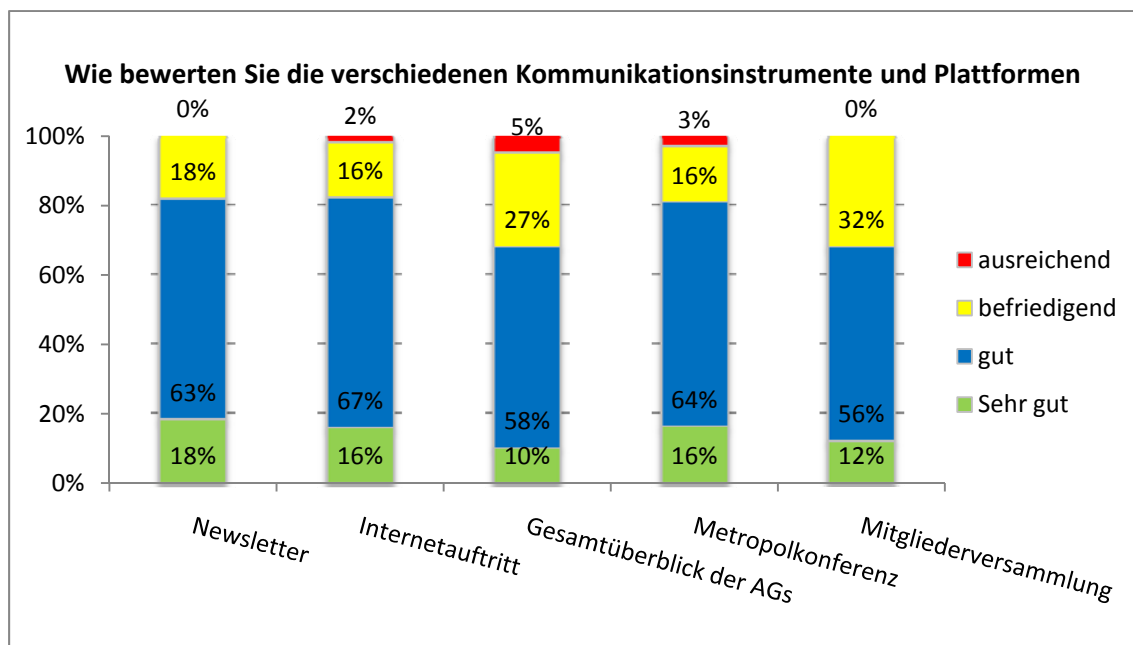


Ergebnisse der Mitgliederbefragung 2010:

Engagement der Mitglieder:

Das persönliche und institutionelle Engagement der Akteure in der EMM ist im Allgemeinen vorhanden. 54 % der Befragten bringen sich stark oder punktuell in der EMM ein, 37 % der befragten Unternehmen und Institutionen bringen sich finanziell in die EMM ein und 64 % bringen sich mit Arbeitszeit in die EMM ein. 7 % bzw. 8 % der befragten Personen oder Institutionen würden sich gern mehr engagieren, allerdings fehlen ihnen Informationen; 24 % würden sich gern stärker engagieren, aber ihnen fehlen die Ressourcen; 11 % bzw. 12 % fehlen die geeigneten Ansatzpunkte und Projekte. Eine Institution und 4 Personen haben kein Interesse sich in der EMM einzubringen, die Begründung von 3 von 4 Akteuren liegt an fehlenden konkreten und geeigneten Projekte und dem mangelnden Nutzen.

Kommunikationsinstrumente und Plattformen:



Ca. 80 % der Befragten bewerteten den Newsletter, den Internetauftritt sowie die Metropolkonferenz als gut bis sehr gut. Die Bewertung des Bulletin und der Mitgliederversammlung liegen etwas darunter bei ca. 70 %. Die restlichen Befragten benoten die Kommunikationsinstrumente und Plattformen mit befriedigend.

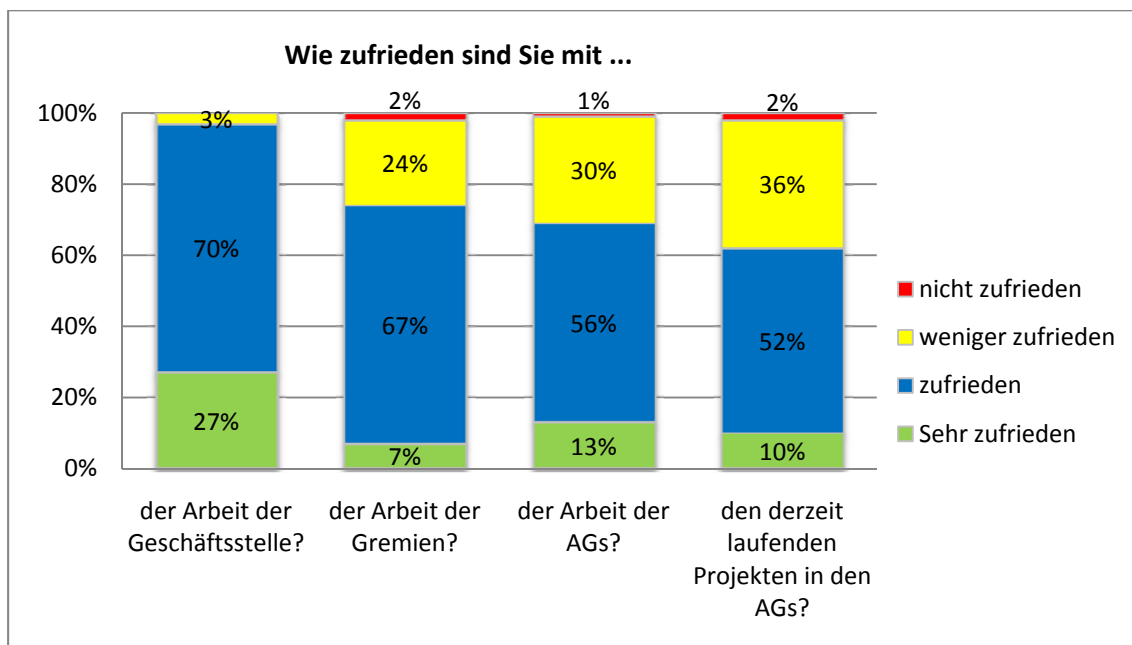
Interessant sind die Anmerkungen zu den einzelnen Instrumenten:

- Ein Befragter fordert einen ausführlicheren Newsletter
- Hinsichtlich der Internetpräsenz der EMM gibt es zwei Forderungen von den Befragten. Zum einen wollen einige einen Mitgliederbereich auf der Homepage, dieser Bereich soll eine Art Datenbank enthalten, um einen Zugriff auf Arbeits- und Ergebnisprotokolle zu haben. Andere hätten gern umfangreichere Informationen über die Mitglieder und evtl. eine Verlinkung auf der Homepage.

- Die Meinungen zum Gesamtüberblick über die AGs gehen weit auseinander. Manche wünschen sich, dass der aktuelle Stand der AGs besser und v.a. kurz und knapp kommuniziert werden soll, ein anderer wünscht sich eine stärkere Streuung der Bulletins
- An der Mitgliederversammlung bemängeln einige Mitglieder, dass sie zu steif und formal ist und würden sich mehr Informationsgehalt und Diskussion wünschen.
- Mit der Metropolkonferenz sind die Mitglieder im Allgemeinen zufrieden, es gibt aber auch Anregungen für die zukünftigen Konferenzen. Für manche sollte die Metropolkonferenz stärker in der Öffentlichkeit kommuniziert werden und auch für mehr Teilnehmer offen stehen. Andere wünschen sich, dass die Veranstaltung weniger frontal (z.B. durch Vorträge) abläuft, sondern mehr Zeit der strategischen Diskussion, den Projekten sowie dem Networking eingeräumt wird.

Von verschiedenen Befragten wurde zusätzlich angegeben, dass für eine klare Kommunikationsstruktur und –strategie zunächst die klaren, nachvollziehbaren Ziele fehlen.

Zufriedenheit:



Diese Abbildung zeigt die Zufriedenheit der Mitglieder mit den unterschiedlichen Bereichen des Vereins. Die Mitglieder zeigen eine große Zufriedenheit mit der Geschäftsstelle (97 %). Mit der Arbeit der Gremien, den Arbeitsgruppen sowie den derzeit laufenden Projekten sind die Mitglieder auch weitestgehend zufrieden. Am wenigsten zufrieden sind die Befragten mit den derzeitigen Projekten der AGs.

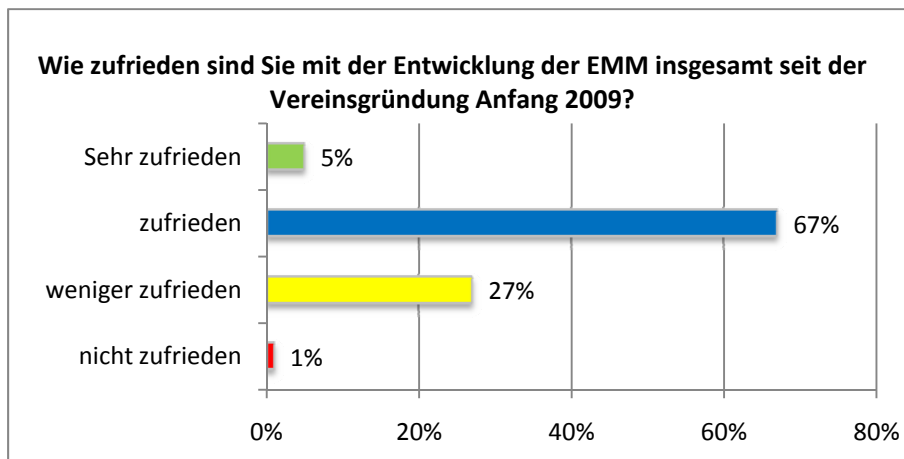
- Die Hauptgründe für die Unzufriedenheit liegen möglicherweise bei fehlenden Ressourcen wie Zeit und Geld. Viele wünschen sich konkretere Projekte und Projekterfolge sowie einen Mehrwert aus den Projekten. Andere Befragte können sich nicht dazu äußern, weil Ihnen Informationen und der Überblick über die Projekte fehlen, einige räumen allerdings auch ein, dass sie sich zu wenig darum kümmern.
- Die Unzufriedenheit mit den Arbeitsgruppen wird begründet durch fehlende Ressourcen
- Die Befragten fordern vom Vorstand und dem Lenkungskreis, dass diese sich mehr um die Mitgliederwerbung (besonders Unternehmen) bemühen. Andere Forderungen der Befragten

betreffen die Aufbesserung der finanziellen Ausstattung und Vorantreiben der Zielentwicklung. Es gibt auch einen Vorschlag zu einer Vorstandsklausur, bei der der Vorstand über strategische Fragestellungen nachdenkt.

- Die Mitglieder der EMM zeigen eine große Zufriedenheit mit der Geschäftsstelle und sprachen in einigen Fällen Lob aus. Es gab allerdings auch Anregungen, die Geschäftsstelle sollte sich aktiv an der Mitgliederwerbung beteiligen, die Medienpräsenz verbessern und sich mehr an Projektfindung beteiligen.

Manche Teilnehmer der Befragung konnten keine Zufriedenheit mit der Arbeit der einzelnen Bereiche angeben, da die inhaltliche Arbeit nicht bekannt ist; dies wird begründet mit der geringen Informationsausgabe oder weil sie sich selbst nicht genug informiert haben.

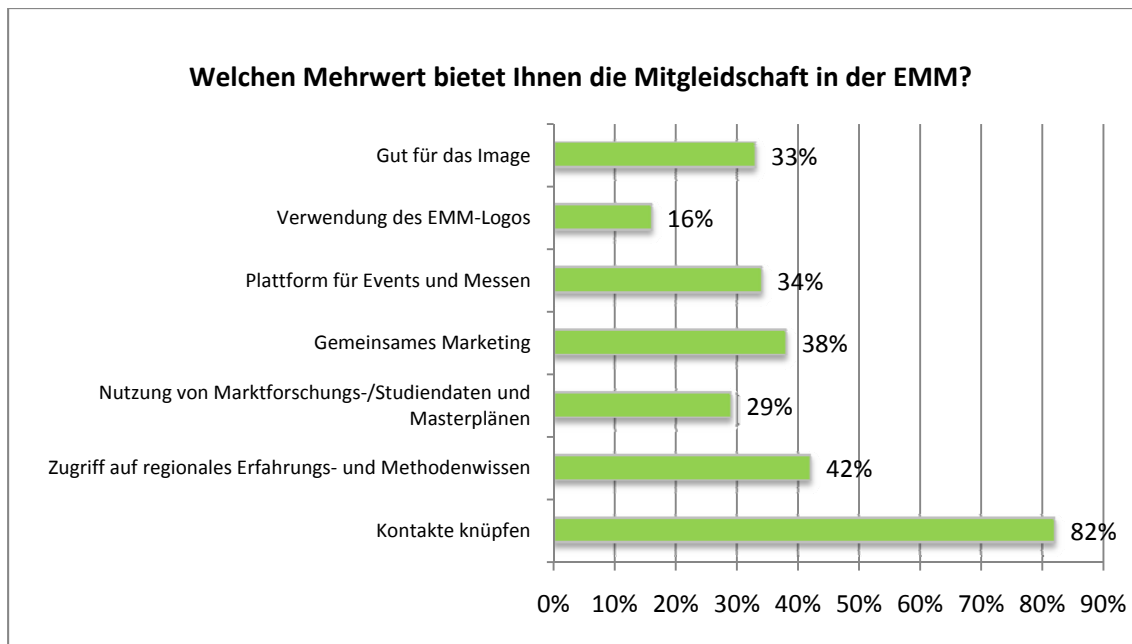
Die im Wesentlichen große Zufriedenheit mit der Arbeit der unterschiedlichen Bereiche der EMM zeigt sich auch in der Zufriedenheit mit der Entwicklung der EMM seit der Vereinsgründung seit Anfang 2009.



Eine Zufriedenheit zeigen die Mitglieder auch mit der Befürwortung des Prinzips Public-Private-Partnership für die EMM. 79 % der Befragten begrüßen das PPP-Konzept.

Mehrwert:

Für 81 der 107 Befragten (82 %) ist das „Kontakte knüpfen“ der wichtigste Mehrwert, den die EMM bietet. Darauf folgen der „Zugriff auf regionales Wissen“ (42 %), das „gemeinsame Marketing“ (38 %), die EMM als „Plattform für Events und Messen“ (34 %) und Mitgliedschaft ist „gut für das Image“ (33 %). Abgeschlagen ist die „Verwendung des Logos“, lediglich 16 Befragte gaben an, dass der Gebrauch des EMM-Logos für sie einen Mehrwert darstellt.



Anregungen für den Verein:

Die Befragten hatten am Ende des Fragebogens noch die Möglichkeit Anregungen an den Verein weiterzugeben. Die Anregungen lassen wie folgt kategorisieren:

Thema	Anregungen/Fragen/Vorschläge
Themen und Projekte	<ul style="list-style-type: none"> – Mehr europäische/internationale Themen und Projekte – Mehr konkrete Projekte – Mehr Projekte, mit denen sich die Bürger identifizieren können (bspw. EMM-Tagesticket)
Gewinnung und Engagement von Unternehmen	<ul style="list-style-type: none"> – Man braucht die Wirtschaft zur Finanzierung – Unternehmen wichtig für Mitgliedschaft, Sponsoring und Finanzierung – Offensivere Ansprache – Stärkung von Zusammenarbeit und Projekten von Politik und Wirtschaft
Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> – Dringende Verbesserung der Finanzausstattung, z.B. neue Einnahmequellen prüfen, Veranstaltungen, Sponsoring, Mitgliedergewinnung
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> – Geschlossener Marketingauftritt nach außen → Logo stärker nach außen tragen. – Mehr Präsenz in der Öffentlichkeit (in Zeitungen oder über öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen) – Mehr Maßnahmen mit Breitenwirkung
Ziele, Mehrwert und Nutzen	<ul style="list-style-type: none"> – Welchen Mehrwert bietet die EMM? – Welche Ziele hat die EMM?
Sonstige:	<ul style="list-style-type: none"> – Stärkung des ländlichen Raume – Thema Flächenrecycling und Immobilienentwicklung wieder aufgreifen