

# Erfolgsfaktoren von Innungen

Best Practice für Münchener Innungen

3. Juni 2014

**Dr. Markus Glasl**  
Ludwig-Fröhler-Institut, München

# Deutsches Handwerksinstitut



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

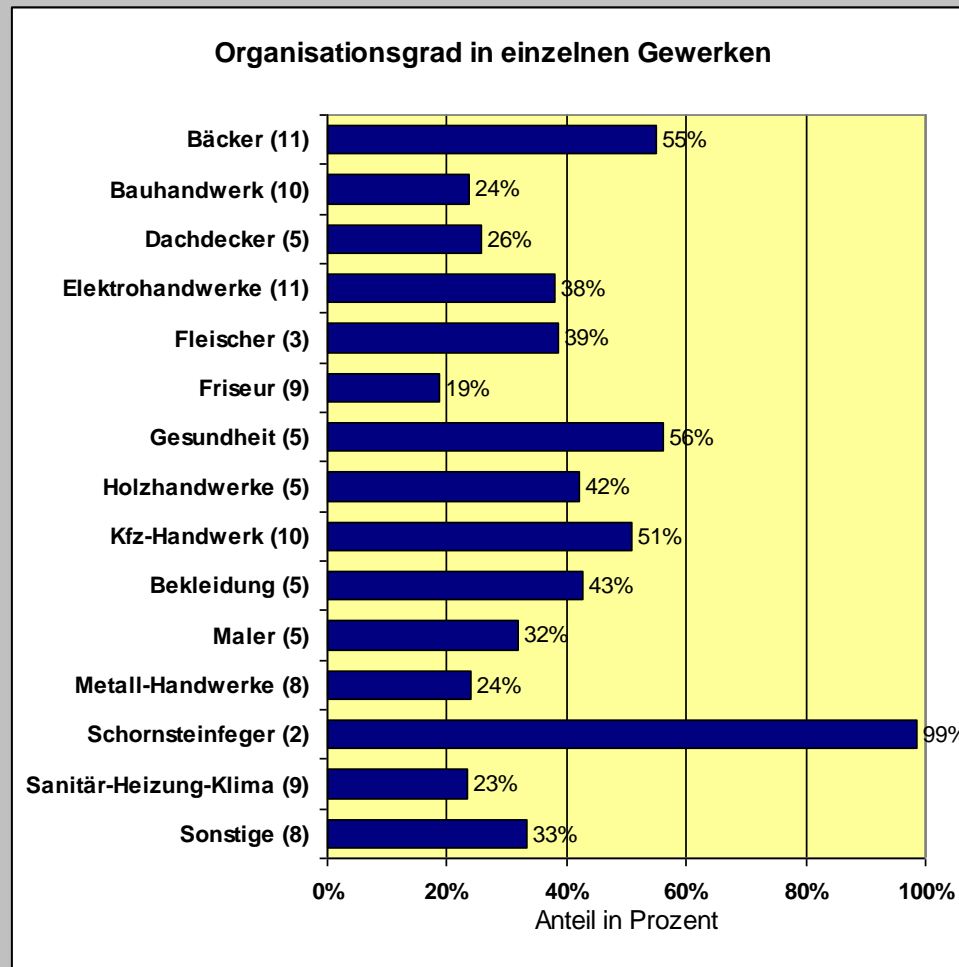
# Projektbeschreibung

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

# Ausgangssituation

- **Rückläufige Mitgliederzahlen** -> *7% melden Mitgliederzuwächse*
- **Geringer Organisationsgrad** -> *37% der Betriebe sind organisiert*
- **Niedrige Mitgliederzahlen** -> *Die Hälfte hat weniger als 20 Mitglieder*
- **Wirtschaftliche Probleme** -> *Die Hälfte beurteilt diese als gut*

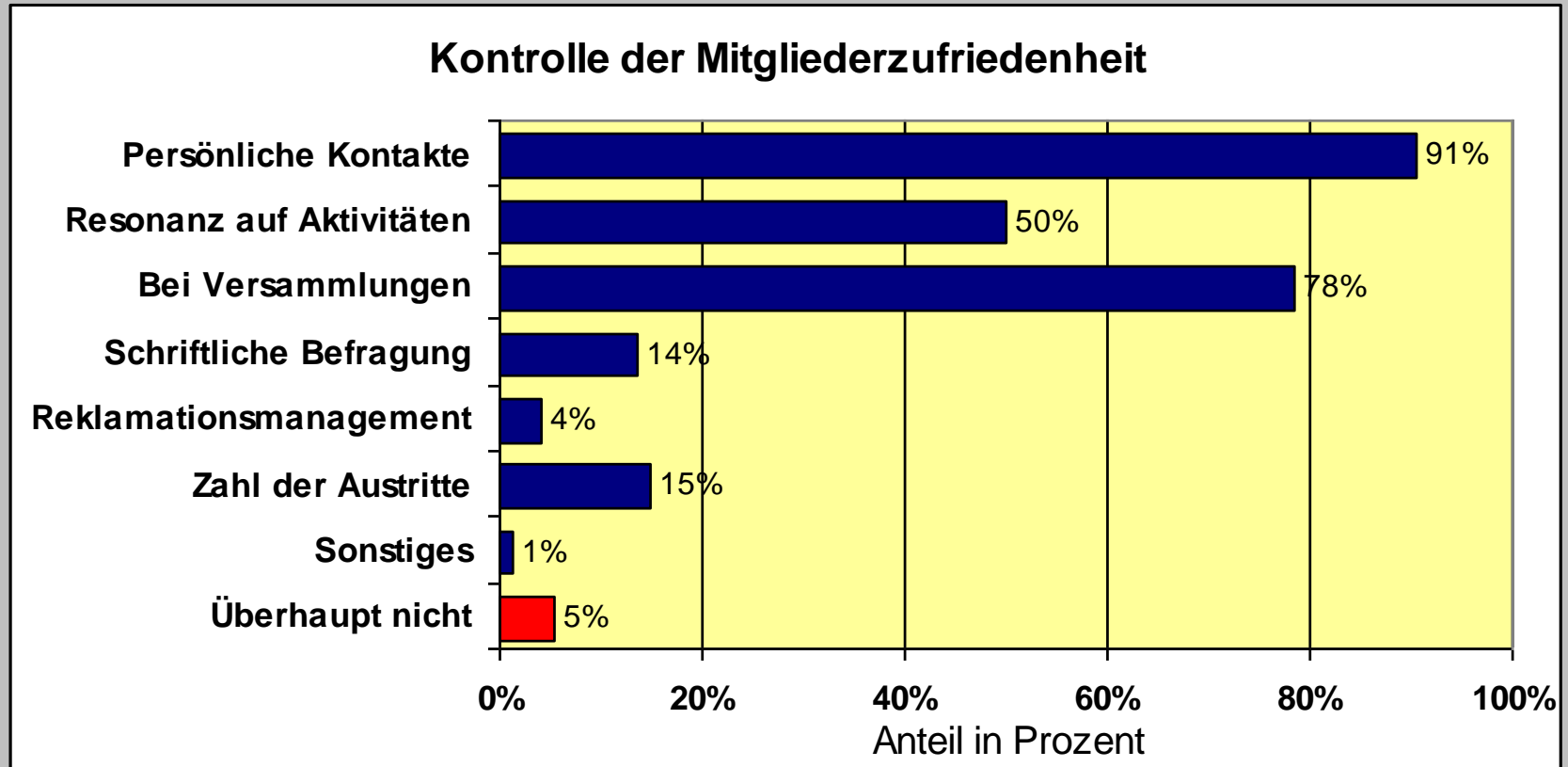
# Gewerkeabhängige Unterschiede



# Aktive Mitgliederwerbung

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

# Unsystematische Mitgliederpflege



# 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**

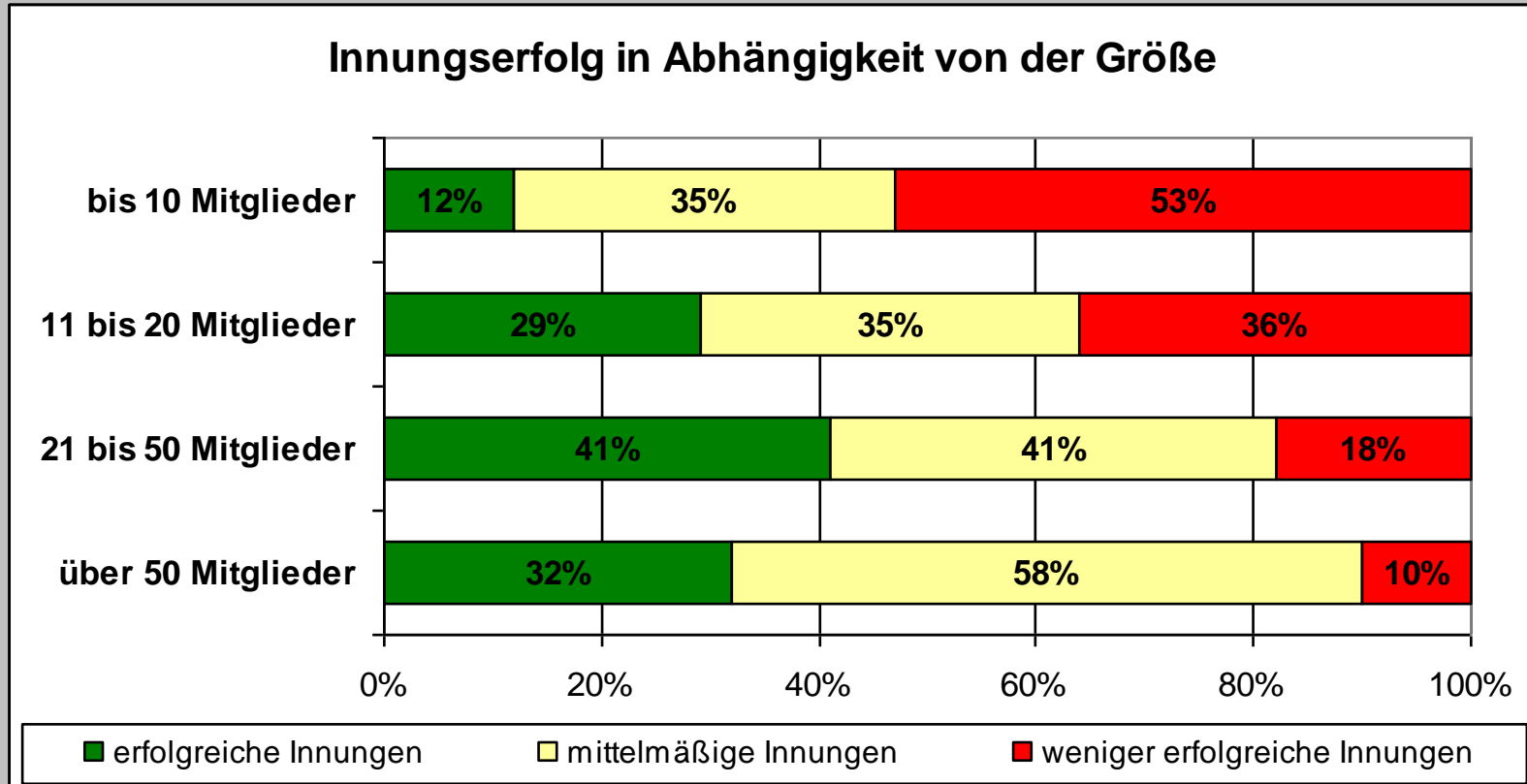


# Erfolgsindex

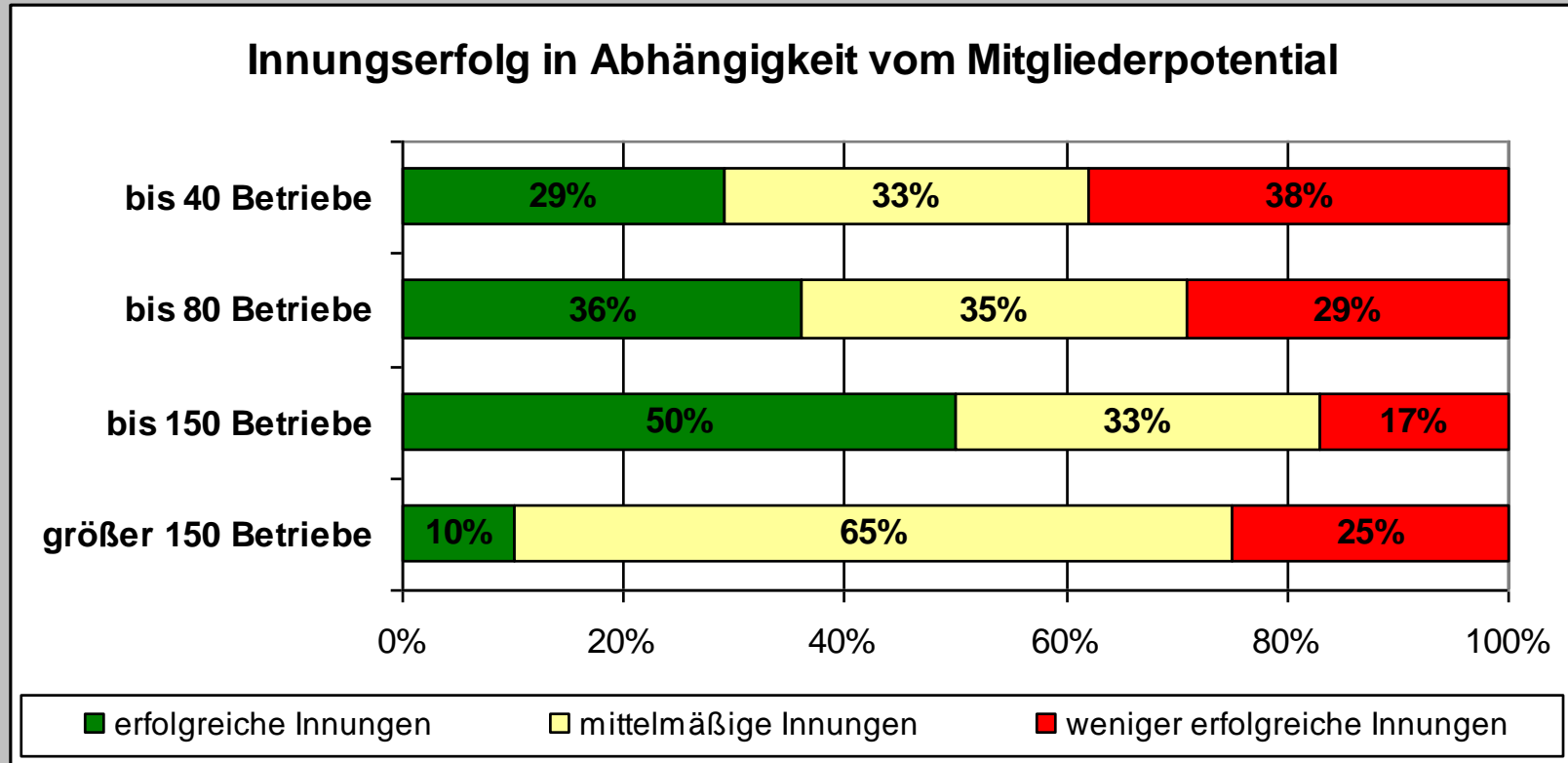
## Ungewichteter additiver Index

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 %
Einnahmenentwicklung	> +10 %	+10% > x > +3%	etwa konstant	-3% > x > -10%	< -10 %
Wirtschaftlichkeit	Sehr gut	gut	befriedigend	ausreichend	schlecht

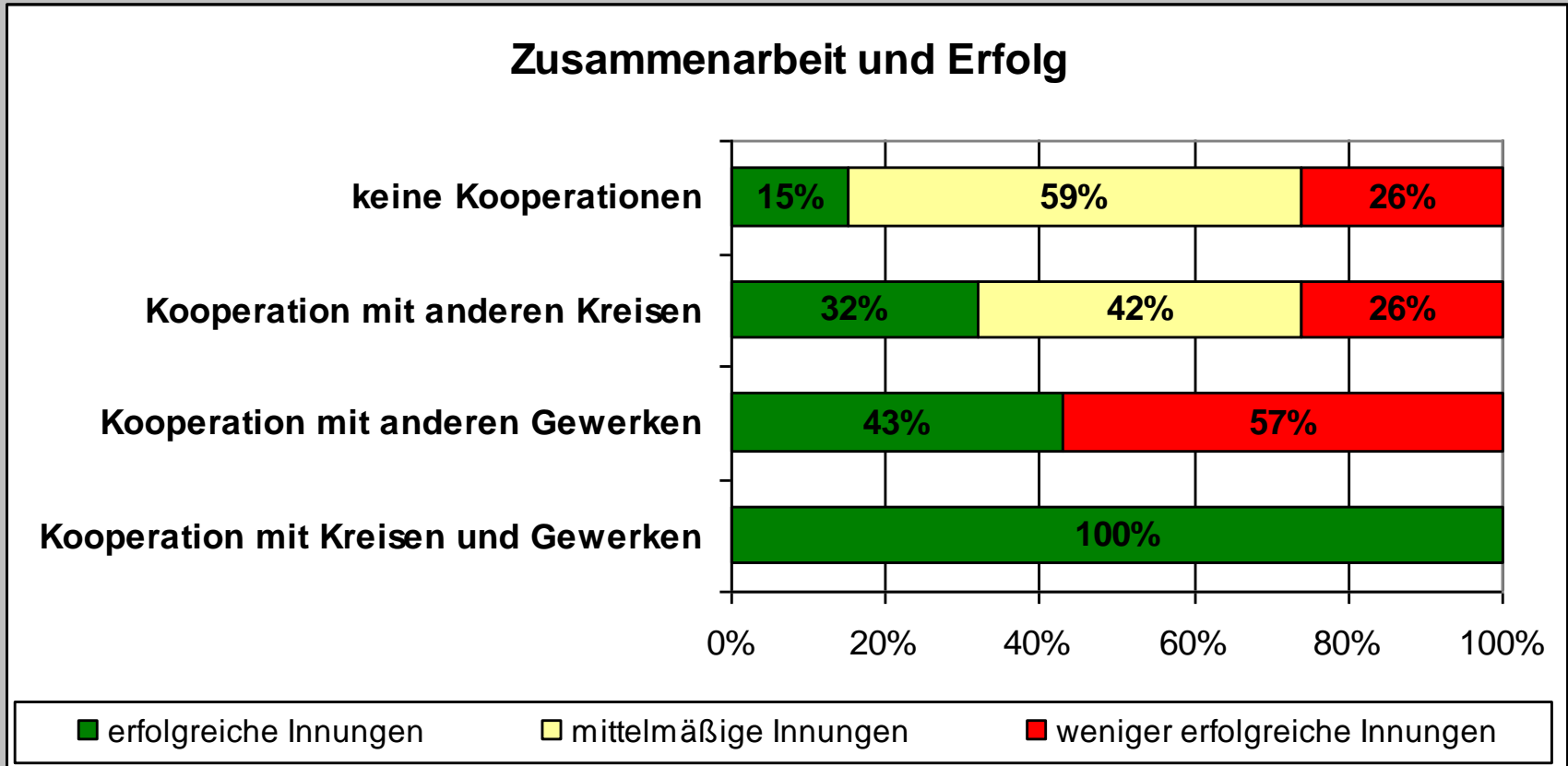
# Erfolgsfaktor Größe



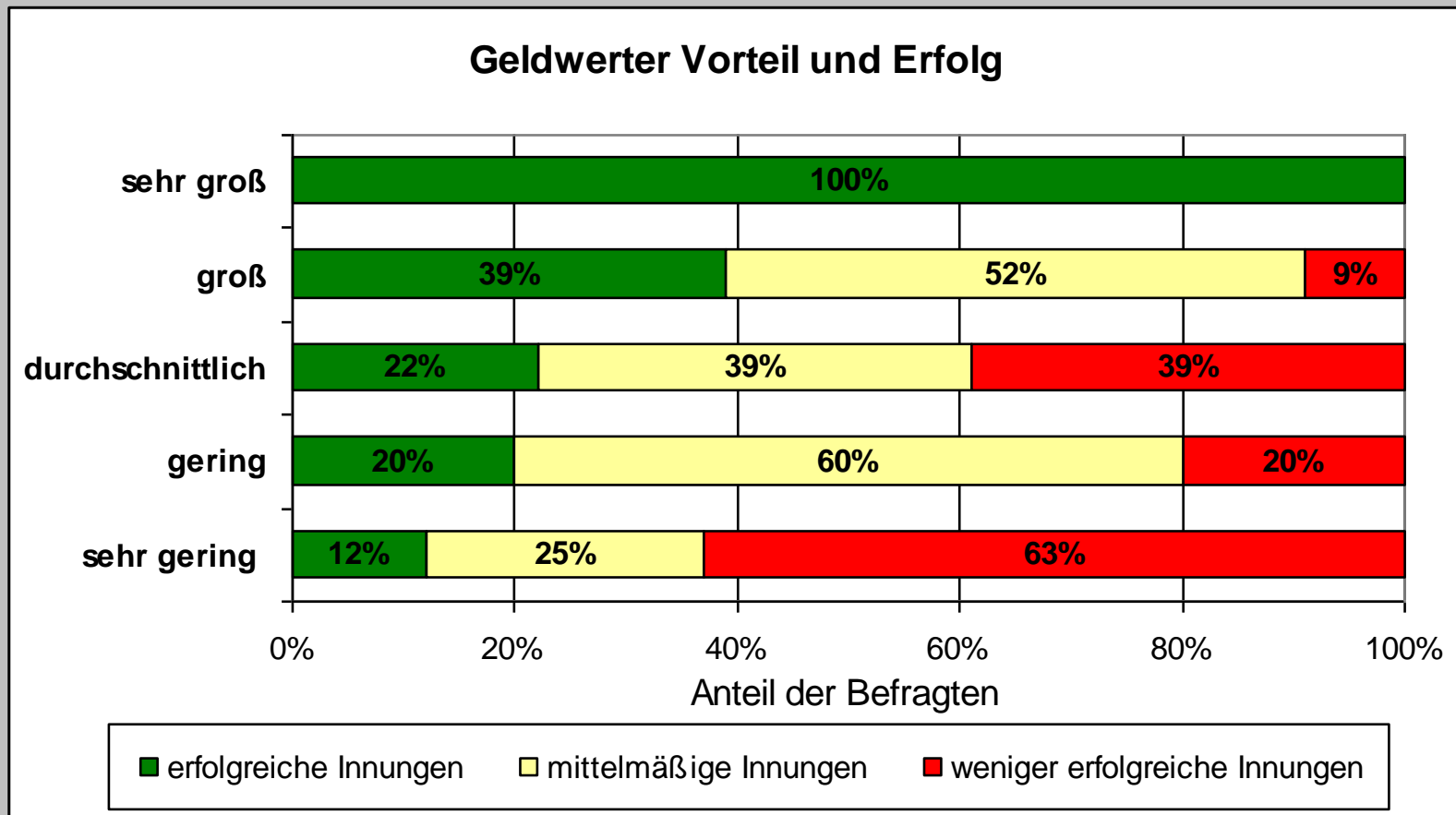
# Erfolgsfaktor Vertrautheit



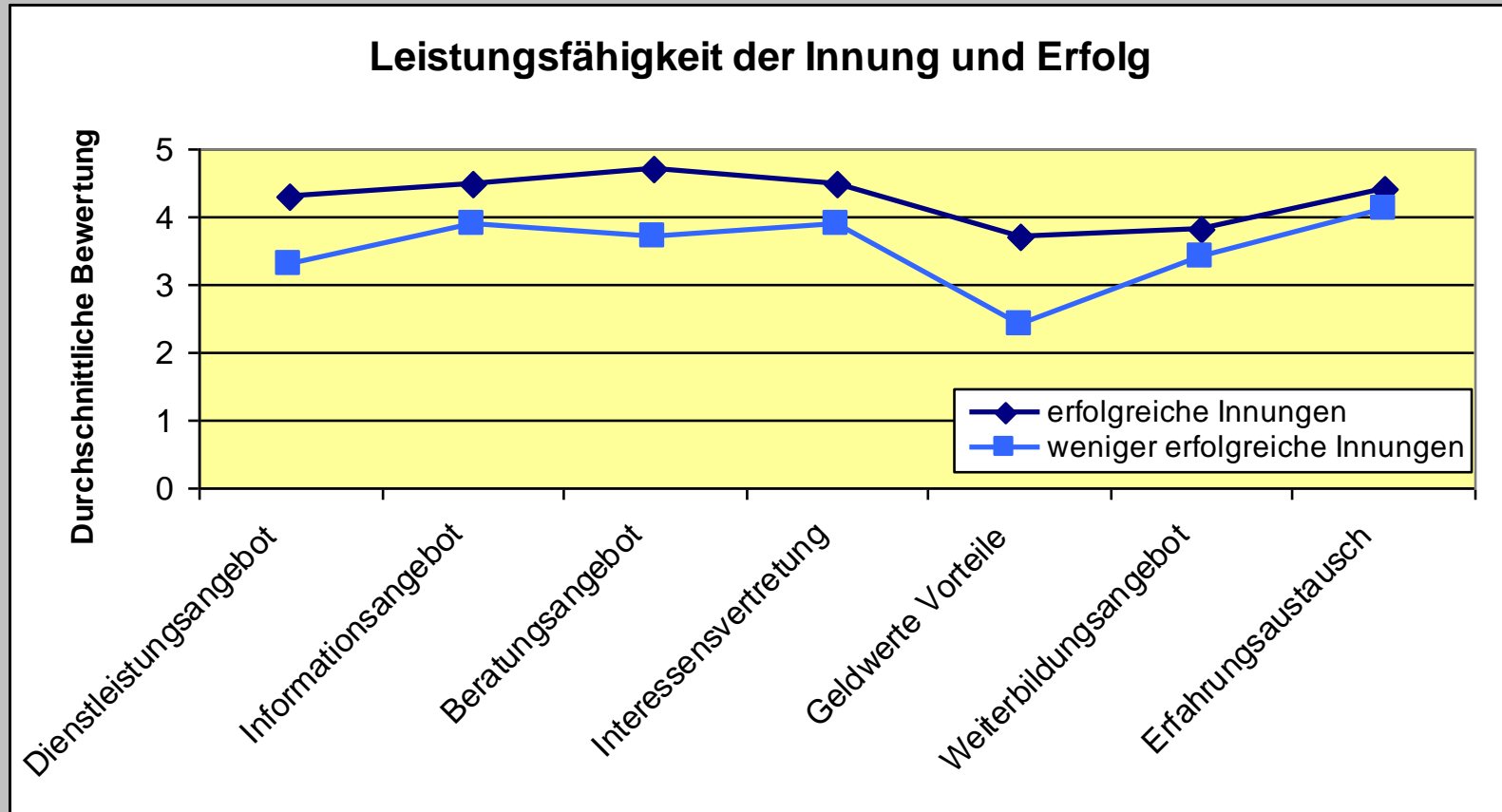
# Erfolgsfaktor Kooperation/Fusion



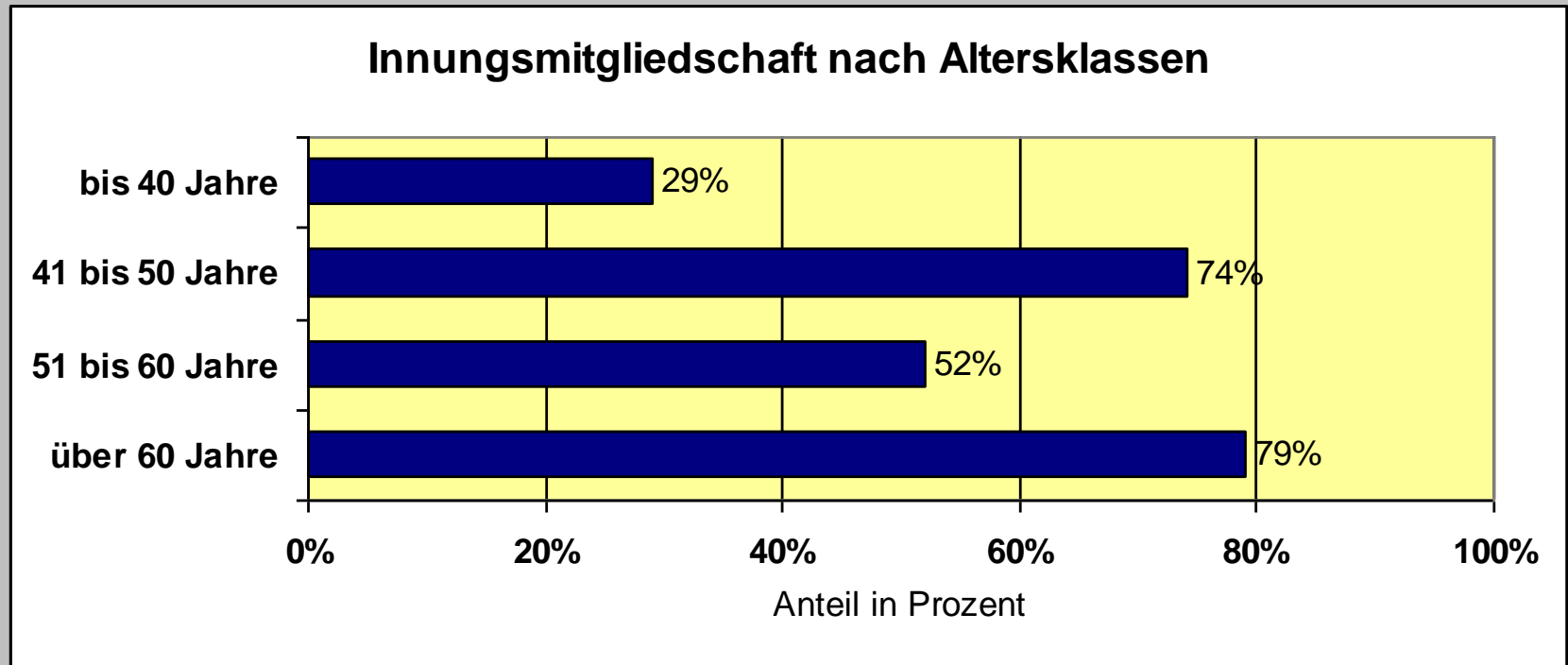
# Erfolgsfaktor Geldwerter Vorteil



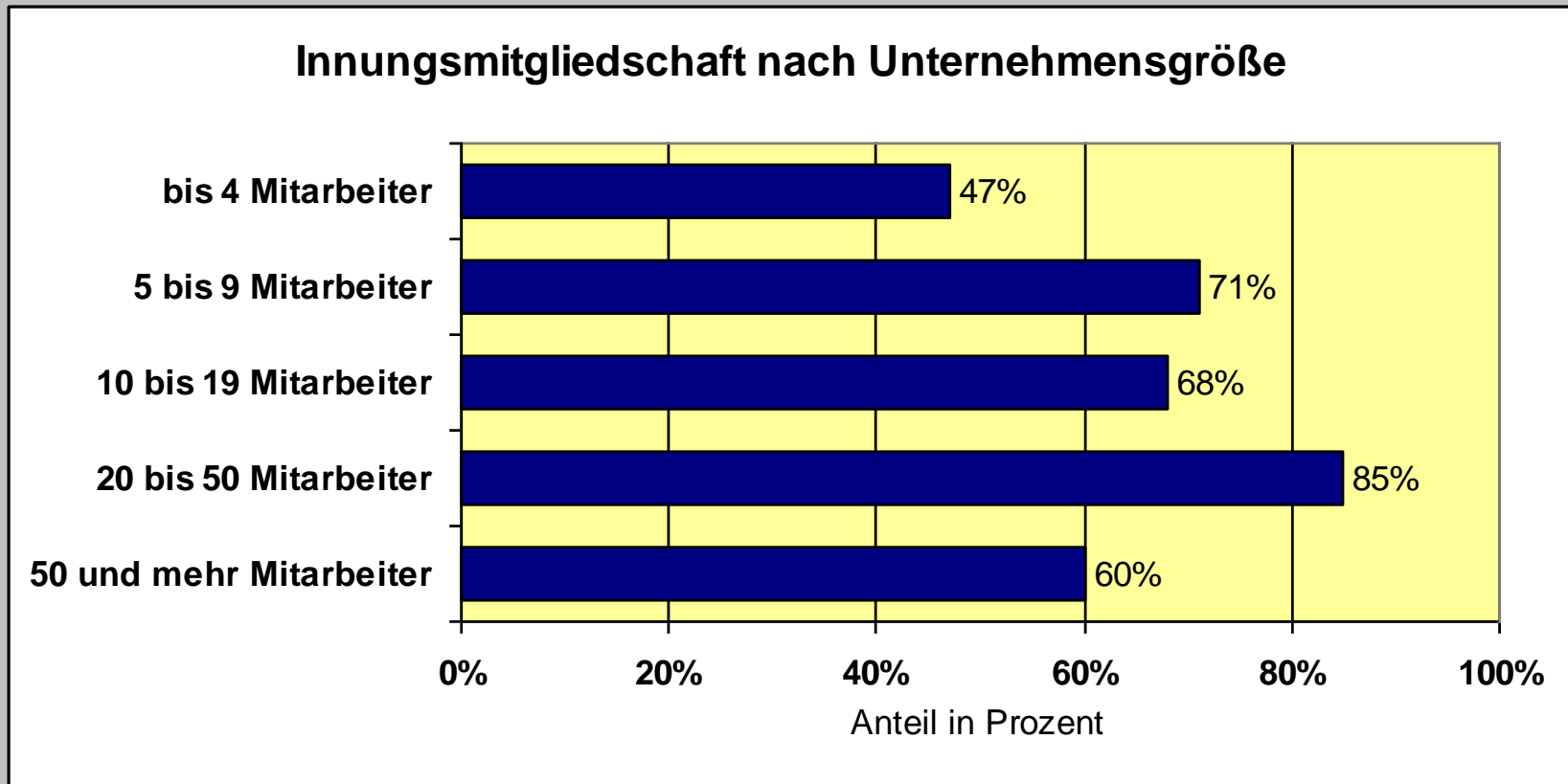
# Erfolgsfaktor Leistungsfähigkeit



# Nachwuchsprobleme

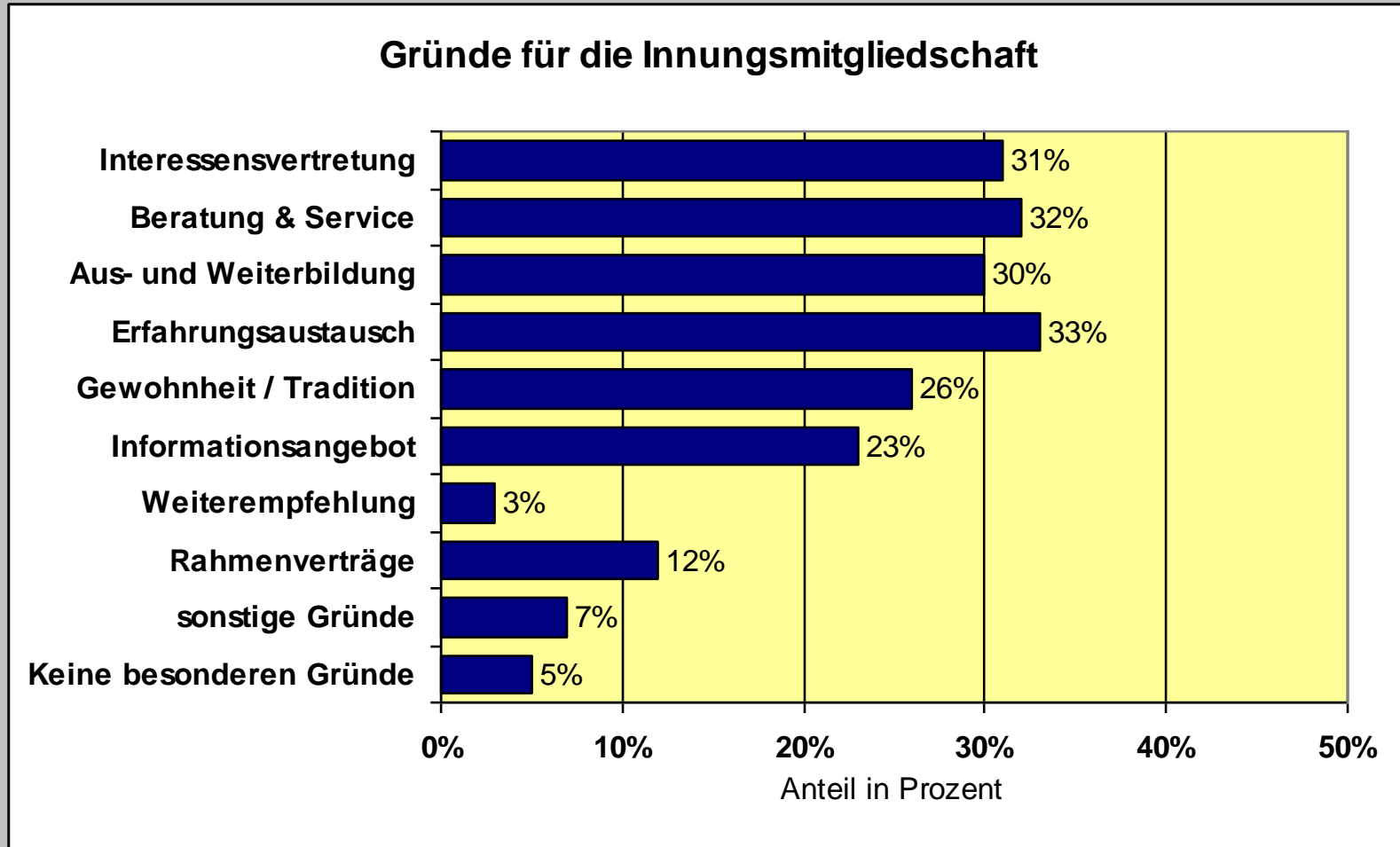


# Zielgruppe kleine Betriebe

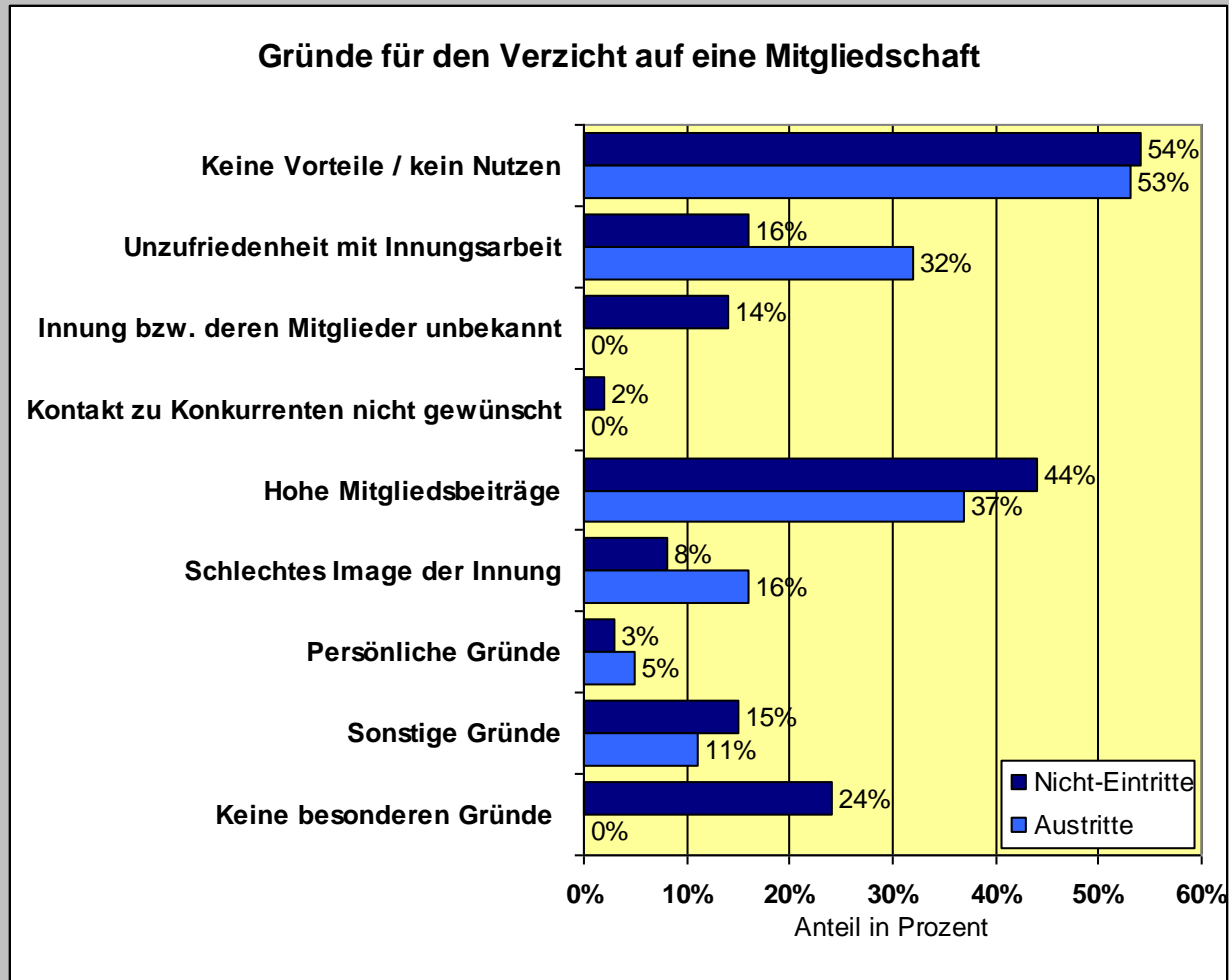




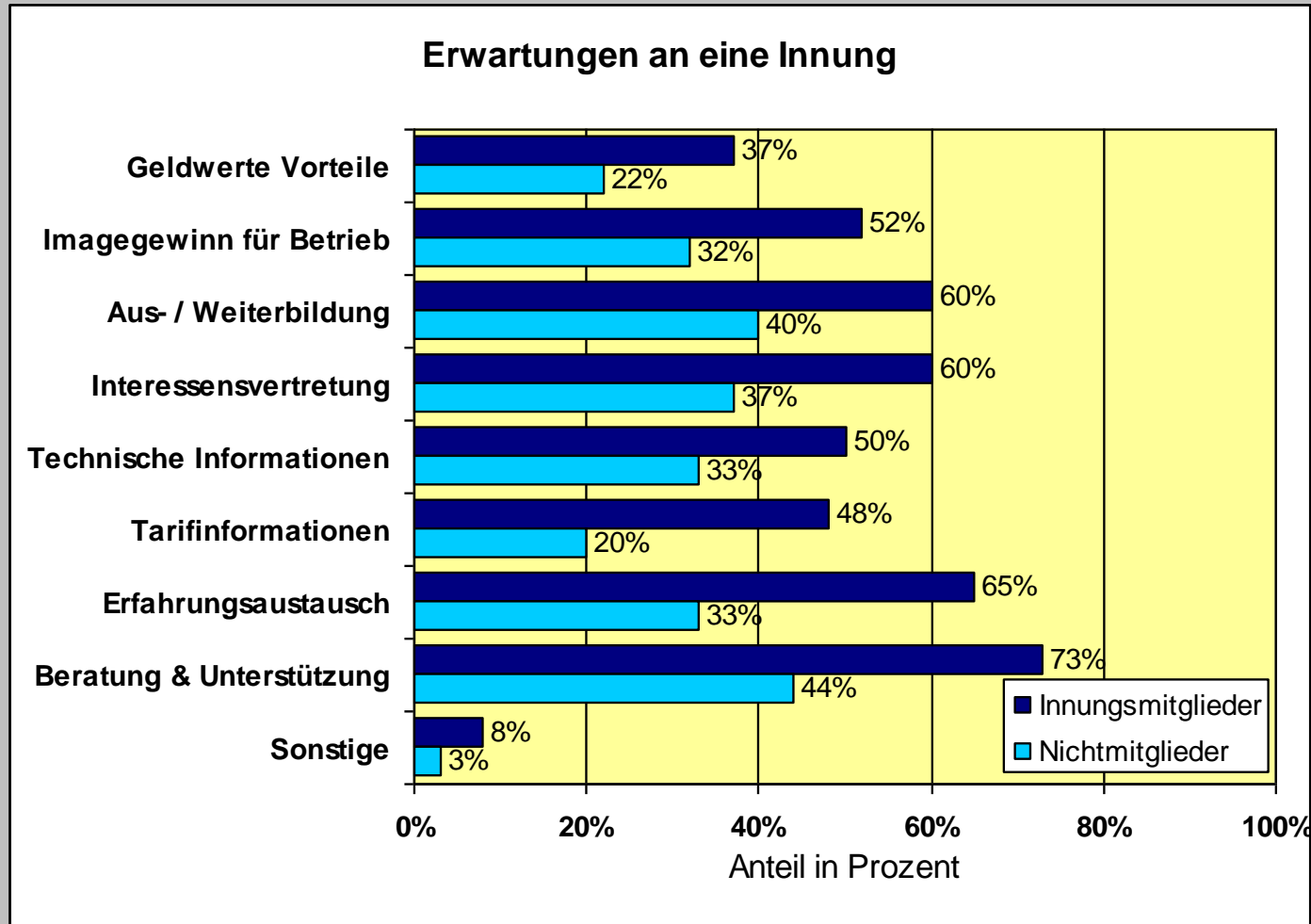
# Mitgliederinteressen



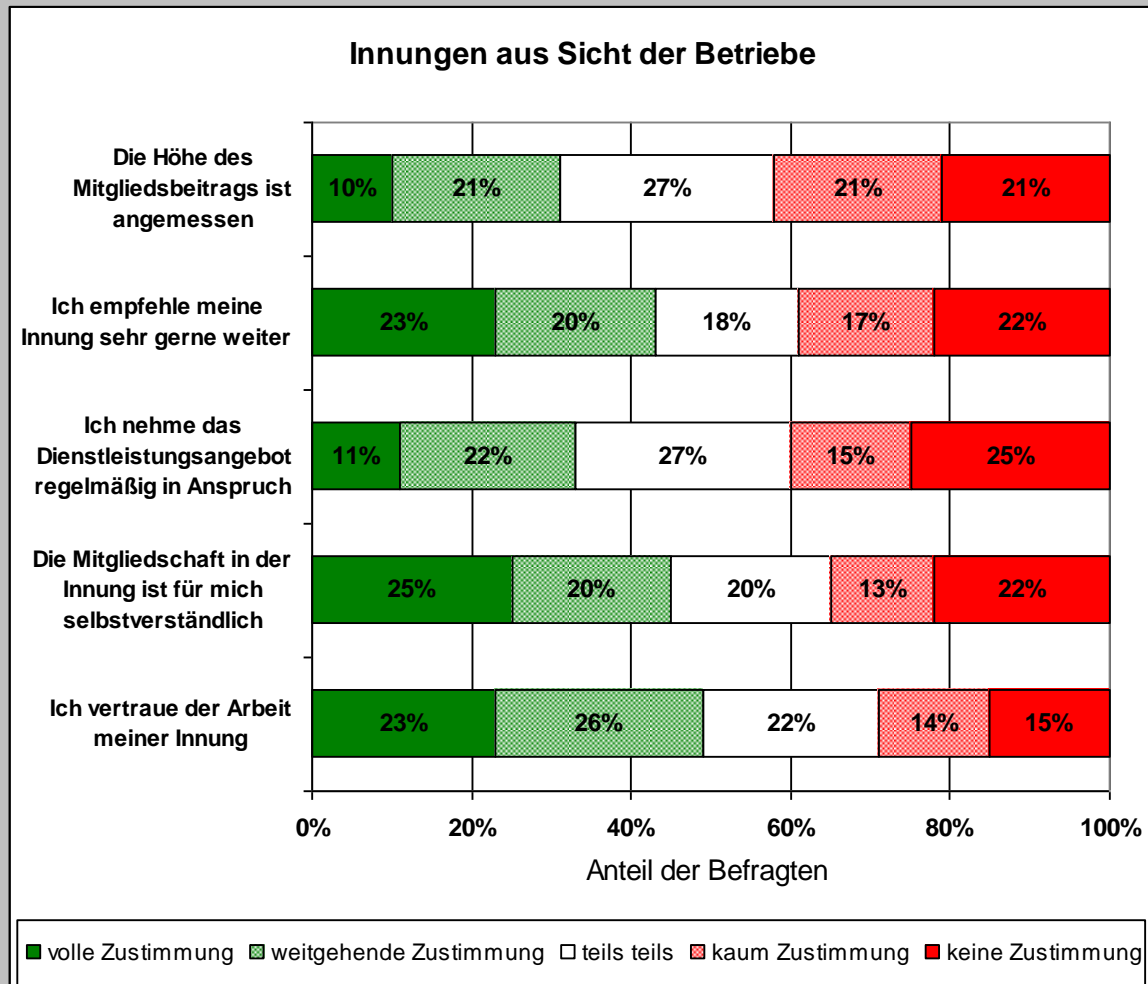
# Verweigerungsgründe



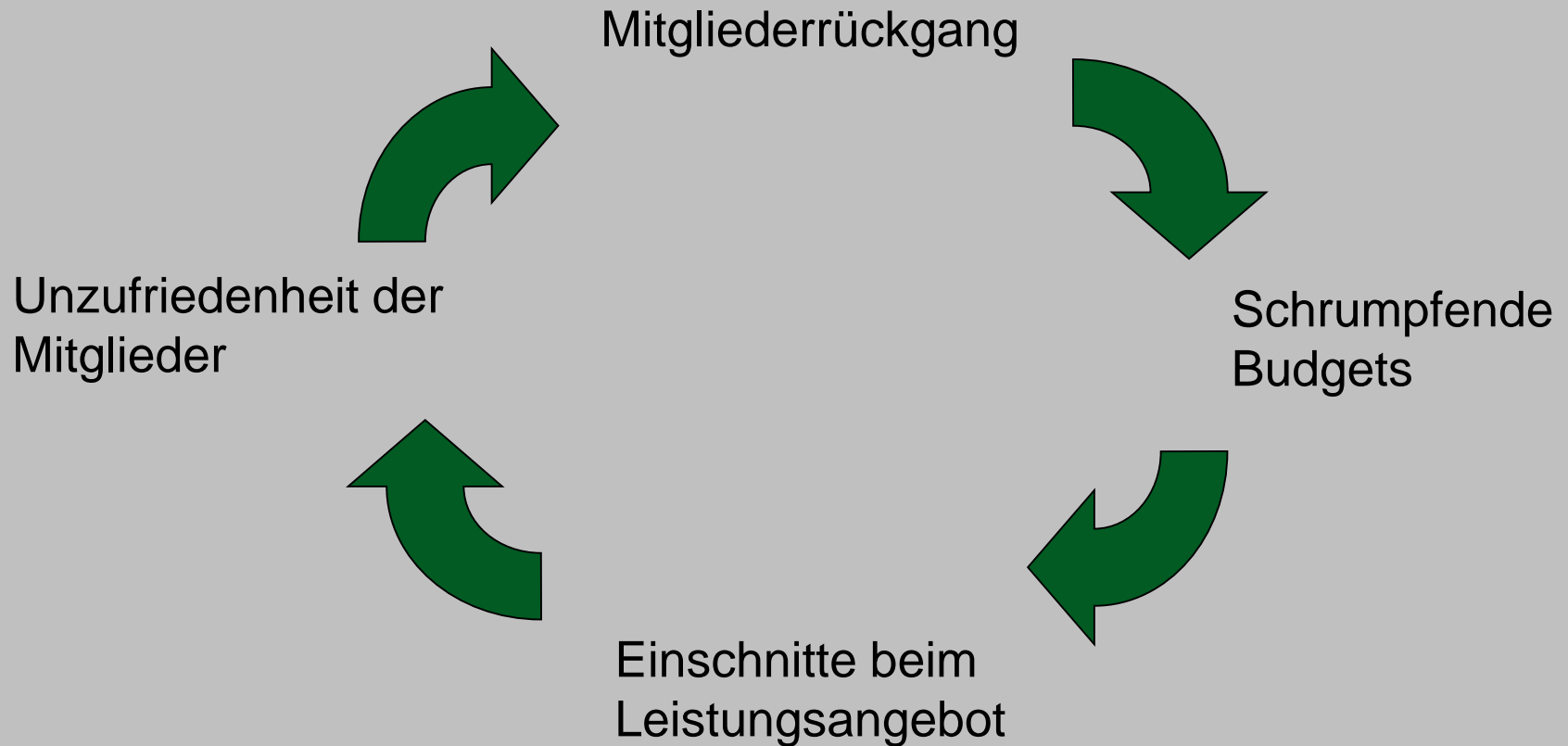
# Erwartungshaltung der Betriebe



# Einstellung der Betriebe



# Teufelskreis



# 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)

# 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**

# 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, Rahmenverträge)**
- **...**



# Kontakt Daten

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

Tel. 089/51556082  
Fax 089/51556088  
Mail [glasl@lfi-muenchen.de](mailto:glasl@lfi-muenchen.de)