



MIT Mitgliederbefragung

14. Mai 2018

Präsentation der Ergebnisse
Hermann Binkert

Feldzeit:

03.04. – 27.04.2018

Methodik:

Die Umfrage wurde als telefonische Befragung (Computer Assisted Telephone Interviews) durchgeführt.

Stichprobe:

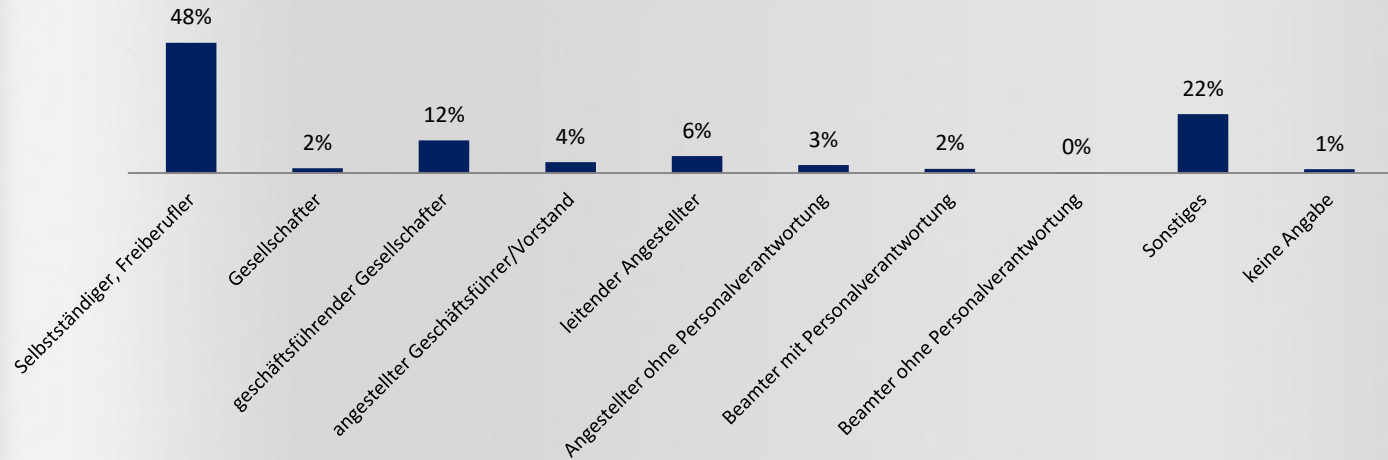
1.513 MIT-Mitglieder nahmen an der Befragung teil. Das sind etwa 6,3 Prozent der Mitglieder.

Die Stichprobe repräsentiert die Mitgliederstruktur nach Alter, Geschlecht und Bundesland.

Soziodemographische Merkmale der Befragten

Soziodemographie I

Welche der folgenden Erwerbsstatus (Haupteinkommen) trifft am ehesten auf Sie zu?

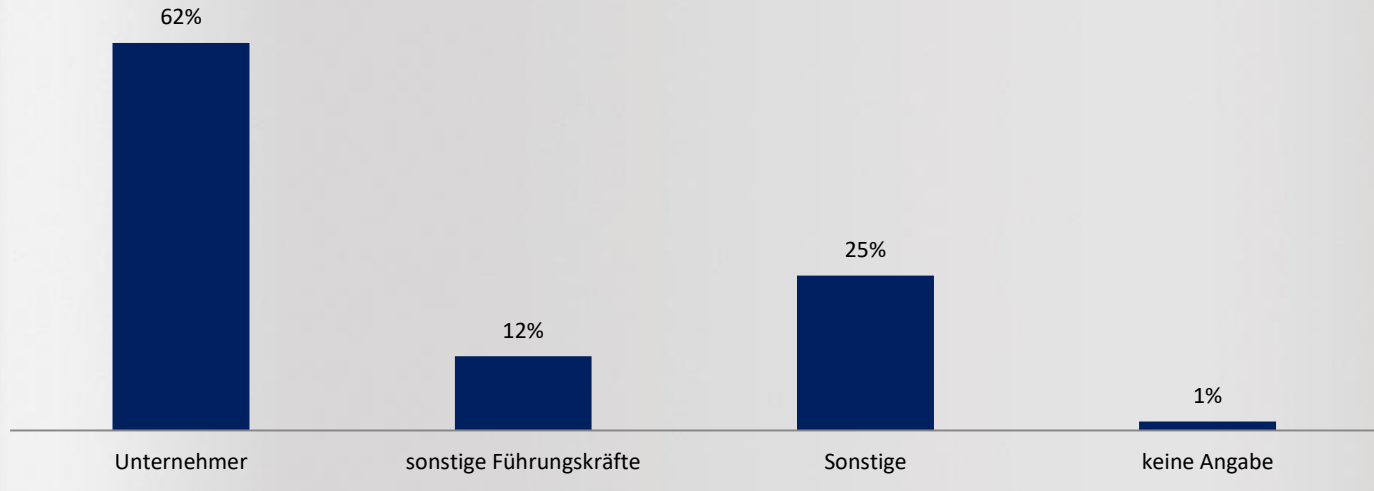


n = 1.513 Befragte

Soziodemographie II

Welche der folgenden Erwerbsstatus (Haupteinkommen) trifft am ehesten auf Sie zu?

Zusammenfassung

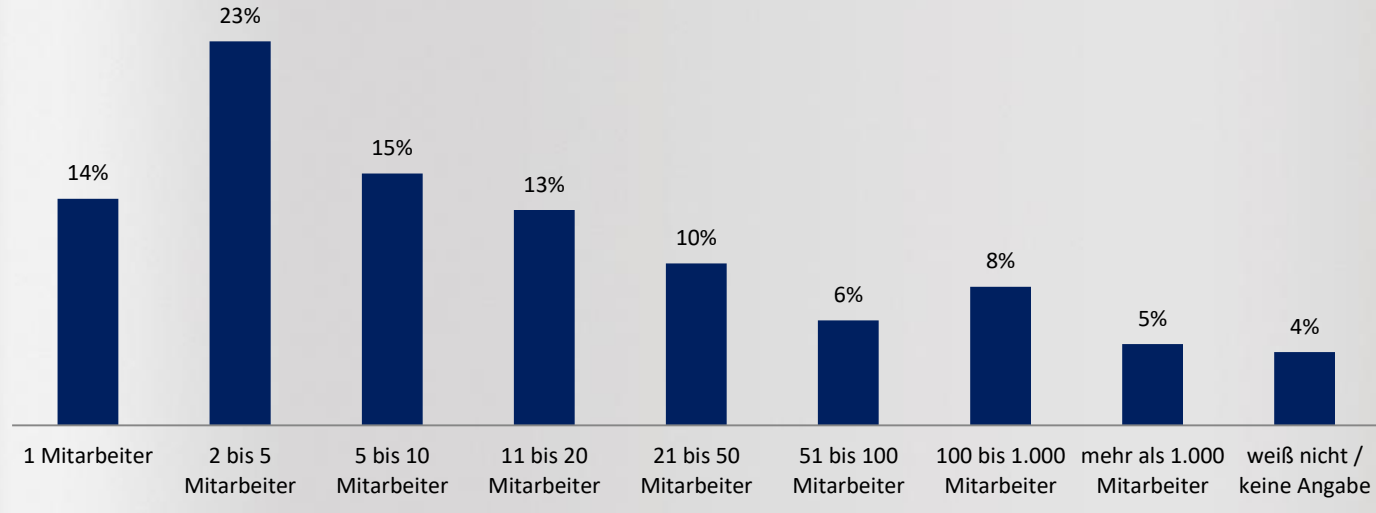


n = 1.513 Befragte

Soziodemographie III

Wie viele Mitarbeiter beschäftigt das Unternehmen, in dem Sie tätig sind, derzeit ungefähr?

Mittelwert: 10 Mitarbeiter



n = 1.163 Befragte, die erwerbstätig sind

Soziodemographie IV

In welchen Branchen sind Sie tätig?

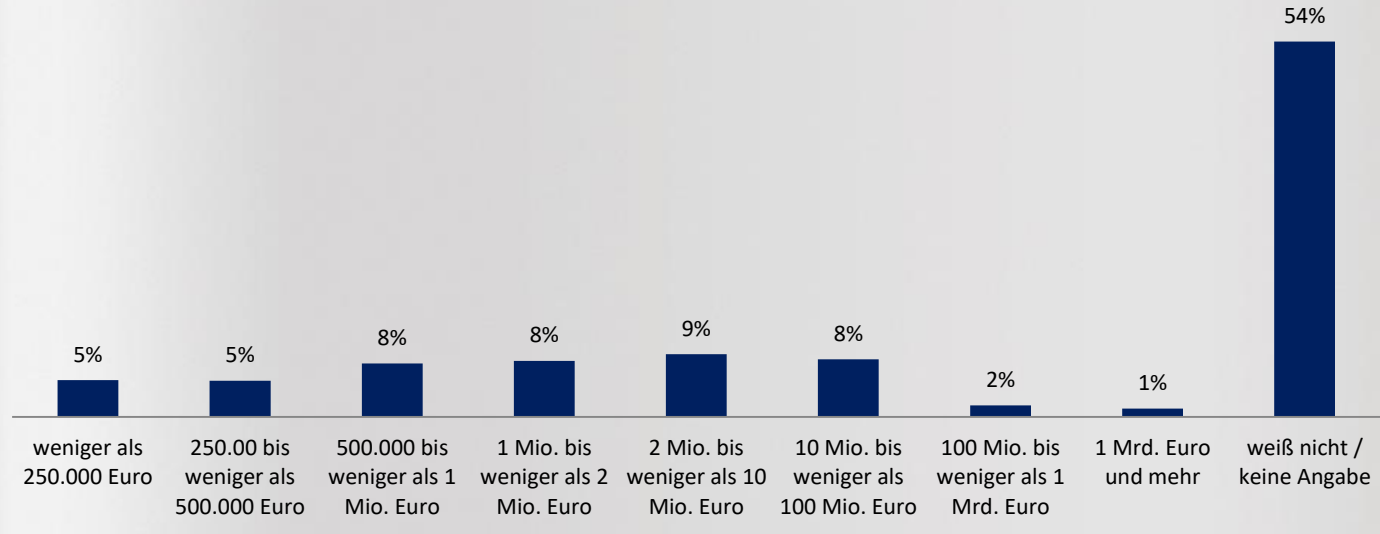


n = 1.163 Befragte, die erwerbstätig sind; Mehrfachantwort

Soziodemographie V

Wieviel Umsatz erzielt das Unternehmen, in dem Sie tätig sind, jährlich ungefähr?

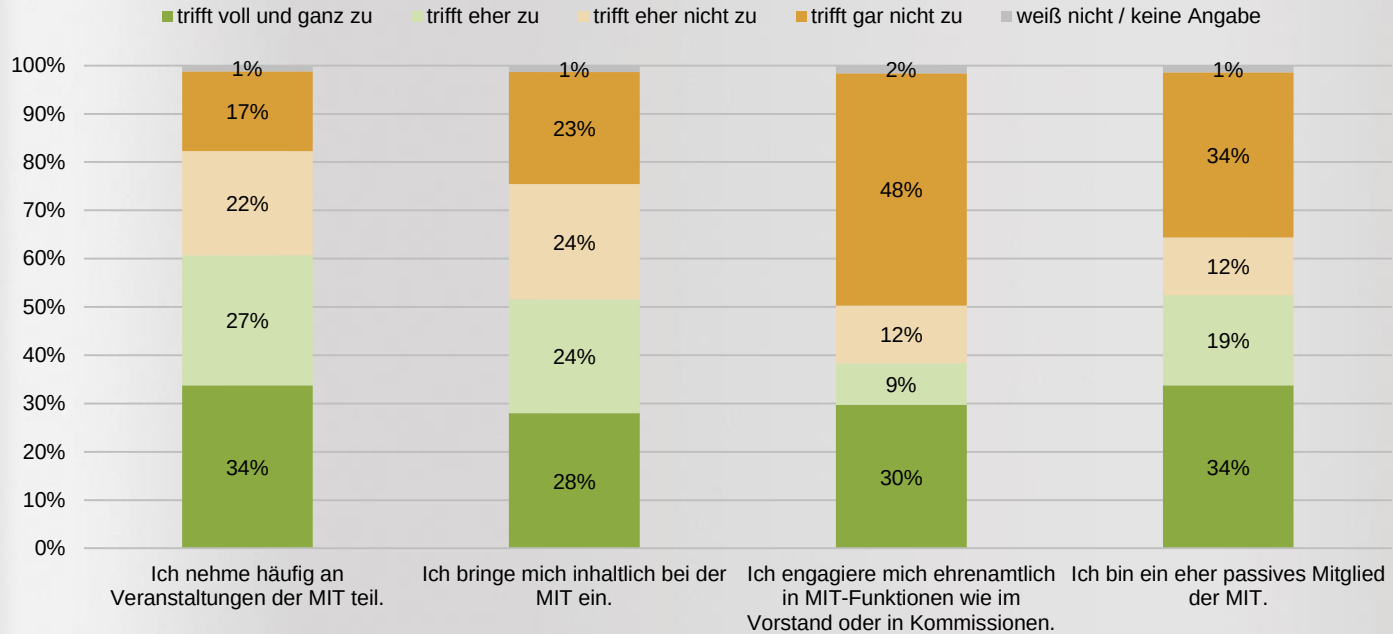
Mittelwert: 1,2 Mio. Euro



n = 1.163 Befragte, die erwerbstätig sind; Mehrfachantwort

Die Anhänger-Analyse

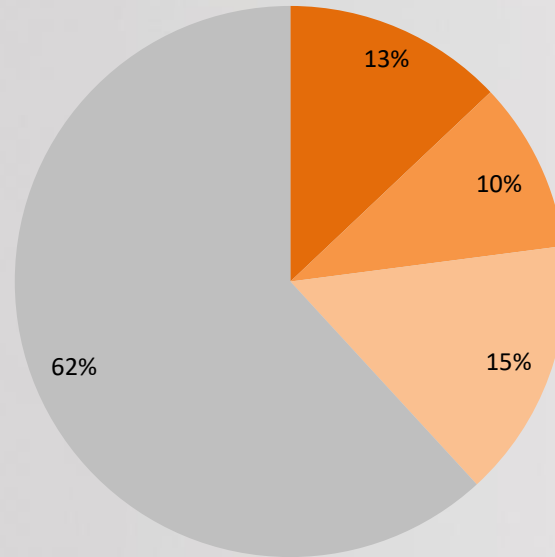
Wie sehr treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?



n = 1.513 Befragte

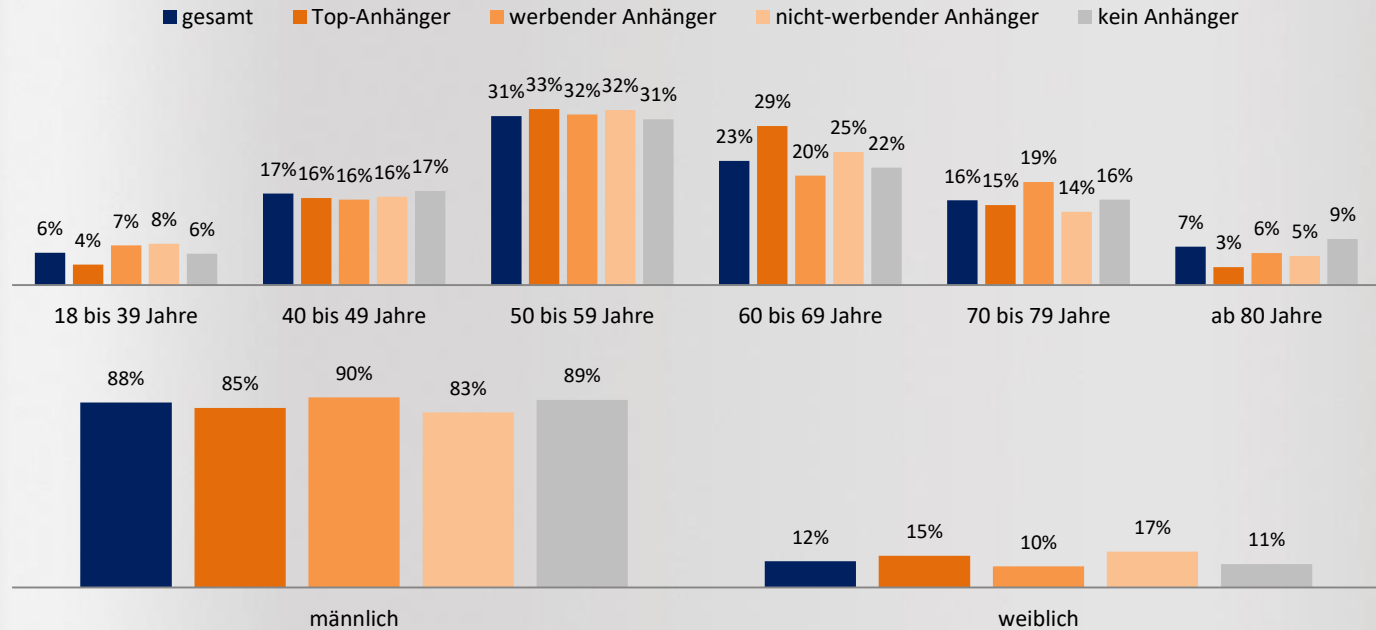
Die Anhänger-Analyse

Top-Anhänger werbender Anhänger nicht-werbender Anhänger kein Anhänger



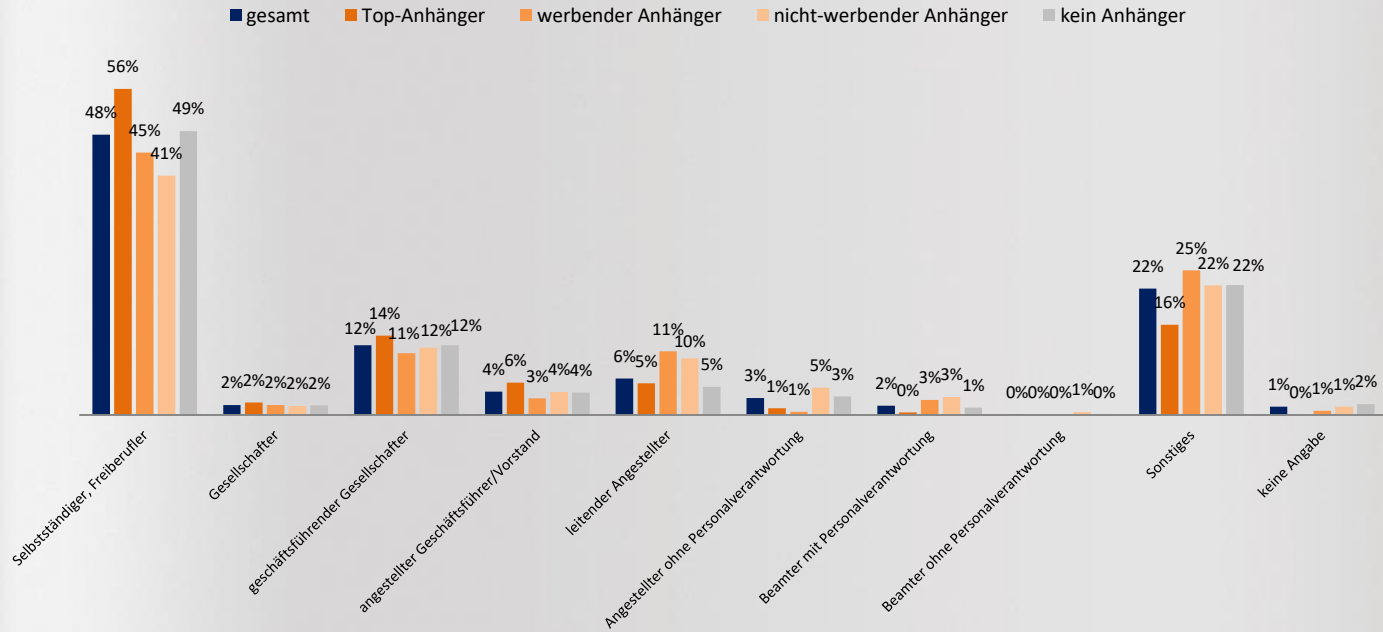
n = 1.513 Befragte

Wer sind die Anhänger der MIT?



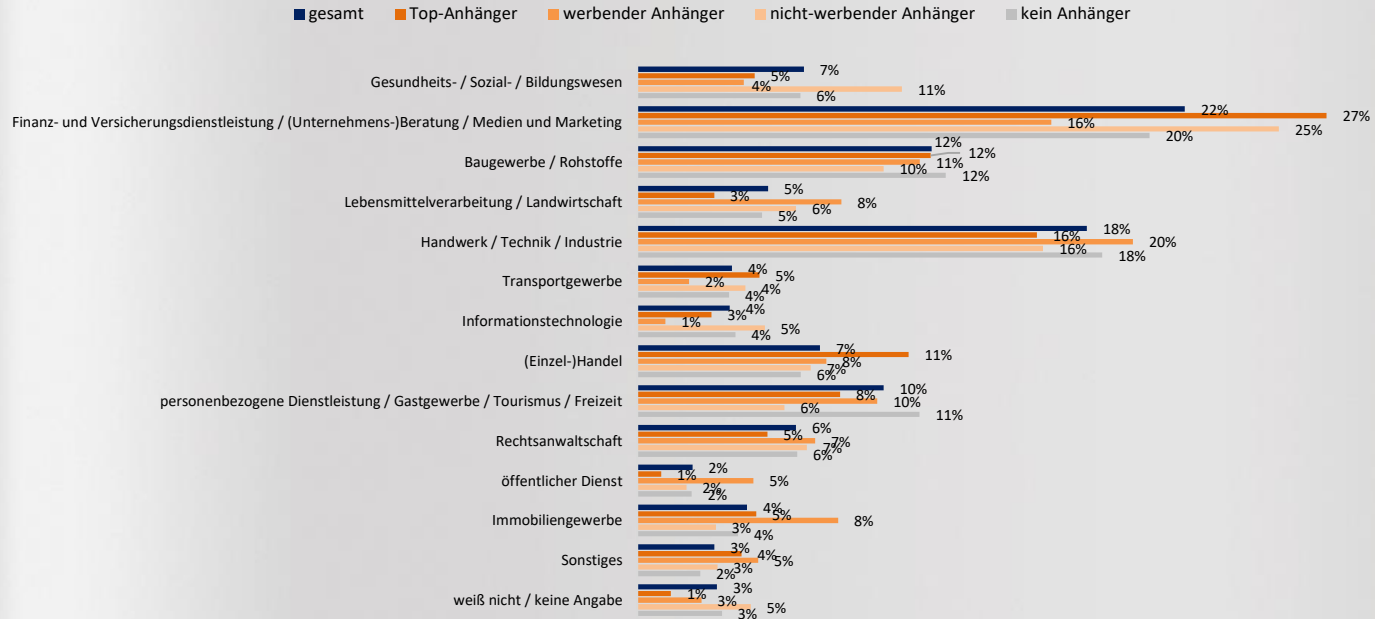
n = 1.513 Befragte

Wer sind die Anhänger der MIT?



n = 1.513 Befragte

Wer sind die Anhänger der MIT?

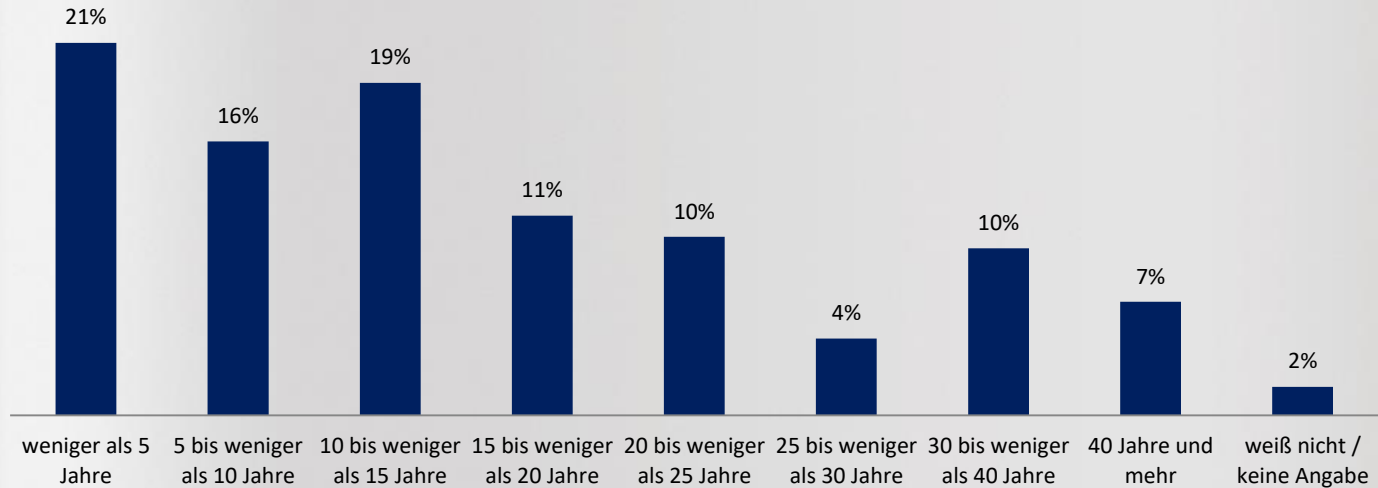


n = 1.513 Befragte

Mitgliedschaft in der MIT

Wie lange sind Sie bereits ungefähr Mitglied in der Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung der CDU/CSU (MIT)?

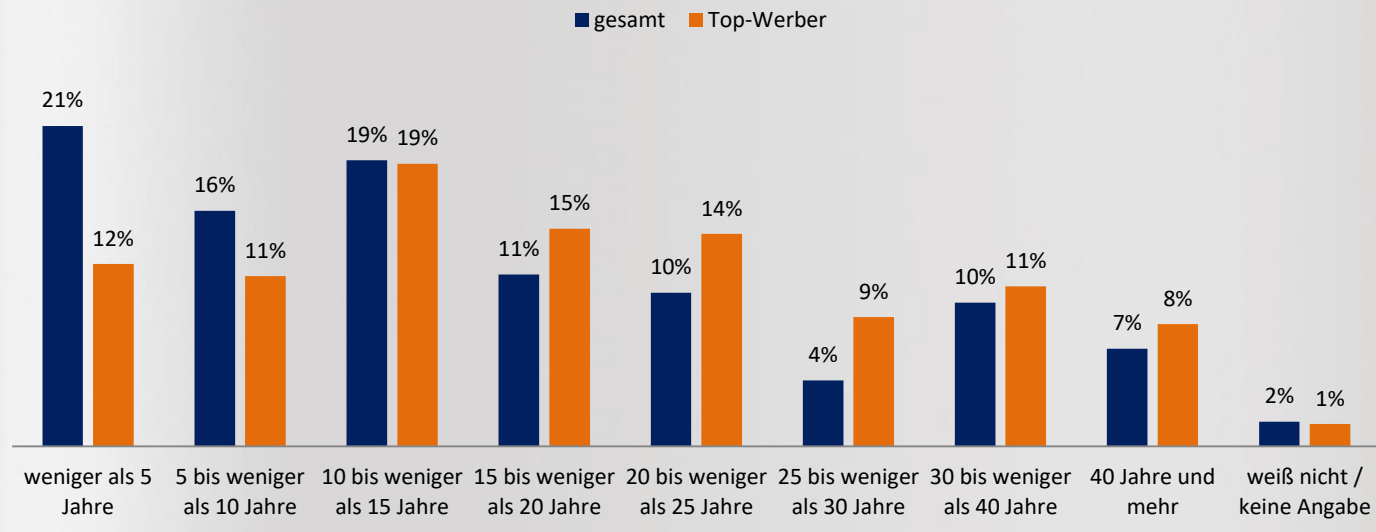
Mittelwert: 10 Jahre



n = 1.513 Befragte

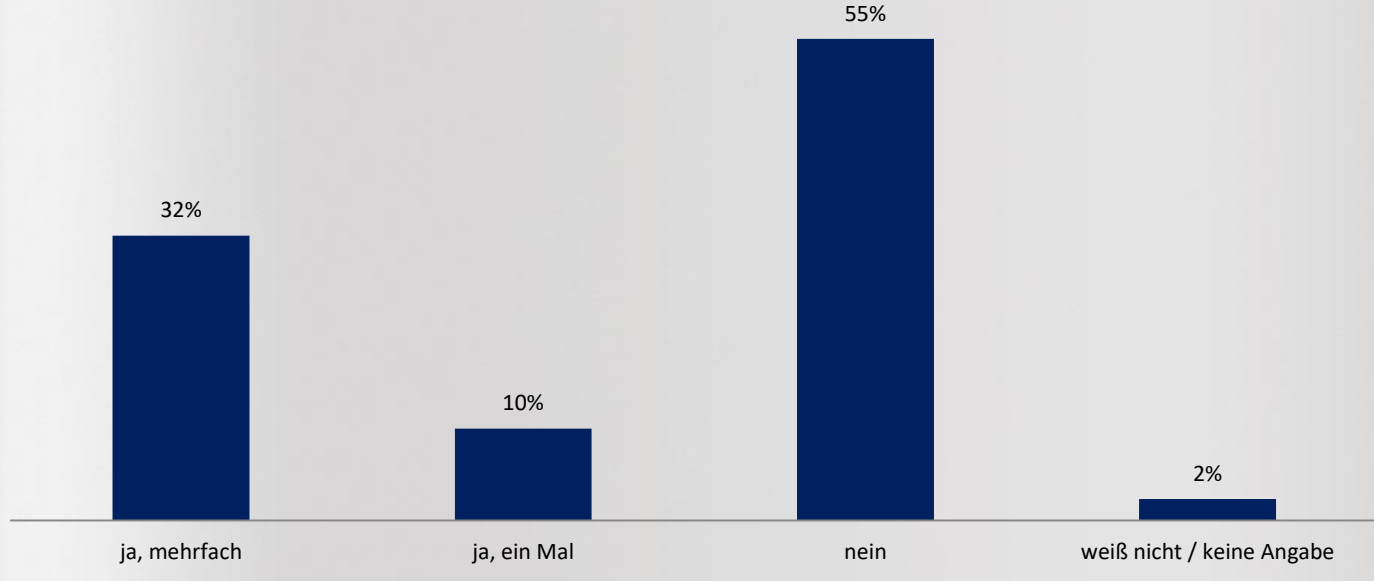
Wie lange sind Sie bereits ungefähr Mitglied in der Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung der CDU/CSU (MIT)?

Mittelwert Top-Werber: 15 Jahre



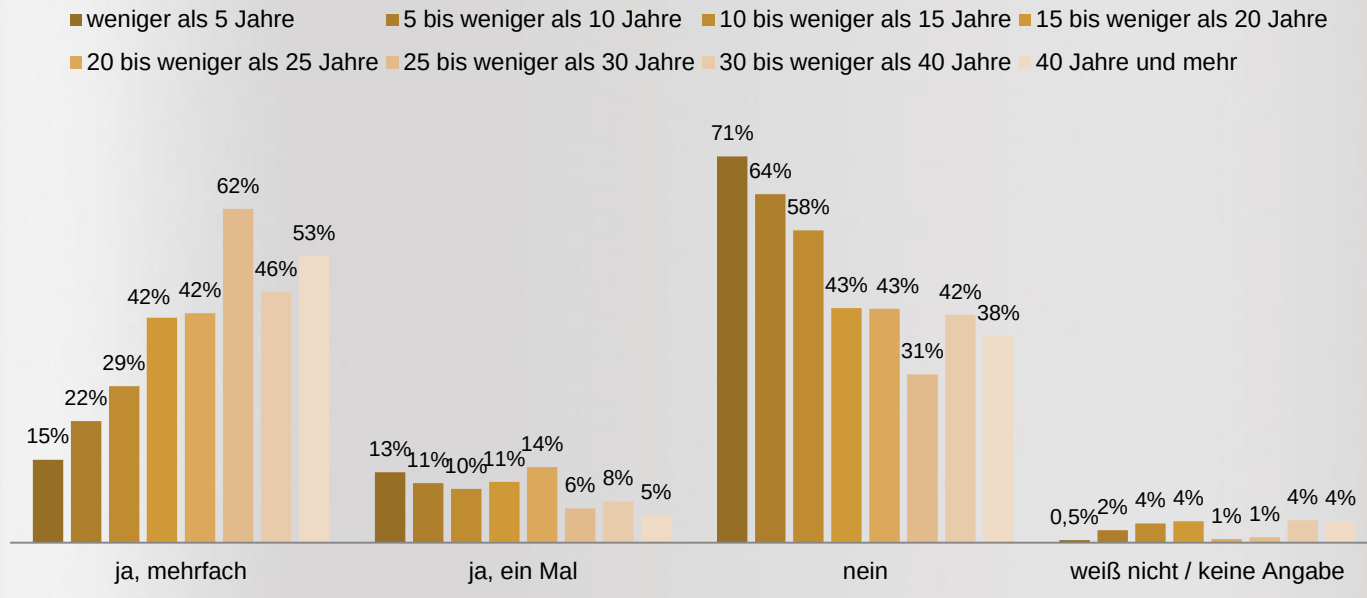
n = 1.513 Befragte bzw. 347 Top-Werber

Haben Sie Freunde, Bekannte, Kollegen oder Familienmitglieder schon einmal erfolgreich als Mitglied für die MIT geworben?



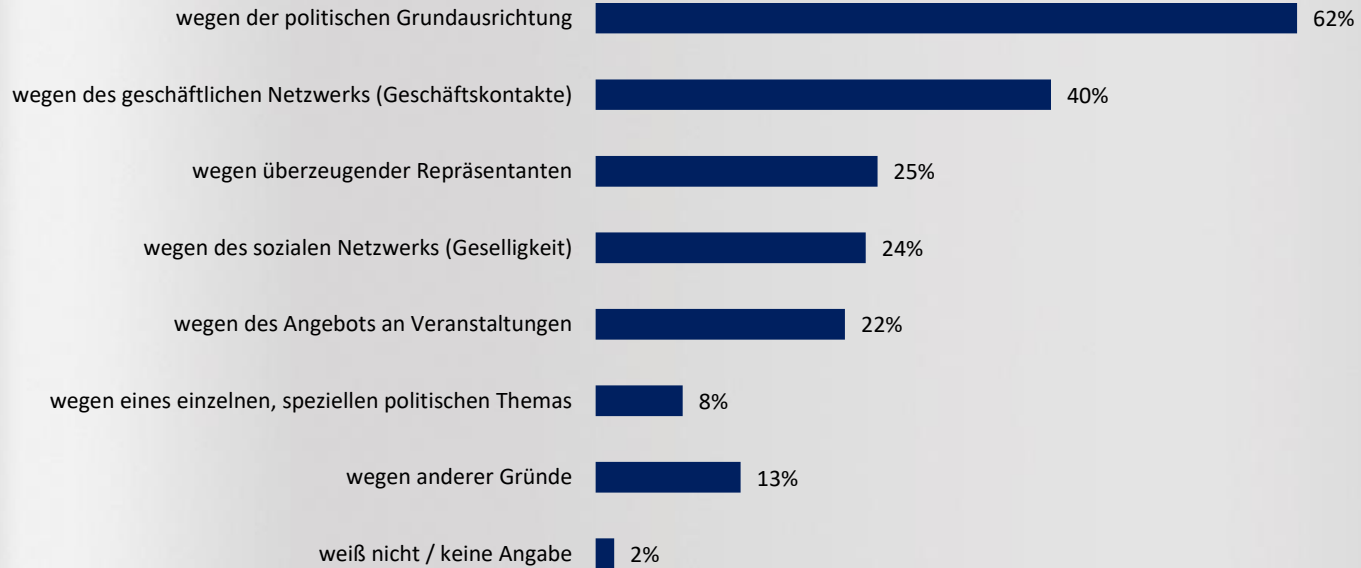
n = 1.513 Befragte

Haben Sie Freunde, Bekannte, Kollegen oder Familienmitglieder schon einmal erfolgreich als Mitglied für die MIT geworben?



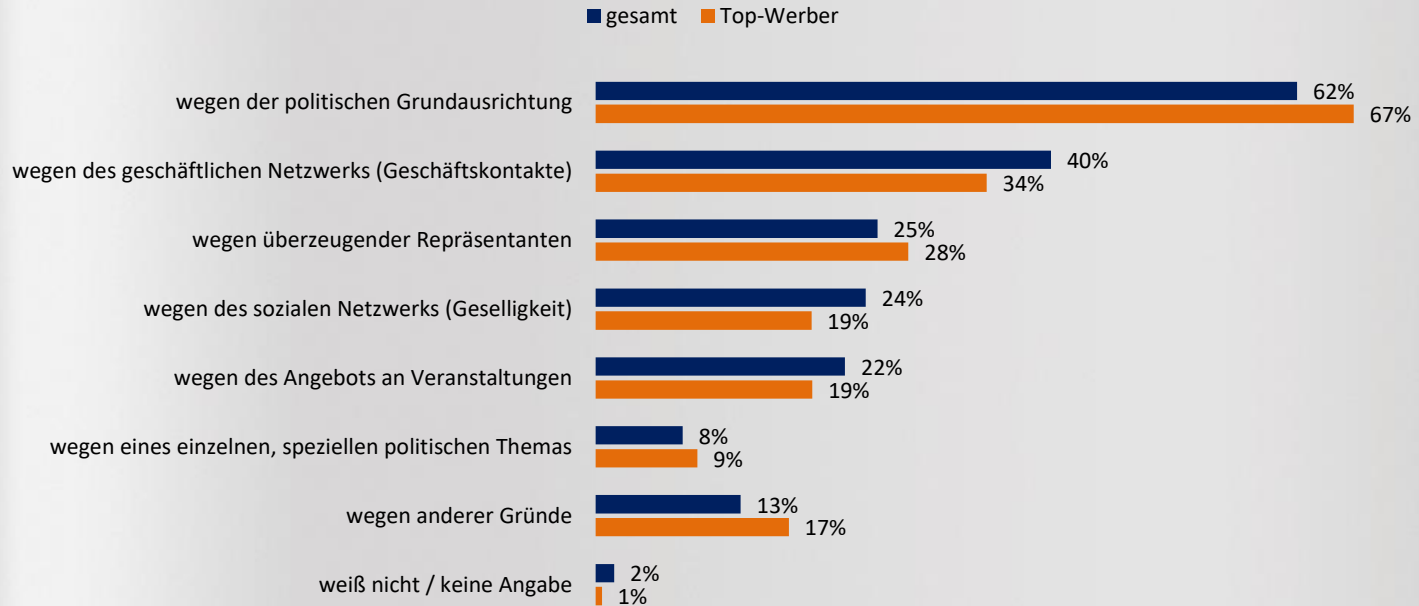
n = 1.488 Befragte (ohne Angabe von weiß nicht / keine Angabe)

Warum sind Sie ursprünglich in die MIT eingetreten?



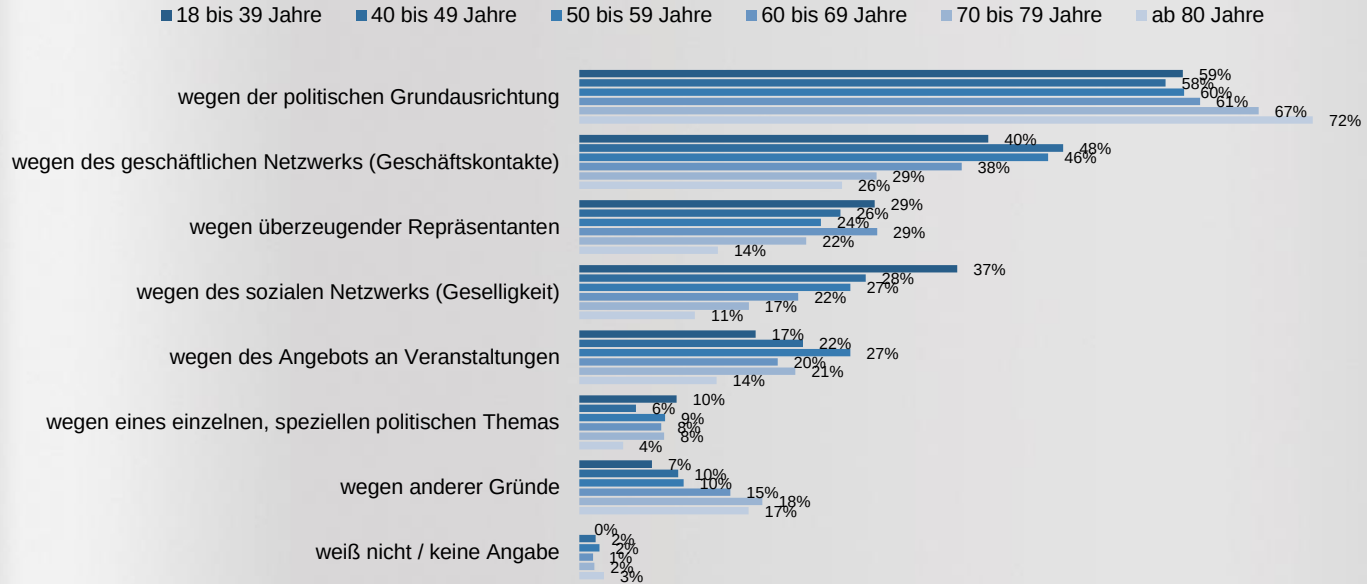
n = 1.513 Befragte; Mehrfachantwort

Warum sind Sie ursprünglich in die MIT eingetreten?



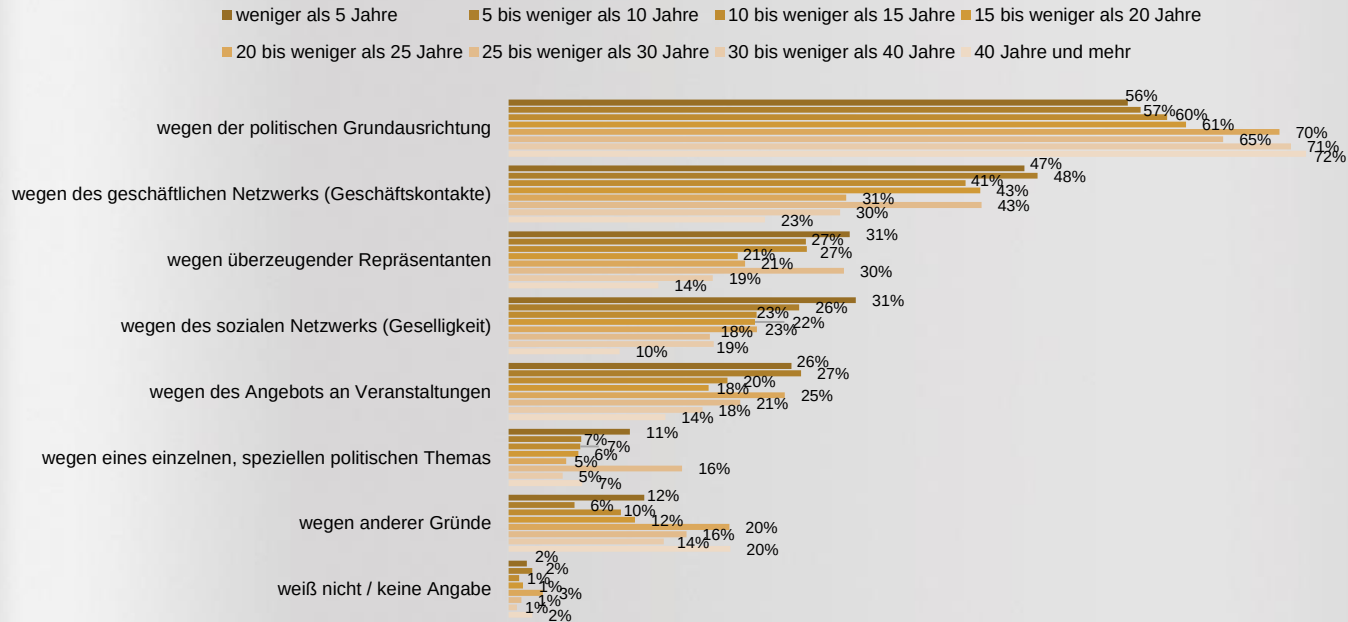
n = 1.513 Befragte bzw. 347 Top-Werber; Mehrfachantwort

Warum sind Sie ursprünglich in die MIT eingetreten?



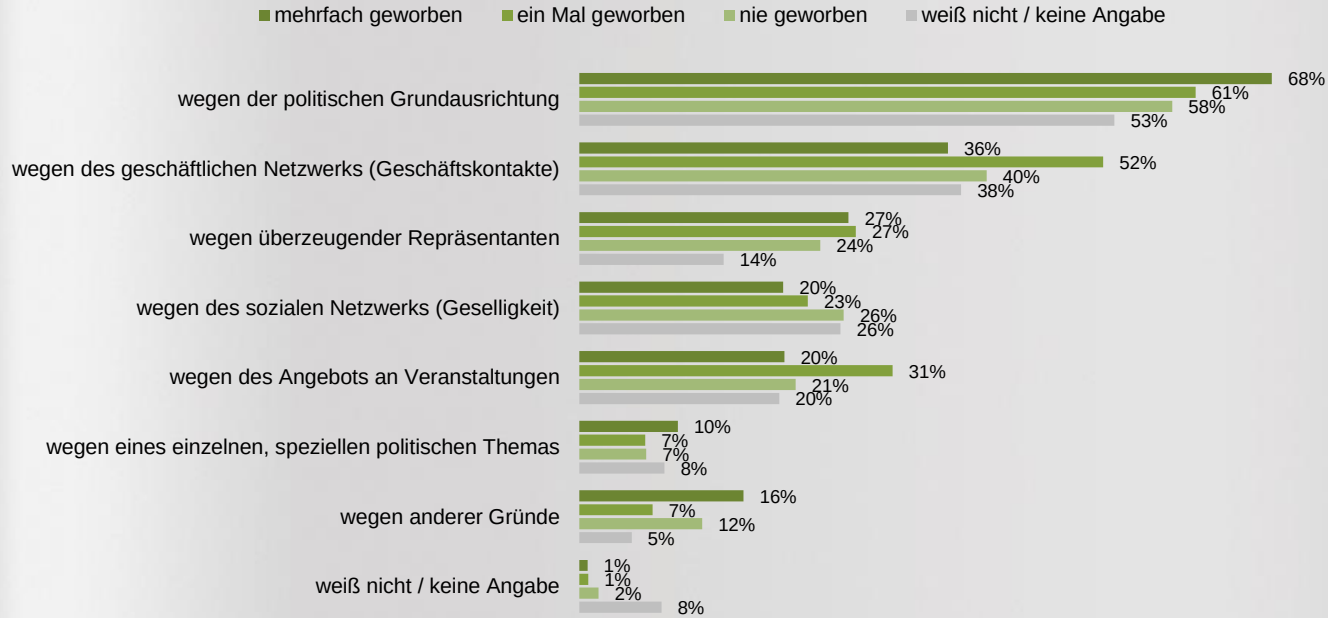
n = 1.513 Befragte; Mehrfachantwort

Warum sind Sie ursprünglich in die MIT eingetreten?



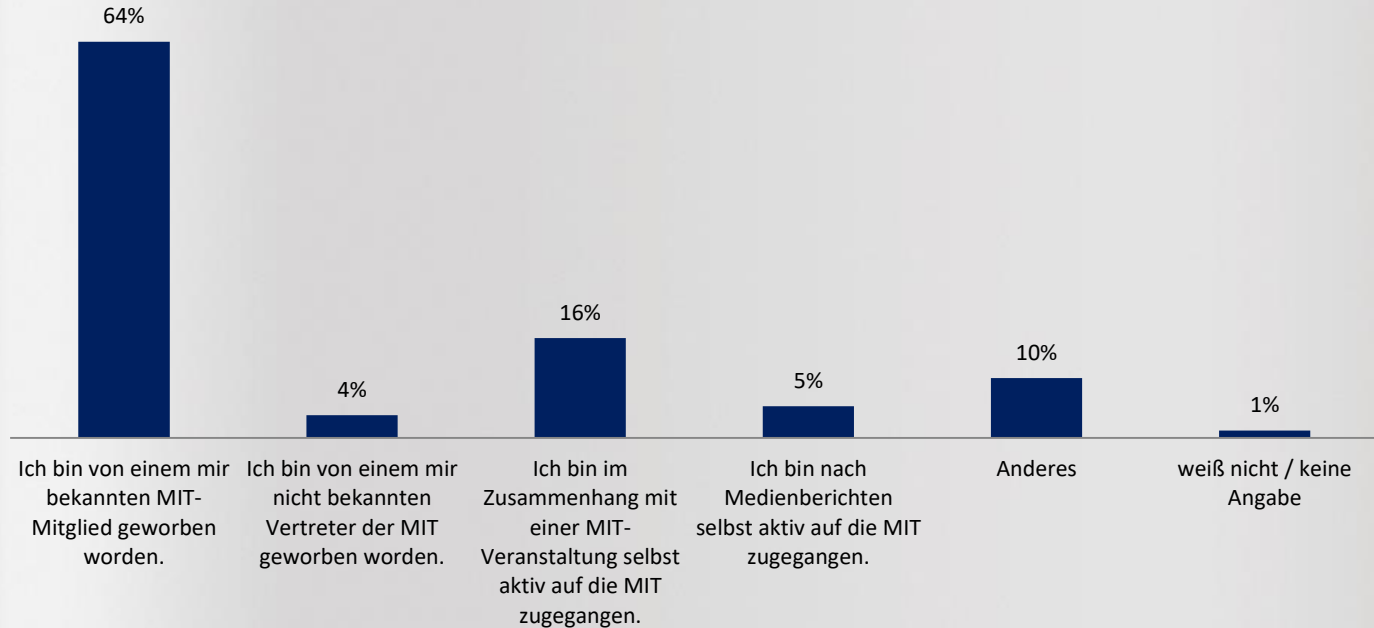
n = 1.488 Befragte (ohne Angabe von weiß nicht / keine Angabe); Mehrfachantwort

Warum sind Sie ursprünglich in die MIT eingetreten?



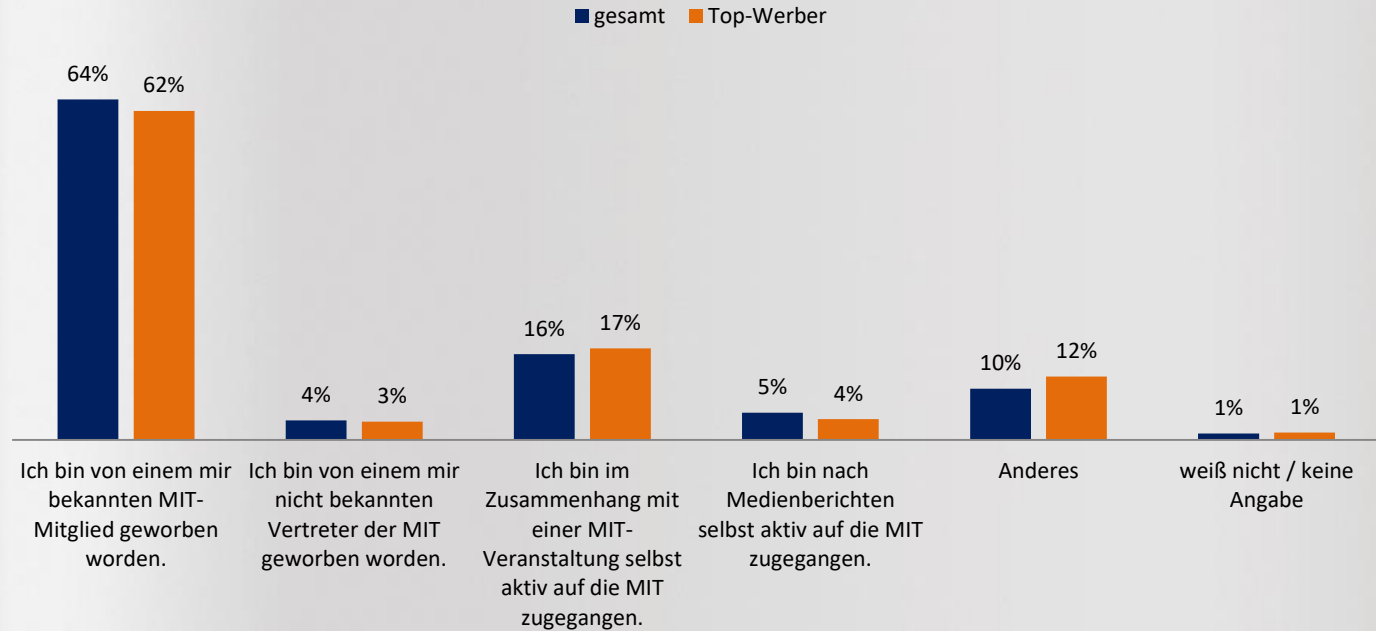
n = 1.513 Befragte; Mehrfachantwort

Wie sind Sie zur MIT gekommen?



n = 1.513 Befragte

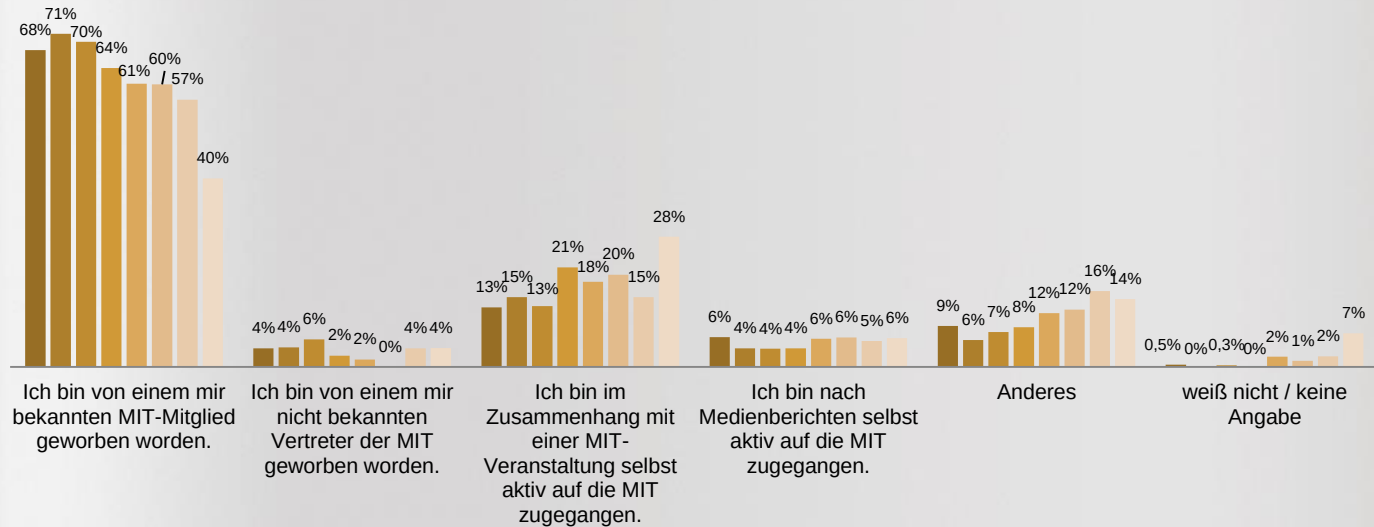
Wie sind Sie zur MIT gekommen?



n = 1.513 Befragte bzw. 347 Top-Werber

Wie sind Sie zur MIT gekommen?

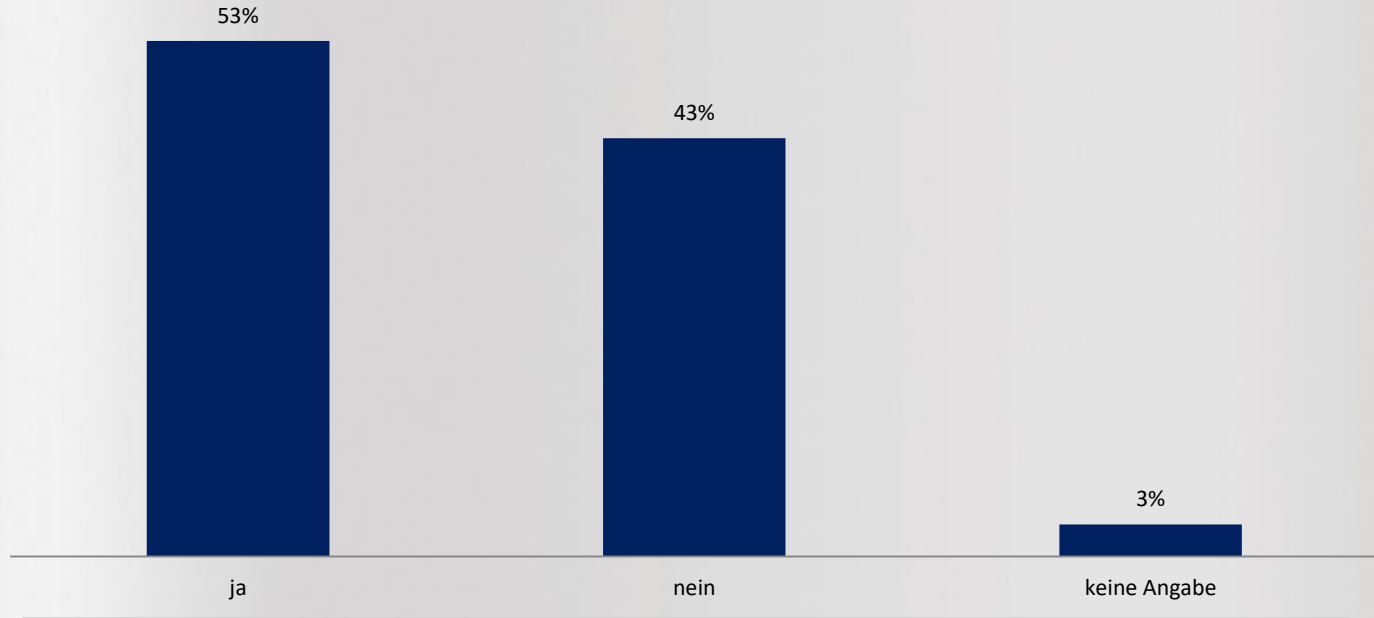
■ weniger als 5 Jahre ■ 5 bis weniger als 10 Jahre ■ 10 bis weniger als 15 Jahre ■ 15 bis weniger als 20 Jahre
 ■ 20 bis weniger als 25 Jahre ■ 25 bis weniger als 30 Jahre ■ 30 bis weniger als 40 Jahre ■ 40 Jahre und mehr



n = 1.488 Befragte (ohne Angabe von weiß nicht / keine Angabe)

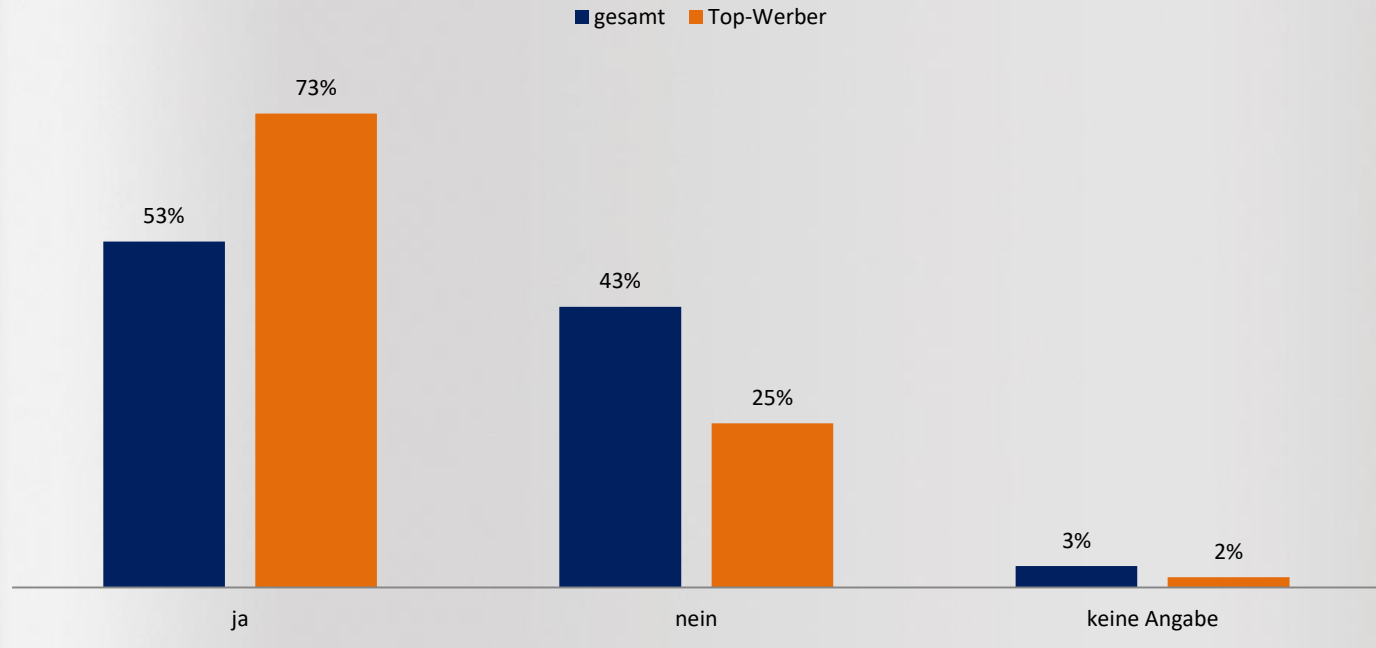
Bereitschaft zur finanziellen Unterstützung der MIT

Haben Sie schon einmal etwas an die MIT gespendet?



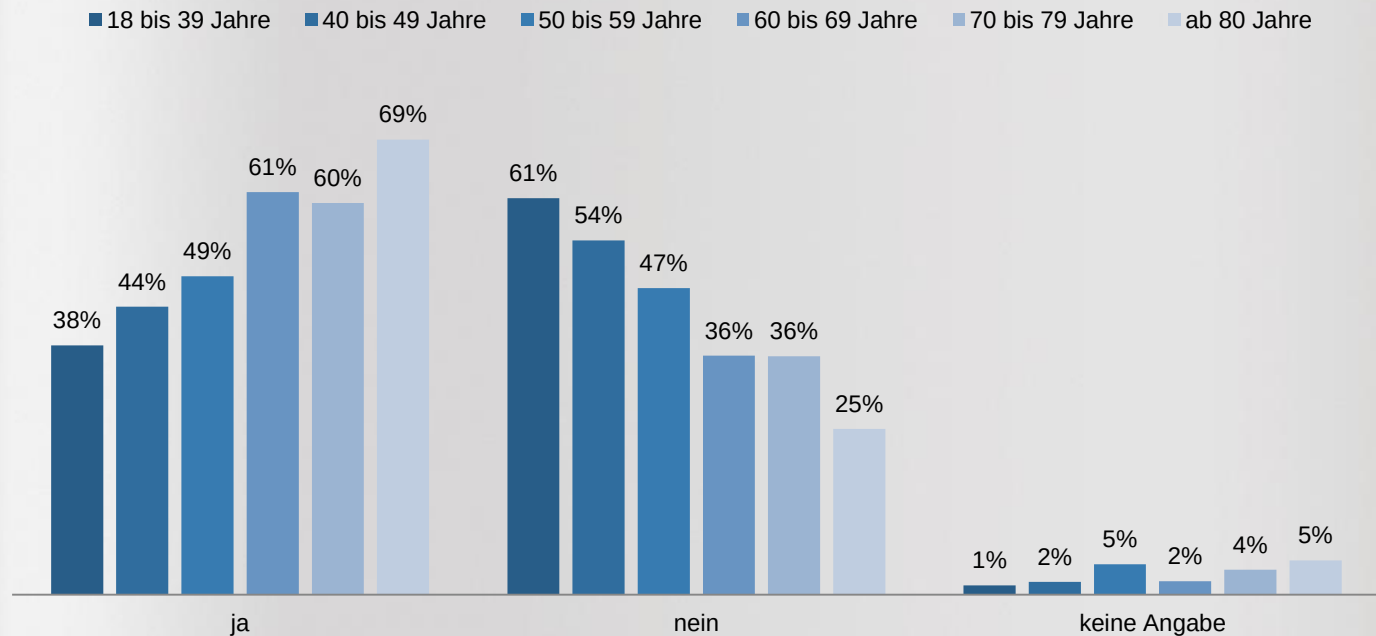
n = 1.513 Befragte

Haben Sie schon einmal etwas an die MIT gespendet?



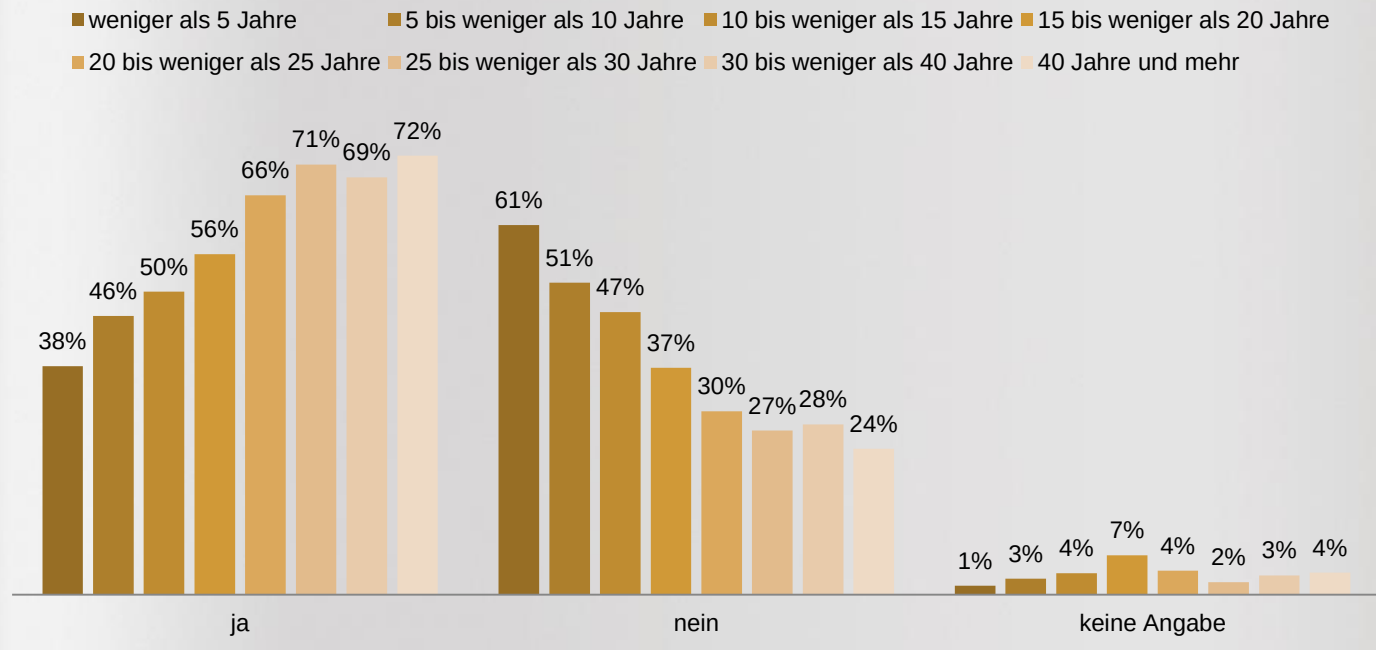
n = 1.513 Befragte bzw. 347 Top-Werber

Haben Sie schon einmal etwas an die MIT gespendet?



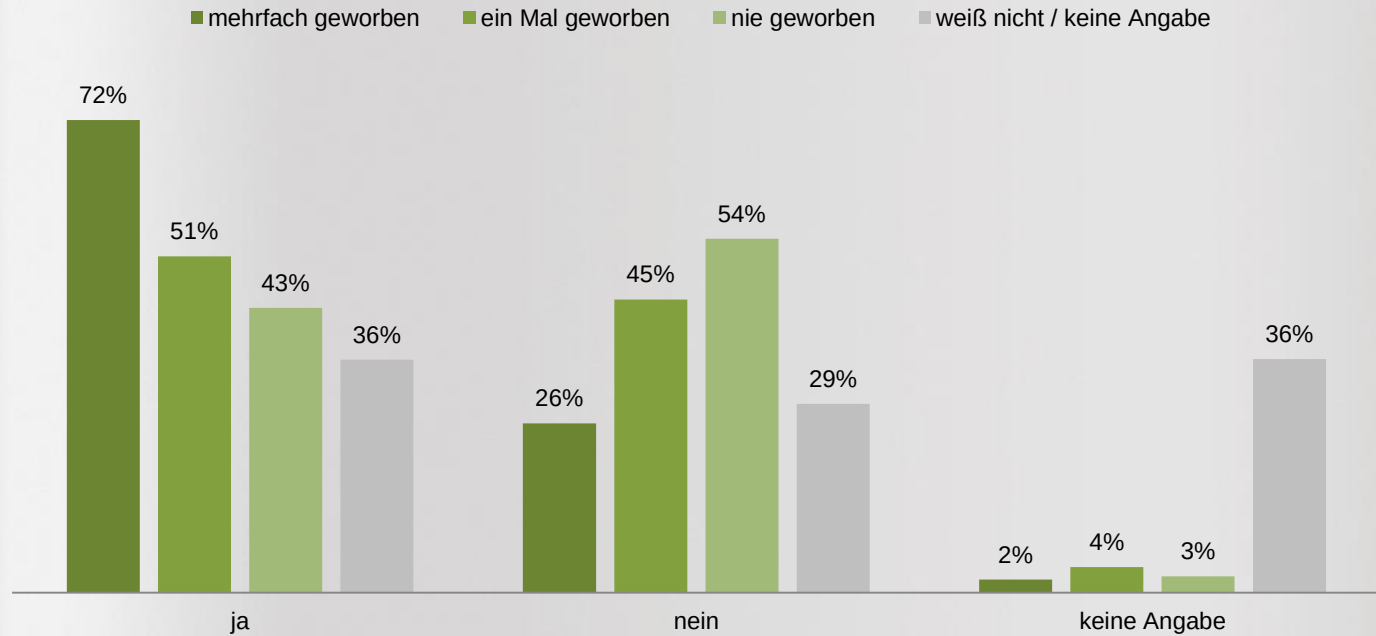
n = 1.513 Befragte

Haben Sie schon einmal etwas an die MIT gespendet?



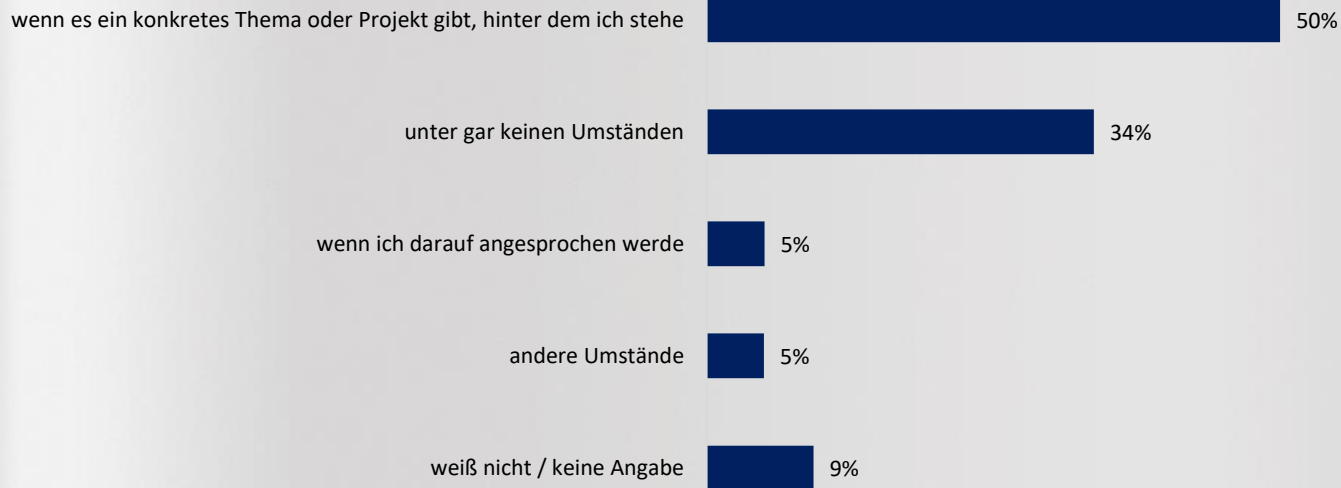
n = 1.488 Befragte (ohne Angabe von weiß nicht / keine Angabe)

Haben Sie schon einmal etwas an die MIT gespendet?



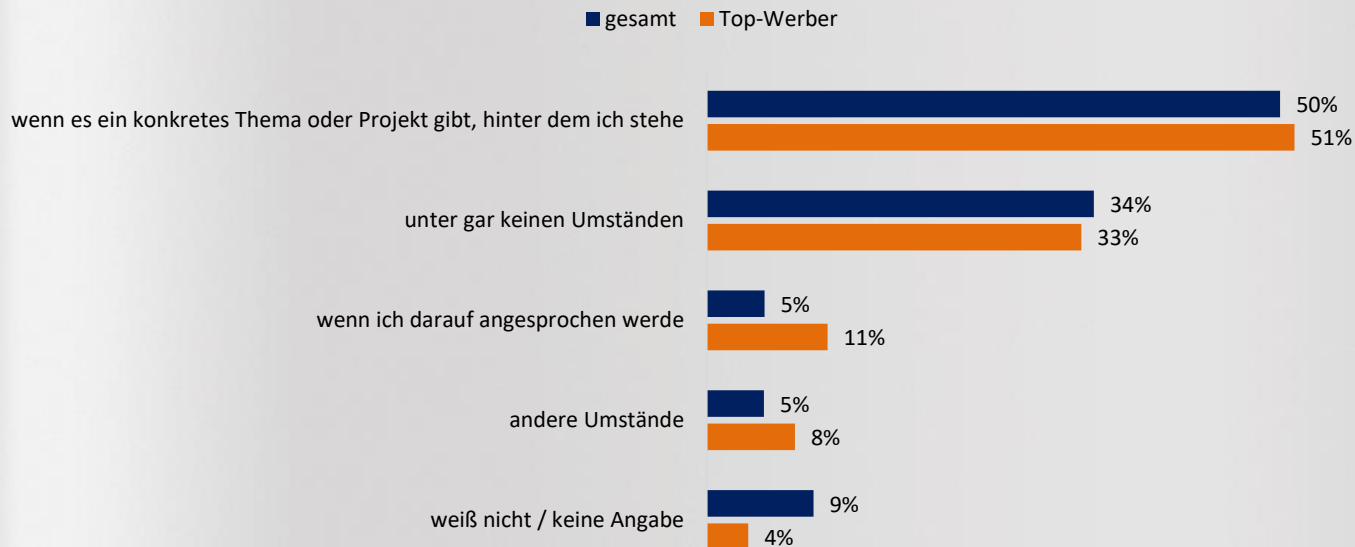
n = 1.513 Befragte

Unter welchen Umständen könnten Sie sich vorstellen, die MIT über den Beitrag hinaus finanziell zu unterstützen?



n = 655 Befragte, welche noch nie an den MIT gespendet haben; Mehrfachantwort

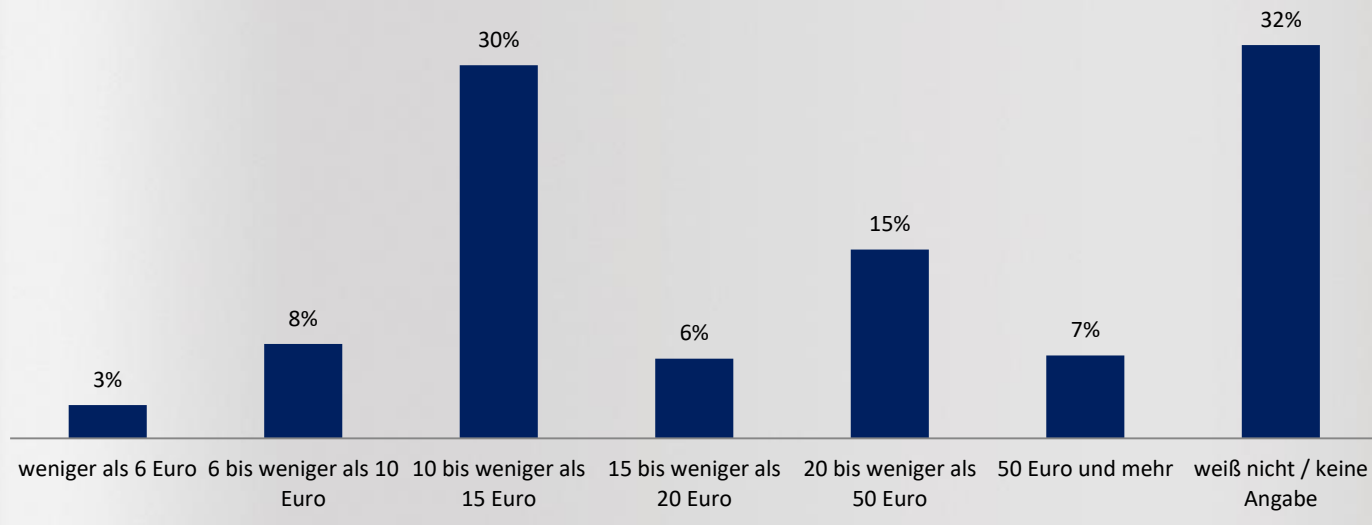
Unter welchen Umständen könnten Sie sich vorstellen, die MIT über den Beitrag hinaus finanziell zu unterstützen?



n = 655 Befragte bzw. 88 Top-Werber, welche noch nie an den MIT gespendet haben; Mehrfachantwort

Welche Beitragshöhe finden Sie monatlich maximal vertretbar (d.h. bei höheren Beiträgen würden Sie austreten)?

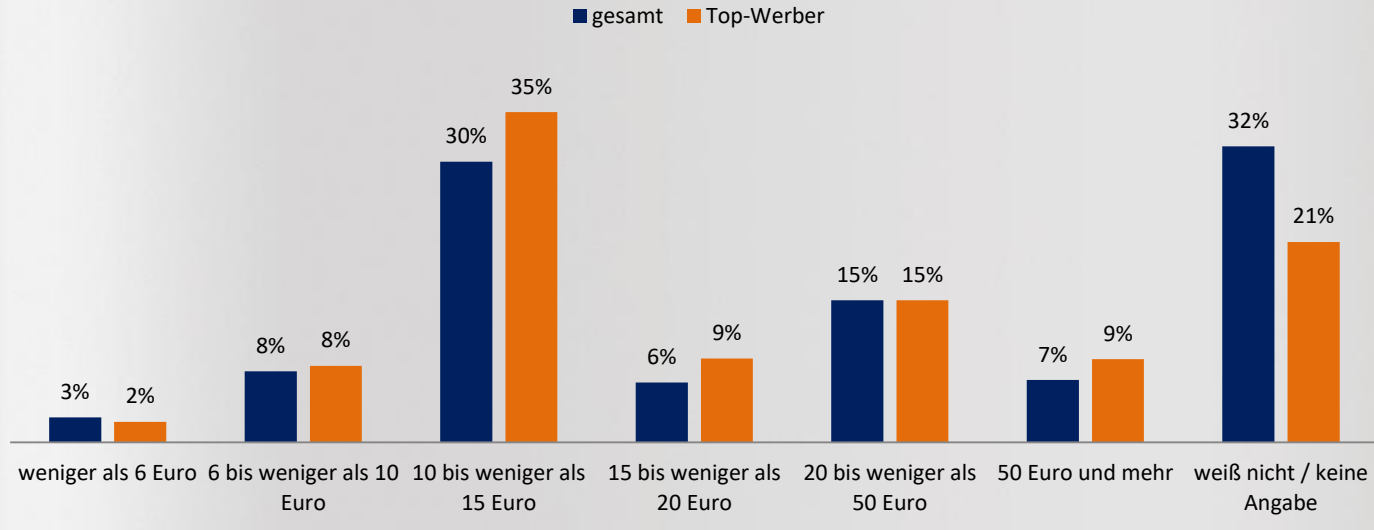
Mittelwert: 23,10 Euro



n = 1.513 Befragte

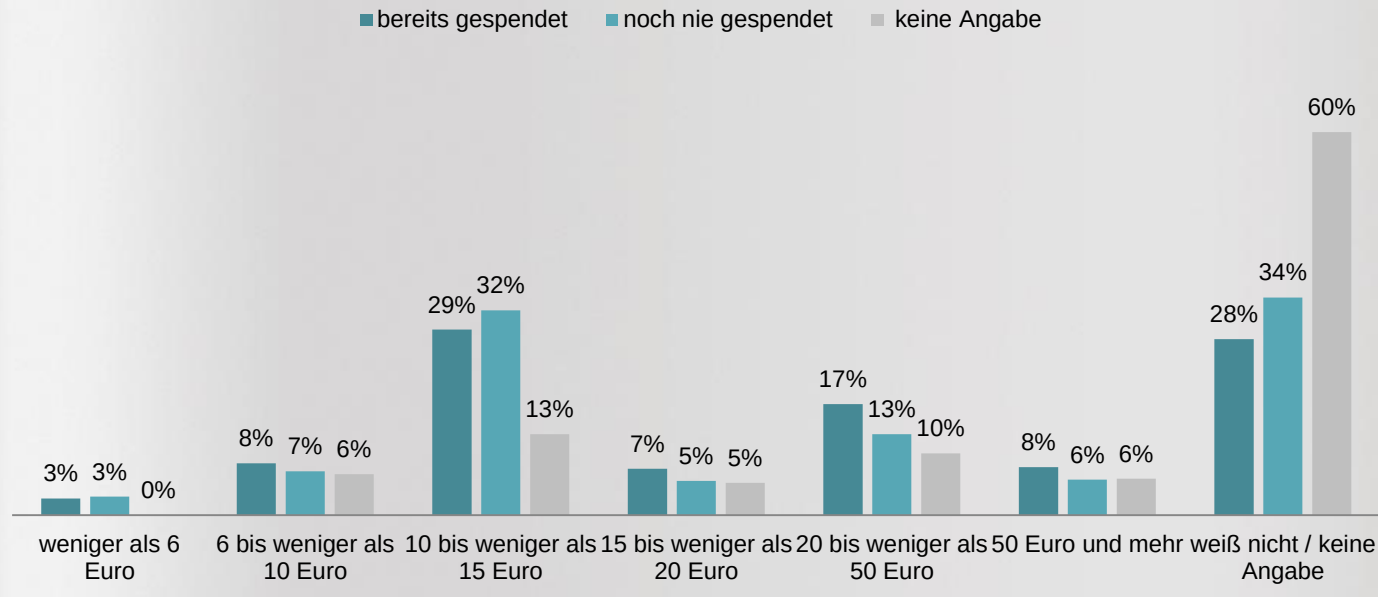
Welche Beitragshöhe finden Sie monatlich maximal vertretbar (d.h. bei höheren Beiträgen würden Sie austreten)?

Mittelwert Top-Werber: 25,52 Euro



n = 1.513 Befragte bzw. 347 Top-Werber

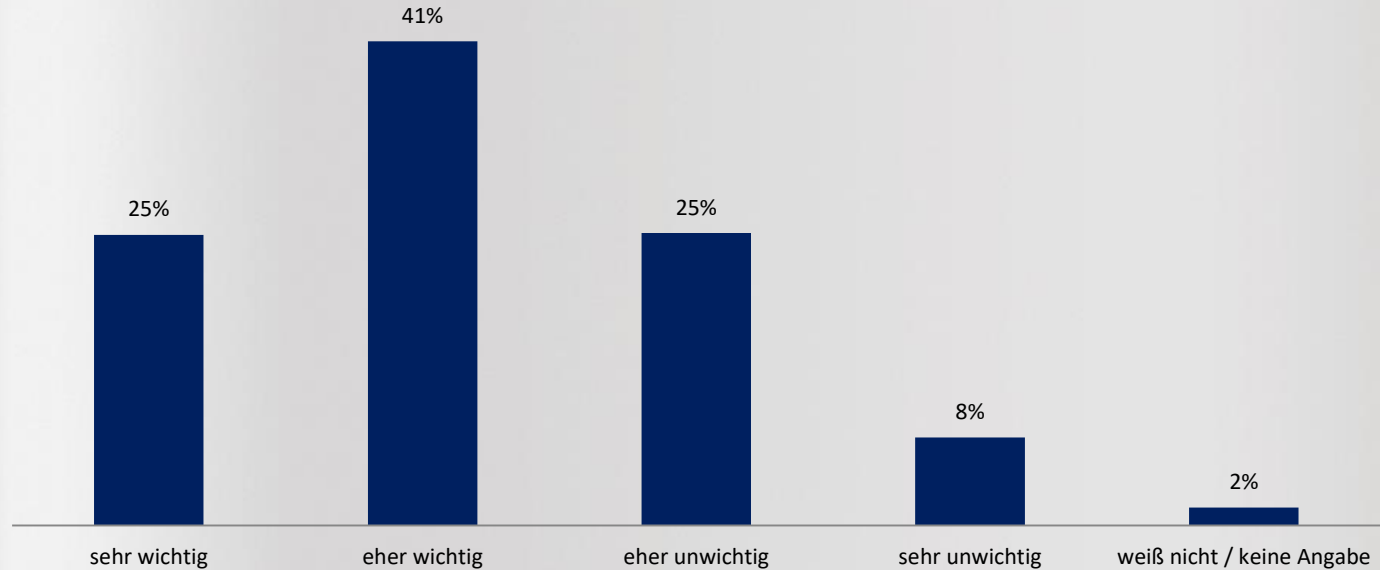
Welche Beitragshöhe finden Sie monatlich maximal vertretbar (d.h. bei höheren Beiträgen würden Sie austreten)?



n = 1.513 Befragte

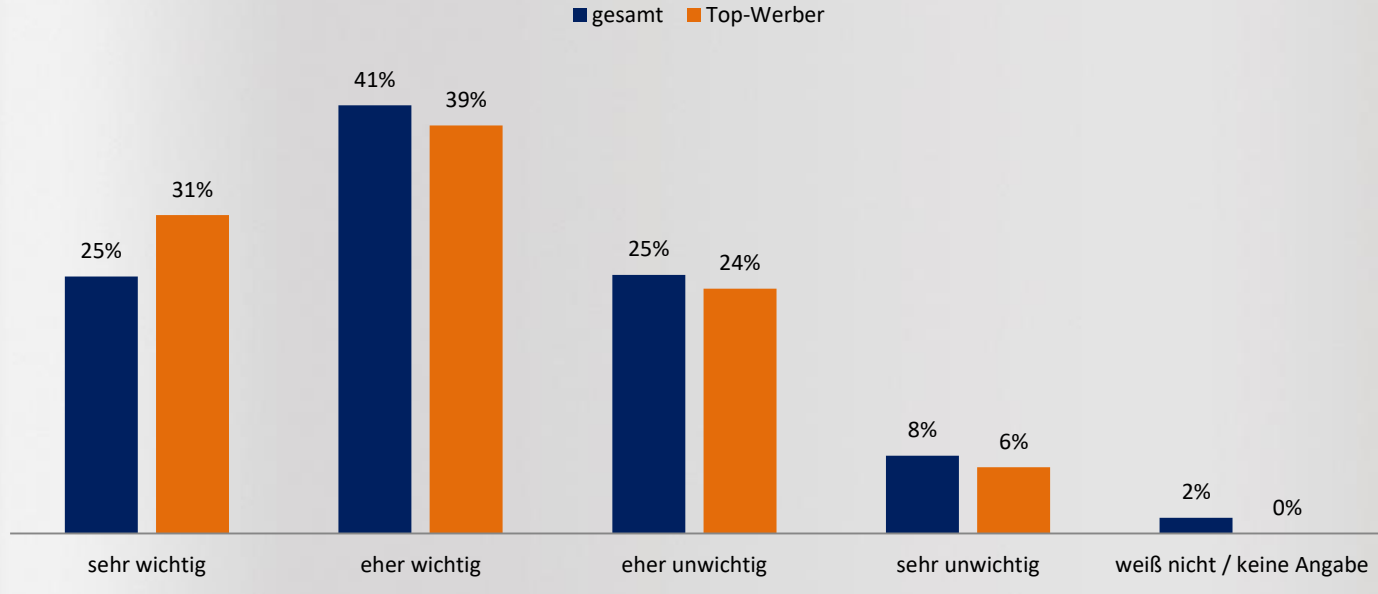
**Wie werden das
Mittelstandsmagazin und der
Online-Newsletter bewertet?**

Wie wichtig finden Sie es grundsätzlich, dass es das Mittelstandsmagazin der MIT gibt?



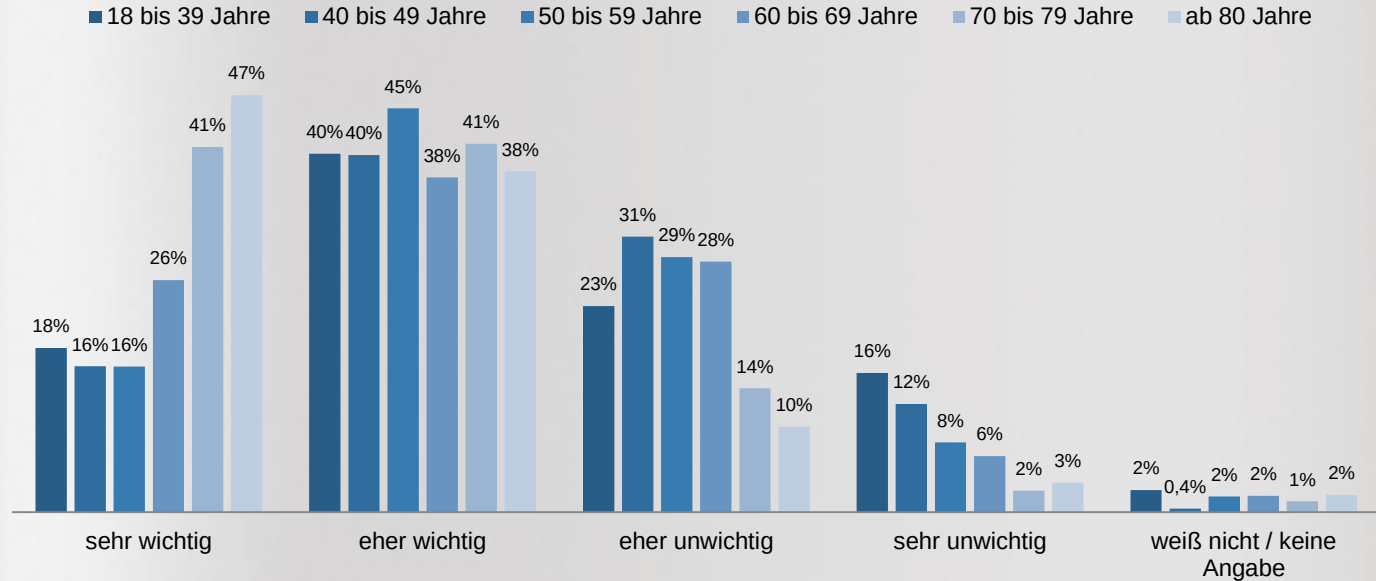
n = 1.513 Befragte

Wie wichtig finden Sie es grundsätzlich, dass es das Mittelstandsmagazin der MIT gibt?



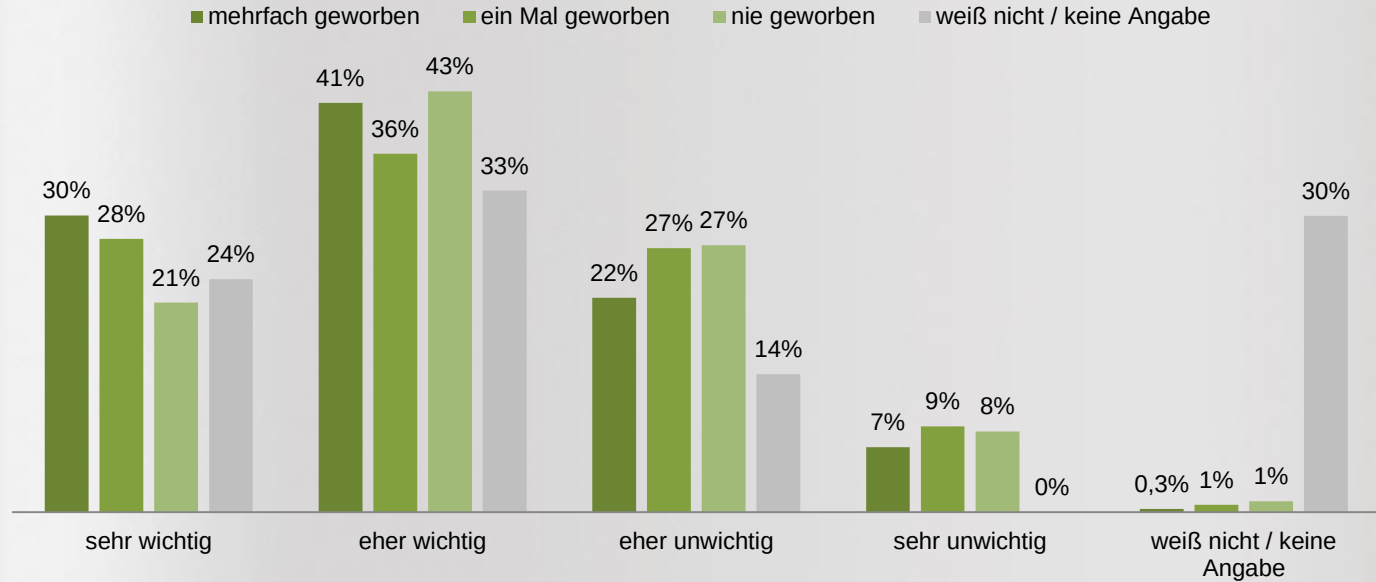
n = 1.513 Befragte bzw. 347 Top-Werber

Wie wichtig finden Sie es grundsätzlich, dass es das Mittelstandsmagazin der MIT gibt?



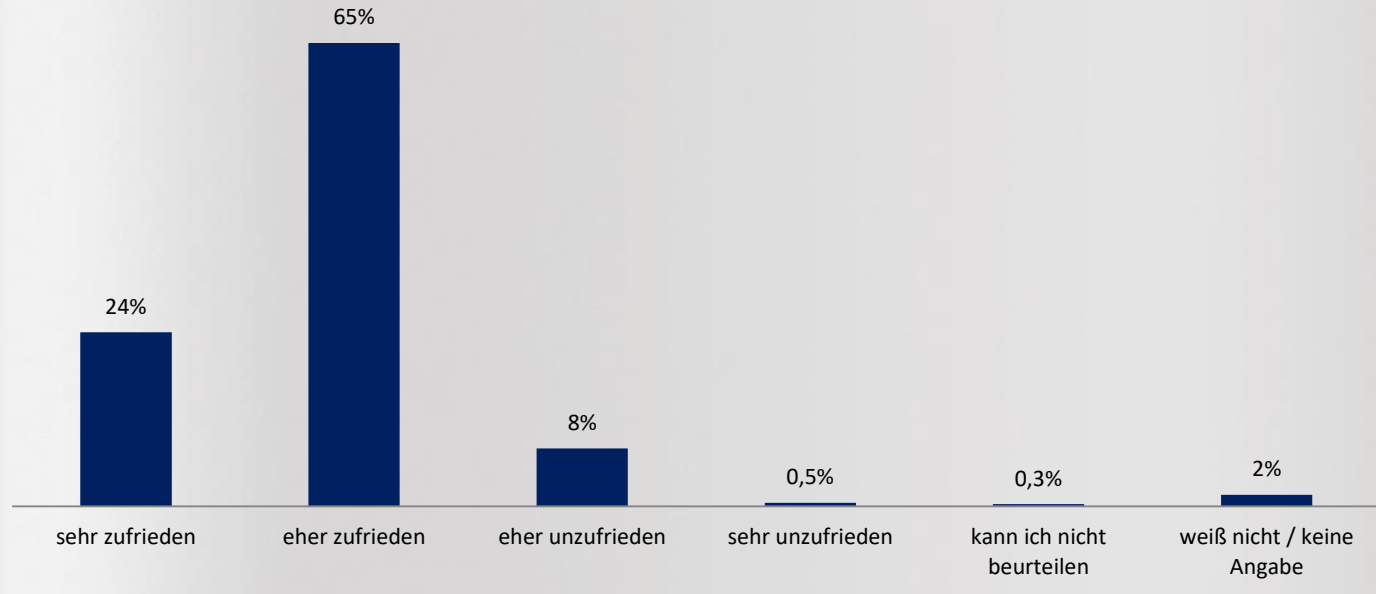
n = 1.513 Befragte

Wie wichtig finden Sie es grundsätzlich, dass es das Mittelstandsmagazin der MIT gibt?



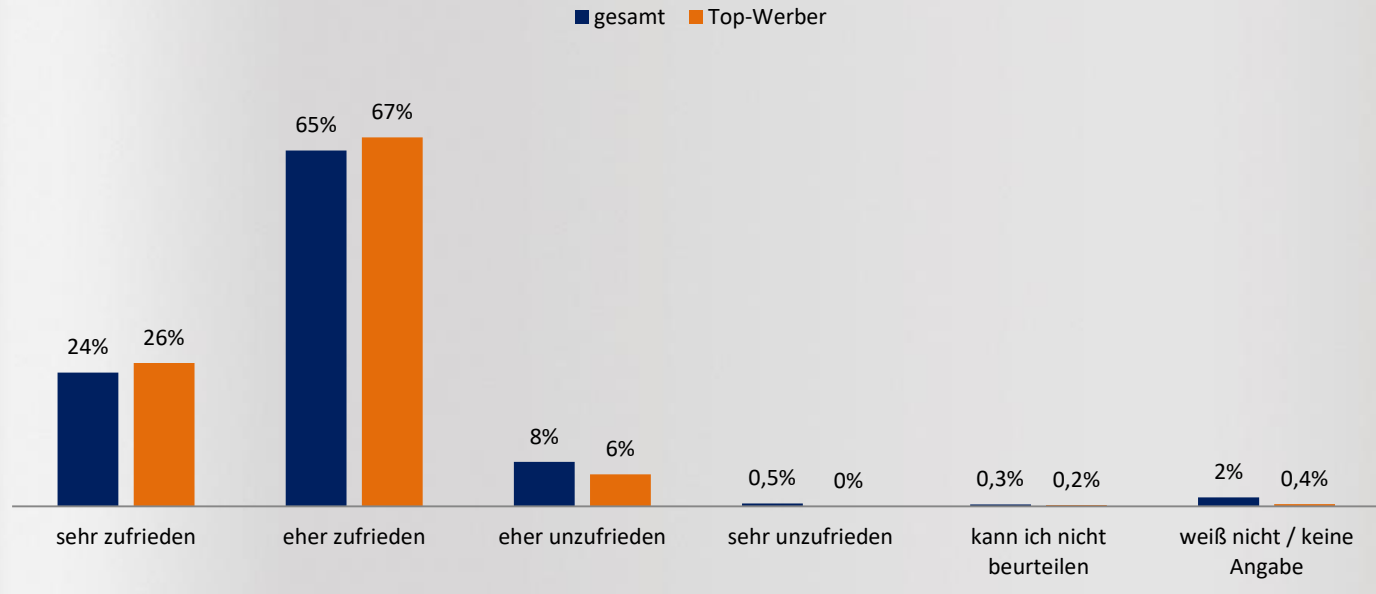
n = 1.513 Befragte

Wie zufrieden sind Sie persönlich mit dem Mittelstandsmagazin der MIT?



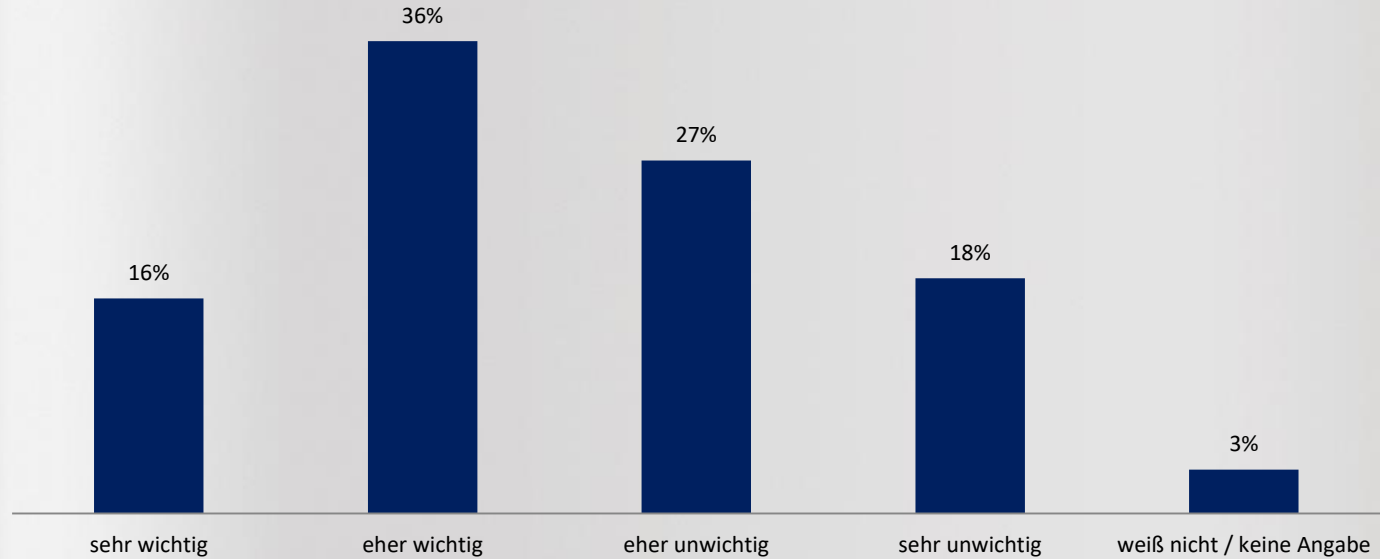
n = 999 Befragte, welchen das Mittelstandsmagazin wichtig ist

Wie zufrieden sind Sie persönlich mit dem Mittelstandsmagazin der MIT?



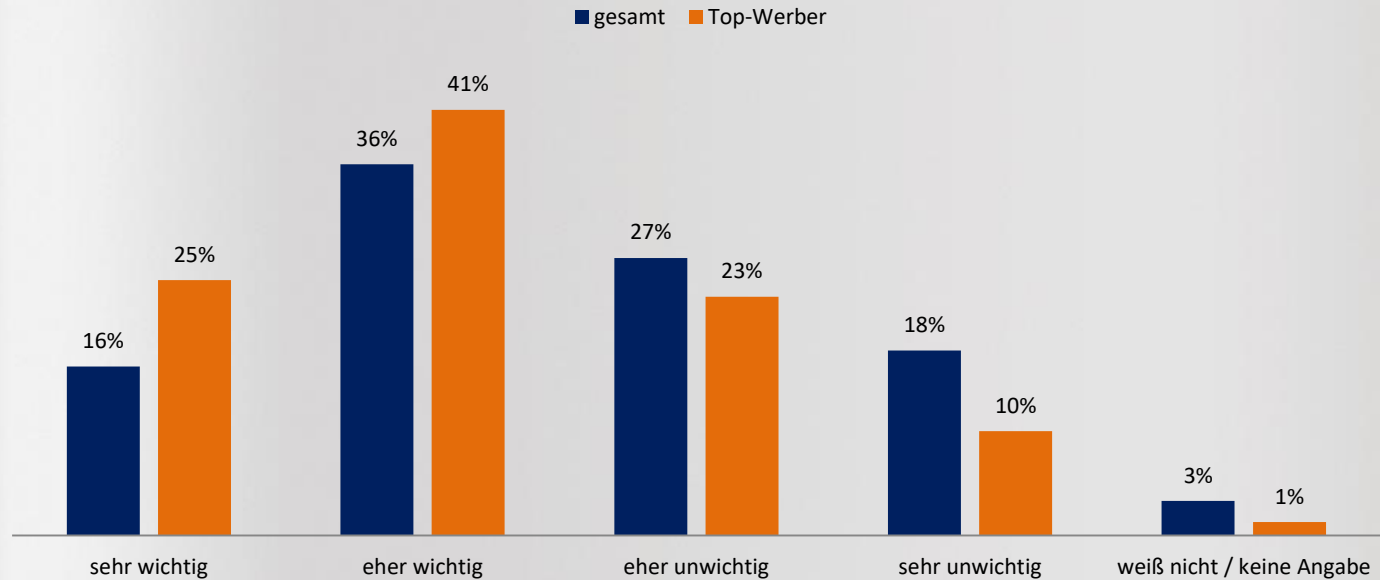
n = 999 Befragte bzw. 243 Top-Werber, welchen das Mittelstandsmagazin wichtig ist

Wie wichtig ist Ihnen persönlich ein regelmäßiger Online-Newsletter der MIT?



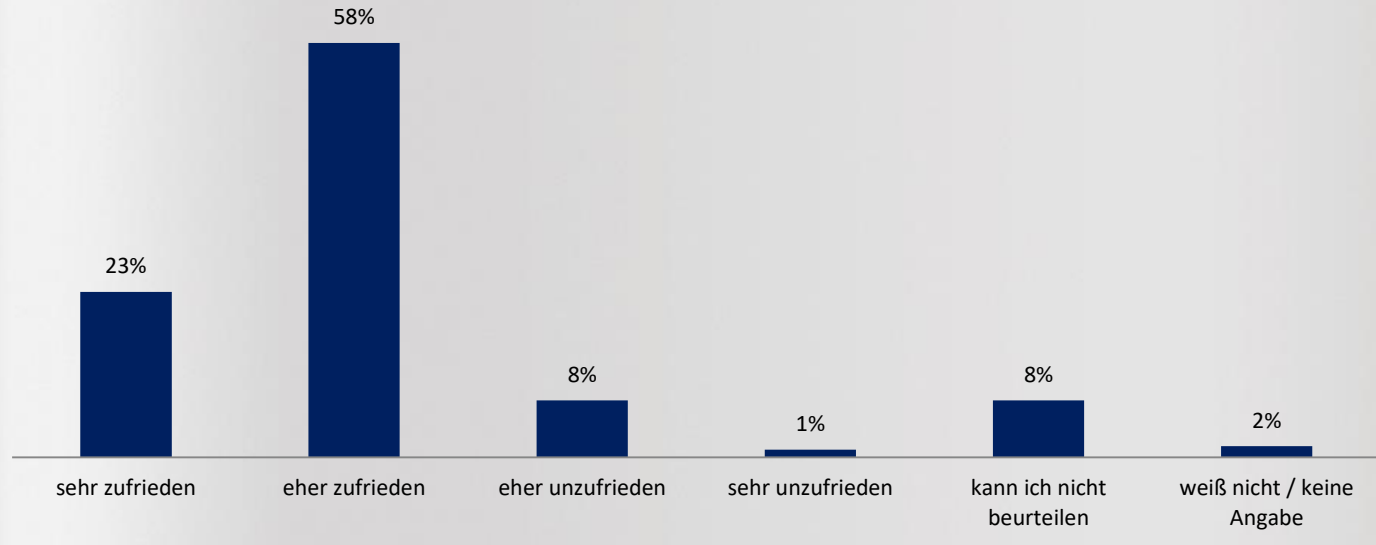
n = 1.513 Befragte

Wie wichtig ist Ihnen persönlich ein regelmäßiger Online-Newsletter der MIT?



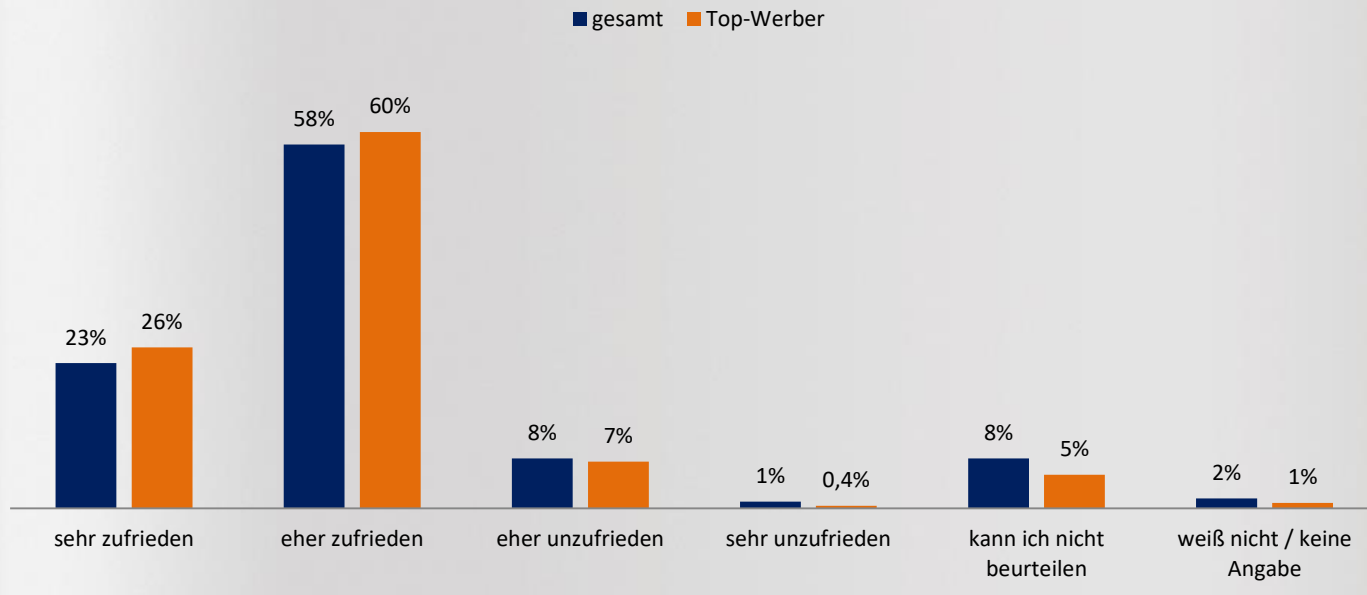
n = 1.513 Befragte bzw. 347 Top-Werber

Wie zufrieden sind Sie persönlich mit dem online verschickten MIT:NEWSLETTER?



n = 788 Befragte, welchen der Newsletter wichtig ist

Wie zufrieden sind Sie persönlich mit dem online verschickten MIT:NEWSLETTER?



n = 788 Befragte bzw. 228 Top-Werber, welchen der Newsletter wichtig ist

**Was ist den Mitgliedern an der
MIT wichtig?**

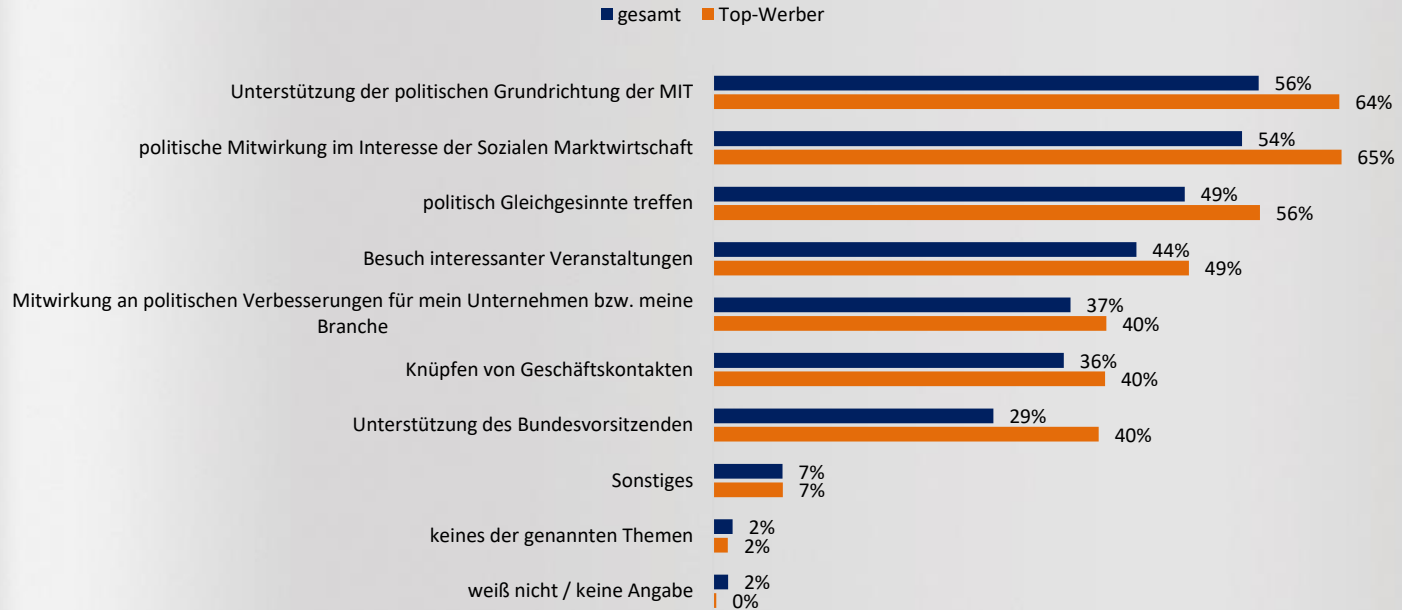
**Wie zufrieden sind die Mitglieder
mit der MIT?**

Was ist Ihnen jetzt als Mitglied wichtig?



n = 1.513 Befragte; Mehrfachantwort

Was ist Ihnen jetzt als Mitglied wichtig?



n = 1.513 Befragte bzw. 347 Top-Werber; Mehrfachantwort

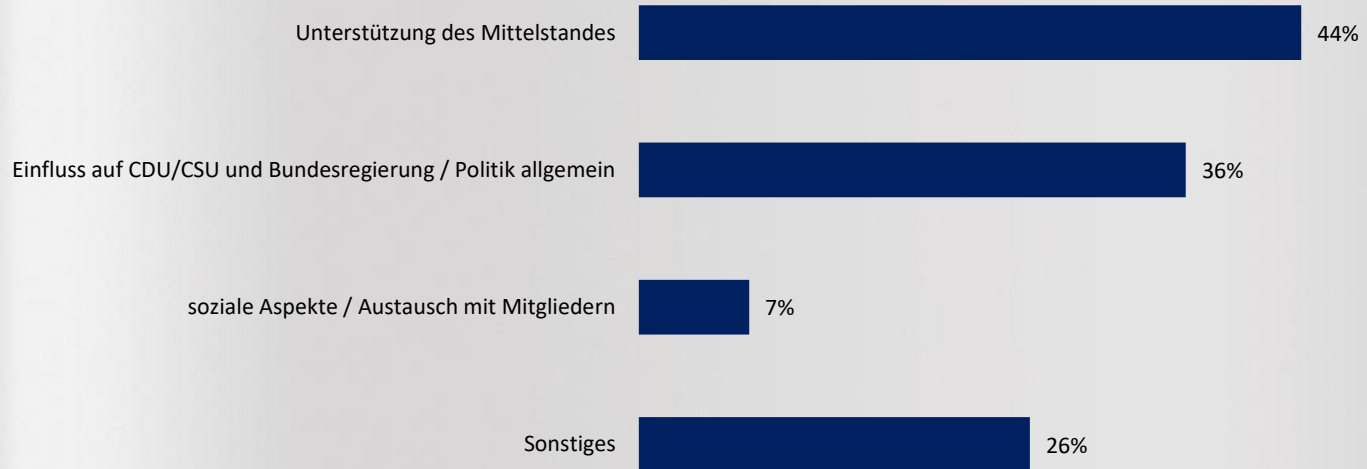
Was ist Ihnen jetzt als Mitglied wichtig?



n = 1.513 Befragte; Mehrfachantwort

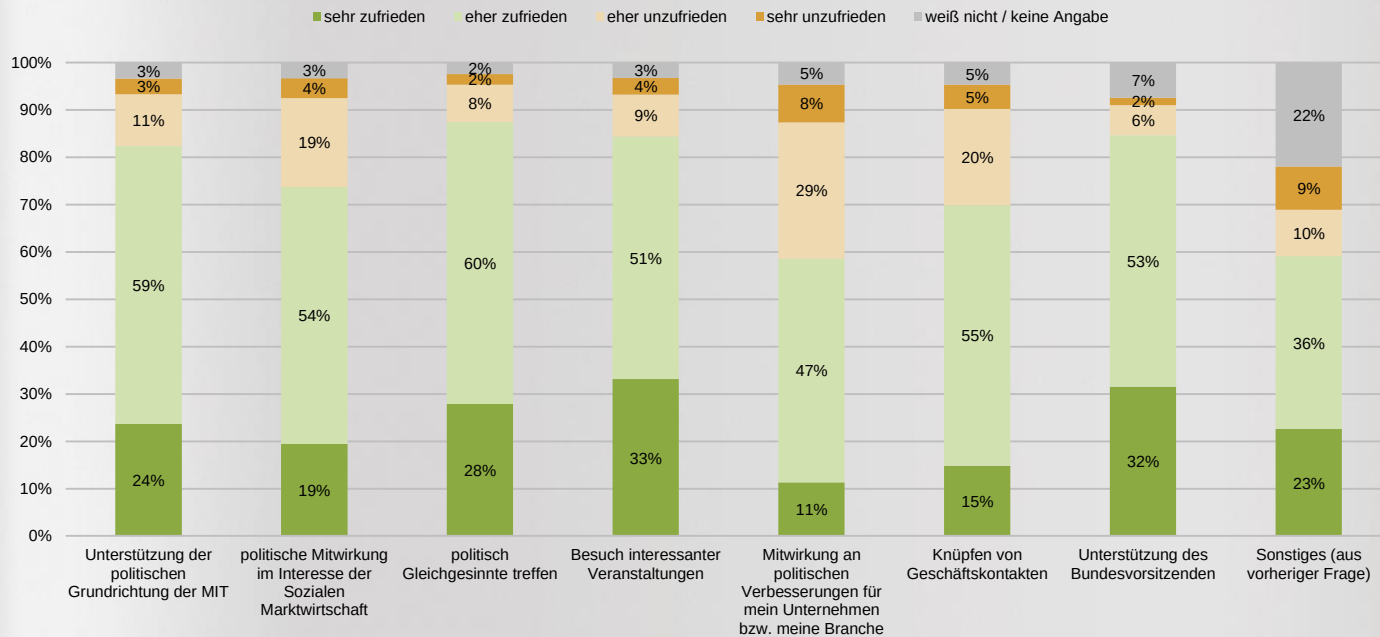
Was ist Ihnen jetzt als Mitglied wichtig?

Sonstiges



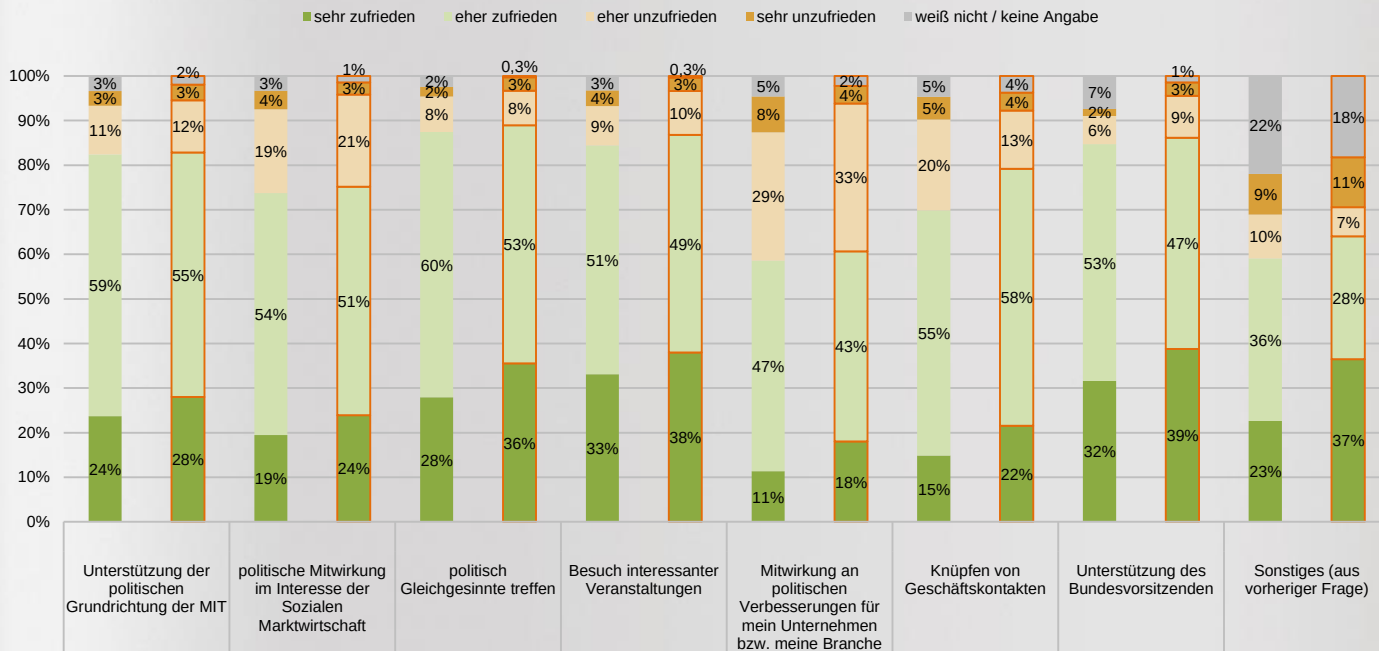
n = 108 Befragte, welche Sonstiges genannt haben; offene Abfrage

Und wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Aspekten?



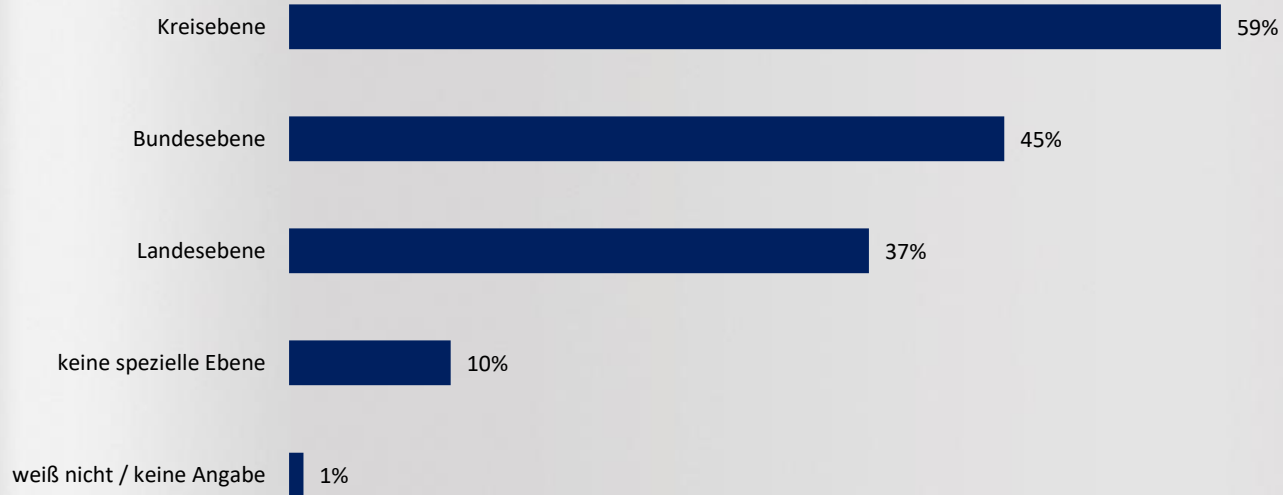
n = unterschiedlich (Bewertung nur von Befragten, welche den jeweiligen Punkt als wichtig benannt haben)

Und wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Aspekten?



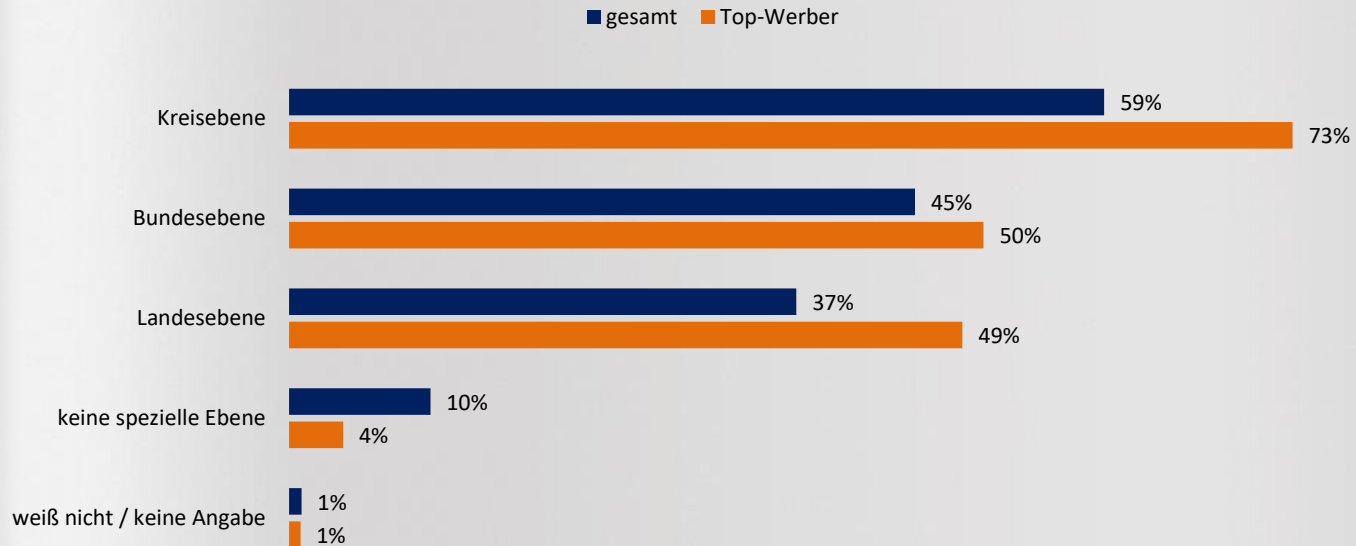
n = unterschiedlich (Bewertung nur von Befragten, welche den jeweiligen Punkt als wichtig benannt haben)

Auf welchen Ebenen ist das Handeln der MIT für Sie persönlich besonders relevant?



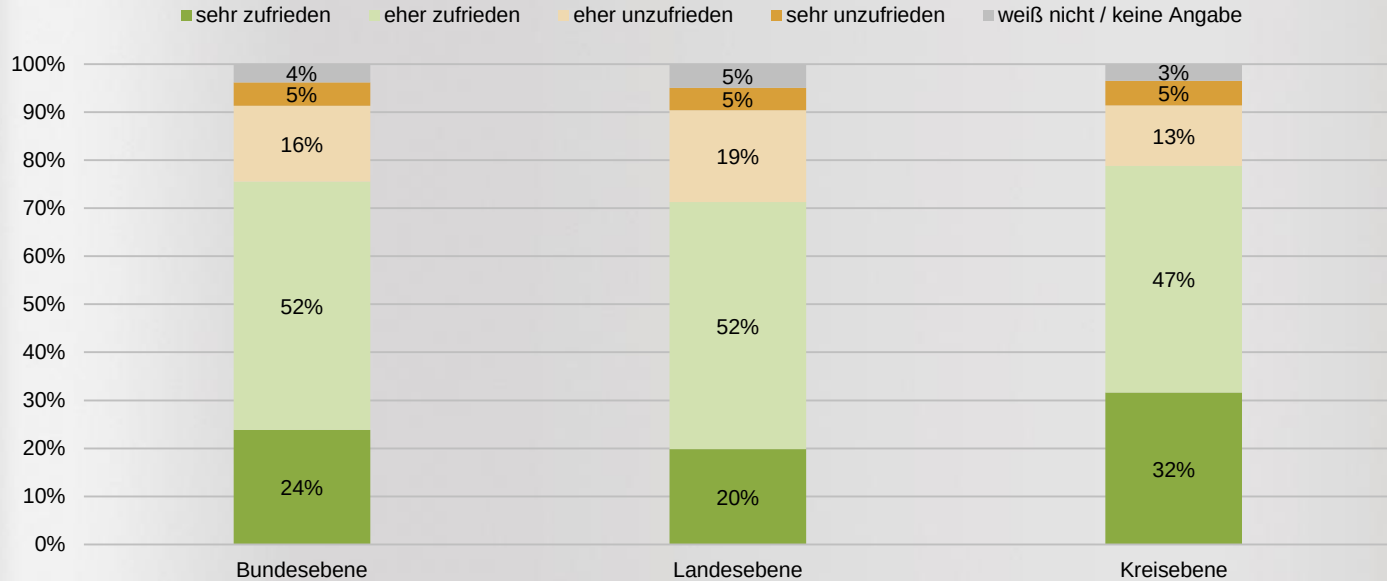
n = 1.513 Befragte; Mehrfachantwort

Auf welchen Ebenen ist das Handeln der MIT für Sie persönlich besonders relevant?



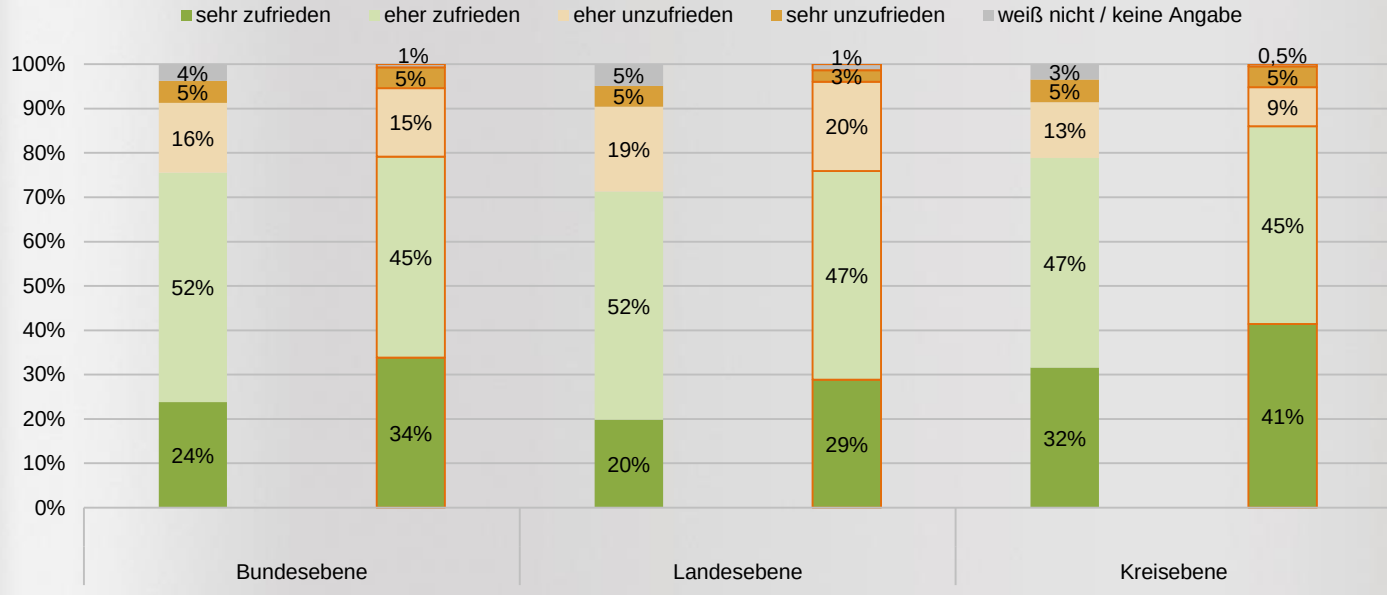
n = 1.513 Befragte bzw. 347 Top-Werber; Mehrfachantwort

Und wie zufrieden sind Sie mit dem Handeln der MIT auf den/der folgenden Ebene/n?



n = unterschiedlich (Bewertung nur von Befragten, welche die jeweiligen Ebenen als relevant benannt haben)

Und wie zufrieden sind Sie mit dem Handeln der MIT auf den/der folgenden Ebene/n?



n = unterschiedlich (Bewertung nur von Befragten, welche die jeweiligen Ebenen als relevant benannt haben)

Relevanz und Zufriedenheit – Themen

	Alle		Top-Werber	
	Relevanz	Zufriedenheit	Relevanz	Zufriedenheit
Unterstützung der politischen Grundrichtung der MIT	relevant	zufrieden	relevant	zufrieden
politische Mitwirkung im Interesse der Sozialen Marktwirtschaft	relevant	eher zufrieden	relevant	zufrieden
politisch Gleichgesinnte treffen	eher relevant	zufrieden	relevant	zufrieden
Besuch interessanter Veranstaltungen	eher relevant	zufrieden	eher relevant	zufrieden
Knüpfen von Geschäftskontakten	wenig relevant	eher zufrieden	eher relevant	zufrieden
Unterstützung des Bundesvorsitzenden	wenig relevant	zufrieden	eher relevant	zufrieden
Mitwirkung an politischen Verbesserungen für mein Unternehmen bzw. meine Branche	wenig relevant	wenig zufrieden	eher relevant	eher zufrieden

relevant: ab 50 %
 eher relevant: ab 40 und unter 50 %
 wenig relevant: unter 40 %

zufrieden: ab 75 %
 eher zufrieden: ab 60 und unter 75 %
 wenig zufrieden: unter 60 %

Relevanz und Zufriedenheit – Ebenen

	Alle		Top-Werber	
	<i>Relevanz</i>	<i>Zufriedenheit</i>	<i>Relevanz</i>	<i>Zufriedenheit</i>
Kreisebene	relevant	zufrieden	relevant	zufrieden
Bundesebene	eher relevant	zufrieden	relevant	zufrieden
Landesebene	wenig relevant	eher zufrieden	eher relevant	zufrieden

relevant: ab 50 %
 eher relevant: ab 40 und unter 50 %
 wenig relevant: unter 40 %

zufrieden: ab 75 %
 eher zufrieden: ab 60 und unter 75 %
 wenig zufrieden: unter 60 %

Relevanz und Zufriedenheit – Bereiche

	Alle		Top-Werber	
	<i>Relevanz</i>	<i>Zufriedenheit</i>	<i>Relevanz</i>	<i>Zufriedenheit</i>
politische Informationen durch die MIT	relevant	zufrieden	relevant	zufrieden
Außendarstellung des Bundesverbandes	relevant	zufrieden	relevant	zufrieden
Zusammenarbeit / Austausch zwischen Mitgliedern und Funktionsträgern	relevant	eher zufrieden	relevant	zufrieden
Zusammenarbeit / Austausch von Mitgliedern untereinander	relevant	eher zufrieden	relevant	zufrieden
Betreuung der Mitglieder	relevant	eher zufrieden	relevant	zufrieden
Außendarstellung des Kreisverbandes	relevant	eher zufrieden	relevant	zufrieden
konkrete politische Mitarbeit bei der MIT	eher relevant	zufrieden	relevant	zufrieden
Außendarstellung meines Landesverbandes	relevant	eher zufrieden	relevant	eher zufrieden

relevant: ab 75 %
 eher relevant: ab 60 und unter 75 %
 wenig relevant: unter 60 %

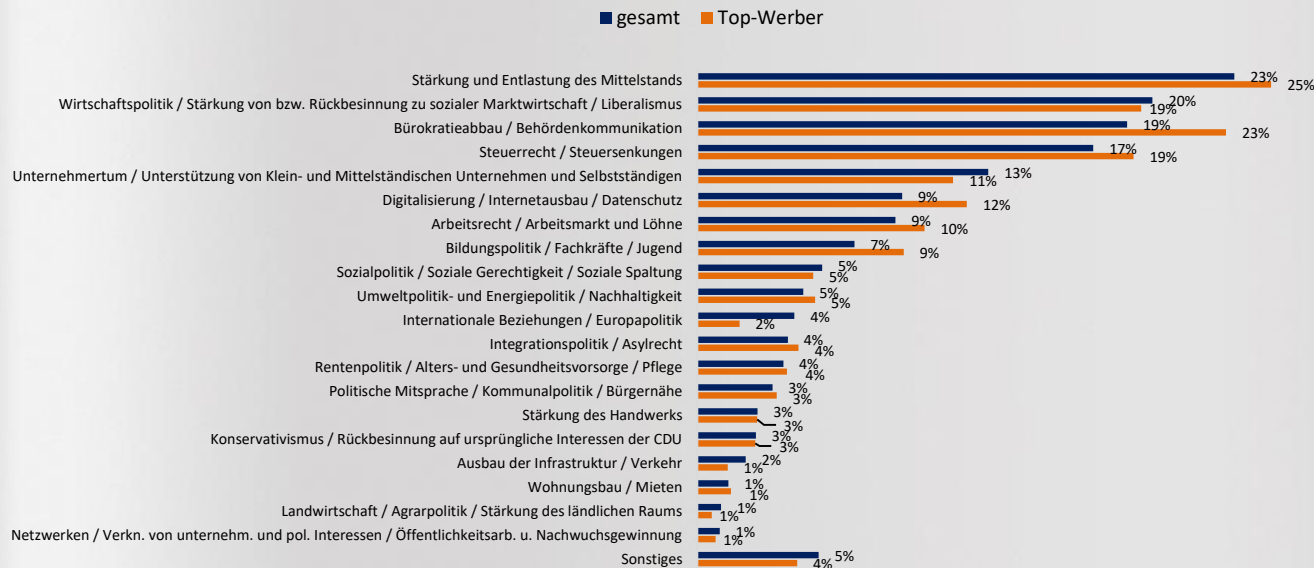
zufrieden: ab 75 %
 eher zufrieden: ab 60 und unter 75 %
 wenig zufrieden: unter 60 %

Welchen Themen sollte sich die MIT auf Bundesebene in Zukunft Ihrer Meinung nach stärker widmen?



n = 1.195 Befragte mit Nennung eines Themas; offene Abfrage

Welchen Themen sollte sich die MIT auf Bundesebene in Zukunft Ihrer Meinung nach stärker widmen?



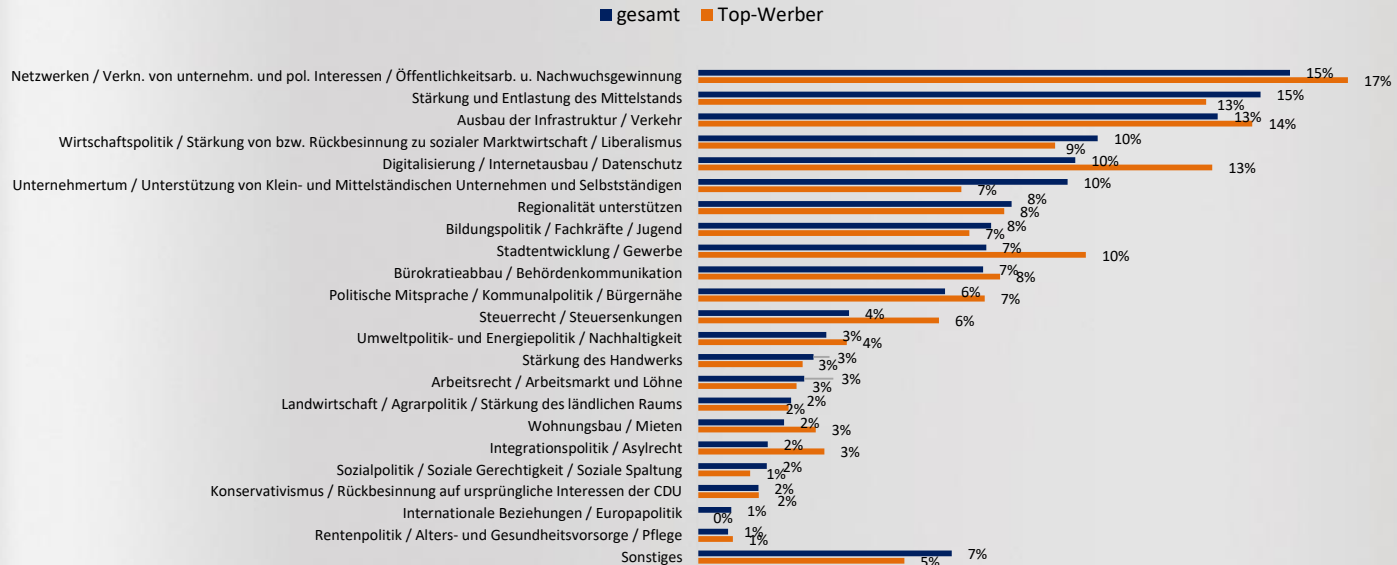
n = 1.195 Befragte bzw. 302 Top-Werber mit Nennung eines Themas; offene Abfrage

Welchen Themen sollte sich die MIT auf regionaler Ebene in Zukunft Ihrer Meinung nach besonders widmen?



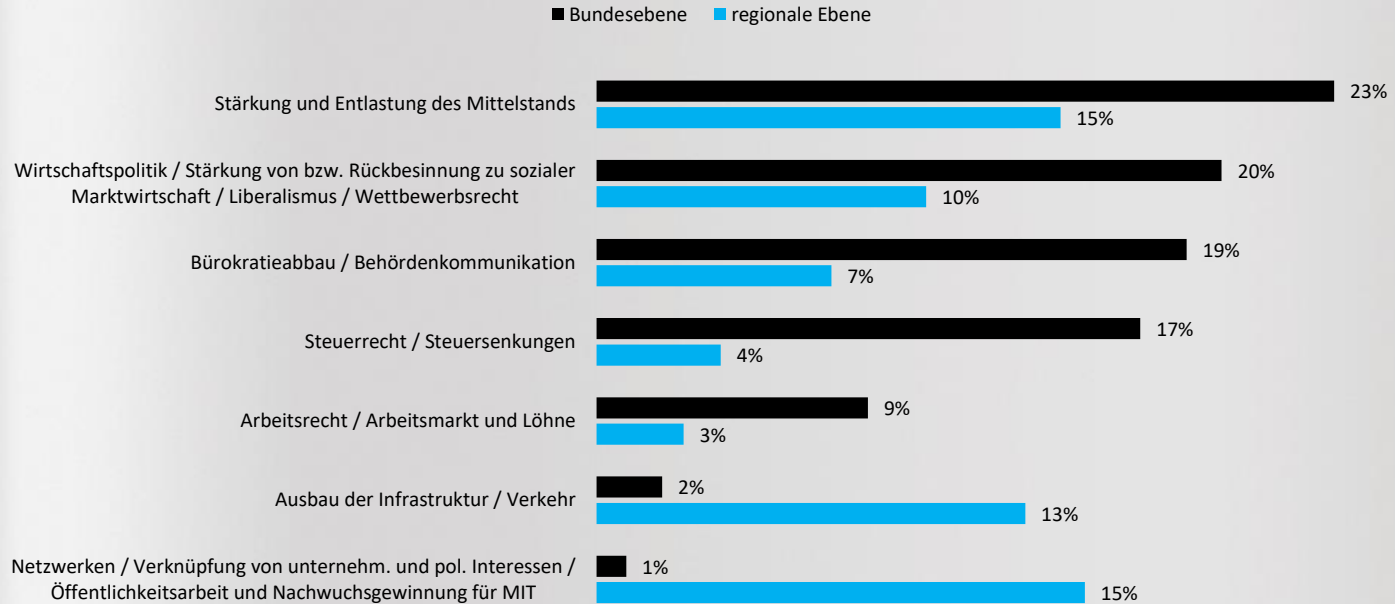
n = 955 Befragte mit Nennung eines Themas; offene Abfrage

Welchen Themen sollte sich die MIT auf regionaler Ebene in Zukunft Ihrer Meinung nach besonders widmen?



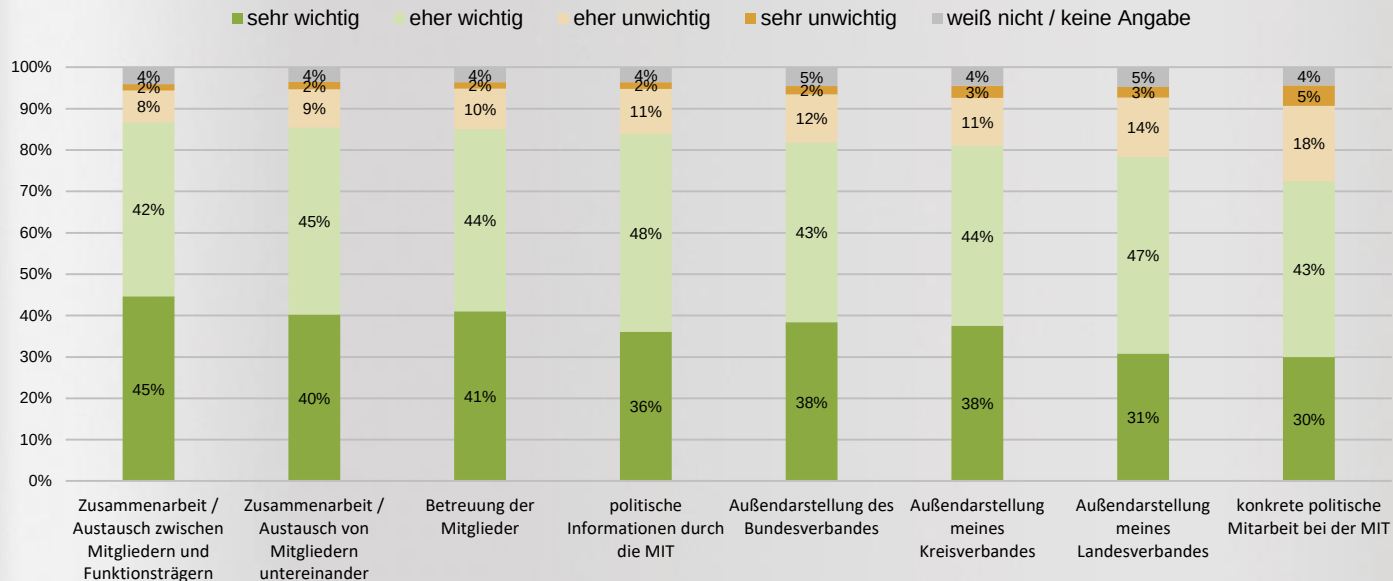
n = 955 Befragte bzw. 243 Top-Werber mit Nennung eines Themas; offene Abfrage

Vergleich der Bundes- mit der regionalen Ebene (Auswahl)



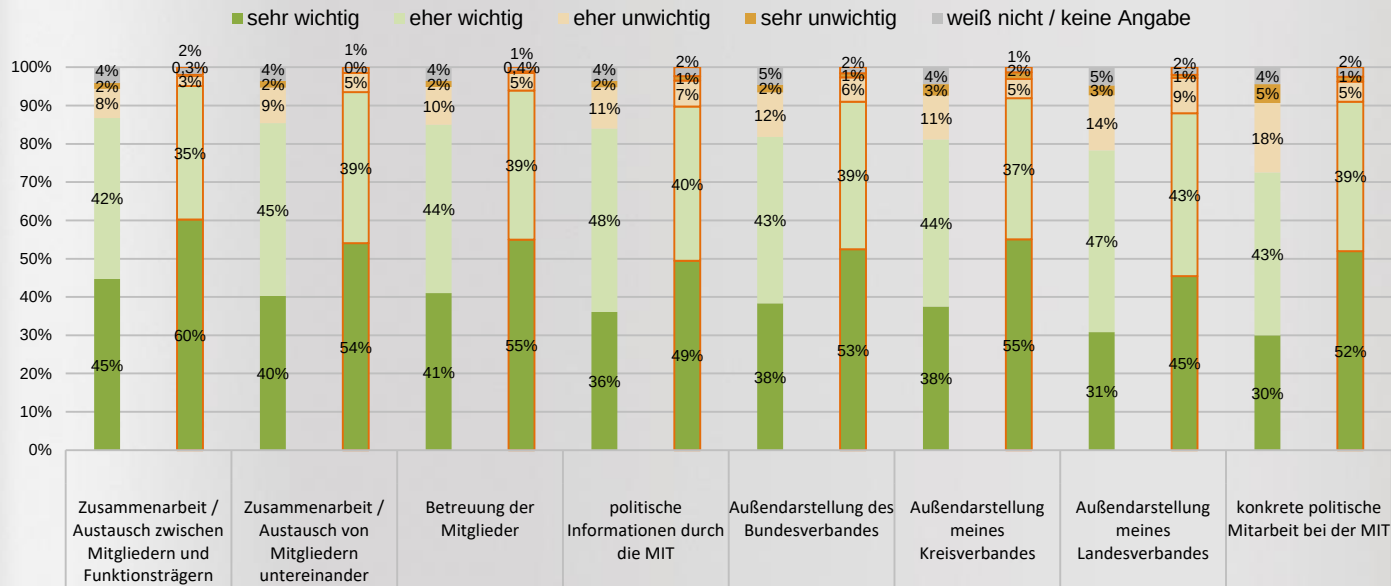
n = unterschiedlich

Wie wichtig sind die folgenden Bereiche Ihrer Meinung nach für die MIT?



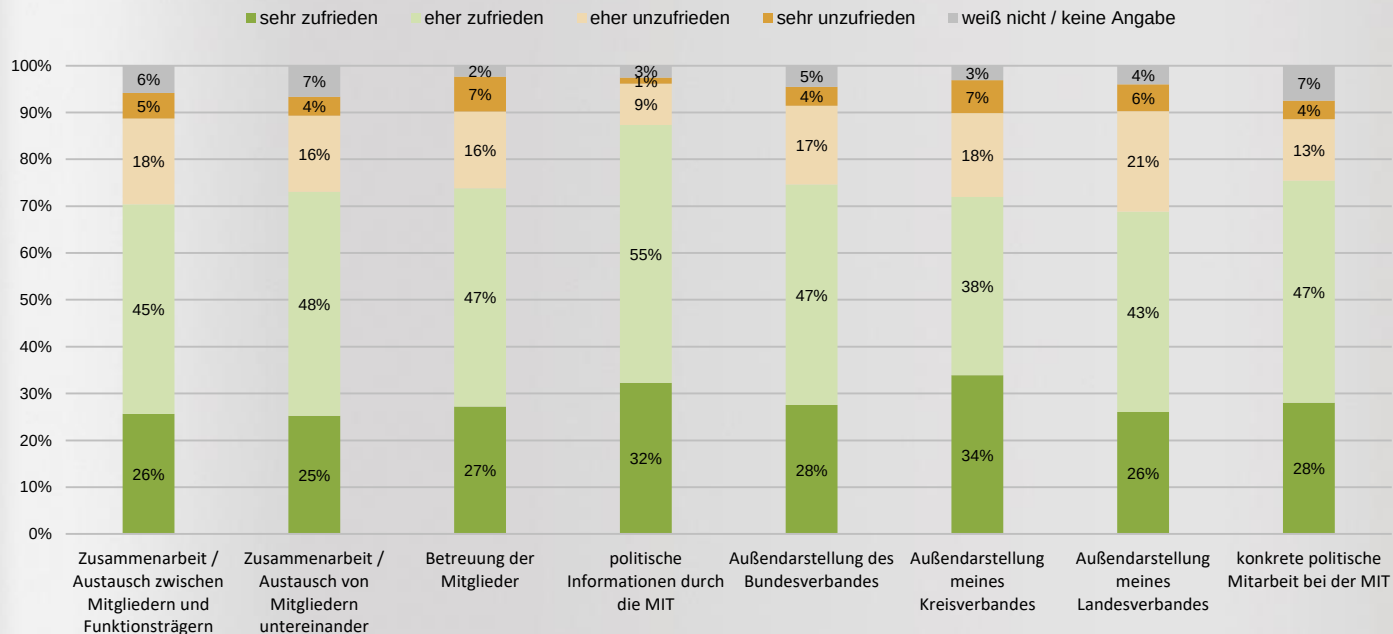
n = 1.513 Befragte

Wie wichtig sind die folgenden Bereiche Ihrer Meinung nach für die MIT?



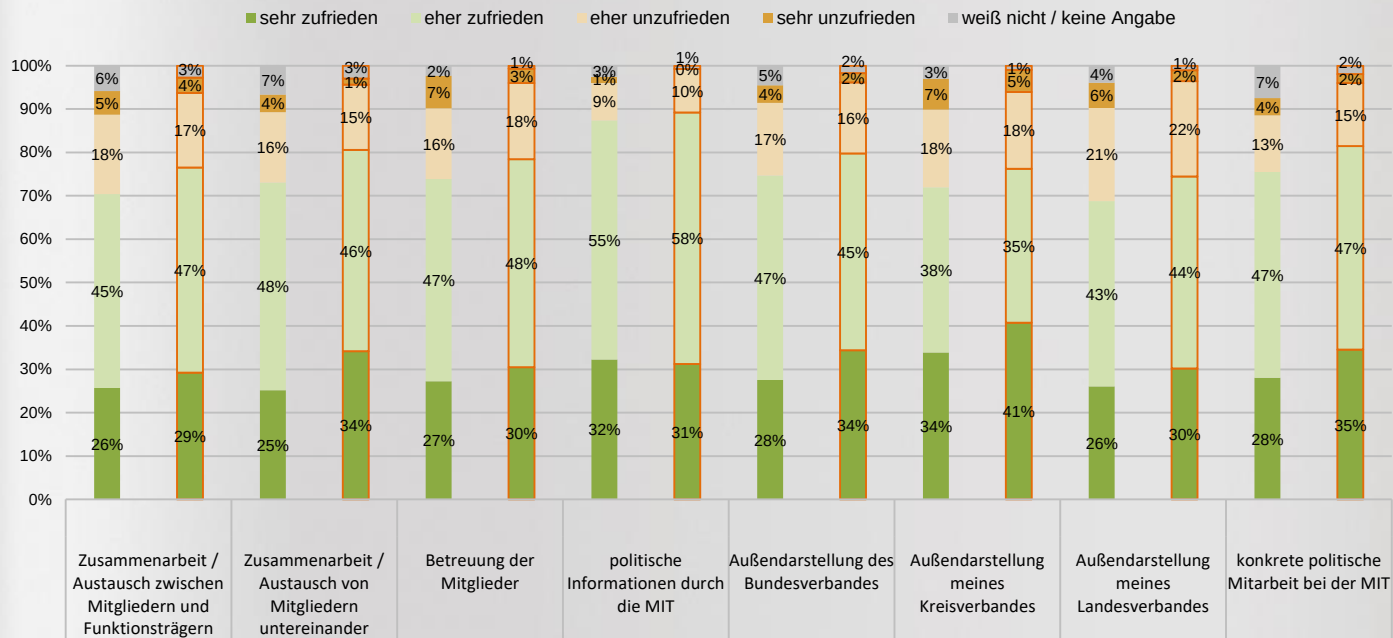
n = 1.513 Befragte bzw. 347 Top-Werber

Und wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Bereichen?



n = unterschiedlich (Bewertung nur von Befragten, welche die jeweiligen Punkte als wichtig benannt haben)

Und wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Bereichen?



n = unterschiedlich (Bewertung nur von Befragten, welche die jeweiligen Punkte als wichtig benannt haben)

Relevanz und Zufriedenheit – Themen

	Alle		Top-Werber	
	Relevanz	Zufriedenheit	Relevanz	Zufriedenheit
Unterstützung der politischen Grundrichtung der MIT	relevant	zufrieden	relevant	zufrieden
politische Mitwirkung im Interesse der Sozialen Marktwirtschaft	relevant	eher zufrieden	relevant	zufrieden
politisch Gleichgesinnte treffen	eher relevant	zufrieden	relevant	zufrieden
Besuch interessanter Veranstaltungen	eher relevant	zufrieden	eher relevant	zufrieden
Knüpfen von Geschäftskontakten	wenig relevant	eher zufrieden	eher relevant	zufrieden
Unterstützung des Bundesvorsitzenden	wenig relevant	zufrieden	eher relevant	zufrieden
Mitwirkung an politischen Verbesserungen für mein Unternehmen bzw. meine Branche	wenig relevant	wenig zufrieden	eher relevant	eher zufrieden

relevant: ab 50 %
 eher relevant: ab 40 und unter 50 %
 wenig relevant: unter 40 %

zufrieden: ab 75 %
 eher zufrieden: ab 60 und unter 75 %
 wenig zufrieden: unter 60 %

Relevanz und Zufriedenheit – Ebenen

	Alle		Top-Werber	
	<i>Relevanz</i>	<i>Zufriedenheit</i>	<i>Relevanz</i>	<i>Zufriedenheit</i>
Kreisebene	relevant	zufrieden	relevant	zufrieden
Bundesebene	eher relevant	zufrieden	relevant	zufrieden
Landesebene	wenig relevant	eher zufrieden	eher relevant	zufrieden

relevant: ab 50 %
 eher relevant: ab 40 und unter 50 %
 wenig relevant: unter 40 %

zufrieden: ab 75 %
 eher zufrieden: ab 60 und unter 75 %
 wenig zufrieden: unter 60 %

Relevanz und Zufriedenheit – Bereiche

	Alle		Top-Werber	
	<i>Relevanz</i>	<i>Zufriedenheit</i>	<i>Relevanz</i>	<i>Zufriedenheit</i>
politische Informationen durch die MIT	relevant	zufrieden	relevant	zufrieden
Außendarstellung des Bundesverbandes	relevant	zufrieden	relevant	zufrieden
Zusammenarbeit / Austausch zwischen Mitgliedern und Funktionsträgern	relevant	eher zufrieden	relevant	zufrieden
Zusammenarbeit / Austausch von Mitgliedern untereinander	relevant	eher zufrieden	relevant	zufrieden
Betreuung der Mitglieder	relevant	eher zufrieden	relevant	zufrieden
Außendarstellung des Kreisverbandes	relevant	eher zufrieden	relevant	zufrieden
konkrete politische Mitarbeit bei der MIT	eher relevant	zufrieden	relevant	zufrieden
Außendarstellung meines Landesverbandes	relevant	eher zufrieden	relevant	eher zufrieden

relevant: ab 75 %
 eher relevant: ab 60 und unter 75 %
 wenig relevant: unter 60 %

zufrieden: ab 75 %
 eher zufrieden: ab 60 und unter 75 %
 wenig zufrieden: unter 60 %

Schlussfolgerungen

Beste Mitgliederwerbung durch engagierte Mitglieder!

Effektivste Werber = Unternehmer und Führungskräfte ab 50, die seit mindestens 15 Jahren Mitglieder sind

Diese Mitglieder müssen gehalten und zufriedengestellt werden.

Diese Mitglieder muss man zusätzlich gewinnen.

→ Konzentration der Akquise auf Unternehmer und Führungskräfte ab 50!

Politische Ausrichtung ist für Top-Werber am wichtigsten!

→ klare politische Linie der MIT

→ Konzentration auf Politik

weniger auf Netzwerke und gesellige Veranstaltungen konzentrieren

Die Kreisebene ist den Top-Werbern am wichtigsten!

- Stärkung der Kreisebene
- keine Schwächung der Bundesebene

Landesverbände müssen bei begrenzten Ressourcen den Kreisverbänden Vorzug geben

Potenzial für zusätzliche Finanzierung ist vorhanden!

Bereitschaft für höhere Beiträge ist da
Spendenaktionen sind vielversprechend

→ Beitragserhöhung, ohne dass viele Austritte zu befürchten sind

→ Sichtbarmachung konkreter Themen und Projekte, um Spendenbereitschaft zu erhöhen

Themenfokussierung ist wichtig!

- + Soziale Marktwirtschaft, Bürokratieabbau und Steuerpolitik in den Vordergrund
- Asyl/Integration, Rentenpolitik, Energiepolitik und Handwerk in den Hintergrund

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!**