

ALUMINIUM

NEWSLETTER SPEZIAL



Liebe Leserin, lieber Leser



Der Aluminium-Verband Schweiz mit über 100 Mitgliedfirmen hat in den letzten Jahren seine Tätigkeiten ausbauen können und zählt heute innerhalb der Branche zum anerkannten Fachverband. Dies repräsentiert auch unsere im Juni gemachte Umfrage. Über 50 Prozent haben die Befragung beantwortet und den Verband und unsere Dienstleistungen als kompetent angesehen.

Die Befragung teilt sich in zwei Segmente auf. Zum einen in das Stärken- und Schwächen-Profil und weiter in die Beurteilung des Dienstleistungsangebotes.

Wir freuen uns, Ihnen in dieser Spezialausgabe des Newsletters die Ergebnisse präsentieren zu können.

Wir wünschen Ihnen viel Vergnügen bei der Lektüre und danken allen Beteiligten nochmals für ihre Unterstützung.

lll. llllllll!

Marcel Menet, Geschäftsführer
Aluminium-Verband Schweiz

Stärken- und Schwächen-Profil

Im Stärken- und Schwächen-Profil von nebenan wird der Verband als Ganzes beurteilt: sein Image, sein Profil, seine Dienstleistungen usw.

Die positiven Ergebnisse bestätigen die gute Positionierung des Verbandes innerhalb der Aluminiumindustrie. Zu den ausgeprägtesten Stärken zählen die Corporate Identity, das Image und die Arbeit der Geschäftsstelle. Auch eine sehr gute Benotung erhielten die Profilierung, das Leistungsangebot und die Attraktivität einer Mitgliedschaft.

Als Zusatzfragen kamen weiter zur Sprache:

- die Empfehlung einer Mitgliedschaft im Verband:
Das Echo ist überwältigend. Sämtliche Befragten antworten mit einem «JA».
- Bei der Frage, ob die breite Öffentlichkeit gut über Aluminium Bescheid weiss, antworten 55 Prozent mit einem «JA» und der Rest mit einem »NEIN«.

	1 trifft genau zu	2 trifft etwas zu	3 trifft etwas zu	4 trifft genau zu
Corporate Identity				
Klares und einheitliches Erscheinungsbild (z. B. Logo)	•			Unklares und uneinheitliches Erscheinungsbild (z. B. Logo)
Attraktives Erscheinungsbild (z. B. Logo Drucksachen)	•			Unattraktives Erscheinungsbild (z. B. Logo Drucksachen)
Gesamtnote: 1.07				
Image des Verbandes				
Fachkundig	•			Fachwissen fehlt
Fortschrittlich	•			Konservativ
Aktiv	•			Passiv
Sympathisch	•			Unsympathisch
Gesamtnote: 1.13				
Arbeit der Geschäftsstelle				
Geschäftsstelle ist dienstleistungsorientiert	•			Geschäftsstelle ist nicht dienstleistungsorientiert
Geschäftsstelle arbeitet effizient	•			GS arbeitet nicht effizient
Verband ist informationsfreudig	•			V. ist zurückhaltend mit Info
Gesamtnote: 1.13				
Profilierung des Verbandes				
Setzt klare Ziele	•			Ziele unklar
Verband hat klares Profil	•			Verband hat unklares Profil
Gesamtnote: 1.31				
Wissen zum Leistungsangebot				
Bin über Leistungsangebot des Verbandes gut informiert	•			Bin über Leistungsangebot des Verbandes schlecht informiert
Das Leistungsangebot ist klar strukturiert	•			Das Leistungsangebot ist unübersichtlich
Gesamtnote: 1.41				
Mitgliedschaftsattraktivität				
Attraktiv für Mitglieder	•			Nicht attraktiv für Mitglieder
Verband kennt die Bedürfnisse der Mitglieder	•			Verband kennt die Bedürfnisse der Mitglieder nicht
Konsequent in der Vertretung der Mitgliederinteressen	•			Nicht konsequent in der Vertretung der Mitgliederinteressen
Setzt finanzielle Mittel sparsam ein	•			Setzt finanzielle Mittel verschwenderisch ein
Das Kosten-(Mitgliederbeitrag) und Nutzen-Verhältnis ist	•			Das Kosten-(Mitgliederbeitrag) und Nutzen-Verhältnis ist schlecht
Gesamtnote: 1.43				

Beurteilung der einzelnen Dienstleistungsbereiche

Mit dem zweiten Fragebogen wurden die drei Leistungsgebiete Öffentlichkeitsarbeit, Lobbying und Ausbildung zur Bewertung vorgelegt. Hier wollten wir wissen, wie der betreffende Bereich insgesamt und die einzelnen Aktivitäten im Detail nach Einschätzung der Mitglieder beurteilt werden (**Ist-Zustand**): als gut, genügend oder ungenügend. Zusätzlich konnten die Befragten im **Soll-Zustand** ihre Wünsche zu den einzelnen Gebieten äussern. Dies – wie die grafische Darstellung der Resultate zeigt – mit ausbauen, wie bisher weiterführen, abbauen oder ganz streichen.

Die Zahlen in den Grafiken geben die **prozentuale Aufteilung** der Gesamtbeurteilung der drei Bereiche ohne die Stimmhaltungen wider.

Die Resultate zu den einzelnen Aktivitäten können bei der Geschäftsstelle des Verbandes angefordert werden.

Öffentlichkeitsarbeit

Die Öffentlichkeitsarbeit wurde von 77 Prozent der Befragten beurteilt für die drei Bereiche:

- Informationen, Know-how, Networking
(Generalversammlung, Geschäftsbericht, Newsletter, Aluminium Kurier News, Faltprospekt «Aluminium in Zahlen»)
- Öffentlichkeitsarbeit im engeren Sinn (Symposien, Special Aluminium zur Handelszeitung, Editorial Services, Homepage)
- Medien (Medienkonferenz, Pressemitteilungen, Presstablet)

Ist-Zustand



88 Prozent beurteilen diese Aktivitäten als gut, 12 Prozent mit genügend. Mit einer **Gesamtnote von 1.12** fällt diese Beurteilung sehr positiv aus.

Soll-Zustand



Mit 77 Prozent überwiegt die Gruppe derjenigen, welche die Leistungen wie bisher weiterführen möchten. Für den Ausbau sind 19 Prozent und für den Abbau 4 Prozent.

Fazit: Die Umfrage drückt eine hohe Zufriedenheit mit dem Leistungsangebot Öffentlichkeitsarbeit aus. Ein Weiterführen im bisherigen Rahmen sowie ein Ausbau von einzelnen Leistungen wird gewünscht.

Lobbying

Diese noch etwas junge Disziplin mit dem Politable, dem Umwelttable und den Expertengesprächen im Angebot konnten lediglich 43 Prozent der Befragten beantworten.

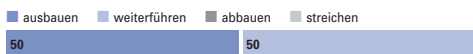
Ist-Zustand



Davon geben 75 Prozent ein gutes und 25 Prozent ein genügendes Urteil ab.

Die Gesamtnote beträgt hier 1.25.

Soll-Zustand



Die Wünsche nach Ausbau und Beibehalten halten sich die Waage.

Fazit: Die geringe Beteiligung der Befragten fällt hier etwas negativ ins Gewicht. Hingegen scheinen diejenigen, die ein Urteil abgeben, mit den Leistungen insgesamt zufrieden zu sein. Ein Ausbau der Leistungen wird von der Mehrheit gefordert.

Ausbildung

Die Zufriedenheit der Mitglieder mit den Ausbildungsleistungen des Verbandes ist sehr hoch. Dieser Bereich wurde von 56 Prozent der Befragten beantwortet und **die Gesamtnote beträgt 1.03.**

Ist-Zustand



Die Beurteilung umfasst die Alu-Akademie, die Alu-Tage im Wallis für Studenten sowie den Alu-Award. Rund 97 Prozent bezeichnen die Leistungen mit gut, 3 Prozent mit genügend.

Soll-Zustand



74 Prozent sind mit dem Status Quo zufrieden, während 26 Prozent einen Ausbau der Dienstleistungen wünschen.

Fazit: Eine hohe Zufriedenheit kommt zum Ausdruck. Das Leistungsangebot soll beibehalten und ausgebaut werden.