

Management Summary

Mitgliederumfrage Swiss Volley: Befunde und Managementimplikationen

Ausgangslage

Swiss Volley möchte seine Services, Strukturen und Kommunikation evidenzbasiert weiterentwickeln (vgl. Wissenszielkatalog). Grundlage ist eine Befragung lizenzierter Mitglieder, konzipiert und ausgewertet in Projektkooperation von Swiss Volley und dem Institut für Sportwissenschaft der Universität Bern (vgl. Projektofferte). Die Befragung umfasst zwölf Themenblöcke, darunter soziodemografische Merkmale, Organisation von Swiss Volley, Regionalverbänden und Vereinen, Volleyball/Beachvolleyball, Trainer*innen, Schiedsrichter*innen, Marketing/Kommunikation Verein (vgl. PPT). Für die Auswertung konnten 2721 Antworten von lizenzierten Mitgliedern berücksichtigt werden. Insgesamt kann von einem aussagekräftigen Sample ausgegangen werden.

Befunde

- **Hohe Grundzufriedenheit und positives Image:** Die Mehrheit der Mitglieder ist mit Swiss Volley und den Regionalverbänden insgesamt (sehr) zufrieden. Auch Verein, Regionalverband und Swiss Volley werden positiv wahrgenommen: Vereine vor allem als engagiert, mitgliedernah, zuverlässig und kompetent; Regionalverbände als breitensportorientiert, engagiert und zuverlässig; Swiss Volley als leistungsportorientiert, professionell und kompetent (Folien 12, 18, 20).
- **Vereine sind eine zentrale Stärke des Systems:** Training, Spielbetrieb, Vereinskommunikation sowie Strukturen und Prozesse im Verein werden mehrheitlich positiv beurteilt. Die Mitgliedsbeiträge gelten überwiegend als fair und angemessen; eine mögliche Beitragserhöhung erscheint dann akzeptabel, wenn sie mit Zusatzangeboten verbunden ist (Folien 14–17).
- **Engagementpotenzial ist vorhanden, aber nicht automatisch aktivierbar:** Die Hälfte der Mitglieder übernimmt neben der aktiven Nutzung des Sportangebots auch Clubfunktionen. Es besteht Potenzial für weiteres ehrenamtliches Engagement, insbesondere für Rollen als Trainer*in oder Schiedsrichter*in. Ein Drittel der Mitglieder sind hierzu unter „gewissen Umständen“ bereit, für gezielte Rekrutierung benötigt es aber noch weiterführende Detailinformationen (Folien 8–11).
- **Dienstleistungen sind bekannt, aber nicht ausgeschöpft:** Zentrale Dienstleistungen von Swiss Volley sind vielen Mitgliedern bekannt, werden aber nur von ungefähr der Hälfte genutzt (Folien 24–26). Das deutet eher auf ein Aktivierungs- als Grundsatzproblem hin, was bei der Nutzungsoptimierung zu beachten ist. Auch Trainer*innen zeigen mehrheitlich Zufriedenheit mit Angeboten und Dienstleistungen, Optimierungspotenzial besteht mit Blick auf Hallenverfügbarkeit

und Spielmodus. Die Mehrheit der Mitglieder ist mit den Kommunikationsdienstleistungen zufrieden; Entwicklungspotenzial liegt bei Social Media und Kontaktpersonen von Swiss Volley (Folien 13, 21–23).

- **Partizipation ist ein Hebel für Regionalverbände:** Die Mehrheit der Mitglieder fühlt ihre Interessen vertreten, gleichzeitig bleibt einem Teil der Mitglieder unklar, wie Mitgestaltung möglich ist. Daraus ergibt sich ein konkreter Ansatzpunkt für Regionalverbände: Partizipationsmöglichkeiten sichtbarer machen und in einfache Beteiligungsformate übersetzen (Folien 27–28).

Management Implikationen

Die Befunde legen keine grundlegende Neupositionierung nahe, sondern eine priorisierte Weiterentwicklung der bestehenden strategischen Ausrichtung.

Die hohe Zufriedenheit und positive Wahrnehmung sind strategische Ressourcen, die gesichert werden sollten. Gleichzeitig dürfen die wenigen unzufriedenen Mitglieder nicht unterschätzt werden, trotz repräsentativem Sample ist ein Teilnahmebias zugunsten zufriedener Mitglieder möglich (Folie 28). Managementseitig steht damit weniger die Legitimation der strategischen Grundausrichtung von Swiss Volley im Vordergrund, sondern die systematische Verbesserung von Aktivierung, Service-Nutzung, Zuständigkeitstransparenz und Beteiligung.

Handlungsempfehlungen

Priorität	Management-Ziel	Empfohlene Massnahme	Evidenzbasis
1	Engagement gezielt erhöhen	Segmentierte Rekrutierung für Trainer*innen, Schiedsrichter*innen und Vereinsfunktionen: Zielgruppen nach Rolle, Geschlecht, Alter und Motivlagen ansprechen; Hürden („gewisse Umstände“) systematisch erfassen.	Engagementpotenzial bei einem Drittel vorhanden; Motive und Bindungsfaktoren für Trainer*innen/ Schiedsrichter*innen (F 9–11).
2	Dienstleistungen stärker nutzen	Bestehende Angebote entlang konkreter Nutzungssituationen erklären: „Welche Dienstleistung hilft wobei?“; Vereine und Trainer*innen als Multiplikatoren einbinden.	Bekanntheit vorhanden, Nutzung nur etwa zur Hälfte; Zufriedenheit bei Nutzenden mehrheitlich positiv (F 24–26).
3	Spielbetrieb und Kommunikation verbessern	Informationsarchitektur auf Spielbetrieb fokussieren: Hallenverfügbarkeit, Spielmodus, Zuständigkeiten und Kontaktpunkte prominent, aktuell und einheitlich darstellen.	Optimierungspotenzial bei Hallenverfügbarkeit, Spielmodus und Kommunikation; primäre Informationssuche betrifft Spielbetrieb (F 13, 21–23).
4	Partizipation im Verbandssystem stärken	Regionalverbände sollen transparente, niederschwellige Beteiligungswege schaffen, z. B. Feedbackfenster, thematische Sounding Boards oder digitale Konsultationen.	Interessenvertretung wird mehrheitlich gesehen, Mitgestaltung ist einem Teil unklar (F 27–28).
5	Stärken sichern	Positive Leistungsfelder nicht nur beibehalten, sondern als Qualitätsstandards dokumentieren: Vereinskommunikation, Trainingsbetrieb, Prozesse, Fairness/Respekt und Verlässlichkeit.	Hohe Zufriedenheit im Verein; positives Image von Swiss Volley und Regionalverbänden (F 12, 14–18, 20).

Umsetzungsvorschlag der Massnahmen

- **Quick Wins (kurzfristig):** Kontakt- und Zuständigkeitsübersicht vereinfachen; Spielbetriebsinformationen prominent bündeln; bestehende Dienstleistungen in kurzen Praxisformaten erklären.
- **Kernphase (mittelfristig):** Rekrutierungskampagne für Engagementrollen mit zielgruppenspezifischen Botschaften; Pilotformate zur regionalen Partizipation; Multiplikatorenpaket für Vereine.
- **Evaluation (langfristig):** Nutzung von Dienstleistungen, Engagementbereitschaft, Zufriedenheit mit Kommunikation und Partizipationsklarheit erneut messen; offene Rückmeldungen qualitativ auswerten.

Fazit

Swiss Volley verfügt über eine solide Zufriedenheits- und Vertrauensbasis

Der grösste unmittelbare Nutzen liegt darin, vorhandene Potenziale besser zu aktivieren: mehr Engagement in Vereinen und Regionalverbänden, höhere Nutzung bestehender Dienstleistungen sowie klarere, spielbetriebsnahe Kommunikation. Die strategische Priorität ist deshalb: Stärken sichern, Beteiligung erleichtern und bestehende Leistungen sichtbarer und nutzbarer machen.

Bern, 11. Mai 2026

Dr. Christoffer Klenk, Anna Loosli & Prof. Dr. Siegfried Nagel

Projektteam des Institut für Sportwissenschaft
Abteilung Sportsoziologie & -management