



Medlemstilfredshed

MEDLEMSSANALYSE - FORÅR 2024

GRØNLANDS ERHVERV / OFFENTLIG VERSION



28. april 2024

Medlemstilfredshedsundersøgelse

Baggrund

Grønlands Erhverv (GE) har 329 medlemsvirksomheder fordelt i hele Grønland og har i marts 2024 gennemført en online medlemstilfredshedsundersøgelse. 25,6 % (85 af 329 medlemmer) af medlemmerne har valgt at deltage i undersøgelsen, der dermed i udgangspunktet ikke er fuldt repræsentativ, men dog kan indikere holdninger, forventninger og har medvirket til udarbejdelsen af anbefalinger. Data er indsamlet og behandlet anonymt af GE.

Oversigt over resultater

Analysen er baseret på en række parametre, som i tabel 1 fremstilles i oversigtsform. For hver kategori er der anvendt en score på 1-5 (1 lavest / 5 højest) og resultaterne er baseret på det vægtede gennemsnit. Medlemmerne har forholdt sig til den generelle tilfredshed med foreningen, i hvilken grad de oplever GE som saglig, faglig og synlig samt om man oplever at foreningen får gennemført sine mærkesager. Ligeledes er respondenterne blevet spurgt om i hvilken grad de vil anbefale et medlemskab af GE til andre virksomheder.

#	Parameter	Score (skala 1-5)
1	Tilfredshed	3,7
2	Saglighed	4,0
3	Faglighed	3,9
4	Synlighed	3,8
5	Gennemførelse af mærkesager	3,5
6	Anbefaling af GE	3,9

Tabel 1: Besvarelse af undersøgelsens parametre

Kommunikation, foreningens resultater og mærkesager

Når det gælder kommunikation med og fra foreningen, så er det respondenternes forventning, at GE primært skal kunne følges igennem medierne. Dernæst igennem det ugentlige nyhedsbrev. Sociale medier har ikke vundet et markant indpas i forhold til visse andre kanaler. Nedenstående liste opstiller den prioriterede rækkefølge, som medlemmerne holder sig orienteret om- og er i kontakt med GE i:

1. Medierne
2. Ugentlig nyhedsmail
3. Årsskriftet, Aurora
4. Facebook
5. Hjælp fra sekretariatet
5. LinkedIn
6. Brancheudvalget
7. Lokalforeningen
7. Hjemmesiden, sulisitsisut.gl
7. Hjemmesiden, futuregreenland.gl

Der *kan* ligge nogle udfordringer i at medierne er den primære kilde til at orientere sig i GE's holdninger og arbejde. Dels har man som afsender af budskaber ikke direkte kontrol over mediernes budskaber (i modsætning til på de sociale medier) og dels er foreningens mål at undgå at sager eskaleres til medierne. Tidligere har medierne været en vigtig kanal. Sammenholdes denne del af analysen med den forholdsmæssigt lavere score for GE's gennemførelse af mærkesager (vægtet gennemsnit på 3,5), ligger en potentiel problemstilling. På den ene side oplever flere respondenter ikke, at mærkesager gennemføres i høj grad og på den anden side er det medierne, som kan øge oplevelsen heraf, men GE bruger ikke aktivt medierne til at formidle sine resultater, endelige opnå sine resultater. I henhold til foreningens kommunikationsstrategi er medierne ofte sidste udvej i sagsbehandlingen.

Baggrund for medlemskab

Medlemmernes top-5 begrundelse for at være medlem af GE kan overordnet opsummeres til:

1. **Behov for rådgivning**
2. **Interessevaretagelse**
3. **Ønske om at påvirke samfundsudviklingen**
4. **Networking muligheden**
5. **Omfatte arbejdspladsen af en overenskomst**

Resultatet understøtter foreningens mål og eksistensgrundlag. Det er værd at være opmærksom på at det er vigtigt at GE formår at kunne yde en relevant rådgivning samtidig med at interesser mere bredt kan varetages. Dette er en balance mellem de individuelle behov hos medlemmerne og medlemmernes ønsker om at være en del af "kollektivet", der har en større og samlet stemme i samfundsudviklingen og den offentlige debat.

Medlemmernes egne be væggrunde for at være medlem understøttes også af undersøgelsens konklusioner om hvilke prioriteringer, foreningen skal gøre i sine arbejdsområder. Her er fokus netop på medlemsrådgivningen efterfulgt af interessevaretagelsen (inkl. besvarelse af høringsvar)

Med et vægtet gennemsnit på 3,9 (på en skala fra 1-5) er det sandsynligt, at medlemmerne vil anbefale andre virksomheder at være/blive medlem af foreningen.

Konklusion

Analysens konklusion skal læses med det forbehold, at der ikke er opnået en høj deltagelse i undersøgelsen. Blandt de 85 medlemmer, der har deltaget, er der dog en overvejende tilfredshed med foreningen, og der synes at være samhørighed mellem foreningens arbejde, strategi og de forventninger, som medlemmerne har.

Der ønskes fokus på kvalifikationer i sekretariatet for at kunne opretholde niveauet af rådgivning, og der er indikationer på at foreningen med fordel kan øge sin kommunikation i forhold til at udbrede kendskabet til de resultater, der skabes. Her synes analysens konklusion at være, at medierne er den kanal, hvor flest følger foreningen, mens også det ugentlige nyhedsbrev har en god appel¹.

Både rådgivning og interessentvaretagelse er de primære årsager til at virksomhederne er medlem af GE, og GE kan med fordel fortsætte med at udvikle og styrke disse arbejdsområder.

¹ Det noteres, at nyhedsbrevet i 2024 er omlagt til nyt layout samt udgives i tre forskellige sprogversioner baseret på medlemmernes ene sprogvælger (grønlandsk, dansk og engelsk).