

Ergebnisse der Mitgliederbefragung 2011:

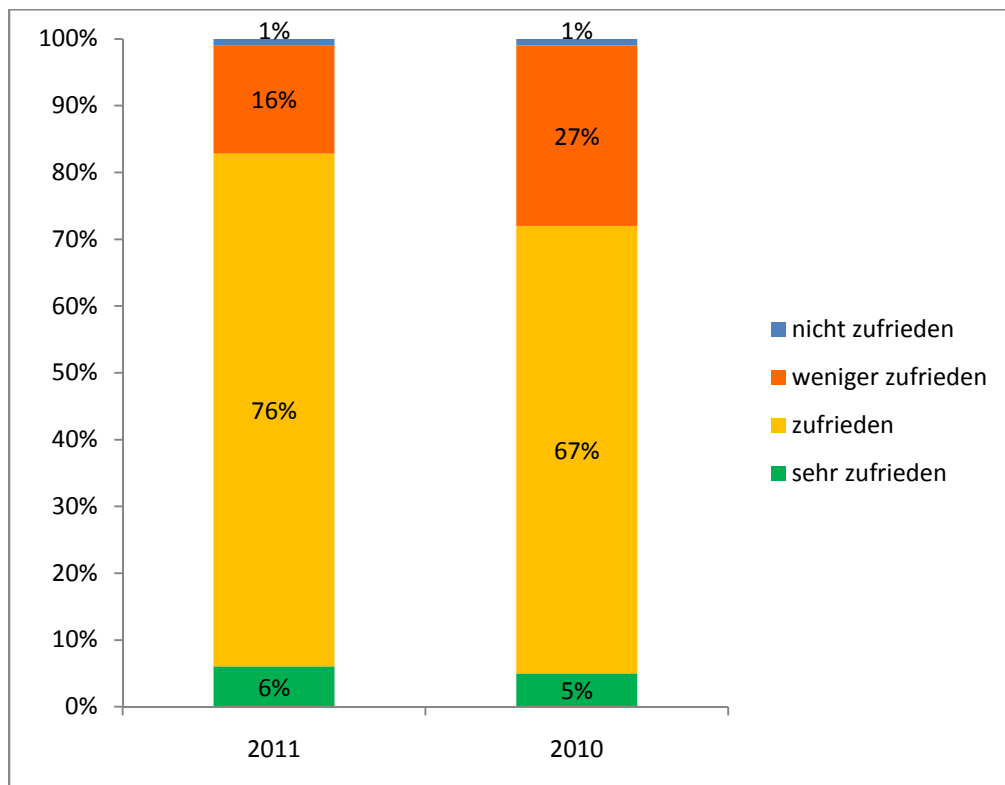
1. Teilnehmer

An der Befragung 2011 haben sich insgesamt 86 Personen aus der Mitgliedschaft beteiligt. Dies entspricht einer Rücklaufquote von ca. 50 % und kann somit als repräsentativ gelten. Es liegen Antworten aus jeder Teilbank der Mitgliedschaft vor und ein Ungleichgewicht unter den Teilbanken kann nicht festgestellt werden. Die Bank der Gebietskörperschaften (47 Personen) und die Bank der Wirtschaft (39 Personen) sind dabei fast gleich stark vertreten und spiegeln so den paritätischen Grundsatz aus der Satzung der EMM gut wider. Viele standardisierte Antworten konnten durch freiwillige Anmerkungen ergänzt werden, was durch viele Mitglieder genutzt wurde. Die Umfrage war anonym, so dass von einem hohen Authentizitätswert ausgegangen werden kann.

2. Gesamtzufriedenheit

Wie zufrieden sind Sie mit der Entwicklung der EMM insgesamt seit der Vereinsgründung Anfang 2009?

Der Anteil der zufriedenen und sehr zufriedenen Mitglieder liegt 2011 bei 82 % und konnte im Vergleich zu 2010 nochmals um 10% gesteigert werden.

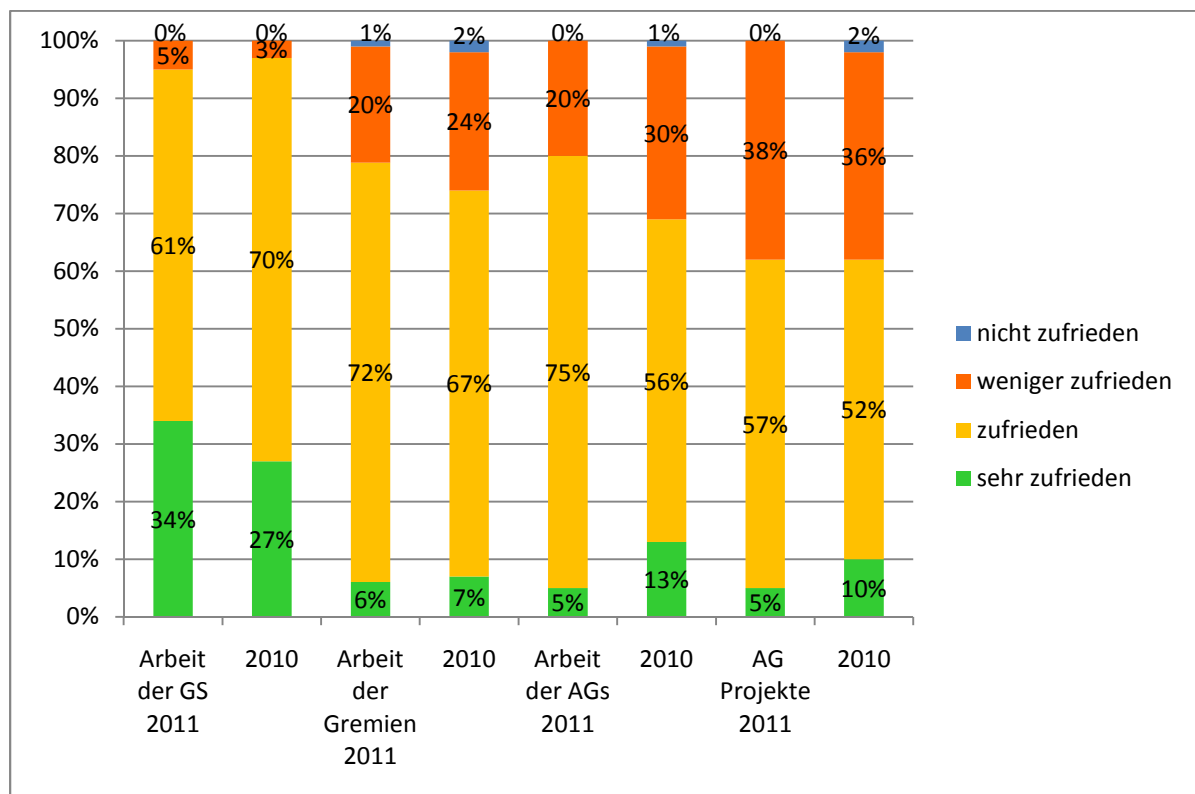


3. Zufriedenheit:

Wie zufrieden sind Sie mit...

Wird die Zufriedenheit der Mitglieder detaillierter betrachtet, so fällt die positive Bewertung der Geschäftsstelle auf. 95 % der Mitglieder sind mit der Arbeit der Geschäftsstelle zufrieden und der Anteil der sehr zufriedenen Mitglieder stieg auf mehr als ein Drittel (34 %) im Vergleich zu 27 % aus dem vergangenen Jahr. Bei den offenen Antworten wird die Geschäftsstelle ausdrücklich gelobt.

Mit der Arbeit der Gremien und den Arbeitsgruppen im Allgemeinen sind die Mitglieder weitestgehend zufrieden. Mit den derzeitigen Projekten der Arbeitsgruppen sind jedoch mehr als ein Drittel der Mitglieder weniger zufrieden, wobei sich der Wert nochmals um 2 % im Vergleich zu 2010 verschlechtert hat. Die offenen Antworten geben Einblicke in die Gründe hierfür. Die Projektauswahl wird als zu oberflächlich und wenig konkret kritisiert. Es wird mehr Mut auch zu strittigen Themen gefordert. Ferner werden mehrfach die Widersprüche zwischen Anspruch/Selbstbild der Region und mangelnder finanzieller Ausstattung der EMM sowie effizienter Umsetzung der Projekte mit ausschließlich ehrenamtlicher Arbeit der Akteure genannt.



4. Engagement der Mitglieder:

Sind Ihnen die aktuellen Projekte der fünf Arbeitsgruppen bekannt?

Die Verankerung der Projekte in der EMM sich verbessert. Von den Befragten fühlten sich 66% gut informiert oder gaben an, einen guten Überblick zu haben (2010 waren dies nur 56 %). Auch die persönliche Teilnahme an den Arbeitsgruppen ist gestiegen. In 2010 gaben 54 % der Befragten an sich persönlich zu engagieren. In der Mitgliederbefragung 2011 sind es 60 % der Befragten, die diese Antwort gaben. Mittlerweile enthält die Datenbank der EMM-Geschäftsstelle mehr als 450 aktive Kontaktpersonen der Arbeitsgruppen (Anmerkung der Geschäftsstelle).

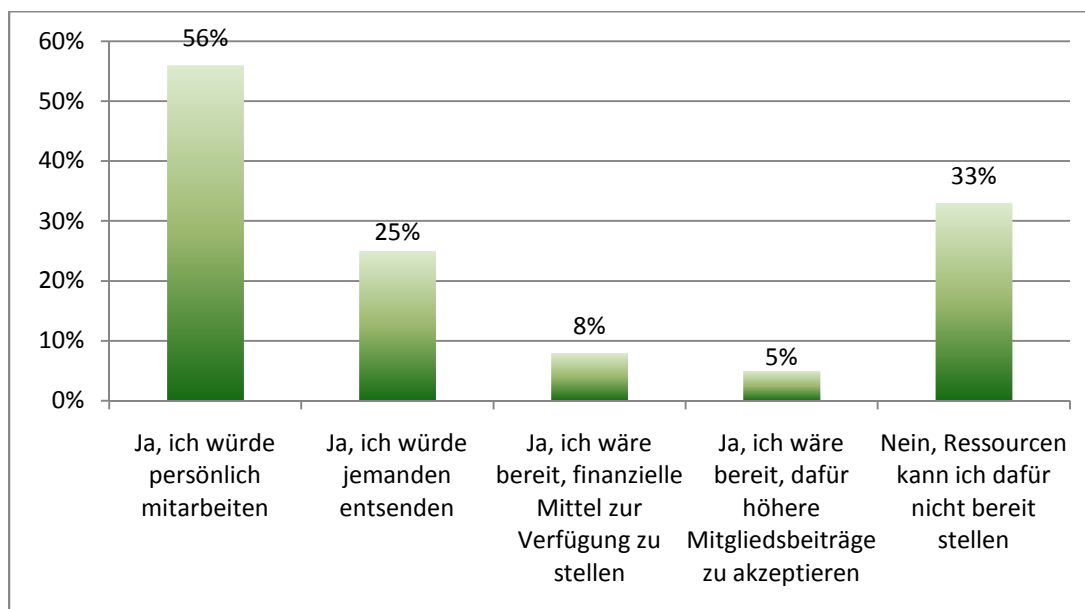
Wie würden Sie Ihr Engagement in der EMM als Person bzw. als Institution/Unternehmen beschreiben?

Das persönliche und institutionelle Engagement der Akteure in der EMM ist allgemein vorhanden. 61% der Befragten bringen sich zumindest punktuell in die Arbeit der EMM ein. Ein Drittel gibt an, einen finanziellen Beitrag zu leisten, der über den Mitgliedsbeitrag hinaus geht. 72 % aller Befragten geben an, sich mit Arbeitszeit zu engagieren. Etwa ein Drittel der befragten Personen oder Institutionen würden sich gern mehr in der EMM engagieren, allerdings fehlen ihnen die Ressourcen (Arbeitszeit oder Geld). Nur ca. 10 % der Befragten sieht keine geeigneten Ansatzpunkte oder Projekte.

Ein Vergleich mit den Umfrageergebnissen von 2010 zeigt, dass das persönliche Engagement um 2% leicht zurückgegangen ist und, dass sich die Akteure häufiger nur noch punktuell engagieren. 2011 engagieren sich auch weniger Institutionen finanziell (Rückgang um 5 %). Erfreulicherweise hat die Zahl derer, die keinen Ansatzpunkt sehen oder sich unzureichend informiert fühlen, abgenommen. Die Zahl derjenigen, die sich aufgrund fehlender Ressourcen nicht engagieren können, hat dagegen um 6 % auf nunmehr 30 % zugenommen.

Wären Sie bereit, für die von Ihnen genannten Themen Ressourcen zur Verfügung zu stellen?

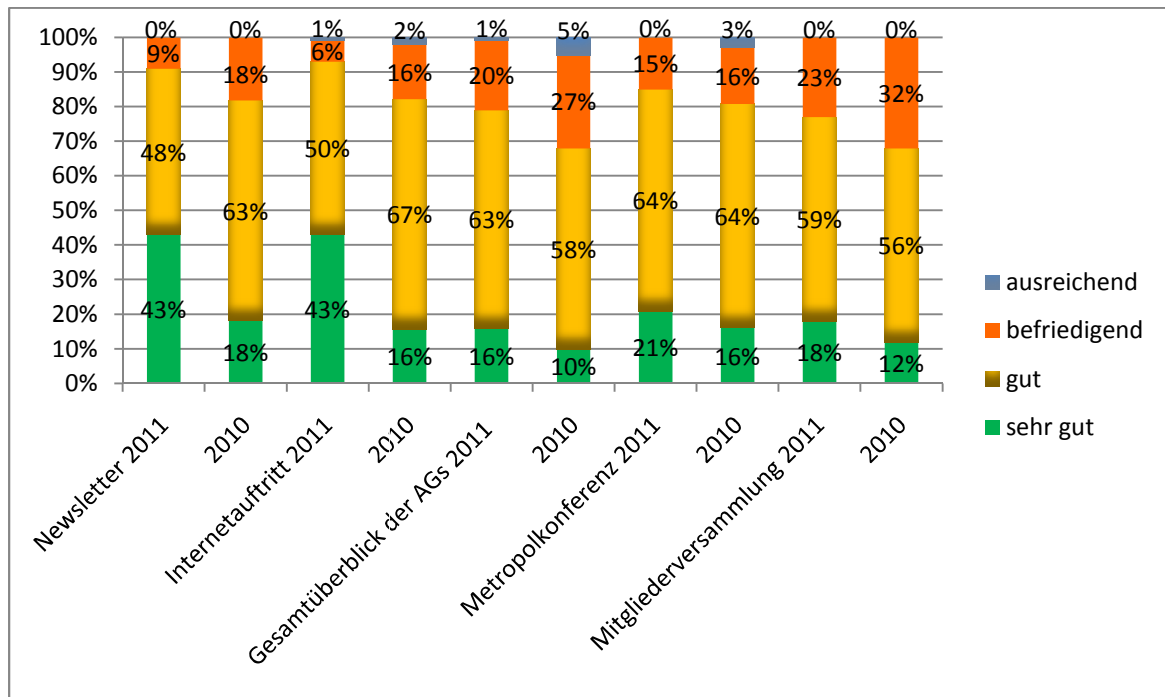
Die Befragten hatten die Möglichkeit neue Themenvorschläge in die EMM einzubringen (siehe Punkt 9.). Diese Frage war verknüpft mit der Frage, ob Ressourcen für diese neuen Themen auf Seiten der Mitglieder zur Verfügung stehen. 81% der Befragten wären bereit, Arbeitszeit zur Verfügung zu stellen. Dies widerspricht jedoch den Angaben aus der vorherigen Frage. Es ist zu bezweifeln, ob die Akteure dazu in der Lage sind. Erstaunlich ist, dass nur 8 % der Befragten finanzielle Mittel für neue Projekte geben und nur 5 % höhere Mitgliedsbeiträge akzeptieren würden. 33 % schlagen neue Themen oder Projekte vor, können jedoch für die Umsetzung keinerlei Ressourcen zur Verfügung stellen.



5. Kommunikationsinstrumente und Plattformen:

Wie bewerten Sie die verschiedenen Kommunikationsinstrumente- und Plattformen der EMM?

90% der Befragten bewerten den Newsletter, den Internetauftritt sowie die Metropolkonferenz als gut bis sehr gut. Die Bewertung des Bulletin (Überblick der Arbeitsgruppen) und der Mitgliederversammlung erreichen noch ca. 80 % Zufriedenheit. Alle Kommunikationsinstrumente wurden 2011 positiver bewertet als im Jahr 2010. Dieses Ergebnis untermauert die gestiegene Gesamtzufriedenheit.



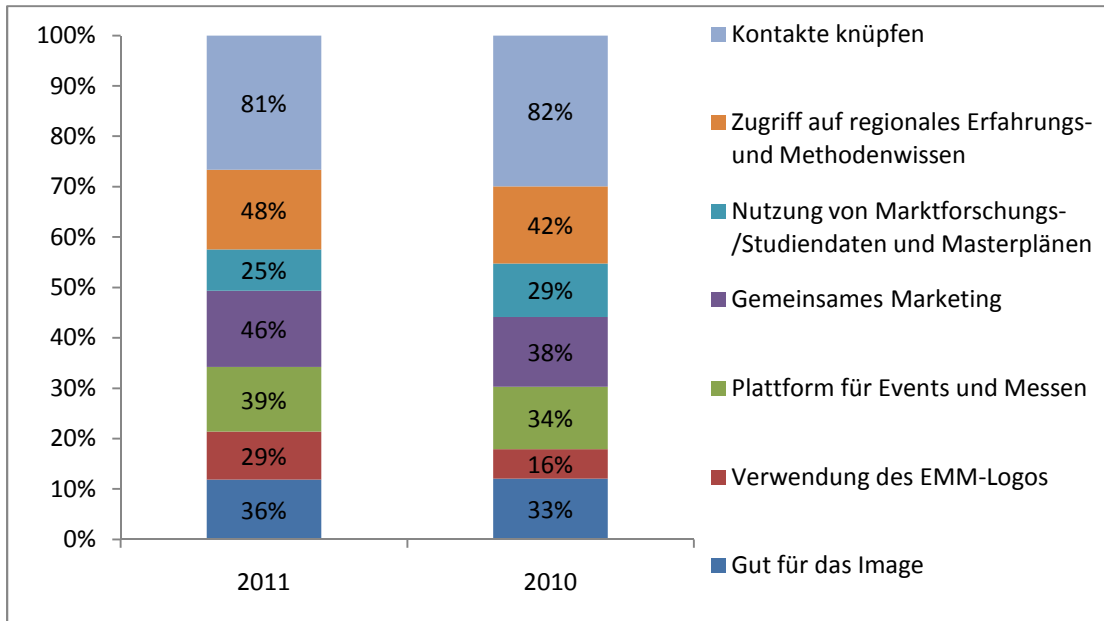
6. Mehrwert:

Welchen Mehrwert bietet Ihnen die Mitgliedschaft in der EMM?

Für 69 der 85 Befragten (81%) ist das „Kontakte knüpfen“ weiterhin mit Abstand der wichtigste Mehrwert, den die EMM für die Mitglieder bietet. Darauf folgt der „Zugriff auf regionales Wissen“ (48 %), als Folge des Kontakteknüpfens. Damit sieht ein Großteil der Mitglieder einen Mehrwert im Akteurs-Netzwerk der EMM und die bewerten die Möglichkeiten eines regionalen Erfahrungsaustausches als sehr positiv.

Ein „gemeinsames Marketing“ und die EMM als „Plattform für Events und Messen“ sehen gut 40 % der Mitglieder als Mehrwert der EMM. Chancen für die Marke EMM werden von den Akteuren vor allem im internationalen Umfeld gesehen. Es gelingt der EMM noch nicht, regionale Marken (z.B. Wirtschaftsraum Augsburg A³, Chiemgau, Airfolgsregion, Chiemgau, Oberland, IngolstadtLandPlus) unter dem Dach der EMM zu vereinen, da internationale Marketingauftritte, mit Ausnahme der Expo Real, bislang aus budgetären Gründen fehlen.

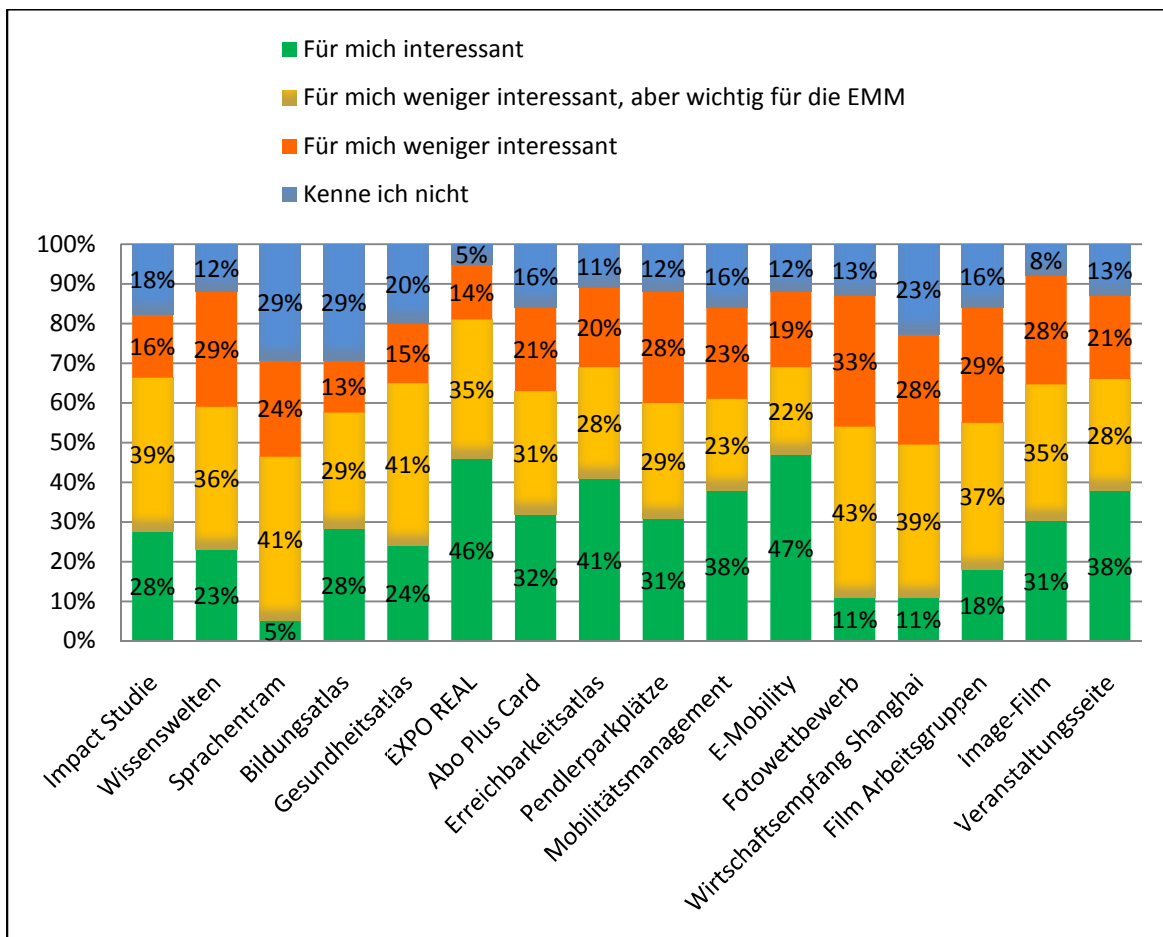
2011 wurden die Teilnehmer erstmals nach dem Mehrwert einer gemeinsamen Realisierung relevanter Projekte gefragt. Für 28 der Befragten (33 %) stellt diese Kategorie einen zusätzlichen Mehrwert der EMM dar.



7. Interesse an Themen

Die EMM hat seit der Gründung viele Themen und Projekte diskutiert und umgesetzt. Bitte geben Sie uns eine Einschätzung, welche der Themen für Sie interessant waren.

Die Befragten wurden um eine Einschätzung der diskutierten und umgesetzten Themen und Projekte in der EMM befragt. Die Elektromobilität, die EXPO REAL sowie der Erreichbarkeitsatlas stießen dabei mit jeweils über 40% auf das größte Interesse.



8. Anregungen und Verbesserungsvorschläge

Die Befragten hatten die Möglichkeit, Anregungen und Verbesserungsvorschläge zu machen:

Thema	Anregungen / Fragen / Vorschläge
Themen und Projekte	<ul style="list-style-type: none"> - Echte Leuchtturmprojekte verfolgen, die in der Bevölkerung auf Interesse / Bedarf stoßen (Berufs-, Freizeitverkehr) - Konzentration auf größere Impulsprojekte, auf wenige relevante Themen / Projekte - Mehr an Ergebnissen arbeiten
Gewinnung und Engagement von Unternehmen	<ul style="list-style-type: none"> - Stärkere Mitgliederakquise, vor allem Unternehmen - Stärkere Einbindung der Unternehmen - Strategie zur Mitgliederentwicklung durch Vereinsspitze
Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> - EU-Fördermittel für gemeinsame Projekte / Einrichtungen
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> - Internationales Standortmarketing, Fachmessen (z.B.: MIPIM: Messe für Wohn-, Gewerbeimmobilien, Betriebsansiedlung in Frankreich) - Übergreifendes, klares Gesamtkonzept für Positionierung und Vermarktung der EMM (Was sind die zentralen Ziele der EMM?, Welchen Nutzen bringt die EMM?, Wofür steht die EMM konkret?)
Management	<ul style="list-style-type: none"> - Strafferes Management, unternehmerische Haltung - Verbindlichere (Management-) Strukturen schaffen
Ziele, Mehrwert und Nutzen	<ul style="list-style-type: none"> - Was kann EMM tatsächlich bringen? → nicht nur Projekte, sondern Art Bewusstseinsbildung - Was sind die zentralen Ziele der EMM? - Welchen Nutzen bringt die EMM? - Wofür steht die EMM konkret?
Information und Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> - Bessere, gezielte Kommunikation, um Komplexität der EMM zu verringern - gezieltere und an Beteiligte gerichtete Informationen zu Projekten → bessere Vernetzung der einzelnen Projekte zu den Mitgliedern
Sonstige:	<ul style="list-style-type: none"> - Orientierung an anderen Metropolregionen (Nürnberg) - Zeitliche Verzögerungen in den AGs aufgrund starker Arbeitsbelastung der Verantwortlichen und Teilnehmer - Entscheidungsprozesse beschleunigen - Mehr Macht der Geschäftsstelle (nicht nur ausführendes Organ, sondern auch thematisch einmischen)

9. Themenvorschläge

Die Befragten hatten die Möglichkeit weitere Themenvorschläge einzubringen:

Themenvorschläge	
Lebensqualität in der EMM	<ul style="list-style-type: none">- Thema Tourismus, Tourismusregion EMM- Kultur-, Freizeiteinrichtungen- Thema Sport
Mobilität	<ul style="list-style-type: none">- Geschlossener EMM-Verkehrsverbund- Tarifharmonisierung- Radverkehr: regionaler Radwegeplan, Vernetzung von Radwegen in EMM, Realisierung eines EMM-Radweges
Ländlicher Raum	<ul style="list-style-type: none">- Thema ländlicher Raum- Ländlicher Raum und Metropole- Austausch / Zusammenarbeit Stadt / Umland
Umwelt	<ul style="list-style-type: none">- Erneuerbare Energien- Energielandschaften- Regionalparks
Sonstige:	<ul style="list-style-type: none">- Allianz gegen Rechtsextremismus- Olympia- Fachkräftesicherung- Kinder / Jugendliche in der EMM- Wachstum der EMM und mögliche Konsequenzen (z.B.: hohe Miet- und Immobilienpreise)- EU-Fördermittel für gemeinsame Projekte / Einrichtungen- MIPIM (Messe für Wohn-, Gewerbeimmobilien, Betriebsansiedlung in Frankreich)