

8. SMP-Marktbarometer

in Zusammenarbeit mit



Ergebnispräsentation

Köln, im September 2011

Vorstellung des Instruments, Teilnehmerstruktur

Ergebnisse

Zusammenfassung

Detailinfos zum Teilnehmerkreis

Urheber und Unterstützer

Vorstellung des Instruments



Mit dem SMP-Marktbarometer führen wir eine **kontinuierliche Befragung von Führungskräften der Sozialwirtschaft** durch. Auf diesem Wege zeigen wir Ihnen regelmäßig die aktuellsten Trends und Stimmungen in der Sozialwirtschaft auf und rücken damit bedeutsame Fragen ins Licht der Öffentlichkeit.

Neben Fragen zur tatsächlichen und erwarteten Entwicklung der Organisationen enthält der **Fragebogen** auch Fragen zu aktuellen gesellschaftlichen oder politischen Trends oder zu konkreten Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf die Branche. Die **Ergebnisse dieser Panelbefragung** werden zunächst den Teilnehmer/innen exklusiv per E-Mail zur Verfügung gestellt und parallel in der [Wohlfahrt intern](#), dem Fachmagazin für die Sozialwirtschaft, veröffentlicht. Eine gewerbsmäßige Weiterverbreitung der hier dargestellten Ergebnisse bedarf der vorherigen Genehmigung durch die Urheber!

Die vertrauliche **Datenerhebung und -speicherung** wird durch unseren Online-Dienstleister SurveyMonkey durchgeführt. Das Unternehmen ist entsprechend den Safe-Harbor-Vereinbarungen gelistet und hält sich streng an die geltenden Datenschutzvorschriften. Die Teilnahme zieht keine Werbeaktivitäten eines der beteiligten Unternehmen nach sich!

Weiterführende Informationen unter www.sozialmanagementpartner.de/marktbarometer.html.

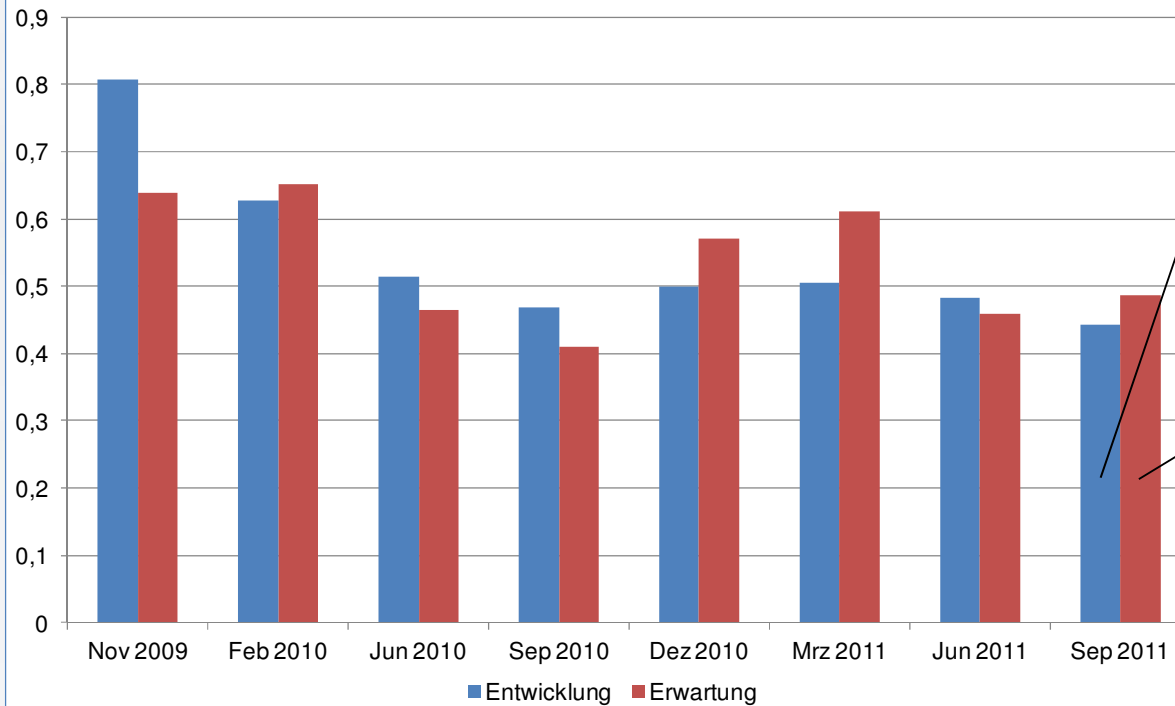
- Insgesamt haben sich **168 Führungskräfte** an der Befragung beteiligt (n = 168). Dafür noch einmal herzlichen Dank!
- Im 8. Durchgang kommen 83% der Befragten aus dem Bereich der **freigemeinnützigen Träger**. Der Anteil der Teilnehmer/innen von privaten Trägern ist mit unter 1% deutlich geringer als beim letzten Durchgang. Teilnehmer von kommunalen Trägern sind zu 5% vertreten.
- Die Mehrheit der Befragten kommt in diesem Durchgang wiederum aus dem **Marktsegment** der Behindertenhilfe (33%). 27% der Teilnehmer erzielen den Hauptteil ihrer Umsätze in der Altenhilfe. Je etwa 8% der Teilnehmer erzielen ihren Umsatz in der Kinder- und Jugendhilfe sowie in Notfallrettung/ Krankentransport/ Fahrdienst.
- Weiterhin ist der Großteil der Befragten (53%) **Träger von Einrichtungen**. 15% der Befragten kommen von **einzelnen Einrichtungen**.

Bewertungssystematik

- Von zentraler Bedeutung sind die Barometerfragen nach *Umsätzen* und *Kosten*.
- Bei den Fragen nach den Kosten werden sinkende Kosten positiv bewertet.
- Die Antworten sind auf einer 5er-Skala möglich. Es gibt jeweils 2 Antwortmöglichkeiten im positiven bzw. im negativen Bereich sowie eine neutrale Antwort („stagnieren(d)“).
- Hinter den Antwortmöglichkeiten liegen Werte von +2 bis -2 (+2, +1, 0, -1, -2).
- Der jeweilige Barometerwert ist der Mittelwert aller Antworten.
- Kommen bspw. alle Teilnehmer/innen zu der jeweils positivsten Einschätzung, liegt der Barometerwert bei +2.

Barometerfragen: Umsatz

Barometerhistorie: Umsatz

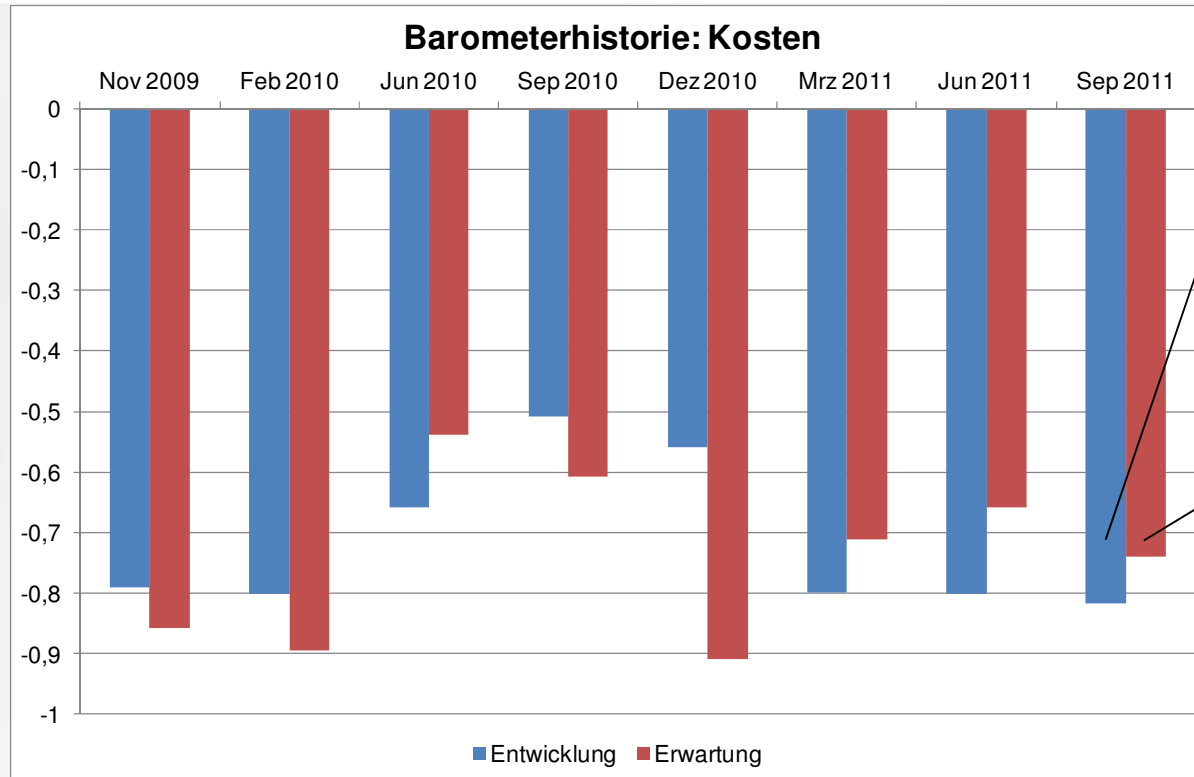


Wie haben sich die UMSÄTZE in Ihrer Organisation im LETZTEN Quartal entwickelt?

Wie werden sich die UMSÄTZE in Ihrer Organisation in den NÄCHSTEN 3 Monaten entwickeln?

- ➔ Die Umsätze haben sich im letzten Quartal mit einem Barometerwert von 0,44 wiederum schlechter entwickelt, als dies von den Befragten bei der vorherigen Befragung erwartet wurde (0,46).
- ➔ Betrachtet man die letzten beiden Durchgänge, scheinen sich die Werte ein Stück weit zwischen 0,45 und 0,50 einzupendeln.
- ➔ Im Hinblick auf das letzte Quartal zeigt sich vorsichtiger Optimismus, dass der Umsatz doch wieder stärker steigt als zuletzt (0,49).

Barometerfragen: Kosten



Wie haben sich die KOSTEN in Ihrer Organisation im LETZTEN Quartal entwickelt?

Wie werden sich die KOSTEN in Ihrer Organisation in den NÄCHSTEN 3 Monaten entwickeln?

- ➔ Zum 3. Mal in Folge sind die Kosten stärker gestiegen (-0,82) als erwartet (-0,66).
- ➔ Und auch zum 3. Mal in Folge erreicht die tatsächliche Kostensteigerung im III. Quartal wieder einen „negativen Spitzenwert“ von -0,82!
- ➔ Für das nächste Quartal wird aber wieder mit etwas geringeren Kostensteigerungen gerechnet (-0,74). Dennoch liegt der Barometerwert noch immer auf relativ hohem negativen Niveau und weiterhin deutlich über dem Wert des Vorjahrs!

Barometerfragen: Marktsegmente

	Altenhilfe	Behindertenhilfe (inkl. WfMB)	Berufliche Bildung/ Förderung/ Rehabilitation	Marktsegmente mit vergleichbaren Umsatzhöhen	Kinder- und Jugendhilfe (inkl. Kitas)	Krankenhilfe / Rehabilitation	Notfallrettung/ Krankentransport/ Fahrdienste	Sonstiges	Gesamtbranche
Umsatz									
Entwicklung I. Quartal 2010	0,67	0,58	./.	0,75	0,86	1,00	0,61	0,67	0,63
Erwartung II. Quartal 2010	0,65	0,81	./.	0,92	0,86	0,67	0,56	0,33	0,65
Entwicklung II. Quartal 2010	0,27	0,77	./.	0,61	0,90	-0,40	0,86	0,32	0,51
Erwartung III. Quartal 2010	0,44	0,46	./.	0,72	0,70	0,80	0,57	0,05	0,47
Entwicklung III. Quartal 2010	0,30	0,87	-0,21	0,71	0,29	0,33	0,55	0,50	0,47
Erwartung IV. Quartal 2010	0,53	0,50	-0,79	0,86	0,59	0,17	0,64	0,75	0,41
Entwicklung IV. Quartal 2010	0,68	0,60	-0,13	1,00	0,26	0,00	0,24	0,33	0,50
Erwartung I. Quartal 2011	0,71	0,53	-0,38	1,22	0,42	1,00	0,71	0,17	0,57
Entwicklung I. Quartal 2011	0,51	0,63	-0,13	0,76	0,58	-0,29	0,67	0,33	0,50
Erwartung II. Quartal 2011	0,69	0,50	0,00	0,82	0,79	0,71	1,50	0,17	0,61
Entwicklung II. Quartal 2011	0,41	0,74	-0,22	0,50	0,29	0,25	1,33	0,25	0,48
Erwartung III. Quartal 2011	0,56	0,64	0,44	1,00	0,00	0,63	1,00	0,25	0,46
Entwicklung III. Quartal 2011	0,15	0,58	-0,33	0,89	0,57	2,00	1,00	-0,17	0,44
Erwartung IV. Quartal 2011	0,37	0,42	0,00	0,56	0,57	2,00	1,08	0,83	0,49
Kosten									
Entwicklung IV. Quartal 2009	-0,87	-0,84	./.	-0,42	-1,14	-1,67	-0,89	-0,44	-0,80
Erwartung II. Quartal 2010	-0,82	-1,19	./.	-0,50	-0,93	-1,00	-1,22	-0,83	-0,89
Entwicklung II. Quartal 2010	-0,67	-0,77	./.	-0,56	-1,00	-0,80	-0,64	-0,58	-0,66
Erwartung III. Quartal 2010	-0,38	-0,77	./.	-0,50	-0,65	-0,40	-0,64	-0,16	-0,54
Entwicklung III. Quartal 2010	-0,43	-0,77	-0,29	-0,29	-0,53	-0,83	-0,55	0,50	-0,51
Erwartung IV. Quartal 2010	-0,53	-0,79	-0,21	-0,29	-0,76	-0,50	-0,45	-0,63	-0,61
Entwicklung IV. Quartal 2010	-0,68	-0,58	-0,50	-0,44	-0,37	-0,33	-0,76	-0,83	-0,56
Erwartung I. Quartal 2011	-0,93	-1,18	-0,50	-0,33	-1,00	-0,33	-0,59	-0,83	-0,91
Entwicklung I. Quartal 2011	-1,02	-1,04	-0,50	-0,76	-0,16	-0,14	-0,17	-0,75	-0,80
Erwartung II. Quartal 2011	-0,85	-0,74	-0,63	-1,12	-0,37	-0,43	-0,67	-0,50	-0,71
Entwicklung II. Quartal 2011	-0,80	-1,06	-0,22	-0,88	-0,76	-1,25	-0,40	0,25	-0,80
Erwartung III. Quartal 2011	-0,54	0,77	-0,22	-0,63	0,57	-1,13	0,00	-1,00	-0,66
Entwicklung III. Quartal 2011	-0,83	-0,93	-1,00	-1,11	-0,79	0,00	-0,77	-0,33	-0,82
Erwartung IV. Quartal 2011	-0,67	-0,78	-0,67	-0,56	-0,50	-1,00	-1,31	-1,00	-0,74

Barometerfragen: Marktsegmente

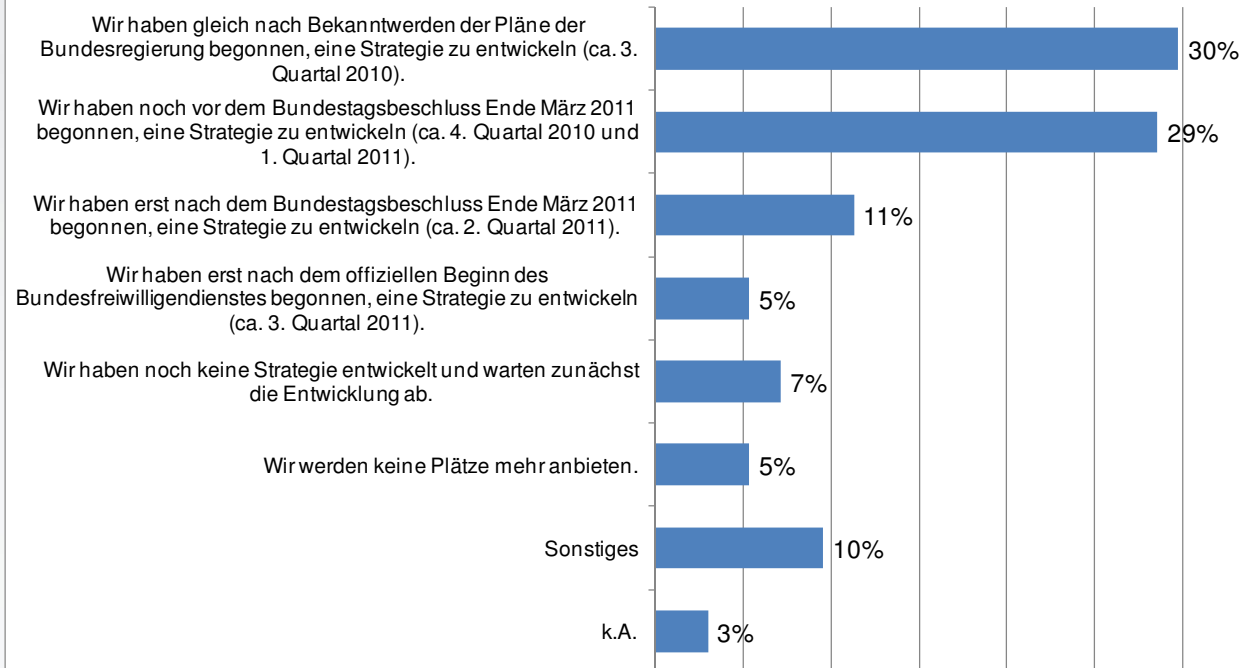


- ➔ Bei der Bewertung der *Umsätze* fallen wiederum die sehr positive Entwicklung/ Erwartung bei den Trägern von Notfallrettung/ Krankentransport/ Fahrdienst auf (1,00 bzw. 1,08) und die sehr negative Bewertung im Segment der Beruflichen Bildung (-0,33 bzw. 0,00) auf.
- ➔ Die noch immer recht positive Bewertung der Umsatzentwicklung (Entwicklung/ Erwartung) wird weiterhin von der Behindertenhilfe sowie den Trägern, die ihre Hauptumsätze in mehreren Marktsegmenten erzielen, geprägt. Auffällig ist in diesem Zusammenhang die im Vergleich deutlich zurückbleibende Stimmung in der Altenhilfe (0,15 bzw. 0,37). Die Kinder- und Jugendhilfe (0,57 und 0,57) blickt dagegen deutlich optimistischer in die Zukunft als beim letzten Mal..
- ➔ Auf der *Kostenseite* fällt wieder die im Vergleich zum Durchschnitt negativere Einschätzung der Behindertenhilfe (-0,93 bzw. -0,78) auf.
- ➔ Ansonsten zeigt sich hier ein recht konträres Bild mit recht extremen Unterschieden zwischen den einzelnen Marktsegmenten, aber auch zwischen Entwicklung und Erwartung bei einzelnen Marktsegmenten, das sich einer weitergehenden Interpretation verschließt.

Ergebnisse: Quartalsfragen

Wann haben Sie begonnen, eine Strategie für den Wegfall des Zivildienstes zu entwickeln?

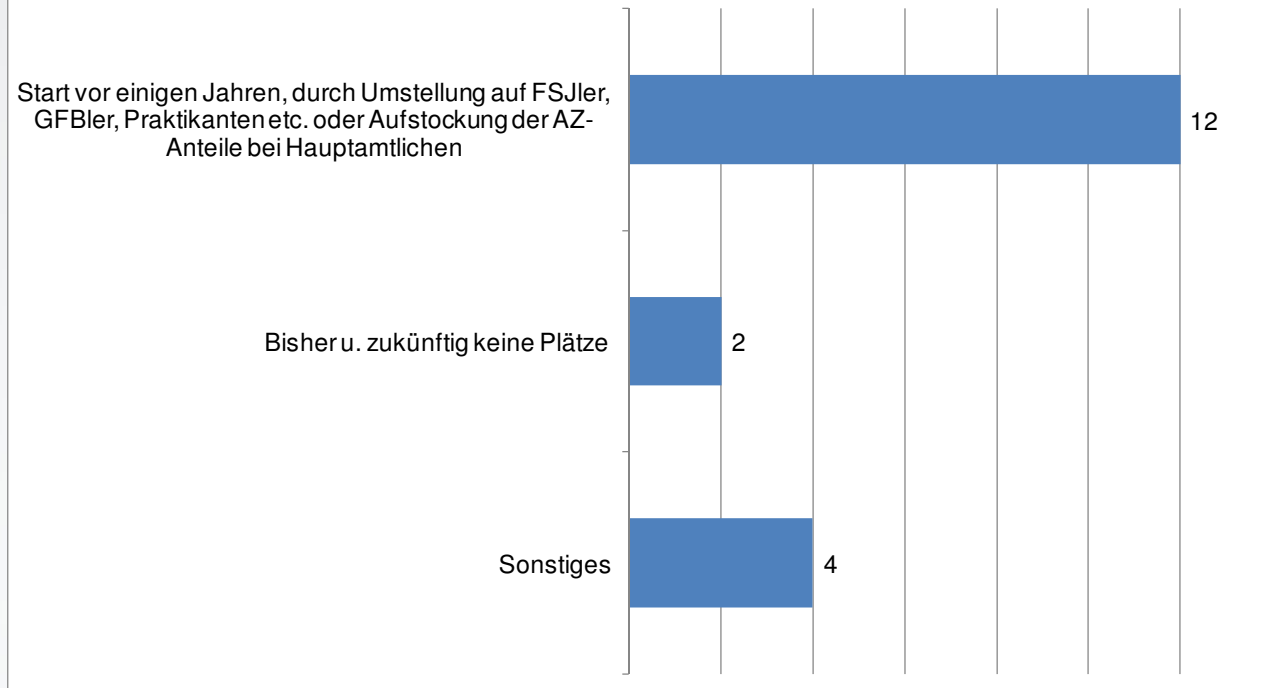
(n = 168)



- ➔ Die Träger waren auf den Wegfall des Zivildienstes durchaus vorbereitet.
- ➔ Es zeigt sich eindeutig, dass sich die meisten Träger bereits frühzeitig um eine entsprechende Gegenstrategie gekümmert haben. Jeweils ein knappes Drittel hat schon im III. Quartal 2010 bzw. zum Jahreswechsel 2010/11 begonnen, sich auf die Veränderungen einzustellen.
- ➔ Bemerkenswert ist, dass für 12 der 168 Teilnehmenden der Zivildienst bereits einige Monate/ Jahre zuvor ein „Auslaufmodell“ war, das sie veranlasste, sich um Alternativen zu bemühen (→ siehe nächste Folie).

Ergebnisse: Quartalsfragen

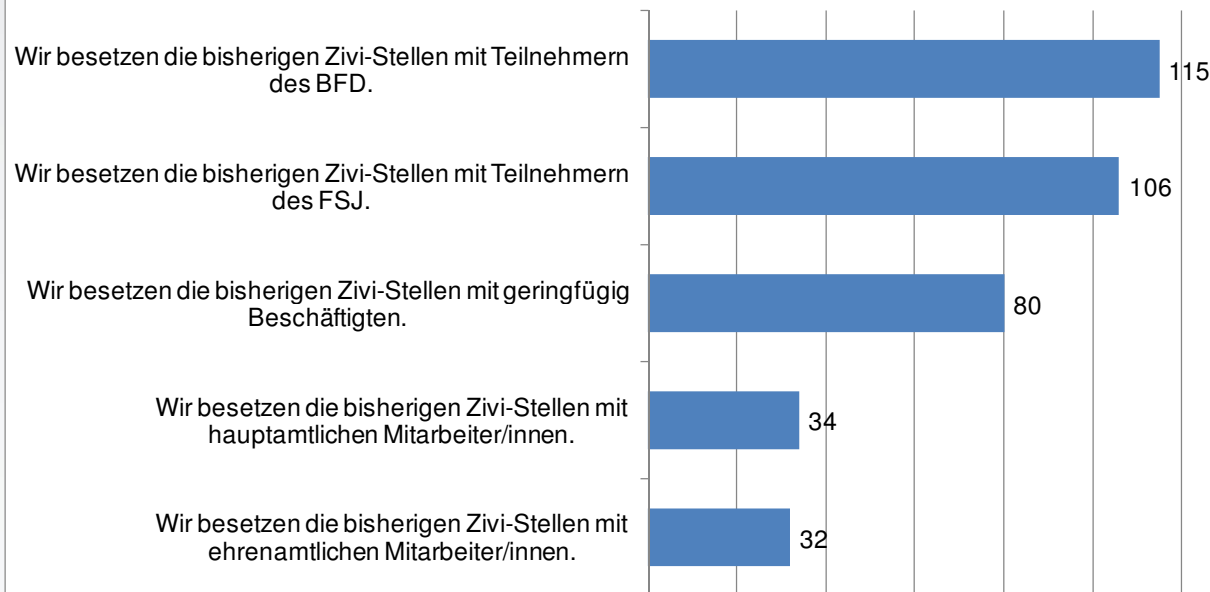
Wann haben Sie begonnen, eine Strategie für den Wegfall des
Zivildienstes zu entwickeln?
- Antworten: "Sonstiges" -



Ergebnisse: Quartalsfragen

**>>> Falls Sie weiterhin in ähnlichem Umfang wie bisher Plätze für Freiwillige anbieten:
Wie werden Sie die bisherigen Zivi-Stellen zukünftig besetzen?**

(n = 168,367 Antworten)



Hier waren Mehrfachnennungen möglich

- ➔ Für diejenigen Befragten, die weiterhin Plätze für Freiwillige anbieten, sind BFD (ca. 31%) bzw. FSJ (ca. 29% der Antworten) das Mittel der Wahl, um den Zivildienst zu ersetzen.
- ➔ Für die anderen sind geringfügig Beschäftigte (ca. 22 %) bzw. haupt- oder ehrenamtliche Mitarbeitende (jeweils ca. 9% der Antworten) ein geeigneter Ersatz.

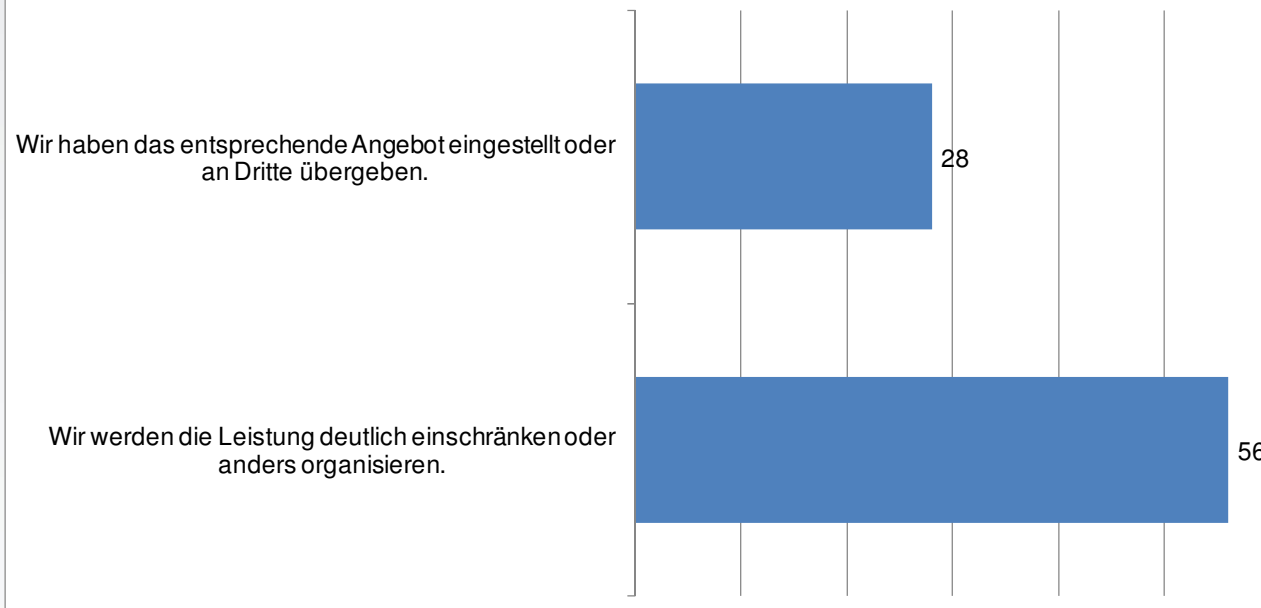
Ergebnisse: Quartalsfragen

>>> Falls Sie zukünftig keine oder deutlich weniger Plätze für Freiwillige anbieten:

Werden Sie Aufgabenfelder vollständig aufgeben oder Leistungen einschränken müssen?

(n = 168, 84 Antworten)

Hier waren Mehrfachnennungen möglich



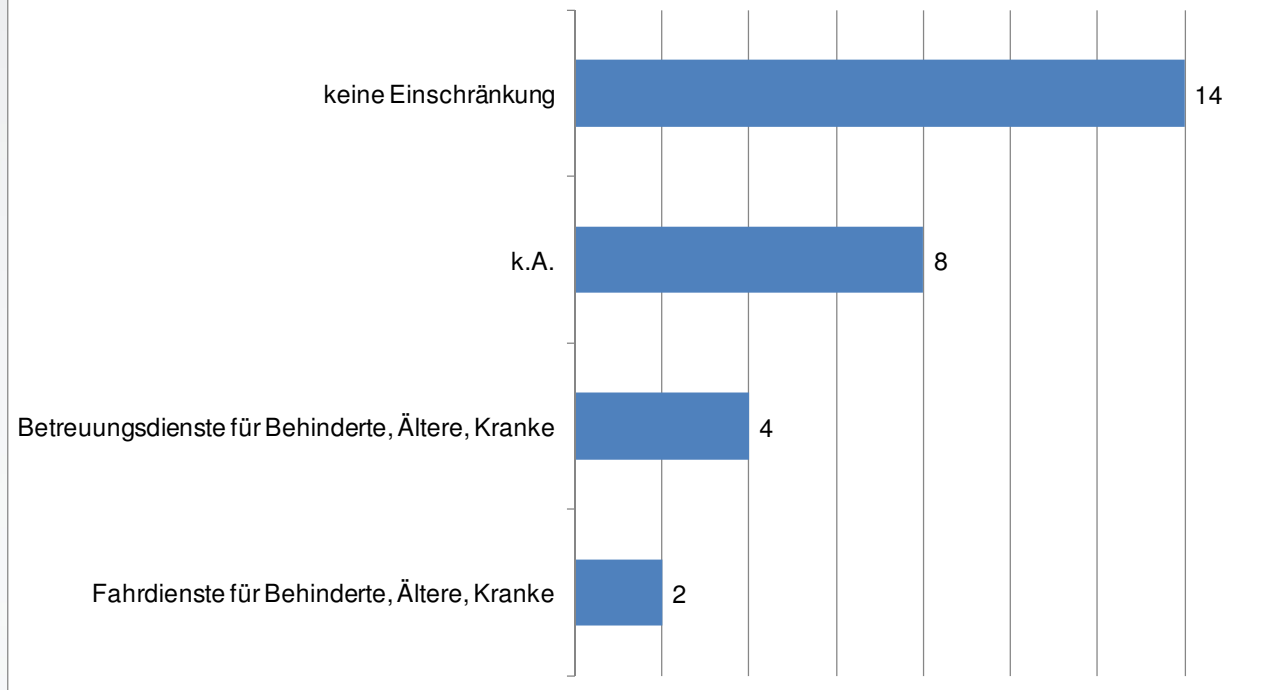
- ➔ Etwa ein Drittel der Befragten musste jedoch bestimmte Leistungen einschränken oder anders organisieren. Jeder 6. Träger hat sogar Angebote eingestellt oder an Dritte abgegeben.
- ➔ Besonders betroffen sind davon Betreuungsleistungen und Fahrdienste für Menschen mit Behinderung, Ältere oder Kranke! Weniger gravierend sind die Auswirkungen auf haushaltsnahe Dienstleistungen oder das Essen auf Rädern (→ siehe dazu die folgenden beiden Folien).

Ergebnisse: Quartalsfragen

Hier waren Mehrfachnennungen möglich

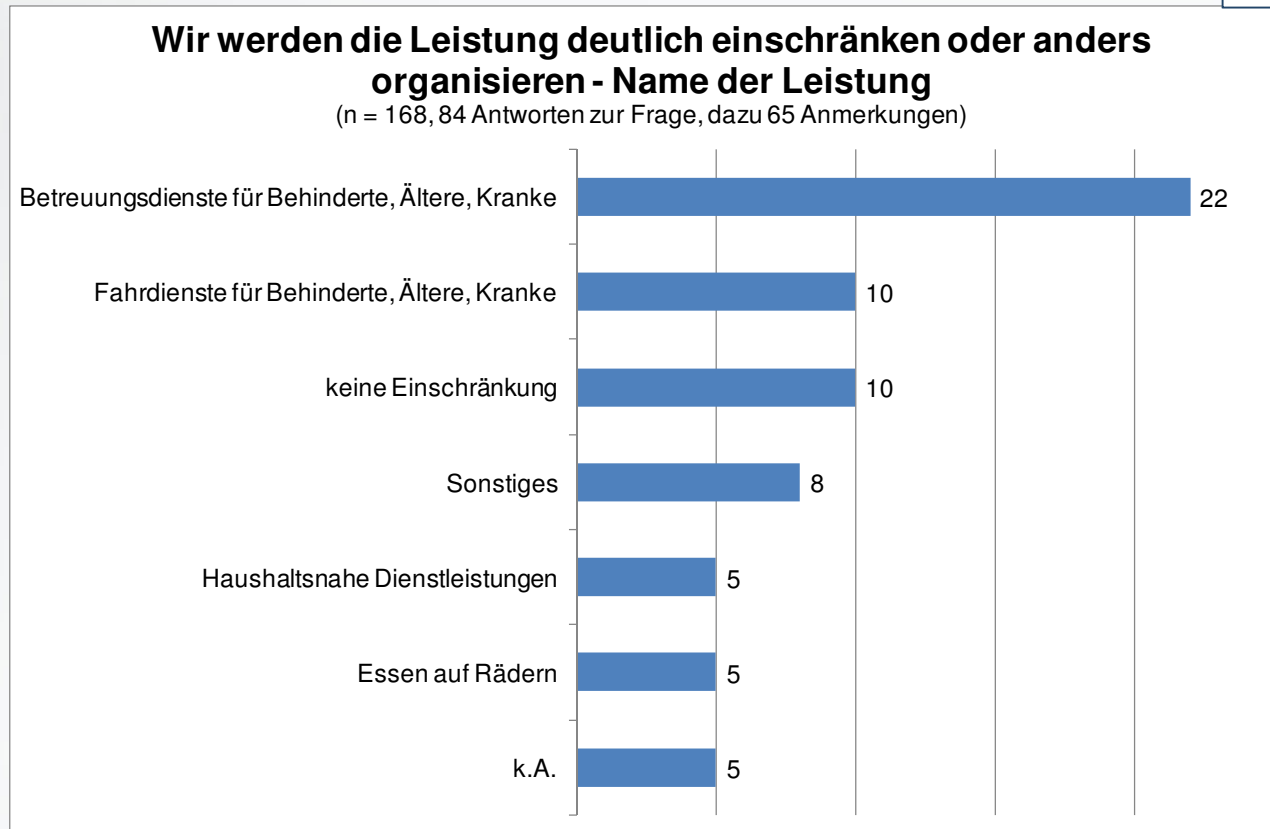
Wir haben das entsprechende Angebot eingestellt oder an Dritte übergeben - Name des Angebots

(n = 168, 84 Antworten zur Frage, dazu 28 Anmerkungen)

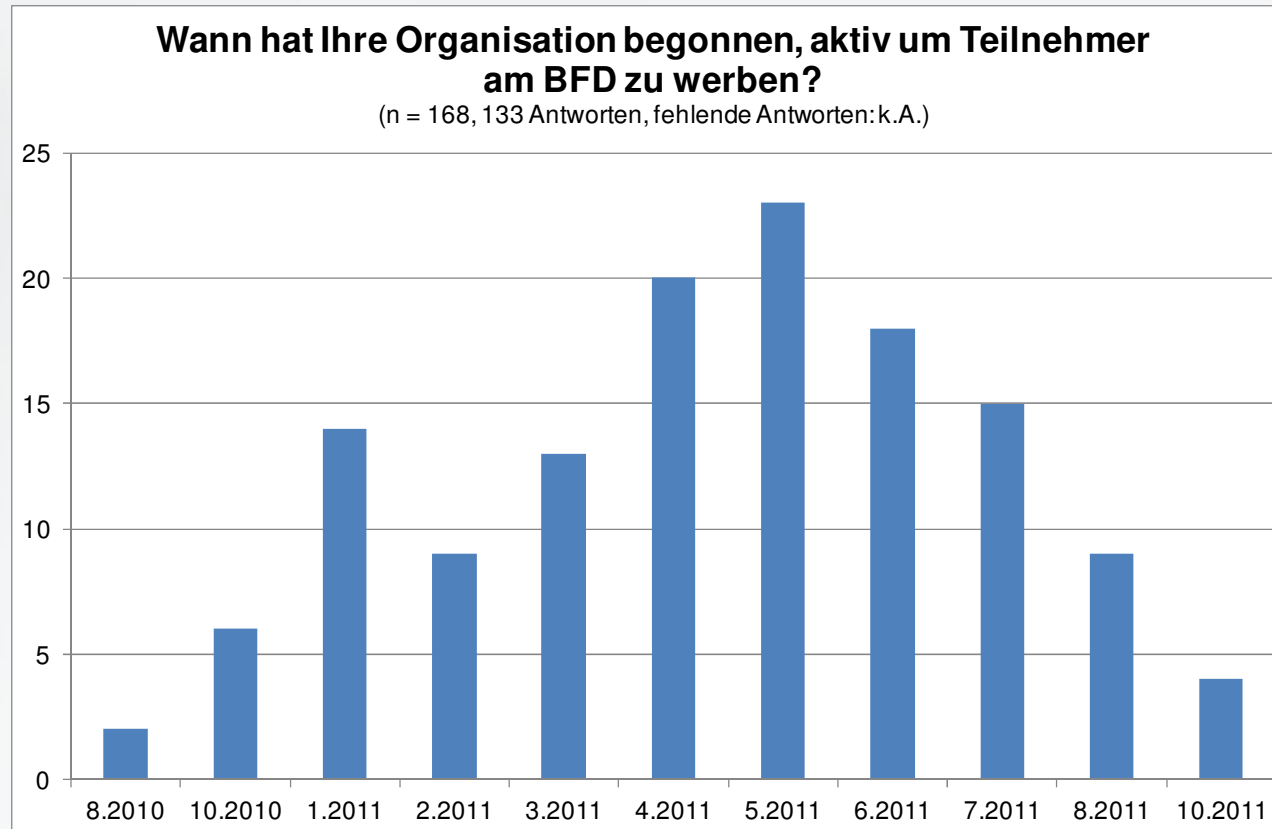


Ergebnisse: Quartalsfragen

Hier waren Mehrfachnennungen möglich



Ergebnisse: Quartalsfragen



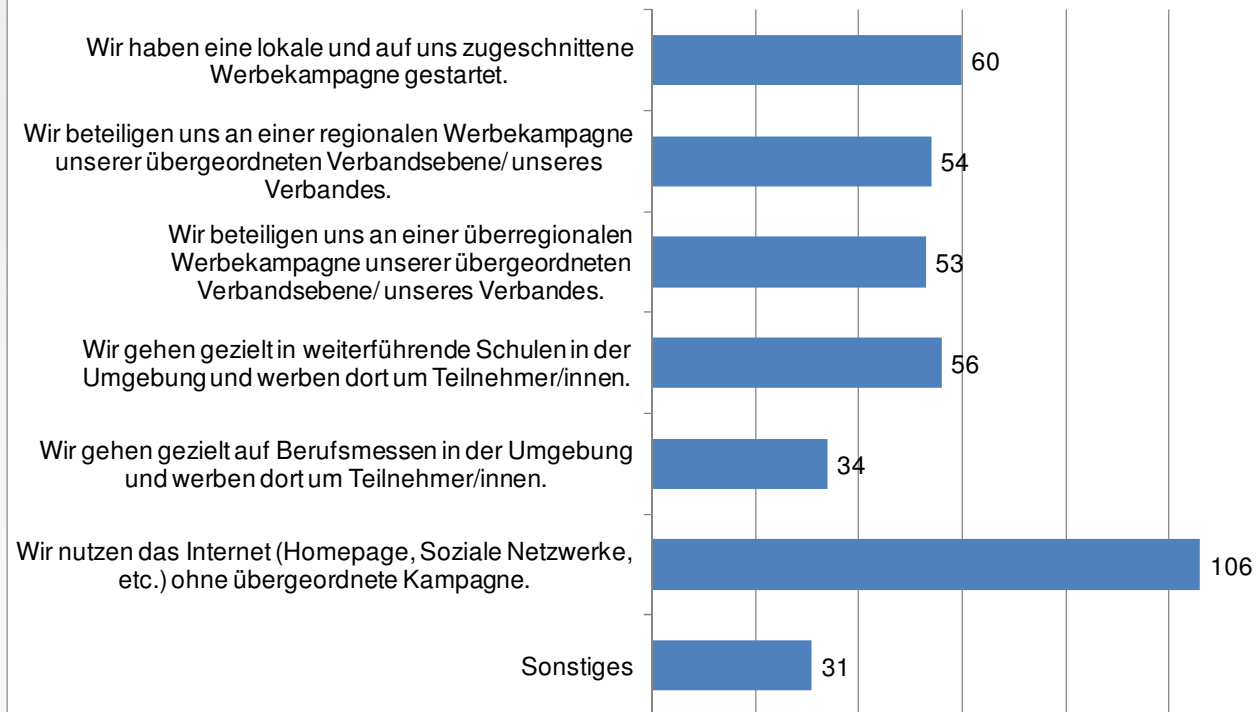
- ➔ Ihre Werbeaktivitäten haben die meisten Einrichtungen und Dienste zwischen April und Juni 2011 gestartet.
- ➔ Dies passt zur verzögerten Entwicklung der rechtlichen Rahmenbedingungen – lange Zeit waren die „Spielregeln“ überhaupt nicht klar und erst dann konnten die Träger reagieren.

Ergebnisse: Quartalsfragen

Wie gestaltet sich Ihre Strategie zur Gewinnung Freiwilliger?

(n = 168,394 Antworten)

Hier waren Mehrfachnennungen möglich

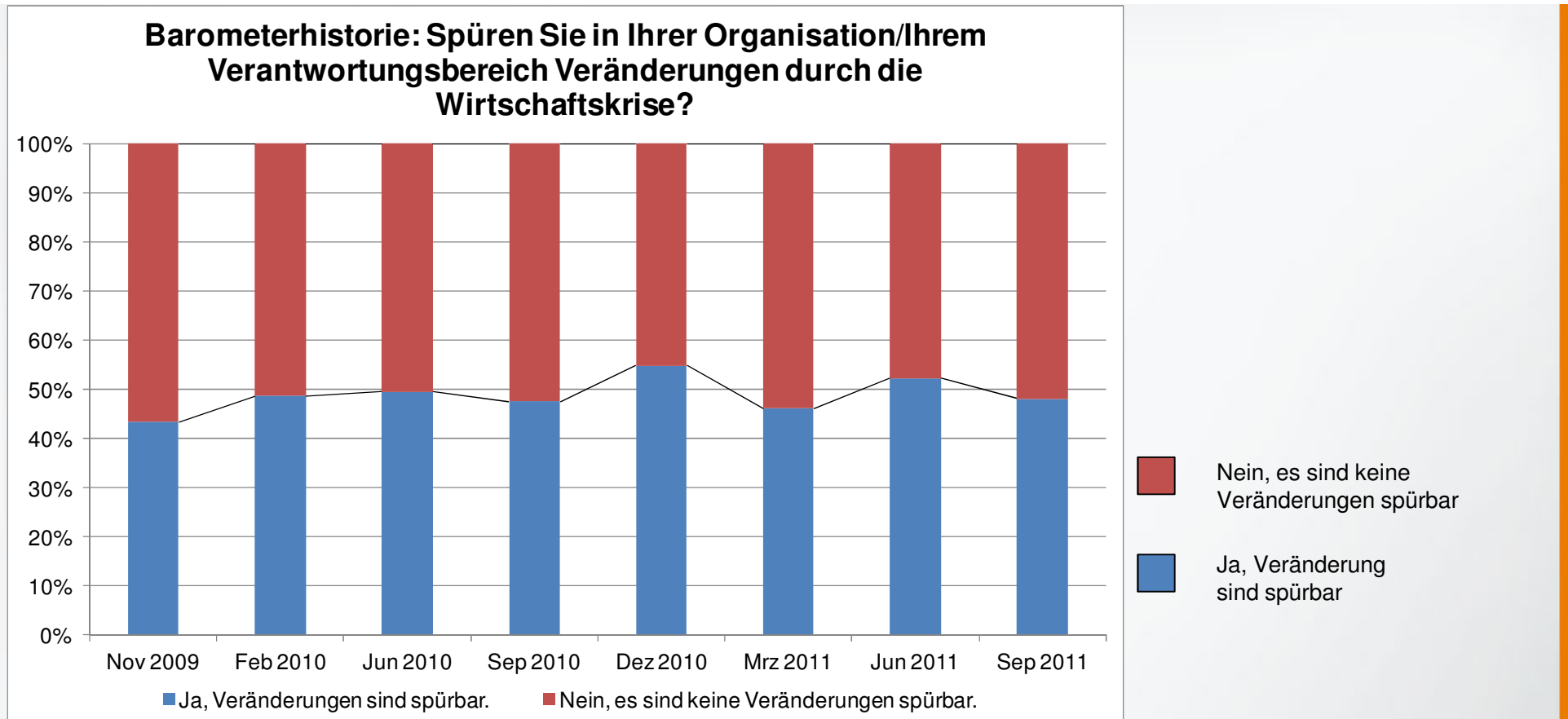


- ➔ Wichtigstes Medium bei der Gewinnung von Freiwilligen ist das Internet (ca. 27% aller Antworten).
- ➔ Überregionale Angebote spielen insgesamt eine eher untergeordnete Rolle.
- ➔ Dies bestätigt sich auch in der differenzierten Auswertung der unter „Sonstiges“ gegebenen Antworten (→ siehe folgende Folie).

Ergebnisse: Quartalsfragen



Ergebnisse: Wirtschaftskrise



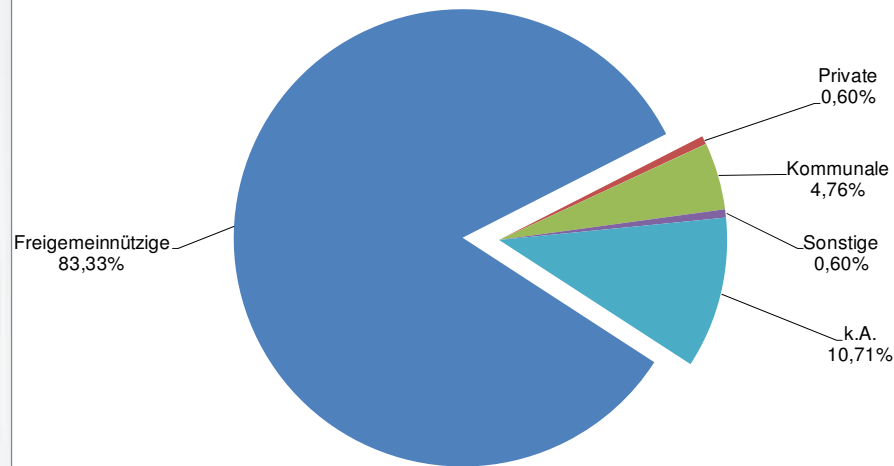
- ➔ Es kristallisiert sich immer stärker eine „Wellenbewegung“ heraus. Nach dem Anstieg im letzten Durchgang, fällt der Anteil derer, die eine Veränderung spüren, diesmal wieder (von 52 auf 48%).
- ➔ Eine Interpretation gestaltet sich dennoch äußerst schwierig.

- Bei den **Barometerfragen** zeigen sich im III. Quartal widersprüchliche Signale:
 - Die Umsätze haben sich im letzten Quartal zwar schlechter entwickelt, als dies von den Befragten bei der vorherigen Befragung erwartet wurde, im Hinblick auf das letzte Quartal zeigt sich jedoch vorsichtiger Optimismus, dass der Umsatz doch wieder stärker steigt als zuletzt.
 - Die Kosten sind dagegen zum 3. Mal in Folge stärker gestiegen als erwartet und erreichen auch zum 3. Mal einen „negativen Spitzenwert“. Trotz der erwarteten etwas geringeren Kostensteigerungen liegt der Barometerwert noch immer auf relativ hohem negativen Niveau und weiterhin deutlich über dem Wert des Vorjahrs!
- Die **Quartalsfragen** zum Wegfall des Zivildienstes sind wiederum sehr aufschlussreich:
 - Die meisten Träger haben sich frühzeitig um eine entsprechende Gegenstrategie gekümmert.
 - Für diejenigen Befragten, die weiterhin Plätze für Freiwillige anbieten, sind BFD bzw. FSJ die besten Alternativen zum Zivildienst.
 - Etwa ein Drittel der Befragten musste jedoch bestimmte Leistungen einschränken oder anders organisieren. Jeder 6. Träger hat sogar Angebot eingestellt oder an Dritte abgegeben.
 - Ihre Werbeaktivitäten haben die meisten Einrichtungen und Dienste zwischen April und Juni 2011 gestartet. Wichtigstes Medium ist dabei das Internet.

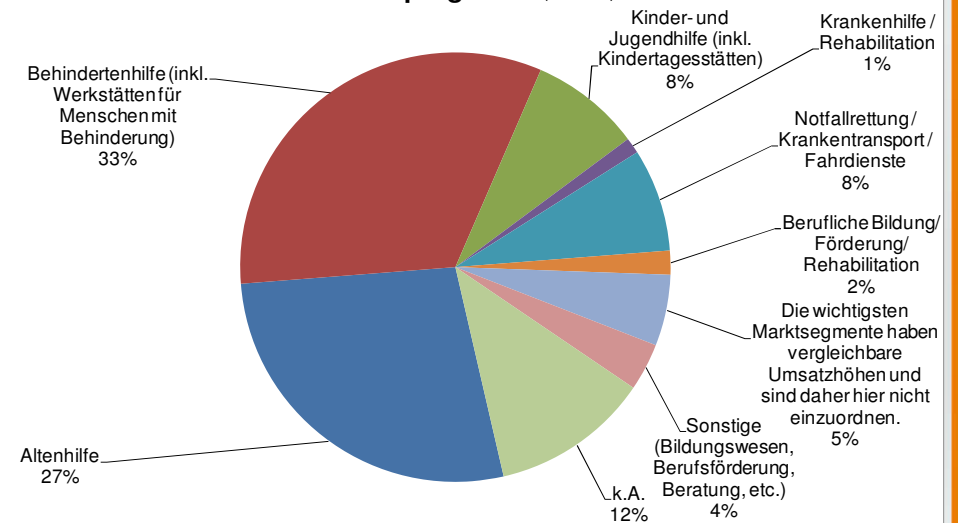
Detailinfos zum Teilnehmer-Kreis

Anbietergruppe und Marktsegment

Zu welcher Anbietergruppe in der Sozialwirtschaft zählt Ihre Organisation? (n = 168)



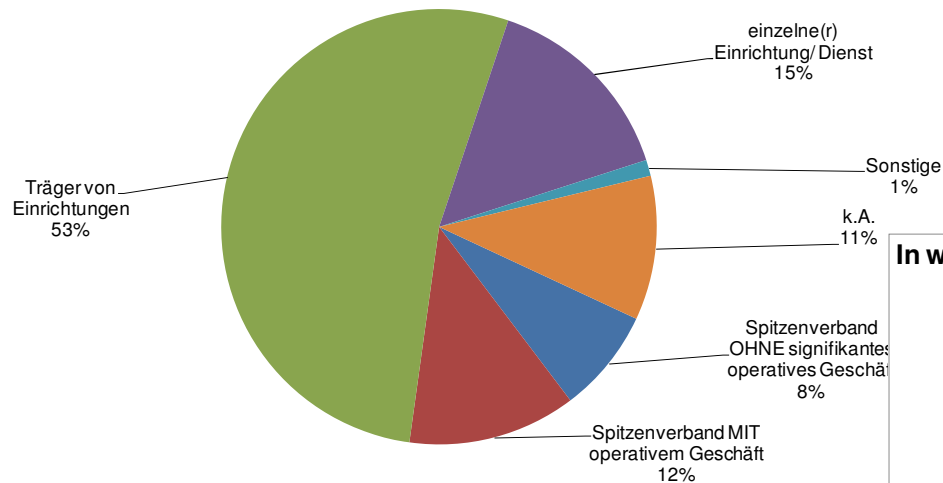
Welches der folgenden Marktsegmente ist - bezogen auf den Umsatz - für Ihren VERANTWORTUNGSBEREICH am ehesten prägend? (n = 168)



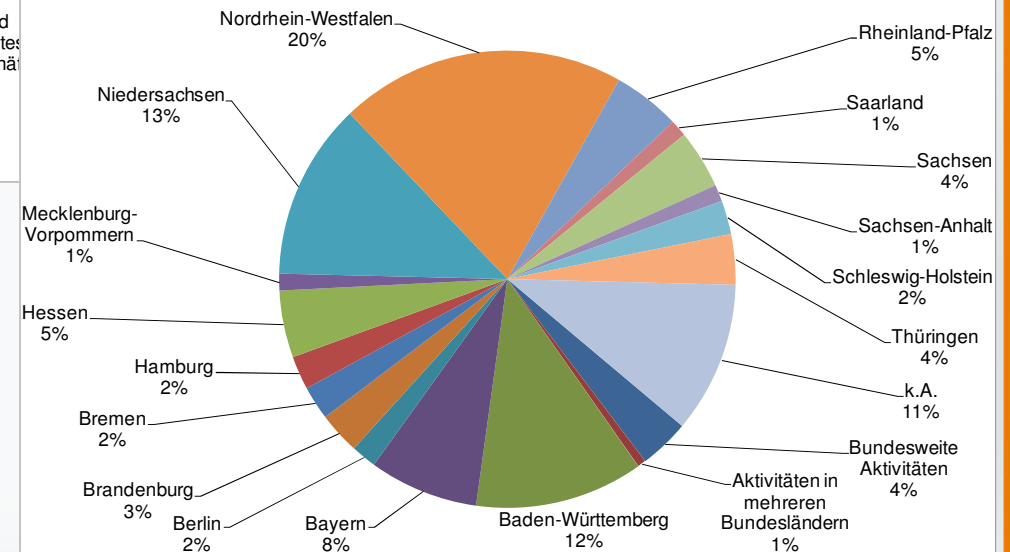
Detailinfos zum Teilnehmer-Kreis

Organisationsart und regionale Verbreitung

Welcher der folgenden Begriffe beschreibt die Art Ihrer Organisation am besten? (n = 168)

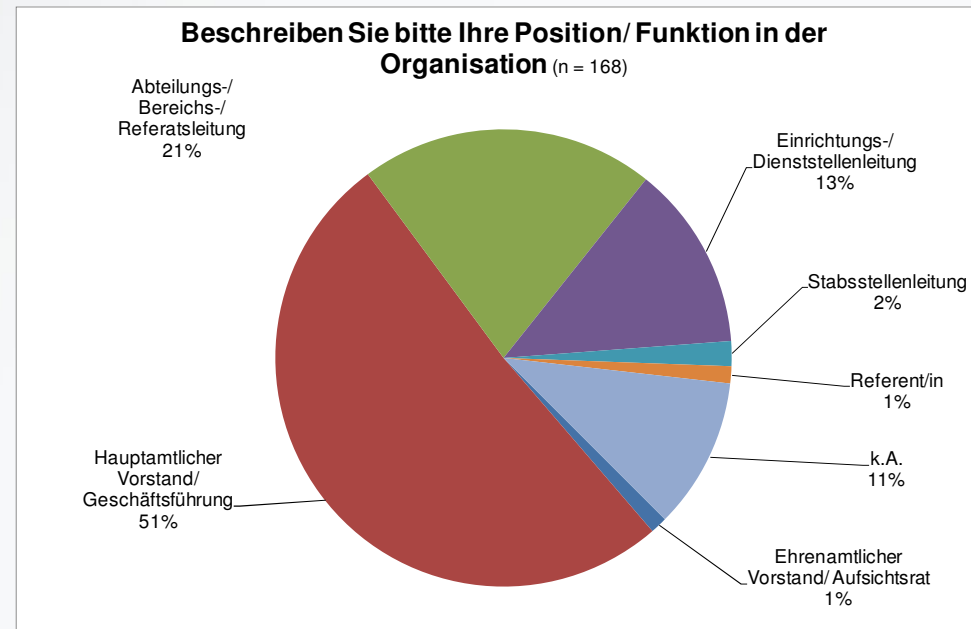


In welchem Bundesland ist Ihre Organisation hauptsächlich aktiv? (n = 168)



Detailinfos zum Teilnehmer-Kreis

Position der Befragten



Initiatoren: Die SozialManagementPartner

In der Kooperation SozialManagementPartner bündeln zwei der marktführenden Beratungshäuser in der Sozialwirtschaft ihre Kompetenzen. Wir bieten Ihnen für alle relevanten betriebswirtschaftlichen, juristischen sowie steuerrechtlichen Fragen die bestmögliche Lösung aus einer Hand.

rosenbaumnagy
unternehmensberatung

www.rosenbaum-nagy.de

SCHOMERUS

www.schomerus.de

Medienpartner: Wohlfahrt intern

Mit dem Fachmagazin „Wohlfahrt Intern“ gibt die Röthig Medien e.K. die einzige verbandsunabhängige Zeitschrift für Entscheider in der Sozialwirtschaft heraus. Sie wendet sich damit explizit an Vorstände und Geschäftsführer der Freien Wohlfahrt. Inhaltliche Schwerpunkte liegen in der Darstellung der wirtschaftlichen Entwicklung, wichtiger Ereignisse und erfolgreicher Strategien in der Branche. Die monatliche Erscheinungsweise sichert dabei die notwendige Aktualität.

The logo for 'WOHLFAHRT INTERN' features the word 'WOHLFAHRT' in large, bold, red capital letters, with 'INTERN' in smaller, red capital letters to its right. Below this, the tagline 'Das Entscheider-Magazin für die Sozialwirtschaft' is written in a smaller, black font.

www.wohlfahrtintern.de

Unterstützer



Unsere Unterstützer:

Bei der Durchführung des SMP-Marktbarometers werden wir von einigen Verbänden, Institutionen und Unternehmen unterstützt, die ihre Mitglieder und Kunden regelmäßig zur Befragung einladen:



Beck Management Center



Wir danken allen Unterstützern für die gute Zusammenarbeit!

Unsere Partner erhalten von uns zu jeder Befragung einen kurzen Einladungstext, der dann ohne größeren Aufwand über den eigenen E-Mail-Verteiler versandt werden kann. Wir freuen uns, wenn sich weitere Partner finden. Bei Interesse melden Sie sich einfach bei unserem Koordinator Carsten Effert (effert@rosenbaum-nagy.de).

Wir hoffen, dass Sie auch beim nächsten Mal wieder dabei sind.

Wir freuen uns sehr, wenn Sie andere Führungskräfte innerhalb und außerhalb Ihrer Organisation auf das Barometer aufmerksam machen, damit wir den Teilnehmer/innenpool kontinuierlich vergrößern können.

→ Interessierte können sich mit einer formlosen E-Mail an folgende Adresse für die nächsten Runden anmelden:

marktbarometer@sozialmanagementpartner.de

Ein abschließender Hinweis zum Urheberrecht: Eine *gewerbsmäßige* Weiterverbreitung der hier dargestellten Ergebnisse bedarf der vorherigen Genehmigung durch die Urheber!