

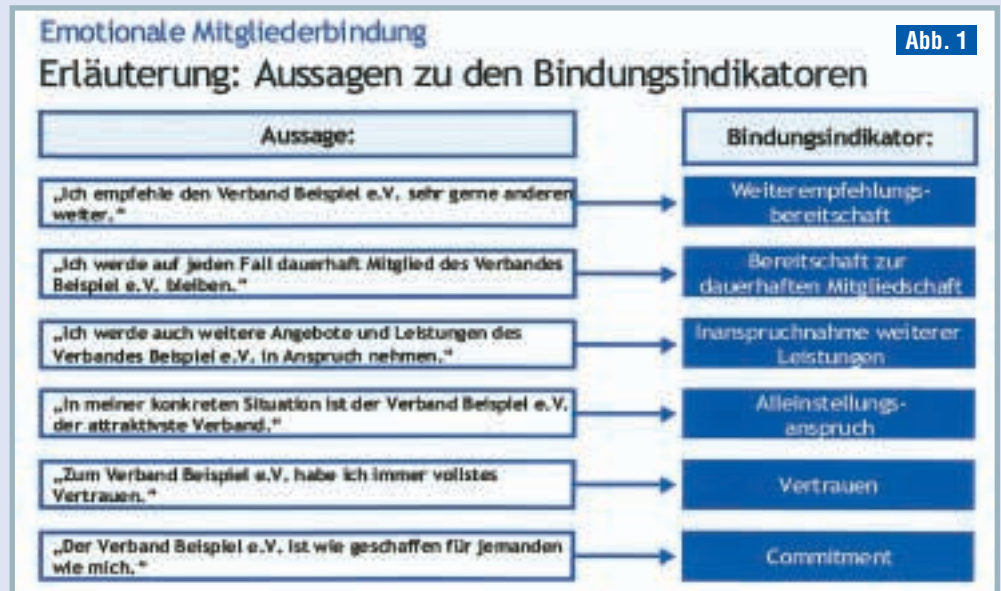
„Tue Gutes und rede darüber!“ Das ist eine der Leitideen von Werbestrategen und Marketingexperten. Doch woher weiß man, ob das, was man tut, von den Kunden als gut empfunden wird oder nicht? Zu modernen Managementmethoden gehört unter anderem die regelmäßige Befragung der Kunden nach deren Zufriedenheit mit den angebotenen Leistungen. Und moderne Managementmethoden sollten auch einer Mieterorganisation nicht fremd sein.

Um das Image und die Zufriedenheit der Mitglieder erfahren zu können, hat der Deutsche Mieterbund – Landesverband Hessen beim Mainzer Institut forum! Marktforschung GmbH Ende letzten Jahres eine umfangreiche Mitgliederbefragung in Auftrag gegeben. Das Ziel der Befragung sollte neben der Erforschung des Images der Mieterorganisation die Ermittlung der Zufriedenheit der Mitglieder mit zentralen Leistungsbereichen sein.

Befragt wurden in der Zeit von Januar bis März 2007 rund 1 000 Mitgliederhaushalte in Hessen sowie rund 500 Nichtmitglieder, soweit sie Wohnraummietler in Hessen sind. Als Vergleich dienten die Ergebnisse aus dem sogenannten Mitgliederfocus Deutschland (MFD), einer repräsentativen Befragung von Mitgliedern aus 34 Verbänden, die seit 2001 von der forum! Marktforschung GmbH jährlich bundesweit durchgeführt wird. Damit war auch ein externer Ergebnisvergleich (Benchmarks) gewährleistet. Aufgrund des Umfangs der Befragung und der Fülle der Befragungsergebnisse können hier nur die wichtigsten und zentralen Ergebnisse präsentiert werden.

Zu Beginn wurden die aktuellen Mitglieder gebeten, auf einer Skala von 1 „Stimme vollständig zu“ bis 5 „Stimme überhaupt nicht zu“ zu folgenden Aussagen ihre Zustimmung zu erteilen (vgl. Abb. 1): „Ich empfehle (Name des Mieterschutzvereins/Mietervereins) sehr gerne

## Mitgliederbefragung bestätigt hohe Zufriedenheit



anderen weiter“ (Weiterempfehlungsbereitschaft) – „Zum (Name des Mieterschutzvereins/Mietervereins) habe ich immer vollstes Vertrauen“ (Vertrauen) – „In meiner konkreten Situation ist der (Name des Mieterschutzvereins/Mietervereins) der attraktivste Verband“ (Alleinstellungsanspruch) – „Ich werde auf jeden Fall dauerhaft Mitglied im (Name des Mieterschutzvereins/Mietervereins) bleiben“ (Bereitschaft zur dauerhaften Mitgliedschaft).

Zur besseren Veranschaulichung wurden die Zustimmung- und Zufriedenheitswerte der befragten Personen, die diese auf der Skala von 1 „Stimme vollständig zu“ oder „Sehr zufrieden“ bis 5 „Stimme überhaupt nicht zu“ oder „Sehr unzufrieden“ eingetragen hatten, in eine 100er-Skala transformiert, um die Anschaulichkeit zu verbessern. Eine „1“ entsprach somit 100 Punkten, eine „2“ entsprach 75 Punkten. Eine „5“ entsprach somit 0 Punkten. Insgesamt zeichnet die Mieter-

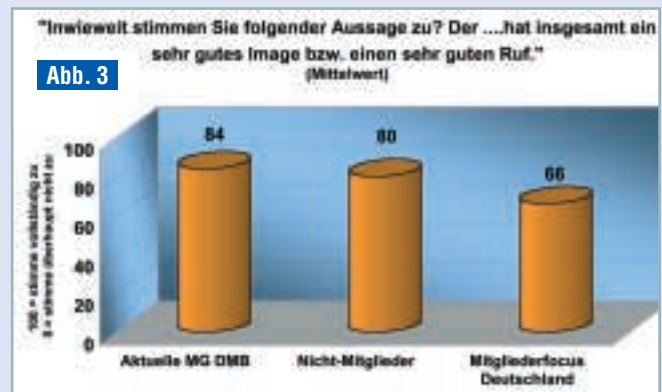
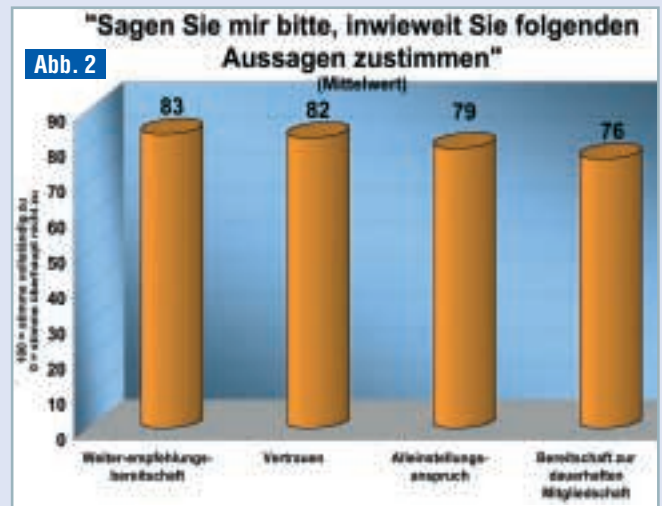
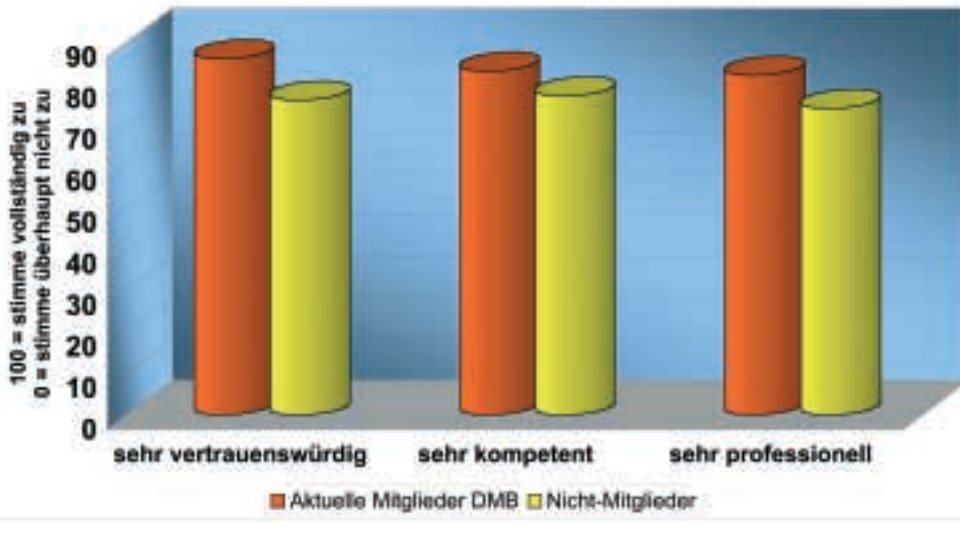


Abb. 4

"In welchem Maße stimmen Sie folgenden Aussagen über den Mieterverein...zu? Der Mieterverein...ist (Mittelwert)



"Welche der folgenden Anforderungen ist für Sie die wichtigste, die zweitwichtigste usw.?"

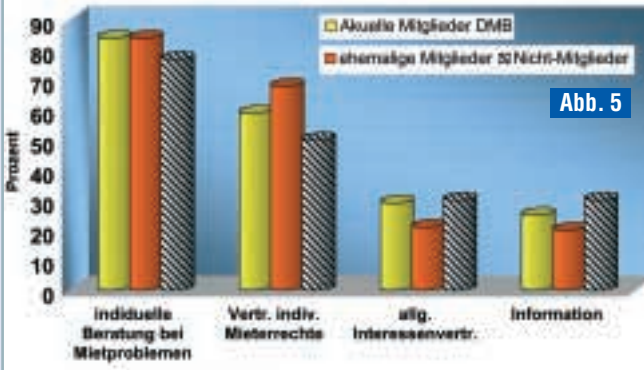


Abb. 5

vereine im Vergleich zu anderen Verbänden eine überdurchschnittlich hohe Mitgliederbindung aus (vgl. Abb. 2). Die höchste Zustimmung erteilten die Mitglieder bei der Frage nach der

Weiterempfehlungsbereitschaft mit 83 Punkten, gefolgt vom Vertrauen in den jeweiligen Mieterverein mit 82 Punkten bis hin zur Bereitschaft zur dauerhaften Mitgliedschaft mit 76 Punkten.

Zum Vergleich: Der „Bindungsindex“ der 34 Verbände des Mitgliederfocus Deutschland (MFD) lag nur bei 67 Punkten. Ein ähnlich gutes Ergebnis ergab die gezielte Frage nach dem Image und dem Ruf der Mieterorganisation (vgl. Abb. 3). Die Frage „Inwieweit stimmen Sie folgender Aussage zu? Der ... hat insgesamt ein sehr gutes Image bzw. einen sehr guten Ruf“ ergab bei den aktuellen Mitgliedern auf einer Skala von 0 bis 100 immerhin eine Zustimmungquote von 84, bei den Nichtmitgliedern von 80 Punkten. Demgegenüber lag die Zustimmung bei den befragten Mitgliedern aus dem Mitgliederfocus Deutschland nur bei 66 Punkten. Sowohl unter den Mitgliedern

als auch unter Nichtmitgliedern erfahren die Mietervereine bei der Frage nach der Vertrauenswürdigkeit, der Kompetenz und der Professionalität eine überdurchschnittlich hohe Imagebewertung (vgl. Abb. 4) im Vergleich zu anderen Verbänden (Vertrauenswürdigkeit: 86 Punkte, Kompetenz: 83 Punkte, Professionalität: 82 Punkte). Es wurde aber nicht nur danach gefragt, was die Mitglieder und Nichtmitglieder unter Imagege Gesichtspunkten von der Mieterorganisation halten, sondern es interessierte natürlich auch, welche Anforderungen sie an die Arbeit der Mietervereine stellen (vgl. Abb. 5). Auf die offene Frage „Welche Erwartungen haben Sie an einen Verband, an eine Vereinigung oder Organisation für Mieter?“ nannten 84 Prozent der aktuellen Mitglieder eine gute individuelle Beratung bei Mietproblemen. Mit deutlichem Abstand folgt die „Vertretung individueller Mieterrechte“ (22 Prozent) und eine „gute Information“ (zehn Prozent). Gibt man bestimmte Anforderungen vor und fragt danach, welche der Anforderungen die wichtigste, die zweitwichtigste und so weiter ist, liegt auch hier die individuelle Beratung bei Mietproblemen deutlich an der Spitze, gefolgt von der „Vertretung individueller Mieterrechte“, der allgemeinen Interessenvertretung und der Information. Um zu erfahren, welche Bedeutung neue Medien wie E-Mail, Internet etc. für die Mitglieder besitzen, wurde unter anderem auch danach gefragt, für wie interessant man eine „Online-Beratung“ und eine „Online-Mitgliedschaft“ hält (vgl. Abb. 6). Online-Beratung halten immerhin 41 Prozent der Mitglieder und eine Online-Mitgliedschaft 19 Prozent für interessant oder sehr interessant. Differenziert man dieses Befragungsergebnis nach der Altersstruktur, wird allerdings deutlich, dass insbesondere die Online-Beratung vor allem ein Angebot für die bis zu 40-Jährigen darstellt. Alles in allem ist die Gesamtzu-

Anforderungen  
Interesse an zukünftigen Angeboten:  
Aktuelle Mitglieder Gesamt

Abb. 6

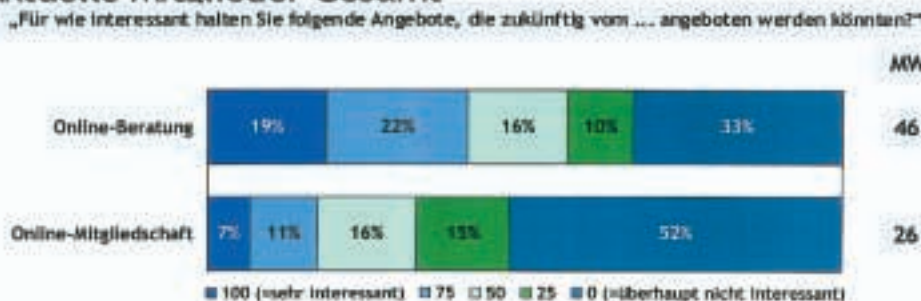
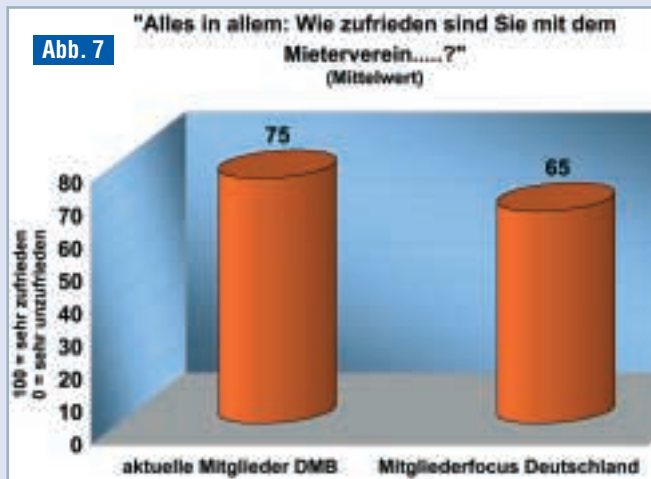


Abb. 7



friedenheit der Mitglieder mit dem Mieterverein (vgl. Abb. 7) im Vergleich zu anderen Verbänden des Mitgliederfocus Deutschland überdurchschnittlich hoch (75 versus 65 Punkte). Auch in den Leistungsbereichen „Beratung“ und „allgemeine Interessenvertretung“ werden im Vergleich zu anderen Verbänden überdurchschnittliche Zufriedenheitswerte erzielt (vgl. Abb. 8). Eine Ausnahme bildet lediglich der Bereich „Information“, der nur geringfügig überdurchschnittliche Zufriedenheitswerte erzielt. Aufschluss über die Zufriedenheit mit der täglichen Arbeit der Mietervereine gab die Frage nach einzelnen Angeboten. Besonders zufrieden sind die Mitglieder offensichtlich mit der „persönlichen Beratung“ (83 Punkte) und dem „Schriftverkehr bei Rechtsvertretung“ (84 Punkte), gefolgt vom DMB Rechtsschutz, der telefonischen Beratung und der MieterZeitung (vgl. Abb. 9). Auch die Zufriedenheit mit den Ratgeberbro-

schüren ist mit mehr als 75 Punkten immer noch sehr hoch. Dies zeigt einmal mehr, dass das Angebot, das die Mietervereine zusammen mit ihrer Dachorganisation DMB den Mitgliedern bietet, auf große Zustimmung trifft. Von Interesse für die tägliche Arbeit war schließlich die Frage, welche Medien für die mietrechtliche Beratung bevorzugt würden (vgl. Abb. 10). Hier bleibt mit weitem Abstand von mehr als 80 Punkten das persönliche Beratungsgespräch der absolute Favorit der Mitglieder. Mit Abstand folgen schriftliche und telefonische Auskünfte, wohingegen eine Beratung per E-Mail oder über das Internet insbesondere von den Jüngeren bevorzugt wird.

Abb. 8



Insgesamt kann die Mieterorganisation in Hessen mit diesen Befragungsergebnissen sehr zufrieden sein. Sie werden aber kein Alibi dafür sein, sich auf den Lorbeeren auszuruhen. Die Einzelergebnisse müssen nun ausgewertet und intensiv diskutiert werden, um daraus die richtigen Konsequenzen für die künftige Ausrichtung der Verbandsarbeit zu ziehen.

"Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Angeboten?" (Mittelwert)

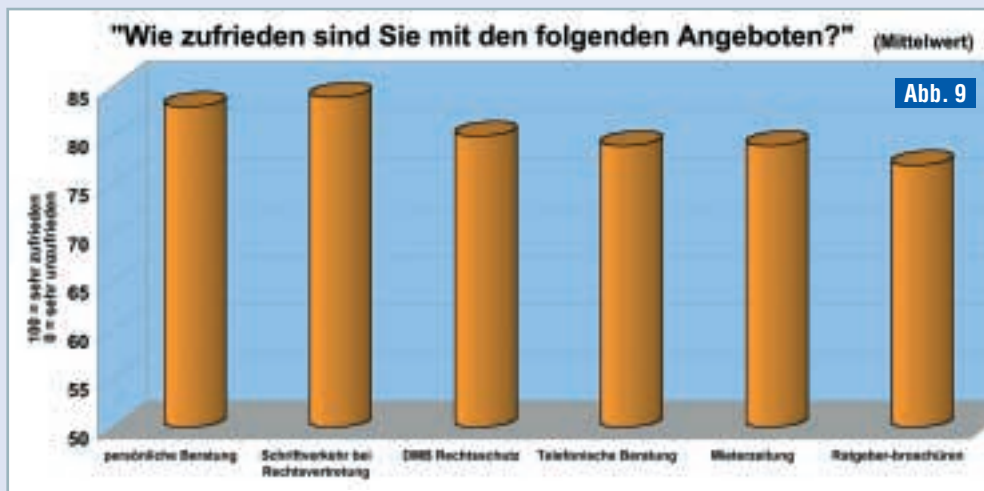
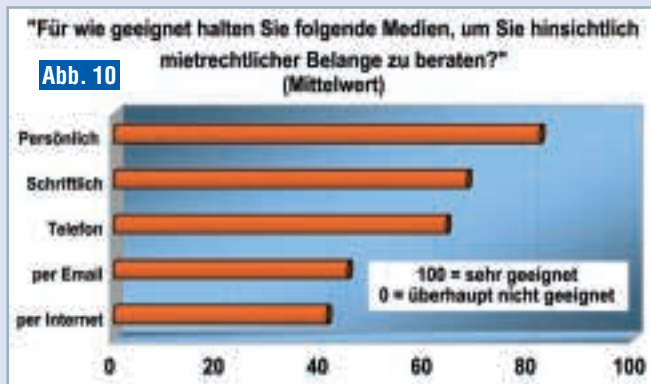


Abb. 9

Allen Mitgliedern, die sich an der Befragung beteiligt haben, sei an dieser Stelle herzlich gedankt. Das große Vertrauen, das sie der Mieterorganisation entgegenbringen und die positive Resonanz auf die Befragung werden weiterhin Ansporn sein, noch besser zu werden, um zu gewährleisten, dass die Mietervereine auch im Zeitalter der Globalisierung jederzeit allen Mieterinnen und Mietern mit Rat und Tat zur Seite stehen. ■

Abb. 10



## MIETERVEREIN MARBURG Neuer Jahresbeitrag

Der Mieterverein Marburg gibt bekannt, dass durch Beschluss der letzten Mitgliederversammlung der Mitgliedsbeitrag mit Wirkung zum 1. Juli 2007 auf 48 Euro jährlich angehoben wurde.