

2. SMP-Marktbarometer

in Zusammenarbeit mit



Ergebnispräsentation

Köln, im Februar 2010

Vorstellung des Instruments, Teilnehmerstruktur

Ergebnisse

Zusammenfassung

Detailinfos zum Teilnehmerkreis

Urheber

Vorstellung des Instruments

Mit dem SMP-Marktbarometer möchten wir eine **kontinuierliche Befragung von Führungskräften aus der Sozialwirtschaft** etablieren und quartalsweise Stimmungen und Trends in der Branche erheben.

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.

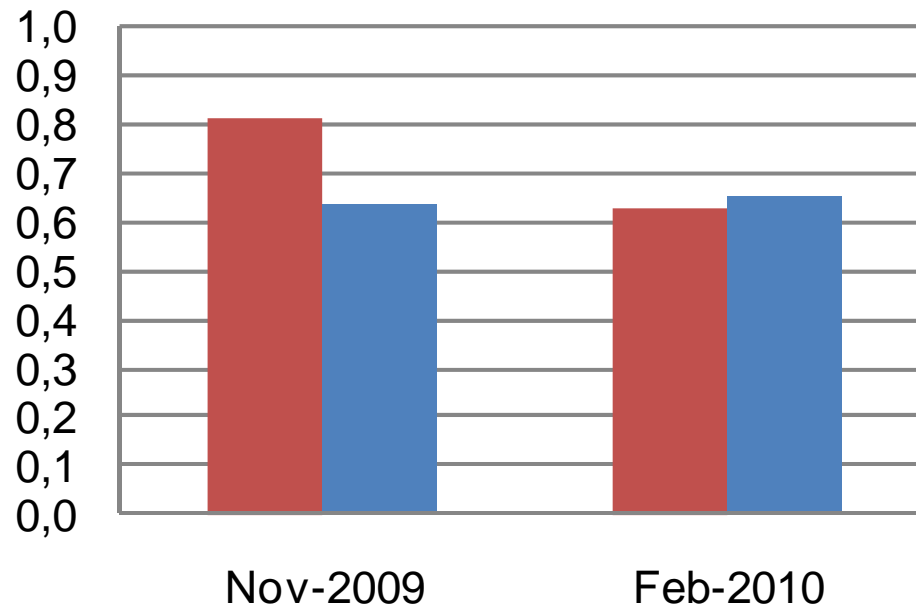
- Insgesamt haben sich **161 Führungskräfte** an der Befragung beteiligt (n = 161). Dies ist gegenüber dem 1. Durchlauf eine Steigerung von über 30%! Dafür noch einmal herzlichen Dank!
- Im 2. Durchgang kommen wieder über 90% der Befragten aus dem Bereich der **freigemeinnützigen Träger**. Wir arbeiten weiter daran, den Anteil der Teilnehmer/innen aus kommunalen und vor allem privaten Organisationen zu steigern, um ein noch breiteres Bild zu erhalten.
- Der größte Teil der Befragten macht den größten Umsatz in der **Altenhilfe** (36%). Allerdings steigt der Anteil von Vertretern der Behindertenhilfe (21%), aus dem Rettungsdienst sowie den sonstigen Marktsegmenten (je 12%). Hier hat sich im Gegensatz zum letzten Durchgang die Systematik verändert, so dass ein Vergleich nicht möglich ist.
- Bei den Organisationsformen überwiegen wiederum die **Träger von Einrichtungen**. Allerdings wurde auch hier die Abfrage etwas anders strukturiert.

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.

Ergebnisse: Die Barometerfragen

Barometerhistorie: Umsatz



Wie haben sich die UMSÄTZE in Ihrer Organisation in den LETZTEN 3 Monaten (ggü. der Vorjahresperiode) entwickelt?

■ Entwicklung

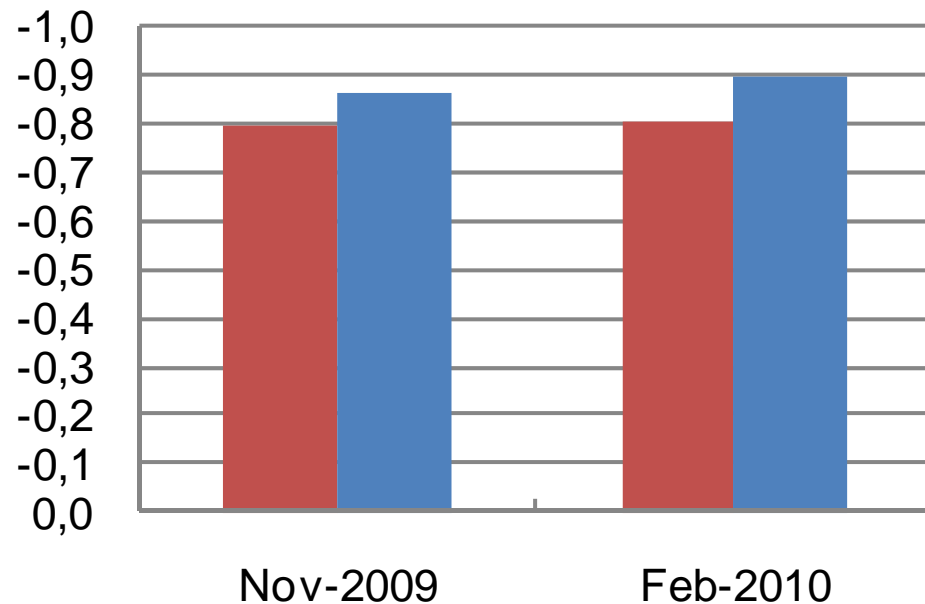
■ Erwartung

Wie werden sich die UMSÄTZE in Ihrer Organisation in den NÄCHSTEN 3 - 9 Monaten entwickeln?

- ➔ Die Umsätze steigen weiterhin, haben sich im vergangenen Quartal jedoch in etwa so entwickelt, wie im November erwartet, nämlich deutlich schlechter als zuvor (Rückgang ca. 0,18 Bewertungspunkte).
- ➔ Für die kommenden Monate wird allerdings wieder mit einem leichten Anstieg gerechnet.

Ergebnisse: Die Barometerfragen

Barometerhistorie: Kosten



Wie haben sich die KOSTEN in Ihrer Organisation in den LETZTEN 3 Monaten (ggü. der Vorjahresperiode) entwickelt?

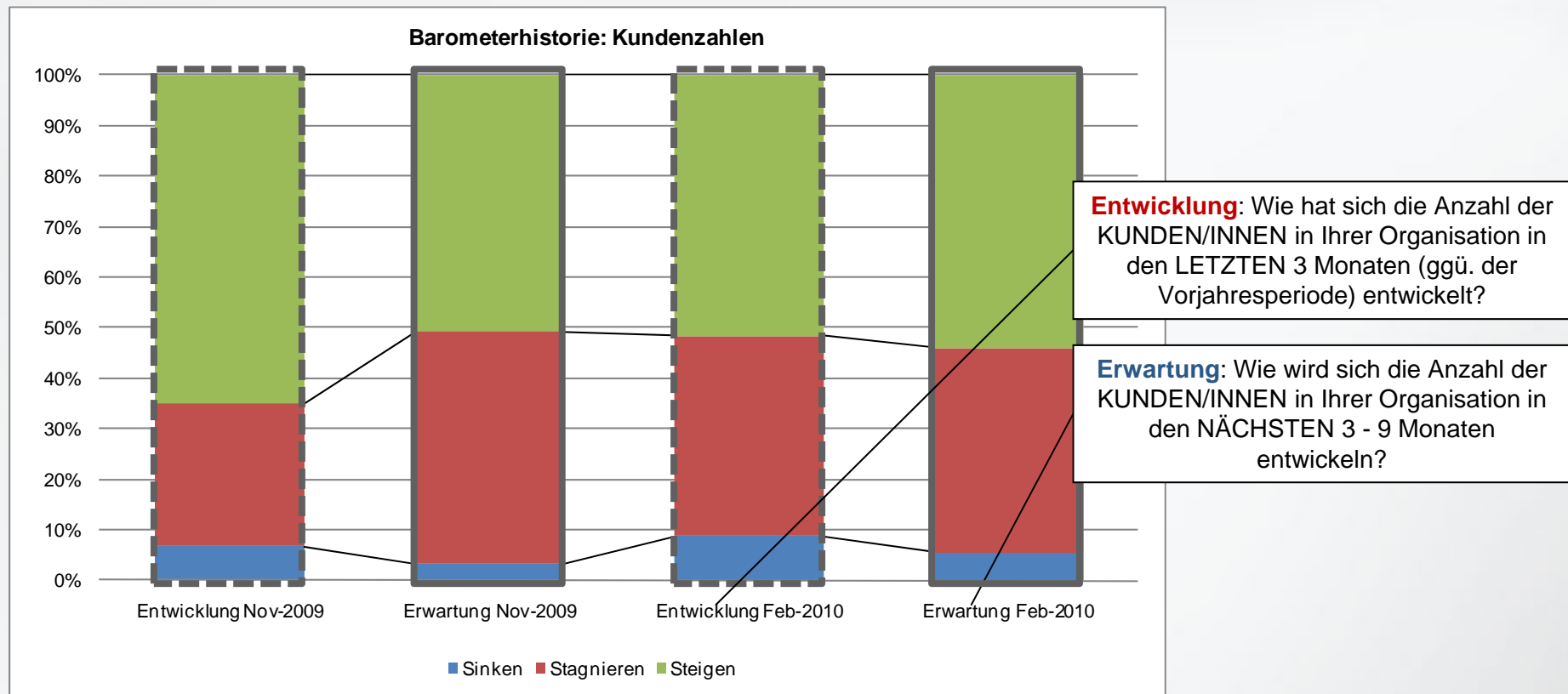
■ Entwicklung

■ Erwartung

Wie werden sich die KOSTEN in Ihrer Organisation in den NÄCHSTEN 3 - 9 Monaten entwickeln?

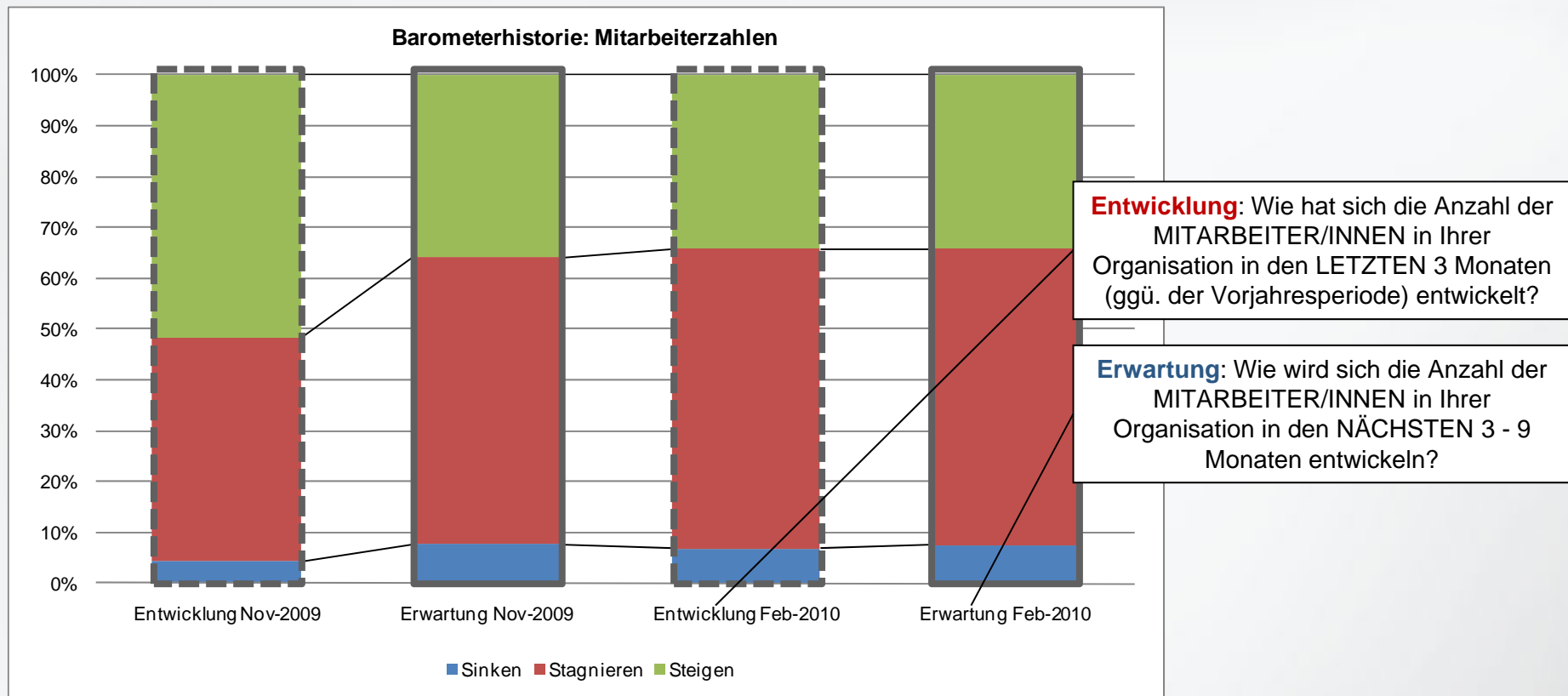
- ➔ Die zuvor dargestellte Umsatzsteigerung geht weiterhin mit steigenden Kosten einher. Allerdings haben sich die im November geäußerten Befürchtungen bezüglich einer weiteren deutlichen Steigerung (noch) nicht bewahrheitet.
- ➔ Gleichwohl wird für die kommenden Monaten mit einer weiteren Verschärfung gerechnet.

Ergebnisse: Die Barometerfragen



- Die positive Entwicklung bei den Kundenzahlen hat sich etwas abgekühlt. Entgegen der Erwartung aus dem November ist der Anteil der Organisationen mit sinkenden Kundenzahlen tatsächlich sogar deutlich gestiegen.
- Für die nächsten Monate wird jedoch wieder mit steigenden Kundenzahlen gerechnet.

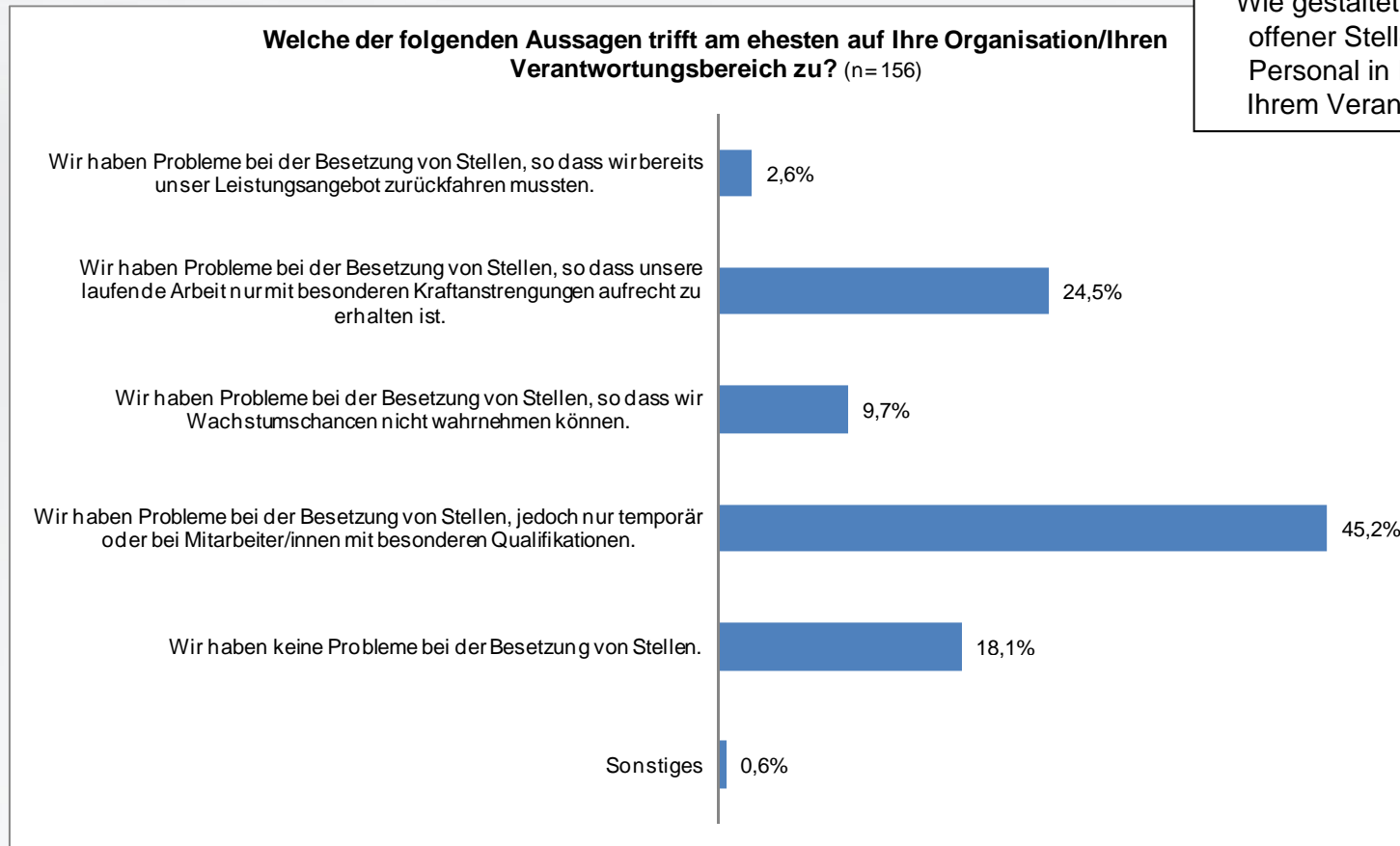
Ergebnisse: Die Barometerfragen



- Die im November bereits erwartete Stagnation bei den Mitarbeiterzahlen hat sich aktuell tatsächlich bestätigt.
- Dieser Trend setzt sich, so die Erwartung, auch in den kommenden Monaten fort. Allerdings bleibt auch der Anteil derer, die mit steigenden Mitarbeiterzahlen rechnen, konstant, so dass es faktisch zu einem weiteren Wachstum kommen wird.

Ergebnisse: Die Quartalsfragen zu den Auswirkungen des Fachkräftemangels

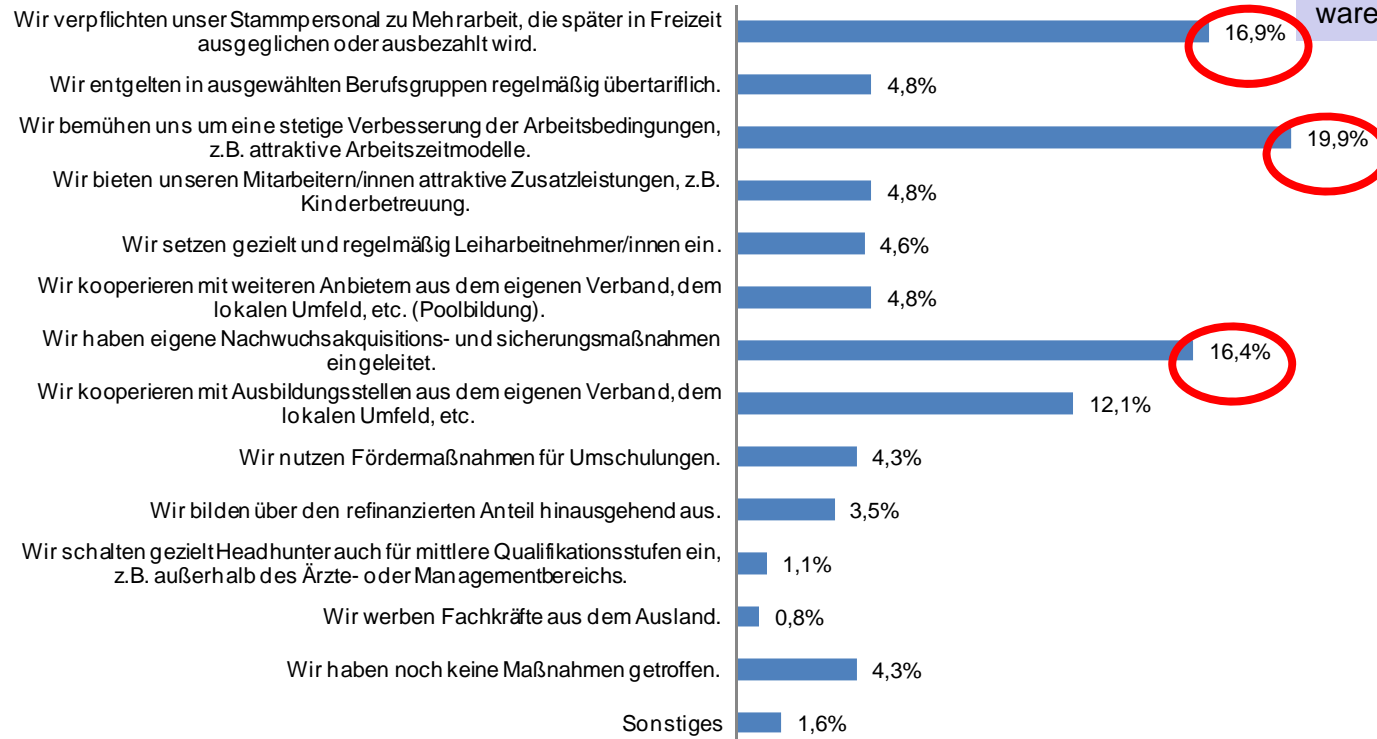
Wie gestaltet sich die Besetzung offener Stellen mit geeignetem Personal in Ihrer Organisation/Ihrem Verantwortungsbereich?



- ➔ Für fast die Hälfte der Befragten ist das Thema „Fachkräftemangel“ nur punktuell spürbar.
- ➔ Bedenklich ist jedoch der hohe Anteil an Organisationen, bei denen inzwischen sogar der laufende Betrieb gefährdet ist (fast 25%!). Auffällig ist auch der hohe Anteil an Organisationen, bei denen bislang keine Probleme aufgetreten sind (immerhin 18%).

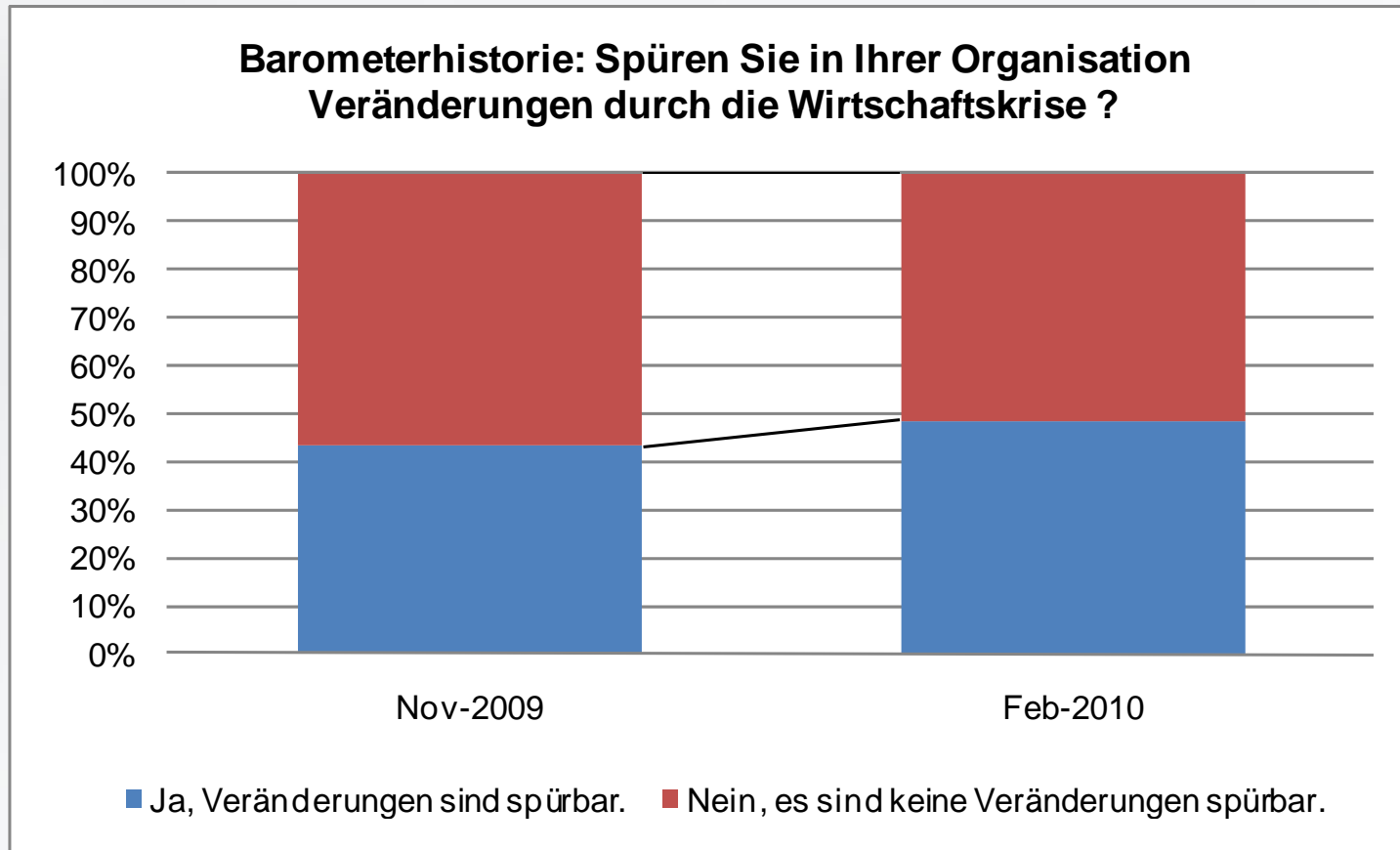
Ergebnisse: Die Quartalsfragen zu den Auswirkungen des Fachkräftemangels

Welche Maßnahmen haben Sie getroffen, um einem bestehenden oder möglichen Fachkräftemangel in Ihrer Organisation/Ihrem Verantwortungsbereich zu begegnen? (n=156)



Hier waren Mehrfachnennungen möglich (SUMME: 372).
Die Aussagen im Freitextfeld waren nicht auswertbar.

- ➔ Die eingeleiteten Maßnahmen betreffen vor allem das bestehende Personal (Mehrarbeit, Arbeitsbedingungen).
- ➔ Allerdings ist auch das Thema „Nachwuchsgewinnung“ in den Organisationen angekommen.



- Die Auswirkungen der Wirtschaftskrise werden zunehmend spürbar.
- Waren es im November noch gut 40% der Befragten, die dies angaben, sind es aktuell bereits fast 50%.

Ergebnisse: „Dauerthema“ Wirtschaftskrise



Wenn Veränderungen spürbar sind: Bitte beschreiben Sie diese kurz in wenigen Stichworten/Sätzen. – **Geclusterte Einzelnennungen (Auswahl)**

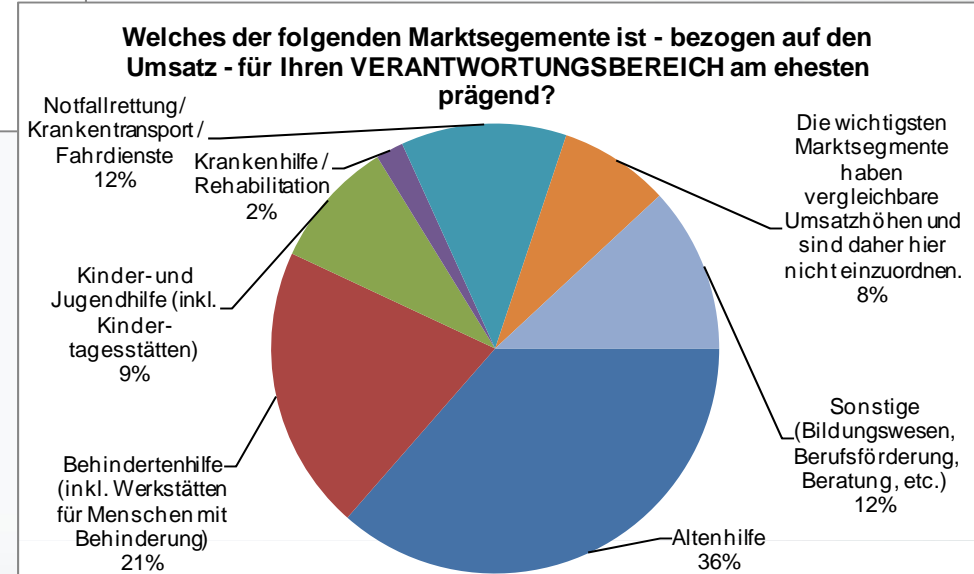
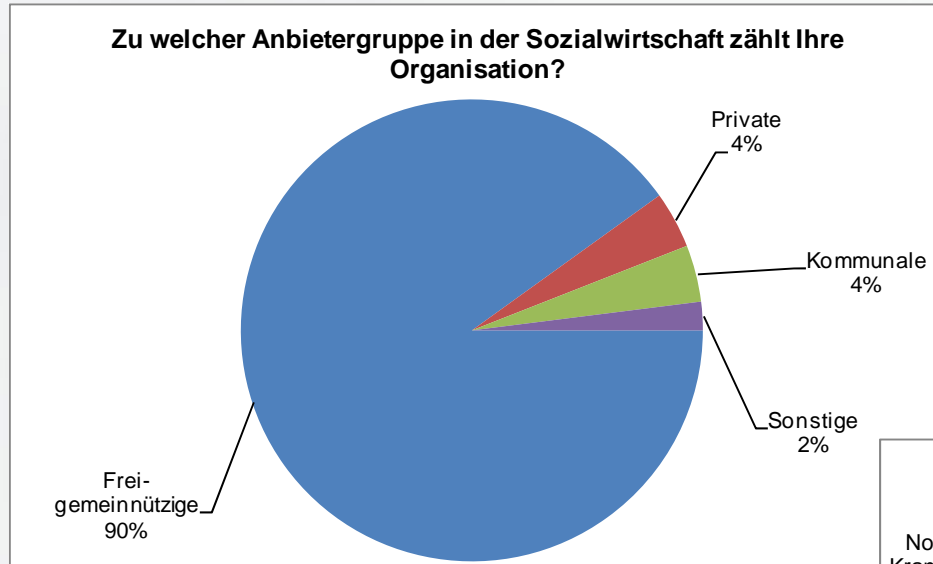
Aussage	Anzahl
Auftragseinbrüche/ Nachfragerückgang/ Umsatzeinbrüche	29
Preis- und Kostendruck	21
negative Einflüsse der Entwicklung in der Privatwirtschaft	10
Wettbewerbsintensivierung	1
Problem, längerfristig zu planen	1
positive Auswirkungen Konjunkturprogramm	1
steigender Hilfebedarf bei Kunden	1
Sonstiges	1
Gesamtergebnis	65

Ergebnisse: Zusammenfassung

- Die Befragten nehmen weiterhin steigende **Umsätze** und **Kosten** wahr. Der Anstieg gestaltet sich jedoch aktuell sowohl bei den Umsätzen als auch bei den Kosten gegenüber der Erwartung aus dem November etwas schwächer. Für die nächsten Monate wird, insbesondere bei den Kosten, aber wiederum mit einer deutlichen Steigerung gerechnet.
- Der Anteil der Befragten, die mit sinkenden **Kundenzahlen** zu kämpfen haben, steigt. Bei den **Mitarbeiterzahlen** weisen sowohl die Bewertung der aktuellen wie auch die der zukünftigen Entwicklung wenig Veränderungen auf: Die Mehrheit rechnet mit Stagnation, wobei auch der Anteil derer, die von steigenden Mitarbeiterzahlen ausgeht, konstant bleibt, so dass es faktisch zu einem Wachstum kommt.
- Beim Thema „**Fachkräftemangel**“ zeigt sich ein ziemlich differenziertes Bild: Die Mehrheit hat lediglich punktuelle Probleme, geeignetes Personal zu finden, andere haben entweder gar keine oder massive Probleme. Die Aussagen zu den **eingeleiteten Maßnahmen** fördern wenig Überraschendes zu Tage, innovative Ansätze sind (noch) eher die Ausnahme.
- Die **Wirtschaftskrise** gewinnt auch in der Sozialwirtschaft zunehmend an Bedeutung. Inzwischen spürt fast jede 2. Organisation ihre Auswirkungen. Als wichtigste **Veränderung** spüren die allermeisten Teilnehmer/innen nach wie vor einen Rückgang der Nachfrage, Aufträge bzw. Umsätze. Neu dagegen ist die relativ große Zahl derer, die über steigenden Preis- und Kostendruck sowie zunehmend negative Einflüsse aus der Privatwirtschaft berichten.

Detailinfos zum TN-Kreis

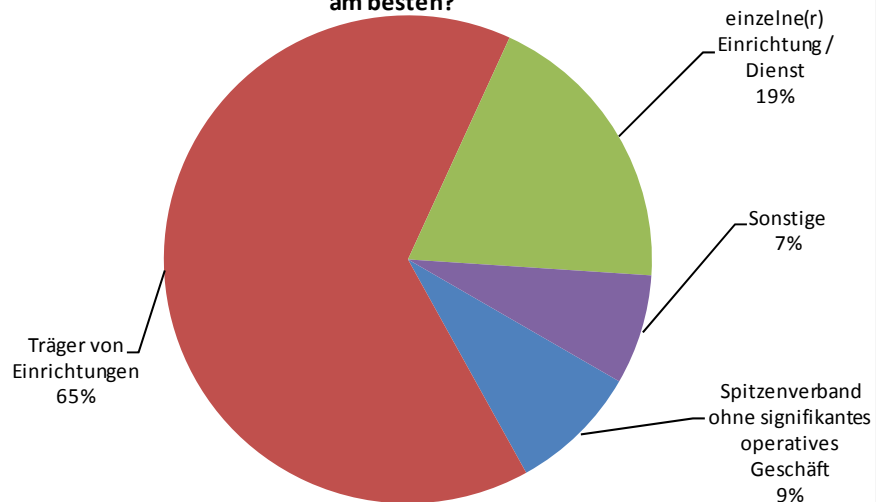
Anbietergruppe und Marktsegment



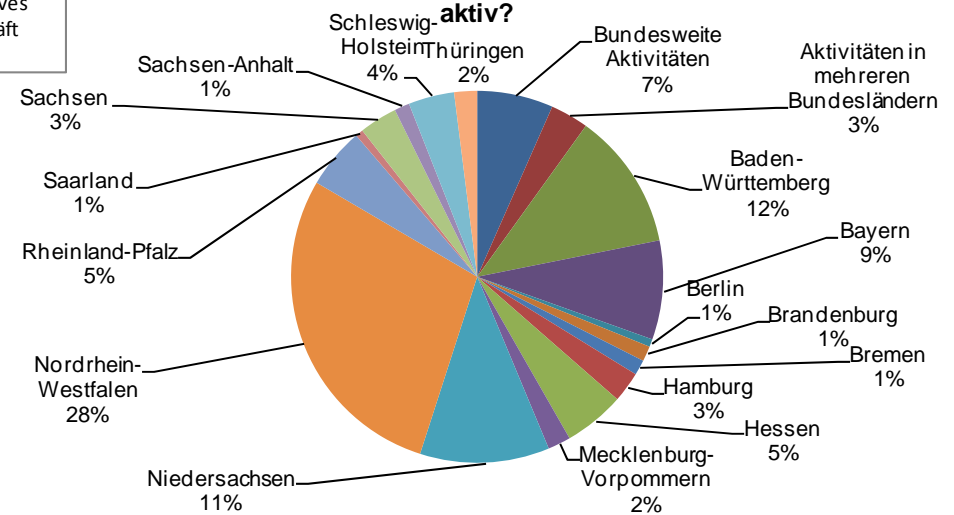
Detailinfos zum TN-Kreis

Organisationsart und regionale Verbreitung

Welcher der folgenden Begriffe beschreibt die Art Ihrer Organisation am besten?

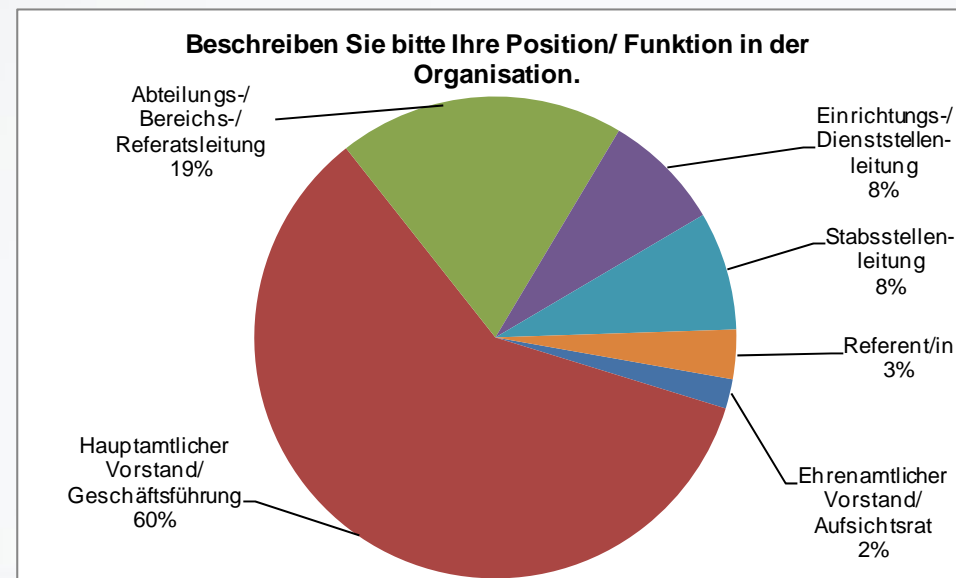


In welchem Bundesland ist Ihre Organisation hauptsächlich aktiv?



Detailinfos zum TN-Kreis

Position der Befragten



Initiatoren: Die SozialManagementPartner

In der Kooperation SozialManagementPartner bündeln drei 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.



www.grafvonwestphalen.com

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.

WOHLFAHRT INTERN
Das Entscheider-Magazin für die Sozialwirtschaft

www.wohlfahrtintern.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:

smp-marktbarometer@rosenbaum-nagy.de

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