

Wie viel Software braucht der Verein?

20.09.2004, 13:20 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: SHD

SHD startet große Online-Umfrage

ANDERNACH, 16.09.2004 – Für Vereine, Clubs und Verbände sind sinkende Mitgliederzahlen, weniger Sponsoren und rückläufige öffentliche Zuschüsse die größten Herausforderungen, denen sie sich heute verstärkt stellen müssen.

Gefordert sind professionelle Organisation, intensive Kommunikation sowie ein funktionierendes

Beziehungsmanagement. Die Informationstechnologie bietet hierzu eine Vielzahl moderner Möglichkeiten, um diesen Aufgaben gerecht zu werden. Ein großer Teil der mehr als 500.000 in Deutschland ansässigen Vereine und Verbände ist bereits mit eigenen Websites im Internet vertreten. In das Management des Vereinslebens hat die IT allerdings nur begrenzt Einzug gehalten. Dies verwundert umso mehr, als das der organisatorische Aufwand, der vielfach geleistet werden muss, durchaus mit dem mittelständischer Dienstleistungsbetriebe vergleichbar ist. Anders als beispielsweise bei Handel und Industrie ist jedoch das Softwareangebot für Vereine und Verbände anscheinend nicht ausreichend an die Bedürfnisse angepasst. Welche genauen Anforderungen und Wünsche Vereine und Verbände an eine funktionale, Kommunikations- und Organisationslösung stellen, soll eine Umfrage der SHD Holding, Anbieter von IT-System- und Organisationslösungen, klären. Mit der Durchführung wurde das Marktforschungsunternehmen MR&S Market Research & Services GmbH beauftragt.

Interessierte können sich unter <http://www.itec-panel.com/uc/admin/691d/?a=1> an der Befragung beteiligen. Als Dankeschön verlost das Unternehmen unter allen Teilnehmern drei iPaq H1940 Pocket PCs mit integriertem Bluetooth-Modul.

Portrait

Über MR&S

Die MR&S Market Research & Services GmbH, mit Sitz in Frankfurt, wurde 1995 von den beiden Geschäftsführern Dr. Michaela Kunze und Thomas Aragonés gegründet und ist ein international tätiges Full Service Marktforschungsinstitut. Als Spezialisten in der qualitativen Marktforschung und in der Online-Marktforschung wird sowohl das Studienspektrum im B2B als auch im B2C-Bereich bedient. MR&S bietet Full Service von der Beratung, über die Konzeption, Durchführung und Analyse bis hin zur Präsentation des Marktforschungsprojektes. Die Entwicklung von eigenen Methoden im qualitativen und Online- Bereich ist eine konsequente Weiterentwicklung der innovativen Vorgehensweise von MR&S. Zu den Kunden der MR&S zählen unter anderem ADAC, Allianz Versicherung, Deutsche Bank, Deutsche Post, Deutsche Telekom, DHL, E.on, Fraport, Henkel, IBM Europe, Lilly, Metro, O2, PAYBACK, Roche, SAP sowie T-Mobile und T-Online. Die Kernkompetenzen liegen vor allem im Informations- und Telekommunikationssektor (ITK) sowie in der Banken-, Pharma-, Dienstleistungs- und Konsumgüterbranche. Das kleine, feine Team von MR&S, mit Sitz direkt am Main in Frankfurt, sieht sich als beratender Partner, der Service aus einer Hand anbietet.

News-ID: 35848 • Views: 1734 (Stand: 24.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/35848/Wie-viel-Software-braucht-der-Verein.html>