

PREPRINT – Leng, C.; Loebel, J.-M.; Nagl, M.; Porada, L.; Rabe, A.; Rehm, S.; Zweig, K.: *Die GI soll wachsen: Zustand und Ideen für ihre Stärkung*. In: Informatik-Spektrum, Volume 38 (Issue 4) 2015, DOI: [10.1007/s00287-015-0902-0](https://doi.org/10.1007/s00287-015-0902-0), Print ISSN: 0170-6012, Online ISSN: 1432-122X, Berlin/Heidelberg: Springer Verlag, 2015, S. 296-301.
The final publication is available at link.springer.com

Die GI soll wachsen: Zustand und Ideen für ihre Stärkung

Christoph Leng, Jens-Martin Loebel, Manfred Nagl, Ludger Porada, Alexander Rabe, Simone Rehm, Katharina Zweig

Die Gesellschaft für Informatik (GI) hat sich in den letzten Jahren gewandelt. Viele der neuen Aktionen haben positive Resonanz bei Mitgliedern und auch außerhalb der GI erzeugt. Nun wird es Zeit, dass die GI neue Mitglieder gewinnt. 20.000 derzeitige Mitglieder sind nicht wenig. Betrachtet man aber alle, die als Informatiker oder IT-Spezialisten in Deutschland arbeiten, so gibt es ein erheblich größeres Potenzial. Der Arbeitskreis „Stärkung der GI“ hat die Mitgliedersituation analysiert und Ideen zutage gefördert, um dieses Potenzial zu heben. Die Analyse hat ergeben, dass es deutlich mehr Eintritte in die GI geben müsste und eine Werbung über die Regional- und Fachgruppen am erfolgversprechendsten ist. Der folgende Aufsatz stellt eine entsprechende Kampagne vor.

Frischer Wind in der GI

Ist Ihnen auch schon aufgefallen, dass Sie plötzlich viel mehr von der GI hören, sei es aus den Pressemitteilungen oder durch den neuen GI-Radar? In der GI weht ein frischer Wind und den wollen wir für die Zukunft nutzen. Dazu erst einmal eine Kurzzvorstellung: Die GI ist ein lebendiger *Verein* von Informatikerinnen und Informatikern und mit 13 Fachbereichen, 140 Fachgruppen und mehr als 30 Regionalgruppen bundesweit für alle Themen der Informatik/IT schon jetzt sehr gut aufgestellt. Die Mitglieder kommen aus allen Bereichen und Ebenen von Forschung und Lehre, aus der wirtschaftlichen Anwendung und Praxis sowie der Verwaltung. Mit ihren 20.000 Mitgliedern kann sich die GI damit aktiv und glaubwürdig in jede Diskussion über Fragen der *Informatik* und der *digitalen Gesellschaft* einbringen.

Daher wurde eine stärkere *Vernetzung* mit der *Politik* begonnen, gefördert durch die Einrichtung eines neuen Büros der GI in Berlin. Diese aktive Darstellung nach außen hat schon große Erfolge gezeitigt, darunter die Teilnahme an der Arbeitsplattform des BMI im Rahmen des Nationalen IT-Gipfelprozesses speziell zu den Themen „Zertifikat für alle“ und „Sichere und einfache Verschlüsselung“, eine Kooperation mit dem BMWi zum Thema „Big Data Days“ und aktuell die Begleitforschung zum Technologieprogramm Smart Data sowie die Position als strategischer Partner des BMBF-Wissenschaftsjahrs 2014 „Die digitale Gesellschaft“. Auch die Diskussion mit den Mitgliedern der GI und die *Identifizierung gemeinsamer Ziele* wurden in Angriff genommen. Dazu gehören die erfolgreichen Plakatkampagnen zu Informatikpersönlichkeiten und Grand Challenges, der GI-Imagefilm, der Nachrichtendienst GI Radar und auch der Onlinezugang zu Veröffentlichungen.

Damit präsentiert sich die GI als kompetentes Diskussionsforum, um Sie über die neuesten Entwicklungen der Informatik auf dem Laufenden zu halten. Aber diese neue Aufbruchstimmung hat sich noch nicht unter allen Mitgliedern verbreitet. Insbesondere sind die *Vorteile einer Mitgliedschaft* und die Bedeutung der GI nicht bei allen potenziellen Mitgliedern *bekannt*.

Um dieses Problem zu lösen, hat sich Ende 2013 der *Präsidiums-Arbeitskreis „Stärkung der GI“* gebildet, um Ursachen zu identifizieren und Lösungen vorzuschlagen und selbst anzubieten. Hierfür benötigen wir Ihre Mithilfe, liebe Leserinnen und Leser: Informieren Sie sich über die Aktivitäten des Vereins und kommunizieren Sie diese an mögliche Interessenten, damit wir gemeinsam und verstärkt die Entwicklung im Bereich Informatik/IT vorantreiben und mitgestalten.

Wie steht es um die Gesellschaft für Informatik?

Eine der ersten Aktionen des Arbeitskreises war *eine genauere Datenerhebung und Analyse*. Hierzu wurden die aktuelle GI-Mitgliederdatenbank und zum Vergleich eine alte und repräsentative Mitgliederbefragung aus dem Jahr 2004 herangezogen. Ferner wurde eine neue Umfrage unter den Mitgliedern gestartet, die bemerkenswerte 4000 Datensätze geliefert hat und somit repräsentativ sein dürfte (Datenaktualisierung). Zu ergänzen ist noch, dass bei Ein- und Austritt von Personen, Institutionen und Firmen in die GI auch Onlineumfragen stattfanden, die jeweils relevante Aussagen liefern.

Anzahl der Eintritte und Austritte

Vor der Jahrtausendwende hatte die GI noch regelmäßig vierstellige *Eintrittszahlen* für ordentliche Mitglieder und Studierende. Nicht einmal die schwierige Situation beim Platzen der Dotcom-Blase konnte daran etwas ändern. Die Eintritte blieben in etwa konstant, auch deshalb, weil die GI damit warb, dass man zu Krisenzeiten ein Netzwerk braucht. In den letzten Jahren sind die Zahlen für Eintritte hingegen eingebrochen: Sie erreichen nur noch ein Drittel der alten Zahlen vor der Jahrtausendwende.

Die *Zahl der Austritte* war einigermaßen konstant und glich für lange Zeit in etwa der Zahl der Eintritte. Dies verschlechterte sich allerdings seit dem Ende der Dotcom-Blase und wurde in den letzten Jahren immer prekärer: In Summe ergibt sich dadurch eine deutliche Mitgliederabwanderung pro Jahr.

Das *größte Problem*, das sich in den letzten Jahren stellt, ist aber eher die zu kleine *Zahl der Eintritte*. Den *Austritten*, die hauptsächlich an beruflichen Phasenübergängen stattfinden (s. u.), gilt es dadurch zu begegnen, dass die GI auch nach diesen Übergängen für diese Mitglieder attraktiv bleibt. Um zu verstehen, wie

dies realisiert werden kann, sehen wir uns die derzeitige Mitgliederstruktur genauer an.

Befunde zur Mitgliederstruktur

Ältere Daten und Befragungen zeigten stets eine *ungefähre Dreiteilung* auf die Bereiche Wissenschaft/Lehre/Forschung (kurz F), IT und Softwareentwicklung (kurz E) und Anwendungen der Informatik (A) mit jeweils knapp 30 % der Mitglieder. Hinzu kommt noch Sonstiges (für Telekommunikationsdienstleister und Weiteres) mit 10–15 %. Wenn wir davon ausgehen, dass die Daten der Datenaktualisierung von 2014 repräsentativ sind, hat sich die Dreiteilung der Mitgliedschaft in den Berufsgruppen Forschung F, Softwareentwicklung E und Anwendung A recht deutlich verändert. Demnach hat die GI sehr viele Mitglieder aus den Bereichen E und A verloren, während der Anteil der Mitglieder aus dem Bereich Wissenschaft, Forschung und Lehre relativ konstant blieb. Dadurch ist der *prozentuale Anteil aus der Forschung* in der Gesamtmitgliedschaft deutlich auf fast 40 % *gewachsen*, der aus E und A auf etwa 25 % gesunken.

Tabelle 1 zeigt die *Verteilung* der Mitglieder auf die drei oben genannten Bereiche Forschung F, Softwareentwicklung E und Anwendungen A, mit der bereits erwähnten *Verschiebung* in Richtung Forschung. In der Tabelle sind die *einzelnen Tätigkeitsbereiche* aufgeführt sowie ihre Zuordnung zu den drei großen Bereichen F, E und A.

Was hat diese *Verschiebung ausgelöst*? Es ist naheliegend zu vermuten, dass Mitglieder aus E und A sich in der GI weniger gut angesprochen fühlen. Diese Vermutung wird durch Umfragen bei Ein- und Austritten verstärkt, wie im folgenden Abschnitt dargelegt wird.

Davor noch eine Bemerkung, die sich ebenfalls aus den Daten ergibt: Unsere Mitglieder bestehen zu einem erheblichen Teil (44,5 %) aus Personen mit Personalverantwortung. Das zeigt einerseits die Bedeutung der GI. Es weist andererseits aber auch darauf hin, dass es ein erhebliches Potenzial für jüngere Mitglieder gibt.

Tätigkeitssektor	Anzahl Personen	Prozent	Zuordnung
Finanzdienstleister	124	3,3	A
Internet und E-Commerce	58	1,6	A
IT-bezogene Dienstleistungen (Beratung, Vertrieb & Marketing, Wartung)	542	14,6	A
Land-, Forst- und Ernährungswirtschaft	5	0,1	A
Logistik	26	0,7	A
Luft- und Raumfahrt	47	1,3	A
Öffentliche Verwaltung	110	3,0	A
Forschung und Lehre	1432	38,5	F
Sonstige	394	10,6	SON
Telekommunikationsdienstleister	58	1,6	SON
Automobil- und Maschinenbau	131	3,5	E
Energiewirtschaft	36	1,0	E
Hardwareentwicklung	21	0,6	E
IKT-/Softwareentwicklung	686	18,4	E
Medizin	52	1,4	E
Gesamt	3722	100,0	

Tabelle 1: Verteilung nach Tätigkeitsbereichen (gemäß Datenaktualisierung 2014)

Befragungen und Zufriedenheit mit den Diensten der GI

Zum Zeitpunkt des *Eintritts* in die GI und bei *Austritt* werden die neuen bzw. bisherigen Mitglieder *online befragt*. Darauf antworten beim Eintritt mehr, beim Austritt weniger. Insofern sind die folgenden Aussagen etwas unsicher, insbesondere die beim Austritt.

Abbildung 1 gibt die wesentlichen Gründe für den Eintritt in Prozent der Angaben an; die Eingaben sind über verschiedene Jahre zusammengefasst.

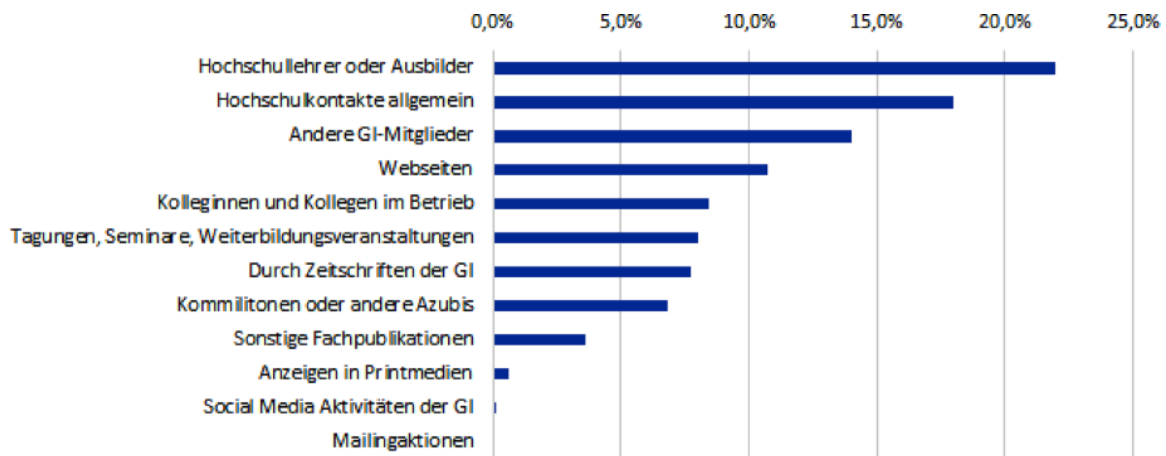


Abbildung 1: Maßgebliche Gründe für den Eintritt (in % bei 1840 Befragten)

Die größte Quote von Mitgliedern wurde im *Studium und durch Hochschulkontakte* geworben. Dabei spielten Hochschullehrer eine große Rolle, aber auch Kommilitonen. In kleinerem Maße gilt das ebenfalls für Ausbilder in Ausbildungsberufen und Azubis. An zweiter Stelle stehen *andere GI-Mitglieder und auch Kollegen und Kolleginnen* im Betrieb. Bemerkenswert ist auch der Anteil, der über *Seminare, Zeitschriften oder Webseiten* zur GI fand.

Als *Gründe für den Austritt* erzielten die Onlinebefragungen folgende Ergebnisse (Prozentzahlen über vier Jahre gemittelt): Sehr viele Mitglieder (21,5%) verlassen die GI wegen einer „beruflichen Neuorientierung“. Dies sind zum Beispiel Mitglieder, die aus der Hochschule nach dem Studium in die Praxis gehen, das fachliche Tätigkeitsfeld wechseln oder aus der Entwicklung nach einigen Jahren ins Management wechseln. Diese Mitglieder argumentieren, dass sie die GI nach dem Wechsel nicht mehr benötigen würden. Finanzielle Gründe liegen mit 16% an Platz 2. Danach folgt der Berufsausstieg mit 12% der Nennung, begleitet von Aussagen wie „Konnte die Angebote nicht nutzen“. 9% geben an, dass das „Preis-Leistungs-Verhältnis“ für sie nicht mehr stimmt, „Kein Interesse mehr“ geben 8,5% an. „Zeitliche Gründe“ bestimmen bei 7,5% maßgeblich den Austritt. In vielen Fällen wird es aber eine Kombination von Gründen sein, die ausschlaggebend ist.

Auch unter den *bestehenden Mitgliedern* wird immer wieder *Kritik* geäußert – bei Umfragen sieht man beispielsweise, dass ein Viertel der Mitglieder die eigene Zielgruppe nicht adäquat angesprochen sieht, dass jede(r) Sechste das Preis Leistungs-Verhältnis kritisch sieht und jede(r) Zehnte sich Verbesserungen am Informatik Spektrum wünscht.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Mitglieder *Schwächen in der GI* sehen, die teilweise auch zum Austritt führen. Dies kann daran liegen, dass die angebotenen *Dienste* (Veranstaltungen, Fachgruppen, Regionalgruppen etc.) entweder nicht angemessen sind oder dass die Dienste und ihr Nutzen nicht deutlich genug kommuniziert werden.

Mitgliederwerbung und Bindung

Eine erfolgreiche und befriedigende Mitgliedschaft bei einem Verein beruht auf *Attraktivität des Vereins und Bindung an den Verein*. Die Bindung an die GI kann auf verschiedenen Wegen hergestellt werden:

1. *Über die Identifikation mit dem Fachgebiet*. Entsprechende Dienste werden durch Fachgruppen und Fachbereiche der GI offeriert. Die erste Berührung mit einem Fachgebiet wird in der Regel in der Ausbildungs- und Studienzeit hergestellt oder durch die Tätigkeit in einer Firma, für die spezielle Fachkenntnisse benötigt werden. Bei beruflichen Wechseln geht diese Bindung häufig verloren, da z. B. neue Kenntnisse benötigt werden, sei es für ein neues Fachgebiet der Informatik oder für Managementaufgaben. Bei Wechseln muss die Bindung also neu hergestellt werden.
2. Die Bindung an die GI kann aber auch vom lokalen Kontext herrühren, in dem man sich bewegt: *Regionalgruppen* bieten *Angebote*, nämlich Vorträge, Arbeitsgemeinschaften, Stammtisch, Besichtigungen etc., an, die während der Ausbildung oder nachher im Beruf als nützlich angesehen werden. Auch hier gilt, dass bei einem Ortswechsel diese Bindung geschwächt oder aufgelöst werden kann. Regionalgruppen sind allerdings nicht thematisch festgelegt. Sie bieten ein *breiteres Spektrum* für unterschiedliche Interessen. Deshalb ist ein Wechsel nur dann gravierend, wenn die neue Regionalgruppe weniger aktiv ist.
3. Eine Bindung an einen Verein erfolgt auch über *nichtfachbezogene Dienste*, die im *beruflichen oder persönlichen Feld als nützlich* empfunden werden, z. B. verbilligter Onlinezeitschriftenbezug, verbilligte Beschaffungen, preiswerte Versicherungen usw. Deren Organisation erfordert recht viel Aufwand, entsprechende Mitarbeiter und auch eine Trennung von den Vereinstätigkeiten, wenn Einnahmen erzielt werden.

Angebote für Fachgebiete oder über Regionalgruppen sind für die meisten IT-Schaffenden in der GI gegeben, sind aber oftmals nicht bekannt oder attraktiv genug, um neue Mitglieder zu werben oder alte zu halten. Der dritte Punkt kann nachhaltig erst dann implementiert werden, wenn die GI deutlich größer ist und sich den entsprechenden Aufwand leisten kann.

Hochschulen und Regionalgruppen: lokales IT-Cluster

Zusammenfassend ergibt sich, dass die GI viele neue Aktionen angestoßen hat, die im Interesse der Mitglieder sind, dass aber nicht alle Dienste den Mitgliedern und potenziellen Mitgliedern bekannt sind und ihnen nützlich erscheinen. Die Umfragen haben ergeben, dass die Mehrzahl neuer *Mitglieder in ihrer Ausbildung* (Studium, Lehrberuf) in die GI *eintritt* und dass die *Lehrenden/Ausbilder* dabei eine große Rolle spielen. Es liegt also nahe für die Werbeaktion eine Umgebung zu suchen, in der die Ausbildungsinstitutionen eine große Rolle spielen.

Diese Ausbildungsinstitutionen sind Mitglieder der Regionalgruppen und sie spielen bei den Aktivitäten der Regionalgruppen meist eine bedeutsame Rolle. Die Institutionen sind Universitäten, Fachhochschulen, duale Hochschulen und ausbildende Firmen für die Informatiklehrberufe. Oft sind in einer Regionalgruppe verschiedene dieser Institutionen aktiv. Die Regionalgruppen zu nutzen, bringt den weiteren Vorteil, dass diese Ausbildungsinstitutionen sich noch stärker in der Region verankern. Schließlich werden auch die Regionalgruppen selbst über die Anstrengungen der Werbeaktion gestärkt.

In einer Region gibt es meist verschiedene Organisationen, die am Fortkommen der Informatik/IT interessiert sind. Neben Hochschulen sind dies Forschungsinstitute, Firmen, Verbände aus Firmen, die IHK oder bereits Zusammenschlüsse solcher Institutionen. Deren Aktivitäten sind zu bündeln, um in Form eines regionalen Informatik/IT-Clusters verstärkte Einflussmöglichkeiten zu nutzen.

Zweistufige Werbeaktion

Die entsprechende *Werbeaktion* für neue Mitglieder ist *zweistufig*: In der ersten Stufe *probieren einige Regionalgruppen und Hochschulen* die Werbeaktion aus. Danach wird versucht, die Aktion *bundesweit* in einer zweiten Stufe *auszubreiten*, wobei die Erfahrungen der ersten Stufe genutzt werden sollen.

Als erstes werden dabei die Lehrenden/Ausbilder in allen IT-Bereichen angesprochen und aktiv. Informatikprofessoren und -professorinnen an Universitäten sind meist schon GI-Mitglieder. An den Fachhochschulen und Firmen ist das auch bereits oft der Fall. Diesen Personen ist der Nutzen der Mitgliedschaft zu kommunizieren – dafür stehen entsprechende Materialien bereit. Nicht zuletzt ist es für die GI auch außerordentlich wichtig, die Firmen selbst als Mitglieder zu gewinnen. Danach werden Mitarbeiter der Ausbildungsinstitutionen angesprochen, um sie als GI-Mitglieder zu gewinnen. Ferner gehen wir auf Studierende oder Azubis zu. Schließlich werden die Interessierten an den Aktivitäten der Regionalgruppen geworben, was eine attraktive Regionalgruppe voraussetzt.

Erste Erfolge und Erfahrungen

Erste Erfahrungen mit dem Konzept sind ermutigend. Die erste Stufe der Werbung wird derzeit in Aachen ausprobiert. Bei vier Anfragen konnten vier neue Firmenmitglieder geworben werden, zusätzlich zu den zwei vorhandenen. Dabei stellte sich heraus, dass die Firmen Interesse dafür zeigten, ein *regionales Cluster Informatik/IT* mit aufzubauen oder dieses zu verstärken, in dem die verschiedenen „Stakeholder“ neu oder verstärkt zusammenarbeiten. Firmen brauchen neue Mitarbeiter. Sie müssen deshalb in einem solchen regionalen Informatik/IT-Cluster stets sichtbar sein, insbesondere in den Ausbildungsinstitutionen.

Zum Ende des Wintersemesters wurde die Werbeaktion dann auch bei den wissenschaftlichen Mitarbeitern sowie bei den Studierenden der Informatik der RWTH Aachen gestartet. Die FH Aachen beginnt im Sommersemester mit der Werbung. Es ist derzeit aber noch zu früh, um abschließend über Erfolge zu berichten. Es besteht aber der Anspruch, mindestens 10 % neue Mitglieder zu gewinnen. Gleichzeitig wurde auch die Regionalgruppe Aachen wieder zum Leben erweckt, die Leitung hat sich neu konstituiert, die meisten Organisationen des Informatik/IT-Clusters sind vertreten. Ein interessantes Veranstaltungsprogramm wird angeboten, wobei die Organisationen des Informatik/IT-Clusters nahezu allesamt beitragen.

In der *ersten Stufe* der Werbeaktion wurden einige Regionalgruppenleiter / Hochschulen der entsprechenden Region angesprochen und gebeten, bei der Aktion mitzumachen. Die Auswahl folgte keinem bestimmten Muster. Es sind *dabei*: die *Regionalgruppen* Aachen, Berlin, Braunschweig, Dresden, Karlsruhe, Köln, Oberfranken, Ostwestfalen/Lippe, Rhein-Main und Stuttgart. Die Regionalgruppen wurden vom Arbeitskreis „Stärkung“ auf der Regionalgruppenkonferenz in Braunschweig am 23. und 24. April über die Erfahrungen und Erfolge der Aktion unterrichtet und es wurde versucht, weitere Regionalgruppen anzustecken, um so die Mitgliederwerbung in der *zweiten Stufe* zu einer bundesweiten Aktion auszuweiten. Auf dem Fellowtreffen und der Mitgliederversammlung im Herbst bei der GI-Jahrestagung in Cottbus wird über weitere Fortschritte berichtet.

Werbung über die Fachbereiche und Fachgruppen

Fachbereiche und Fachgruppen sind Teil der GI, aber dennoch lose eingebunden. Dort sind die Mitglieder auf die Ausgestaltung fachlicher Aufgaben eines Gebiets (Problembenennung, Vorstellung neuer Konzepte, Diskussionsforum für Probleme und Lösungen, Anbindung der Wirtschaft und Industrie etc.) konzentriert. Die Fachgruppen und Fachbereiche genießen somit ein hohes Ansehen in der GI und in der Außenwelt. Die Verdienste und das Ansehen könnten aber stärker für die Werbung für die GI genutzt werden, als dies derzeit der Fall ist.

Als Beispiel seien die *assoziierten Mitglieder* der GI genannt, die es in einer merklichen Zahl gibt. Das sind Mitglieder der Fachgruppen und Fachbereiche der GI,

die selbst aber nicht Mitglied der GI sind. Hier sollte eine Aktion zur Mitgliederwerbung gestartet werden. Des Weiteren können und sollten die wichtigen *Tagungen* der Fachgruppen und Fachbereiche mit Außenwirkung noch stärker für die GI-Mitgliederwerbung genutzt werden.

Appell zur Mitarbeit

Wie jeder Verein lebt auch die GI vom ehrenamtlichen Engagement ihrer Mitglieder. Sie bietet Dienste für die Mitglieder über die Fachbereiche, über die Regionalgruppen oder als allgemeine Services, wie z. B. der Publikationsbezug. Diese Dienste bedürfen einer *Nachfrage*, denn nur so zeigen sie ihren Wert für die Mitglieder und erzeugen eine Bindung an den Verein. Die Dienste müssen aber auch *angeboten* werden. Auch dies ist nur mit dem ehrenamtlichen Einsatz der Mitglieder möglich. Jedes Engagement verstärkt die Bindung zur GI.

Für die in diesem Papier beschriebenen Aktionen heißt das für die *Mitglieder*: *Werden Sie aktiv* und nutzen Sie, was die GI jetzt schon bietet: Nehmen Sie die Dienste in Anspruch, und geben Sie uns bekannt, wo es hakt, indem Sie Wünsche und Probleme melden. Vor allem aber, beteiligen Sie sich auch persönlich an der Verbesserung der GI, indem Sie Ihre Regionalgruppe stärken oder wiederbeleben und die von ihr angebotenen Vorträge und Veranstaltungen nutzen. Und wenn Sie zufrieden sind mit Ihrer Mitgliedschaft bei der GI, dann lassen Sie es andere wissen! Wenn jedes GI-Mitglied nur ein neues Mitglied wirbt, verdoppelt sich die Zahl unserer Mitglieder. Denn nur gemeinsam und nur dann, wenn wir die gesamte IT-Branche auch repräsentieren, können wir Deutschland auf seinem Weg in die „Digitale Gesellschaft“ begleiten und dabei auch das Leben und Arbeiten für alle IT-Schaffenden mitgestalten.

Arbeitskreis „Stärkung der GI“, Kontakt: ak.staerkung@gi.de