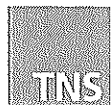


Handelskammer Hamburg

Wahrnehmungs- und Zufriedenheitsanalyse

Interimswelle

März 2015



TNS Emnid

© TNS 2015



Key Results (1/3)

Wahrnehmungs- und Zufriedenheitsanalyse 2015

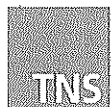


Insgesamt sind Wahrnehmung und Mitgliederzufriedenheit der Handelskammer Hamburg von einer stabilen Bewertung geprägt. In einigen Bereichen sind positive Entwicklungen erkennbar. Aber auch da, wo leicht rückläufige Tendenzen bestehen, gibt es keinen Anlass zur Sorge. Weiterhin gilt: Im Vergleich zur ersten Mitgliederbefragung im Jahr 2005 konnten beachtliche Verbesserungen erzielt werden. Erfreulich: Gerade Vertreter der größeren Handelsregisterunternehmen ab 20 Mitarbeitern, die traditionell am positivsten werten, beurteilen die HK in etlichen Bereichen nochmals besser als zuvor. Während das Gesamtbild für die Kleingewerbetreibenden durchwachsen ausfällt, sind es am ehesten die kleinen Handelsregisterunternehmen mit weniger als 20 Mitarbeitern, die leicht gesunkene Zufriedenheits-, Kontakt- und Nutzungswerte aufweisen. Diese etwas weniger positive Einstellung kleiner HR-Betriebe ist jedoch offenbar punktuell und ohne nachhaltigen Einfluss auf die Gesamteinstellung zur HK, was sich in einer unveränderten Globalzufriedenheit und Weiterempfehlungsbereitschaft zeigt.

Die größte Herausforderung bleibt die **Einbeziehung kleinerer Unternehmen**, die weiterhin vergleichsweise selten in Kontakt zur HK stehen und weniger häufig Informationsangebote und Dienstleistungen nutzen. In dieser relativen HK-Ferne liegt ein wichtiger Schlüssel zum Verständnis der eher unterdurchschnittlichen Wahrnehmung und Zufriedenheit kleinerer HK-Mitglieder.

Für 83 Prozent der Mitgliedsunternehmen gilt: Sie standen in mindestens einer der verschiedenen möglichen Formen schon einmal in **Kontakt** zur Handelskammer. Der Kontaktkanal mit der mit Abstand größten Reichweite bleibt – trotz Rückgangs – der Postverkehr. Auf diese Weise standen nach eigenen Angaben sechs von zehn Mitgliedern in Kontakt zu ihrer Kammer. Zulegen konnten E-Mail-Kontakte zur Kammer, die vier von zehn Mitgliedern hatten. Im Langzeittrend löst die Kommunikation per E-Mail zumindest teilweise den Schriftverkehr per Post und die Kommunikation per Telefon ab. E-Mail-Kontakte sind der einzige Kontaktweg auf dem mehr Mitglieder erreicht werden als vor 10 Jahren.

In den vergangenen zwölf Monaten gab es im Schnitt pro Mitglied 6 Kontakte. Zumeist handelte es sich dabei um Briefe und E-Mails. Während die Frequenzrate von Post- und Telefonkontakten abgenommen hat, konnten E-Mails vor allem im Langzeittrend deutlich zulegen. Aktuell unterscheiden sich kleinere Mitgliedsunternehmen in ihrem Kontaktverhalten noch deutlicher von größeren als zuvor: Während größere HR-Unternehmen ab 20 Mitarbeitern im Zwölfmonatszeitraum insgesamt auf durchschnittlich gut 18 Kontakte kamen, waren es bei kleineren HR-Betrieben 6,6 und bei Kleingewerbetreibenden 5 Kontakte.



TNS Emnid

HK Hamburg

März 2015 | 1

Key Results (2/3)

Wahrnehmungs- und Zufriedenheitsanalyse 2015



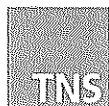
Diejenigen, die in Kontakt zur HK standen, äußern sich durchweg positiv zur **Servicequalität** (Erreichbarkeit, Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft etc.). Die Bewertung durch die Mitglieder ist sehr stabil mit positiver Langzeittendenz für die Mitarbeiterfreundlichkeit und die telefonische Erreichbarkeit der HK. Die aktuell leicht schlechtere Bewertung der Fachkompetenz der HK-MitarbeiterInnen beruht ausschließlich auf veränderten Einschätzungen der Kleingewerbetreibenden und kleinen HR-Unternehmen. Positiv ist zu vermerken, dass sich quer über alle Betriebstypen bzw. -größen mehr Mitglieder „sehr“ zufrieden zur Fachkompetenz äußern.

Unter den **Informationsangeboten der Handelskammer** ist die Mitgliederzeitschrift nach wie vor das bedeutendste Instrument, um Mitglieder zu erreichen. Die Internetseiten der HK haben deutlich aufgeholt und liegen, was den Anteil der Nutzer angeht, mit 56 Prozent nur noch knapp hinter dem HK-Magazin. Hinsichtlich der regelmäßigen Nutzung steht die Zeitschrift nach wie vor vorne. Im Langzeittrend seit 2005 hat sie jedoch an Bedeutung verloren. Seit Beginn der Erhebungen haben vor allem die Homepage und HK-Veranstaltungen Nutzer gewonnen.

In den vergangenen zwölf Monaten wurden im Schnitt von jedem Mitglied 1,8 **Dienstleistungsangebote** der HK Hamburg genutzt. Der Rückgang im Vergleich zu den Vorerhebungen ist im Wesentlichen auf einen höheren Anteil von Einmalnutzern unter Kleingewerbetreibenden und kleinen

HR-Unternehmen zurückzuführen. Die **Nutzeranteile** sind in diesen beiden Gruppen seit 2013 nahezu konstant und bei größeren HR-Unternehmen sogar deutlich gestiegen. Das Seminarangebot der Handelskammer erreicht unverändert den höchsten Nutzeranteil. Der auf den ersten Blick im Vergleich zu 2013 auffällige Rückgang der Nutzeranteile bei neun der elf Leistungen relativiert sich, wenn die Erhebung aus dem Jahr 2012 in die Betrachtung einbezogen wird. Im Vergleich mit 2012 haben nur drei Dienstleistungen Nutzer verloren. Dabei sind es insbesondere die kleinen HR-Unternehmen, die seltener HK-Dienstleistungen in Anspruch genommen haben.

Beim zweiten großen Aufgabenbereich der Handelskammer, der **Interessenvertretung** der regionalen Wirtschaft, trauen sich viele Mitglieder traditionell kein Urteil zu. Immerhin bewerten die Mitglieder fünf der sieben abgefragten Bereiche etwas positiver als bei der letzten Erhebung. Ebenfalls erfreulich: Anders als 2013 zeigen sich in allen Bereichen eindeutig mehr Mitglieder zufrieden als unzufrieden. Am besten gelingt die Interessenvertretung nach Ansicht der Mitglieder weiterhin bei der Bildung von Netzwerken, der Verbesserung regionaler Standortbedingungen und beim Einsatz für fairen Wettbewerb. Auch im Langzeittrend schneiden die drei aktuell am besten bewerteten Aspekte durchgehend besser ab als die übrigen Bereiche. Insbesondere der Beitrag der HK zur Netzwerkbildung stimmt mehr Mitglieder zufrieden als vor 10 Jahren.



TNS Emnid

HK Hamburg

März 2015 | 2

Key Results (3/3)

Wahrnehmungs- und Zufriedenheitsanalyse 2015



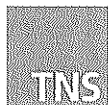
Als eine wichtige Komponente der Erhebung wurde wieder das **Image der Hamburger Kammer** anhand verschiedener Eigenschaften erfragt. Kompetenz und Vertrauenswürdigkeit sind trotz leichter Abnahme seit 2013 weiterhin die am häufigsten mit der HK verbundenen Image-Eigenschaften. Die Bereiche mit kritischerer Wahrnehmung bleiben Flexibilität und Praxisnähe. Weiterhin berichten vor allem Vertreter aus größeren HR-Unternehmen ab 20 Mitarbeitern davon, direkt von der Arbeit der Kammer zu profitieren – und zwar noch häufiger als zuvor. Kleine HR-Betriebe sehen ihre Handelskammer aktuell etwas seltener als zuvor als Hilfe in der betrieblichen Praxis. Im Langzeittrend verzeichnen alle fünf schon seit 2005 erhobenen Aspekte eine positive Entwicklung. Am deutlichsten gilt dies für die Aktualität der Kammer.

Alles in allem liegt die allgemeine Mitgliederzufriedenheit – die so genannte **Globalzufriedenheit** – bei leicht gesteigerten 70 Prozent. Die Gesamtzufriedenheit unter größeren HR-Betrieben ist weiterhin höher als unter kleinen HR-Betrieben und Kleingewerbetreibenden. Die deutliche Verbesserung seit der ersten Mitgliederbefragung geht vor allem auf einen Zufriedenheitsanstieg unter kleinen und größeren HR-Unternehmen zurück. Seitdem ist in diesen beiden Gruppen auch –

anders als bei Kleingewerbetreibenden – der Anteil der „sehr“ Zufriedenen merklich gestiegen.

Wie zuvor wurden auch wieder vier **Einzeldimensionen** der Mitgliederzufriedenheit abgefragt: Weiterhin liegt die Zufriedenheit mit Mitarbeiterstab sowie Dienstleistungsangebot deutlich höher als die mit der Interessenvertretung gegenüber Verwaltung und Politik und dem Preis-Leistungs-Verhältnis. Für alle Dimensionen gilt: Je größer das Unternehmen, desto höher die Zufriedenheit. Im Langzeittrend seit 2005 haben alle Einzeldimensionen zugelegt. Während Kleingewerbetreibende seit 2005 sehr stabile Bewertungen abgeben, sind es vor allem die kleinen und größeren HR-Unternehmen, die mit ihrer HK deutlich zufriedener sind als zu Beginn der Untersuchungen.

Die **Weiterempfehlungsbereitschaft** – ebenfalls Indikator für Mitgliederzufriedenheit – erreicht in der aktuellen Studie in etwa das Niveau der Vorerhebung. Drei von vier Mitgliedern würden ihre Kammer empfehlen. Im Langzeittrend seit 2005 ist die Bereitschaft zur Weiterempfehlung in allen Unternehmensgruppen gestiegen, ganz besonders deutlich aber in kleinen HR-Betrieben.



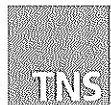
TNS Emnid

HK Hamburg

März 2015 | 3

1

Studiendesign



TNS Emnid

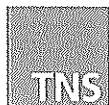


Inhalt

Wahrnehmungs- und Zufriedenheitsanalyse 2015



1	Studiendesign	5	5	HK als Interessenvertreter für die Wirtschaft	31
2	Kontakte zur HK	9	6	HK Image	36
3	HK-Informationsangebote	20	7	Mitgliederzufriedenheit und Verbesserungsmöglichkeiten	41
4	HK-Dienstleistungen	24			



Studiensteckbrief

Wahrnehmungs- und Zufriedenheitsanalyse 2015



Institut	TNS Emnid
Methode	Telefonbefragung (CATI ad hoc)
Grundgesamtheit	Mitgliedsunternehmen der Handelskammer Hamburg
Zielgruppe	Personen der ersten oder zweiten Führungsebene. Entscheidend war im Zweifelsfall, wer den engsten Kontakt zur HK hält. In kleineren Unternehmen bzw. in „Ein-Mann-Betrieben“ wurde im Regelfall der Inhaber bzw. Eigentümer befragt.
Stichprobengröße	n = 504
Erhebungszeitraum der aktuellen Untersuchung	27. Januar bis 20. Februar 2015
Vorangegangene Untersuchungen	1. Welle: April 2005 2. Welle: Januar 2009 3. Welle: Dezember 2011/ Januar 2012 4. Welle: September/ Oktober 2013



Erläuterungen

Disproportionale Unternehmensstichprobe



Die Befragung wurde mit **einem disproportionalen Stichprobenansatz** durchgeführt. Dadurch enthält die Stichprobe z.B. eine größere Anzahl von Unternehmen mit mehr als 20 Mitarbeitern, als es deren Anteil in der Grundgesamtheit entspricht. Damit sind auch in dieser Gruppe genügend Betriebe vorhanden, um sie getrennt von anderen Gruppen analysieren zu können.

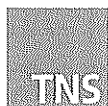
In den einzelnen Branchen wurden folgende Fallzahlen realisiert:

Ungewichtete Fallzahlen	Industrie	Handel	Dienstleistungen	Gesamt
KGTs	33	68	68	169
HR-/GR-Untern. bis 19 Mitarbeiter	56	56	56	168
HR-/GR-Untern. ab 20 Mitarbeitern	55	56	56	167
Gesamt	144	180	180	504

Um Aussagen über die Gesamtheit aller HK-Mitgliedsunternehmen treffen zu können, wurden die Ergebnisse proportional, also **repräsentativ gewichtet**.

Bei der Gewichtung wurde jedem Unternehmen ein mathematischer Faktor zugewiesen, der die Proportionalität der Unternehmensgrößenklassen und der Branchen wieder herstellt. So wurde das Gewicht der größeren Unternehmen durch die Gewichtung nach unten, das der kleineren Betriebe nach oben korrigiert. Ergebnis der proportionalen Gewichtung:

Gewichtete Fallzahlen	Industrie	Handel	Dienstleistungen	Gesamt
KGTs	27	57	188	271
HR-/GR-Untern. bis 19 Mitarbeiter	16	51	153	220
HR-/GR-Untern. ab 20 Mitarbeitern	2	3	8	13
Gesamt	45	111	348	504



Erläuterungen






Aufbau der Analysen im Bericht



Trendvergleiche

Die aktuelle Studie nimmt Bezug auf die Ergebnisse vorangegangener Untersuchungen. Zusätzlich sind die Ergebnisse der bundesweiten DIHK-Studie 2013 nachrichtlich enthalten. Trendvergleiche über den gesamten Zeitraum 2005 bis 2015 werden in der Regel als Liniendiagramm dargestellt.

Pfeilsymbole zeigen die Trendentwicklung 2013/2015 an. Ein **grünes Feld** steht dabei für eine günstige Veränderung gegenüber der Vorwelle, ein **rotes Feld** markiert eine ungünstige Veränderung. Zusätzlich zeigt die Pfeilrichtung die Stärke der Veränderung an.

-  starkes Plus (+6 Prozentpunkte und mehr)
-  leichtes Plus (+3 bis +5 Prozentpunkte)
-  etwa gleich (bis zu ± 2 Prozentpunkte)
-  leichtes Minus (-3 bis -5 Prozentpunkte)
-  starkes Minus (-6 Prozentpunkte und mehr)

Bei **negativen Sachverhalten** kehrt sich die Bedeutung der Trendpfeile um: **Roter Pfeil** = Zunahme, negativ zu werten; **grüner Pfeil** = rückläufiger Wert, positiv zu werten.

Bsp.: Der Anteil der Mitglieder, die bisher noch gar nicht mit der HK in Kontakt standen: Eine Zunahme ist hier negativ zu werten.

Rundungsdifferenzen & „Top-Two-Werte“

Da die ausgewiesenen Anteilswerte auf ganze Zahlen gerundet sind, kann es vorkommen, dass sie sich nicht zu 100% aufsummieren. Den Diagrammen liegen jedoch Zahlen mit Nachkommastellen zugrunde. Daher können bei gleicher ausgewiesener Zahl die Balkenlängen leicht variieren.

Ebenso können sogenannte „Top-Two-Werte“ (Addition von Kategorien, wie: „sehr zufrieden“ + „eher zufrieden“) von der Summe der dargestellten Einzelkategorien abweichen..

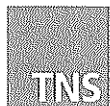
Mehrfachantworten

Bei Fragen mit mehreren möglichen Antwortoptionen können die aufaddierten Nennungen 100% überschreiten.

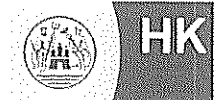


2

Kontakte zur HK

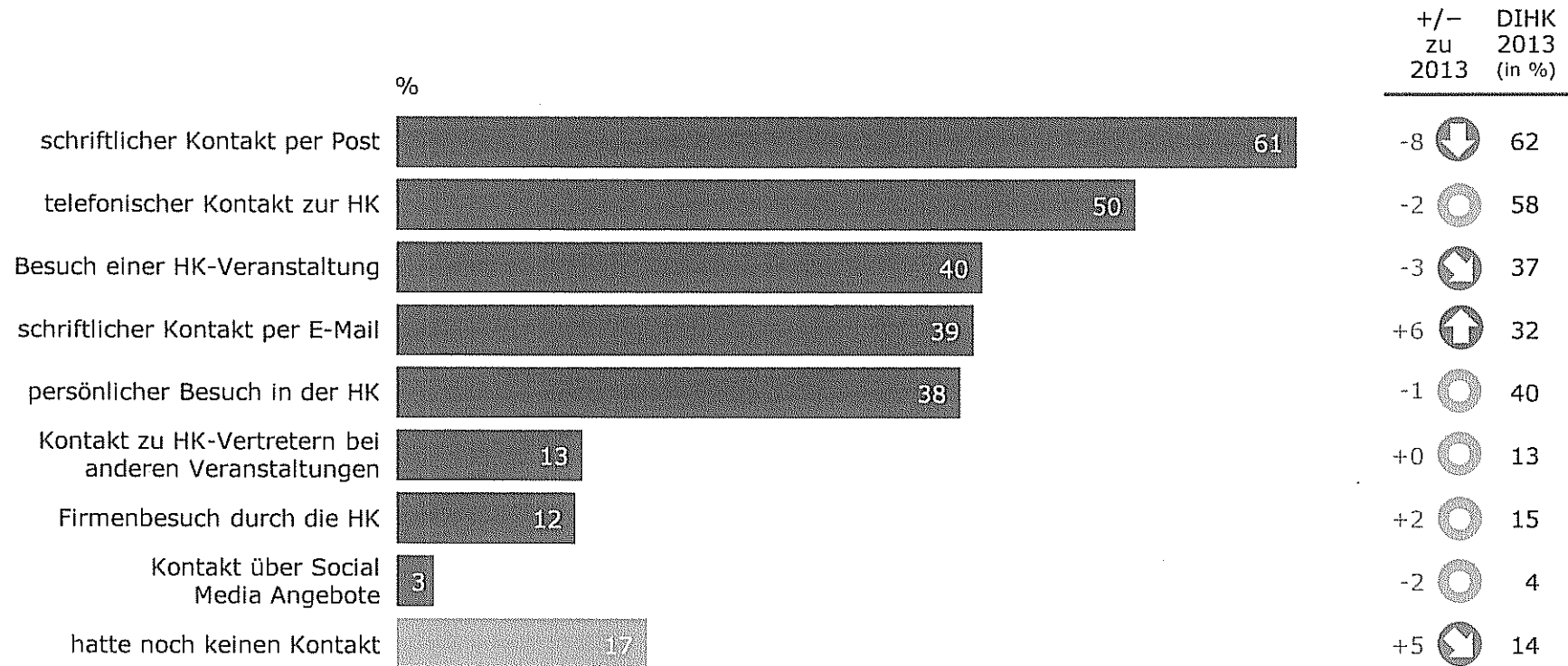


TNS Emnid



Bisher genutzte Kontaktwege

Postalischer Kontakt trotz Rückgang weiter an erster Stelle



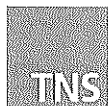
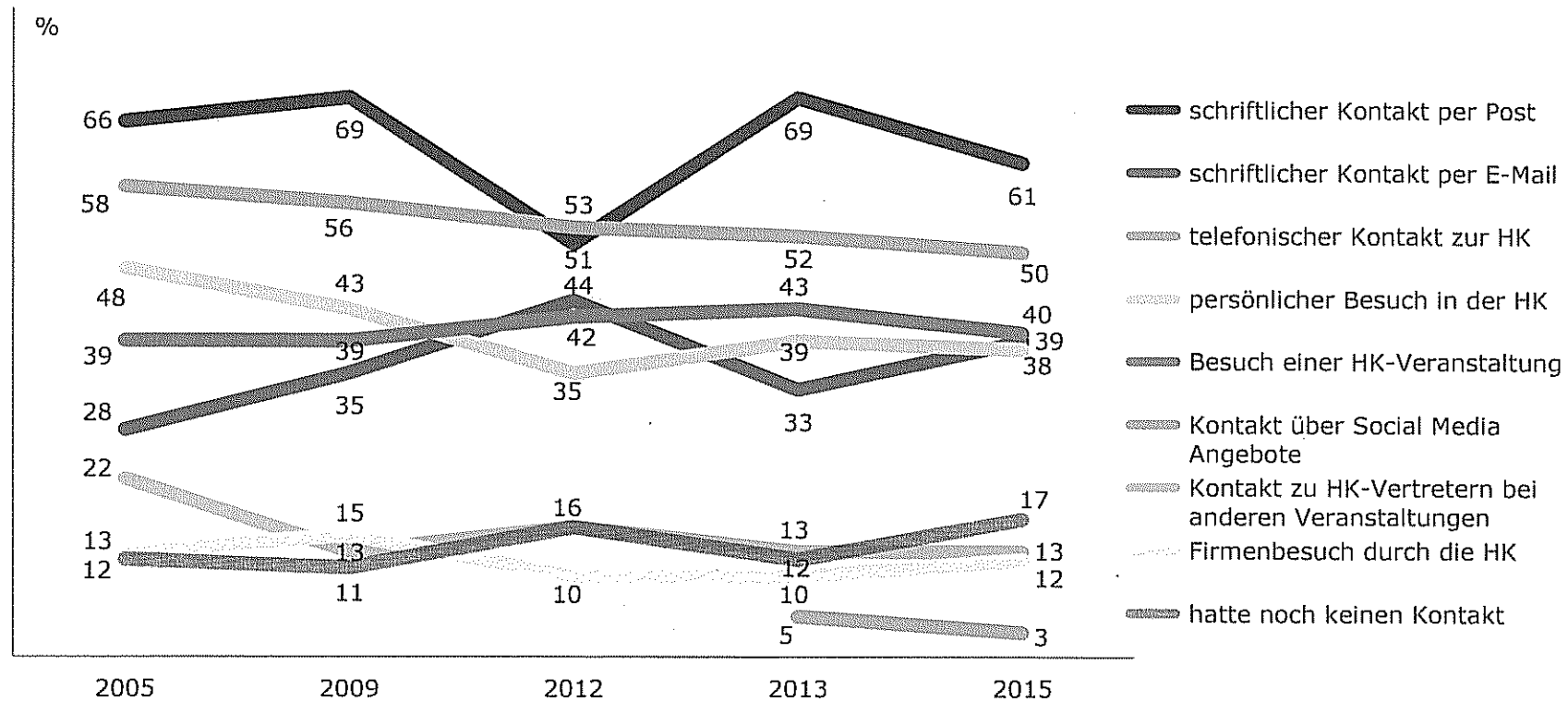
Mehrfachnennungen möglich

Frage: In welcher Form hatten Sie bisher Kontakt zu Ihrer HK?

Basis: 504 Mitgliedsunternehmen

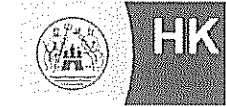
Bisher genutzte Kontaktwege | Trend

Positiver Langzeittrend für E-Mail-Kontakte



Kontakte zur HK: Genutzte Kontaktwege

Detailbetrachtung



- Die große Mehrzahl der HK-Mitglieder in Hamburg (83 Prozent) stand mit der zuständigen Kammer schon einmal in Kontakt. Im Vergleich mit der Erhebung im Jahr 2013 ist dies ein leichter Rückgang um 5 Prozentpunkte.
- Über die größte Reichweite verfügen weiterhin Telefon- und vor allem Postkontakte: 61 Prozent der Mitglieder standen nach eigener Aussage schon einmal postalisch in Kontakt zur HK und 50 Prozent per Telefon.
- Kontaktkanäle mittlerer Reichweite bleiben Besuche von HK-Veranstaltungen, der E-Mail-Verkehr und persönliche Besuche in der HK (zwischen 38 und 40 Prozent).
- Während der Anteil der Mitglieder mit Postkontakten im Vergleich zu 2013 um 8 Prozentpunkte gesunken ist, hatten mehr Mitglieder per E-Mail Kontakt zur HK (plus 6 Prozentpunkte). Dies gilt ganz besonders für die größeren HR-Unternehmen, von denen 72 Prozent im E-Mail-Austausch mit der HK standen (plus 13 Punkte).
- Der Anteil der Mitglieder ohne Kontakt zur HK sinkt mit zunehmender Betriebsgröße. Kleingewerbetreibende hatten mit 19 Prozent weiterhin am häufigsten noch nie Kontakt zur HK (2013: 15%). Bei kleinen HR-Unternehmen sind es aktuell 15 Prozent und damit ebenfalls etwas mehr als 2013 (damals 9%). Bei den größeren HR-Unternehmen hatte wie in allen Vorerhebungen nur eine kleine Minderheit keinen Kontakt zur HK (aktuell 3%).
- Im Langzeittrend löst die Kommunikation per E-Mail zumindest teilweise den Schriftverkehr per Post und die Kommunikation per Telefon ab. E-Mail-Kontakte sind der einzige Kontaktweg, auf dem mehr Mitglieder erreicht werden als vor 10 Jahren (plus 11 Prozentpunkte). Dennoch wird nicht das Niveau von Post- und Telefonkontakten erreicht.
- Am deutlichsten abgenommen haben im Vergleich zum Beginn der Messungen im Jahr 2005 persönliche Besuche in der HK (minus 10 Prozentpunkte), Kontakte zu HK-Vertretern bei anderen Veranstaltungen (minus 9 Punkte) und Telefonkontakte (minus 8 Punkte).
- Der Anteil der Mitglieder, die noch keinerlei Kontakt zur HK hatten, schwankt leicht im Laufe der Jahre, allerdings mit im Vergleich zu 2005 steigender Tendenz.

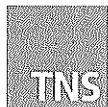
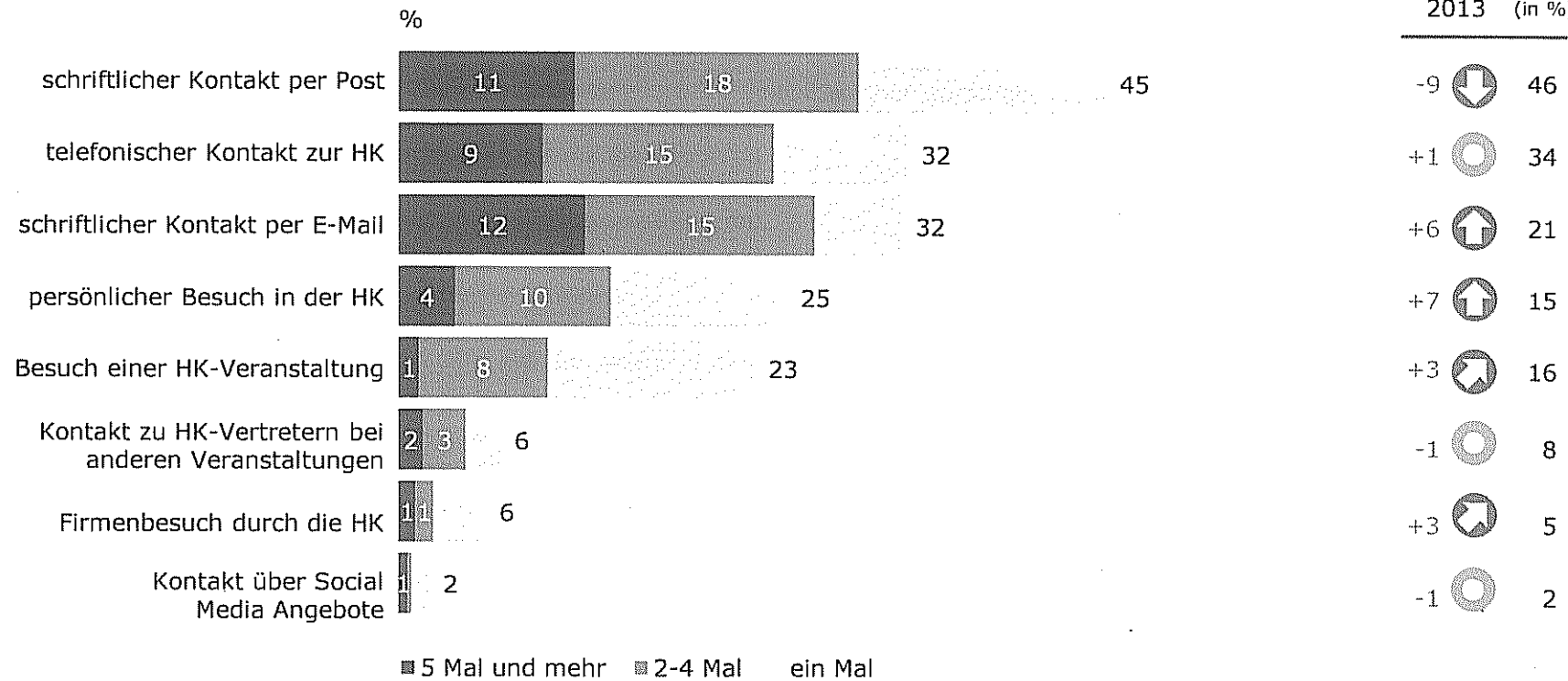
Kontakte der letzten 12 Monate

Eher positiver Trend – nur Postkontakte spürbar rückläufig



Mindestens ein Mal Kontakt

+/- DIHK
zu 2013
2013 (in %)

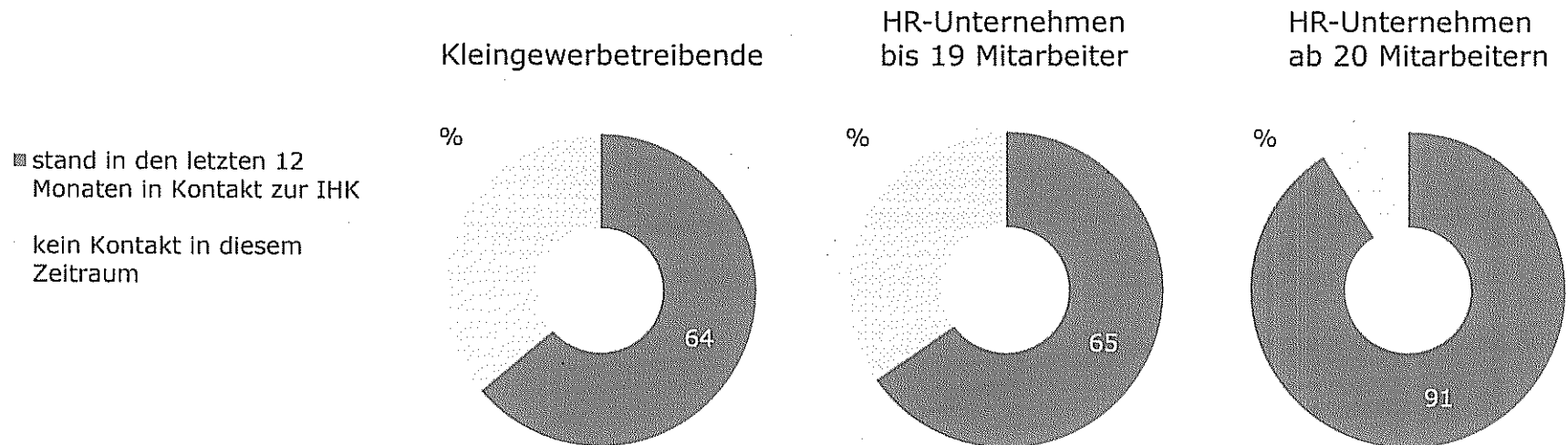


TNS Emnid
HK Hamburg
März 2015 | 13

Frage: Wenn Sie jetzt einmal an die letzten 12 Monate zurückdenken:
Wie häufig innerhalb der letzten 12 Monate haben / hatten Sie ...?
Basis: 504 Mitgliedsunternehmen

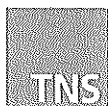
Kontakte der letzten 12 Monate | Betriebsgrößen

Kontaktzahl hängt stark von der Betriebsgröße ab,
positiver Trend vor allem bei größeren HR-Unternehmen



Durchschnittliche Kontaktzahl der letzten 12 Monate im Betriebsgrößenvergleich

Ihre HK 2015	5,0	6,6	18,3
Ihre HK 2013	3,8	8,0	12,1
Ihre HK 2012	9,2	5,3	20,3
Ihre HK 2009	5,1	10,1	16,2
DIHK 2013	2,8	8,6	16,1

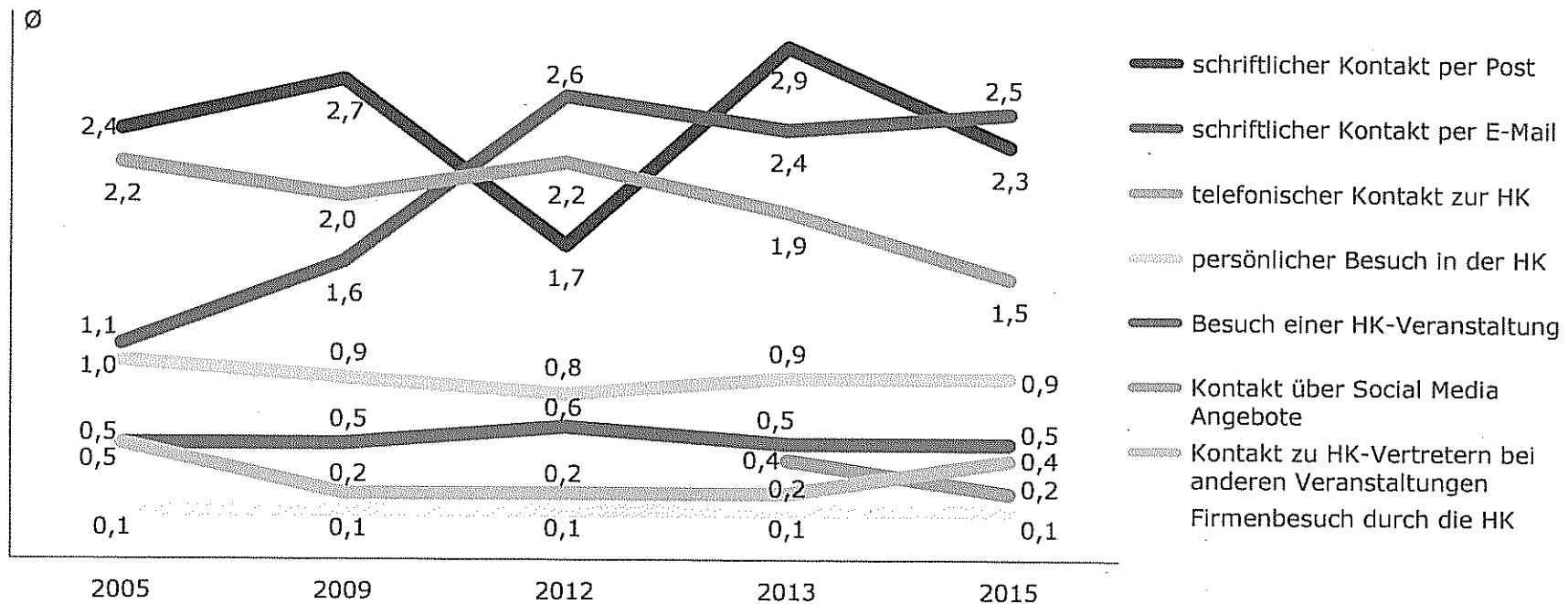
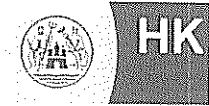


TNS Emnid
 HK Hamburg
 März 2015 | 14

Frage: Wenn Sie jetzt einmal an die letzten 12 Monate zurückdenken:
 Wie häufig innerhalb der letzten 12 Monate ...?
 Basis: 504 Mitgliedsunternehmen

Kontakthäufigkeit | Trend

Seit 2005 stärkster Anstieg bei E-Mail-Kontakten, deutlichste Abnahme bei Telefonkontakten



TNS Emnid
HK Hamburg
März 2015 | 15

Dargestellt: Durchschnittliche Kontaktzahl

Frage: Wenn Sie jetzt einmal an die letzten 12 Monate zurückdenken:
Wie häufig innerhalb der letzten 12 Monate haben / hatten Sie ...?

Kontakte der letzten 12 Monate

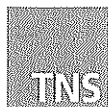
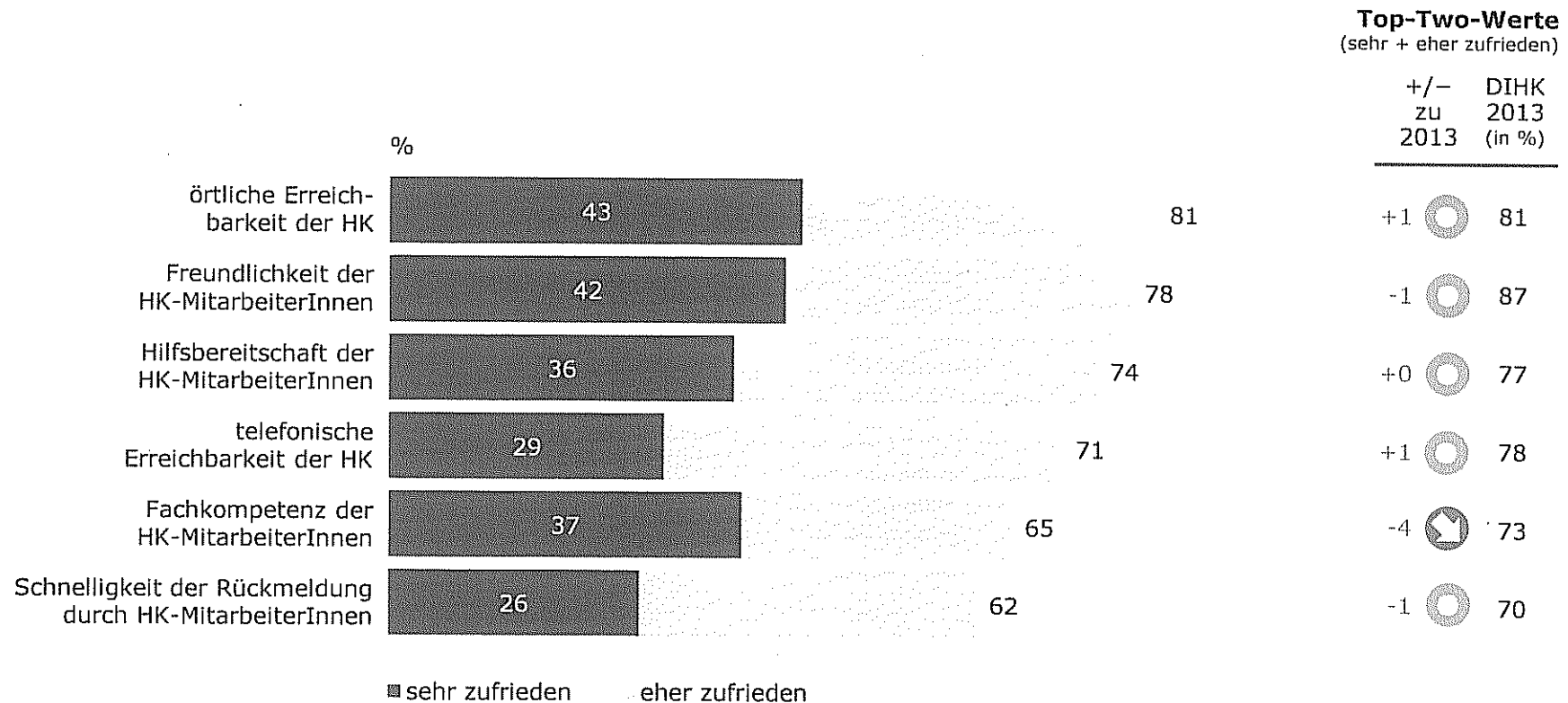
Detailbetrachtung



- Wird der Fokus auf die letzten zwölf Monate verengt, geben 65 Prozent der Mitglieder an, mit der HK in Kontakt gestanden zu haben – etwas weniger als 2013 (69 Prozent) und in den Erhebungen davor (73 bzw. 74 Prozent).
- Vier Kontaktwege konnten seit 2013 zulegen. Abgenommen hat seitdem nur der Anteil der Mitglieder mit postalischem Kontakt in den letzten zwölf Monaten (minus 9 Punkte).
- Grundsätzlich gilt nach wie vor: Je größer ein Unternehmen, desto häufiger steht es in Kontakt mit der HK und desto eher nutzt es die unterschiedlichen Möglichkeiten der Kontaktaufnahme.
- Bei den größeren HR-Unternehmen sind zwar gewisse Schwankungen im Zeitverlauf zu verzeichnen, allerdings auf sehr hohem Niveau. Zwischen 82 Prozent und 97 Prozent von ihnen hatten von 2009 bis 2015 in den jeweils letzten 12 Monaten Kontakt zur HK (aktuell 91%). Bei Kleingewerbetreibenden nahm der Anteil seit 2009 um 10 Prozentpunkte auf aktuell 64 Prozent ab, bei kleinen HR-Betrieben sogar um 16 Punkte von 81 Prozent auf nur noch 65 Prozent mit Kontakt zur HK in letzten 12 Monaten. Damit hatten HR-Unternehmen mit bis zu 20 Mitarbeitern nicht häufiger Kontakt zur HK als Kleingewerbetreibende. Der Abstand der HR-Unternehmen mit 20 und mehr Mitarbeitern zu den beiden anderen Betriebsgruppen ist damit aktuell wieder größer geworden.
- Was die *Zahl der Kontakte* in den letzten 12 Monaten anbelangt, so ist aktuell kein weiterer Abwärtstrend feststellbar: Pro Mitglied ergeben sich minimal mehr Kontakte als bei der letzten Erhebung 2013 (im Schnitt 6,0 Kontakte, 2013: 5,6 Kontakte, 2012: 8,1 Kontakte).
- Die durchschnittliche Kontaktrate liegt bei Kleingewerbetreibenden leicht höher und bei HR-Unternehmen mit 20 und mehr Mitarbeitern deutlich höher als 2013, während für HR-Betriebe mit weniger als 20 Mitarbeitern eine leichte Abnahme zu verzeichnen ist.
- Im Langzeittrend seit 2005 ist eine substantielle Frequenzerhöhung nur im Bereich E-Mail-Verkehr auszumachen. Telefonkontakte finden deutlich seltener statt als vor zehn Jahren. Alle anderen Kontaktwege sind mehr oder weniger konstant geblieben. Die größten Frequenzschwankungen hat der Postverkehr erfahren, der aktuell wieder etwa auf dem Niveau von 2005 liegt.

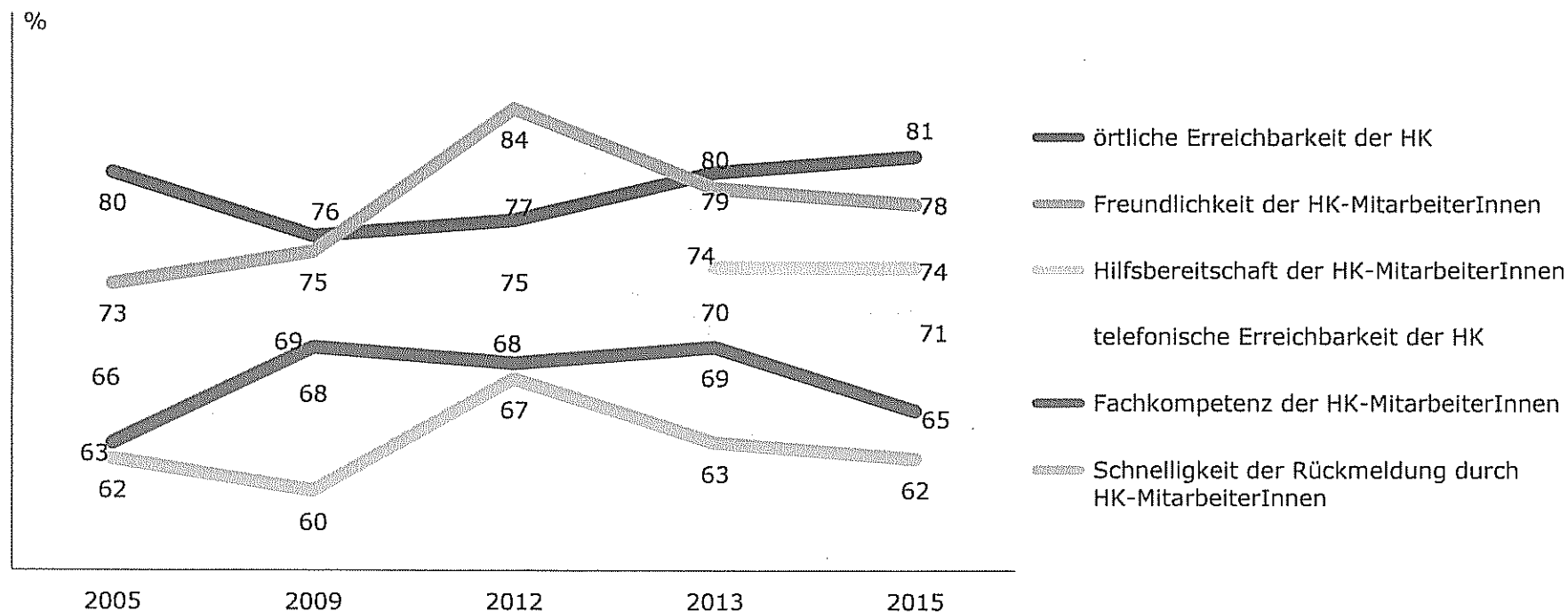
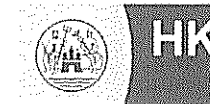
Zufriedenheit mit den HK-Kontakten

Stabiler Trend – nur Fachkompetenz leicht schlechter bewertet



Zufriedenheit mit den HK-Kontakten | Trend

Im Langzeittrend durchgängig hohe oder gesteigerte Servicequalität



TNS Emnid
 HK Hamburg
 März 2015 | 18

Dargestellt: Top-Two-Werte („sehr“ + „eher zufrieden“)

Frage: Wenn Sie jetzt bitte noch einmal an Ihre Kontakte mit der HK denken. Wie beurteilen Sie die ... ?

Basis: Mitgliedsunternehmen, die bereits mit der HK in Verbindung standen

Kontakte zur HK: Zufriedenheit

Detailbetrachtung



- Wer Kontakt zur HK Hamburg hatte, ist mit der gebotenen Servicequalität in hohem Maße zufrieden. Das gilt nach wie vor für alle abgefragten Facetten.
- Unter den abgefragten Service-Eigenschaften erreichen die örtliche Erreichbarkeit der HK (81 Prozent) und die Mitarbeiterfreundlichkeit (78 Prozent) weiterhin die höchsten Zufriedenheitswerte.
- Die Bewertung durch die Mitglieder ist seit 2013 konstant. Einzige Ausnahme bildet die Fachkompetenz der HK-MitarbeiterInnen, die etwas schlechter abschneidet. Das gilt allerdings nicht in Bezug auf die Einschätzung der Mitglieder mit dem häufigsten Kontakt zur HK, die größeren HR-Unternehmen. Positiv zu verzeichnen ist zudem, dass sich quer über alle Betriebstypen bzw. -größen aktuell mehr Mitglieder „sehr“ zufrieden mit der Fachkompetenz äußern (plus 5 Prozentpunkte).
- Insgesamt ist die Beurteilung der Serviceeigenschaften seit 2013 auch innerhalb der drei Unternehmensgruppen recht stabil. Erwähnenswert ist eine höhere Zufriedenheit der größeren HR-Unternehmen mit Schnelligkeit der Rückmeldung und telefonischer Erreichbarkeit (plus 8 bzw. 6 Punkte).
- Im Vergleich der Betriebstypen und -größen zeigen sich kleine HR-Betriebe und – stärker noch – Kleingewerbetreibende weniger häufig zufrieden mit der Servicequalität. Dies beruht jedoch in erster Linie nicht auf einem höheren Anteil Unzufriedener – vielmehr trauen sich Vertreter dieser Betriebe häufiger kein Urteil zu als jene aus größeren Unternehmen.
- Im Vergleich mit der ersten Erhebung im Jahr 2005 werden die Mitarbeiter-Freundlichkeit und die telefonische Erreichbarkeit um jeweils 5 Prozentpunkte besser bewertet. Alle anderen Serviceeigenschaften schneiden konstant ab.
- Der Anteil der explizit unzufriedenen Mitglieder ist über alle Eigenschaften hinweg äußerst niedrig (maximal 7 Prozent). Seit Beginn der Messungen hat er insbesondere in beiden Gruppen von HR-Betrieben bei einigen Eigenschaften abgenommen.

3

HK-Informationsangebote

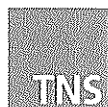
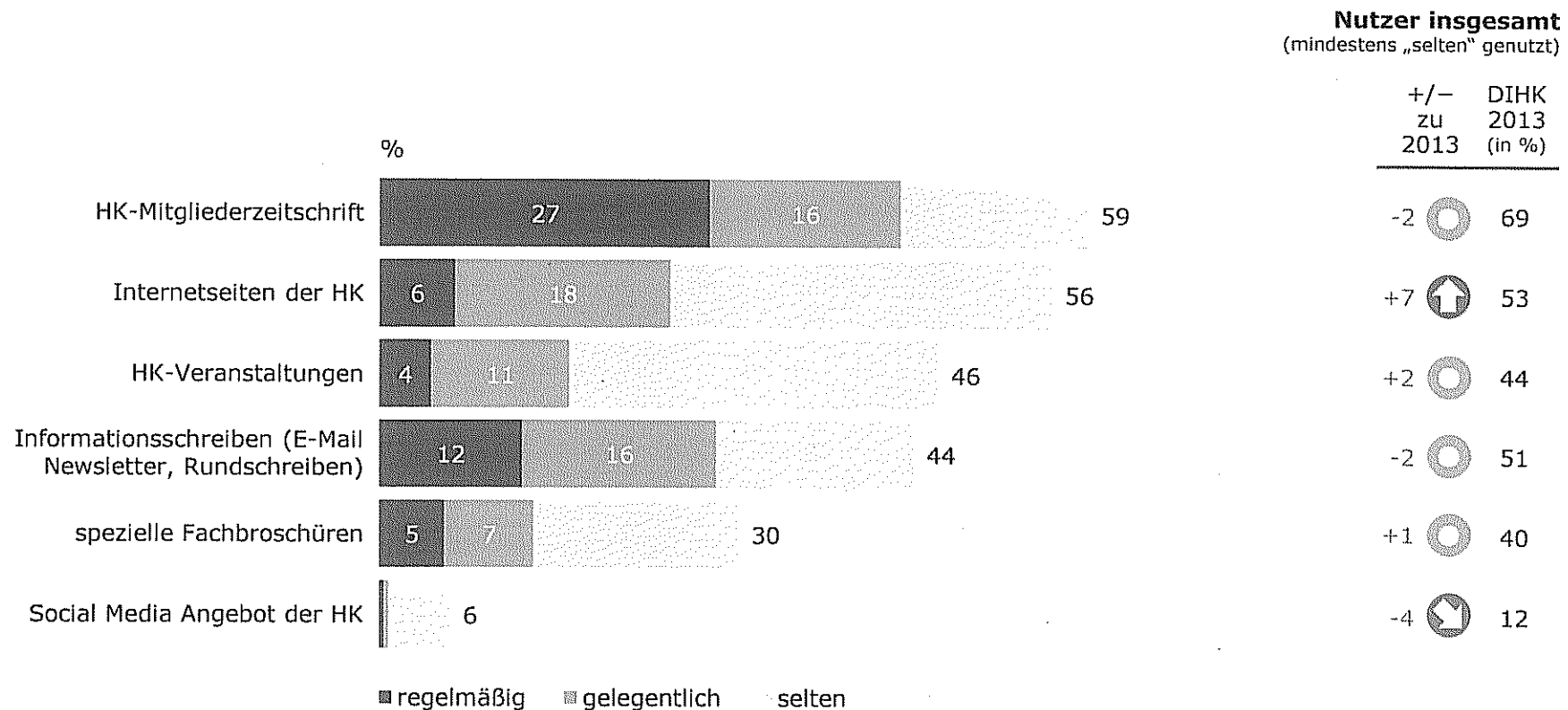


TNS Emnid



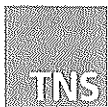
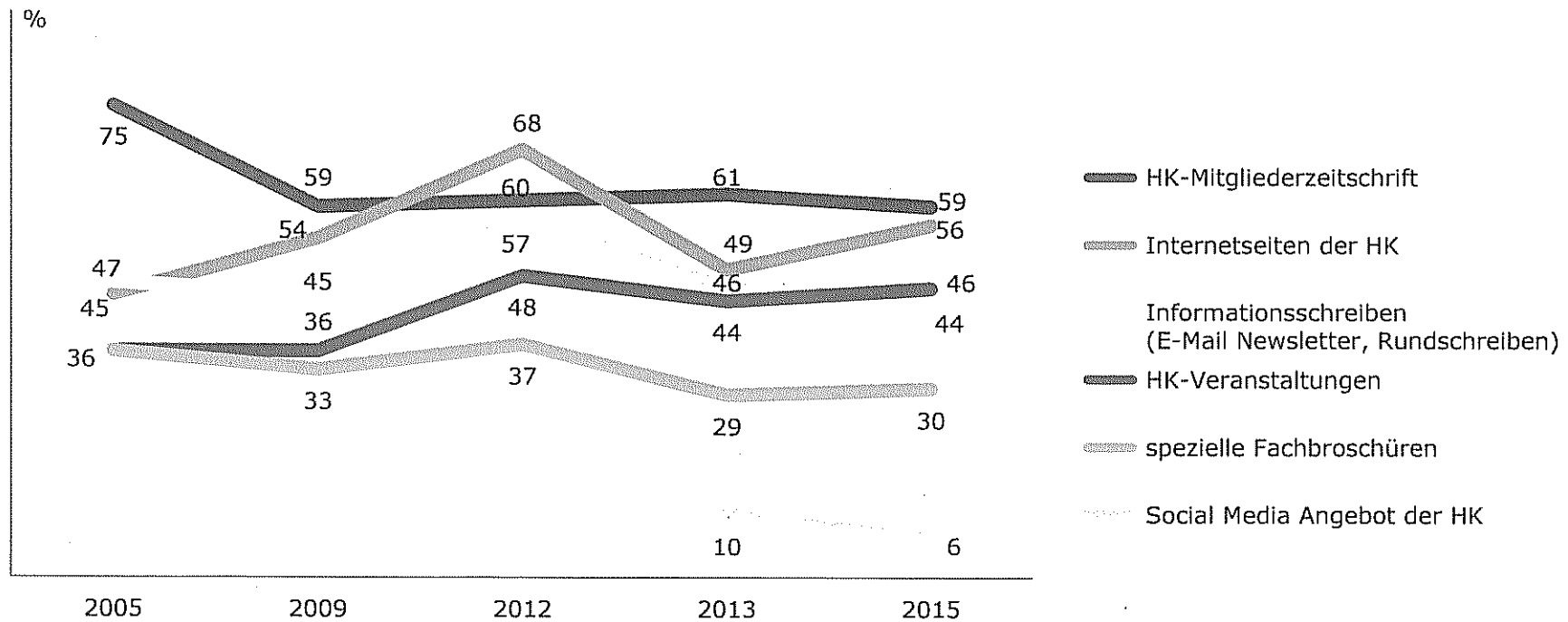
HK-Informationsangebote: Nutzung

Internetseiten erreichen fast so viele Mitglieder wie das HK-Magazin



HK-Informationsangebote: Nutzung | Trend

Seit 2005 Reichweitzenzuwachs bei Internetseiten und HK-Veranstaltungen



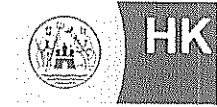
TNS Emnid
 HK Hamburg
 März 2015 | 22

Dargestellt: Nutzer insgesamt (mindestens „selten“ genutzt)

Frage: Nun geht es um verschiedene Informationsangebote, die Ihre HK für Mitglieder bereithält. Ich würde gerne zunächst von Ihnen wissen, welche dieser Informationsangebote Sie persönlich nutzen. Wie häufig nutzen Sie persönlich...?

HK-Informationsangebote

Detailbetrachtung



- Die HK-Mitgliederzeitschrift ist nach wie vor das Instrument, mit dem die meisten Mitglieder erreicht werden (59 Prozent), auch wenn die Internetseiten der HK deutlich aufgeholt haben und, was den Anteil aller Nutzer angeht, mit 56 Prozent nur noch knapp hinter dem HK-Magazin rangieren. Hinsichtlich der regelmäßigen Nutzung steht die Zeitschrift nach wie vor auf Platz 1 (27 Prozent).
- Vergleichsweise gut angenommen werden unverändert auch HK-Veranstaltungen (46 Prozent) und Informationsschreiben (44 Prozent).
- In der Regel gilt: Je größer das Unternehmen, desto häufiger werden Informationsangebote genutzt. Das HK-Magazin ist das einzige Angebot, bei dem die Nutzeranteile unter größeren HR-Unternehmen nicht mit Abstand am höchsten sind.
- Im Langzeittrend seit 2005 haben die Mitgliederzeitschrift (minus 16 Punkte) und in geringerem Umfang auch spezielle Fachbroschüren (minus 6 Punkte) an Bedeutung eingebüßt, allerdings umso weniger, je größer das Unternehmen ist. Kleingewerbetreibende verloren in den letzten zehn Jahren überdurchschnittlich häufig das Interesse an diesen beiden Informationsmedien.
- Die Homepage der HK (plus 11 Punkte) und HK-Veranstaltungen (plus 10 Punkte) werden von deutlich mehr Mitgliedern genutzt als vor 10 Jahren.
- Die Internetseiten konnten hinsichtlich des Anteils der Nutzer insgesamt (inklusive seltene Nutzer) zwar in allen Unternehmensgruppen zulegen, aber regelmäßige und gelegentliche Nutzer wurden vor allem in größeren HR-Unternehmen gewonnen (seit 2005 Anstieg um 25 Prozentpunkte auf 64 Prozent mindestens gelegentliche Nutzer).
- In Bezug auf die HK-Veranstaltungen dagegen ist das Nutzungsverhalten der HR-Unternehmen über die Jahre vergleichsweise konstant. Vor allem kontinuierlich mehr Kleingewerbetreibende besuchen HK-Veranstaltungen zumindest selten (2005: 23%, 2015: 46% Nutzer).

4

HK-Dienstleistungen



TNS Emnid



HK-Dienstleistungen

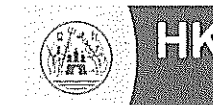
Wortlaut der abgefragten Services



Aus Platzgründen werden die elf HK-Dienstleistungen, zu denen Nutzungswertungen erhoben wurden, auf den folgenden Seiten meist nicht vollständig ausgeschrieben – stattdessen werden **Kurzbezeichnungen** verwendet. Deshalb sind an dieser Stelle alle Services im **Wortlaut des Fragebogens** aufgelistet.

HK-Dienstleistungsbereich	In der Mitgliederbefragung untersuchte HK-Services (Wortlaut)
Existenzgründung und Unternehmensförderung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Existenzgründungsberatung ▪ Hilfe in betrieblichen Krisensituationen, z.B. bei Finanzierungs- oder Nachfolgeproblemen
Berufliche Bildung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausbildungs- und Weiterbildungsberatung ▪ Durchführung von Ausbildungs- und Weiterbildungsprüfungen
Innovation & Umwelt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Beratung zu neuen Informationstechnologien, Technologie- und Innovationsberatung ▪ Umwelt- und Energieberatung
International	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erstellung von Ursprungszeugnissen und Beglaubigungen, Export- und Außenwirtschaftsberatung
Recht & Steuern	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Auskünfte in Steuer- und Rechtsfragen
Sonstiges	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Seminare und Lehrgänge zu unternehmensrelevanten Themen ▪ Adress- und Handelsregisterauskünfte ▪ Benennung von Sachverständigen

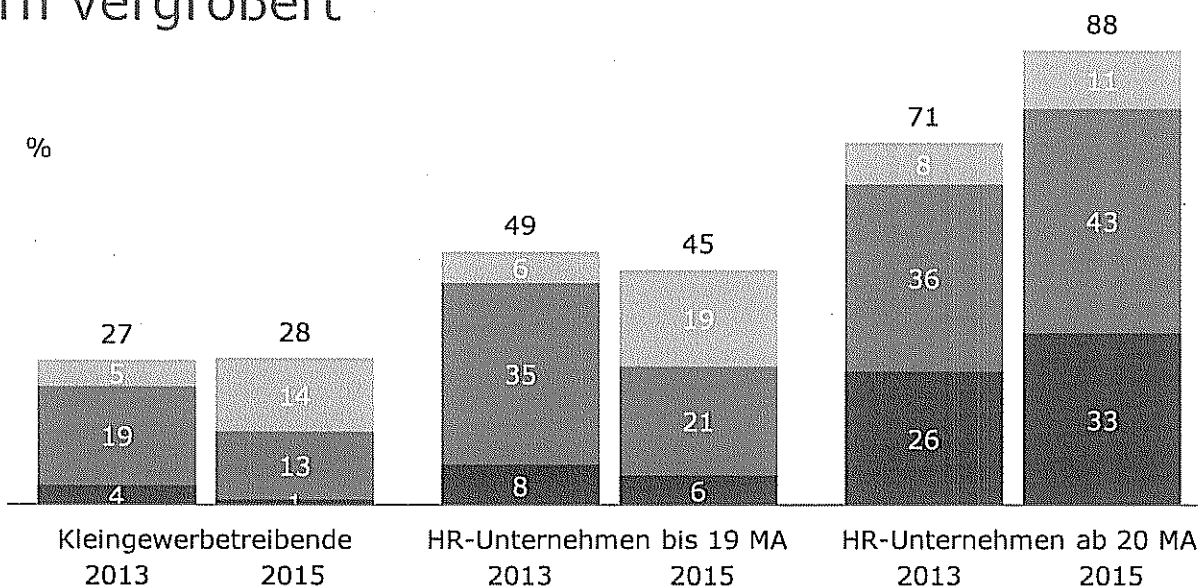
HK-Dienstleistungen: Nutzung | Betriebsgröße



Je größer das Unternehmen, desto häufiger werden Dienstleistungen genutzt – Abstand der HR-Unternehmen ab 20 Mitarbeitern vergrößert

Anzahl der in den vergangenen 12 Monaten genutzten HK-Dienstleistungen:

- 1 Mal
- 2 bis 9 Mal
- 10 Mal und mehr



Durchschnittliche Dienstleistungsnutzung der letzten 12 Monate im Betriebsgrößenvergleich

Ihre HK 2015	0,9	2,4	10,6
Ihre HK 2013	1,7	4,4	10,0
Ihre HK 2012	0,9	6,1	14,1
Ihre HK 2009	1,4	3,8	11,2
DIHK 2013	1,5	5,4	16,9



TNS Emnid
HK Hamburg
März 2015 | 26

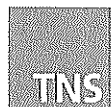
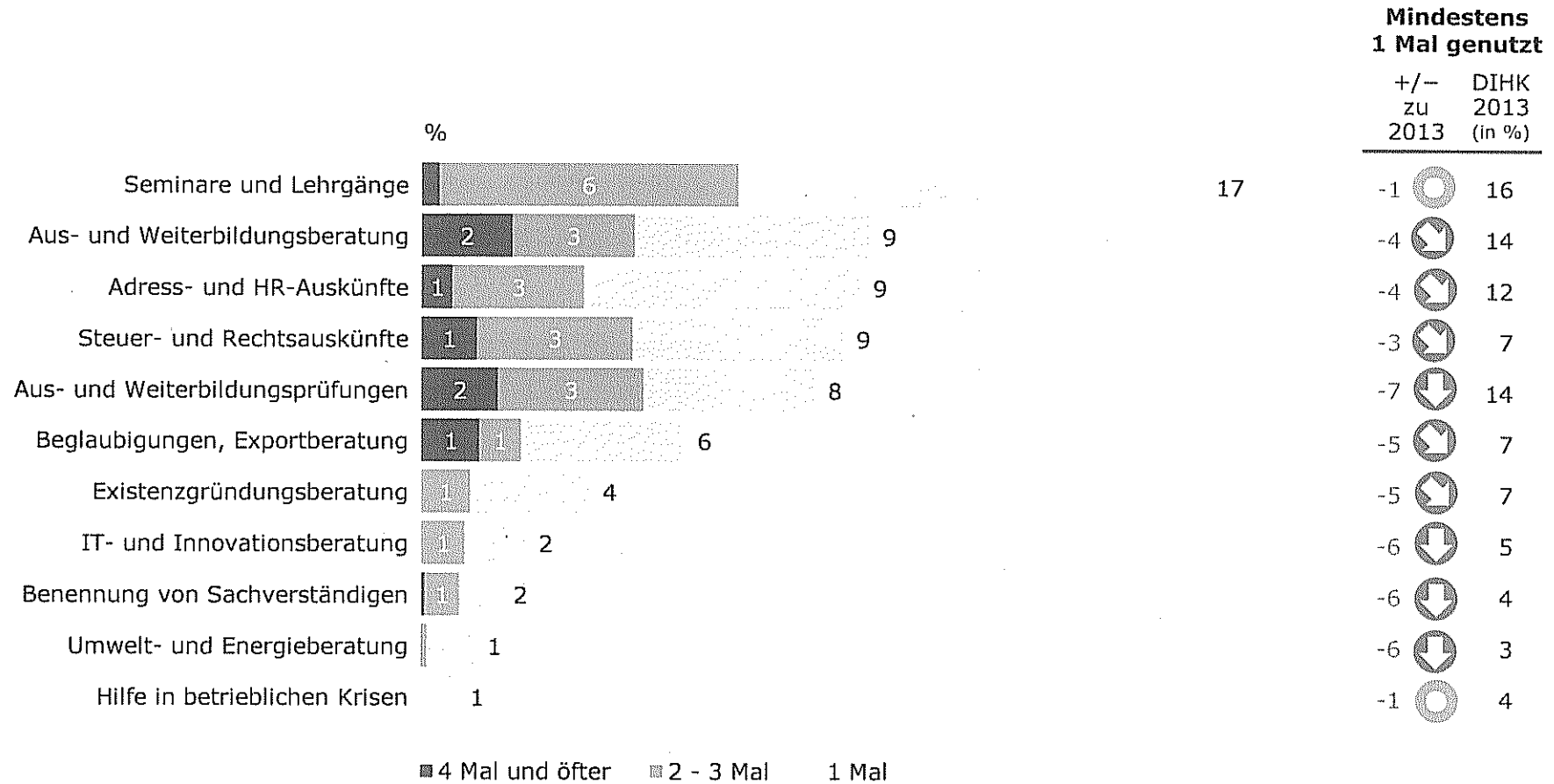
Übersicht: Summe der genutzten Dienstleistungen in den letzten 12 Monaten

Frage: Und wie oft haben Sie und Ihre Mitarbeiter schätzungsweise in den letzten zwölf Monaten ... in Anspruch genommen?

Basis: 504 Mitgliedsunternehmen

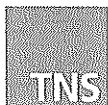
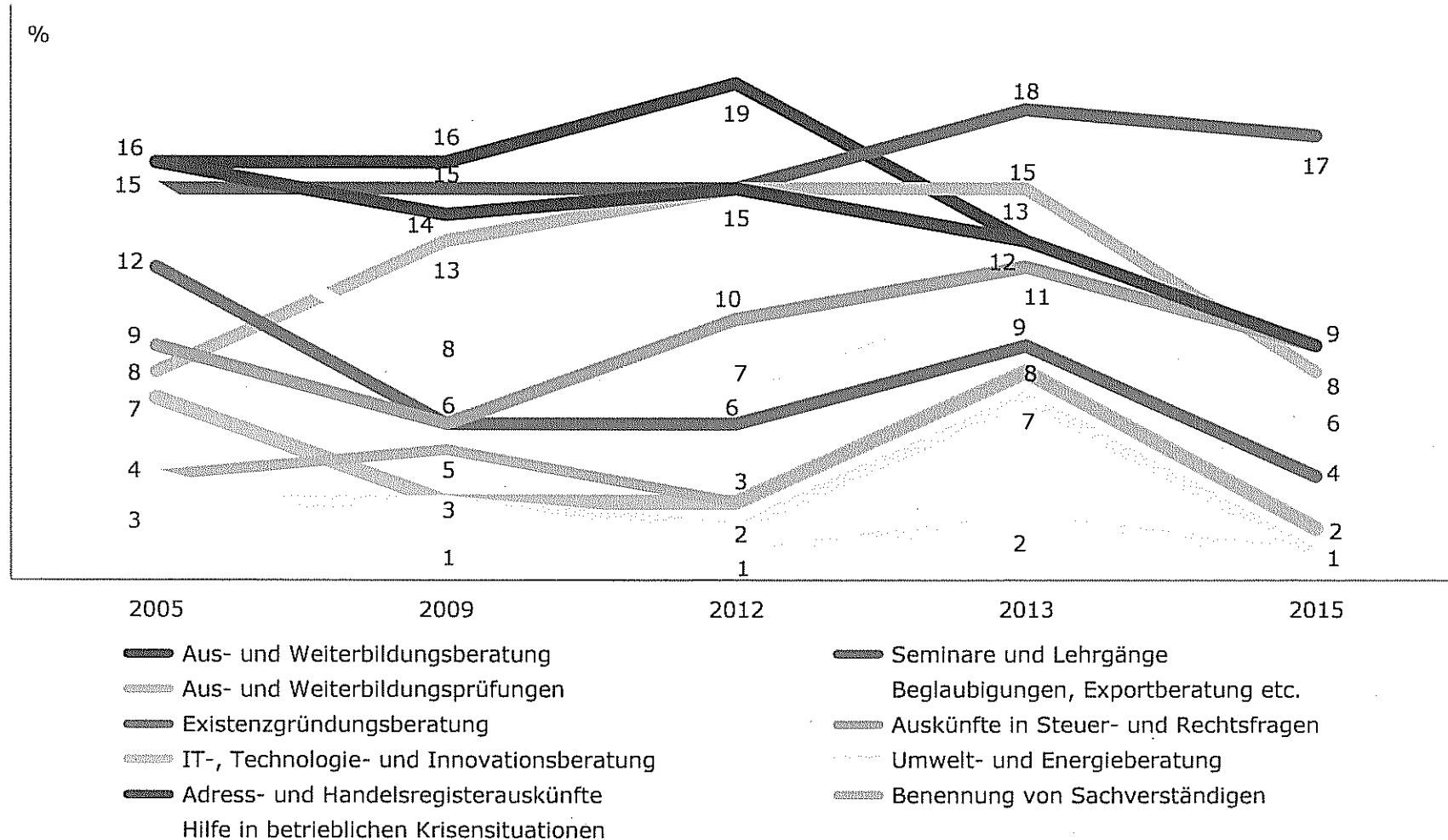
HK-Dienstleistungen: Nutzung

Seminare und Lehrgänge unverändert an der Spitze



HK-Dienstleistungen: Nutzung | Trend

Im Langzeittrend stabile oder rückläufige Nutzeranteile



TNS Emnid

HK Hamburg

März 2015 | 28

Dargestellt: Anteil der Mitglieder, die die betreffende Leistung mindestens ein Mal genutzt haben

Frage: Und wie oft haben Sie und Ihre Mitarbeiter schätzungsweise in den letzten zwölf Monaten ... in Anspruch genommen?

HK-Dienstleistungen: Nutzung

Detailbetrachtung I



- Insgesamt 37 Prozent der Mitgliedsunternehmen haben in den letzten zwölf Monaten Dienstleistungen der HK Hamburg in Anspruch genommen. Das entspricht dem Ergebnis von 2013.
- Ein gutes Viertel der Kleingewerbetreibenden – etwa so viele wie vor eineinhalb Jahren – hat in den letzten zwölf Monaten mindestens einmal Dienstleistungsangebote der Kammer genutzt. Bei den kleineren HR-Unternehmen sind es mit 45 Prozent etwas weniger als zuvor, während bei größeren HR-Unternehmen der Nutzeranteil deutlich auf 88 Prozent (plus 17 Prozentpunkte) und damit auf den höchsten Wert seit 2009 gestiegen ist. Dagegen ist der Nutzeranteil für Kleingewerbetreibende und HR-Betriebe mit weniger als 20 Mitarbeitern seit 2009 gesunken (minus 8 bzw. 9 Prozentpunkte). Auffällig ist auch die zunehmende Zahl kleiner HR-Betriebe und Kleingewerbetreibender, die nur ein einziges Angebot im Laufe der letzten 12 Monate in Anspruch genommen haben.
- Bei Betrachtung der Nutzeranteile einzelner Dienstleistungen stehen Seminare und Lehrgänge mit 17 Prozent unangefochten auf Rang 1.
- Der auf den ersten Blick im Vergleich zu 2013 auffällige Rückgang der Nutzeranteile bei neun der elf Leistungen relativiert sich, wenn die Erhebung aus dem Jahr 2012 in die Betrachtung einbezogen wird. Bei etlichen Dienstleistungen wird lediglich wieder das Niveau von 2012 erreicht.
- Im Vergleich mit 2012 haben nur drei Dienstleistungen Nutzer verloren: die Aus- und Weiterbildungsberatung (minus 10 Punkte), die Durchführung von Aus- und Weiterbildungsprüfungen (minus 7 Punkte) sowie Adress- und HR-Auskünfte (minus 6 Punkte).
- Der Anteil der Ausbildungsbetriebe ist im Vergleich zu 2013 leicht gesunken, insbesondere unter kleinen HR-Betrieben (minus 7 Punkte). Zudem bezieht sich die Frage „Ausbildungsbetrieb ja/nein“ darauf, ob sich das Unternehmen generell als Ausbildungsbetrieb einstuft und nicht, ob aktuell ausgebildet wird und damit Bedarf an ausbildungsbezogenen Leistungen besteht.

HK-Dienstleistungen: Nutzung

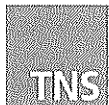
Detailbetrachtung II



- Auch im Langzeittrend wird ersichtlich, dass einige Dienstleistungen 2013 besonders gut abschneiden und die aktuellen Nutzeranteile überwiegend nicht oder nur geringfügig unter dem Niveau vorangegangener Untersuchungen liegen.
- Insgesamt sind größere HR-Unternehmen weniger von einer Abnahme der Dienstleistungsnutzung betroffen und Kleingewerbetreibende vor allem in Bezug auf die ausbildungsbezogenen Leistungen. Es sind insbesondere die kleinen HR-Unternehmen, die in den letzten 12 Monaten im Vergleich zu 2012 UND 2013 seltener HK-Dienstleistungen in Anspruch genommen haben.
- Im Durchschnitt wurden von jedem Kammermitglied in den vergangenen zwölf Monaten 1,8 HK-Dienstleistungen in Anspruch genommen – in den Vorerhebungen lag dieser Wert zwischen 2,8 und 3,1.
- Nach wie vor sind große Unterschiede je nach Unternehmenstyp und -größe erkennbar (zwischen 0,9 und 10,6). Der Anstieg des Anteils der Einmalnutzer unter Kleingewerbetreibenden und kleinen HR-Betrieben spiegelt sich in einer niedrigeren durchschnittlichen Nutzungsrate in diesen beiden Gruppen im Vergleich zur Vorerhebung. Größere HR-Unternehmen haben im Schnitt minimal häufiger HK-Angebote genutzt als 2013.

5

HK als Interessenvertreter für die Wirtschaft

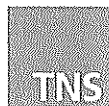
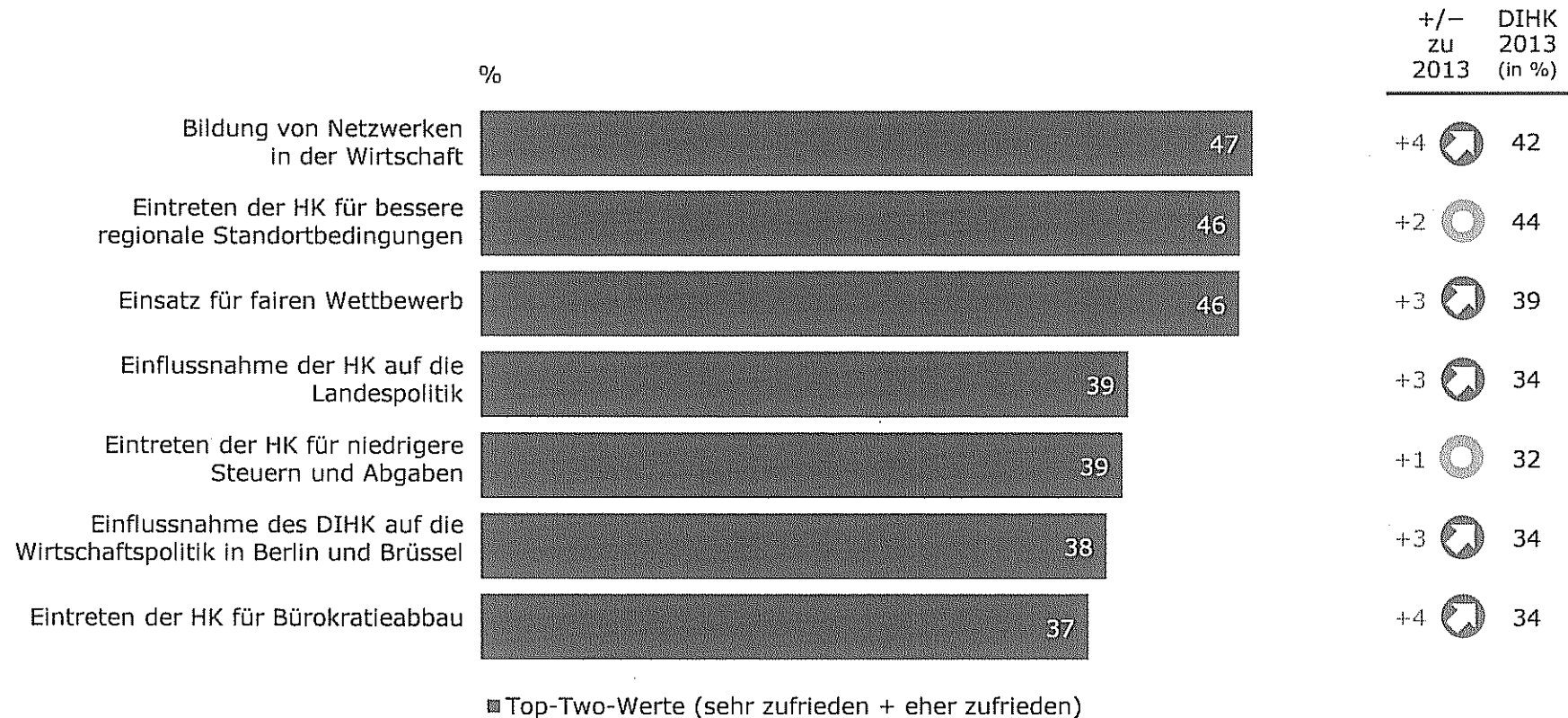


TNS Emnid



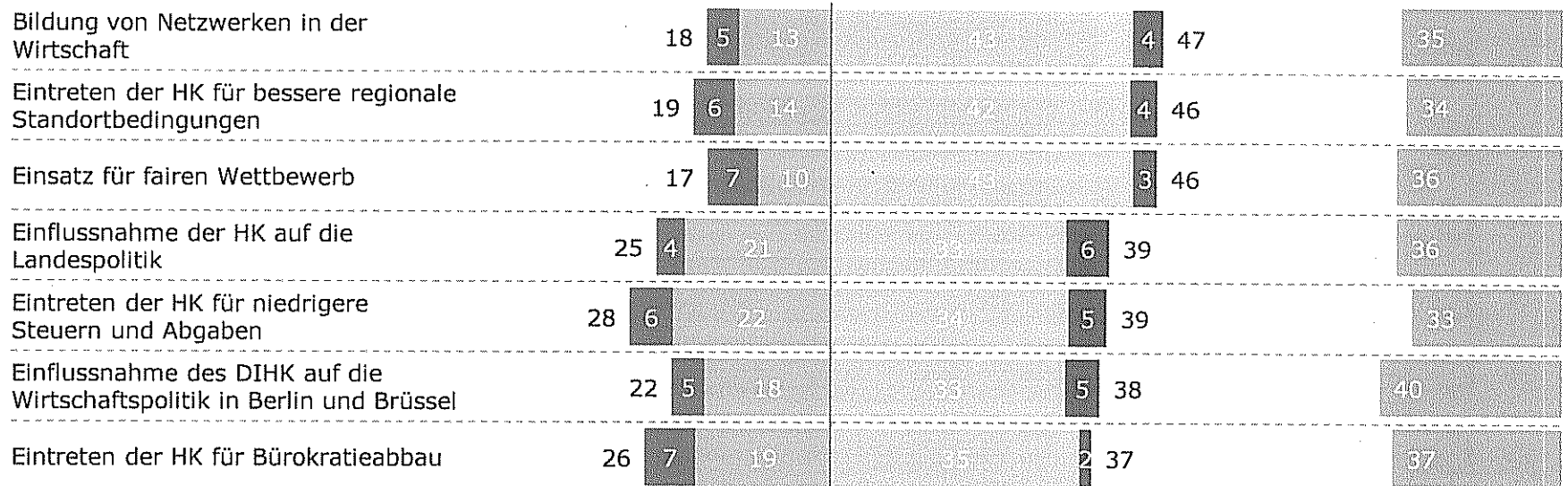
HK-Interessenvertretung: Zufriedenheit

Leicht positive Tendenzen



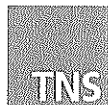
HK-Interessenvertretung: Zufriedenheit | Im Detail

Positive Stimmen überwiegen durchgehend



sehr unzufrieden
 eher unzufrieden
 eher zufrieden
 sehr zufrieden
 weiß nicht, keine Angabe

in %



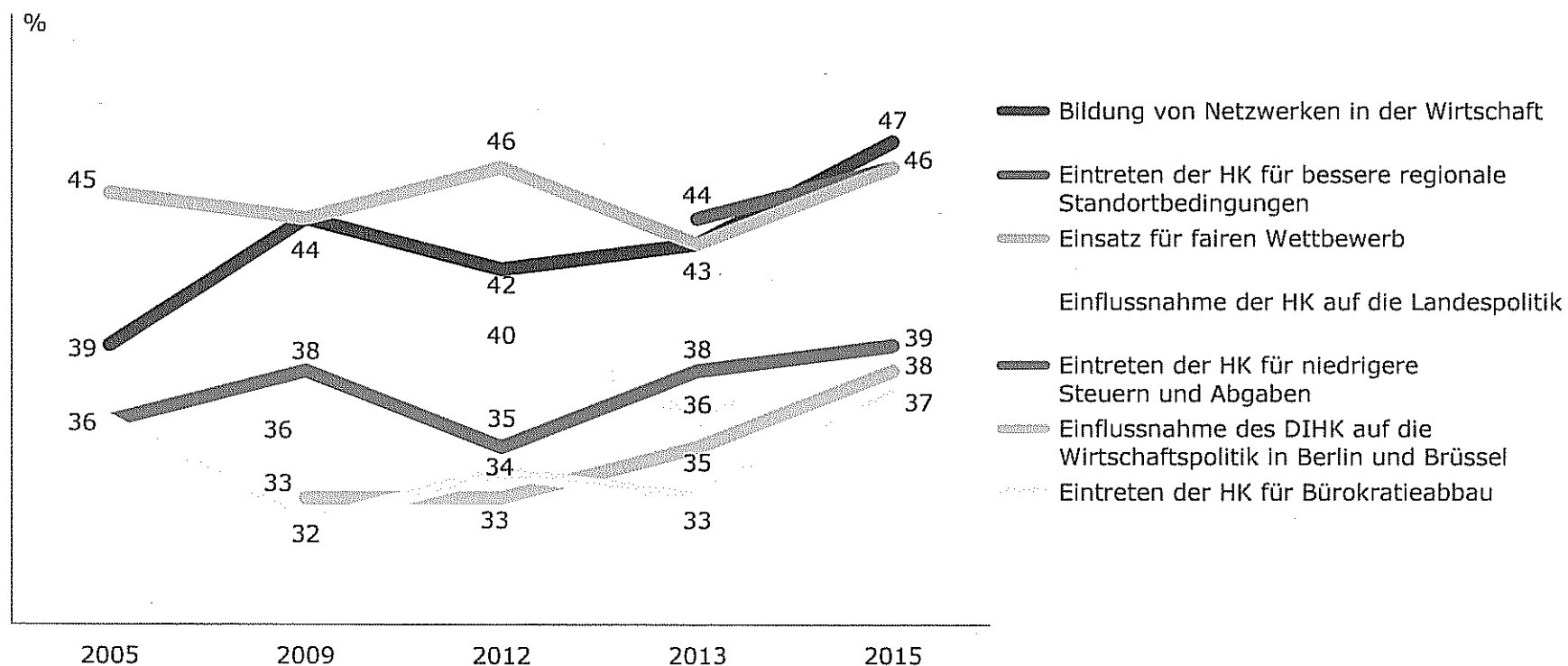
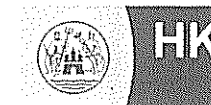
TNS Emnid
HK Hamburg
März 2015 | 33

Frage: Jetzt hätte ich gerne von Ihnen gewusst, wie Sie bestimmte Aspekte der Interessenvertretung durch die HK bewerten. Sagen Sie mir bitte jeweils, wie zufrieden Sie mit der HK bezüglich dieses Aspektes sind.

Basis: 504 Mitgliedsunternehmen

HK-Interessenvertretung: Zufriedenheit | Trend

Stabiler oder positiver Trend – am deutlichsten für
Netzwerkbildung



TNS Emnid

HK Hamburg

März 2015 | 34

Dargestellt: Top-Two-Werte („sehr“ + eher zufrieden“)

Frage: Jetzt hätte ich gerne von Ihnen gewusst, wie Sie bestimmte Aspekte der Interessenvertretung durch die HK bewerten. Sagen Sie mir bitte jeweils, wie zufrieden Sie mit der HK bezüglich dieses Aspektes sind.

HK-Interessenvertretung: Zufriedenheit

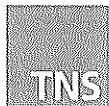
Detailbetrachtung



- Wie in den vergangenen Jahren fällt den Mitgliedern die Bewertung der Interessenvertretung durch ihre HK generell schwer. Fast durchgehend traut sich jeweils mindestens ein Drittel kein Urteil zu. Folglich bekunden vergleichsweise wenige Befragte ihre Zufriedenheit – allerdings mit positiver Tendenz seit 2013 bei fünf von sieben Aspekten.
- Wie vor knapp zwei Jahren erreichen drei Aspekte Zufriedenheitswerte von über 40 Prozent: Bildung von Netzwerken, Einsatz für fairen Wettbewerb und Eintreten für bessere Standortbedingungen.
- Aktuell überwiegen bei allen Aspekten der Interessenvertretung durch die HK Hamburg die Befürworter die kritischen Stimmen, und zwar durchgehend mit zweistelligem Abstand (zwischen 11 und 29 Prozentpunkte Differenz).
- Auch im Langzeittrend schneiden die drei aktuell am besten bewerteten Aspekte durchgehend besser ab als die übrigen Bereiche.
- Seit 2005 bzw. 2009 – je nachdem, seit wann erhoben wurde – konnten vier Aspekte zulegen. Insbesondere der Beitrag der HK zur Netzwerkbildung stimmt mehr Mitglieder zufrieden als vor 10 Jahren (plus 8 Punkte).
- Anders als beim Aspekt Netzwerkbildung und bei der ebenfalls gestiegenen Zufriedenheit mit der Einflussnahme des DIHK auf die Wirtschaftspolitik in Berlin und Brüssel (plus 5 Punkte) ist hinsichtlich der Einflussnahme der HK auf die Landespolitik und des Eintretens der HK für niedrigere Steuern und Abgaben (jeweils plus 3 Punkte seit 2009 bzw. 2005) kein eindeutiger Aufwärtstrend erkennbar.
- Die restlichen drei Aspekte weisen im Langzeittrend eine stabile Bilanz auf: der Einsatz der HK für fairen Wettbewerb und Bürokratieabbau – beide mit zuletzt leicht steigender Tendenz – sowie das Eintreten der HK für bessere regionale Standortbedingungen (erst seit 2013 erfragt).
- Im Vergleich der Betriebstypen und -größen werten Vertreter aus HR-Unternehmen ab 20 Mitarbeitern tendenziell etwas freundlicher als jene aus kleineren Betrieben. Allerdings sind die Unterschiede deutlich geringer ausgeprägt als bei anderen Dimensionen der Mitgliederzufriedenheit. Auch in den größeren HR-Unternehmen ist der Anteil der Mitglieder, die keine Einschätzung abgeben wollen oder können, beträchtlich (zwischen 33 und 42 Prozent).

6

HK Image

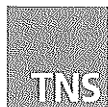
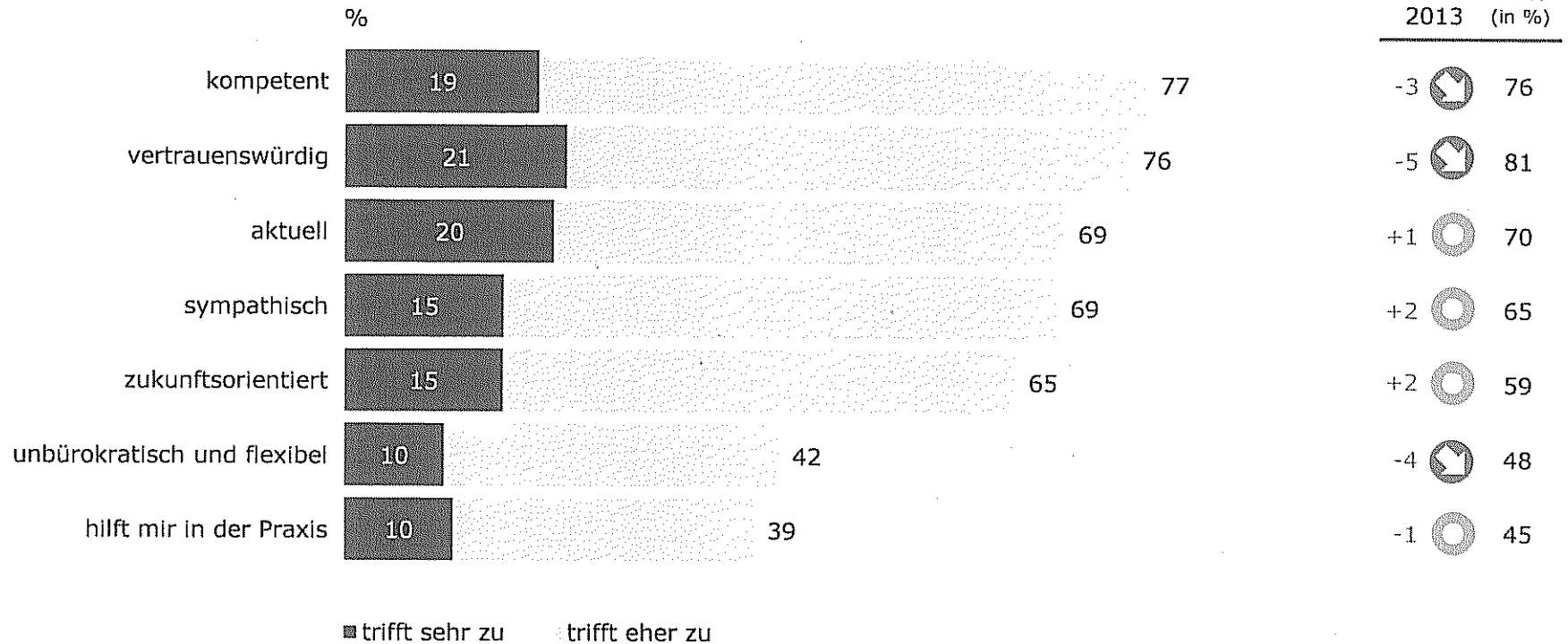


TNS Emnid



HK Image

Trotz leichter Abnahme Topwerte für „kompetent“ und „vertrauenswürdig“

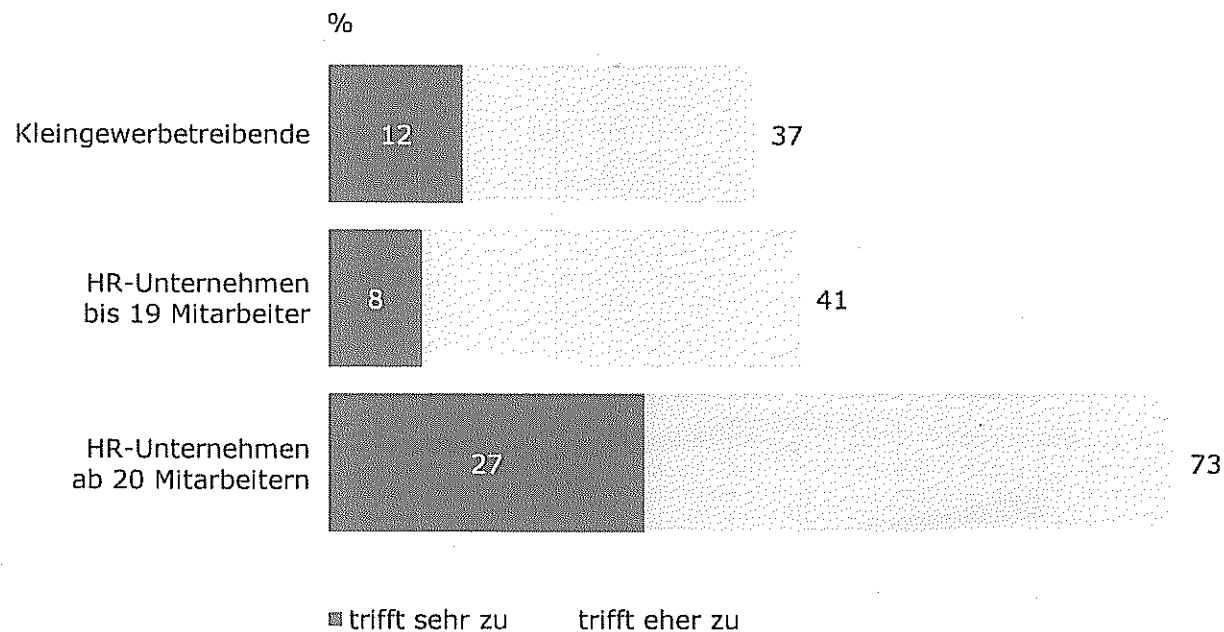


TNS Emnid
HK Hamburg
März 2015 | 37

Frage: Jetzt lese ich Ihnen einige Aussagen vor. Bitte sagen Sie mir jeweils, in wie weit die Aussage auf die HK in Ihrer Region zutrifft.
Basis: 504 Mitgliedsunternehmen

Image: Die HK hilft mir in der Praxis | Betriebsgröße

Betriebsgröße entscheidender Faktor der Bewertung – deutlicher Zuwachs bei größeren HR-Unternehmen



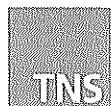
Top-Two-Werte (trifft sehr + eher zu)

+/- zu 2013	DIHK 2013 (in %)
-------------	------------------

+1	40
----	----

-5	52
----	----

+9	75
----	----



TNS Emnid

HK Hamburg

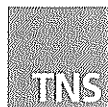
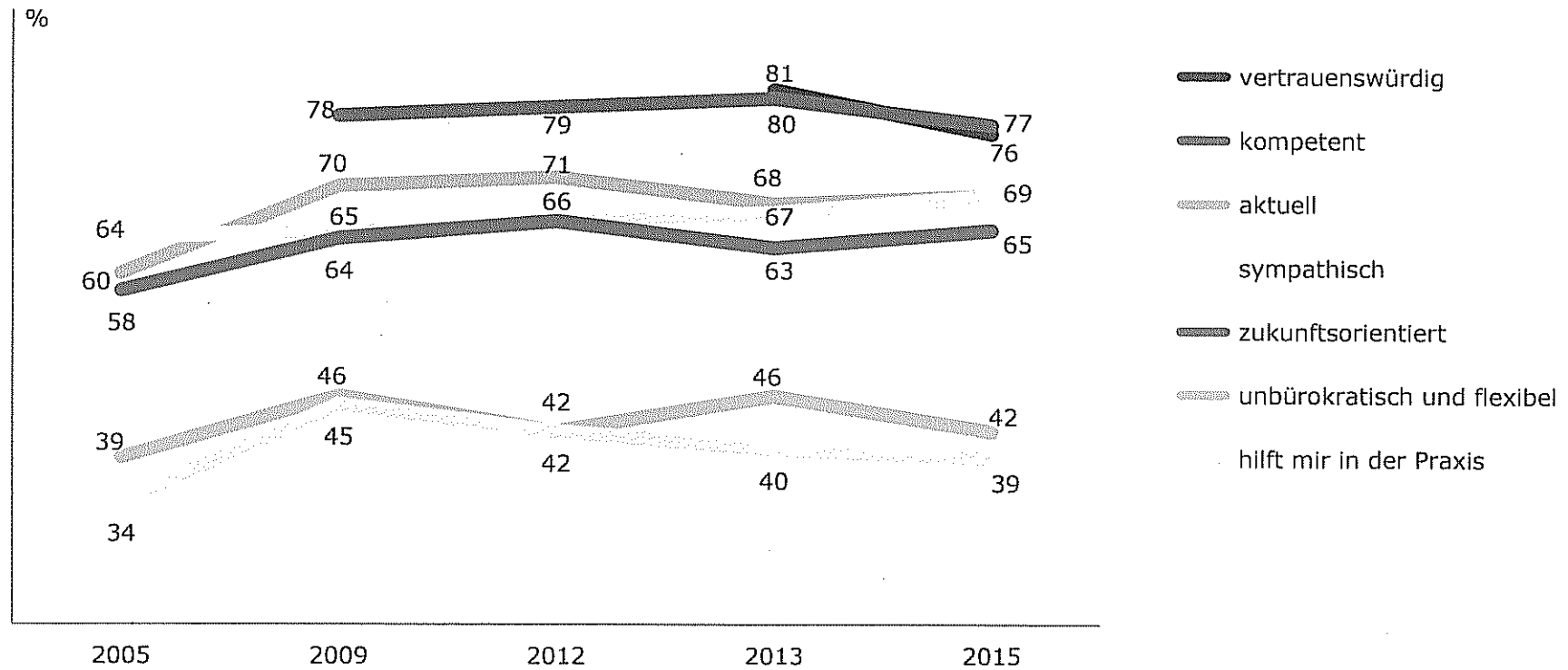
März 2015 | 38

Frage: Jetzt lese ich Ihnen einige Aussagen vor. Bitte sagen Sie mir jeweils, in wie weit die Aussage auf die HK in Ihrer Region zutrifft: „Die HK hilft mir in der Praxis“.

Basis: 504 Mitgliedsunternehmen

HK Image | Trend

Weitgehend stabiler Trend



TNS Emnid
 HK Hamburg
 März 2015 | 39

Dargestellt: Top-Two-Werte („trifft sehr“ + „eher zu“)

Frage: Jetzt lese ich Ihnen einige Aussagen vor. Bitte sagen Sie mir jeweils, in wie weit die Aussage auf die HK in Ihrer Region zutrifft.

HK-Image

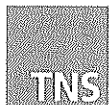
Detailbetrachtung



- Kompetenz und Vertrauenswürdigkeit werden der HK Hamburg von jeweils drei von vier Mitgliedern attestiert und sind damit trotz leichter Abnahme seit 2013 weiterhin die am häufigsten mit der HK verbundenen Image-Eigenschaften.
 - Darauf folgen mit etwas Abstand die Attribute „aktuell“, „sympathisch“ und „zukunftsorientiert“, die jeweils von zwei Dritteln der Mitglieder ihrer Kammer zugeschrieben werden.
 - Zwei Aspekte werden dagegen nach wie vor verhaltener beurteilt: Für „unbürokratisch und flexibel“ oder eine „Hilfe in der Praxis“ halten die HK jeweils etwa vier von zehn Mitgliedern.
 - Im Langzeittrend verzeichnen alle fünf schon seit 2005 erhobenen Aspekte im Vergleich mit der Ersterhebung eine positive Entwicklung. Am deutlichsten gilt dies für die Aktualität der Kammer (plus 9 Punkte). Die Zukunftsorientierung legt um 7 Punkte zu, Sympathie und Praxishilfe um jeweils 5 Punkte, Flexibilität um 3 Punkte. Die beiden letzteren Aspekte haben zwischenzeitlich schon einmal etwas besser abgeschnitten, so dass kein eindeutiger Aufwärtstrend erkennbar ist.
 - Bei Betrachtung des Trendverlaufs wird zudem deutlich: Kompetenz und seit 2013 auch Vertrauenswürdigkeit werden der HK durchgehend von den meisten Mitgliedern zugeschrieben. Der aktuell leichte Rückgang bei diesen beiden Attributen sollte daher nicht überbewertet werden.
- Er beruht zudem im Wesentlichen nur auf einer veränderten Einschätzung der kleinen HR-Unternehmen.
- Die Bewertung wird nach wie vor stark von der Betriebsgröße beeinflusst. Über alle Eigenschaften und Jahre gilt fast durchgängig: Je größer das Unternehmen, desto positiver fällt die Bewertung aus.
 - In puncto „Hilfe in der Praxis“ urteilen die größeren HR-Unternehmen ab 20 Mitarbeitern mit 73 Prozent Zustimmung nicht nur deutlich positiver als 2013 (plus 9 Punkte), sondern auch der Abstand zu den beiden anderen Betriebsgruppen hat sich vergrößert.
 - Im Vergleich mit 2005 hat sich die Zustimmung bei größeren HR-Unternehmen sogar um 28 Prozentpunkte erhöht. Während die Einschätzung der Kleingewerbetreibenden im Langzeittrend recht stabil ist, verzeichnen kleine HR-Betriebe im Vergleich mit 2005 zwar eine Zunahme um 8 Punkte. Seit der Vorerhebung 2013 halten allerdings etwas weniger von ihnen die HK für eine Hilfe in der Praxis (minus 5 Punkte).
 - Generell wird das positive Image der HK immer noch weitaus stärker durch die vielen „trifft eher zu“-Angaben bestimmt als durch ein überzeugtes „trifft sehr zu“. Immerhin stimmen aktuell bis zu 38 Prozent der größeren HR-Unternehmen einigen Eigenschaften „sehr“ zu – auch im Langzeitvergleich absolute Spitzenwerte. Dies gilt beispielsweise für „kompetent“ und „vertrauenswürdig“.

7

Mitgliederzufriedenheit und Verbesserungsmöglichkeiten



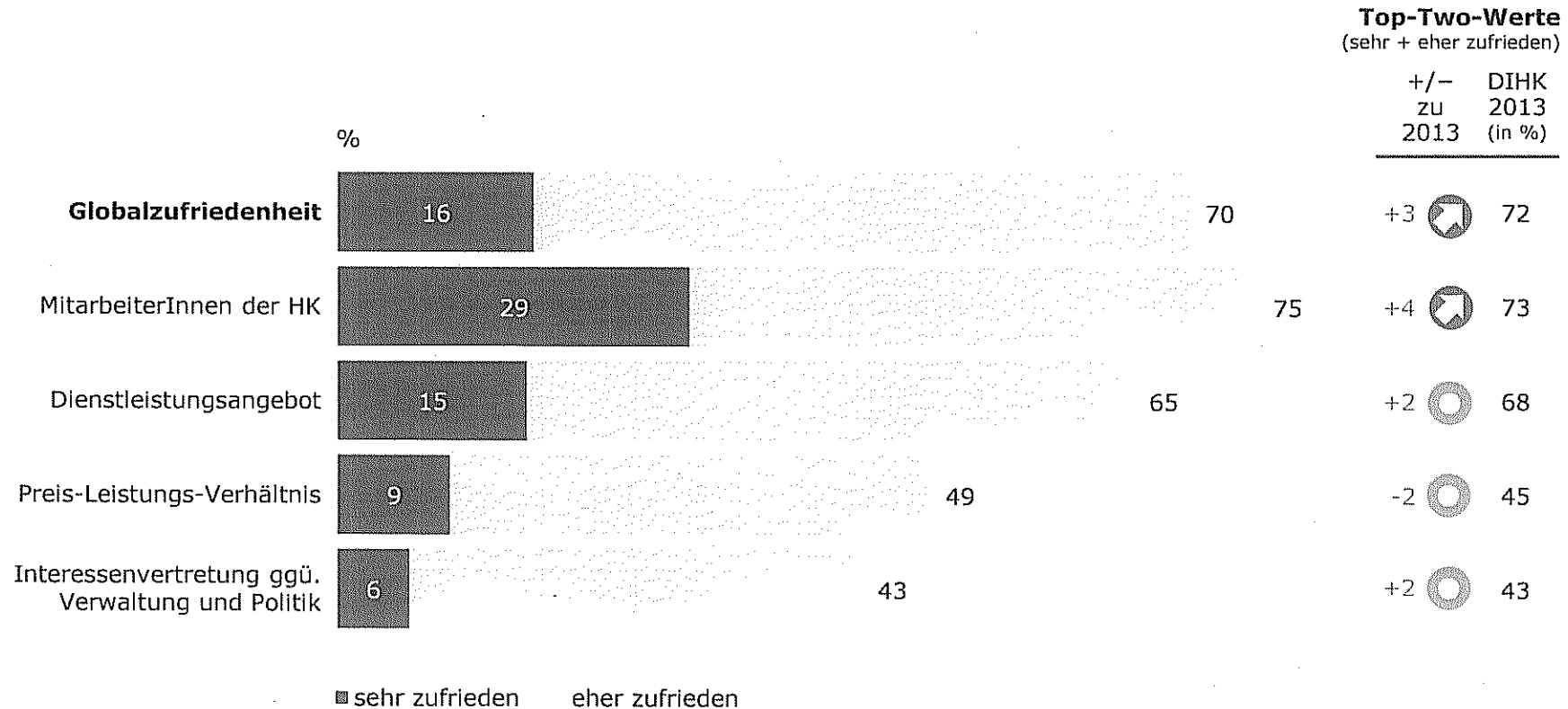
TNS Emnid



HK

Mitgliederzufriedenheit

HK insgesamt und MitarbeiterInnen schneiden leicht besser ab



TNS Emnid

HK Hamburg

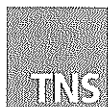
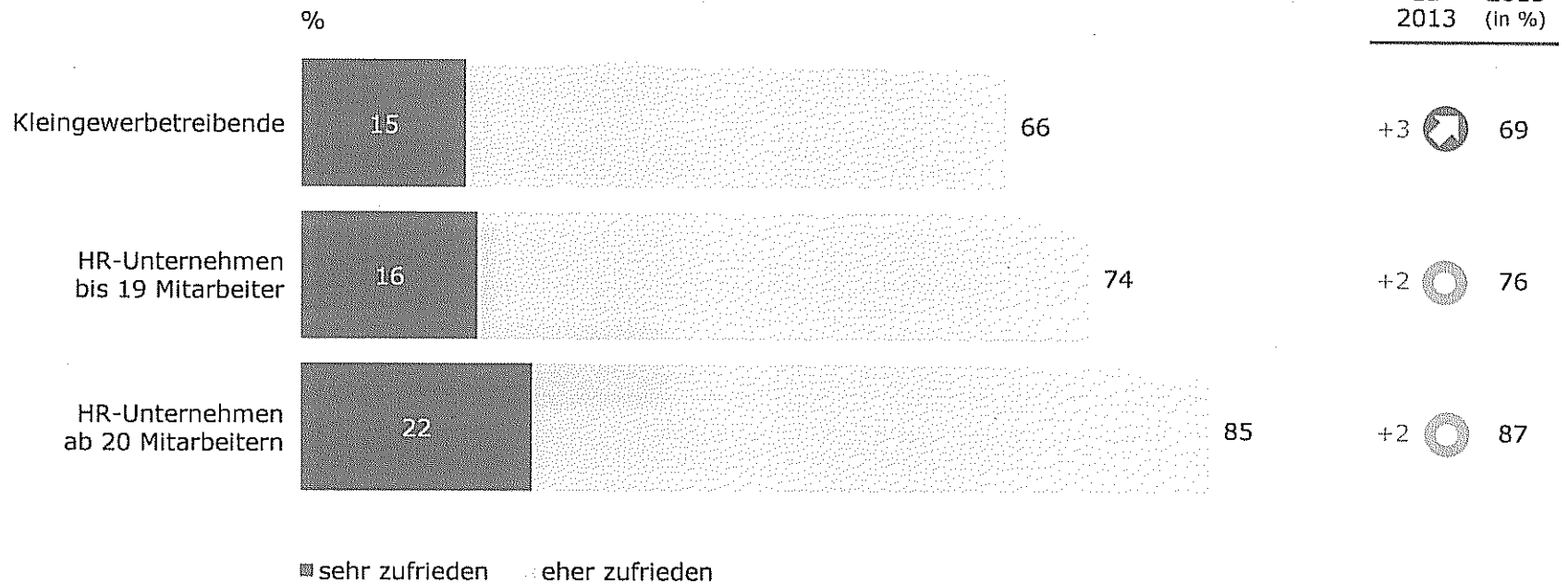
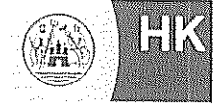
März 2015 | 42

Frage: Wenn Sie jetzt einmal an Ihre bisherigen Erfahrungen mit Ihrer HK denken: Wie zufrieden sind Sie alles in allem mit ...?

Basis: 504 Mitgliedsunternehmen

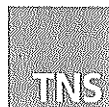
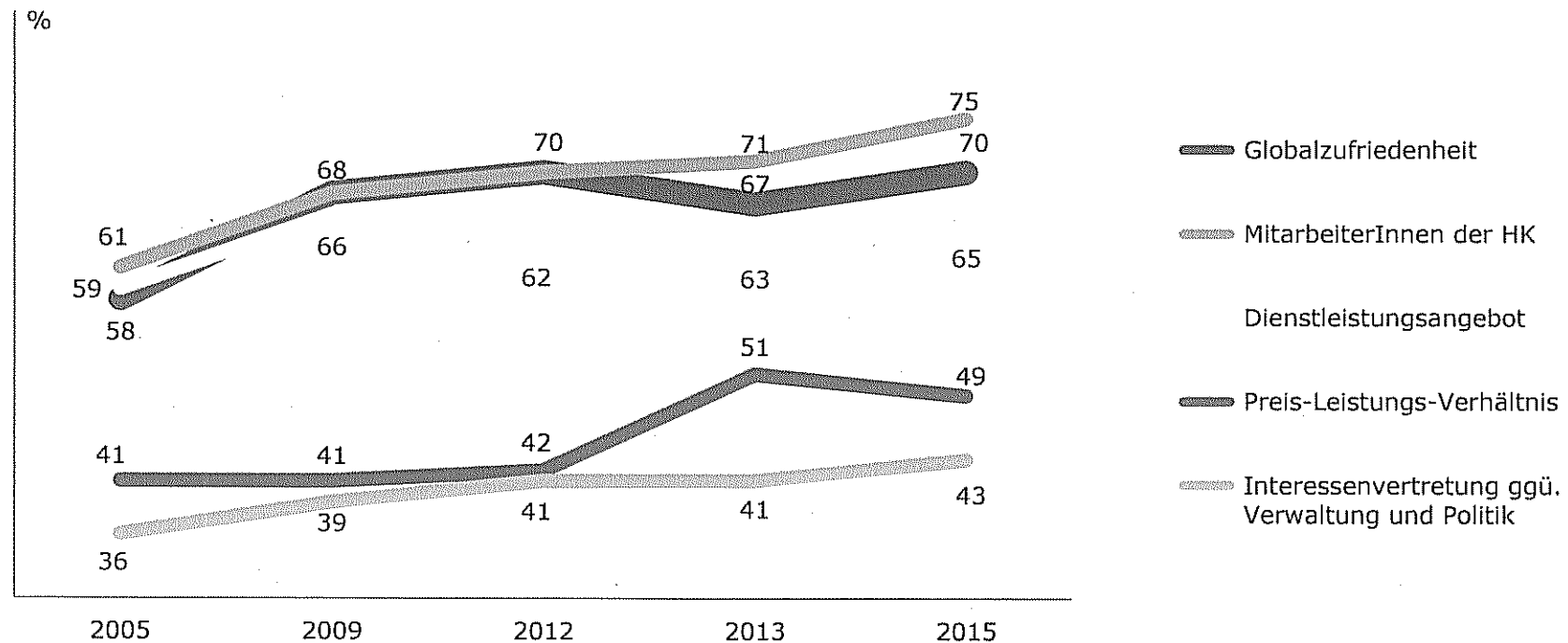
Globalzufriedenheit | Betriebsgröße

Leicht positive Tendenz bei Kleingewerbetreibenden



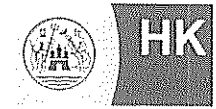
Mitgliederzufriedenheit| Trend

Durchgängig Verbesserungen im Langzeittrend – am deutlichsten bei Zufriedenheit mit MitarbeiterInnen und HK insgesamt



HK-Mitgliederzufriedenheit

Detailbetrachtung



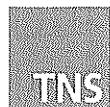
Globalzufriedenheit

- 70 Prozent der Mitglieder zeigen sich mit ihrer HK insgesamt zufrieden – etwas mehr als 2013 und deutlich mehr als bei der ersten Erhebung im Jahr 2005.
- Die Gesamtzufriedenheit unter größeren HR-Betrieben ist mit 85 Prozent weiterhin höher als unter kleinen HR-Betrieben (74 Prozent) und Kleingewerbetreibenden (66 Prozent).
- Im Vergleich zu 2013 sind etwas mehr Kleingewerbetreibende mit der HK insgesamt zufrieden (plus 3 Punkte). Die Werte für die beiden anderen Gruppen sind stabil. Die deutliche Verbesserung seit der ersten Hamburger HK-Mitgliederbefragung geht allerdings vor allem auf einen Zufriedenheitsanstieg unter kleinen (plus 20 Punkte seit 2005) und größeren HR-Unternehmen (plus 12 Punkte seit 2005) zurück. Seitdem ist auch – anders als bei Kleingewerbetreibenden – der Anteil der „sehr“ Zufriedenen merklich gestiegen.

Zufriedenheit in den Einzeldimensionen

- Was die Einzeldimensionen angeht, so ist die Zufriedenheit mit den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen (75 Prozent), in einigem Abstand gefolgt vom Dienstleistungsangebot (65 Prozent), weiterhin am höchsten. Seltener zeigen sich die Mitglieder mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis (49 Prozent) sowie vor allem mit der Interessenvertretung gegenüber Politik und Verwaltung (43 Prozent) zufrieden.

- Die Zufriedenheit mit den HK-MitarbeiterInnen ist seit 2013 leicht gestiegen. Die anderen Dimensionen werden ganz ähnlich bewertet wie vor eineinhalb Jahren.
- Im Langzeittrend seit 2005 haben alle Einzeldimensionen zugelegt, am deutlichsten die Mitarbeiterzufriedenheit (plus 14 Punkte).
- Beim Preis-Leistungs-Verhältnis ist der Anteil der explizit unzufriedenen Mitglieder quer über alle Betriebstypen bzw. -größen nach wie vor am höchsten. Wenngleich auch hier wie bei allen anderen Einzeldimensionen seit 2005 eine deutliche Abnahme stattgefunden hat.
- Für alle Dimensionen steigt die Zufriedenheit mit der Betriebsgröße. Im Vergleich zu 2013 zeigen sich größere HR-Unternehmen nochmals zufriedener mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis und den Mitarbeitern, auch was den Anteil der „sehr“ Zufriedenen betrifft. Auch mit dem Dienstleistungsangebot sind größere HR-Unternehmen häufiger „sehr“ zufrieden als vor eineinhalb Jahren.
- Kleingewerbetreibende sind seit 2005 sehr stabil in ihrer Bewertung. Es sind vor allem die kleinen HR-Betriebe und die HR-Unternehmen ab 20 Mitarbeitern, die mit ihrer HK deutlich zufriedener sind als zu Beginn der Untersuchungen (bis zu plus 25 Prozentpunkte bei der Bewertung der MitarbeiterInnen).



TNS Emnid

HK Hamburg

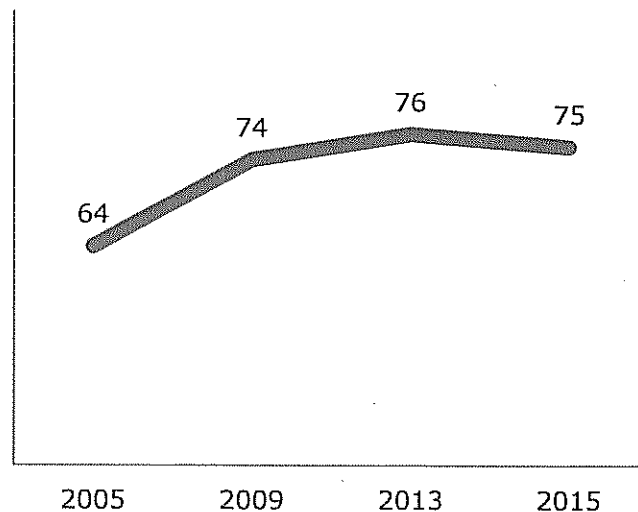
März 2015 | 45

Weiterempfehlungsbereitschaft

Stabiler Trend seit 2009



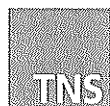
Gesamtergebnis im Trend



Betriebsgrößenvergleich: Ihre HK 2015

Top-Two-Werte („bestimmt“ + „wahrscheinlich ja“)

	%	+/- zu 2013	DIHK 2013 (in %)
Kleingewerbetreibende	74	-2	82
HR-Unternehmen bis 19 Mitarbeiter	76	+0	73
HR-Unternehmen ab 20 Mitarbeiter	84	+0	88



TNS Emnid
 HK Hamburg
 März 2015 | 46

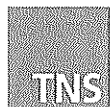
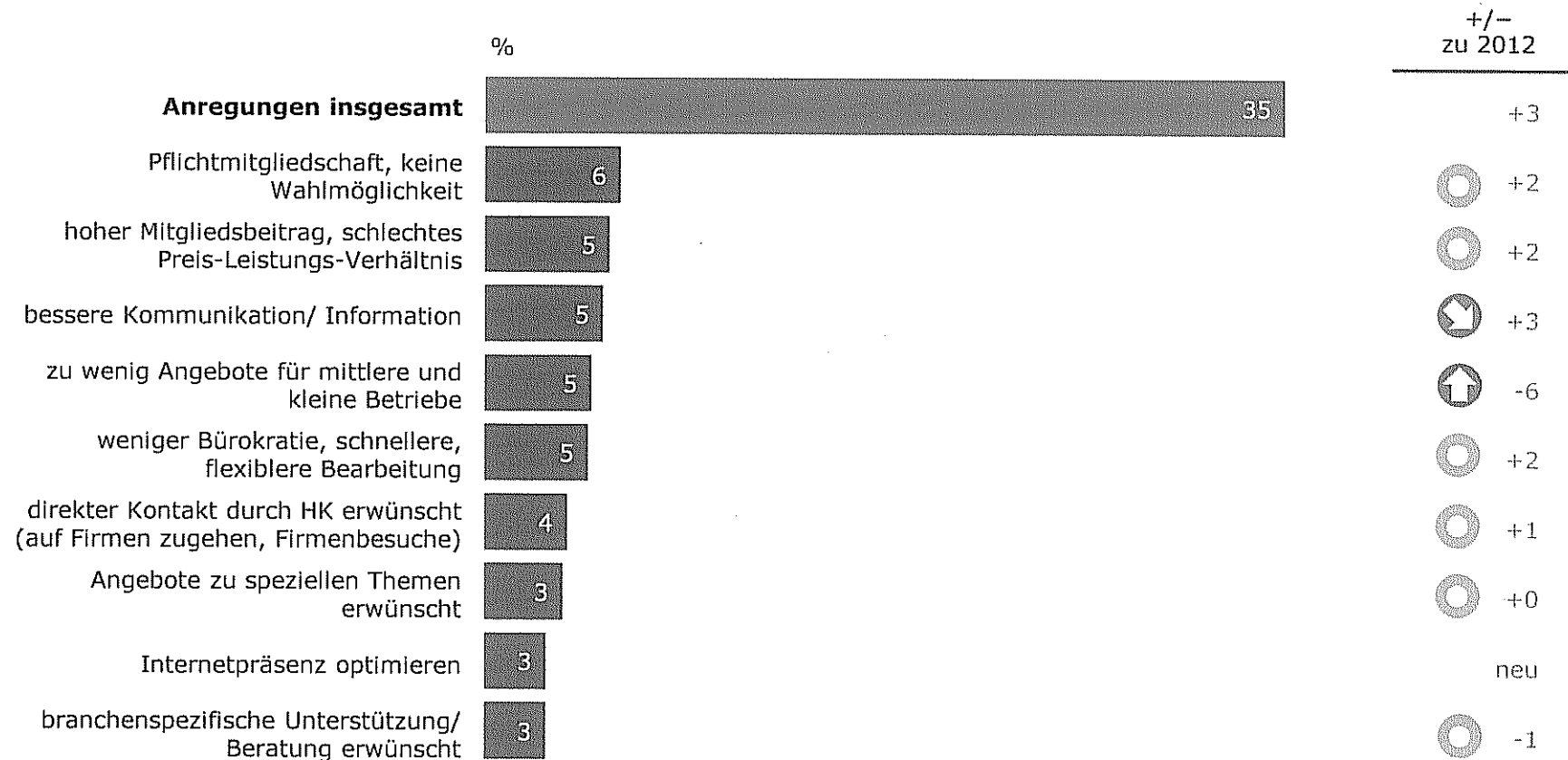
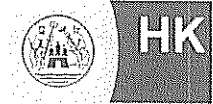
Dargestellt: Top-Two-Werte („bestimmt“ + „wahrscheinlich ja“)

Frage: Würden Sie einem befreundeten Unternehmer empfehlen, sich mit seinen Anliegen an die HK zu wenden?

Basis: 504 Mitgliedsunternehmen

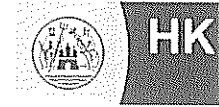
Anregungen für die HK

Pflichtmitgliedschaft und Beitragshöhe am häufigsten genannt



Weiterempfehlung und Anregungen für die HK

Detailbetrachtung



Weiterempfehlung

- Die Weiterempfehlungsbereitschaft – indirekter Indikator für Zufriedenheit – erreicht in der aktuellen Studie einen Wert von 75 Prozent. Damit würden seit 2009 konstant etwa drei von vier Mitgliedern ihre Kammer weiterempfehlen.
- Auch in Sachen Weiterempfehlung antworten Kleingewerbetreibende und kleine HR-Betriebe weiterhin etwas verhaltener als größere HR-Unternehmen. Seit 2013 zeigt sich in keiner der Unternehmensgruppen eine Veränderung.
- Im Langzeittrend ist die Bereitschaft zur Weiterempfehlung bei allen Unternehmensgruppen gestiegen, ganz besonders deutlich aber bei kleinen HR-Betrieben (plus 20 Prozentpunkte, KGTs plus 5 Punkte, HR-Unternehmen ab 20 Mitarbeitern plus 8 Punkte).

Anregungen für die HK

- Gut jedes dritte Mitglied nutzt die Möglichkeit am Ende des Fragebogens, Anregungen oder Kritik weiterzugeben. Kleingewerbetreibende und kleine HR-Unternehmen greifen diese Chance etwa doppelt so häufig auf wie HR-Unternehmen mit 20 und mehr Mitarbeitern. Vertreter größerer HR-Unternehmen machen seltener Anmerkungen als bei der letzten Erhebung dieser Frage im Jahr 2012. Da

damals wie heute die meisten Äußerungen kritischer Natur waren bzw. sind, ist dies durchaus als positives Zeichen zu sehen.

- Die Antworten streuen recht breit. Auf neun Antwortgruppen entfallen zwischen 3 und 6 Prozent Nennungen, weitere sieben Aspekte werden von 1 bis 2 Prozent thematisiert.
- Der Aspekt „zu wenig Angebote für mittlere und kleine Betriebe“ erreicht mit 5 Prozent eine geringere Bedeutung als vor drei Jahren. Vor allem kleine HR-Betriebe nennen dies seltener als 2012.
- Während Kleingewerbetreibende am häufigsten die Höhe des Mitgliedsbeitrags kritisieren (7 Prozent), stört kleine HR-Betriebe weiterhin eher die Pflichtmitgliedschaft (8 Prozent). Bei größeren HR-Unternehmen entfallen maximal 4 Prozent der Nennungen auf eine Kategorie: auf bessere Kommunikation/Information folgen die Aspekte Außendarstellung bzw. Internetpräsenz verbessern (jeweils 3 Prozent).
- Der Wunsch nach einer Optimierung der Internetpräsenz wird von allen drei Unternehmensgruppen gleich häufig erwähnt (jeweils 3 Prozent) und war 2012 noch kein Thema.

