

Vereine und Unternehmen im Wandel

Vereine sind ein Kulturgut unserer Gesellschaft, das sich jedoch stark im Wandel befindet. Während die Mitgliedschaft in der Vergangenheit als Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppierung wichtig war, sind heute andere Kommunikationsinstrumente wichtig geworden. Auch bei Unternehmen zeigt sich diese Entwicklung. Es gibt Unternehmen, die in der Vergangenheit träumen und Unternehmen, die den Zeitgeist im Auge behalten. Der Satz: „Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit“ passt für Vereine wie Unternehmen gleichermaßen.

Entwicklung der Vereinskultur

Interessanterweise ist es so, dass die Anzahl der eingetragenen Vereine in Deutschland steigt. So ist nach einer Broschüre des Stifterverbandes zwischen 1995 und 2022 die Anzahl der eingetragenen Vereine von ca. 400.000 auf ca. 600.000 Vereine gestiegen. Allerdings werden immer weniger Vereine angemeldet und immer mehr gelöscht. Die Analyse zeigt einen starken Zuwachs an verschiedenen Arten von Fördervereinen, während klassische Vereine mit Überalterung, Mitgliederschwund und Auflösungserscheinungen zu kämpfen haben. Nach wie vor ist die Bereitschaft, sich in der Freizeit sozial zu betätigen groß aber in immer stärkerem Maße geschieht dies nicht in einer Vereinsorganisation. Freiwilligen Dienste und spontane ungeplante Aktionen wie z.B. im Ahrtal sind ein wichtiges Standbein in der sozialen Arbeit geworden. Die meisten NGO's sind als Vereine organisiert.

Entwicklung der Unternehmen

In den letzten 20 Jahren ist in den USA die Hälfte der großen Unternehmen verschwunden – weil die Veränderungsgeschwindigkeit dramatisch zugelegt hat. Je größer ein Unternehmen ist, desto schwieriger fällt es ihm, sich neuen Marktgegebenheiten anzupassen. Hinzu kommt noch, dass kapitalgeführte Unternehmen längere Entscheidungswege benötigen und deshalb mit Lobby Arbeit versuchen, Entscheidungen hinauszuzögern, um mehr Zeit für den Wandel zu gewinnen. Man sieht das deutlich im Moment bei der Energie- und Autoindustrie. Bei personengeführten Unternehmen gibt es dagegen 2 Tendenzen:



Der eine Bereich verharrt auf seinen gewohnten Pfaden und wird irgendwann von Markt verschwinden oder verkauft und der andere passt sich der Situation an und spielt weiterhin eine wichtige Rolle im Marktgeschehen. Neckermann und Nixdorf sind Beispiele für den ersteren Bereich, Otto und Würth haben sich weiterentwickelt und sind stärker als je zuvor.

Mitglieder und Mitarbeiterkultur

Erfolgreiche Vereine und erfolgreiche Unternehmen haben eines gemeinsam: Sie haben glückliche motivierte Mitglieder bzw. Mitarbeiter. Ein Manager ist dann wirklich erfolgreich, wenn seine Mitarbeiter erfolgreich sind und das Unternehmen sich permanent in einem Veränderungsprozess befindet. Das geschieht am ehesten in einer Unternehmenskultur, in der sich alle frei entfalten können. Erfolgreiche Unternehmen folgen dem TQM-Prinzip von Toyota, das die Kundenwünsche und die Kundenzufriedenheit in den Mittelpunkt stellt. Kundenzufriedenheit ist heute die wichtigste Kenngröße, denn mehr Kundenzufriedenheit führt zu mehr Empfehlungen und mehr Empfehlungen führen zu mehr Kundenumsatz und mehr Kundenumsatz führt zu mehr Kundenzufriedenheit u.s.w. Erfolgreiche Unternehmer ziehen sich frühzeitig aus der Geschäftsführung zurück und lassen die nächste Generation ans Ruder. Interessanterweise entwickeln sich durch engagierte Mitarbeiter in Unternehmen auch freiwilligen Dienste oder Vereine innerhalb der Unternehmensstruktur.

Der Verein der Zukunft

Während das Unternehmen auf seine Mitarbeiter einen gewissen Zwang ausübt – ich muss Geld verdienen – ist die Mitgliedschaft in einem Verein vollkommen freiwillig. Ein Vereinsvorsitzender ist nur wirklich dann erfolgreich, wenn seine Vereinsmitglieder glücklich sind und sich verwirklichen können. Viele alteingesessenen Vereine sind durch fehlende Erneuerung so überaltert und unflexibel geworden, dass ihre Auflösung nur noch eine Frage der Zeit ist. Es gibt aber genauso gut Vereine, wo der Veränderungsprozess gelungen ist und die mit neuen Ideen weiter bestehen.



Je mehr die Mitglieder mit ihren Interessen aktiv eingebunden werden können, je mehr Variablen es in der Art der Mitgliedschaft gibt, desto größer ist die Chance des Fortbestehens. Der Verein von gestern ist der mit einem großen Anteil an passiven Mitgliedern und einer kleinen überalterten Führungsmannschaft. Der von morgen ist der, der viele Mitglieder aktiviert, neue hinzugewinnt und eine breitgefächerte Altersstruktur in der Führungsmannschaft aufweist. Man sieht also, dass Vereine und Unternehmen, ob erfolgreich oder erfolglos, in ihrer Struktur gar nicht so weit voneinander entfernt sind.

