

Mitgliederumfrage 2010

Zusammenfassung der Ergebnisse

Börsenverein des Deutschen Buchhandels





§ Untersuchungsdesign

§ Untersuchungsinhalte

I. Emotionale Mitgliederbindung

II. Markenführung / Image

III. Zufriedenheit



Erhebungsart:

§ 421 Telefoninterviews bei Mitgliedern des Börsenvereins* (Verlage 192 Interviews, Zwischenbuchhandel 39 Interviews, Sortimentsbuchhandel 190 Interviews)

Erhebungszeitraum:

§ 8. bis 23. Februar 2010

Punkte (Noten-)system:

§ 100 Punkte = „1“, 75 Punkte = „2“, 50 Punkte = „3“, 25 Punkte = „4“, 0 Punkte = „5“.

§ Die Punkte spiegeln die Spannweite der Zustimmung zu einer Aussage von „stimme vollständig zu“ bzw. „sehr zufrieden“ bis hin zu „stimme überhaupt nicht zu“ bzw. „sehr unzufrieden“ wider

* Es fand eine Gewichtung der Daten hinsichtlich der Zugehörigkeit zu den drei Fachgruppen statt. Die Gewichtung folgte der Verteilung der Grundgesamtheit

I. Emotionale Mitgliederbindung - Überblick



2002: 60 Punkte

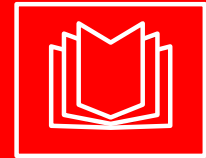
2010: 57 Punkte



Rückgang der emotionalen
Mitgliederbindung um 3 Punkte

Anm.: Die Bindungsindikatoren (Folie 5) führen zur Berechnung der emotionalen Mitgliederbindung. Einfluss auf die emotionale Mitgliederbindung haben die Gesamtzufriedenheit der Mitglieder mit dem Börsenverein (76 Prozent) sowie das Gesamtimage (24 Prozent). Die größte Auswirkung auf die Gesamtzufriedenheit haben wiederum die Leistungsbereiche Interessenvertretung und Preis-Leistungs-Verhältnis der Mitgliedschaft (s. hierzu im Detail Folie 10).

I. Emotionale Mitgliederbindung - Bindungsindikatoren



	2002	2010	
§ Absicht zur dauerhaften Mitgliedschaft:	78 Punkte	70 Punkte	↓
§ Beitrittswiederholungsbereitschaft:	71 Punkte	66 Punkte	↓
§ Alleinstellungsanspruch:	67 Punkte	62 Punkte	↓
§ Weiterempfehlungsbereitschaft:	55 Punkte	57 Punkte	↑
§ Beitragszahlungsbereitschaft:	39 Punkte	42 Punkte	↑
§ Kommunikationsbereitschaft:	33 Punkte	31 Punkte	↓

I. Emotionale Mitgliederbindung - Benchmarking



Um ein Benchmarking durchführen zu können, wurde die emotionale Mitgliederbindung* von forum! Marktforschung noch einmal nach einer neu entwickelten Methode berechnet.

] Der Börsenverein weist im Vergleich mit anderen Verbänden eine unterdurchschnittliche Mitgliederbindung auf (62 Punkte im Vergleich zum Benchmark-Wert von 66 Punkten)

* s. hierzu Anm. Folie 4

II. Markenführung - Gesamtimage



Gesamtimage: 71 Punkte*

Verlage: 75 Punkte

Zwischenbuchhandel: 71 Punkte

Sortimentsbuchhandel: 68 Punkte

* kein Vergleich zu 2002 möglich

II. Markenführung - Imagefaktoren



	2002	2010	
§ Fachkompetenz:	72 Punkte	76 Punkte	↑
§ Einfluss:	63 Punkte	66 Punkte	↑
§ Mitgliederorientierung:	55 Punkte	63 Punkte	↑
§ ist sehr solidarisch:	59 Punkte	62 Punkte	↑
§ fördert das Zusammen- gehörigkeitsgefühl der Branche	56 Punkte	62 Punkte	↑
§ arbeitet sehr transparent:	49 Punkte	57 Punkte	↑
§ arbeitet sehr innovativ und zukunftsorientiert:	48 Punkte	56 Punkte	↑

III. Zufriedenheit - Überblick



2002: 57 Punkte

2010: 63 Punkte



Verbesserung um 6 Punkte

Verlage: 66 Punkte

Zwischenbuchhandel: 62 Punkte

Sortimentsbuchhandel: 62 Punkte

III. Zufriedenheit - Leistungsbereiche



	2002	2010	
§ Information:	68 Punkte	72 Punkte	↑
§ Aus- und Weiterbildung:	63 Punkte	71 Punkte	↑
§ Beratung:	61 Punkte	70 Punkte	↑
§ Preis-Leistungs- Verhältnis	42 Punkte	47 Punkte	↑
§ Beschwerdemanagement:	53 Punkte	60 Punkte	↑
§ Service- und Dienst- leistungen:	61 Punkte	66 Punkte	↑
§ Interessenvertretung:	65 Punkte	64 Punkte	↓

III. Zufriedenheit - Einzelleistungen



2002

2010

§ Durchsetzungsfähigkeit im

Rahmen der Interessen-

vertretung:

59 Punkte

61 Punkte



§ Bedarfsorientierung von

Angeboten/Dienst-

leistungen:

55 Punkte

63 Punkte





- § Die verschiedenen **Leistungsbereiche** werden in der Mitgliederumfrage 2010 **deutlich positiver** bewertet als noch acht Jahre zuvor, die Beurteilung der Mitglieder bewegt sich hierbei in der Regel im Mittelfeld. Positiv beurteilt werden vor allem die Bereiche **Information, Aus- und Weiterbildung** und **Beratung**.
- § **Ziel** ist es, die emotionale **Mitgliederbindung** an den Börsenverein kontinuierlich zu **steigern**. Zentrale Rolle spielen dabei konkrete Einzelmaßnahmen in den unterschiedlichen Leistungsbereichen, die zeitnah auf ihren Erfolg geprüft und entsprechend an die Mitglieder kommuniziert werden.
- § Über die geplanten Maßnahmen informieren wir unsere Mitglieder so bald wie möglich.