

# Die spannendsten Erkenntnisse 2019

## Mitgliederbefragung 2019: Neue Impulse für Qualitätsoffensive – So sehen Sie Ihren Verband!

Qualität, Positionierung und Mitgliederorientierung waren die Schlagworte der Mitgliederbefragung 2019. Im Zeitraum Ende April bis Ende Mai wurden insgesamt 350 Mitglieder telefonisch befragt, wie sie Ihren VDR sehen. Durchgeführt wurde die Befragung vom Marktforschungsinstitut 2hmforum in Mainz.

Die wichtigste Erkenntnis: 87 Prozent der Mitglieder sind mit dem VDR zufrieden. Hier schneiden wir besser ab, als andere Fachverbände oder Wettbewerber. Ein tolles Ergebnis, über das wir uns freuen. Dennoch wollen wir uns nicht darauf ausruhen, sondern weiter verbessern. Daher hat die VDR-Geschäftsstelle bereits die wichtigsten Handlungsfelder unter die Lupe genommen und analysiert:

- Website & Newsletter
- Expertenpool & Diskussionsforum
- Regional Konferenzen
- Zukunftsorientierung
- Praktische Hilfestellungen
- Kommunikation
- Lobbyarbeit
- Qualität der Serviceleistungen

Schrittweise sollen in den verschiedenen Bereichen Qualitätsmaßnahmen umgesetzt werden, um die Angebote des VDR noch passgenauer auf die Bedürfnisse der Mitglieder zuzuschneiden.

### Online-Produkte in der stetigen Weiterentwicklung

Die gute Nachricht zuerst: 97 Prozent der VDR-Kontaktpersonen kennen den **VDR-Newsletter und die Website** und knapp 90 Prozent nutzen diese beiden Online-Medien regelmäßig. Optimierungsbedarf gibt es dennoch. Dazu wurden im Zuge der Ergebnisanalyse VDR-intern bereits erste Projektgruppen gebildet, um den Verband insbesondere digital weiterzuentwickeln. Im Fokus soll dabei stets der Nutzen für die Mitglieder stehen.

Ein wichtiger Baustein der Verbandsarbeit ist die inhaltliche Ausarbeitung von Fachthemen. Diese sollen zukünftig in einer „Wissensdatenbank“ übersichtlicher dargestellt und somit gebündelt auffindbar sein. Um die Sichtbarkeit des Verbandes

nach außen zu stärken, soll durch Suchmaschinenmarketing bisher ungenutztes Potential gefördert werden und der Verband über die Kernthemen und -kompetenzen besser im World Wide Web aufgefunden werden.

Beim Newsletter „VDR aktuell“ steht vor allem die Weiterentwicklung im responsiven Webdesign an erster Stelle, das heißt die optimierte Ansicht auf mobilen Endgeräten.

### Netzwerk stärken

Um den wichtigsten Baustein der Verbandsmitgliedschaft stetig zu optimieren, wurde das Service- und Dienstleistungsangebot detailliert beleuchtet. Dabei bestätigte die Umfrage, wie wertvoll die **VDR-Fachausschüsse** für die Mitglieder sind. Der enge Austausch der Mitglieder in den Gremien und die Entwicklung von **Arbeitsvorlagen** stehen dabei im Mittelpunkt der Arbeit.

„Zeit“ als knappe Ressource erfordert eine immer effizientere Kommunikation und wird sich deshalb auch auf die VDR-Online Angebote wie das **Diskussionsforum und den Expertenpool** auswirken. VDR-Mitglieder kennen und schätzen diese Angebote, wünschen sich aber Verbesserungen, zum Beispiel dass Antworten im Diskussionsforum sichtbar gemacht werden, die telefonisch gegeben wurden. Des Weiteren fordert der VDR seine Mitglieder auf, aktiv an den Diskussionen teilzunehmen und Erfahrungen auszutauschen. Nur durch den aktiven Dialog unter den Mitgliedern kann das Diskussionsforum an Qualität gewinnen und den Mehrwert steigern.

Der Expertenpool erhält bis Anfang 2020 ein Update der Themenauswahl. Veraltete Bezeichnungen entfallen und neue werden aufgenommen. Informationen zu Anbietern und Prozessen sollen den Austausch zwischen den Unternehmen noch effektiver machen.

Der regionale Austausch als wichtiger Baustein der Mitgliederbindung wird immer bedeutsamer. Hier wird die Verbandsorganisation mit verschiedenen Formaten in die **Regionen** treten und bedarfsorientiert Termine anbieten.

# Die spannendsten Erkenntnisse 2019

## Mitglieder entwickeln den Verband

Neben den Service- und Dienstleistungen geht es auch um die öffentliche **Positionierung** des Verbandes. Der VDR wird hier von seinen Mitgliedern als besonders glaubwürdig wahrgenommen. Zudem empfinden sie die inhaltliche Aufbereitung der Fachthemen als fundiert und die Wissensvermittlung als präzise. Bei der **Zukunftsorientierung** wurde dem VDR Nachholbedarf attestiert – verbunden mit dem Appell, Entwicklungen in der Branche intensiver zu begleiten.

Eine der Kernaufgaben des Verbandes – die **praktische Unterstützung** und Hilfestellung für Travel Manager – muss bei allen Aktivitäten konsequent oberstes Kriterium sein. Darin spiegelt sich auch immer ein Handlungsfeld im Bereich **Kommunikation**. Um die Kommunikationsprozesse effizienter zu gestalten, wurde daher bereits als erste Maßnahme eine Umstrukturierung innerhalb der VDR Service GmbH vorgenommen. So agiert die Abteilung Kommunikation und Marketing inzwischen unter Leitung von René Vorspohl durch kürzere Entscheidungswege mit mehr Effizienz in Richtung Öffentlichkeit und Mitgliedschaft.

Mit seinen 560 Mitgliedern vertritt der Verband ein breites Spektrum an Unternehmensgrößen, die laut Umfrage gleichermaßen zufrieden sind. Dies bestätigt, dass der Angebotsmix des VDR den Bedürfnissen aller Reiseverantwortlichen – vom Konzernmitarbeiter bis zur Teamassistenz in kleineren Unternehmen – entspricht.

## Mit Hand und Herz!

Nicht nur inhaltlich, sondern auch hinsichtlich der Verbandsorganisation haben sich die Mitarbeiter der Geschäftsstelle und das Präsidium bewerten lassen. Die meisten Mitgliederanfragen laufen über die **Geschäftsstelle** des VDR, mit ihren hauptamtlichen Mitarbeitern. Diesen bescheinigen die VDR-Mitglieder eine überdurchschnittlich gute Mitgliederorientierung. Sie wird zukünftig durch Qualitätsstandards im Mitgliederservice manifestiert und ausgebaut. Zusätzlich werden Neumitglieder und Neukontakte enger betreut, um ihnen einen Einstieg in das Verbandsnetzwerk zu erleichtern. 91 Prozent der Travel Manager sind zufrieden mit dem Verband – nicht zuletzt aufgrund der persönlichen Betreuung.

Wir haben  
zugehört

