



Berufsverband
Deutscher Markt- und
Sozialforscher e.V.

Protokoll

**der ordentlichen Mitgliederversammlung des BVM e.V.
am Mittwoch, den 4. Mai 2006, um 10:00 Uhr
im CongressCenter Ost, CCN – Messe Nürnberg, Messezentrum,
90471 Nürnberg, Saal Seoul / 3. Etage**

1. Eröffnung und Begrüßung

Der Vorsitzende des Bundesvorstandes Herr Wolfgang Dittrich eröffnete um 10:15 Uhr die Mitgliederversammlung und begrüßte die Teilnehmer.

Herr Dittrich stellte fest, dass die Mitgliederversammlung satzungsgemäß einberufen und die Tagesordnung (siehe Anlage) rechtzeitig an die Mitglieder versandt wurde.

Änderungen zur Tagesordnung: das Thema Marketing innerhalb des Themenblockes 2b entfällt, da dieses innerhalb der anderen Themen erörtert wird.

Ehrung der verstorbenen Mitglieder:

- Herr Günter Schölzel (2005)
- Herr Prof. Dr. Paul W. Meyer (2005)
- Herr Siegfried Langenbach (2005)
- und Herr Wulf Schlund (2006)

Herr Dittrich bat die Anwesenden sich zu erheben und der Verstorbenen zu gedenken.

Im Anschluss ehrte Herr Dittrich einige Mitglieder, die seit 35 bzw. 20 Jahren Mitglied im BVM sind.

35 Jahre: - Herr Walter Tacke
- Herr Werner Gandenberger

20 Jahre: - Herr Thomas Brilmayer
- Herr Dr. Gerhard Breunig
- Frau Kersten Autze Gutte
- Herr Dr. Walter Reimund

2. Bericht des Bundesvorstandes

2a) Allgemeiner Geschäftsbericht (Wolfgang Dittrich)

Herr Dittrich verwies auf die Homepage, wo dieser hinterlegt ist.

2005 war ein ganz besonderes Jahr für den BVM – 50jähriges Jubiläum und außerordentliche Erfolge bei den Veranstaltungen. Neuheiten wie der Preis der Deutschen Marktforschung und der BVM-Trendmonitor wurden aus der Taufe gehoben. Es gab eine positive Entwicklung bei der Mitgliederzahl. Den Kongress betreffend konnte eine gestiegene Anzahl an Sponsoren und Ausstellern gewonnen werden.

Herr Dittrich dankte der Geschäftsstelle für ihr Engagement.

Im Anschluss wurde der Film, der anlässlich des Jubiläumskongresses gedreht wurde, vorgeführt.

2b) Vorstandsthemen / Ressorts

➤ **Mitgliederentwicklung:** (Wolfgang Dittrich)

Herr Dittrich hob hervor, dass die Zahl unserer Mitglieder in den zurückliegenden Monaten stark angestiegen ist, so dass der BVM am 1. Januar 2006 1.140 Mitglieder (943 persönliche, 197 Korporative Mitglieder) hatte.

Eine besonders starke Mitgliederentwicklung war bis Ende 2005 zu verzeichnen. Durch die weiteren Aufnahmen im ersten Quartal 2006 hatte der BVM im März 2006 1.179 Mitglieder (966 persönliche, 213 Korporative Mitglieder).

Von den 966 persönlichen Mitgliedern sind 547 Institutsmarktforscher (57%), 245 Betriebliche Marktforscher (25%) und 174 sonstige Marktforscher (18%). Unter sonstige Marktforscher zählen Berater, Studios, Feldorganisationen, Unis, Fachhochschulen, andere Verbände sowie andere Gruppierungen. Bei der Korporativen Struktur sind es 96 Institute (45%), 88 Unternehmen (41%) und 29 Sonstige (14%).

Ein Grund für die steigende Anzahl der persönlichen Mitglieder ist zurückzuführen auf das seit Januar 2005 geänderte Konzept der Korporativen Mitgliedschaft. Weiterhin konnten große Institute als Korporative Mitglieder gewonnen werden und somit auch eine größere Anzahl persönlicher Mitglieder innerhalb der Korporativen Mitgliedschaft.

➤ **Verbandskooperationen:**

Es gab eine enge Zusammenarbeit mit anderen Verbänden so z.B. im Rat der Deutschen Marktforschung – eine Kooperation von ADM, ASI, BVM und DGOF. Der Rat der Deutschen Markt- und Sozialforschung hat sich erfolgreich als Selbstregulierungsinstitution etabliert.

Eine weitere Kooperation sind die Weinheimer Gespräche, wo sich im November 2005 die Vorstände der vier Verbände zu einer weiteren Intensivierung der Zusammenarbeit trafen. Das nächste Treffen findet im November 2006 statt.

Des Weiteren erfolgt auch eine enge Zusammenarbeit mit den Verbänden: VSMS, VMÖ, ESOMAR und ZAW.

➤ **Homepage www.bvm.org:** (Dr. Frank Knapp)

Der Softlaunch der Site wurde im Dezember 2005 mit neuem Design, neuer Struktur und neuen Inhalten abgeschlossen. So wurde die Website u.a. benutzer- und suchmaschinenfreundlicher gestaltet. Neue Dienste sind unter anderem das Online-Mitgliederverzeichnis und die ExpertenServiceLine.

Für die Zukunft sind u.a. weitere Inhalte und Funktionen geplant wie:

- Schaffung einer Info-Plattform für Lehrstühle mit empirischer Forschung
- Ein gemeinsames Webangebot der Verbände mit besserer Verzahnung
- Online-Anmeldung mit Online-Einsicht in den Teilnehmerstand für Regionalveranstaltungen

Seit 2005 ist es auch möglich, Banner auf www.bvm.org zu schalten, die gemeinsam mit den Anzeigen im inbrief vermarktet werden.

Zum Thema Zugriff der Website wurde eingeschätzt, dass die Homepage sich zur zentralen Plattform entwickelt hat, um sich zu informieren, sich für Veranstaltungsangebote anzumelden sowie weitere Inhalte wie Richtlinien & Standards nach zu lesen und herunter zu laden. Der Durchschnitt der Visits auf der Website liegt bei ca. 13.000 im Monat.

➤ **ExpertenServiceLine:**

Team: Walter Tacke, Helmut Quitt, Totila Zapf, Prof. Gabriele Naderer

Die ExpertenServiceLine ist sowohl für Mitglieder als auch Nichtmitglieder offen. Es werden von allgemeinen bis hin zu extrem detaillierten Fragen alle kompetent und differenziert beantwortet. Es werden momentan ca. 150-200 Anfragen im Jahr gestellt, z.B. zum Aufbau der Marktforschungsbranche, zu Richtlinien und Standards bis hin zu Gehaltstrukturen. Dies ist ein wichtiges Kommunikationsmittel in beide Richtungen, da so auch der Verband über Fragen und Probleme informiert wird.

Technisch wird ein Back-Endbereich anvisiert, in dem Standardfragen durch FAQs abfangen werden.

➤ **Richtlinien/Standesrecht/Datenschutz**

Ein wichtiges Kommunikationsziel von Richtlinien ist es, zu vermitteln, dass Marktforschung bestimmte wissenschaftliche Zwecke verfolgt und somit die Akzeptanz von Befragungen zu steigern.

In Vorbereitung sind:

- die Richtlinie für Ärztebefragungen,
- die Überarbeitung der Richtlinie für Online-Befragungen,
- die Erarbeitung einer ISO-Norm für Access Panels
- und die Überarbeitung der Richtlinie für den Einsatz für Mystery Research in der Markt- und Sozialforschung.

Bei der Sammlung von Ideen und Kommentaren zu den einzelnen Entwürfen werden Fachbeirat, Vorstand und das Fachgremium Standesrecht / Qualität / Methode mit einbezogen.

Um diese Richtlinien verstärkt zu kommunizieren, hat sich das Fachgremium die Aufgabe gegeben, eine Kurzfassung der Richtlinien und Standards zu erstellen, um die Möglichkeit zu haben, ein kurzes Handout weitergeben zu können.

➤ **NEON:**

Herr Dr. Knapp berichtete über Durchführung, Themen und Arbeitsergebnisse der zwei durchgeführten NEON-Veranstaltungen im Jahr 2005. Mittelpunkt bildete das gesamte Spektrum der Online-Forschung, insbesondere Richtlinien und Guidelines sowie Qualität von Online-Panels und Mitarbeiterbefragungen.

Ausblick:

Schwerpunktthema für das nächste NEON-Plenum im Herbst 2006 ist die Diskussion über Qualität von Online-Access-Panels (im Zusammenhang mit der Erarbeitung einer ISO- Norm).

➤ **Aus- und Weiterbildung (Seminare, Fachtagungen) und Preis der Deutschen Marktforschung: (Sabine Menzel)**

Frau Menzel nannte zu Beginn die Arbeitsbereiche, in denen sie im BVM aktiv ist:

- Aus- und Weiterbildung (Seminare und Fachtagungen)
- Preis der Deutschen Marktforschung

➤ **Seminare:**

Frau Menzel gab einen Überblick über die durchgeführten Seminare: 2005: 348 Teilnehmer bei 52 angebotenen Veranstaltungen. Davon mussten 19 Veranstaltungen storniert werden, teils mangels Nachfrage, teils wegen zu kurzfristiger Anmeldungen. Letzterem versucht der Verband durch Frühbucherrabatte zu begegnen.

Im Anschluss stellte Frau Menzel die neuen Seminarthemen in 2005 und 2006 vor.

Frau Menzel dankt Herrn Reigber, der die Seminarorganisation und Konzeption übernommen hat, für sein Engagement.

➤ **Fachtagungen:**

Frau Menzel gab einen Überblick über die durchgeführten und geplanten Fachtagungen und bedankte sich bei dem Team, das die Konzepte für die Fachtagungen entwickelt und umsetzt und betonte, dass diese Veranstaltungen ausschließlich durch das ehrenamtliche Engagement der Gremienmitglieder möglich sind. Im Anschluss stellte sie das neue Team für die Aus- und Weiterbildung vor.

➤ **Preis der Deutschen Marktforschung:**

Der Preis der Deutschen Marktforschung wurde 2005 in Zusammenarbeit mit dem Medienpartner media & marketing und dieses Jahr in Zusammenarbeit mit dem Medienpartner HORIZONT verliehen.

In 4 Kategorien wurde der Preis ausgeschrieben:

- Studie des Jahres
- Tool des Jahres
- Forscherpersönlichkeit des Jahres
- Nachwuchsforscher des Jahres (ehemaliger Förderpreis, seit 2006 integriert in den Preis der Deutschen Marktforschung)

Beide Jurys für Studie und Tool sowie für den Nachwuchsforscher setzen sich vielseitig kompetent zusammen aus Vertretern der

- Institutsmarktforschung
- Betrieblicher Marktforschung
- Hochschule
- Medien
- und Unternehmensberatung.

Frau Menzel erläuterte kurz die Bewerbungs- und Bewertungskriterien sowie die Bewertungsverfahren.

In diesem Jahr gab es 6 Bewerbungen für die Studie und 12 für das Tool des Jahres sowie **35** Bewerbungen für den Nachwuchsforscher.

➤ **Kongress / PR / Öffentlichkeitsarbeit:** (Dr. Ulrike Schöneberg)

➤ **inbrief:**

In 2005 war die Entwicklung bei den Anzeigenschaltungen sehr positiv. Prioritäten für die Weiterentwicklung sind eine stärkere Kontrolle der Kosten

einerseits und Erhöhung der Informationshaltigkeit und Attraktivität andererseits. Das heißt: Kosten der Produktion reduzieren, eine strukturelle, thematische und optische Weiterentwicklung und den Kreis der Anzeigenkunden erweitern und stabil halten.

➤ **Kongress:**

Der Kongress hat sich zu dem Branchenhighlight entwickelt. 2005 nahmen allein 350 Teilnehmer am Fachprogramm teil. 2006 haben sich rund 330 Teilnehmer zum Fachprogramm angemeldet.

Die Anzahl der Aussteller ist auch in diesem Jahr gestiegen: 2006 = 38 Aussteller (im Vorjahr 31). Gleichfalls erhöhte sich die Zahl der Sponsoren auf 17 (im Vorjahr 13).

Somit haben sich nicht nur die Einnahmen aus der Ausstellung positiv entwickelt, sondern auch die Sponsoringeinnahmen.

Der BVM-Trendmonitor wird 2006 zum zweiten Mal veröffentlicht, um zum Kongress für die Presse interessante Daten darzustellen und somit den BVM zum interessantesten Objekt der Berichterstattung zu machen. Dieser Trendmonitor wurde gesponsert durch: GfK, TNS Infratest, IFAK und IPSOS.

Dieses Jahr wurde das Format des Kongresses überarbeitet. Das Fachprogramm dauert nur 1,5 Tage und wird durch Spezialveranstaltungen (wie z. B. in diesem Jahr Arbeitskreis Qualitative Marktforschung) angereichert.

Bei zukünftigen Kongressen soll noch mehr Augenmerk auf die Fachausstellung gelegt werden.

➤ **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:**

Nicht nur durch Fachmedien, sondern auch durch allgemeine Medien soll eine bessere Akzeptanz der Marktforschung in der breiten Öffentlichkeit erreicht werden. Ziel ist es, das Interesse der Medien auf den Verband zu lenken, z.B. durch den Trendmonitor und Stellungnahme zu Missbräuchen, die sich mit dem Label Marktforschung beschäftigen. In den nächsten Monaten wird eine neue PR-Kampagne erarbeitet.

Als Medienpartner für den Kongress und den Preis der Deutschen Marktforschung konnte die Zeitschrift HORIZONT gewonnen werden. So gab es z. B. ein Kongress-Special.

➤ **Handbuch/NET/Arbeitskreis qualitative Marktforschung:**
(Martina Winicker)

➤ **Arbeitskreis qualitative Marktforschung:**
Zukünftiger Name für den Arbeitskreis = AKQua. Frau Winicker erläuterte die Ziele, Ansatzpunkte und Aufgaben des Arbeitskreises.

Ziele:

- Standortbestimmung
- Berufsbild qualitativer Marktforscher / Imagebestimmung
- Kompetenz bei Betrieblichen und insgesamt in der Branche stärken
- Signale für den Markt setzen
- Diskussionsforum
- Networking
- Standards entwickeln
- Förderung von Aus- und Weiterbildung
- für 2006 interne Organisationsstrukturen und Öffentlichkeitsarbeit

Der Arbeitskreis setzt sich für 2006 zwei Hauptziele:

- Innere Konsolidierung
- Bekanntmachung nach außen

➤ **Handbuch:**

Dass das Handbuch 2006 einen wichtigen Stellenwert hat, beweist die Anzahl von 536 Firmeneinträgen. Weiterhin ist ein Anstieg der Einträge mit Firmenlogo und Anzeigen zu verzeichnen.

➤ **BVM-NET:**

Das BVM-NET hat 187 Volleinträge. Es ist somit, im Vergleich zum Handbuch mit 536 Einträgen, noch genügend Potential vorhanden. Einträge mit Logo und URL-Verlinkungen sind gestiegen. Die Anzahl der kostenfreien Einträge ist auf 318 Firmeneinträge gesunken.

➤ **Regionalarbeit / Forum betriebliche Marktforscher:** (Dr. Sven Dierks)

Zur Zeit gibt es 12 Regionalgruppen - Ansprechpartner für Marktforschungsfragen - vor Ort.

Ziele der Regionalgruppen:

- Pflege von Kontakten, fachlicher Austausch
- Repräsentanz vor Ort
- Networking
- Fortbildungsangebote vor Ort
- Werbung neuer Mitglieder

Alle Gruppen sind sehr aktiv. Seit drei Jahren sind fast alle Regionen mit 2 Regionalleitern besetzt.

Im letzten Jahr fanden 47 Veranstaltungen mit 1644 Besuchern (davon 831 Gäste) statt.

Es gab eine große Bandbreite an Themen. So etablierte sich z. B. das Forum Unternehmensforscher (FUN) (ehem. Forum betriebliche Marktforscher).

➤ **Finanzen / Bundesgeschäftsstelle:** (Joerg Ermert)

Herr Ermert dankte allen, die zur positiven Entwicklung des BVM beigetragen haben, den ehrenamtlich für den BVM tätigen Personen, sowie den Kolleginnen in der Geschäftsstelle.

Herr Ermert verwies auf die Homepage, wo der Finanzbericht hinterlegt ist.

➤ **Finanzen**

Herr Ermert gab einen Überblick über die Entwicklung der Finanzen 2005 (für den Zeitraum vom 01. Januar bis zum 31. Dezember 2005) und stellte den Plan für das Jahr 2006 vor.

• **Ideeller Bereich:**

Hier gibt es immer noch ein deutliches Minus von fast 41.000 Euro. Es wurde etwas mehr Geld ausgegeben als geplant (40.000 Euro). Das Jahr 2005 kann mit einem Plus von 60.000 Euro (geplant 38.000 Euro) verabschiedet werden. Der Verband hat dadurch jetzt ein Polster von 216.000 Euro und besitzt 55.000 Euro als Anlagevermögen.

Im Jahr 2005 schaffte es der BVM zum ersten Mal über die 1,5 Mio. Euro Einnahmengrenze. Der Plan für 2006 sieht 1,3 - 1,4 Mio. Euro vor.

Es sind 60.000 Euro für Regionalgruppen geplant. Dies ist eine positive Ausgabenerhöhung, da der BVM durch seine Regionalgruppen lebt und aus ihnen besteht. Sie sind die Basis des Verbandes. 2005 waren deutlich mehr Regionalgruppen aktiv als in den Jahren davor.

Für 2006 wird im ideellen Bereich mit einem größeren Minus gerechnet (60.000 Euro). Gründe hierfür: Position der Geschäftsleitung soll besetzt werden = mehr Gehaltsausgaben, außerdem soll das geplante EDV-Projekt umgesetzt werden.

• **Wirtschaftlicher Bereich:**

Das Handbuch bleibt ungefähr gleich, der Kongress wird ein geringeres Minus verzeichnen als im letzten Jahr, Seminare und Fachtagungen ein kleineres Plus. Für 2006 wird mit einem Gesamtdefizit von 40.000 Euro gerechnet.

Angedachte Investitionen für 2006: Mobiliar (15.000 Euro) für die Geschäftsstelle und 80.000 Euro für die EDV.

Erklärung zum Thema: Warum benötigt der BVM für 2 Jahre Rücklagen?
Durch Verlustvorträge seit 1997 waren bisher keine Steuern fällig. Ab 2006 wird der BVM erstmals wieder Steuern bezahlen müssen (48% Steuern auf wirtschaftlichen Bereich). Überschüsse wie in den vergangenen Jahren sind daher nicht mehr so leicht realisierbar. Es wird versucht, Verluste im ideellen Bereich so gering wie möglich zu halten.

3. Diskussion des Berichts des Bundesvorstands:

- „Was unternimmt der BVM gegen Telemarketing / missbräuchliche Verwendung des Begriffes Marktforschung?“

Herr Dittrich: „...schwierig, da Firmen meist nicht bekannt, bzw. auffindbar. Es ist geplant, in Zusammenarbeit mit dem ADM, solche Fälle publik zu machen und die breite Öffentlichkeit über den Unterschied zwischen Marktforschung und Telemarketing aufzuklären.“

- Frau Dr. Dürr: „Bin durch Anstieg K-MGL besorgt, P-MGL müssen Bürgen vorweisen. Wie kann man einer mögliche Aufweichung der Berufsrolle vorbeugen?“

Herr Kirchmair: Es wurden bereits Maßnahmen getroffen. Es gibt inzwischen neue Antragsformulare, dort werden Informationen über die Firmen (Qualität und Art der Marktforschung) abgefragt. Er sieht die Probleme eher bei den persönlichen Mitgliedern innerhalb der Korporativen.

- Dr. Breunig: „1. Bitte Investitionsvolumen von 80.000 Euro für EDV erläutern. 2. Und sollen Fachtagungen noch ausgeweitet werden?“

Herr Ermert: Vernetzung aller bestehenden Datenbanken (Anpassung bzw. Neuentwicklung), mehr Arbeitsprozesse sollen automatisiert werden, Umstellung der Finanzbuchhaltung auf Bilanzierung. Die Umsetzung ist ab Anfang 2007 geplant.

Frau Menzel: Zur Fachtagung: Zuviel Aufwand, nur durch noch mehr Personal möglich, da ganzes Organisationsteam ehrenamtlich tätig. Bei Umsetzung durch andere Dienstleister rechnet sich dies auch nicht mehr.

4. Feststellung der Stimmliste

51 Mitglieder sind persönlich anwesend, dazu gibt es 30 Stimmübertragungen.

5. Bericht der Rechnungsprüfer und Aussprache

Die Rechnungsprüfer Herr Klaus-Peter Schulze-Holz und Herr Wolfgang Steinfartz waren persönlich anwesend. Herr Schulze-Holz verlas den Bericht der Rechnungsprüfer.

Am 25. März 2006 von 9.00 bis 17.00 Uhr wurden durch die Rechnungsprüfer in der Bundesgeschäftsstelle die Rechnungen, Quittungen, Belege und andere relevante Unterlagen wie Verträge oder Aufträge geprüft. Anwesend waren die Geschäftsstellenleiterin Frau Geisendorf und der Finanzvorstand Herr Ermert.

Die Rechnungsprüfer haben sich auch in diesem Jahr nicht schwerpunktmäßig mit einzelnen Bereichen und Projekten befasst, sondern sind die Saldenlisten aller Konten durchgegangen und haben dabei stichprobenartig einzelne Positionen herausgegriffen und die ordnungsgemäße Verbuchung sowie die dazugehörigen Unterlagen (Angebot, Auftrag, Rechnung, etc.) überprüft.

Alle überprüften Buchungen (Kasse und Bankkonten) waren korrekt und gaben keinen Grund zur Beanstandung.

Das Bank- und Kassenguthaben am 31. Dezember 2005 wurde mit 217.104,45 € festgestellt.

Die Rechnungsprüfer empfehlen der Mitgliederversammlung die Entlastung des Vorstandes und dankten dem BVM-Finanzvorstand Herrn Joerg Ermert und der Geschäftsstellenleiterin Frau Bärbel Geisendorf und Ihren Mitarbeiterinnen für Ihre hervorragende Arbeit.

6. Entlastung des Bundesvorstandes

Herr Frost bedankte sich im Namen des Fachbeirats beim Bundesvorstand für die geleistete Arbeit.

Herr Frost beantragte die Entlastung des Vorstandes. Sie erfolgte per Handzeichen.

Die Mitgliederversammlung entlastete den Vorstand ohne Gegenstimme bei Stimmenthaltung des Bundesvorstandes.

Im Anschluss daran dankte Herr Dittrich allen Gremienmitgliedern für die außerordentliche Mitarbeit im vergangenen Jahr.

7. Tätigkeitsbericht des Aufnahmekollegiums

Herr Kirchmair trug den Bericht des Aufnahmekollegiums vor. Mitglieder des Aufnahmegremiums sind seit 2003 Herr Klaus Stumpf von Marplan, Frau Mathe von T-Mobile, Herr Kirchmair von T.E.A.M und Herr Jackwerth von teleResearch.

Es gab 220 Anträge, davon 51 Vollmitglied- und 10 Juniormitgliedschaften. Innerhalb der Korporativen Mitgliedschaft: 147 Vollmitglied- und 5 Juniormitgliedschaften. 7 Anträge wurden abgelehnt.

Herr Kirchmair wies darauf hin, dass die Qualitätskriterien bei Antragsstellern auf persönliche Mitgliedschaft innerhalb der Korporativen Mitgliedschaft schwierig zu überprüfen sind, da meist die Kollegen als Bürgen angegeben sind. Vorschlag: Antragssteller sollen externen Bürgen benennen.

Auf Nachfrage antwortete Herr Kirchmair, Ablehnungen waren meist Leute, deren Qualifikation als Marktforscher nicht ausreichte, z.B. Interviewer, die sich selbständig machen wollten oder fachfremde Personen.

8. Entlastung des Aufnahmekollegiums

52 Mitglieder sind persönlich anwesend, dazu gibt es 32 Stimmübertragungen.

Herr Frost bedankte sich beim Aufnahmekollegium für die geleistete Arbeit und beantragte im Auftrag des Fachbeirates die Entlastung des Aufnahmekollegiums.

Die Mitgliederversammlung entlastete das Aufnahmekollegium einstimmig bei einer Stimmenthaltung per Handzeichen.

9. Tätigkeitsbericht des Fachbeirats

Der Vorsitzende des Fachbeirates, Herr Wolfgang Frost und die stellvertretende Vorsitzende Frau Gabriele Lehmann, stellten den Tätigkeitsbericht des Fachbeirates vor. Der Fachbeirat wurde 2005 neu konstituiert. Die neue Zusammensetzung vereint engagierte junge und erfahrene Mitglieder, so dass neuer Schwung durch gesammeltes Wissen ergänzt wird. Die Ersatzdelegierten wurden in die Fachgremien integriert, um die anstehenden Aufgaben besser bewältigen zu können.

Herr Frost lobte die sehr gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen Fachbeirat/Fachgremien und Bundesvorstand. Nichtsdestoweniger ist eine kritisch-würdigende und herausfordernde Haltung gegenüber dem Vorstand angemessen, um die Entwicklung des BVM weiter voranzutreiben.

Anhand der wichtigsten Themen haben sich die Fachgremien konstituiert. Diese sind:

- Landesregeln / Qualität / Methoden
- Mitglieder (Pflege und Ausbau der Mitgliederbasis, Mitgliederinformation, Mitgliederbefragung)
- Aus- und Weiterbildung (Fort- und Weiterbildung)
- Betriebliche Marktforschung

Herr Dittrich bedankt sich bei den Sprechern des Fachbeirates und entschuldigt Frau Dr. Schöneberg und Frau Winicker, die sich inzwischen zur Pressekonferenz begeben haben.

10. Antrag auf Beschlussfassung über die Satzungsneufassung (Anlage 1)

Die Satzungskommission bestand bisher aus Herrn Schulze-Holz und Herrn Dr. Bruckert. Wegen eines gestiegenen Arbeitsaufwands hat der Vorstand Herrn Dr. Liljeberg und Herrn Helmreich zusätzlich in die Satzungskommission berufen.

Herr Schulze-Holz erklärte kurz die Notwendigkeit der Abstimmung.

Abstimmung erfolgte per Handzeichen.

Die Mitgliederversammlung stimmt der vorliegenden Satzungsneufassung einstimmig ohne Stimmenthaltungen zu.

11. Neuwahl der Rechnungsprüfer (für 3 Jahre)

Die Wahl wird von den Mitgliedern des Wahlausschusses, Herrn Helmreich und Herrn Bücherl, durchgeführt.

Herr Helmreich fasst die Aufgaben der Rechnungsprüfer zusammen.

Auszug aus der Satzung: § 16

- (1) Von der Mitgliederversammlung sind mindestens zwei Rechnungsprüfer für die Dauer von 3 Jahren zu wählen, die in der Berufsrolle des BVM eingetragen sein müssen. Sie dürfen weder dem Vorstand noch einer Regionalleitung angehören.
- (2) Die Rechnungsprüfer haben die Aufgabe, Rechnungsbelege sowie deren ordnungsgemäße Verbuchung und die etatgemäße Mittelverwendung zu überprüfen sowie einmal jährlich den Kassenbestand des abgelaufenen Jahres festzustellen. Die Rechnungsprüfer haben in der Mitgliederversammlung und vor dem Fachbeirat über das Ergebnis zu berichten.

Vorstellung der Kandidaten:

Die Kurzvorstellung der Kandidaten, die neu kandidieren und bereits als Rechnungsprüfer tätig waren, erfolgte durch Herrn Helmreich. Die bisher nicht als Rechnungsprüfer tätigen Kandidaten stellten sich in kurzen Worten persönlich vor.

Bereits tätige Rechnungsprüfer:

Herr Wolfgang Steinfartz
Herr Klaus-Peter Schulze-Holz

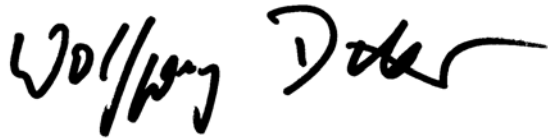
Neue Kandidaten:

Herr Tobias Kauer, Deutsche Post World Net Business Consulting GmbH
Frau Beate Frees, Online-Forschung beim ZDF

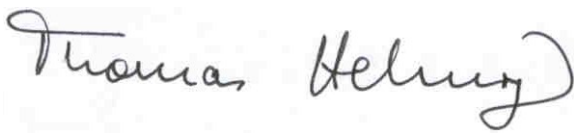
Die Wahl der Rechnungsprüfer erfolgt per Akklamation.

Herr Steinfartz, Herr Schulze-Holz, Herr Kauer und Frau Frees nehmen die Wahl an.

Herr Dittrich schließt die Versammlung um 13:00 Uhr und bedankt sich für die rege Teilnahme der anwesenden Mitglieder.



Versammlungsleiter: Wolfgang Dittrich



Für den Wahlausschuss: Thomas Helmreich



Protokoll (nach Tonbandaufzeichnung)
Bärbel Geisendorf

Nürnberg, im Mai 2006