

MKN- Award 2008- Schriftliche Auswertung der Teilnehmerumfrage

Befragung

Die Befragung zur ME-kom 2008 fand im Zeitraum vom 26.11.2008 bis zum 19.12.2008 statt. Der Fragebogen wurde an 137 Teilnehmer der Veranstaltung per E-Mail verschickt, von denen sich 80 an der Umfrage beteiligten. Dies entspricht einer Rücklaufquote von rd. 58%. Der Fragebogen setzt sich sowohl aus standardisierten als auch offenen Antwortmöglichkeiten zusammen, sodass teilweise Mehrfachnennungen möglich waren.

An der ME-kom 2008 haben rd. 250 Gäste teilgenommen. Die Differenz zwischen teilnehmenden und befragten Personen liegt daran, dass z. T. mehrere Personen eines Unternehmens anwesend waren und über einheitliche E-Mail-Adressen verfügen. Zudem lagen nicht von allen Besuchern die E-Mail Adressen vor. Da das Online-Befragungssystem an eine E-Mail-Adresse nicht mehrere Fragebögen zustellen kann, war es nicht möglich, alle Anwesenden zu befragen.

Informationsquellen

Der größte Anteil aller Gäste der ME-kom wurde durch eine Empfehlung (30%) auf die Veranstaltung aufmerksam. Jährlich versendet das Medienbüro der Wirtschaftsförderung Mainz eine Wettbewerbsbroschüre an die in der Datenbank des Medienkompetenznetzes Rhein Main eingetragenen Unternehmen und fordert somit zur Teilnahme am Wettbewerb auf. Auf diesem Wege wurden 18% über die Verleihung des Awards informiert und weitere 19% direkt über die Homepage www.medienkompetenznetz.de. Der Newsletter des Medienkompetenznetzes Mainz (medi@news) war für 15% eine zusätzliche Art der Informationsbeschaffung. Presse und Plakate erreichten 9% bzw. 2% der Teilnehmer (vgl. Abbildung 1).

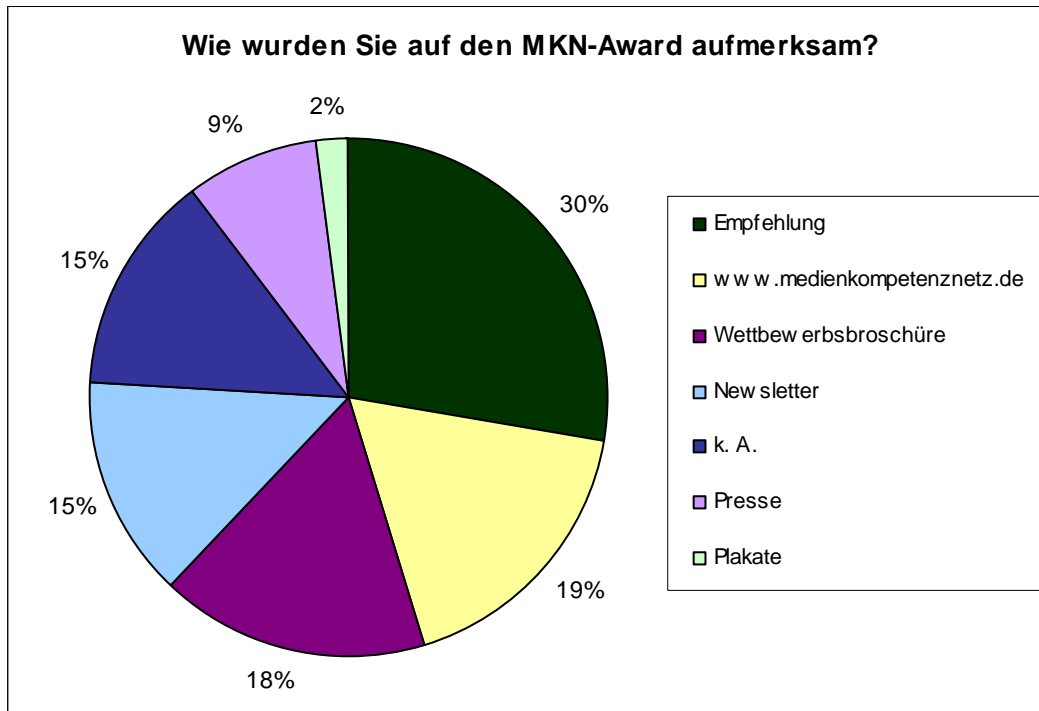


Abbildung 1: Wie wurden die Teilnehmer erreicht? (n=83; Zahl der Nennungen=88)

Die Veranstaltung ME-kom

Die Veranstaltung selbst sollte unter den Punkten Location/Ambiente, Catering/Service, Präsentation der Beiträge, Moderation sowie Umsetzung der Idee mit Schulnoten von 1 (=sehr gut) bis 5 (=schlecht) bewertet werden. In jeder dieser Kategorien vergab jeweils der größte Anteil von Befragten die Schulnote „gut“. Die Location und das Ambiente erhielten dabei hervorragende Noten, sodass von 48% der Teilnehmer dieser Punkt als „gut“ und von 28% sogar als „sehr gut“ bewertet wurde (vgl. Abbildung 2).

	Note 1	Note 2	Note 3	Note 4	Note 5	Antwort
Location/Ambiente	28%	48%	19%	6%	0%	96%
Catering/Service	6%	42%	26%	20%	5%	96%
Präsentation der Beiträge	5%	34%	32%	26%	2%	96%
Moderation	10%	41%	33%	10%	6%	95%
Umsetzung	9%	38%	37%	11%	5%	95%

Abbildung 2: Bewertung einzelner Aspekte des Abends

Bei der Beurteilung der gesamten Veranstaltung mittels offener Antwortmöglichkeiten wurde die ME-kom von 60% der Befragten als eine gelungene und abwechslungsreiche Veranstaltung beschrieben. *„Entspannte Stimmung, interessant-gemischtes Publikum, inspirierender Anlass“*. Erneut wurden die angenehme Atmosphäre und das ansprechende Ambiente hervorgehoben. Als Verbesserungsvorschläge wurden hier mehr Bestuhlung sowie eine klarere und zeitlich straffere Organisation genannt. Die Moderation erhielt von 41% der Befragten die Note „gut“, häufig wurde jedoch eine bessere Vorbereitung empfohlen. Dies erklärt sich dadurch, dass der Moderator kurzfristig eingesprungen ist.

Die Möglichkeit der **Kontaktpflege und des Informationsaustausches wurde von 42% besonders positiv bewertet**. *„Es war eine sehr gelungene Mischung aus Preisverleihung und der Möglichkeit in gepflegtem Ambiente Networking zu betreiben“*. Als weitere positive Aspekte des Abends wurden von 33% der Befragten die interessanten und kreativen Wettbewerbsteilnehmer genannt, die mit ihren *„innovativen Beiträgen, eine Motivation für die Branche“* sind und neue Anreize liefern. Insgesamt eine *„schöne Veranstaltung mit der Möglichkeit andere Kollegen und deren Arbeiten zu sehen und zu diskutieren“*.

Die ME-kom wird demnach als Treffpunkt gegenseitiger Inspiration sowie Austausch und Kooperation der Unternehmen der Medienbranche gerne in Anspruch genommen und erfährt eine befürwortende Resonanz (vgl. Abbildung 3 und 4).

Die Verbesserungsvorschläge der Teilnehmer des letzten Jahres wurden bei der Planung der ME-kom 2008 berücksichtigt, sodass weniger aufwendiges Essen serviert wurde, dafür jedoch etwas mehr. Dies wurde wiederum bei dieser Veranstaltung beanstandet.

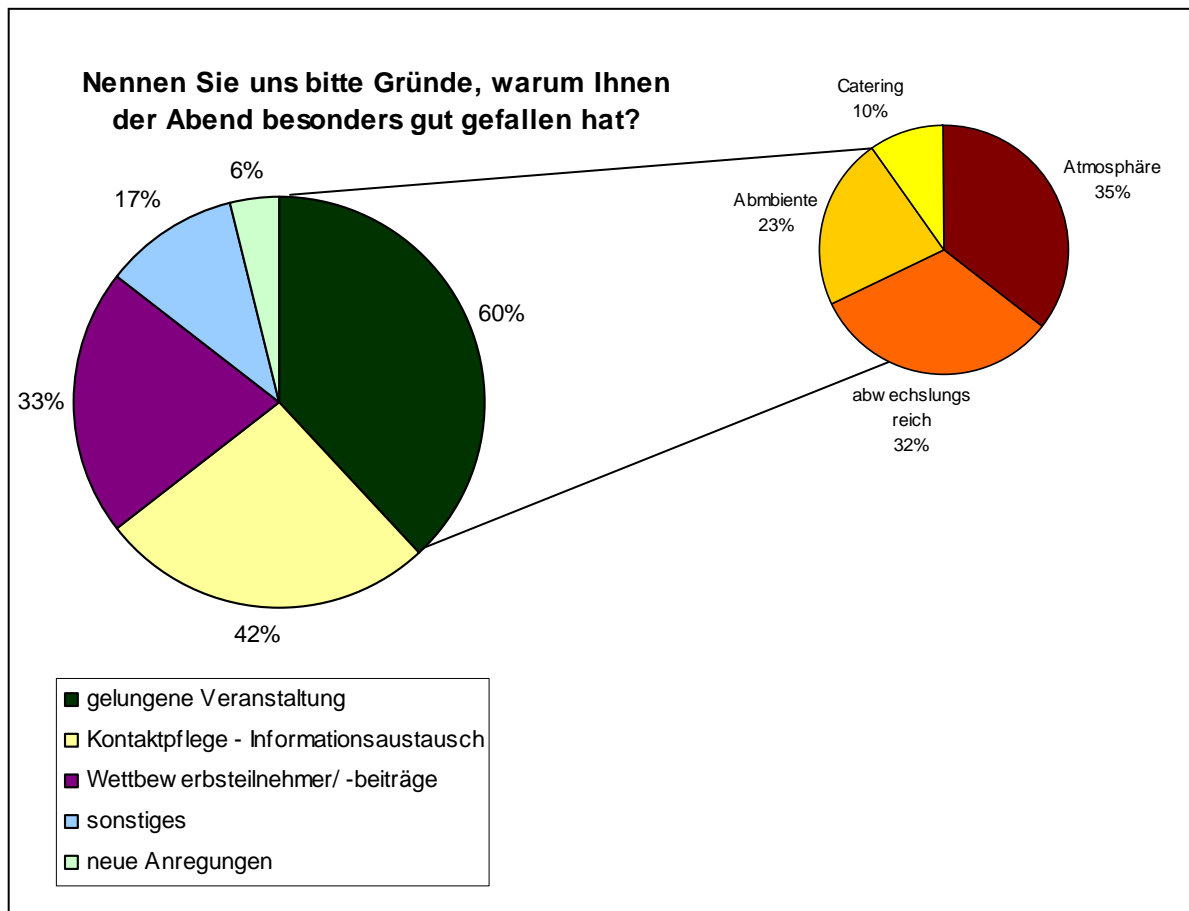


Abbildung 3: Positive Aspekte des Abends (n=52; Zahl der Nennungen=113)

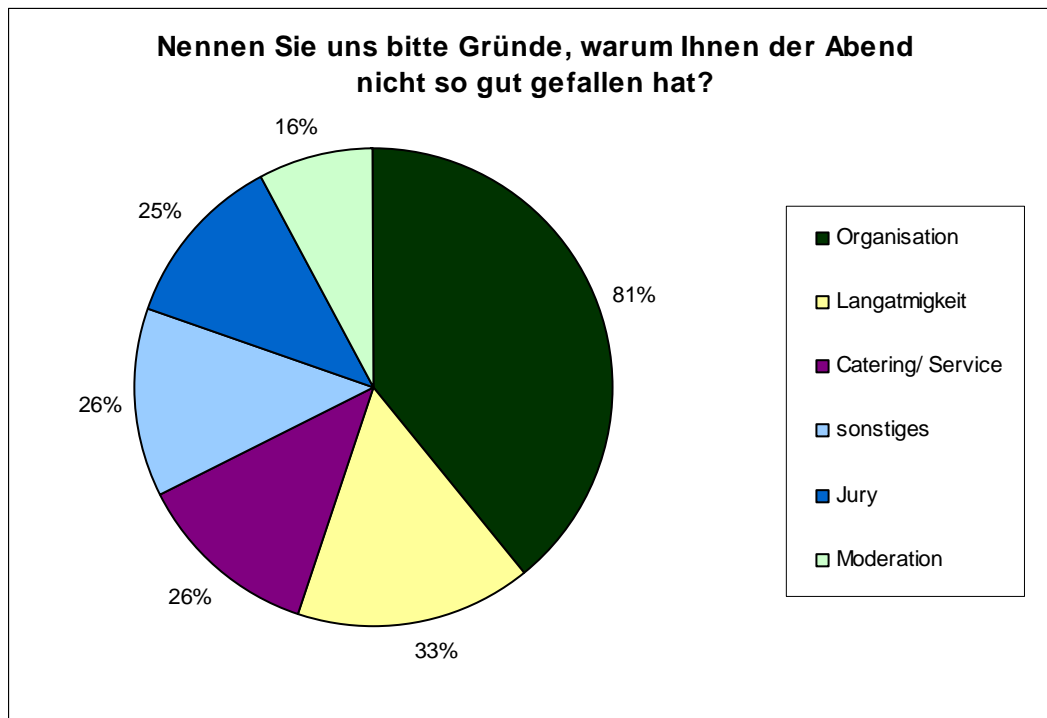


Abbildung 4: Verbesserungswürdige Aspekte des Abends (n=57; Zahl der Nennungen=118)

Der MKN-Award

Die Verleihung des MKN-Awards wurde von den Befragten insgesamt positiv bewertet. Preise wurden in den Kategorien „Integrierte Kampagne“, „Print“, „Film“, „Trailer“, „Animation“ und „Sonderpreis“ vergeben. Neu in diesem Jahr war der „AZ-Sonderpreis Junior“, der an den medienschaffenden Nachwuchs der Region gerichtet ist. Im Rahmen der Veranstaltung bietet sich für die Teilnehmer des Wettbewerbs die Möglichkeit, sich einer breiten Öffentlichkeit sowie durch die nachgelagerte Presseberichterstattung potenziellen Kunden zu präsentieren.

53% der Befragten hatten bei den im Wettbewerb ausgelobten Kategorien keine Änderungsvorschläge, 47% schlugen folgende Verbesserungen oder weitere Kategorien vor:

Weitere Kategorien:

- Musik, Soundtrack, Geräusche
- Bestes Event
- Online-Kategorien (Virales Marketing, Blogs, Homepage, Internetportale)

- Plakat/Außenwerbung
- Sonderwerbformen
- POS-Marketing
- Hörfunk
- Promotion/ Event-Marketing
- B2B- Marketing
- PR-Kampagnen
- TV-Beitrag
- KMU-Marketing
- Beste Texte/ Corporate Language
- Marketingstrategie
- Das pfiffigste Mailing
- Multimedia/Interaktiv
- Langer Film/Dokumentation/Reportage
- Beste Idee

Verbesserungsvorschläge:

- Unterscheidung in der Kategorie Animation zwischen 2D und 3D
- Weniger „film-dominiert“
- Kategorie Film in TV, Imagefilm und Werbespot unterteilen
- „Print“ differenzierter gestalten
 - Corporate Design/ Erscheinungsbild (Corporate Design-Programme, Geschäftsausstattung)
 - Werbung (Anzeigen, Plakate, Werbebroschüren)
 - Public Relations (Magazine, Geschäftsberichte, Unternehmensbroschüren)
 - Buchgestaltung (Bücher, Buchtitel)
- Kategorien besser beschreiben und abgrenzen

Um die teilweise vorhandenen Informationslücken über den Wettbewerb zu schließen, wurde vorgeschlagen, die Zusammensetzung sowie die Entscheidungen der Jurymitglieder genauer darzulegen. Weiterhin sei es sinnvoll, eine Liste mit Adressen aller Wettbewerbsbeiträge und -teilnehmer auszulegen, um einen besseren Überblick über die eingegangenen Bewerbungen sowie die Möglichkeit des Informations- und Adressenaustausch zu gewährleisten.

Das Medienkompetenznetz RheinMain

Im Vergleich zum vergangenen Jahr bezieht ein höherer Anteil der Veranstaltungsteilnehmer seine Informationen über die Internetplattform www.medienkompetenznetz.de. So wird die Homepage insgesamt von 78% der Befragten genutzt, wovon 4% den Internetauftritt regelmäßig und 74% gelegentlich in Anspruch nehmen. Knapp ein Viertel der Befragten (23%) besucht die Internetseite nie (vgl. Abbildung 5). Im Vorjahr lag der Anteil bei 31%, was eine verstärkte Nutzung des Medienkompetenznetzes zeigt.

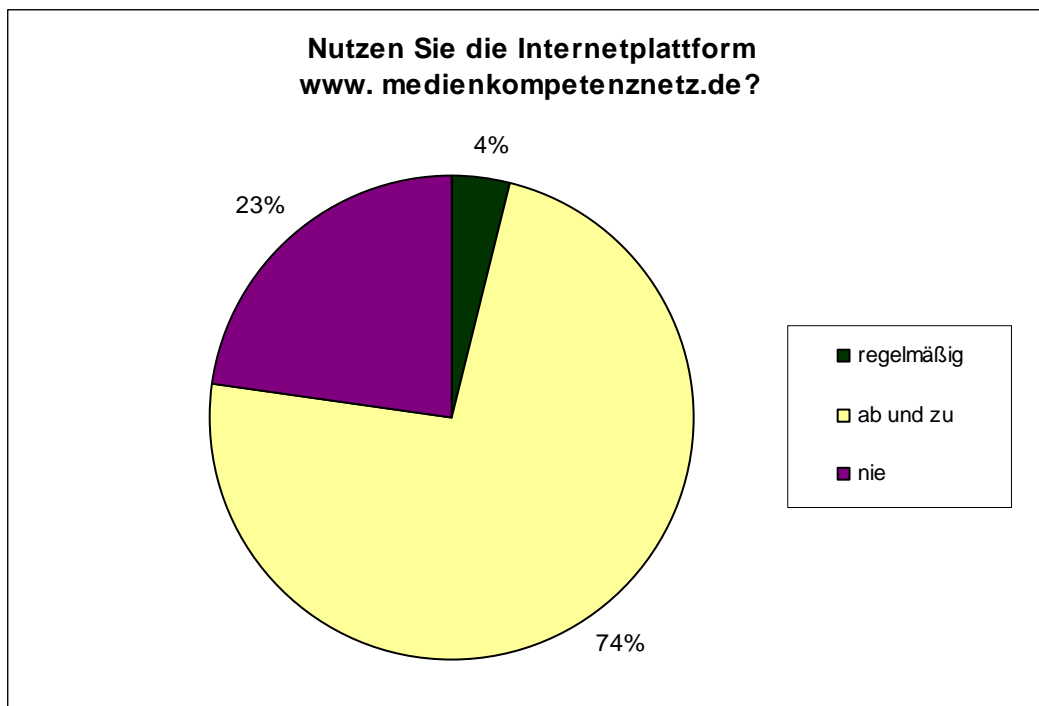


Abbildung 5: Nutzung der Internetplattform (n=69)

Knapp 40% derer, die das Medienkompetenznetz RheinMain kennen, sind mit der Homepage sehr zufrieden und zufrieden. 31% sind nur mittelmäßig zufrieden (vgl. Abbildung 6). Optimierungspotenzial sehen die Nutzer insbesondere in einer moderneren Aufmachung des Layouts sowie aktuellen Beiträgen von und über regionale Firmen. Weiterhin werden aktivere Vernetzungsaktionen und eine dialogreichere Gestaltung (vgl. Xing, Studi-VZ) gewünscht, damit sich die einzelnen Unternehmen besser präsentieren und gegenseitig austauschen können.

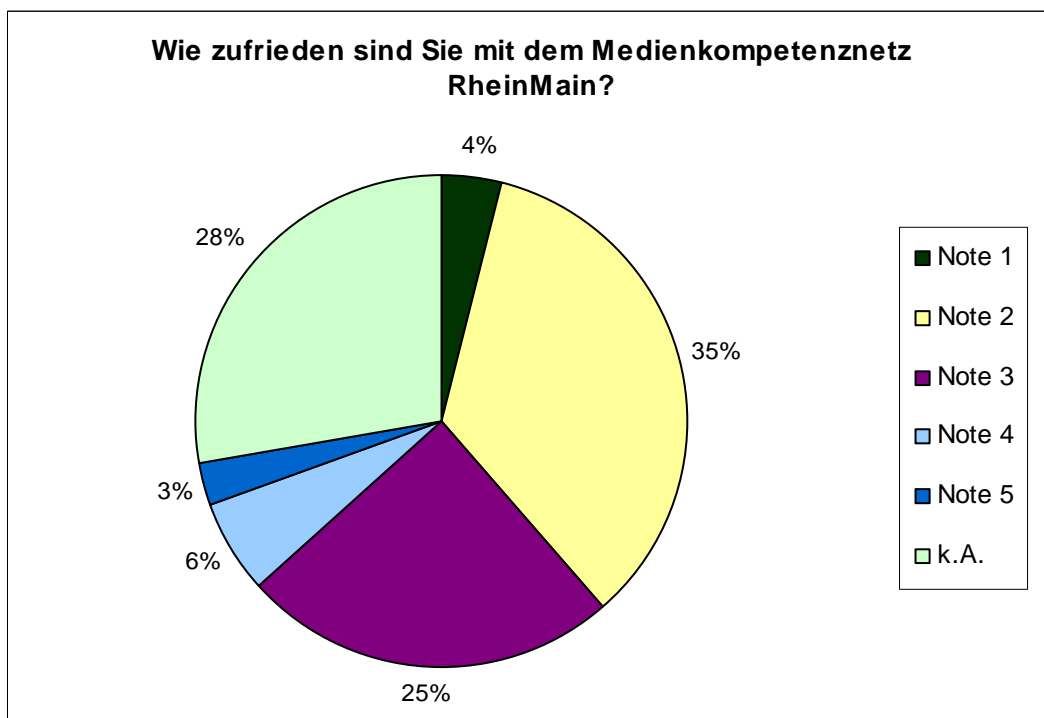


Abbildung 6: Zufriedenheit mit der Internetplattform (n=69)

43% aller Befragten, die schon einmal mit der Wirtschaftsförderung Mainz zu tun hatten, sind mit dem Service der Wirtschaftsförderung und dem Medienbüro sehr zufrieden und zufrieden (vgl. Abbildung 7). Besonders der kompetente, engagierte und freundliche Service der Mitarbeiter wurde von rd. 56% der Befragten gelobt. So lauteten die Äußerungen „Sehr gute Organisationsstruktur; tadellos freundlicher, zuvorkommender, adäquat souveräner Umgang mit Ansprechpartnern bzw. Klienten“ oder kurz „schnell, höflich, präzise, professionell“.

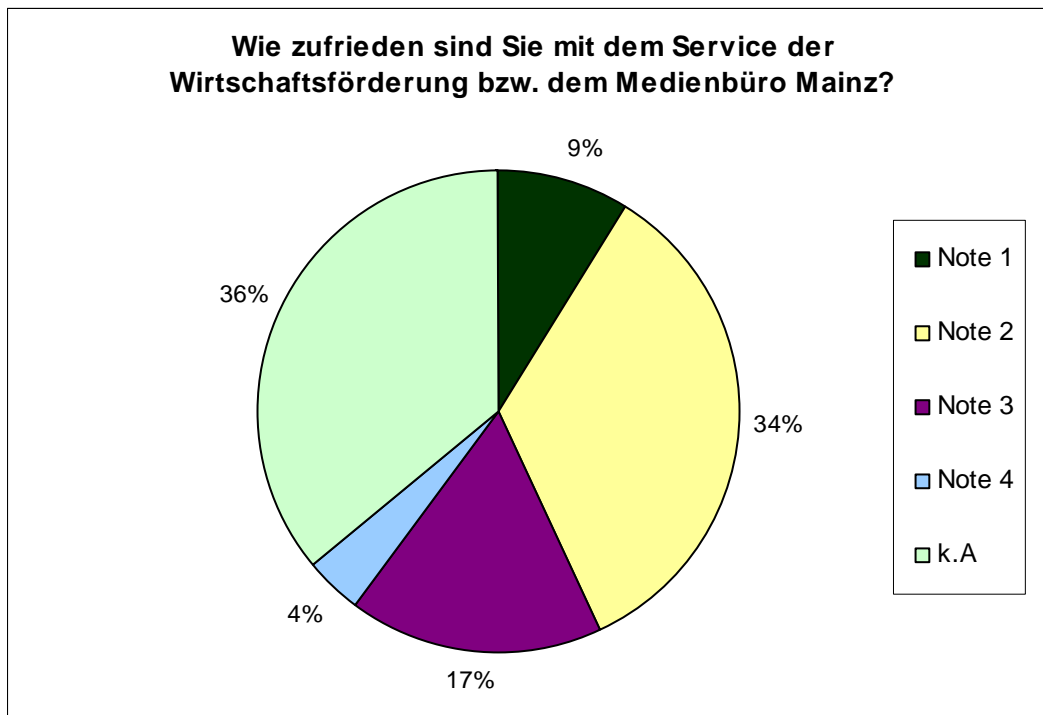


Abbildung 7: Zufriedenheit mit der Wirtschaftsförderung bzw. dem Medienbüro
(n=70)

Ergebnis

Nachdem im Jahr 2008 die organisatorischen Anregungen alle umgesetzt werden konnten (z.B. Catering), soll im Jahr 2009 das Catering sowie einige Serviceleistungen bestmöglich an die Wünsche der Gäste angepasst werden. Die Kategorien für die kommende Veranstaltung sollen eindeutig definiert werden und es wird geprüft, inwiefern die Einführung einer weiteren Kategorie mit gegebenem Budget möglich ist. Weiterhin wird eine Straffung der Beiträge sowie der gesamten Veranstaltung angestrebt.

Das Team von der Wirtschaftsförderung Mainz bedankt sich für die Teilnahme an der Befragung sowie die Anregungen und Wünsche, die für die Planung des MKN-Awards 2009 berücksichtigt werden. Leider hat die anonyme Befragung dazu geführt, dass sich einige Teilnehmer „unterhalb der Gürtellinie“ über die Organisation des Abends äußerten. An dieser Stelle sei eine Anmerkung in eigener Sache gestattet. Die Veranstaltung wird von zwei Mitarbeitern der Wirtschaftsförderung Mainz seit 2008 in alleiniger Regie geplant und durchgeführt. Das zur Verfügung stehende Budget beträgt 18.000€, sodass die Ausrichtung der Veranstaltung ohne Sponsoren nicht möglich wäre. Ihnen sei hier ein großer Dank ausgesprochen.

Die Wirtschaftsförderung Mainz wird nach wie vor versuchen, dem knappen Zeitbudget der Unternehmen gerecht zu werden und die Ausschreibungsmodalitäten weiterhin so einfach wie möglich zu gestalten. In diesem Jahr werden die Ziele, Wettbewerbsbedingungen und Kategorien wieder ausführlich auf der Homepage www.medienkompetenznetz.de zur Verfügung stehen, die Arbeit der Jurymitglieder wird transparenter dargestellt und die Länge der Beiträge wird im Abendprogramm gestrafft.

Auch weiterhin werden die ME-kom und die Verleihung der MKN-Awards kostenlos von der Wirtschaftsförderung Mainz organisiert. Inwiefern das Catering bzw. die Getränke im von den Teilnehmern gewünschten Ausmaß weiterhin finanziert werden können, ist derzeit fraglich.

Gabriele Ackermann

Abteilungsleiterin im Amt für Wirtschaft und Liegenschaften