



allgemeiner deutscher
hochschulsportverband



fédération allemande du sport universitaire
german university sports federation

Mitgliederbefragung des adh 2006

Abschlussbericht
Olaf Tabor & Ebba Koglin

Allgemeiner Deutscher Hochschulsportverband
Max-Planck-Str. 2, 64807 Dieburg
Telefon: +49 (0) 60 71 / 20 86 - 10
E-mail: adh@adh.de

Dieburg 2007



! Premiumpartner des adh und Förderer des Spitzensportprojekts !



! Gefördert durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMBFSFJ) aus Mitteln des Kinder- und Jugendplans, durch die Deutsche Sportjugend (dsj) sowie durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung !

! Förderer des internationalen Wettkampfsports !

Vorwort

Zwei Jahre ist es her, dass der Allgemeine Deutsche Hochschulsportverband seine erste umfassende Mitgliederbefragung durchgeführt hat. Nur wenige Sportverbände gehen diesen Weg und befragen ihre Mitglieder in vergleichbarer Form zu wesentlichen Punkten der Unternehmenskultur, des Dienstleistungsangebots sowie des Images ihres Verbandes im gesellschaftlichen Kontext.

Solche Befragungen können erfreulich aber auch unangenehm sein. In jedem Fall aber sind sie hilfreich und ein wichtiges Instrument des Qualitätsmanagements, da sie Stärken und Schwächen, modernes wie defizitäres Verbandsmanagement schonungslos aufdecken.

Mit Hilfe der Ergebnisse der ersten Befragung konnte eine Standortbestimmung bezüglich der Wahrnehmung des Verbandes in seiner Mitgliedschaft erstmals auf der Basis validen Datenmaterials vorgenommen werden. Erfreulicherweise wurde dabei ein positives Bild des adh gezeichnet. Aber auch wenn es für die ehrenamtlichen wie hauptamtlichen Funktionsträgerinnen und -träger in der Organisation zumeist eine Bestätigung ihrer Tätigkeit war, so haben wir doch insbesondere von den kritischen Einwendungen und hilfreichen Vorschlägen profitiert, um für Schwierigkeiten und Problemlagen in der Zwischenzeit adäquate Lösungsansätze zu finden.

Die Befunde der 2004er Mitgliederbefragung sind uneingeschränkt veröffentlicht worden, so dass auch hinsichtlich kontroverser Einschätzung größtmögliche Transparenz angestrebt wurde. Dem Prinzip eines anonymen, ehrlichen und gern auch kritischen Feedbacks der Mitglieder auf möglichst breiter Basis werden wir auch weiterhin treu bleiben, weil nur unter Wahrung dieser Kriterien verlässliche Rückmeldungen zu erwarten sind.

Die aus der statistischen Datenbasis ableitbaren Einschätzungen und Urteile sind eine wichtige Hilfestellung für Entscheidungsfragen in den Führungsgremien geworden. Mit der aktuellen Auflage der Mitgliederbefragung wird diese Informationsgrundlage auf den neuesten Stand gebracht.

Es sei schon an dieser Stelle angemerkt, dass die Befunde der jüngsten Erhebung auch vor dem Hintergrund der erstmaligen Vergleichbarkeit mit einem zurück liegenden Zeitraum neue interessante Erkenntnisse gebracht haben. Kritisch gilt es zu berücksichtigen, dass leider das erklärte Ziel einer Verbreiterung des Datenbestandes durch einen erhöhten Fragebogenrücklauf nicht erreicht werden konnte. Dennoch sind die Ergebnisse der Mitgliederbefragung 2006 uneingeschränkt lesens- und beachtenswert, so dass die dritte Auflage der Untersuchung für 2008 fest vorgesehen ist. Erste Anpassungen zu aktuell aufgezeigten Mängeln oder angemahnten Optimierungen wurden bereits eingeleitet. Weitere werden folgen...

Allen an der Befragung Beteiligten sei herzlich für ihre Unterstützung gedankt und dem geneigten Leser wünsche ich erhellenden Einsichten beim Lesen der folgenden Seiten.



(Olaf Tabor)
Generalsekretär

Inhalt

1	Einleitung	4
2	Mitgliederzufriedenheit bleibt Ziel des Verbandsmanagements	4
3	Methode	6
4	Profildaten der Teilnehmer	7
4.1	Hochschultyp	7
4.2	Hochschulgröße	8
4.3	Statusgruppen	8
4.4	Biographische Daten	9
5	Einschätzungen und Zufriedenheitsanalysen	9
5.1	Tätigkeitsfeld Wettkampf	9
5.2	Tätigkeitsfeld Aus- und Weiterbildung	12
5.3	Tätigkeitsfeld Information	14
5.4	Tätigkeitsfeld Interessenvertretung	17
5.5	Tätigkeitsfeld weitere Dienstleistungen	18
5.6	Einschätzungen zu Image und Fremdwahrnehmung des adh	21
5.7	Einschätzungen zum Gesamtaufgabenspektrum	24
5.8	Gesamtzufriedenheit	25
6	Innerverbandliche Vergleiche	26
7	Vergleich mit anderen Verbänden	27
8	Teilnehmerbefragungen bei den Mitgliedern	30
9	Fazit	31
	Abbildungsverzeichnis	33
	Tabellenverzeichnis	33
	Literaturverzeichnis	34
	Autoren	35

1 Einleitung

Eine wesentliche Basis für Verbandsentscheidungen und die Ausrichtung der Dienstleistungsangebote des Verbandes sollten aktuelle interne Informationen aus der Mitgliedschaft bilden. Daher hat der adh, seine erstmalig im Jahr 2004 durchgeführte umfassende Mitgliederbefragung 2006 turnusgemäß wiederholt. Zentrale Ziele der Befragung sind die Ermittlung eines Meinungsbilds der Mitgliedschaft über die Verbandsarbeit, die Wirkung eingeleiteter Maßnahmen zu kontrollieren und den Verbandserfolg insgesamt zu messen. Die gewonnenen Daten sind vor allem als innerverbandliche Rückmeldung für die Strategieentwicklung im Allgemeinen und für die Analyse der Stärken und Schwächen im Besonderen relevant.

Im Folgenden wird zunächst nochmals in verkürzter Form auf das grundsätzliche Ziel der Mitgliederzufriedenheit im Rahmen des Verbandsmanagements eingegangen und daran anschließend die verwendete Methode der Befragung erläutert. Es folgt die Darstellung der Profildaten der Befragungsteilnehmer. Den Kern der Untersuchung und damit auch dieses Berichts bilden die Zufriedenheitsanalysen im Hinblick auf die verschiedenen Tätigkeitsfelder des adh und die Analyse der Gesamtzufriedenheit. Erstmals können dabei Vergleichswerte aus der Befragung von 2004 herangezogen und damit auch Entwicklungstendenzen identifiziert werden. Daran anschließend wird auf innerverbandliche Vergleiche und Vergleiche mit anderen Organisationen eingegangen. Den Abschluss bildet das Fazit, in dem alle wesentlichen Befunde zusammengefasst werden.

2 Mitgliederzufriedenheit bleibt Ziel des Verbandsmanagements

Im Abschlussbericht der Mitgliederbefragung des adh 2004 wurde Mitgliederzufriedenheit bereits als das Erfüllen oder Übertreffen von Erwartungen definiert und als entscheidendes Kriterium für den Erfolg des adh als Verband mit freiwilliger Mitgliedschaft identifiziert.

Den dortigen Ausführungen zufolge führt ein hohes Maß an Mitgliederzufriedenheit zunächst zu Mitgliederloyalität, die sich bei dauerhafter Ausprägung zu anhaltender Mitgliederbindung entwickeln kann.

In diesem Zusammenhang wurde auch auf die Bedeutung des Images einer Organisation als Einflussgröße auf die Mitgliederbindung hingewiesen. Neueren Untersuchungen zufolge scheint dieser Einfluss größer zu sein als zunächst angenommen. Eine verbandsübergreifende Messung von Image, Mitgliederzufriedenheit und Mitgliederbindung im Rahmen des 5. Mitgliederfocus Deutschland 2005 kommt zu dem Ergebnis, dass über alle Verbände hinweg das Image sogar bis zu 57 Prozent zur emotionalen Mitgliederbindung beitragen soll¹.

Mitgliederzufriedenheit bleibt dennoch ein Schlüssel zur Mitgliederbindung und somit ein wichtiges strategisches Ziel des Verbandsmanagements. Für die gezielte Ausrichtung der Verbandsaktivitäten auf die Erfüllung der Mitgliedererwartungen sind jedoch aktuelle Informationen über diese Erwartungen und das aktuelle Niveau der Zufriedenheit erforderlich. Da insbesondere bei Sportverbänden diese empirische Datenbasis als Entscheidungsgrundlage des Verbandsmanagements weitgehend fehlt, wurde daraus die Notwendigkeit abgeleitet, geeignete Instrumente zur Messung

¹ Dabei scheinen jedoch durchaus Unterschiede zwischen den verschiedenen Verbandstypen zu bestehen. So wurde die Einflussstärke des Images auf die Mitgliederbindung bei Personenverbänden mit 64 % berechnet, während sie bei Wirtschaftsverbänden bei nur 53% liegt. Auch die Frage nach der Bedeutung der einzelnen Imagedimension für das Gesamtimage kann für die einzelnen Verbandstypen stark variieren. Vgl. ESER, S., 2006, 24.

von Zufriedenheit in Form von regelmäßigen systematischen Befragungen innerhalb der eigenen Mitgliedschaft einzusetzen.

Durch eine erstmals 2004 in dieser Form durchgeführte Befragung des adh wurde allen Mitgliedern die Gelegenheit gegeben, sich zu grundlegenden Fragestellungen des Verbandsmanagements anonym zu äußern und gezielte Verbesserungsvorschläge anzubringen.

Die dort erhobenen Daten wurden für folgende Bereiche verwendet:

- Aufbau, Vervollständigung und regelmäßige Aktualisierung einer Mitgliederdatenbank mit statistischen Basisinformationen
- Analyse der Mitgliederakzeptanz im Hinblick auf die wesentlichen Angebotsbereiche des Verbandes
- Stärken/Schwächen-Analyse
- Überprüfung der strategischen Schwerpunktausrichtung für die Verbandsarbeit

Die Mitgliederbefragung wurde nun ein weiteres Mal durchgeführt. Mit den Ergebnissen dieser erneuten Befragung können nicht nur die Erwartungen und Zufriedenheitswerte der Mitgliedschaft aktualisiert werden. Erstmals besteht die Möglichkeit Vergleichswerte aus 2004 heranzuziehen und damit Entwicklungstendenzen aufzeigen zu können. Darüber hinaus kann auf diesem Wege auch die Wirksamkeit von Maßnahmen überprüft werden, die aufgrund der Ergebnisse von 2004 eingeleitet wurden.

Um jedoch eine Vergleichbarkeit der Ergebnisse sicherzustellen, wurden am bestehenden Fragekatalog nur geringfügige Änderungen vorgenommen. Gegenstandsbereich und Inhaltsdimensionen der Befragung sind identisch geblieben:

Wesentliche Arbeitsfelder des Verbandes und daher Gegenstand der Befragung sind:

- Information
- Beratung
- Interessenvertretung
- Mitgliedsbeitrag
- Fort-/Weiterbildung
- Wettkampfsport
- Marketing/Sponsoring
- Beschwerdemanagement

Zu den inhaltlichen Dimensionen der Mitgliederbefragung zählen:

- Erwartungen der Mitgliedschaft an die Organisationsleistungen
- Wahrnehmung der Leistungsrealität durch die Mitgliedschaft
- Ist-Analyse der Mitgliederzufriedenheit und Mitgliederbindung
- Image des adh innerhalb der Mitgliedschaft
- Zukünftige Erwartungen der Mitgliedschaft an den adh

3 Methode

Als Befragungsinstrument diente der bereits in wesentlichen Zügen aus dem Jahr 2004 bekannte stark strukturierte anonyme Fragebogen. Wie zuvor dargelegt, wurden die Fragen aus 2004 im Wesentlichen übernommen, um die Vergleichbarkeit der Ergebnisse aus der letzten Befragung zu gewährleisten. Vereinzelt wurden jedoch auch Fragen hinzugenommen oder gestrichen. Dies geschah einerseits aus Gründen der Aktualität, andererseits sollte mit der Hinzunahme zusätzlicher offener Fragen den Mitgliedern gezielt mehr Raum für konkrete Vorschläge und konstruktive Kritik gegeben werden. Insgesamt ist es jedoch bei einem Großteil an geschlossenen Fragen geblieben, bei denen zumeist einzelne Sachverhalte über Beurteilungsskalen direkt bewertet werden. Die Beantwortung des Fragebogens nimmt ca. 20 Minuten in Anspruch.

Der Fragebogen wurde am 7. Dezember 2006 sowie an einige nachträglich ermittelte Sportreferate am 22. Januar 2007 per Post versandt. Abgabeschluss war der 2. März 2007.

Als Zielgruppe der Befragung wurden alle aktuellen Mitglieder des Verbandes in der verbandsüblichen Differenzierung nach hauptamtlicher und studentischer Vertretung definiert, so dass dem Untersuchungsdesign eine Vollerhebung der adh-Mitglieder zugrunde liegt. Nach wie vor muss einschränkend erwähnt werden, dass aufgrund der hohen Fluktuation nicht alle studentischen Vertreter namentlich bekannt sind. Auch verfügen nicht alle Mitgliedshochschulen über gewählte studentische Vertreter im Hochschulsport.

Zum Zeitpunkt der Untersuchung gab es 163 Mitgliedshochschulen. Die Geschäftsstelle erreichten 70 ausgefüllte Fragebögen. Geht man gemäß adh-Handbuch 2006 von insgesamt 252 studierenden Vertretern und Hauptamtlichen aus, beträgt der Rücklauf 28%. Es haben 17% Studierende und 77% Hauptamtliche geantwortet, 6% haben diesbezüglich keine Angaben gemacht. Damit sind rechnerisch mindestens 33%² der Mitgliedshochschulen repräsentiert.

Es wurde zur Bewertung von Einstellungen im Allgemeinen und der Zufriedenheit im Besonderen auf eine aufsteigende 5er Skala zurückgegriffen. Die Skala reicht von „sehr unzufrieden“ (1) bis „sehr zufrieden“ (5). Zur besseren Lesbarkeit werden die Ergebnisse - wie in solchen Studien üblich - in eine Prozentskala umgerechnet. Dabei entspricht der Nullpunkt der Aussage sehr unzufrieden, die 25er Marke „unzufrieden“, die 50er Marke „teils zufrieden / teils unzufrieden“, die 75er Marke „zufrieden“ und der Datenpunkt 100 entspricht „sehr zufrieden“. Zur besseren Orientierung wurden zusätzlich Datenpunkte ausgewiesen.

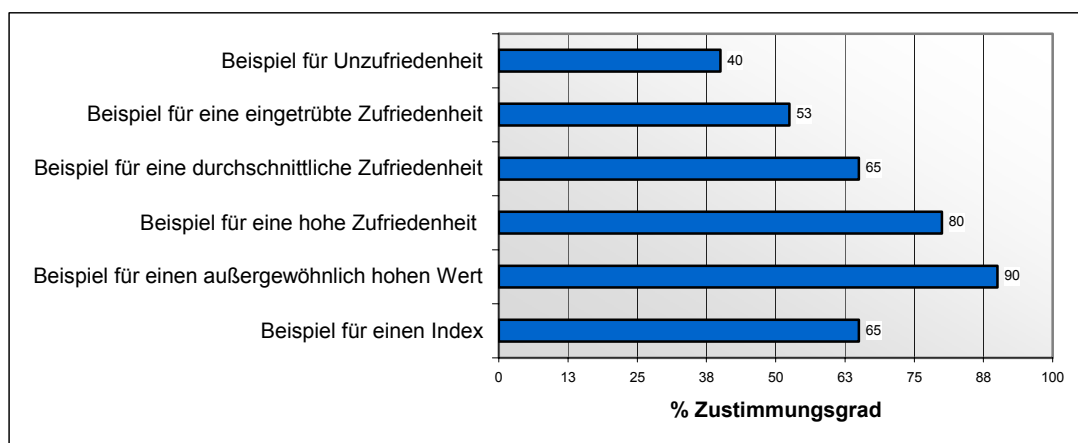


Abbildung 1: Beispiel für die Darstellung einer Zufriedenheitsanalyse

² Geht man davon aus, dass sich unter den zurückgesandten Fragebögen auch Rückmeldungen aus Standorten mit einem gemeinsam organisierten Hochschulsport befanden, dürfte die Zahl noch darüber liegen, da in diesem Fall stellvertretend für mehrere Hochschulen geantwortet wurde.

Gemäß den Erfahrungen der empirischen Sozialforschung darf angenommen werden, dass alle Werte unterhalb der 50er Marke auf eine mehr oder weniger große Unzufriedenheit schließen lassen. Von 50 bis unter der 63er Marke darf von einer eingetrübten Zufriedenheit gesprochen werden. Werte ab 63 bis unter 75 verweisen auf eine durchschnittlich bis gute Zufriedenheitsrate. Ab 75 bis unter 88 liegen überdurchschnittliche Zufriedenheitsraten vor. Werte jenseits der 88 kommen nur in seltenen Ausnahmen vor und verweisen auf eine außergewöhnliche hohe Zufriedenheit.

In vielen Fällen wurden die einzelnen Skalen jeweils in einem Index zusammengefasst. Diese wurden durch eine Mittelwertbildung ermittelt, bei der alle Merkmale mit gleicher Gewichtung eingingen.

Vereinzelt wird auffallen, dass der Index nicht deckungsgleich mit dem Mittelwert aus den dazugehörigen Kategorien ist. Dies erklärt sich damit, dass der Index aus allen Fällen berechnet wird. Da jedoch nicht immer Werte für **alle** Kategorien angegeben wurden, gehen diese dann auch nicht in die Berechnung des Indikators mit ein.

4 Profildaten der Teilnehmer

Wer hat an der Befragung teilgenommen?

Um die Qualität und damit die Aussagekraft einer Befragung beurteilen zu können, ist es erforderlich, ein Profil der Befragten zu erstellen. Erst die Berücksichtigung einer repräsentativen Stichprobe als Zielgruppe der Befragung gewährleistet verlässliche Daten, die zu validen Interpretationen und zielgerichteten Entscheidungen führen.

4.1 Hochschultyp

Unter den zurückgesandten Fragebögen sind 30% Fachhochschulen, 60% Universitäten und 6% Hochschulen anderen Typs vertreten, 4% machten diesbezüglich keine Angaben. Bei einigen Rückmeldungen kam es an dieser Stelle zu Mehrfachnennungen, d. h. es wurden mehrere Hochschultypen angekreuzt. Dabei handelt es sich offenbar um die bereits in Kapitel 3 angesprochenen Vertretenden aus Standorten mit gemeinsam organisierten Hochschulsportangeboten, die zeitgleich für verschiedene Hochschulen antworteten. Insgesamt beträgt N an dieser Stelle daher 77 und nicht 70.

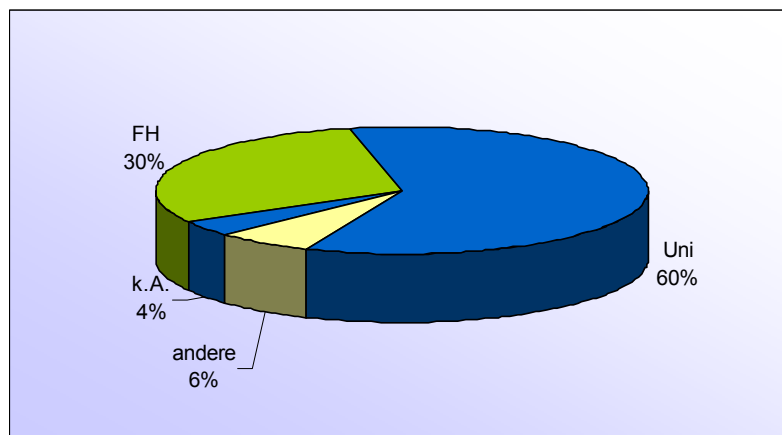


Abbildung 2: Prozentuale Verteilung des Rücklaufs nach Hochschultyp

4.2 Hochschulgröße

Die Angaben zur Anzahl der eingeschriebenen Studierenden variiert zwischen 200 und 90.000. Dabei gilt es auch hier zu berücksichtigen, dass einige Mitglieder nicht nur für eine Hochschule, sondern für mehrere Hochschulen und damit auch für eine höhere Zahl an Studierenden zuständig sind. Der Mittelwert liegt bei gut 15.000 Studierenden.

Tabelle 1: Größenstatistik der befragten Hochschulen

	Mittelwert	Std. Abw.	Minimum	Maximum	N
Anzahl Studierende	15053,4	15695,89	200	90.000	64

4.3 Statusgruppen

Grundsätzlich gibt es zwei Statusgruppen unter den Mitgliedern des adh: 1. die studentischen Vertreterinnen und Vertreter sowie 2. die hauptamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Hochschulsporteinrichtungen. Der Rücklauf setzt sich zusammen aus 17% Studierenden und 77% Hauptamtlichen, 6% machten keine Angaben. Da es nicht an jeder Hochschule studentische Vertreter im Hochschulsport gibt, dürfte erwartet werden, dass die Hauptamtlichen einen größeren Rücklaufanteil haben würden als die Studierenden. Hinzu kommt, dass die Erreichbarkeit der Hauptamtlichen aufgrund aktuellerer Adressbestände erheblich besser ist. Der niedrigere Beteiligungsgrad der studentischen Vertreter an der Befragung ergibt sich daher auch aus dem erschwerten Zugang zu dieser Zielgruppe. Wie groß die Unterschiede im Antwortverhalten der beiden Gruppen sind, wird in Kapitel 6 „6 Innerverbandliche Vergleiche“ näher ausgeführt. Es sei aber schon an dieser Stelle vorweggenommen, dass die Gruppen in der Regel eng genug beieinander liegen, so dass die folgenden Gesamtbetrachtungen statistisch sinnvoll und gerechtfertigt sind.

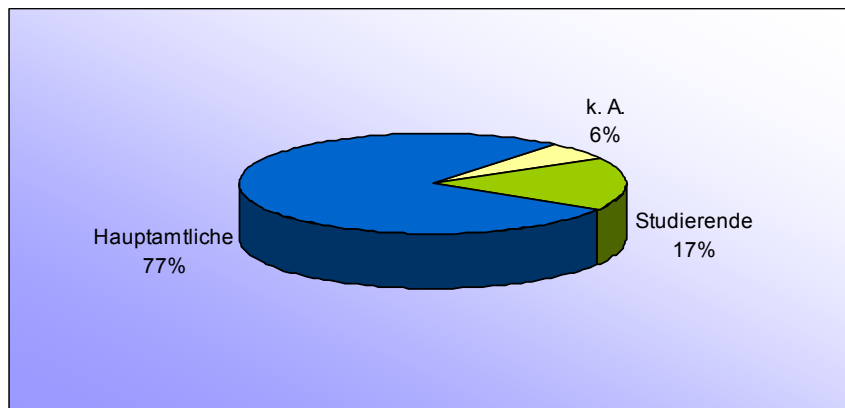


Abbildung 3: Prozentuale Verteilung des Rücklaufs nach Statusgruppen

4.4 Biographische Daten

Der Fragebogen wurde von 31% weiblichen und 65% männlichen Personen beantwortet und 4% machten keine Angaben zum Geschlecht. Das Durchschnittsalter beträgt 46 Jahre. Dabei wird ein Alterspektrum von 20 bis 67 Jahren abgedeckt.

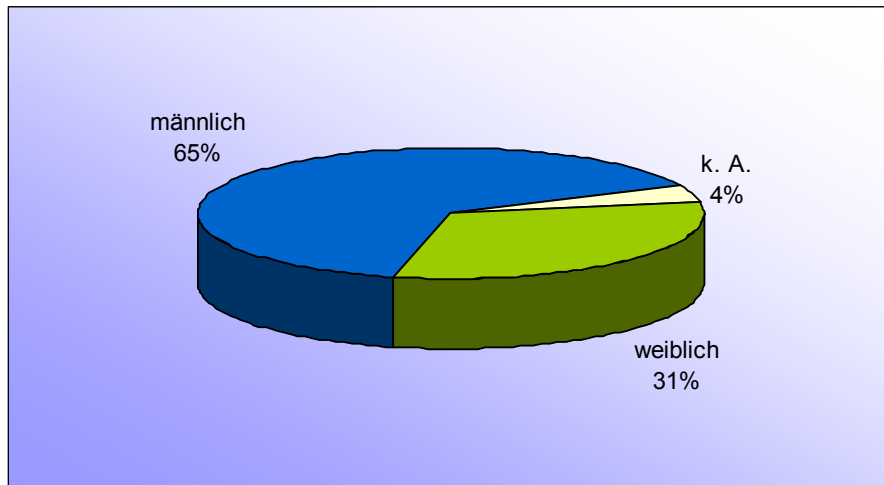


Abbildung 4: Geschlechterverteilung der antwortenden Personen

5 Einschätzungen und Zufriedenheitsanalysen

Wie zufrieden sind die Mitglieder mit dem adh im Speziellen und im Allgemeinen?

Im Folgenden wird der Grad der Zufriedenheit in den verschiedenen Aktionsfeldern des adh untersucht. Diese reichen vom Wettkampf, über Aus- und Weiterbildung, Information und Interessenvertretung bis zu einer Vielzahl von differenzierten Dienstleistungsangeboten speziell im Bereich der Vermarktung. Zudem kommen noch Einschätzungen zum Image und zur Fremdwahrnehmung des adh hinzu. Abgeschlossen wird das Kapitel durch die Darstellung der Gesamtzufriedenheit, die gesondert erhoben und berechnet wurde.

5.1 Tätigkeitsfeld Wettkampf

Die Gesamtzufriedenheit im Bereich Wettkampf, die über alle Bewertungsfragen zum Wettkampf hinweg berechnet wird, beträgt 72%. Sie liegt damit nochmals sechs Prozentpunkte über dem Wert aus 2004. Zu den bewerteten Teilaspekten zählen unter anderem die Angebotsbreite und Differenzierung des Programms, die einen Zufriedenheitsgrad von 70% belegen. Mit 71% wird die Qualität der Veranstaltungsdurchführung nur marginal höher bewertet. Diesbezüglich hat im Vergleich zum Jahr 2004 eine Umkehrung stattgefunden, wo das Programm noch vor der Durchführung lag.

Sowohl die Sportstättenqualität als auch das Schieds- und Kampfrichterwesen bei adh-Meisterschaften wurden als zufrieden stellend (72%) bewertet. Mit 71% wird die Wettkampforga-nisation nur unwesentlich schlechter bewertet. Allerdings haben sich deutlich mehr Befragte zur

Wettkampforganisation als zu den beiden anderen Punkten geäußert. Folglich liegt der berechnete Index bei 71% und nicht bei 72%.³

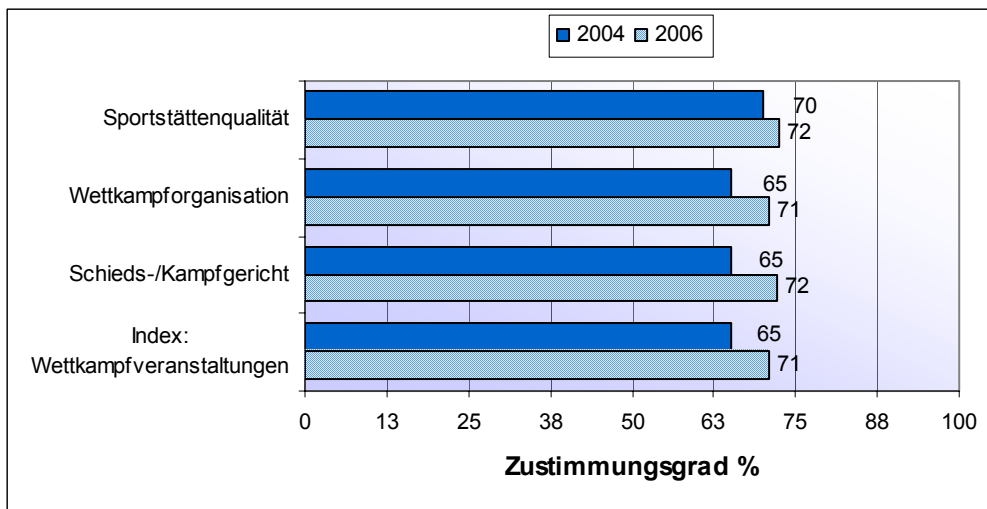


Abbildung 5: Zufriedenheit mit der Durchführung von Wettkampfveranstaltungen

Die Zustimmungsanalyse verschiedener Aussagen zum Wettkampfprogramm führt zu dem Ergebnis, dass die Angebotspalette noch mehr als zuvor als außerordentlich breit gefächert wahrgenommen wird. Die Zufriedenheit in diesem Zusammenhang liegt bei „sehr zufrieden“ (Zustimmungsgrad 85%). Eine deutliche Verbesserung im Vergleich zum Jahr 2004 ist im Bereich der internationalen Wettkampfveranstaltungen festzustellen. Das betrifft einerseits die Ausrichtung, die mit einem Zustimmungsgrad von 75% inzwischen ebenfalls bei „sehr zufrieden“ liegt. Andererseits haben sich auch die Werte für die Entsendung von Aktiven zu internationalen Meisterschaften von 58% auf 66% deutlich erhöht. Eine Steigerung ist des Weiteren im Bereich der Organisation von nationalen Wettkämpfen (auf 73%) sowie bei der Unterstützung bei der Ausrichtung von Meisterschaften durch den adh auf nunmehr 65% festzustellen. Gleich geblieben ist hingegen die Bewertung der Ergebnisberichterstattung auf der Verbandswebsite hinsichtlich der Vollständigkeit (65%). Bezüglich der Aktualität ist zwar eine Verschlechterung zu verzeichnen, bei einem Zustimmungsgrad von 71% bleibt die Mitgliederzufriedenheit dennoch auf einem hohen Niveau.

³. Siehe Ausführung zur Indexberechnung in Kapitel 3

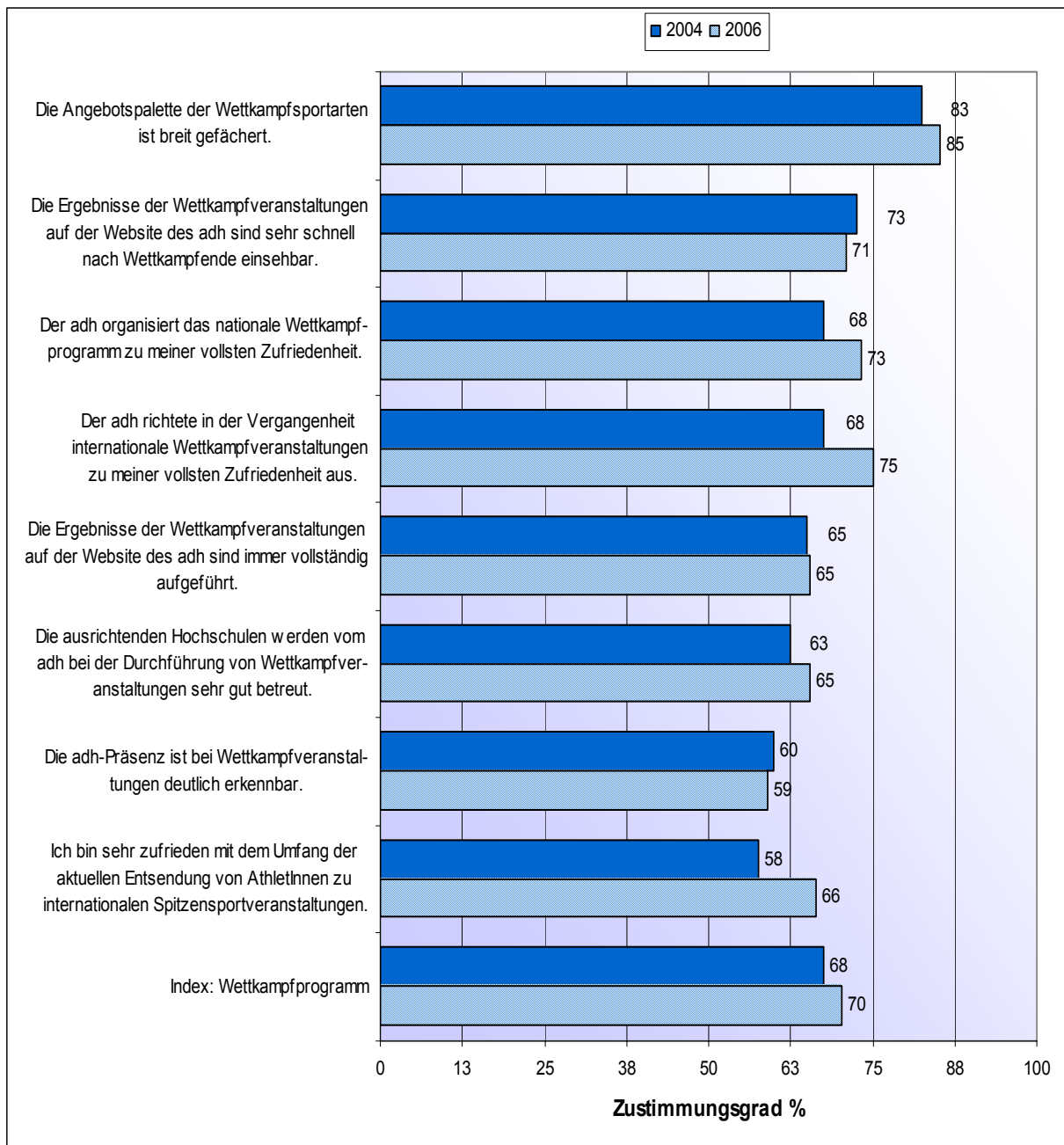


Abbildung 6: Zufriedenheit mit verschiedenen Aspekten des Wettkampfprogramms

Am schwächsten und mit negativer Tendenz schnitt die werbliche adh-Präsenz bei den Veranstaltungen (59%) ab. Auch wenn dieser Wert noch immer im Bereich „eingetrübte Zufriedenheit“ liegt, scheint hier Handlungsbedarf zu bestehen. Mit der Anschaffung und dem Einsatz zusätzlicher Banner soll dem aufgezeigten Problem zukünftig entgegengewirkt werden.

5.2 Tätigkeitsfeld Aus- und Weiterbildung

Der Bereich Aus- und Weiterbildung liegt insgesamt bei einem Zustimmungsgrad von 65%. Eine deutliche Steigerung gegenüber 2004 ist bei der Bewertung der Seminare durch die Mitglieder festzustellen (siehe Abb.7 und 8)

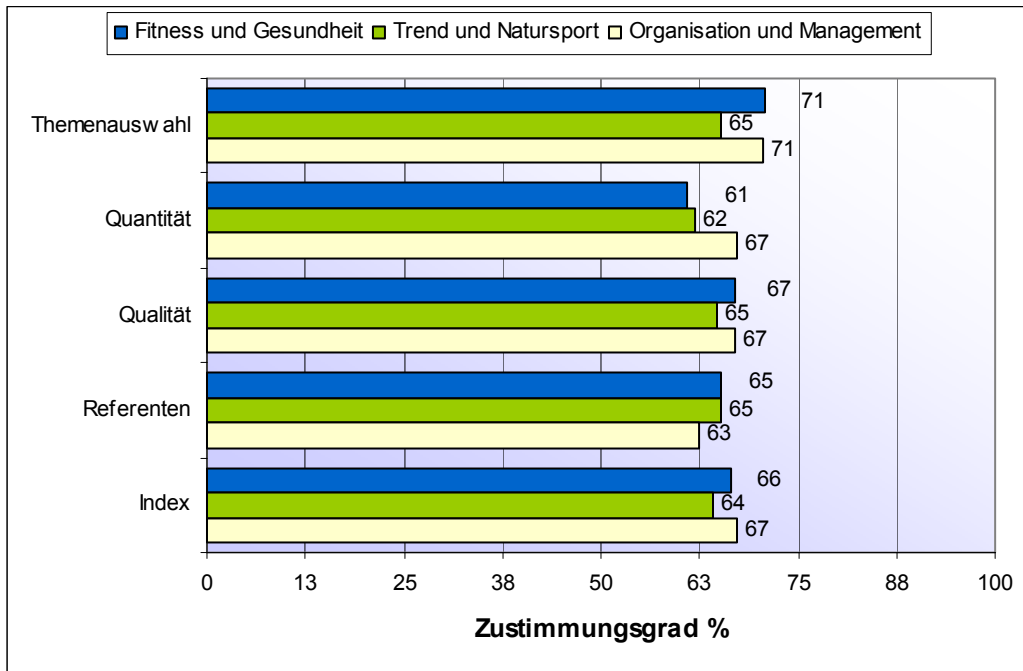


Abbildung 7: Zufriedenheit mit Bildungsangebot (2004)

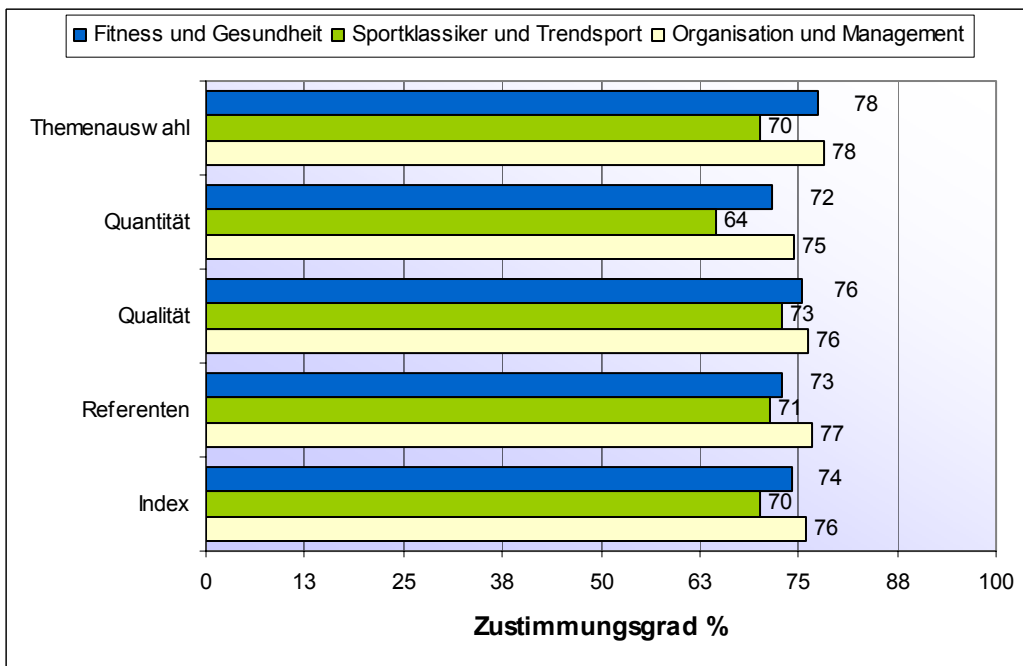


Abbildung 8: Zufriedenheit mit Bildungsangeboten (2006)

Was die allgemeinen Aussagen zum Bildungsangebot anbelangt, sei der Vollständigkeit halber erwähnt, dass die Aussage zur Zufriedenheit mit der Ausrichtung und Durchführung von Kongressen/Konferenzen in 2006 nicht relevant war, da selbige im Untersuchungszeitraum nicht stattfanden. Dafür wurde eine Aussage zur Ausbildung der Übungsleitenden in diesen Komplex aufgenommen. Während hinsichtlich der Vielseitigkeit des Bildungsangebots (72%) und der Auswahl der Tagungsthemen (70%) Zufriedenheit besteht, müssen auch dieses Mal wieder deutliche Defizite bei regionalen Angeboten (42%) konstatiert werden. Die noch dazu negative Entwicklungstendenz in diesem Bereich verstärkt die Notwendigkeit verbandsseitig geeignete Maßnahmen zu ergreifen, um das regionale Angebot zu verbessern.

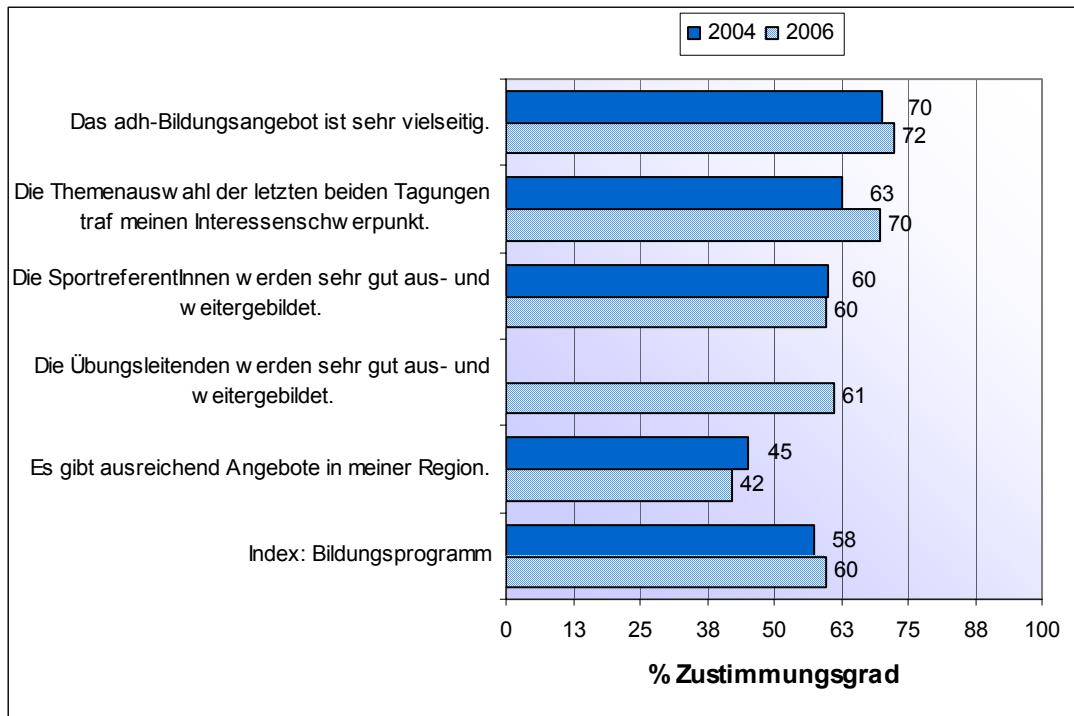


Abbildung 9: Bewertung allgemeiner Aspekte des Bildungsprogramms

Die Bewertung zweier weiterer Aussagen, die dem Bildungsreferat als Orientierungshilfe dienen sollen, gehen nicht in den Bildungsprogrammindex ein. Diese betrafen zum einen die Frage, ob bei Arbeitstagungen der Schulungsanteil gegenüber dem Informationsanteil überwiegen sollte. Der Zustimmungswert beträgt diesbezüglich 57%. Des Weiteren wurde nach einem zusätzlichen Angebot von Arbeitstagungen für kleinere Hochschulen gefragt. Mit 71% wurde ein deutliches Votum für ein solches Zusatzangebot abgegeben.

Ebenfalls zur Orientierung wurde erstmals eine offene Frage nach gewünschten Themenfeldern für das Bildungsangebot gestellt. Interesse scheint an zusätzlichen Angeboten im Fitness- und Gesundheitsbereich zu bestehen. Insgesamt wurde dieser Bereich fünfmal ohne genauere Spezifizierung und ein weiteres Mal mit dem Thema Entspannungstechniken genannt. Im Bereich Sportklassiker und Trendsport wird viermal ein Mehrangebot an traditionellen Sportarten gewünscht, Trendsport wird hingegen nur einmal genannt. Darüber hinaus werden zusätzliche Ausbildungsangebote bzw. Lizenzlehrgänge für Übungsleiter gewünscht (4 Nennungen).

Der folgenden Auflistung können die genannten Themen, die dem Bereich Organisation und Management zuzuordnen sind, entnommen werden (Originalzitate):

- Organisation/ Management
- zusätzliche Qualifizierungsprozesse in allen Hochschulsport-Managementbereichen
- Qualifizierung hauptamtlicher Hochschulsportmitarbeiter
- Schulung von Verwaltungskräften; Management-Seminare; Info-Veranstaltungen zu akt. Entwicklungen in der Hochschullandschaft
- Personalentwicklung
- Strukturen des HSSP; Personal- und Finanzen Absicherung durch Gesetzgeber und [...]
- Finanzstrategien (öffentlicher Haushalt +Fremdfinanzierung)/ Personalaufkommen/-pflege/-nachfolgesicherung/ Wachstums- und Professionalisierungsstrategien
- Marketing, Vermarktungsstrategien; betriebswirtschaftliches Vorgehen, Steuerproblematik
- Sponsoring im Hochschulsport; Eventmanagement
- Sportmarketing
- FH-Problematik als Arbeitstagung/ Arbeitstagungen für kleine HS
- Sportrecht
- mehr sportartspezifische bzw. neue Erkenntnisse der Sportwissenschaft

5.3 Tätigkeitsfeld Information

Der Bereich Information erreicht insgesamt einen Zufriedenheitsgrad von 75%. Bezüglich der verschiedenen Medien des adh erzielt die Gestaltung einen Zustimmungsgrad von 77% Der Informationsgehalt liegt bei 75%. Als zu bewertende Medien wurden erstmals auch der Jahresbericht und das Jahrbuch hinzugenommen. Auffällig in diesem Zusammenhang ist die niedrigere Antwortquote, was auf einen geringeren Bekanntheitsgrad im Vergleich zu den anderen adh- Medien schließen lässt.

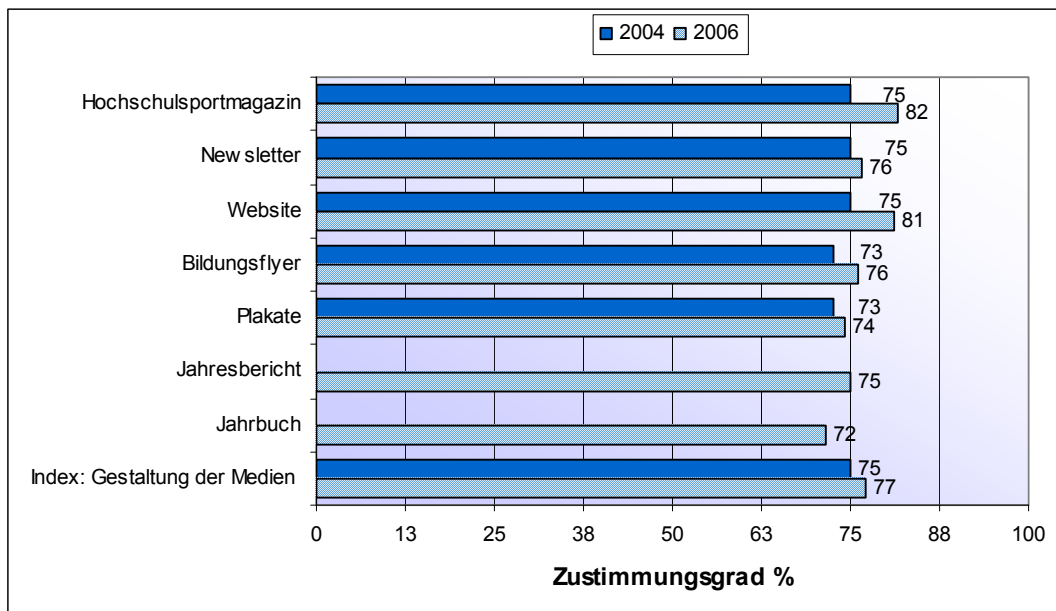


Abbildung 10: Zustimmung zur Gestaltung der adh-Medien

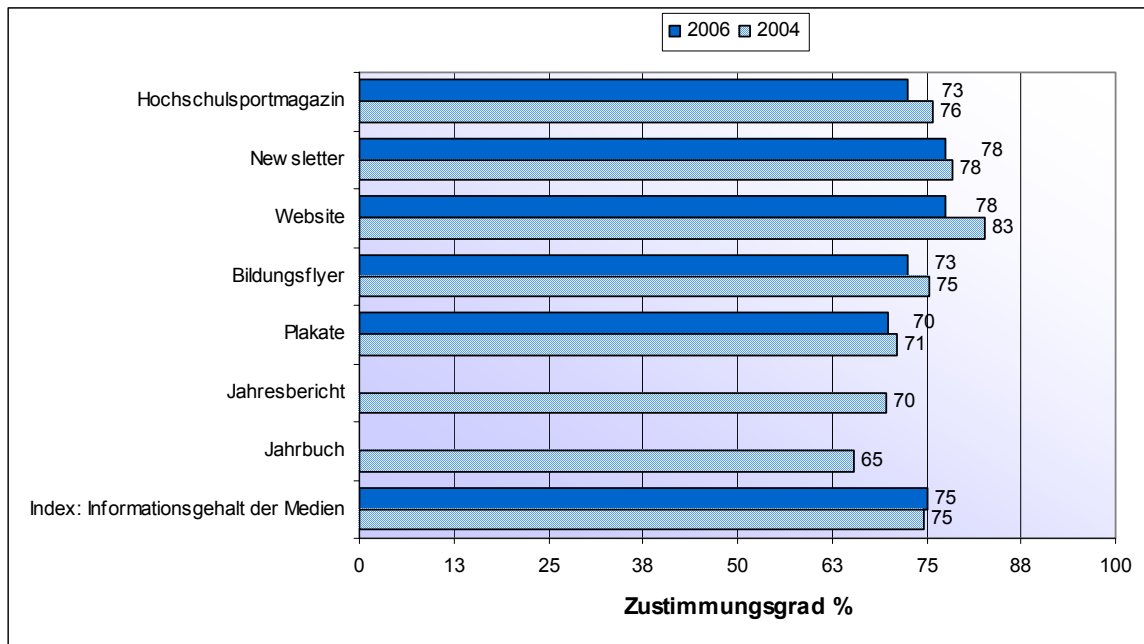


Abbildung 11: Zustimmung zum Informationsgehalt der adh-Medien

An dieser Stelle von besonderem Interesse und in den Fragebogen neu aufgenommen, ist die Frage 9 nach der Wichtigkeit der einzelnen Medien für die Befragten. Bedauerlicherweise führte ein Wechsel beim Antwortkategorienchema zu Verwirrung. Dies spiegeln die zahlreichen Korrekturen wider, bei denen die ihren Irrtum bemerkten. Bei einer hohen Anzahl von Fragebögen standen die an dieser Stelle gemachten Angaben in deutlichem Widerspruch zu den sonst im Fragebogen gemachten Aussagen. Eine Auswertung erschien aus diesem Grund wenig sinnvoll.

Was den Gesamtkomplex Berichterstattung anbelangt, konnte der adh nochmals zulegen. So kann in allen Berichterstattungsfeldern ein prozentualer Zugewinn verzeichnet werden, was sich letztlich auch in einem Gesamtindex von 71% widerspiegelt. Dabei werden die Berichterstattungen zu nationalen wie internationalen Wettkampfveranstaltungen nach wie vor am Besten bewertet (78% bzw. 79%). Die Bildungsveranstaltungen liegen mit 70% etwas dahinter. Die Kategorie „andere Aktionen“ erreicht die 65%-Marke und die Zufriedenheit mit der Berichterstattung über die politischen Aktivitäten des adh wird mit 60% Zustimmung bewertet.

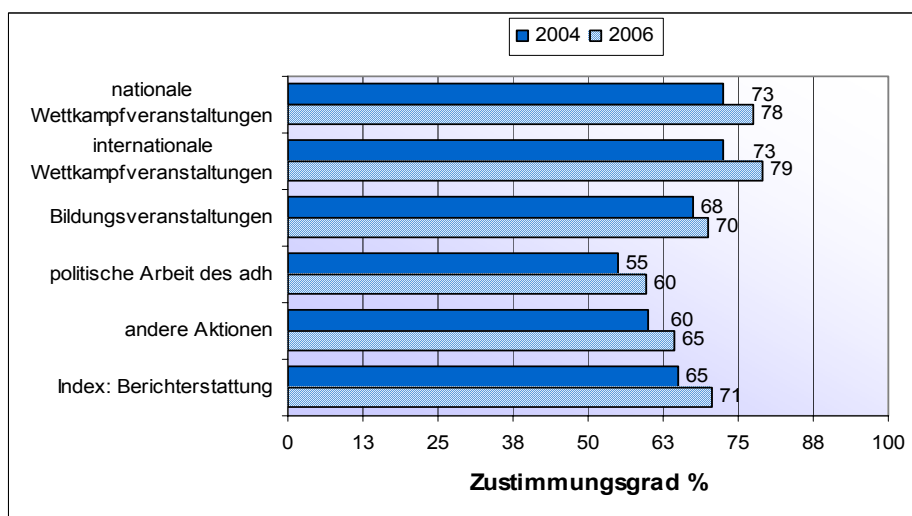


Abbildung 12: Zustimmungswert zur Berichterstattung in den Medien des Verbandes

Um die Interessen der Mitgliedschaft für die zukünftige inhaltliche Ausrichtung der adh-Medien berücksichtigen zu können, wurden zusätzlich zwei offene Fragen gestellt. Die Befragten sollten zum einen Themenbereiche benennen, die neu oder verstärkt in den adh-Medien aufgegriffen werden sollten. Ebenfalls erfragt wurden die Themen, die im Gegenzug eher reduziert werden könnten. Die vorgeschlagenen Themen inklusive der Anzahl der Nennungen sind in Tabelle 2 zusammengefasst.

Tabelle 2: Themenbereiche der adh-Medien

Themenbereiche, die in den adh-Medien verstärkt bzw. neu angeboten werden sollten	Themenbereiche, die in den adh-Medien weniger relevant sein sollten
<ul style="list-style-type: none"> • Hochschulsportpolitische Entwicklungen/ Ergebnisse von Gesprächen mit politischen Organisationen/ Ministerien (4) • Trends im Sport (4) • Vorstellen von verschiedenen Hochschulsporteinrichtungen/ -standorten (3) • Spezifische Themen für kleinere Hochschulen/ FHs (3) • Landeskonferenzen mit Arbeitsschwerpunkten (2) • Sportstättenentwicklung (2) • Bildungsveranstaltungen (2) • Hochschulsport an HS ohne Sportwissenschaft/ Strukturelle Einbindung des Hochschulsports (2) • Gesundheitssportliche Themen (1) • Kurskonzepte (1) • Nachfolgebesezung ausscheidender Leiter (1) • ECTS (1) • Lehramtsstudium (Sport) (1) 	<ul style="list-style-type: none"> • Bestimmte Wettkampf-/ Sportveranstaltungen (2) • DC-Laudatien (1) • Sportpraktische Weiterbildung (1) • Leistungssport (1) • Trendsportarten (zu kurzlebig) (1) • Tandem/Frauenpolitik (überproportional) (1)

Wie im Jahr 2004 wird auch für 2006 im Bereich der Nutzungsmöglichkeiten des Verbandes als allgemeine Informationsplattform ein Index mit dem Zustimmungsgrad von 75% berechnet.

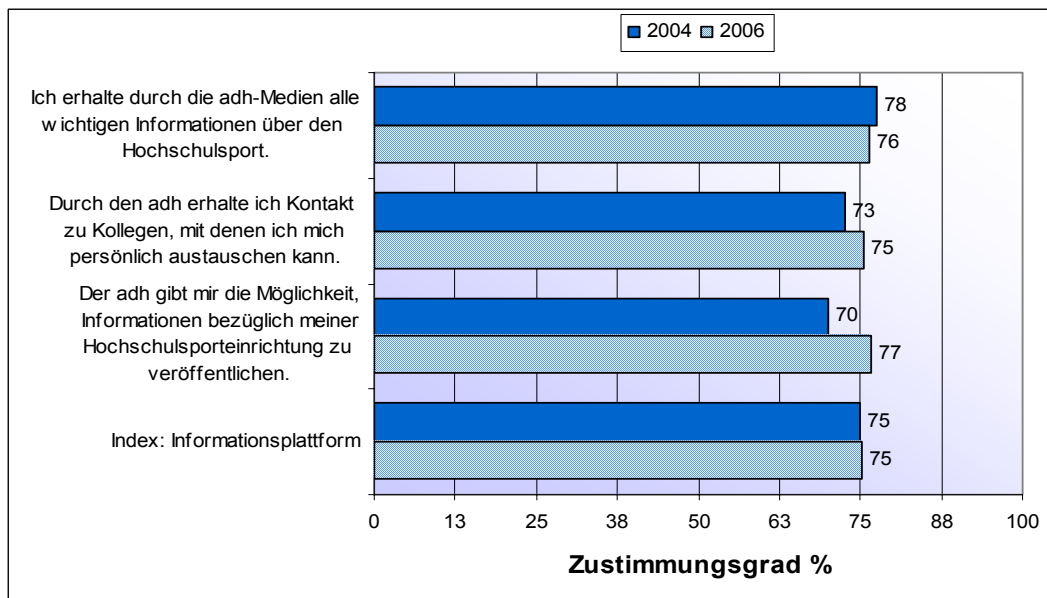


Abbildung 13: Zustimmungsgrad zu den Austausch- und Informationsmöglichkeiten

5.4 Tätigkeitsfeld Interessenvertretung

Im Bereich Interessenvertretung werden im Vergleich zu den anderen Tätigkeitsfeldern des Verbandes nach wie vor niedrigere Zufriedenheitswerte erzielt. Die Werte konnten aber gegenüber 2004 in allen Teilbereichen verbessert werden, was letztendlich zu einer Steigerung des Zufriedenheitsgrads beim Index von 57% auf 63% führt. Insgesamt zählt das Arbeitsfeld Interessenvertretung damit zu den Dienstleistungsbereichen mit dem größten Zugewinnen. Hier tragen offenbar die verstärkten Verbandsaktivitäten insbesondere im Bereich Öffentlichkeitsarbeit Früchte. Als Reaktion auf die Ergebnisse der letzten Mitgliederbefragung wurde nämlich über die politische Arbeit des Verbands deutlich intensiver berichtet.

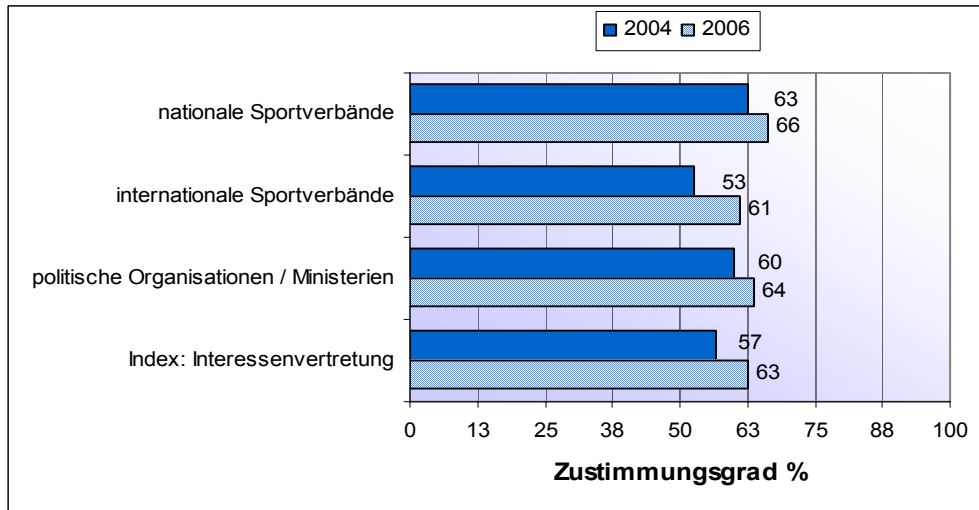


Abbildung 14: Einschätzung der Interessenvertretung durch den adh

Darüber hinaus wurden die Befragten erneut gebeten, ihre Einstellung zum Statement, dass der adh noch mehr tun könne, um den Hochschulsport angemessen zu vertreten, anzugeben. Von ehemals 52,6% stimmen inzwischen nur noch 46,1% der Befragten dieser Aussage zu.

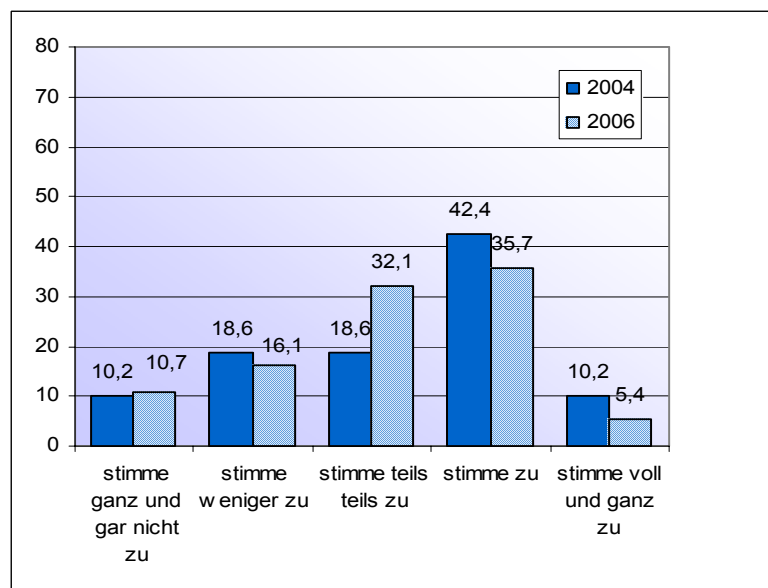


Abbildung 15: Zustimmung zum Optimierungspotenzial der Interessenvertretung durch den adh

Die genannten Bereiche, in denen der adh aktiver sein sollte und wie er diese Vorgabe umsetzen könnte, sind als Originalzitate Tabelle 3 zu entnehmen. Am häufigsten wird wie bereits in 2004 der Bereich der Interessenvertretung gegenüber der Politik und anderen Verbänden thematisiert.

Tabelle 3: Neue oder zu optimierende Vertretungsbereiche für den adh

Thema	In welchem Bereich? → Auf welche Weise?
Fort- und Weiterbildung	<ul style="list-style-type: none"> • Bildung → mehr Interesse an der Sache, Personal z. B. • Bildung ist schon gut mehr davon → Weiterbildung, ÜL-Ausbildung Grundlagen
Information	<ul style="list-style-type: none"> • → Tageszeitungen über den adh-Sport informieren
Interessenvertretung	<ul style="list-style-type: none"> • Förderung von Spitzensportlern • Zusammenarbeit mit Fach- und Sportverbänden verstärken → auf die Wichtigkeit hinweisen. • Interessenvertretung gegenüber internationalen und nationalen Sportverbänden verbessern • HRK → um Teilnahme eines adh-Vertreters kämpfen • → Handeln, nicht reden • Vernetzung mit dem politischen System → ständige Vertretung • → regelmäßige Gespräche mit allen sportpolitisch relevanten Institutionen • Förderung und Begründung von institutionellen Fördermitteln → kämpfen (er ist auf einem sehr guten Weg)
Stärkung der Mitglieder	<ul style="list-style-type: none"> • Sportstättenbau und Sanierung an Hochschulen ohne Sportwissenschaft unterstützen • Kernkompetenz des Hochschulsports als Breitensportorganisation → Stärken des HSSP im Bereich Breitensport als weichen Standortfaktor, Profilbildung der HS im Sport, Identifikation mit der HS durch Sport. • Stellenausstattung des Hochschulsports.
Beratung	<ul style="list-style-type: none"> • Hochschulen → in Abständen HS besuchen, Gespräche mit ASTA/ Referat usw.
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Werbung

5.5 Tätigkeitsfeld weitere Dienstleistungen

Die ausgezeichnete Bewertung des Verbandes hinsichtlich des Umgangs mit Anliegen aus der Mitgliedschaft aus dem Jahr 2004 konnte in 2006 nicht nur bestätigt, sondern sogar noch verbessert werden. Mit einem Zufriedenheitsgrad von 75% kann von einem gut funktionierenden Beschwerdemanagement gesprochen werden.

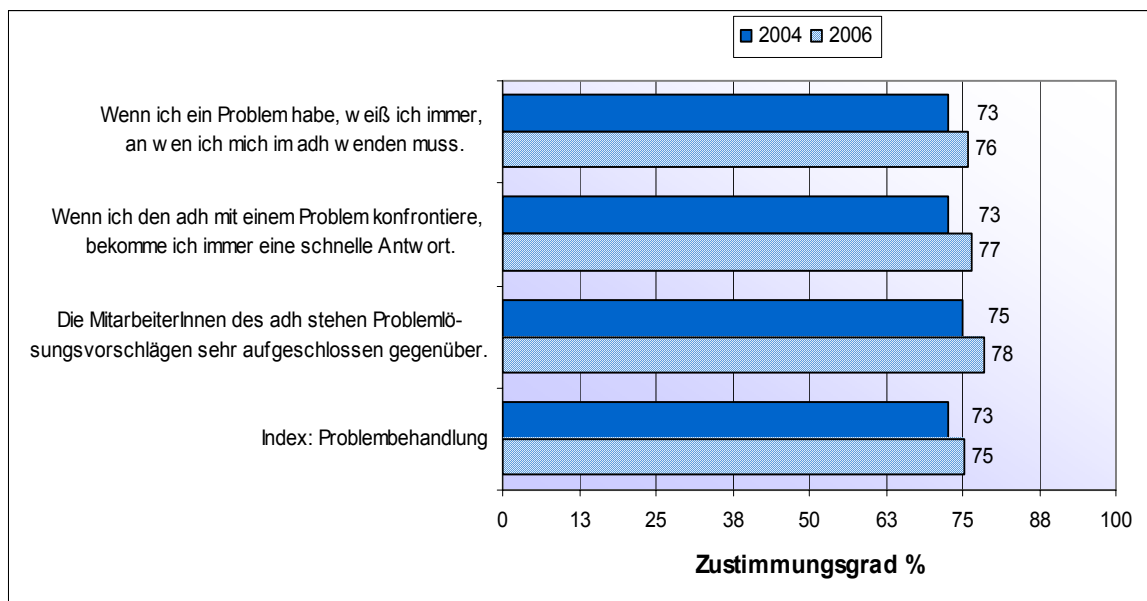


Abbildung 16: Einschätzungen zur Bearbeitung von Anliegen und Problemen der Mitgliedschaft

An wen wenden sich die Mitglieder bei Fragen und Anliegen zum Hochschulsport?

Es wurde nach den Ansprechpartnern gefragt, die kontaktiert werden, wenn konkrete Informationen zu übergeordneten Themen des Hochschulsports benötigt werden. Noch häufiger als in 2004 werden die Fachreferentinnen und -referenten mit 55,1 % genannt, während bei der Nennung von Kolleginnen und Kollegen anderer Hochschulen ein Rückgang festzustellen ist.

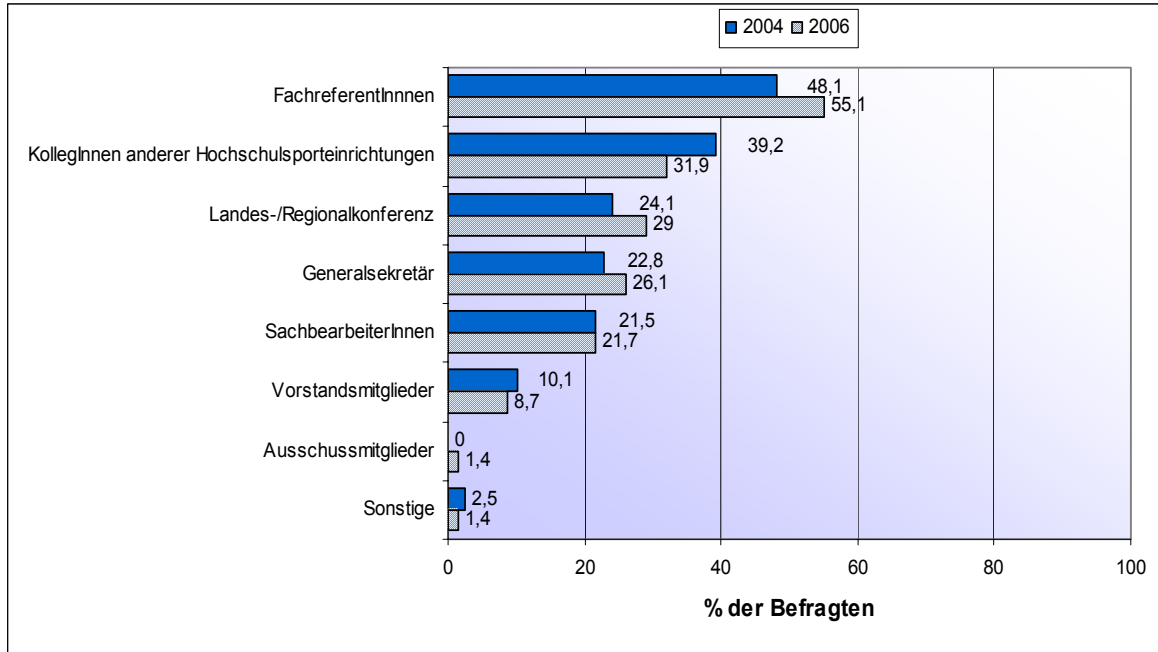


Abbildung 17: Ansprechpartner für Themen des Hochschulsports (Mehrfachnennungen möglich)

Die Arbeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Geschäftsstelle in Dieburg wird durch einen nochmals gestiegenen Zufriedenheitsgrad bei den Mitgliedern (82%) besonders honoriert.

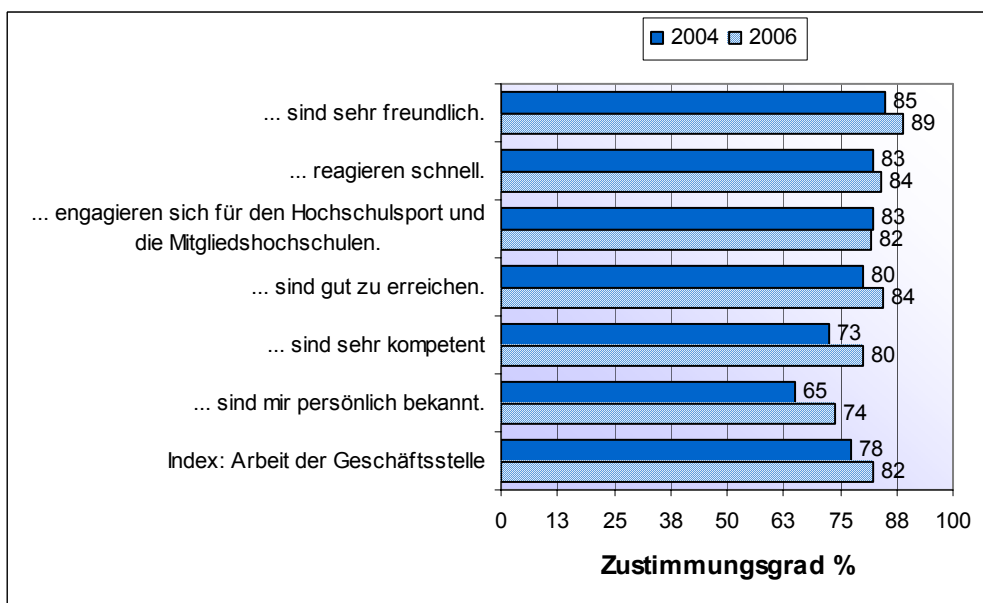


Abbildung 18: Zustimmung zur Arbeit der Geschäftsstelle

Zu den Dienstleistungen der Geschäftsstelle gehört unter anderem der Versand von Informationsmaterialien. Erneut wurden die Mitglieder zur Art der Informationsverbreitung befragt, um ggf. Anpassung vornehmen zu können. Von besonderem Interesse bleibt insbesondere die Frage, ob das Informationsmaterial des adh zukünftig eher online oder eher per Post verschickt werden sollte. Zur Erhebung dieses Sachverhalts wurde den Befragten eine prozentuale Gewichtung angeboten. Im Mittel entschieden sich die Mitglieder für ein Versandverhältnis von 55% online und 45% per Post. Allerdings waren die Antworten wiederum sehr heterogen (Standardabweichung von 27,6%).

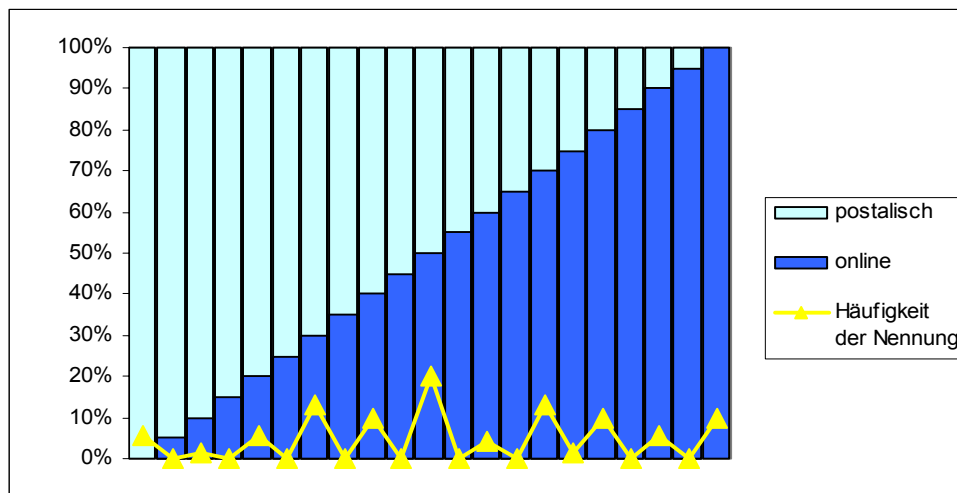


Abbildung 19: Wunsch nach online oder postalischer Verschickung

Die Vermarktung des adh und seiner Mitgliedshochschulen gehört zum Arbeitsfeld der Hochschulsportmarketing GmbH (HSM). Ihr Arbeitsbereich war mit zwei Statements zum Thema Verbundkauf im Fragebogen repräsentiert. Weitere Aufgabenbereiche der HSM, wie Sponsoring und lokaler Support, blieben unberücksichtigt. Der Zufriedenheitsgrad für den Verbundkauf liegt insgesamt bei lediglich 59% und damit einen Prozentpunkt über dem des Jahres 2004⁴. Im Vergleich zur Befragung von 2004 erreichen die von der GmbH ausgehandelten Konditionen einen höheren Wert, während die Bedarfsabdeckung eine negative Tendenz aufweist.

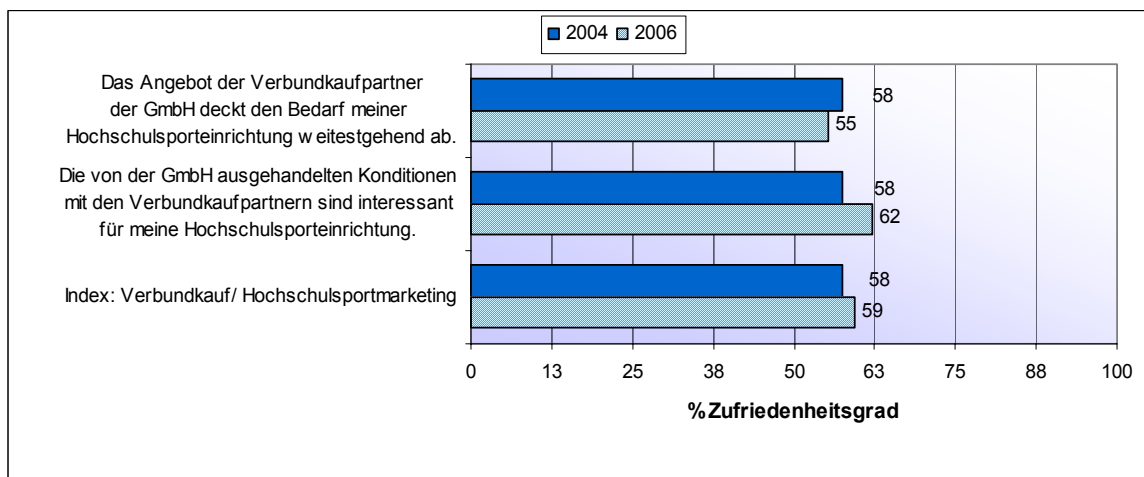


Abbildung 20: Zufriedenheit mit den Vermarktungsaktivitäten des Verbandes

⁴ Einige Aussagen zur Hochschulsportmarketing GmbH, die im Fragebogen von 2004 noch enthalten waren, die auch in den Gesamtindex eingingen, wurden 2006 nicht mehr einbezogen. Um die Entwicklung von 2004 zu 2006 dennoch deutlich zu machen, wurde der Index für 2004 neu berechnet.

Im weitesten Sinne gehören in diesen Angebotsbereich auch die umfangreichen Versicherungsleistungen für die Hochschulen, die über den Verband in Anspruch genommen werden können. Bestandteile dieser Angebote sind der Versicherungsschutz für Übungsleiterinnen und Übungsleiter, Gruppen-Unfallversicherungen, Sport- und Veranstaltungshaftpflichtversicherungen sowie Rechtsschutzversicherungen. Bei den in 2004 ermittelten Defiziten bei der Bekanntheit dieser Dienstleistung innerhalb der Mitgliedschaft konnte ein Stück weit Abhilfe geschaffen werden, da der Anteil derer, denen besagte Leistungen nicht ausreichend bekannt sind, von 63% auf 40% gesenkt werden konnte. Dennoch muss die Aufklärung über versicherungsrechtliche Fragen weiterhin ein wichtiges Arbeitsfeld des adh bleiben.

Für das Sommersemester 2007 planen 39% der Befragten eine Übungsleiterversicherung für ihre Hochschulsporteinrichtung in Anspruch zu nehmen.

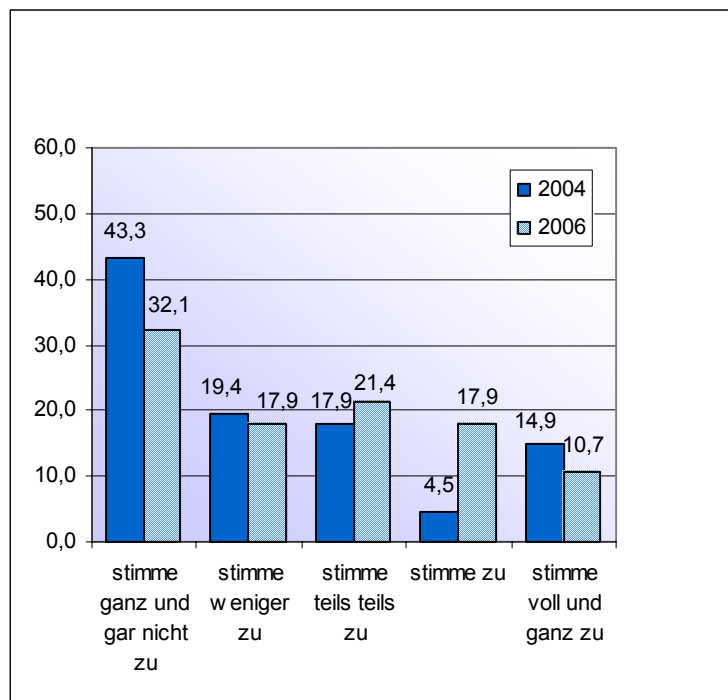


Abbildung 21: Zustimmung zum Statement "Mir ist der volle Umfang der vom adh angebotenen Versicherungsleistungen bekannt."

5.6 Einschätzungen zu Image und Fremdwahrnehmung des adh

Die Fragen nach der Zustimmung zu Statements bezüglich des Images und der Fremdwahrnehmung des adh zeigen eine deutlich positive Tendenz. Die Zufriedenheit mit dem adh als Partner im Wettkampfsport (80%) und in der Bildung (80%) ist sehr zufrieden stellend. Gleiches gilt für den Bereich Innovation (75%). Auf einem guten Niveau befinden sich die Imagewerte zur Zukunftsorientierung (74%) und mit einer erheblichen Steigerung im Vergleich zu 2004 auch die zur Transparenz der Leistungen (74%) sowie die Werte zur Modernität (71%), Flexibilität (70%), Reaktion auf Trends (70%), Mitgliederorientierung (69%), zum politischen Engagement (68%) und zur Attraktivität für Studierende (66%). Etwas schwächer, aber dennoch mit einem deutlichen Zugewinn, werden das Ansehen des adh bei anderen Sportverbänden (57%) und der Einfluss des Verbandes insgesamt (47%) eingeschätzt.

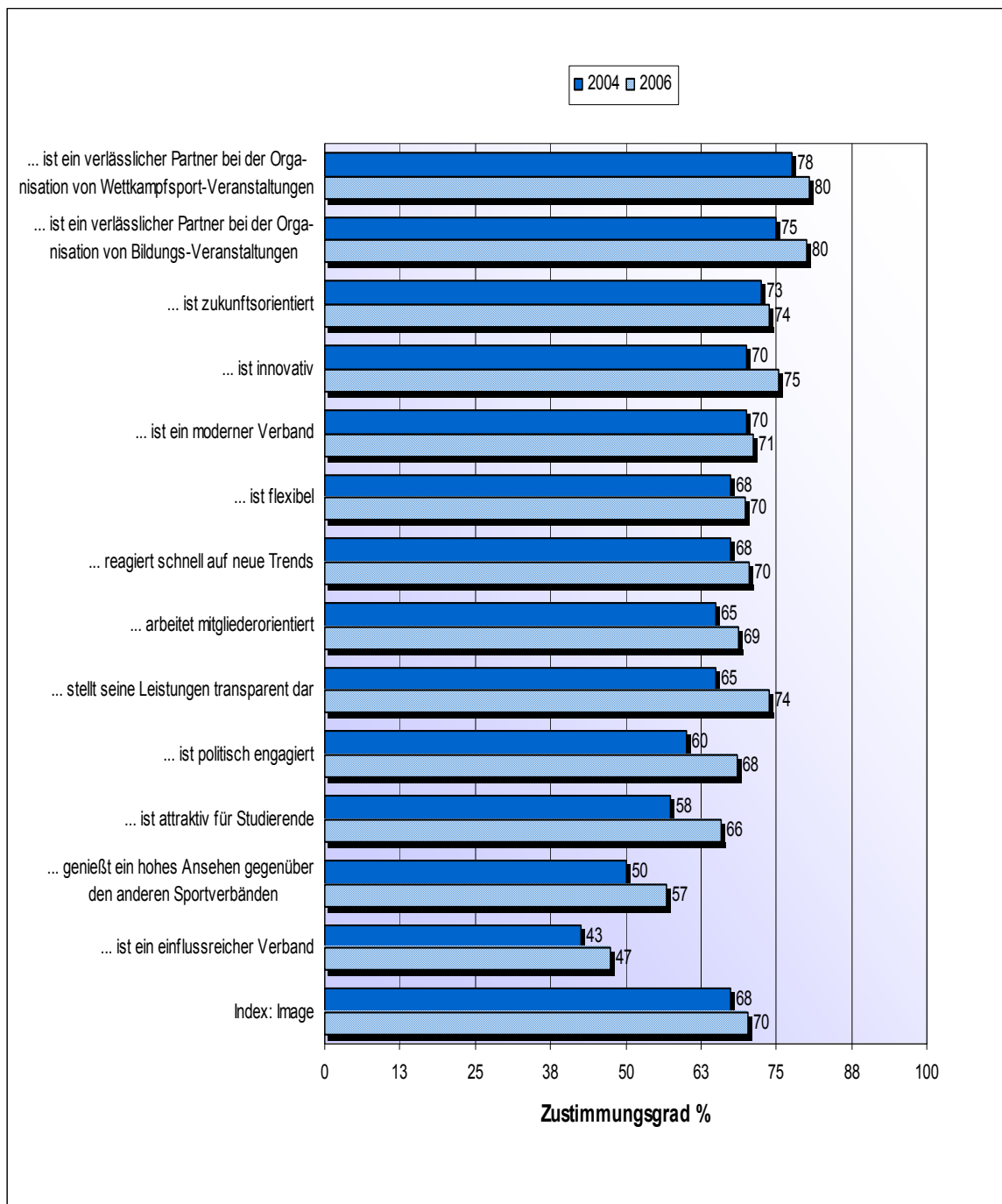


Abbildung 22: Image und Fremdwahrnehmung des adh

In einem weiteren Block an Statements wurden Einstellungen abgefragt, die sich vor allem mit dem Personal des adh befassen. Die Mitglieder sind mit der Repräsentation durch das ehrenamtliche (72%) und hauptamtliche Personal (77%) zufrieden. Ihre Zufriedenheit ist groß genug, als dass sie Nichtmitgliedern eine Mitgliedschaft im Verband empfehlen würden (79%).

Die Besonderheit des adh mit seinen paritätisch besetzten Gremien hat eine hohe Akzeptanz. Zufriedenheit herrscht auch bei den inhaltlichen Schwerpunkten der Verbandsarbeit, wenn gleich diese etwas schwächer (68%) bewertet werden.

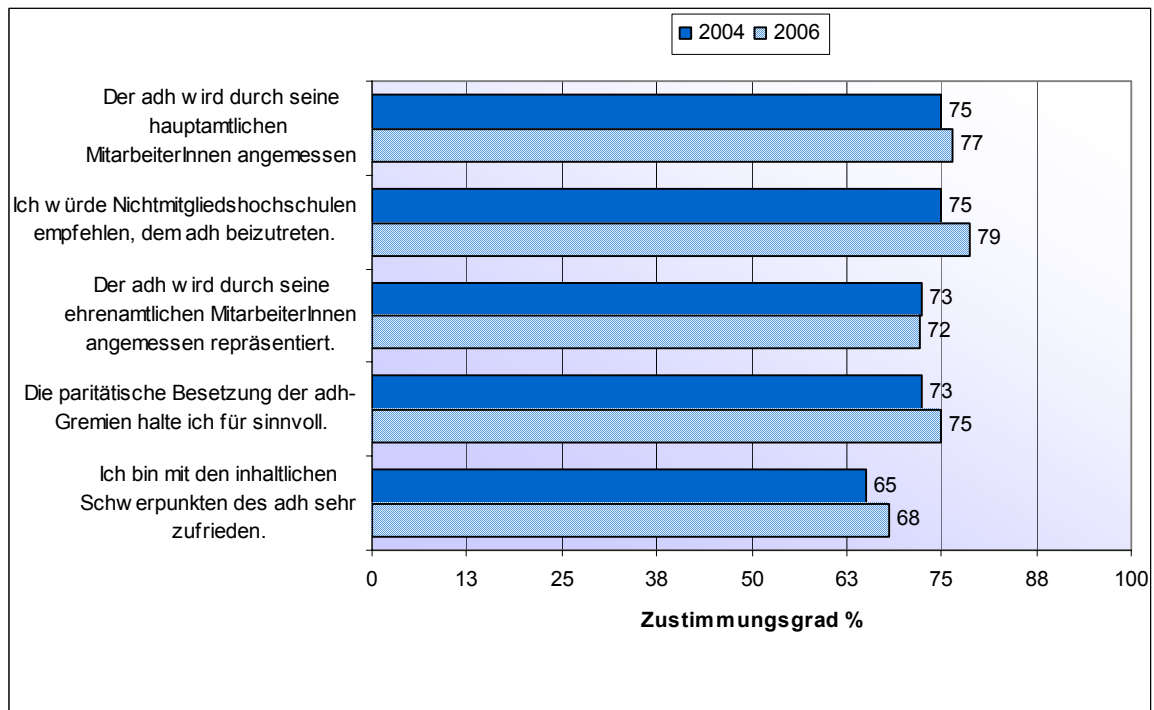


Abbildung 23: Repräsentation und inhaltliche Ausrichtung

Die paritätische Beteiligung Studierender stellt eine besondere Form demokratischer Teilhabe aller Statusgruppen im Verband dar. Dabei ist eine interessante Frage, ob die Aufgabe der Akquise geeigneter Kandidaten für zu besetzende Gremien eher eine Sache der Hochschul-sportmitarbeiterinnen und -mitarbeiter sowie der Sportreferentinnen und -referenten ist oder eine der ehren- und hauptamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des adh. Die Befragten wurden gebeten, eine Aufteilung der Motivationsarbeit zwischen diesen beiden anzugeben. Im Schnitt wurde eine Aufteilung von 46,8% bei den Mitgliedern und 53,2% beim adh genannt. Tendenziell wird diese Aufgabe 2006 eher bei den adh-Mitarbeitenden gesehen. 2004 war dies noch umgekehrt, mit 54,9% sah man hier eine größere Verantwortung bei den Mitgliedern.

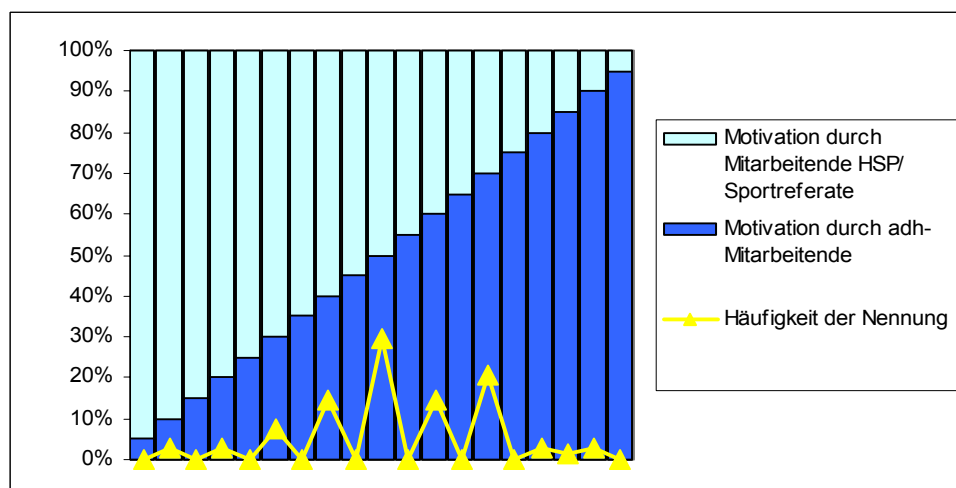


Abbildung 24: Aufteilung der Akquisitions- und Motivationsaufgabe

5.7 Einschätzungen zum Gesamtaufgabenspektrum

Die Mitgliedshochschulen wurden des Weiteren gebeten, verschiedene Aufgabenfelder des adh mit Hilfe einer zehnstelligen aufsteigenden Skala zu beurteilen. Dabei erwies sich ähnlich wie bei Frage 9 der Wechsel im Antwortkategorienchema als problematisch. Auch hier standen die Antworten deutlichem Widerspruch zu den sonstigen Angaben, weshalb auf eine Auswertung dieser Frage verzichtet wurde.

An anderer Stelle wurde im Fragebogen gefragt, ob bei der Arbeit des Verbandes noch weitere Schwerpunkte vertreten werden sollten. Auf diese Frage wird erneut mit insgesamt lediglich sieben Anmerkungen vergleichsweise selten geantwortet, was wiederum als Indiz für eine grundsätzliche Zufriedenheit mit dem bestehenden Aufgabenkanon interpretiert werden kann. Folgende Antworten wurden gegeben (Originalzitate):

- Unterstützung beim Sportstättenbau an Hochschulen/ politischen Einfluss hier verstärken
- Organisation des Hochschulsports/ Bildungsprogramm
- Lösung Strukturproblem Standort-Mitgliedschaft
- Stärkere Fokussierung zur Kernkompetenz (Breitensport) im Rahmen des Verbandsauftritts
- Inhaltlich fundiertes Seminar/ Treffen für FH und kleine HS
- Strukturelle Einbettung des Hochschulsports an Universitäten; klare Stellungnahmen
- Als Kontrapunkt zum Wettkampf, den Sport nutzen die Bedürfnisse des sozialen Menschen mit ihren Widersprüchen zu thematisieren.

Die Frage, auf welche Leistungen des adh die Befragten zur Vermeidung einer Beitragserhöhung verzichten könnten, blieb in 68,5% der Fälle unbeantwortet bzw. wurde mit „keine“ beantwortet. Am häufigsten werden als verzichtbare Leistungen Bildungsveranstaltungen genannt, gefolgt von Wettkampfveranstaltungen und einzelnen Printmedien, wobei keine Einigkeit darüber besteht, auf welche Printmedien verzichtet werden kann. In diesem Zusammenhang wird auch der Postversand als nicht erforderliche Leistung genannt. Vereinzelt wird angegeben auf Ausgaben für Leistungssport, für Frauenpolitik, sowie auf die Präsenz des Vorstandes bei Veranstaltungen verzichten zu können. Insgesamt ist aber ein Votum für den bestehenden Aufgaben- und Aktivitätskatalog des adh eindeutig.

5.8 Gesamtzufriedenheit

Neben den zuvor beschriebenen Zufriedenheiten mit diversen Einzelaspekten der Verbandsarbeit wurde abschließend die Frage nach der Zufriedenheit der Mitgliedschaft insgesamt gestellt. Nachdem sich die Einzelzufriedenheiten in der Regel wie ausgeführt im Bereich „zufrieden“ ansiedelten, kann dieser Befund mit einem Wert von 74% konsequenterweise auch bei der Gesamtzufriedenheit reproduziert werden, dabei zeigt sich nochmals die deutliche Steigerung gegenüber dem Jahr 2004 mit 68%.

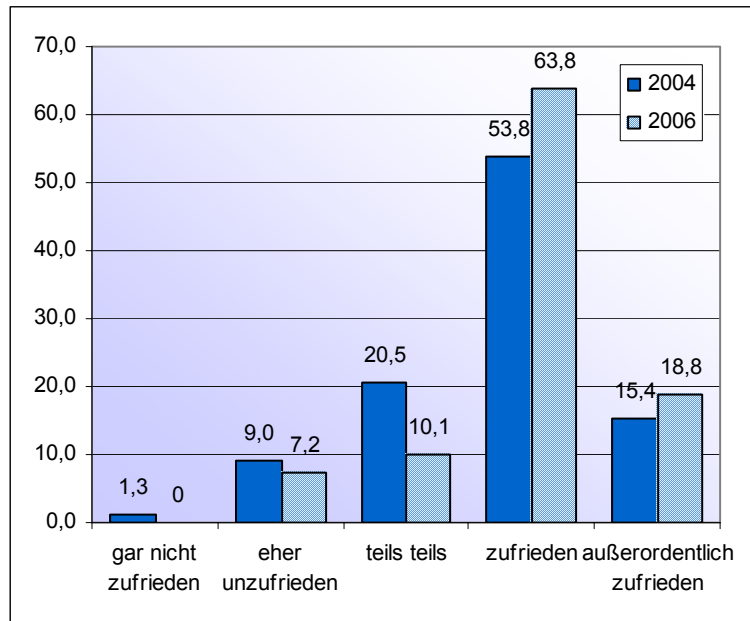


Abbildung 25: Gesamtzufriedenheit mit dem adh

In Ergänzung zur geschlossenen Frage der Gesamtzufriedenheit wurde eine offene zu allgemeinen Verbesserungswünschen der Mitglieder gestellt. Auf die Aufforderung „Wenn ich eine Änderung im adh vornehmen könnte, würde ich folgendes tun ...“ haben 74% keine Angaben gemacht oder meinen, es könne alles so bleiben wie es derzeit ist. Auch dies kann als Indiz für eine hohe Zufriedenheit gewertet werden und bestätigt damit Ergebnisse in Hinblick auf die Gesamtzufriedenheit. Insgesamt werden 24 Anregungen gegeben, die unterschiedliche Bereiche tangieren. Die Kategorisierung der einzelnen Statements ist – wie immer bei solchen Untersuchungen – nicht eindeutig.

Die folgende Auflistung (siehe Tabelle 4) enthält alle Statements im Original mit den vorgeschlagenen Zuordnungen.

Tabelle 4: Änderungswünsche und Anregungen für die Arbeitsbereiche des adh

Thema	Statement
Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> - Konzentration auf die Kernkompetenzen - Bessere Repräsentanz bei Veranstaltungen - Dynamischer, attraktiver - Übergewicht des Spitzensportthemas reduzieren - Die Homepage übersichtlicher gestalten. Wenn man etwas Spezielles sucht, findet man es nur nach langer Zeit.
Geschäftsstelle	<ul style="list-style-type: none"> - Mehr Pünktlichkeit - telef. Erreichbarkeit verbessern; Sekretariat besetzen; postalischen Versand mit wichtigen Fakten versehen (vgl. Zusendung von Ergebnislisten) zwei Plakate reichen aus
Interessenvertretung	<ul style="list-style-type: none"> - Engere Anbindung an die Landesverbände z. B. LHBW
Mitgliederorientierung	<ul style="list-style-type: none"> - Höhere Beteiligung der Mitglieder an Diskussionen und Entscheidungen. Breitere Verbandsöffentlichkeit - Verstärkung der "Basisnähe" (kleinere HS!!)
Struktur	<ul style="list-style-type: none"> - Notwendigkeit der Existenz eines eigenständigen Frauenressorts überdenken - Präsidialstruktur im Vorstand - Verstärkt erfahrene hauptamtliche Manager zugunsten von unerfahrenen Studierenden nutzen - Änderung der Verbandsstruktur, Landesverbände des adh Mitgliedervollversammlung - Delegiertenkonferenz - neue Struktur; neuer Vorstand; nur Hauptamtliche
Wettkampf	<ul style="list-style-type: none"> - Wettkampfsport reduzieren - Einheitliche Startgebühren für Wettkampfteilnahme bei verschiedenen Sportarten (z. B. 10€/Starter in allen Sportarten)
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> - die HSM erfolgreich machen - Betonung der Vermarktung auch zugunsten Mitgliedschaft

6 Innerverbandliche Vergleiche

Lassen sich zwischen verschiedenen verbandlichen Gruppen (Hochschultyp, Statusgruppen, Geschlechter) statistisch sichere Unterschiede herausarbeiten?

Insgesamt sind deutliche Unterschiede innerhalb der verschiedenen Gruppen relativ selten. Dennoch können einige signifikante Unterschiede festgestellt werden, die im Folgenden dokumentiert sind:

- Innerhalb der Aufspaltung nach **Hochschultyp** wird aufgrund der geringen Fallzahl „anderer Hochschultypen“ dieses Mal nur nach Universitäten und Fachhochschulen unterschieden. Es überrascht nicht, dass bei den Fachhochschulen ein deutlich höheres Interesse an einem zusätzlichen Angebot von Arbeitstagen für kleinere Hochschulen besteht. Daneben wird von ihnen auch ein höherer Schulungsanteil bei den Arbeitstagen Hauptamtlicher befürwortet. Das bereits aus dem Jahr 2004 dokumentierte geringere Interesse an einem Qualitätsmanagement könnte unter Umständen mitursächlich dafür sein, dass bei den Fachhochschulen weniger Befragungen unter den Hochschulsportteilnehmenden geplant sind.

- Betrachtet man die Ergebnisse innerhalb der **Statusgruppen** Studierende und Hauptamtliche lässt sich feststellen, dass die Studierenden den adh für einflussreicher halten, ihn jedoch durch seine hauptamtlichen Mitarbeitenden weniger gut repräsentiert sehen. Sie wenden sich bei Fragen zum Hochschulsport seltener an den Vorstand oder die Geschäftsstelle des adh und wissen insgesamt häufiger nicht, wen sie dort kontaktieren sollen. Darüber hinaus stimmen sie der Aussage, über die adh-Medien alle wichtigen Informationen über den Hochschulsport zu erhalten, weniger zu. Ein besonders ernstzunehmendes Ergebnis ist die insgesamt signifikant schlechtere Bewertung des Beschwerdemanagements des adh seitens der Studierendenschaft.
- Die Aufspaltung nach **Geschlecht** ist weniger ergiebig und deckt Unterschiede lediglich bei der Beurteilung der Gestaltung des Bildungsflyers auf, die Frauen insgesamt besser bewerten. Des Weiteren wenden sich Frauen bei Fragen zum Hochschulsport ebenso wie Studierende seltener an den Vorstand oder die Geschäftsstelle des adh.

7 Vergleich mit anderen Verbänden

Wie schneidet der adh im Vergleich zu anderen Verbänden ab?

Wie bereits im Abschlussbericht 2004 erläutert, basiert die Mitgliederbefragung des adh in wesentlichen Teilen auf eine Referenzstudie aus dem gleichen Jahr⁵. Dabei handelt es sich um einen Vergleich verschiedener Verbandstypen bezüglich ihrer Mitgliederzufriedenheit und Imagewerte. Die Datenbasis bildeten dabei die Ergebnisse des Mitgliederfocus Deutschland 2003, einer Benchmarkstudie, die jährlich durchgeführt wird. Trotz gewisser methodischer Einschränkungen wurde bereits mit den Ergebnissen aus der adh-Mitgliederbefragung 2004 ein Vergleich mit den dort veröffentlichten Werten anderer Verbänden angestellt. Dieser Vergleich hat sich als durchaus hilfreich erwiesen und soll daher auch zur Interpretation der Ergebnisse aus 2006 herangezogen werden. Die Vergleichszahlen stammen aus dem Mitgliederfocus Deutschland 2004⁶, veröffentlicht im Verbändereport 7/ 2005⁷. Herausgegriffen und gesondert dargestellt werden Personen- und Wirtschaftsverbände. Daneben wird der Gesamtdurchschnitt über alle im Rahmen des Mitgliederfocus 2004 untersuchten Verbände gebildet.

Der Vergleich zeigt, dass der adh in fast allen Bereichen überdurchschnittlich gut abschneidet. Insbesondere im Beschwerdemanagement können erneut Spitzenwerte aufgewiesen werden. Ebenfalls deutlich vor den Personen- und Wirtschaftsverbänden befindet sich der adh bei der globalen Zufriedenheit und der Informationsarbeit. Identische Prozentwerte werden von adh, Personen- und Wirtschaftsverbänden im Feld der politischen Interessenvertretung erzielt. Was die Einschätzung der Höhe und Angemessenheit des Mitgliedsbeitrages angeht, so befindet sich der adh hinter den Personenverbänden gleich auf mit den Wirtschaftsverbänden. Im Bereich Fort- und Weiterbildung liegt der adh im Mittelfeld hinter den Wirtschafts- und Personenverbänden, aber noch über dem Gesamtdurchschnitt.

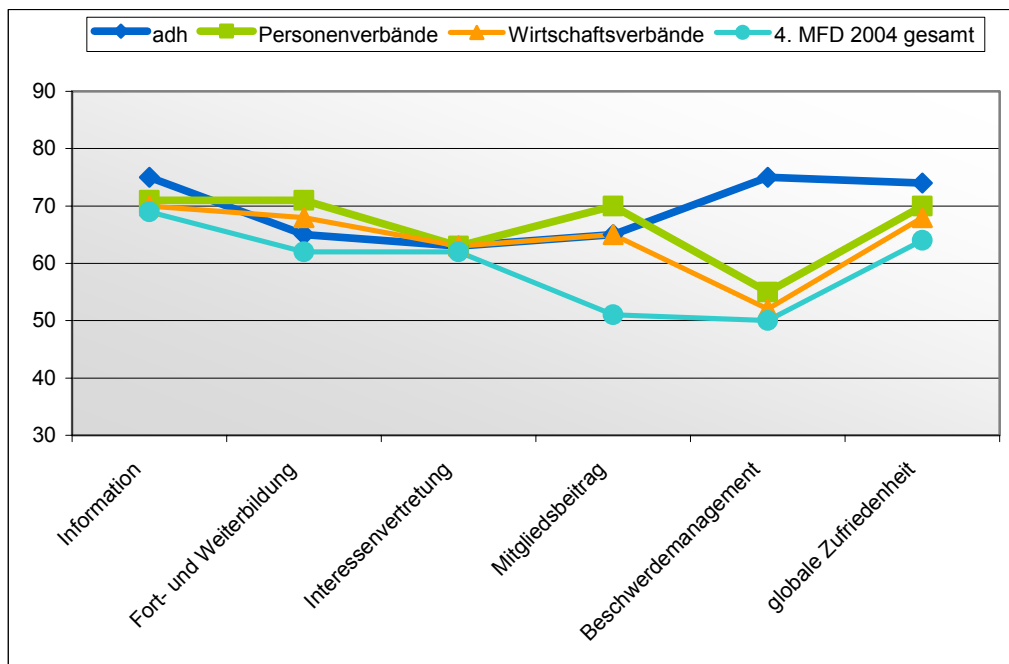
⁵ Vgl. ESER, S., 2004, 8ff.

⁶ Bedauerlicherweise werden die Zahlen des Mitgliederfocus Deutschland neuerdings in anders aufbereiteter Form zur Verfügung gestellt, die einen Vergleich nicht mehr erlauben.

⁷ Vgl. KNEISSL, J. & ESER, S., 2005, 28 ff.

Tabelle 5: Zufriedenheitswerte im Verbändevergleich

Zufriedenheitsanalyse	adh	Personenverbände	Wirtschaftsverbände	MFD 2004 gesamt
Information	75	71	70	69
Fort- und Weiterbildung	65	71	68	62
Interessenvertretung	63	63	63	62
Mitgliedsbeitrag	65	70	65	51
Beschwerdemanagement	75	55	52	50
globale Zufriedenheit	74	70	68	64

**Abbildung 26: Zufriedenheitswerte im Verbändevergleich**

Die wachsende Bedeutung von Imageanalysen in Bezug auf die Mitgliederbindung wurde bereits in Kapitel 2 thematisiert. Umso wichtiger ist der Vergleich der Imagewerte des adh mit jenen anderer Verbände. Dieser macht deutlich, dass der adh in den meisten Bereichen überdurchschnittlich gut abschneidet. Das betrifft auch die fachliche Kompetenz, die 2004 noch als durchschnittlich bewertet wurde. Lediglich das Ansehen in der Fachöffentlichkeit und die Einflussmöglichkeiten des adh werden nach wie vor eher gering eingeschätzt.

Tabelle 6: Imagewerte im Verbändevergleich

Imageanalyse	adh	Personenverbände	Wirtschaftsverbände	4.MFD 2004 gesamt
hohe fachliche Kompetenz	80	79	77	75
arbeitet sehr zuverlässig	80	75	71	66
innovativ und zukunftsorientiert	74	68	66	62
arbeitet mitgliederorientiert	69	67	64	60
hat sehr gute Repräsentanten	74	64	63	62
hohes Ansehen in der Fachöffentlichkeit	57	66	65	64
arbeitet sehr transparent	74	62	54	50
ist flexibel	70	57	56	54
ist ein einflussreicher Verband	47	59	58	56

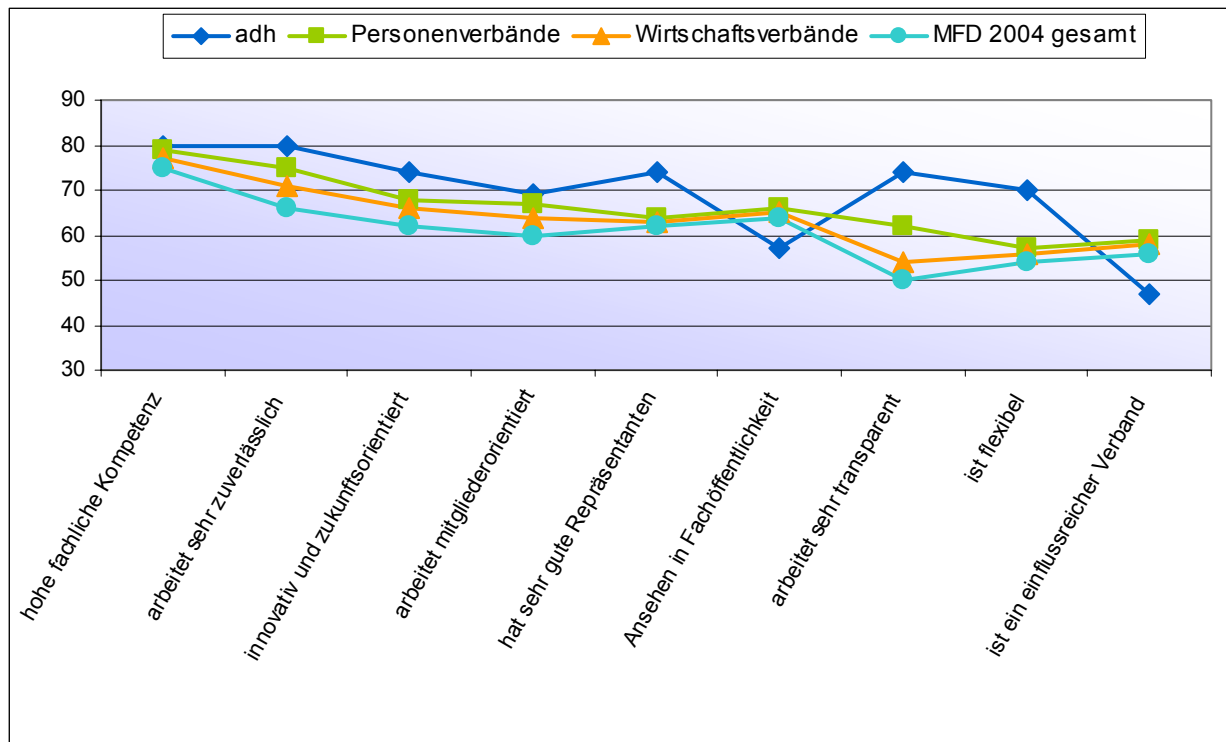


Abbildung 27: Imageanalyse im Verbändevergleich

8 Teilnehmerbefragungen bei den Mitgliedern

Auch dieses Mal wurde wieder die Gelegenheit genutzt, sich bei den Mitgliedern zu erkundigen, ob sie ihrerseits Befragungen bei den Hochschulsportteilnehmern vornehmen. Für die Auswertung dieser Fragestellung werden wiederum nur die Aussagen der Hauptamtlichen verwendet, um zu gewährleisten, dass pro Hochschule nur ein Datenbestand aufgenommen wird.

Auf die Frage, wann die letzte Befragung der Hochschulsportteilnehmenden an der Hochschule durchgeführt wurde, gaben 21 Personen keine Antwort oder wussten dies nicht. In 33 Fällen wurden Befragungen durchgeführt. In welchen Jahren diese stattfanden ist in Abb. 28 dargestellt.

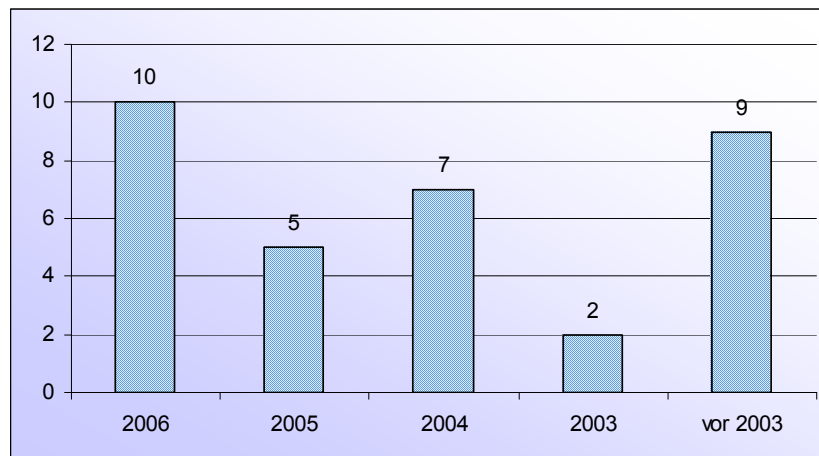


Abbildung 28: Durchgeführte Mitgliederbefragungen an HS nach Jahren

Wenn solche Erhebungen durchgeführt wurden, dann geschah dies zumeist als Teilerhebung (79%) und eher selten als Vollerhebung. In der Regel handelte es sich um eine schriftliche Befragung (77%).

43% der Befragten gaben an, in nächster Zeit eine Befragung der Hochschulsportteilnehmenden geplant zu haben. Die Antworten auf die Frage, für wann die Befragung vorgesehen ist, können der folgenden Abbildung entnommen werden.

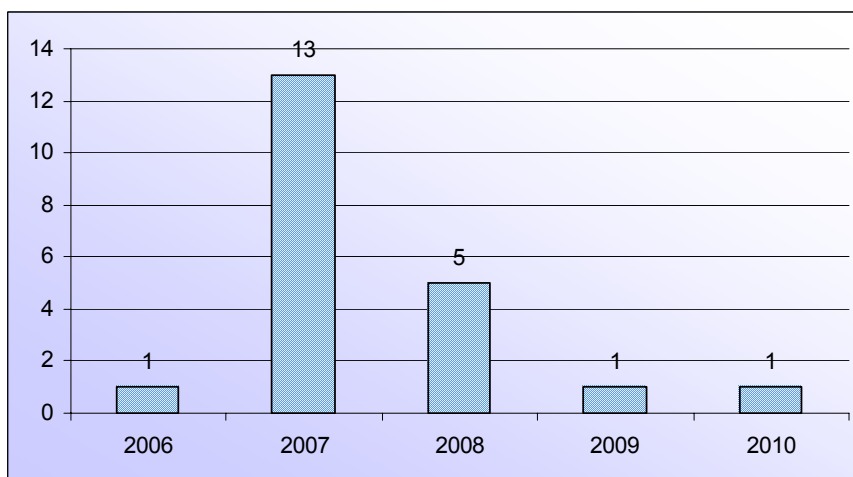


Abbildung 29: Geplante Mitgliederbefragungen an HS nach Jahren

9 Fazit

In ihrer zweiten Auflage lieferte die Mitgliederbefragung des adh erneut wichtige Daten und interessante Erkenntnisse, die der Verbandsführung für zukünftige Entscheidungsprozesse zur Verfügung stehen. Mit der Hinzunahme zusätzlicher offener Fragen wurde den Mitgliedern dabei noch mehr Raum für Anregungen und Ideen gegeben. Insbesondere bei den Themenvorschlägen für das Bildungsprogramm wurde dieser auch intensiv genutzt. Einige der dort genannten Themen wurden bereits bei der Programmgestaltung der kommenden Hauptamtlichen-Tagung berücksichtigt. Insgesamt hat sich die Mitgliederbefragung des adh als bedeutendes Instrument des Qualitätsmanagements etabliert.

Die Ergebnisse der Mitgliederbefragung 2006 liefen ein recht erfreuliches Bild. Das betrifft sowohl die acht Dienstleistungsbereiche des Verbandes als auch die globale Zufriedenheit. Im Einzelnen stellen sich die Bereiche wie folgt dar:

Die Gesamtzufriedenheit im Bereich **Wettkampf** liegt bei 72% und damit nochmals sechs Prozentpunkte über dem Wert aus 2004. Neben weiteren Aspekten werden die Angebotsbreite und die Differenzierung des Programms mit 70% und die Qualität der Veranstaltungsdurchführung mit 71% eingeschätzt.

Der Bereich **Fort- und Weiterbildung** liegt in der Gesamteinschätzung auf einem Zufriedenheitsniveau von 65%. Auch hier ist eine Steigerung gegenüber 2004 mit einem Wert von 62% festzustellen. Betrachtet man die Ergebnisse im Detail, zeigt sich, dass sich die Bewertung der Seminare mit einem Zufriedenheitsgrad von 74% auf einem sehr hohen Niveau bewegt. Dagegen wird bei der Beurteilung des Bildungsangebots über allgemeine Aussagen mit 60% ein deutlich schlechterer Zufriedenheitswert erzielt. Auffällig sind die erneut aufgezeigten Defizite bei den regionalen Angeboten. Der Zufriedenheitsgrad beträgt lediglich 42%. Offensichtlich besteht ein hoher Bedarf an dezentralen Bildungsangeboten. Eine wichtige Aufgabe wird daher sein, nach Lösungsmöglichkeiten zu suchen, um diesen Bedarf zukünftig besser decken zu können.

Bereits im Jahr 2004 auf einem sehr hohen Niveau werden im Arbeitsbereich **Information** erneut Bestnoten erzielt. Die Zufriedenheit liegt bei 75%. Interessante Anregungen erhält das Öffentlichkeitsreferat durch die zahlreichen Themenvorschläge seitens der Mitgliedschaft für die adh-Medien. Ein wichtiger Arbeitsauftrag besteht in der Verbesserung der werblichen Präsenz des Verbandes bei Wettkampfveranstaltungen.

Der Bereich **Interessenvertretung** ist neben dem Wettkampf der Dienstleistungsbereich mit dem höchsten Zugewinn. Bei einem Zufriedenheitsgrad von aktuell 63% konnte ein Zuwachs von sechs Prozentpunkten gegenüber dem Vergleichsjahr 2004 erzielt werden. Die deutlich intensivierte Berichterstattung über die politische Arbeit des Verbandes hat offenbar dazu beitragen können, dass dieses Arbeitsfeld auch in der Mitgliedschaft verstärkt wahrgenommen wird.

Besonders erfreulich und zugleich motivierend für die Mitarbeitenden der **Geschäftsstelle** ist die erneut hervorragende Bewertung ihrer Arbeit. Der Zufriedenheitsgrad liegt bei insgesamt 82%. Neben der Mitgliederorientierung werden hier Kompetenz, Erreichbarkeit und Freundlichkeit der Geschäftsstellenmitarbeitenden beurteilt.

Der Umgang mit Problemen wird hingegen im Rahmen des **Beschwerdemanagements** abgefragt und auch hier werden mit 75% ausgezeichnete Werte erzielt. Allerdings zeigt die Auswertung, dass innerhalb der Statusgruppen dieser Bereich durchaus unterschiedlich bewertet wird. Während die Zufriedenheit bei den hauptamtlichen Vertreterinnen und Vertretern 77% erreicht, wird bei den Studierenden lediglich ein Wert von 62% erzielt.

Ausbaufähig scheinen auch die Marketingaktivitäten des Verbandes und seiner Vermarktungsagentur im Bereich Verbundkauf zu sein. Der Zufriedenheitsgrad mit dem **Verbundkauf** liegt derzeit bei 59%. Dabei sind die Mitglieder mit den ausgehandelten Konditionen bei den Verbundkaufpartnern im Großen und Ganzen zufrieden (62%). Interesse besteht hingegen an einem Aus-

bau des Angebots. Erfreulicherweise scheint die Zusammenarbeit mit den aktuellen Verbundkaufpartnern reibungslos zu funktionieren.

Hinsichtlich der Höhe und Angemessenheit der **Mitgliedsbeiträge** werden exakt die gleichen Werte wie in 2004 erzielt. Mit einem Zufriedenheitsgrad von 65% kann von einer guten Akzeptanz in diesem Bereich gesprochen werden.

Nach den vorangegangenen positiven Beurteilungen in den einzelnen Dienstleistungsfeldern überrascht es nicht, dass auch die globale Zufriedenheit der Mitgliedshochschulen mit dem adh Spitzenwerte erzielt. Der Grad der **globalen Zufriedenheit** erreicht 74%.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass sich die Zufriedenheitswerte in weiten Teilen, gegenüber dem Vergleichsjahr 2004 verbessert haben. Ein Ergebnis, mit dem aufgrund der bereits recht positiven Bewertung der ersten Mitgliederbefragung des adh nicht unbedingt gerechnet werden konnte. Dies kann als Indiz dafür gewertet werden, dass der verbandsseitig eingeschlagene Weg eine hohe Akzeptanz in der Mitgliedschaft findet. Dennoch konnten erneut auch Problembereiche identifiziert werden. Dazu zählen einerseits konfligierende Interessen innerhalb der Mitgliedschaft, die sich beispielsweise anhand der Frage nach den verzichtbaren Leistungen manifestierten. Andererseits konnten auch klare verbandsseitige Defizite ausgemacht werden, die Gegenmaßnahmen erforderlich machen. Das betrifft beispielsweise den nicht gedeckten Bedarf an dezentralen Bildungsangeboten. Gleiches gilt für Arbeitstagen kleiner Hochschulen.

Ein Wermutstropfen bleibt ebenfalls, dass das erklärte Ziel einer Steigerung der Mitgliederbeteiligung an der Befragung auf 50 % nicht erreicht wurde. Tatsächlich war die Antwortquote sogar rückläufig. Umso mehr möchten wir uns bei allen Hochschulen bedanken, die sich an der Befragung beteiligt und uns zu wichtigen Fragen von hohem Verbandsinteresse Rede und Antwort gestanden haben.

Die nächste Mitgliederbefragung ist turnusgemäß für das Jahr 2008 geplant. Um zukünftig noch aussagekräftigere Daten zu erhalten, möchten wir alle Mitglieder bereits jetzt dazu auffordern den Prozess der Verbandsentwicklung aktiv mitzugestalten und sich an der nächsten Befragung zu beteiligen.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Beispiel für die Darstellung einer Zufriedenheitsanalyse	6
Abbildung 2: Prozentuale Verteilung des Rücklaufs nach Hochschultyp	7
Abbildung 3: Prozentuale Verteilung des Rücklaufs nach Statusgruppen	8
Abbildung 4: Geschlechterverteilung der antwortenden Personen	9
Abbildung 5: Zufriedenheit mit der Durchführung von Wettkampfveranstaltungen	10
Abbildung 6: Zufriedenheit mit verschiedenen Aspekten des Wettkampfprogramms	11
Abbildung 7: Zufriedenheit mit Bildungsangebot (2004)	12
Abbildung 8: Zufriedenheit mit Bildungsangeboten (2006)	12
Abbildung 9: Bewertung allgemeiner Aspekte des Bildungsprogramms	13
Abbildung 10: Zustimmung zur Gestaltung der adh-Medien	14
Abbildung 11: Zustimmung zum Informationsgehalt der adh-Medien	15
Abbildung 12: Zustimmungsgrad zur Berichterstattung in den Medien des Verbandes	15
Abbildung 13: Zustimmungsgrad zu den Austausch- und Informationsmöglichkeiten	16
Abbildung 14: Einschätzung der Interessenvertretung durch den adh	17
Abbildung 15: Zustimmung zum Optimierungspotenzial der Interessenvertretung durch den adh	17
Abbildung 16: Einschätzungen zur Bearbeitung von Anliegen und Problemen der Mitgliedschaft	18
Abbildung 17: Ansprechpartner für Themen des Hochschulsports	19
Abbildung 18: Zustimmung zur Arbeit der Geschäftsstelle	19
Abbildung 19: Wunsch nach online oder postalischer Verschickung	20
Abbildung 20: Zufriedenheit mit den Vermarktungsaktivitäten des Verbandes	20
Abbildung 21: Zustimmung zum Statement "Mir ist der volle Umfang der vom adh angebotenen Versicherungsleistungen bekannt."	21
Abbildung 22: Image und Fremdwahrnehmung des adh	22
Abbildung 23: Repräsentation und inhaltliche Ausrichtung	23
Abbildung 24: Aufteilung der Akquisitions- und Motivationssaufgabe	23
Abbildung 25: Gesamtzufriedenheit mit dem adh	25
Abbildung 26: Zufriedenheitswerte im Verbändevergleich	28
Abbildung 27: Imageanalyse im Verbändevergleich	29
Abbildung 28: Durchgeführte Mitgliederbefragungen an HS nach Jahren	30
Abbildung 29: Geplante Mitgliederbefragungen an HS nach Jahren	30

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Größenstatistik der befragten Hochschulen	8
Tabelle 2: Themenbereiche der adh-Medien	16
Tabelle 3: Neue oder zu optimierende Vertretungsbereiche für den adh	18
Tabelle 4: Änderungswünsche und Anregungen für die Arbeitsbereiche des adh	26
Tabelle 5: Zufriedenheitswerte im Verbändevergleich	28
Tabelle 6: Imagewerte im Verbändevergleich	29

Literaturverzeichnis

ESER, Stefan (2004): Kammern bilden das Schlusslicht. in: Verbändereport, Heft 4, S. 8-21.

ESER, Stefan (2006): Mitgliederzufriedenheit mit Tücken. In: Verbändereport, Heft 7, S. 24-27.

KNEISSL, Johannes & ESER, Stefan (2005): Personenverbände klar vor Wirtschaftsverbänden. In: Verbändereport, Heft 7, S. 28-33.

TABOR, Olaf & SCHÜTTE, Norbert (2004): Abschlussbericht Mitgliederbefragung des adh 2004.

Autoren

Olaf TABOR ist Generalsekretär des Allgemeinen Deutschen Hochschulsportverbandes (adh) und u.a. verantwortlich für die Organisation der Verbandsgeschäftsstelle sowie für die Führung der hauptamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Rahmen seiner Promotion an der Universität Göttingen beschäftigt er sich mit der Dienstleistungsorientierung von Einrichtungen des studentischen Sports an Hochschulen in Deutschland und Kanada.

Ebba Koglin ist Sachbearbeiterin im Generalsekretariat des adh. Im Rahmen ihrer Tätigkeit am Sportwissenschaftlichen Institut der Universität des Saarlandes war Sie für die Evaluation des Projekts „eBuT-eLearning in der Bewegungs- und Trainingswissenschaft“ verantwortlich.