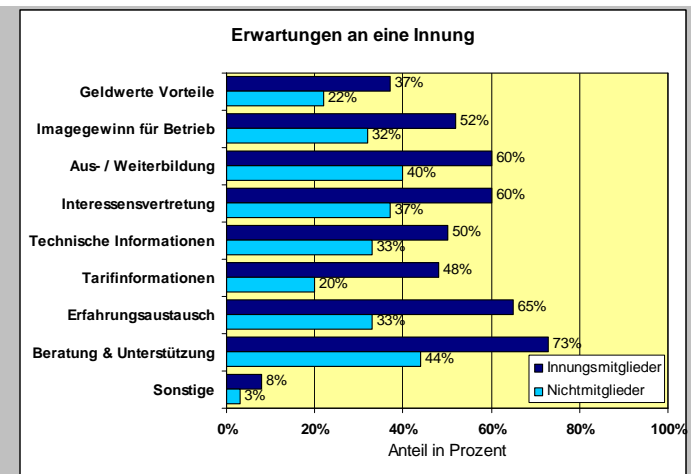


23.11.2013

Dr. Markus Glasl

27

Erwartungshaltung der Betriebe

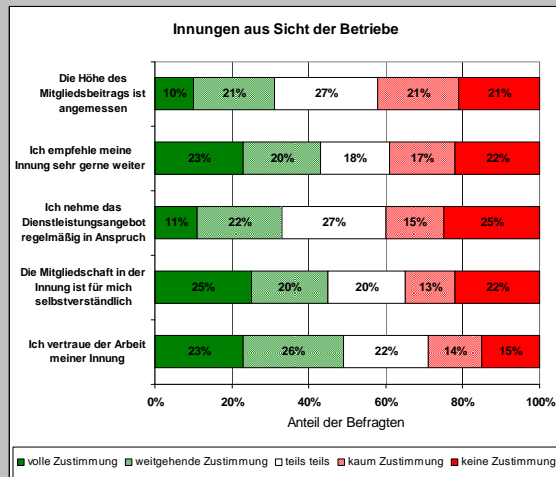


23.11.2013

Dr. Markus Glasl

28

Einstellung der Betriebe

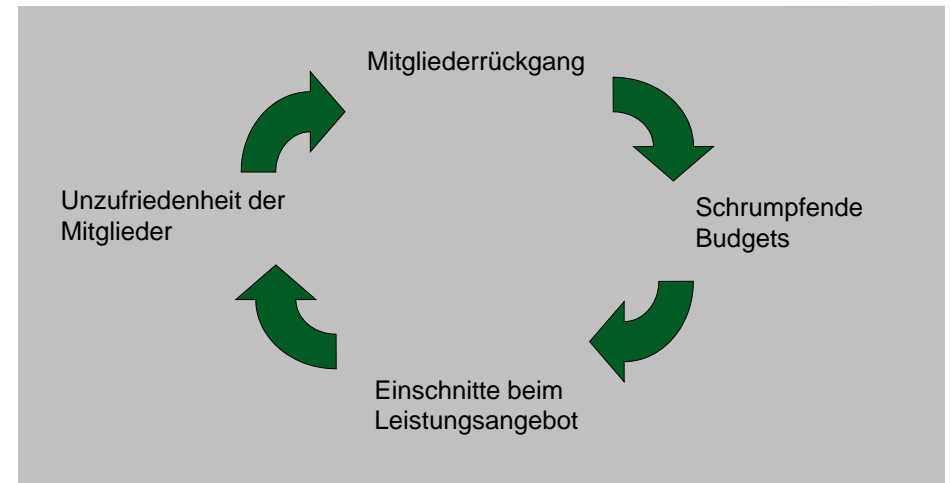


23.11.2013

Dr. Markus Glasl

29

Teufelskreis



23.11.2013

Dr. Markus Glasl

30

Mögliche Fragen für ein Brainstorming

- Was sind wichtige Zielgruppen?
(Existenzgründer, Migranten ...)
- Was erwarten diese Zielgruppen?
- Was können wir besonders gut?
(Positive Erlebnisse, Erfahrungen, Bilder)
- Was machen andere?
(Sportverein, Feuerwehr, Alpenverein, Kirche)

23.11.2013

Dr. Markus Glasl

31

Ansatzpunkte für Verbesserungen

- Verbesserung der wahrgenommenen Kosten-Nutzen-Relation
 - Erweiterung/Verbesserung der Leistungen (Exklusivität)
 - zielgruppenspezifischer Zuschnitt der Leistungen
 - Kommunikation des Angebots
- Identifikation erhöhen (Emotionale Bindung, Loyalität)
 - gemeine Normen und Werte
 - Symbole und Rituale
 - Verbesserung des Images
- Durchführung einer Mitgliederbefragung
- Maßnahmen zur Mitgliedergewinnung

23.11.2013

Dr. Markus Glasl

32

Mögliche Aktivitäten

- Genossenschaftlicher Einkauf
- Plattform für Auszubildendentausch
- Kommunikation durch jedes Mitglied (Abstimmung!)
- Regelmäßige Information u.a. über aktuelle Nachrichten
- Attraktive Veranstaltungen
- Mitgliederbefragung (evtl. auch Nichtmitglieder)
- Prämien für Mitgliederwerbung
- Junges Vorstandsmitglied
- Eigene „Heimat“ (Ausbildungszentrum)
- Coaching / Patenschaften
- Springer / Vertretung (Betriebshelfer)
- Frühzeitige Einbindung von Lehrlingen
- Vorteile deutlicher vor Augen führen (in Rechnung Rabatte explizit ausweisen)
- Beitragsbonus im ersten Jahr (z.B. 50% Nachlass)
- Neue Unterstützungsleistungen (z.B. Forderungs-Inkasso)
- ...

23.11.2013

Dr. Markus Glasl

33

Kontaktdaten

Dr. Markus Glasl
Ludwig-Fröhler-Institut
Max-Joseph-Str. 4
80333 München

Tel. 089/51556082
Fax 089/51556088
Mail glasl@lfi-muenchen.de

23.11.2013

Dr. Markus Glasl

34