

ALTNÜRNBERGER



LANDSCHAFT e.V.



Arbeitsgemeinschaft für Geschichte, Heimatpflege und Heimatforschung im Nürnberger Umland

Digitale Transformation und Kommunikation als Herausforderung für historische Vereine am Beispiel der Altnürnberger Landschaft e.V.

EUKO 2017, Frankfurt

Prof. Dr. Klemens Waldhör



Institut für Gesundheit & Soziales
der FOM Hochschule
für Ökonomie & Management



Kurzvita

Studium Informatik (1978-1983)
Johannes Kepler Universität Linz, Österreich

Promotion(1983-1986):
Johannes Kepler Universität Linz, Österreich

KI-Forschung (1986-heute):
TA Triumph Adler AG, EPP, GmbH, Alpnet Technology,
Heartsome Europe GmbH

Dozent an der FOM seit 2008, seit 2010 als Professor für
Wirtschaftsinformatik am Studienzentrum Nürnberg

Smartwatches / Wearables: Erkennung von Aktivitäten und
Ereignissen des täglichen Lebens

eHealth / AAL / Telemedizin

Big Data / Data Mining / KI

Wert von Gesundheitsdaten

Smart Home, Industrie 4.0, IoT

Projektmanagement: ProManGame - Gipfeleroberer

Übersetzungsunterstützung

1. Einleitung

1. Einleitung
2. Der Verein Altnürnberger Landschaft eV (ANL)
3. Forschungsfragen
4. Herausforderungen
5. Lösungsansätze
6. Schlussfolgerungen
7. Literatur

Zweck

„§ 2 Zweck des Vereins

Der Verein verfolgt ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke im Sinne des Abschnitts "Steuerbegünstigte Zwecke" der Abgabenordnung. Er will insbesondere die Kenntnis der Geschichte und Kultur des Landgebietes der ehemaligen Reichsstadt Nürnberg fördern, die Quellen hierzu erschließen und wissenschaftlich verarbeiten, sowie das Interesse dafür in **weitesten Kreisen** beleben.“

Die Altnürnberger Landschaft e.V. (ANL) ist eine **Arbeitsgemeinschaft für Geschichte und Heimatforschung im Nürnberger Umland**. Das Arbeitsgebiet ist nicht eng umgrenzt, sondern umfasst alle Bereiche der Geschichte und des kulturellen Geschehens.

Geschichte

- Gründung 1951
- Politiker, Wissenschaftler, ...
- Typischer „Lehrer/Akademikerverein“
- Kaum „normale Bürger“ als Mitglieder



Altnürnberger Landschaft

Mitgliederstruktur

- 100 Mitglieder bei Gründung
- Heute 650 Mitglieder
- Maximal etwa 1100 (90 er Jahre)
- Durchschnitt 21 Jahre Mitgliedschaft
- Durchschnittsalter 68 Jahre
- Umfrage: 20 Lehrer, 7 Ingenieure, 6 Architekten (von 77)
- 80% männlich, 20% weiblich

Mitgliedsbeitrag

- Jahrelang 15 € (neu 20€ / 25€ / 10€)
- Schriftenreihe kostenlos
- Sonderkonditionen Sonderhefte
- Teilnahme an Exkursionen
- Zugang zum Vereinsarchiv, hauptsächlich Schriften des Vereins

Organisation

Vorstand

1. Vorsitzender: Bertold Frhr. von Haller

2. Vorsitzender: Robert Giersch

3. Vorsitzender: Prof. Dr. Klemens Waldhör

Schatzmeister: Klaus Herbst

Schriftleiter: Dr. Bernd Mühldorfer

Geschäftsführer/Geschäftsstelle (+ Zweckbetrieb)

Generell gesicherte finanzielle Situation des Vereins

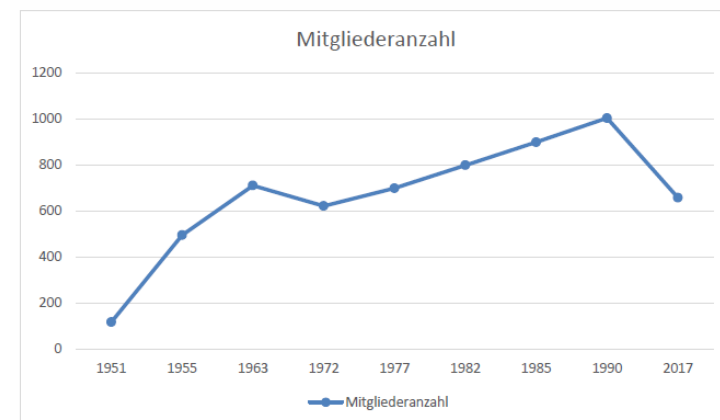


Abbildung 2: Entwicklung der Mitgliederanzahl

Fragestellung:

1. Wie kann die ANL neue - insbesondere junge - Mitglieder gewinnen?
2. Welche Aspekte der Vereinsaktivitäten können „virtualisiert“ = „digitalisiert“ werden?
3. Welche Technologien und Kommunikationsmittel sind dafür besonders geeignet bzw. müssen angepasst werden?

Abgrenzung

- Nur für Vereine mit ähnlicher Struktur und Größe wie ANL
- Vereine wie Alpenverein, ADAC (?), Bund Naturschutz etc. außen vor

Voraussetzung

- Die bestehende Vereinsmitgliederbasis darf durch Veränderungen nicht verunsichert werden oder sich an den Rand gedrückt fühlen.
 - Keine Virtualisierung der Mitglieder
- Die Identität des Vereins und seiner Fachkompetenz soll nicht grundsätzlich verändert werden.
- Wissenschaftlicher Anspruch soll gewahrt werden
- Kostenminimierung

Allgemein

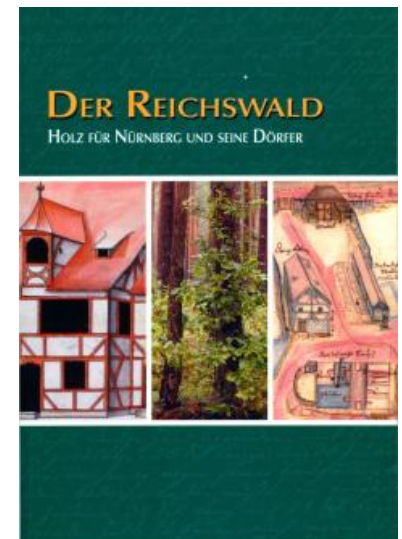
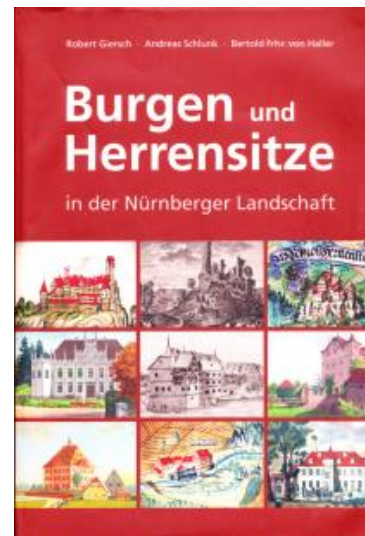
- Konkurrenz zu Vereinen mit partiell ähnliche Interessen (Heimatvereine, Naturschutz), aber auch Sportvereinen
- Starke Konkurrenz durch TV (History Channel etc.) und Web, Animation, Grafik
- Diese aber haben aber ähnliche Probleme!

Publikationen

- 2-mal jährlich versandte Veranstaltungsflyer und E-Mail sporadisch für die Mitgliederkommunikation
- Schriftenreihe
- Sonderhefte
- Bücher
- CDs, auch Webseiten, für spezifische Anlässe wie <http://www.herrensitze.com/>
- Probleme
 - Wissenschaftliche fundierte Beiträge sind für Normalbürger kaum interessant und lesenswert
 - Autorenfindung schwierig
 - Qualität der Einreichungen oft niedrig; entsprechen oft nicht modernen wissenschaftlichen Standards und benötigen intensive Nacharbeit



Der Pfinzing Atlas von 1594 (1994)



www.altnuernbergerlandschaft.de

- 2-mal jährlich versandte Veranstaltungsflyer und E-Mail sporadisch für die Mitgliederkommunikation
- Mitgliederumfrage:** 45/77 Mitgliedern kennen Vereinswebseite

Facebook

- Mitgliederumfrage nur 2 (!) die Facebook Seite



Mitgliederversammlungen

- Mitgliederversammlungen
- Alle zwei Jahre Wahl des Vorstands

Durchführung von Exkursionen

- Nur max. 2-3 pro Jahr
- Meist mit Bus
- Für Mitglieder gratis oder sehr günstig
- Nur für Vereinsmitglieder

Mittwochsreihe

- Besuch interessanter Sehenswürdigkeiten / Vorträge mit anschließendem Stammtisch
- Meist günstig (kostenlos)
- Umfrage: Teilnahme an 2,5 Veranstaltungen pro Jahr

Tag der Regionen

- Vorstellung des Vereins für eine breite Öffentlichkeit

Arbeitsgemeinschaft für Geschichte, Heimatpflege und Heimatforschung im Nürnberger Umland

Unsere nächsten Termine

Sonntag, 8. Oktober: Die Altnürnberger Landschaft e. V. auf dem Tag der Regionen in Hartenstein; Treffpunkt des Vereins auf der Burg Hartenstein (u.a. Führungen ca. 11:30/14:30 durch die Sonderausstellung "Bauen und Wohnen im Spätmittelalter"

Samstag, 14. Oktober: Spalt und sein HopfenBierGut; Busexkursion zum neuen Spalter Museum (mit Anmeldung in der Geschäftsstelle); Leitung: Robert Giersch

n Der Bayerische Museumspreis 2017 wurde an das neue Museum HopfenBierGut in Spalt vergeben. Wir wollen nicht nur die preisgekrönte

e Ausstellung in dem historischen Kastengebäude, einem herausragenden

e Speicherbau des 15. Jahrhunderts, besichtigen, sondern auch die Stadt Spalt erkunden. Da das Land um Spalt bis heute vom Hopfenbau geprägt ist, warten auch in benachbarten Dörfern einige Sehenswürdigkeiten zum Thema auf uns.

Programm wird nach Anmeldung zugeschickt, u. a.:

- Stadtführung durch Spalt
- Führung durch das neue Museum HopfenBierGut
- n** - Hopfen und Baukultur im Spalter Land

Suchen

Mitglied werden

Schriftenverkauf

Nächster Termin

Sonntag, 8. Oktober: Die Altnürnberger Landschaft e. V. auf dem Tag der Regionen in Hartenstein

Programm 2017

Neuigkeiten

Sonstige Kommunikationskanäle

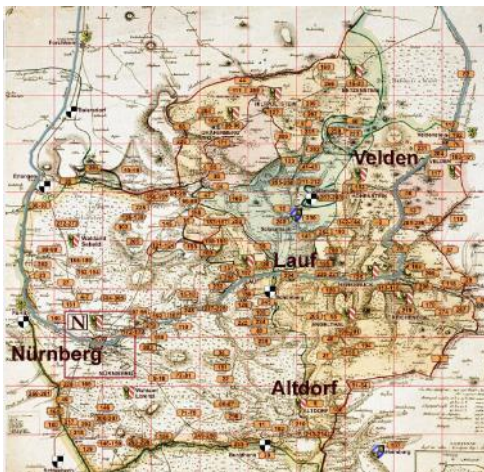
Forschungsprojekte

- Förderung von Forschungen auf dem Gebiet der Heimatgeschichte
- In Kooperation mit öffentlichen und privaten Stellen

Beispiel

Burgen und Herrensitze in der Nürnberger Landschaft

- CD-ROM, Buch und Webseite
- ... werden über 300 Burgen und Herrensitze gezählt, von denen heute viele nur noch als Ruinen stehen oder inzwischen ganz verschwunden sind.



Kalchreuth

Kalchreuth wurde vermutlich nach 1150 auf altem Reichsgut gegründet, zählte noch im späten 13. Jahrhundert zum Amt Heroldsberg und war bei seiner ersten Erwähnung im Nürnberger Reichssalbüchlein um 1295/97 als Burghut an den Nürnberger Burggrafen Konrad den Frommen ausgegeben. 1298 bestätigte König Albrecht den Burggrafen Johann und Friedrich sowie ihrer Schwester Agnes von Truhendingen auf Bitten ihres Onkels Konrad die Burghut in Kalchreuth als Reichslehen. Wenige Jahrzehnte später verkauften die Burggrafen ...

» Mehr ...

Kalchreuth I

- Herrensitz
- Schlossplatz 4
- Gemeinde Kalchreuth
- Landkreis Erlangen-Höchststadt



Ein Herrenhaus, ein „Sitz“ in Kalchreuth wird in den Verkaufs- und Belehnungsurkunden des 13. und frühen 14. Jahrhunderts nicht genannt und bestand damit wohl auch noch nicht. Erst als im Jahre 1395/98 Burggraf Johann die Söhne des verstorbenen Ulrich III. Haller mit Kalchreuth belehnte, wird urkundlich eine „Behausung“ erwähnt.

Beispiel

Erlebte Geschichte

- Terminals bei verschiedenen Burgen in Mittelfranken und der Oberpfalz

erlebte GESCHICHTE

Touristische Informationen

[Hartenstein](#)

[Lichtenstein](#)

[Wolfstein](#)

[Parsberg](#)

[Lupburg](#)

[Breitenegg](#)

[Hohenstein](#)

[Burgen in Bayern](#)

[Impressum](#)

Gefördert durch das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten und den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raumes (ELER)

[f](#) [g](#) [t](#)

Im Rahmen der "Erlebten Geschichte" können Sie die Burgen und Schlösser

Hartenstein Lichtenstein Wolfstein Parsberg Lupburg Breitenegg Hohenstein

auf modernen berührungsempfindlichen Informationsterminals neu erleben. Auf verschiedenen Stationen in den Objekten erfahren Sie interessante Fakten über die einzelnen Objekte, ihre Geschichte, ihre Besitzer, den Aufbau der Anlage und ihre Funktion. Zusätzlich können Sie sich über die Geschichte der Burgenentwicklung im Nordgau informieren. In Hartenstein und Lichtenstein werden noch zusätzliche mobile Führer erhältlich sein, die Ihnen bei Ihrer Wanderung diese Informationen zugänglich machen und bei der Orientierung helfen.

Die Karte zeigt Ihnen die Lage der Burgen und Schlösser.

Erlebte Geschichte

Neuigkeiten

28.06.2015: Drei Informationsterminals in Hartenstein

Erlebte Geschichte auf einer größeren Karte anzeigen.

Erlebte Geschichte

[Burg Hartenstein](#)

[Burg Lichtenstein](#)

[Burg Wolfstein](#)

[Burg Parsberg](#)

[Burg Lupburg](#)

[Burg Breitenegg](#)

[Burgentwicklung](#)

[Impressum](#)

Standort Erlebte Geschichte

Erlebte Geschichte

Erlebte Geschichte - Archäologisch-historische Rundreise um die Burgruine Lichtenstein

Klicken auf das Bild schaltet zwischen Anzeige ohne und mit Wanderwegen (rot eingezeichnet) und Markierungen um.



Probleme

Altersstruktur

- Dauerhafte Finanzierung nur durch stabile Mitgliederzahlen
- Auch um von öffentlichen Trägern als kompetenter Ansprechpartner wahrgenommen zu werden

Passive Mitglieder

- Viele Mitglieder passiv, vor allem an Bezug der kostenlosen bzw. vergünstigten Hefte interessiert
- Schwierig, Personen zur Mitarbeit im Verein zu gewinnen

Probleme

- Mitarbeit in Vorstandschaft
- Produktion der Vereinspublikationen
 - Z.B. „neuer Verkaufshit“
 - Problem Internetkonkurrenz

Konkurrenz

- **Konkurrenz** mit anderen ähnlich gelagerten Vereinen, die oft lokaler „wirken“, etwa auf Stadtgebiet Nürnberg beschränkt sind, Heimatmuseen/vereinen
- ANL „eingeklemmt“ zwischen lokalen Vereinen und Landesvereinen
- Aber natürlich auch „fachfremde“ Vereine

Gründe

- Mitglieder bzw. potentielle Mitglieder haben meist nicht mehr die Zeit sich mehreren Vereinen zu widmen
- Konsumhaltung

Umfrage Seemeyer¹

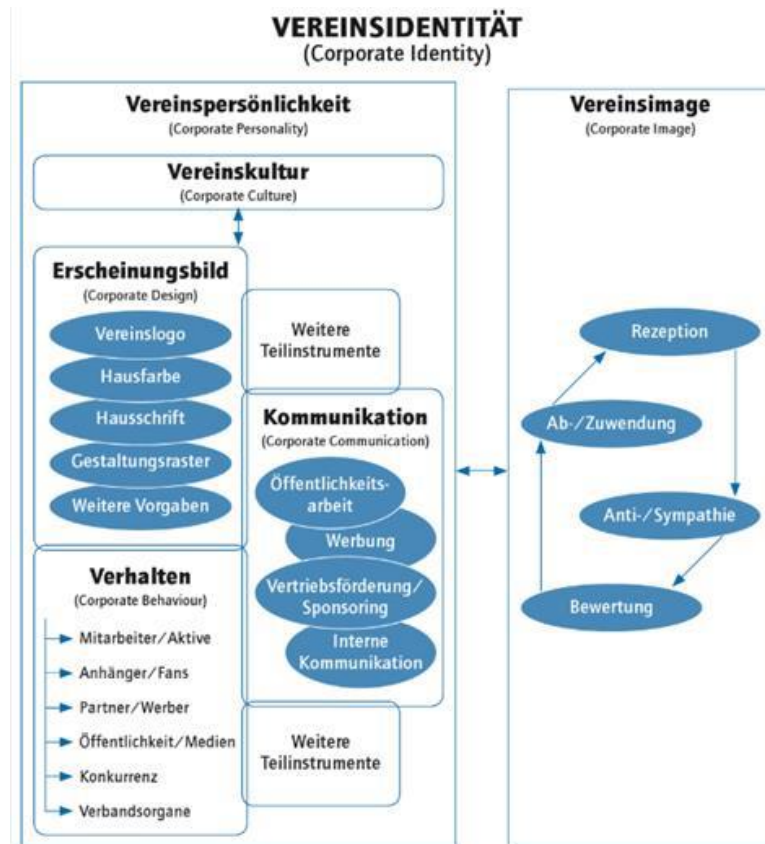
Forschungsfrage

1. Welche Motivatoren bestehen für einen Vereinsbeitritt?
2. Forschungsfrage 2: Wie kann die Mitgliedergewinnung in einem Verein mit Hilfe dieser Motivatoren optimiert werden?

Methodik

- Umfrage unter Vereinsmitgliedern (77 Teilnehmer)
- Umfrage unter Geschichtsstudenten - Kontrollgruppe (FAU)

1. Seemeyer C (2017) Motivatoren für eine Vereinsmitgliedschaft und deren Auswirkungen auf die Mitgliedergewinnung: Eine Fallstudie am Beispiel der Altnürnberger Landschaft e.V. Masterarbeit, Nürnberg.



Vereinsidentität; Quelle: Kratovich J.(2011). Modernes Marketing für Sportvereine: Ein Praxishandbuch, Aachen: Meyer & Meyer Verlag., S.20

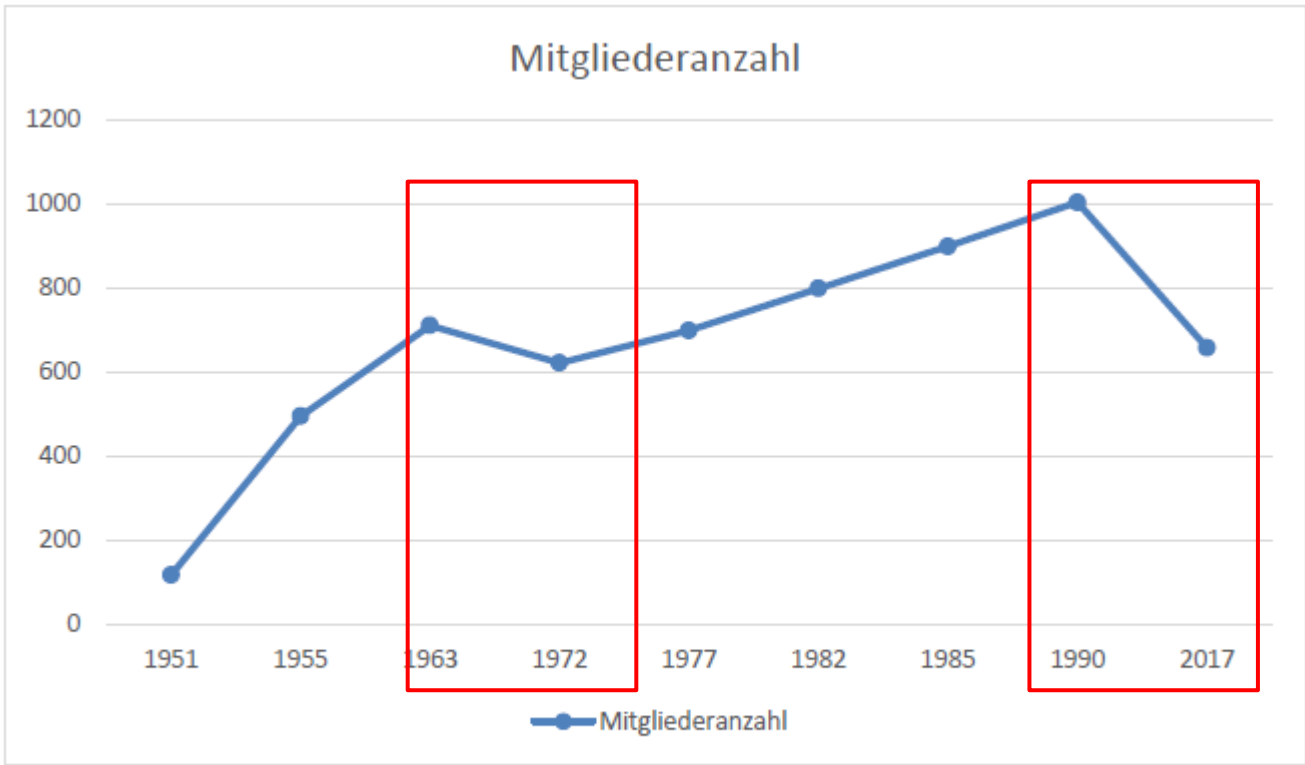


Abbildung 2: Entwicklung der Mitgliederanzahl

Mitgliederumfrage

Grund für Vereinsbeitritt

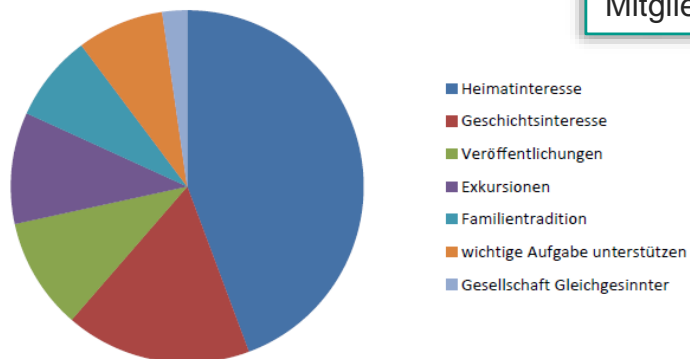


Abbildung 3: Auswertung Grund für Vereinsbeitritt

Zielgruppen

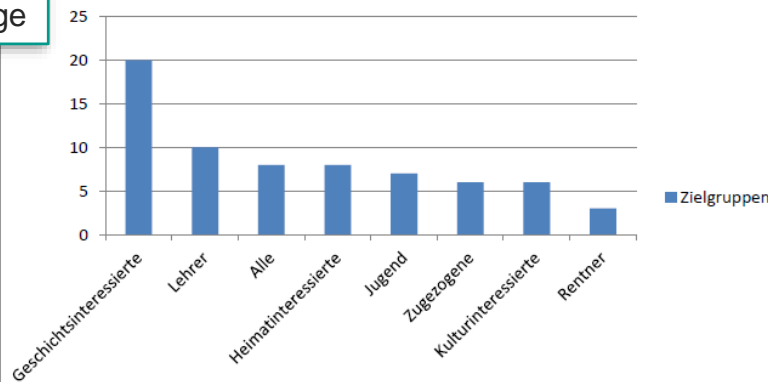


Abbildung 4: Auswertung Zielgruppen

Studentenumfrage

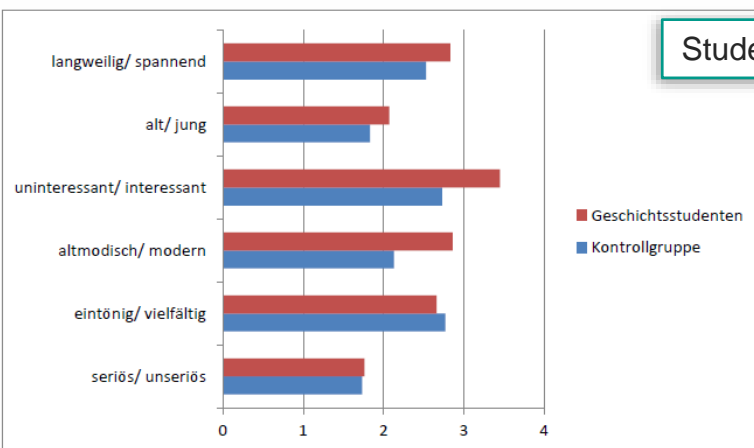


Abbildung 5: Mittelwerte der bewerteten Assoziationen

Beitragshöhe

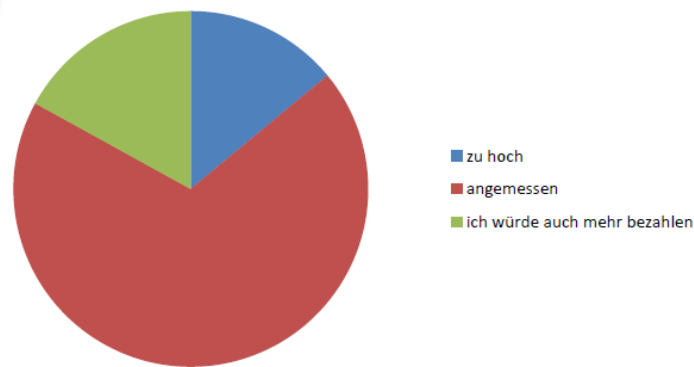


Abbildung 6: Bewertung der Beitragshöhe

Kooperation

Nürnberger Kulturlandschaftsforum zur Durchführung von Exkursionen

- Attraktiver Preis
- Führungen zu normalerweise nicht zugänglichen Sehenswürdigkeiten
- Lösung Haftungsproblem
- Offen für Nichtmitglieder
- „Mitfahrer“ als Mitglieder werben

Problem

- Derzeit fast nur ANL Mitglieder als Teilnehmer
- Begrenzte Werbemittel
- Konkurrenz zu anderen Veranstaltern
- Abgrenzung unklar

Geschichtliche Exkursion nach Oberösterreich

29.04-02.05.2017: Diese Exkursion wurde in Kooperation mit dem [Nürnberger Kulturlandschaftsforum 2016](#) durchgeführt.

Ein Bericht zum [Besuch in Gresten findet sich hier](#)
Einige Eindrücke von der Exkursion:



Führung Landesmuseum Linz



Augustinerchorherrenstift St. Florian



HOME

- PROGRAMM
- EXKURSIONEN
- TEILNEHMEN
- TAG DER NÜRNBERGER LANDSCHAFT
- HEIMATPFLEGE
- PROJEKTE
- ÜBER UNS
- KONTAKT

+++ Besuch des neuen Spalter Museums HopfenBierGut und Führung durch die Pfarrkirche Kalbensteinberg, Busexkursion am 14. Oktober 2017. Näheres: [Programm der Altnürnberger Landschaft](#) e. V. +++

Vielen Dank für die rege Teilnahme an der Wanderexkursion vom 21.4.- auch für den [Bericht!](#)

Herzlich willkommen auf unserer Webseite! Das Nürnberger Landschaftsforum ist eine Plattform für eine Kooperation von landeskundlich tätigen Wissenschaftlern zur Zeit aus Bayern, Österreich und Tschechien sowie dem historischen Verein Altnürnberger Landschaft e. V. mit dem Ziel, weiterbildende Interregionale Begegnungen für historisch Interessierte zu ermöglichen. Träger bzw. Veranstalter einzelner Projekte ist derzeit aus formalen Gründen die Forschungsgemeinschaft Innovative Kulturräumentwicklung gUG(haftungsbeschränkt).

Mitgliedschaft – warum?

- Vergünstigter Eintritt in Museen
 - Bei Geschichtsstudenten, deutlich geringer bei Kontrollgruppe
- Exkursionen
- Gleichgesinnte kennenlernen
- Inhaltlich eher weniger begründet
 - Fachvorträge an vorletzter Stelle
- Interessensschwerpunkte
 - Burgen, Schlösser
 - Stadtgeschichte
 - Natursehenswürdigkeiten
 - Klöster
 - Ausgrabungen

Lösungen

- Beitrag nicht das Problem
- Vorträge an Universitäten, Schulen
- „Erlebte Geschichte“ – Geschichte zum Anfassen
- Gewinnung von Nicht-Geschichtsstudenten, z.B. von Informatikern, Medienwissenschaftlern (AR/VR, Soziale Medien etc.)

Twitter

- Regelmäßige Aussendung interessanter kulturgeschichtlicher Meldungen

Problem

- Pflege
- Was ist interessant?
- Welche Mitglieder verwenden Twitter?

WhatsApp

- WhatsApp Gruppe
- Zweck rasche Information vor Ort
- Terminankündigungen / Änderungen

Problem

- Misstrauen Datenschutz / Privacy
- Erfordert Smartphone

- Derzeit hauptsächlich zu Kommunikation der Termine von Exkursionen etc.
- Generell hier eine positive Resonanz (Gefällt mir Angaben)
- Zukünftig Medium um aktuell auch von Veranstaltungen zu berichten
- Nachberichte – derzeit noch vernachlässigtes Gebiet
- Fotoalbum
- Live-Berichterstattung während Exkursionen

Problem

- Pflege
- Was ist interessant?
- Welche Mitglieder verwenden Facebook, wer hat Profil?
- Rechte Bilder

Fragen

- Lohnt sich der Einsatz von bezahlter Werbung?



Baue dein Unternehmen auf

Dein Beitrag „Sonntag, 8. Okto...“ weist Ähnlichkeiten mit Beiträgen auf, die andere Seitenadministratoren beworben haben, um mehr Interaktionen zu erzielen. Erreiche bis zu 1.100 Personen für 3 €.

Beitrag bewerben

×

- Termine und Aktivitäten per E-Mail
 - Kurzfristig, Erinnerungsfunktion
- Integration Frauen, Familien ansprechen
- Ansprechen von Neubürger
 - Stadtrundgänge
 - Problem: großes Einzugsgebiet
- Logo überarbeiten
- Veröffentlichungen an Zielgruppe anpassen

Lösungen

- Mitgliedsbeitrag nicht das Problem
Familienbeiträge
Einjährige Mitgliedschaft
Für Exkursionen
- Versicherungsschutz
Exkursionsteilnahmen
- Vorträge an Universitäten, Schulen
- Verstärkter Hinweis auf unsere Internet-Aktivitäten, etwa bei Exkursionen

Klassische Kanäle

- Printwerbung
- Zeitungsartikel
- Studenten/Schüler
Bachelor/Masterarbeiten anbieten
Facharbeiten

Internet Auftritt

- Verbesserung der Darstellung im Publikationsbereich
- Nachbereitung von Exkursionen und Veranstaltungen
- Modernisierung
Geräte spezifische Darstellung,
insbesondere für Mobilgeräte

Social Media

- Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter
- YouTube Channel
- Entwicklung von XING Analogon für Vereine
- Entwicklung eigener Apps
 - Kulturführer
 - Spiele

Events

- Spezielle Veranstaltungen / Themen
 - Z.B. Lange Nacht der Wissenschaften – Copter
 - VR/AR
 - Insbesondere für Jugendliche
- Geocaching („Kulturchaching“)
- Zusammenarbeit mit fachfremden Vereinen
 - Z.B. Sportvereine

- Vereine und Unternehmen haben unterschiedliche Interessen und Möglichkeiten im Rahmen der digitalen Transformation
- Verein muss Mitglieder und „Kunden“ über mehrere Kanäle ansprechen
 - Erfahrung zeigt, dass neue Mitglieder entweder über Exkursionen oder soziale Medien angesprochen werden
- Digitalisierung der Kommunikation darf nicht zu einer Virtualisierung der Vereinsmitglieder führen
- Problem und Aufgabe
 - Steuerung der unterschiedlichen Kanäle ohne Doppelarbeiten
 - Problem der Kosten
- Vermeidung, dass Mitglieder durch Anzahl Kanäle überfordert werden
 - Analyse welche Kanäle für welche Mitglieder interessant sind / bevorzugt werden

Entwicklung einer zielgruppenrelevanten Strategie¹

- **agil**: Einrichtung eines Twitter-Kanals mit regelmäßigen Meldungen zu Kultur relevanten Themen im Nürnberger Land; WhatsApp / Instagram zur schnellen Informationsverbreitung bei Exkursionen; Facebook-Nachrichten 3-4-mal pro Woche; regelmäßige Info-E-mails an die Mitglieder
- **empathisch**: Jüngere Mitglieder in den Vereinsvorstand; Verantwortungsübernahme (z.B. digitale Kanäle); Erweiterung um aktuelle Themen, z.B. Denkmäler und Copter; Aktionen für Familien. Hier muss berücksichtigt werden, dass die derzeitigen Mitglieder nicht vernachlässigt werden. Man wird daher in den nächsten Jahren auch auf den Einsatz der konventionellen Kommunikationskanäle und Ansprache nicht verzichten können.
- **kollaborativ**: Online-Archiv der Veröffentlichungen mit entsprechenden intelligenten Such- und Zugriffsmöglichkeiten: Zielgruppe junge Historiker; Schüler, Heimatforscher; Kooperationen mit ähnlichen Einrichtungen (Heimatvereinen); Cross-Bewerbung der sozialen Netzwerke bei Veranstaltungen und Exkursionen
 1. Seemeyer C (2017) Motivatoren für eine Vereinsmitgliedschaft und deren Auswirkungen auf die Mitgliedergewinnung: Eine Fallstudie am Beispiel der Altnürnberger Landschaft e.V. Masterarbeit, Nürnberg.

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Kontakt:

klemens.waldhoer@fom.de

21.02.2018: 2. Symposium "E-Health & Society"

FOM Hochschulzentrum München www.ehealthandsociety.eu

Der Wert von Gesundheitsdaten – Umfrage:

<https://www.soscisurvey.de/meddatawert/>

