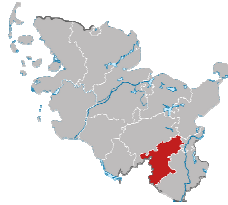


Abfallwirtschaft
Südholstein



Ergebnisse der Kundenbefragung Kreis Stormarn 2018

Mai 2018

Index

1. Hintergrund und Zielsetzung

2. Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

3. Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

- a. Bekanntheit der Unternehmen
- b. Image und Globalzufriedenheit
- c. Dienstleistungen – Bekanntheit, Nutzung und Zufriedenheit
- d. Weitere gewünschte Dienstleistungen und Preisbereitschaft
- e. Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit
- f. Kontakt zum eigenen Entsorger
- g. Servicequalität
- h. Preis-Leistungs-Verhältnis
- i. Werbung und Informationsmaterial – Bekanntheit und Beurteilung
- j. Erinnernte Veranstaltungen
- k. Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- l. Zusatzfragen
- m. Verbesserungsvorschläge

4. Zusammenfassung und Empfehlungen

Hintergrund und Zielsetzung

Hintergrund

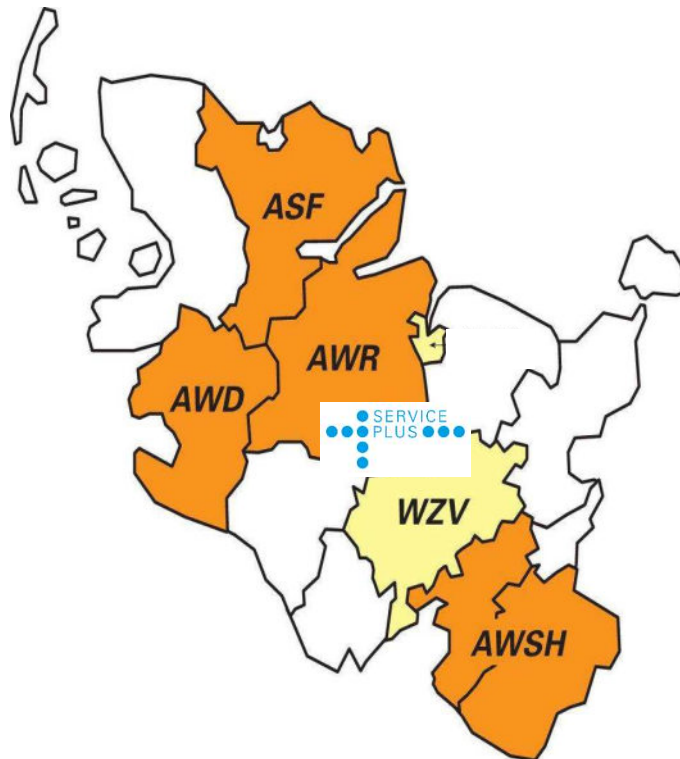
- Die Abfallwirtschaftsgesellschaften der Kreise Schleswig-Flensburg, Rendsburg-Eckernförde, Dithmarschen, Stormarn und Herzogtum Lauenburg sowie der WZV führen bereits seit 2006/2007 telefonische Umfragen zur Kundenzufriedenheit durch.

Zielsetzung

- Bekanntheit, Image, Produkt,- Dienstleistungs- und Servicequalität der Abfallwirtschaftsgesellschaften AWD, AWR, ASF, WZV, AWSH (ehemals AWL und AWS) zu ermitteln,
- Insights über die Performance der Abfallwirtschaften aus Kundensicht im B2C-Bereich zu gewinnen,
- ein externes Benchmarking im Relevant Set und ein internes Benchmarking innerhalb der Abfallwirtschaften durchzuführen und
- frühe Kenntnis wechselnder Trends und Schwachstellen in der Kundenzufriedenheit zu erhalten.



Ziehung der Stichprobe: Wie generieren wir die benötigten Telefonnummern?



Fazit: Die Erhebungszeiten sind zufallsgesteuert.

Die gdp-T-Base enthält alle öffentlich verfügbaren Rufnummern in Gesamtdeutschland

Zufallsgesteuerte Ziehung einer Telefonnummernstichprobe nach den Kreiskennziffern

Dialer: Zufallsgesteuerte Rufnummernanwahl: jede Rufnummer hat die gleiche Wahrscheinlichkeit, angewählt zu werden.

Proportionale Ziehung von Telefonnummern für die Kreise bzw. PLZs

Aber: Keine Vorratshaltung freier Telefonnummern!

RLD-Bearbeitung zur Generierung nicht eingetragener Telefonnummern

Anwahlwiederholung zu unterschiedlichen Zeiten

Mischung aller Rufnummern und Splittung in einzelne Pakete.

Telefonzeit: 11:00 bis 21:00 h (Appointments werden auch zu anderen Zeiten wahrgenommen)

Index

1. Hintergrund und Zielsetzung

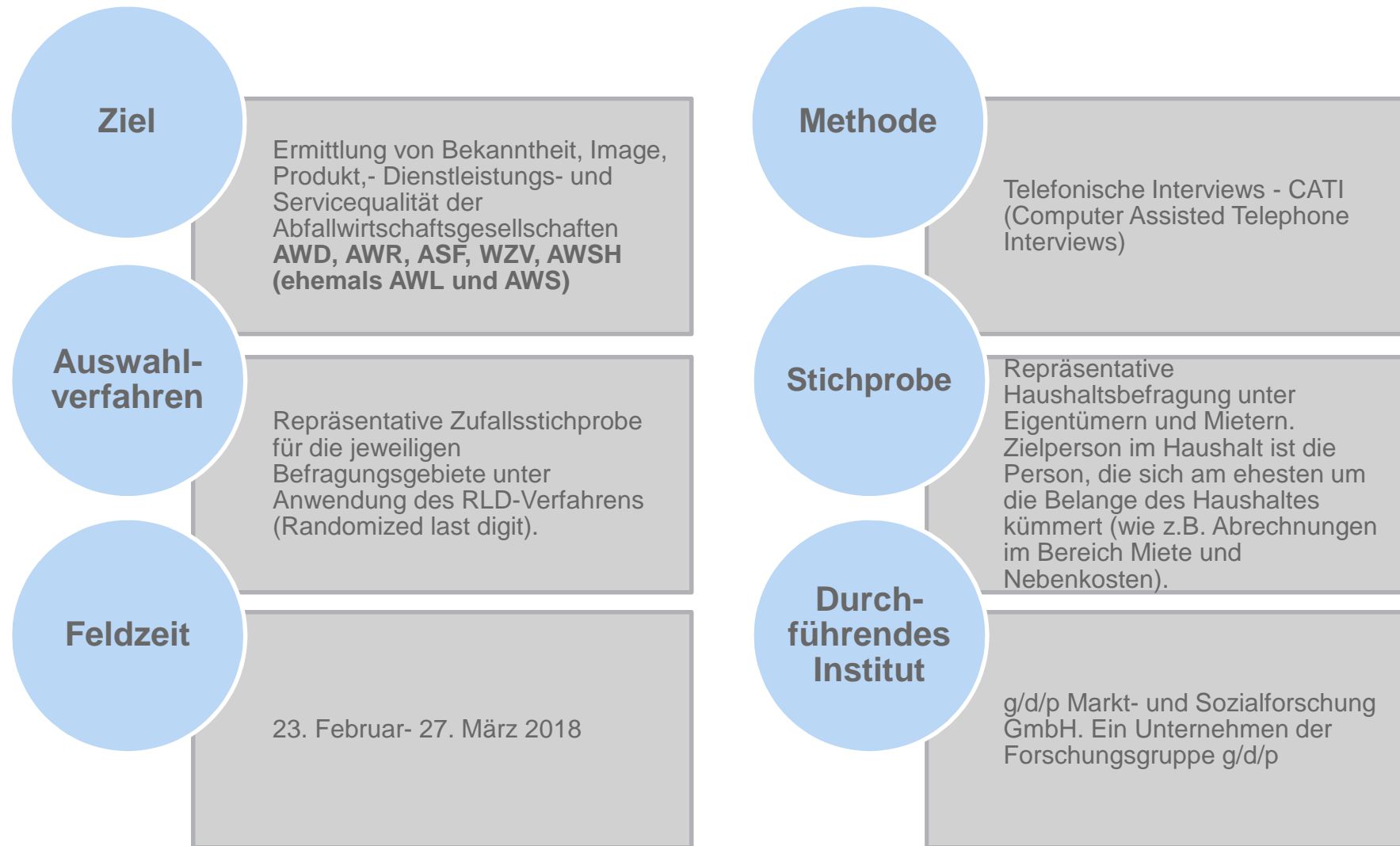
2. Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

3. Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

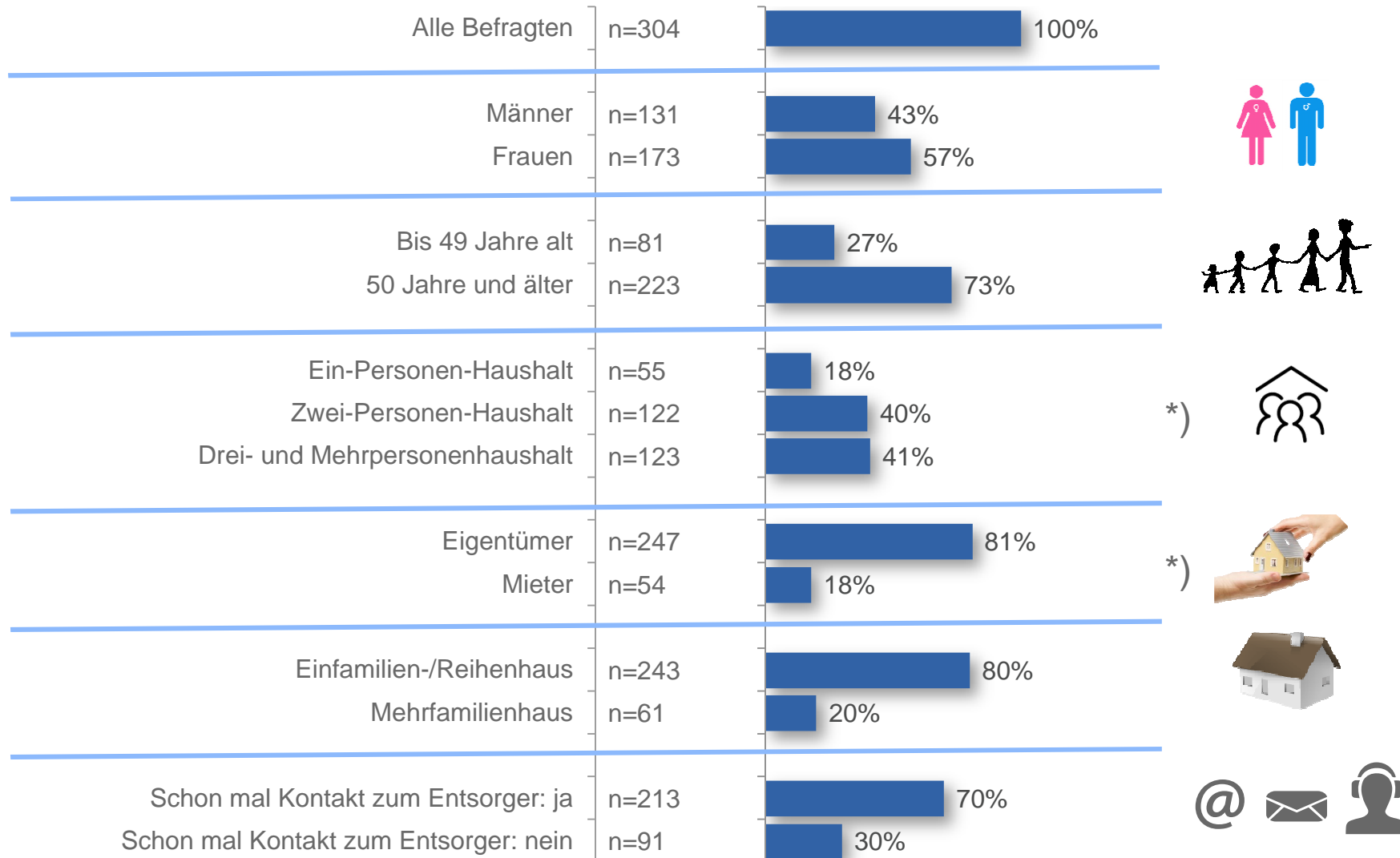
- a. Bekanntheit der Unternehmen
- b. Image und Globalzufriedenheit
- c. Dienstleistungen – Bekanntheit, Nutzung und Zufriedenheit
- d. Weitere gewünschte Dienstleistungen und Preisbereitschaft
- e. Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit
- f. Kontakt zum eigenen Entsorger
- g. Servicequalität
- h. Preis-Leistungs-Verhältnis
- i. Werbung und Informationsmaterial – Bekanntheit und Beurteilung
- j. Erinnernte Veranstaltungen
- k. Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- l. Zusatzfragen
- m. Verbesserungsvorschläge

4. Zusammenfassung und Empfehlungen

Untersuchungssteckbrief

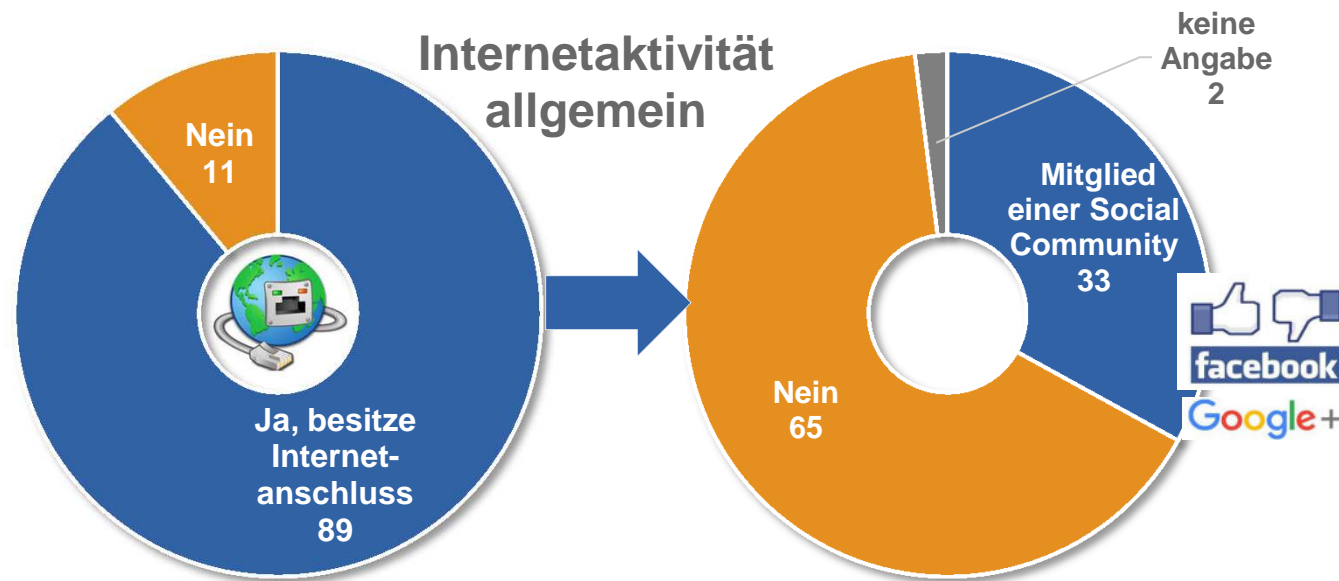


Stichprobenstruktur



89% der befragten AWSH Stormarn-Kunden besitzen einen Internetanschluss und 33% davon sind Mitglied in einer Social Community.

Internetanschluss und Mitgliedschaft in einer Social Community



Stat5a. Besitzen Sie einen Internetanschluss?

FILTER: Falls 'Ja' lt. Statistik 5a: Stat5b. Sind Sie Mitglied in einer Social Community, wie z.B. Facebook oder google plus?

Index

1. Hintergrund und Zielsetzung

2. Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

3. Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

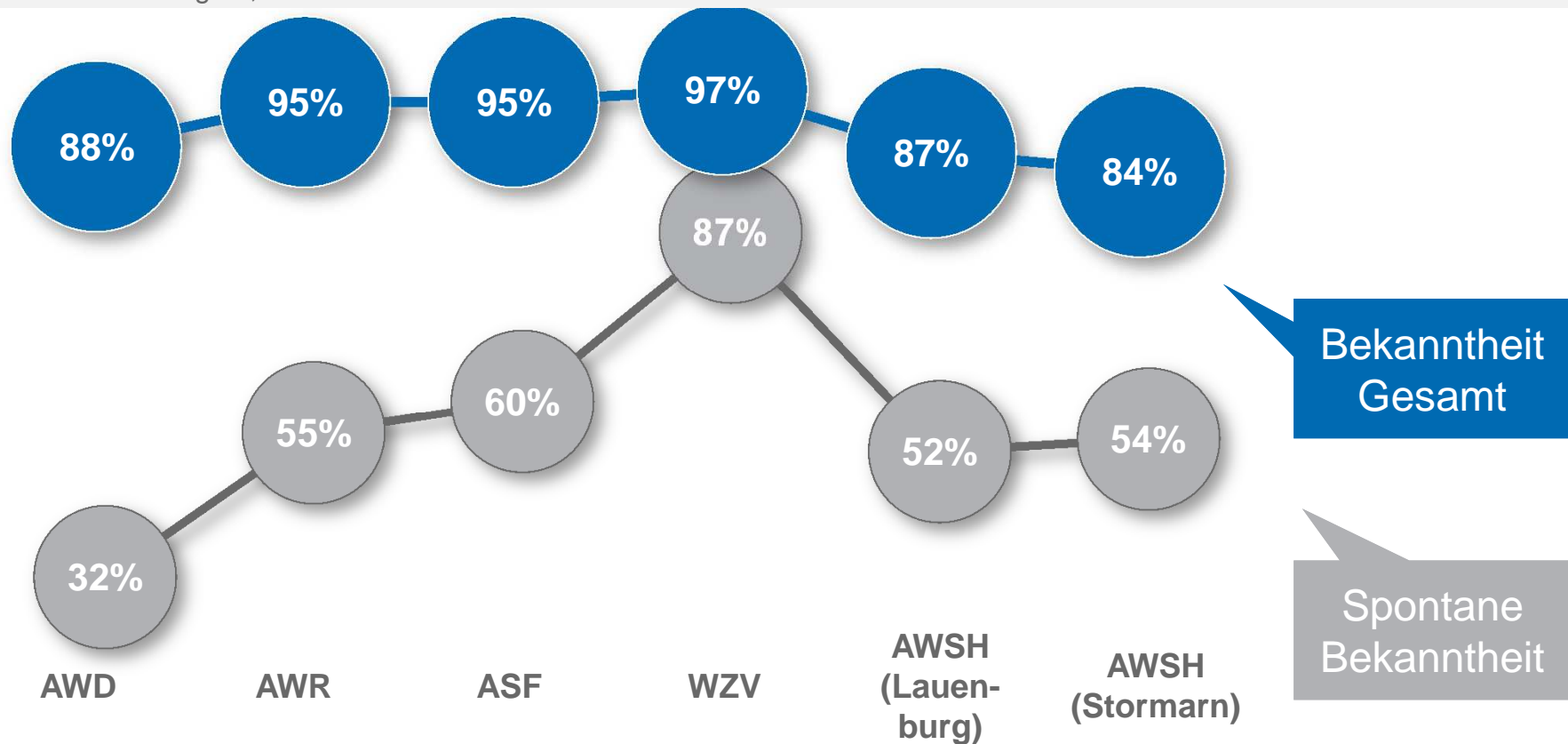
- a. Bekanntheit der Unternehmen
- b. Image und Globalzufriedenheit
- c. Dienstleistungen – Bekanntheit, Nutzung und Zufriedenheit
- d. Weitere gewünschte Dienstleistungen und Preisbereitschaft
- e. Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit
- f. Kontakt zum eigenen Entsorger
- g. Servicequalität
- h. Preis-Leistungs-Verhältnis
- i. Werbung und Informationsmaterial – Bekanntheit und Beurteilung
- j. Erinnernte Veranstaltungen
- k. Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- l. Zusatzfragen
- m. Verbesserungsvorschläge

4. Zusammenfassung und Empfehlungen

Alle Entsorger sind dem Großteil ihrer Kunden bekannt.
Der WZV erreicht wieder die höchste Spontanbekanntheit.

Aktuelle Bekanntheit Entsorgungsunternehmen

Basis: Alle Befragten, Werte in %



2.1 Wissen Sie, welches Unternehmen bei Ihnen im Kreis ... die Abfallentsorgung organisiert? Hierzu gehören nicht nur die Abfallbehälter sondern auch Sperrmüll, Recyclinghöfe etc. Wenn ja, wie heißt das Unternehmen?

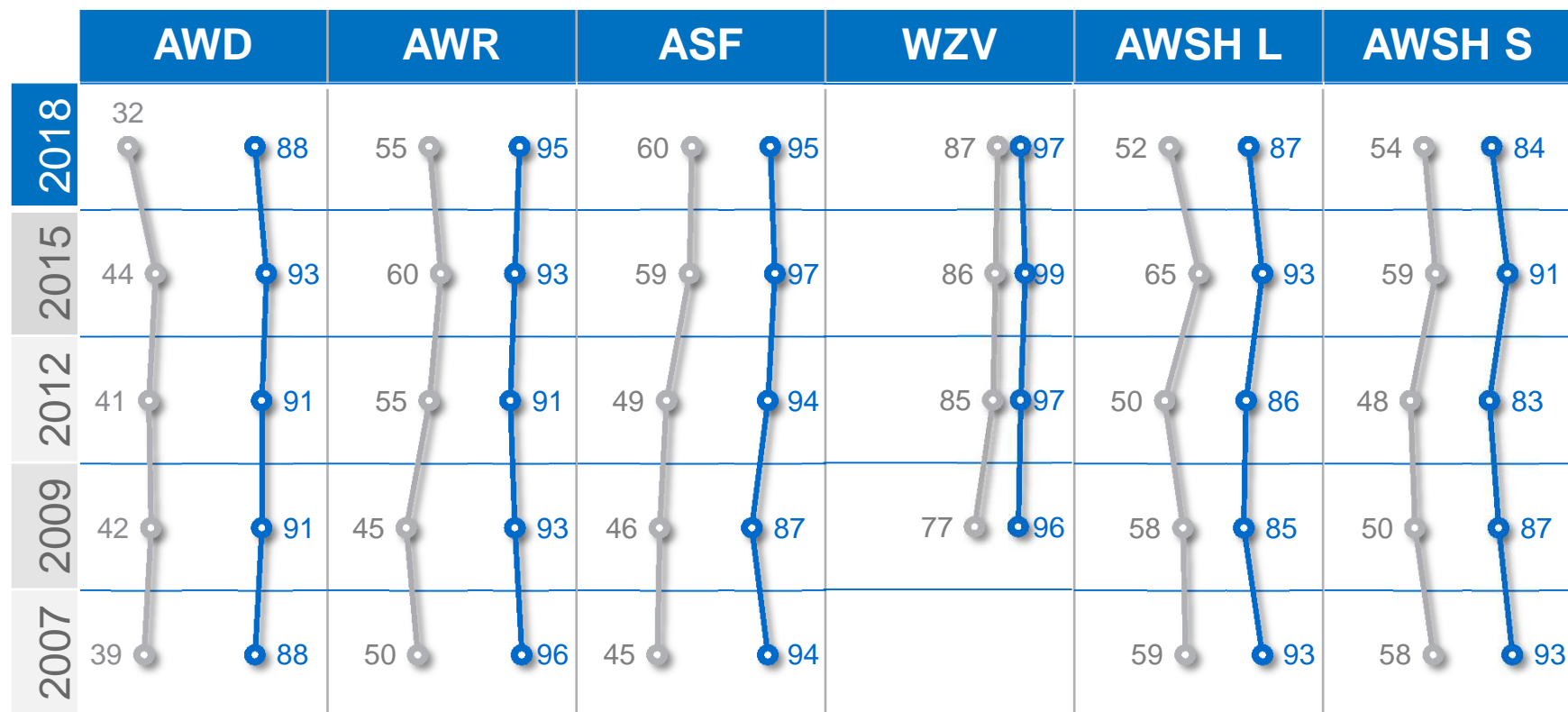
2.2 Kennen Sie den folgenden Entsorger zumindest dem Namen nach? Falls Entsorger nicht genannt lt. F2.1

Mit Ausnahme des WZVs und der ASF sind die spontanen Bekanntheitswerte für alle Unternehmen gesunken. Die Gesamtbekanntheit für die AWD und AWSH ist gesunken.

Bekanntheit Entsorgungsunternehmen

Basis: Alle Befragten, Werte in %

● Gesamtbekanntheit ● Spontane Bekanntheit







2.1 Wissen Sie, welches Unternehmen bei Ihnen im Kreis ... die Abfallentsorgung organisiert? Hierzu gehören nicht nur die Abfallbehälter sondern auch Sperrmüll, Recyclinghöfe etc. Wenn ja, wie heißt das Unternehmen?

2.2 Kennen Sie den folgenden Entsorger zumindest dem Namen nach? Falls Entsorger nicht genannt lt. F2.1

Neben der AWSH sind nur wenige – zum Teil falsch erinnerte – Unternehmen bekannt.

Bekanntheit Entsorgungsunternehmen – weiterhin genannte Unternehmen

Basis: Alle Befragten, Werte in %

AWS Abfall-Wirtschafts-Service GmbH		8
Otto Dörner Entsorgung GmbH		1
Abfallbeseitigungswirtschaft allgemein		1
sonstige Abfallbeseitigung/ Recyclinghöfe		4

2.1 Wissen Sie, welches Unternehmen bei Ihnen im Kreis ... die Abfallentsorgung organisiert? Hierzu gehören nicht nur die Abfallbehälter sondern auch Sperrmüll, Recyclinghöfe etc. Wenn ja, wie heißt das Unternehmen?

Index

1. Hintergrund und Zielsetzung

2. Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

3. Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

- a. Bekanntheit der Unternehmen
- b. Image und Globalzufriedenheit
- c. Dienstleistungen – Bekanntheit, Nutzung und Zufriedenheit
- d. Weitere gewünschte Dienstleistungen und Preisbereitschaft
- e. Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit
- f. Kontakt zum eigenen Entsorger
- g. Servicequalität
- h. Preis-Leistungs-Verhältnis
- i. Werbung und Informationsmaterial – Bekanntheit und Beurteilung
- j. Erinnernte Veranstaltungen
- k. Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- l. Zusatzfragen
- m. Verbesserungsvorschläge

4. Zusammenfassung und Empfehlungen

Kurzfakten: Globalzufriedenheit

- **Die Befragten sind mit der AWSH Stormarn insgesamt sehr zufrieden.**
- Das Zufriedenheitsniveau ist auf dem gleichen Niveau wie 2015.
- 2-Personen-Haushalte und Bewohner von Einfamilien-/ Reihenhäusern sind am zufriedensten mit der AWSH Stormarn; Bewohner von Mehrfamilienhäusern sind am wenigsten zufrieden.



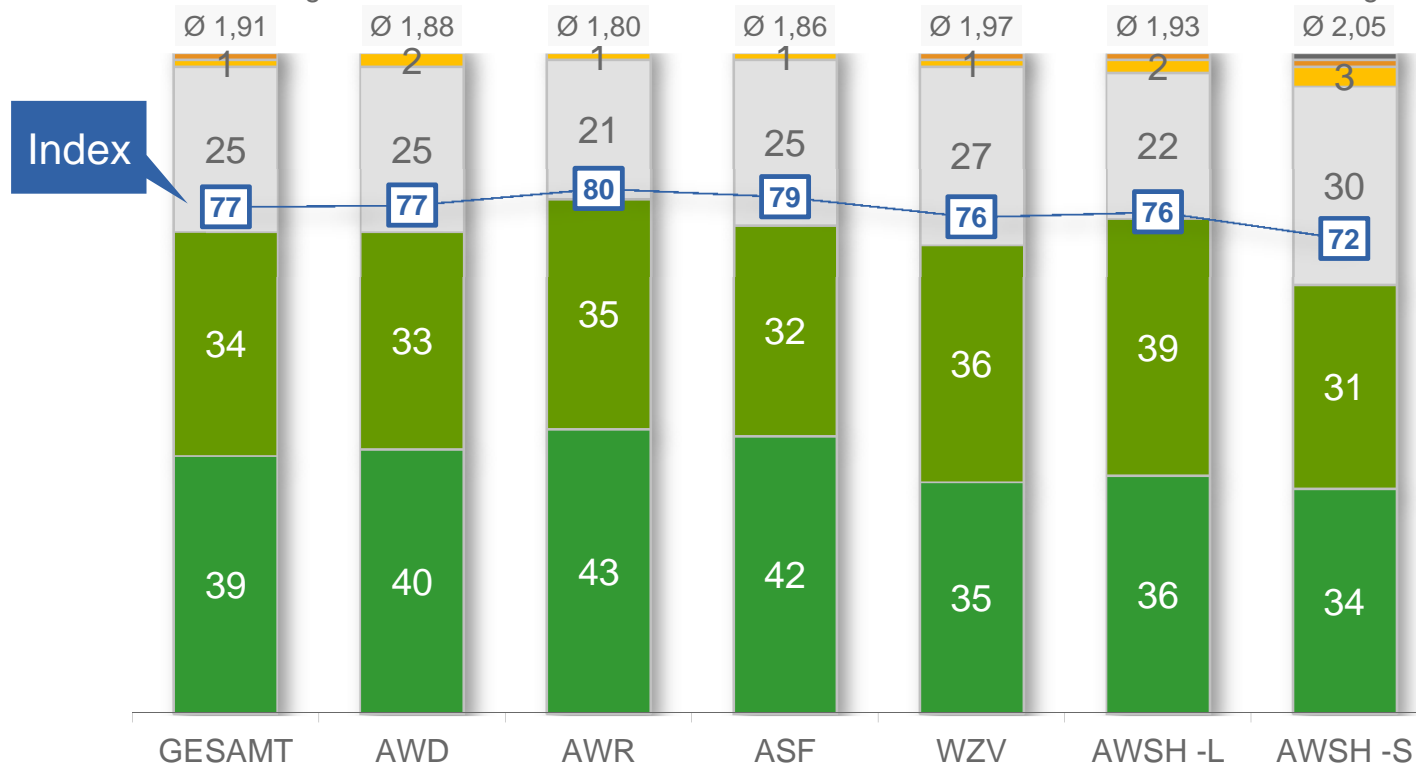
*) Zweckverband Abfallwirtschaft
Region Hannover September 2017

Die Zufriedenheit mit der AWR ist am höchsten; 43% sind mit der AWR vollkommen zufrieden. Bei der AWSH Stormarn sind es 34%. Die AWR und die ASF konnten den Index für das externe Benchmarking erreichen.

Globalzufriedenheit

Basis: Alle Befragten, Werte in %

- 1 = Vollkommen zufrieden
- 2 = Sehr zufrieden
- 3 = Zufrieden
- 4 = Weniger zufrieden
- 5 = Unzufrieden
- keine Angabe



Indexberechnung für das externe Benchmark

Punktwert Zufriedenheitsskala	
Vollkommen zufrieden (1)	100
Sehr zufrieden (2)	75
Zufrieden (3)	50
Weniger zufrieden (4)	0
Unzufrieden (5)	0

Externes Benchmarking Index*): 79

*) Zweckverband Abfallwirtschaft Region Hannover September 2017

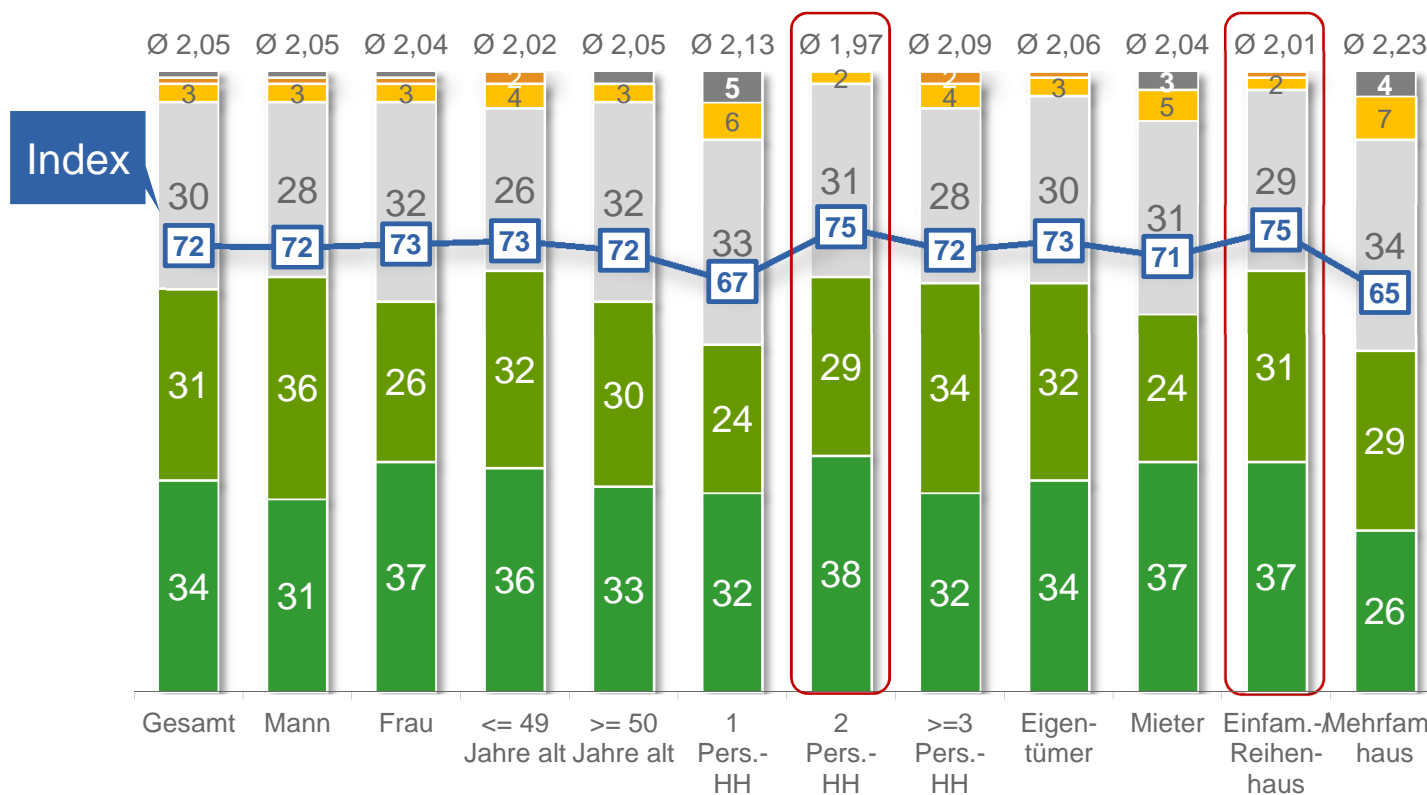
Frage 3.1: Alles in allem, wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen von Ihrem Abfallentsorger insgesamt auf der folgenden Skala?

Am zufriedensten mit der AWSH Stormarn sind 2-Personen-Haushalte und Bewohner von Einfamilien-/ Reihenhäusern.

Globalzufriedenheit

Basis: Alle Befragten, Werte in %

■ 1 = Vollkommen zufrieden ■ 2 = Sehr zufrieden ■ 3 = Zufrieden ■ 4 = Weniger zufrieden ■ 5 = Überhaupt nicht zufrieden ■ keine Angabe



Indexberechnung für das externe Benchmark

Punktwert Zufriedenheitsskala	
Vollkommen zufrieden (1)	100
Sehr zufrieden (2)	75
Zufrieden (3)	50
Weniger zufrieden (4)	0
Unzufrieden (5)	0

Externes Benchmarking Index*): 79

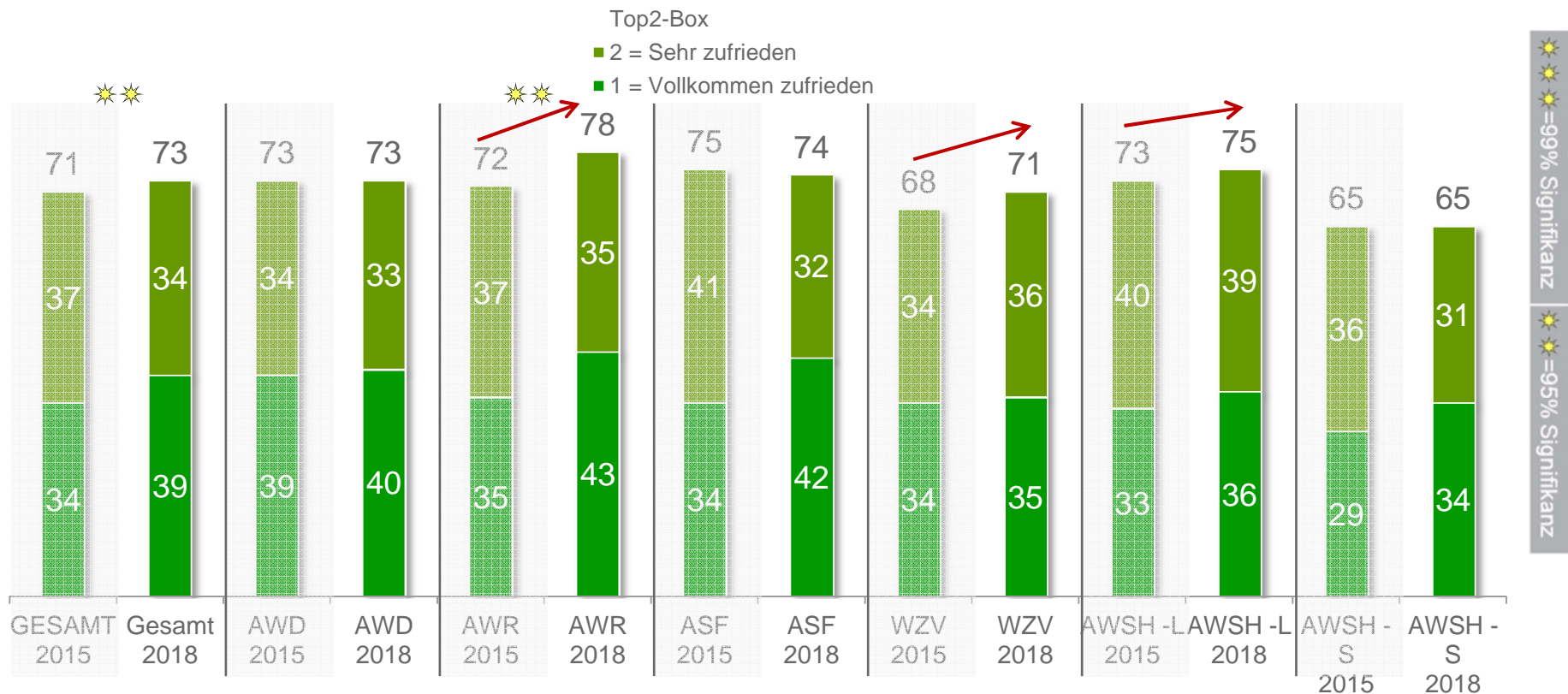
*) Zweckverband Abfallwirtschaft Region Hannover September 2017

Frage 3.1: Alles in allem, wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen von Ihrem Abfallentsorger insgesamt auf der folgenden Skala?

Im Vergleich zu 2015 konnte sich die AWR signifikant in der generellen Kundenzufriedenheit steigern. Auch der WZV und die AWSH-L verzeichnen leichte Steigerungen.

Globalzufriedenheit im Zeitvergleich – Top2-Box

Basis: Alle Befragten, Werte in %



Frage 3.1: Alles in allem, wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen von Ihrem Abfallentsorger insgesamt auf der folgenden Skala?

Kurzfakten: Image

- Die generell kritischen Kunden der AWSH Stormarn sehen eine positive Entwicklung. Insbesondere die Relevanz für die Region und der Preis werden deutlich besser als 2015 beurteilt.
- Im Vergleich mit den anderen Entsorgungsunternehmen zeigt sich, dass es – trotz positiver Entwicklung – weiterhin noch Optimierungspotenzial gibt.
- Insbesondere Männer und jüngere Befragte sind in einigen Imagemerkmale noch nicht überzeugt von der AWSH Stormarn.

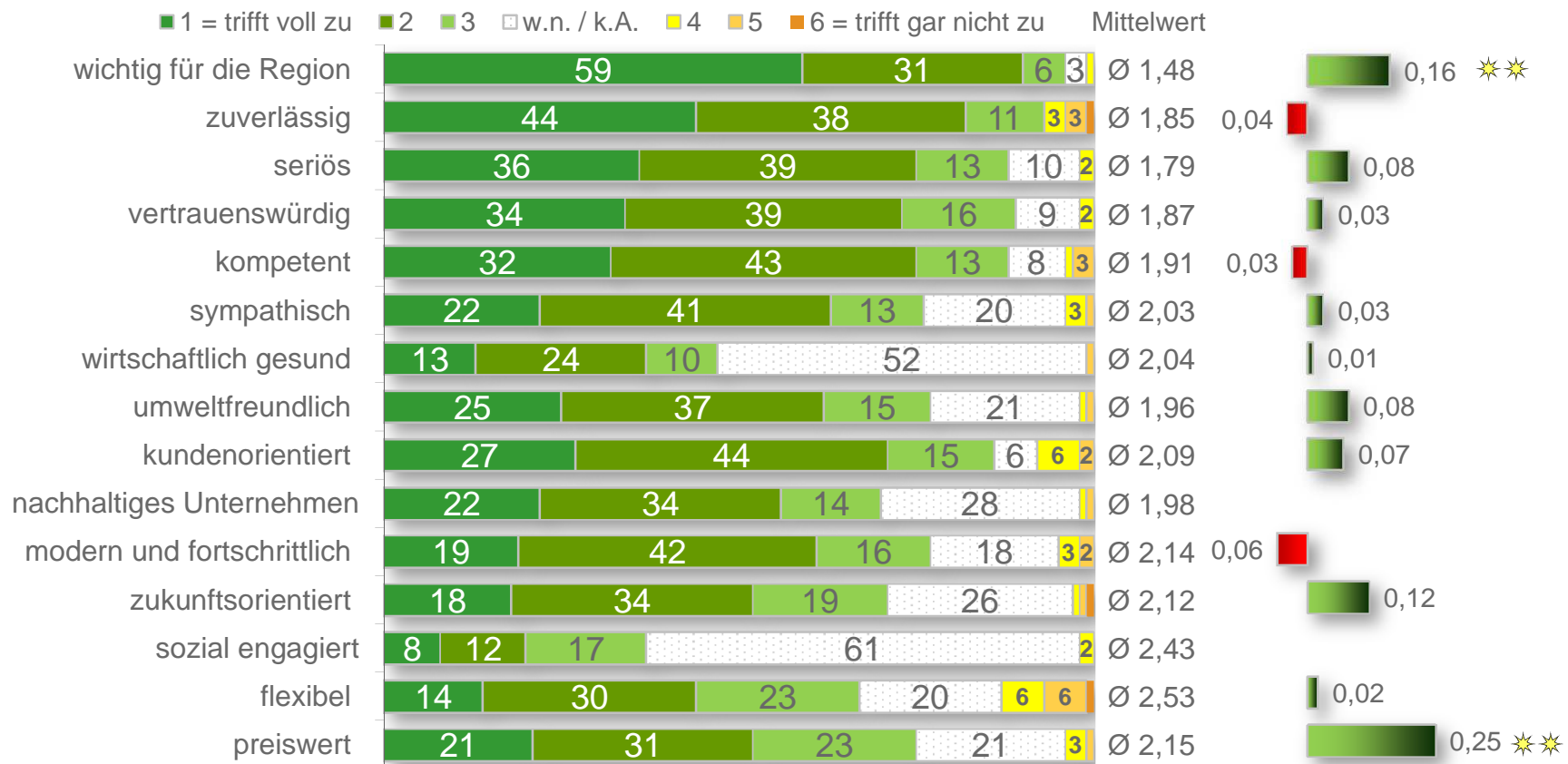


Die AWSH Stormarn hat sich nach Meinung der Befragten seit 2015 positiv entwickelt. Sie wird heute signifikant wichtiger für die Region und preiswerter von den Befragten empfunden.


Image gesamt

Basis: Befragte, die die entsprechende AW kennen, Werte in %, Positivranking

Differenz Mittelwerte im Vergleich zu 2015



4. Ich lese Ihnen jetzt einige Eigenschaften vor. Bitte sagen Sie mir, wie sehr diese Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zutreffen. Filter: Falls jeweiliger Entsorger bekannt

 : Wichtig für die Region, zuverlässig, seriös, vertrauenswürdig, kompetent, kundenorientiert.


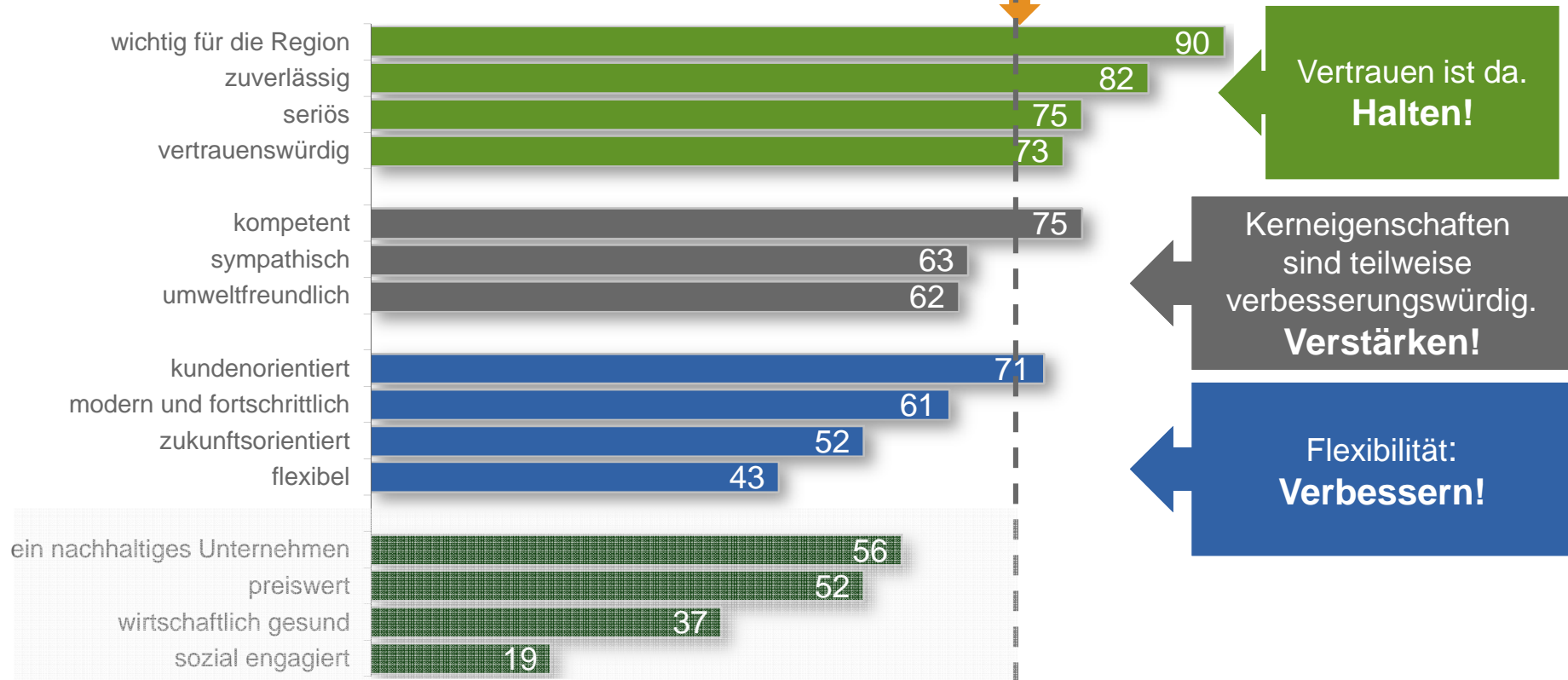
 : Sympathisch, umweltfreundlich, modern, flexibel, zukunftsorientiert.

Image gesamt – Top2-Box

Basis: Befragte, die die entsprechende AW kennen, Werte in %, Positivranking

Ø68 = durchschnittlicher Wert / 2015: Ø67
(ohne preiswert, nachhaltig, wirtschaftlich gesund und sozial engagiert)



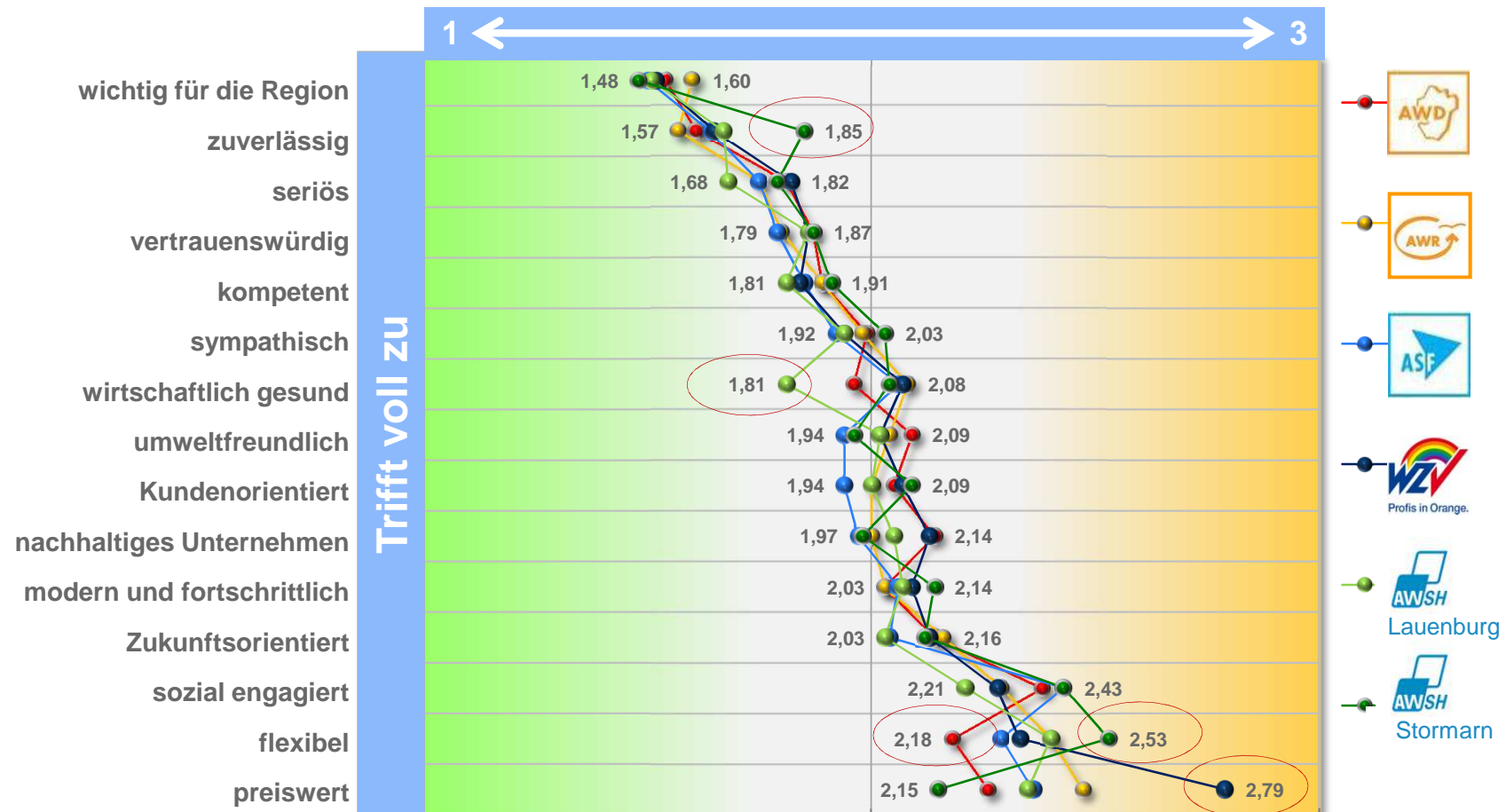
4. Ich lese Ihnen jetzt einige Eigenschaften vor. Bitte sagen Sie mir, wie sehr diese Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zutreffen. Filter: Falls jeweiliger Entsorger bekannt

Der WZV hat nach wie vor das höchste Preisniveau. Die AWSH Lauenburg erhält den besten Wert für „wirtschaftlich gesund“ und die AWD ist am flexibelsten. Die AWSH Stormarn wird am wenigsten flexibel und zuverlässig empfunden.

Image – differenziert nach Entsorger

Basis: Befragte, die die entsprechende AW kennen, Mittelwerte, Positivranking nach Gesamt

Skala von 1 bis 6 :
1 = trifft voll zu bis
6 = trifft gar nicht zu



4. Ich lese Ihnen jetzt einige Eigenschaften vor.
Bitte sagen Sie mir, wie sehr diese Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zutreffen. Filter: Falls jeweiliger Entsorger bekannt
Kundenzufriedenheitsuntersuchung 2018

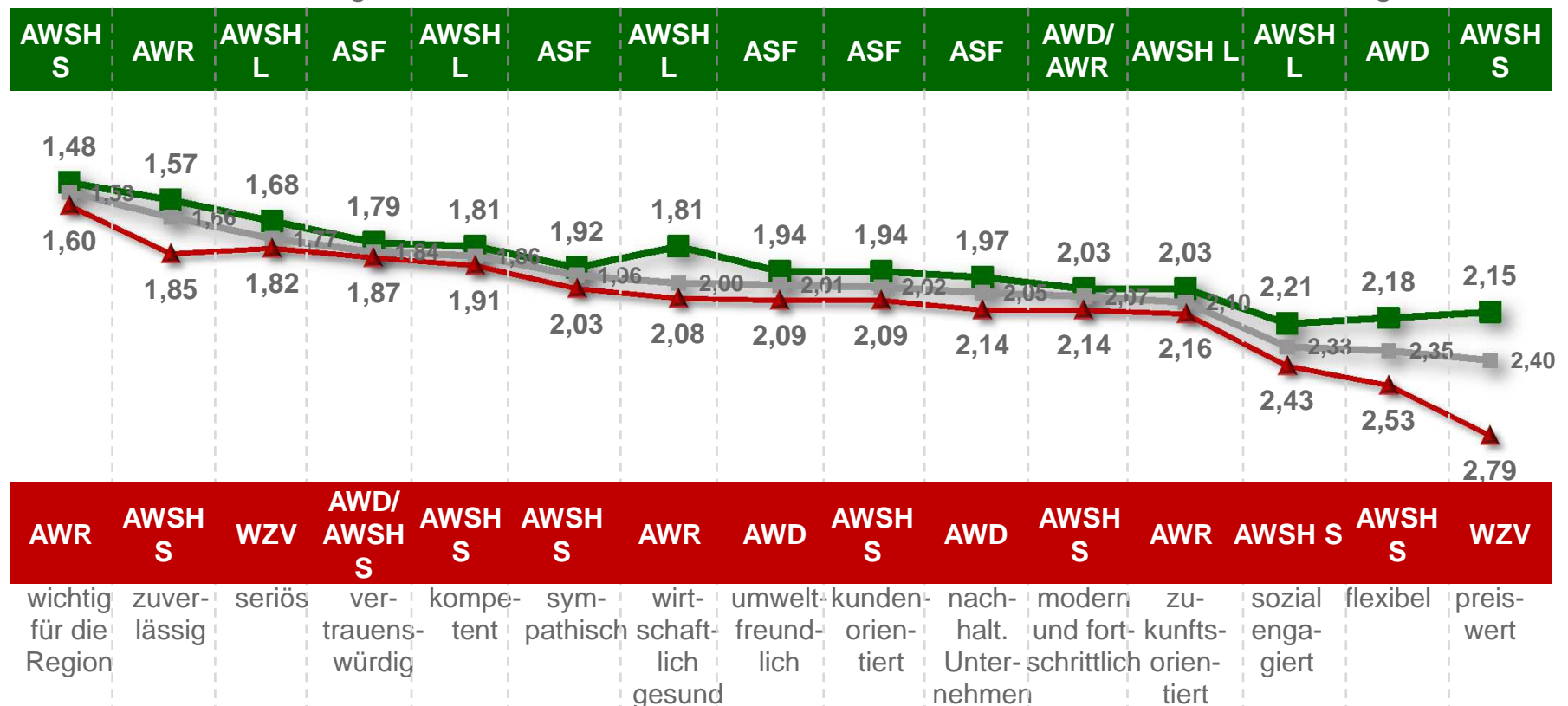
Im Vergleich erhalten die ASF und die AWSH L die meisten besten Bewertungen. Nach wie vor sollte der WZV dringend das Preisniveau optimieren. Die AWSH S erhält am häufigsten den negativsten Wert.

Internes Benchmarking

Basis: Befragte, die die entsprechende AW kennen, Mittelwerte, Positivranking nach Gesamt

Skala von 1 bis 6 :
1 = trifft voll zu bis
6 = trifft gar nicht zu

■ Beste Beurteilung ■ Durchschnitt aller Abfallwirtschaften ▲ Schlechteste Beurteilung



4. Ich lese Ihnen jetzt einige Eigenschaften vor.
Bitte sagen Sie mir, wie sehr diese Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zutreffen. Filter: Falls jeweiliger Entsorger bekannt



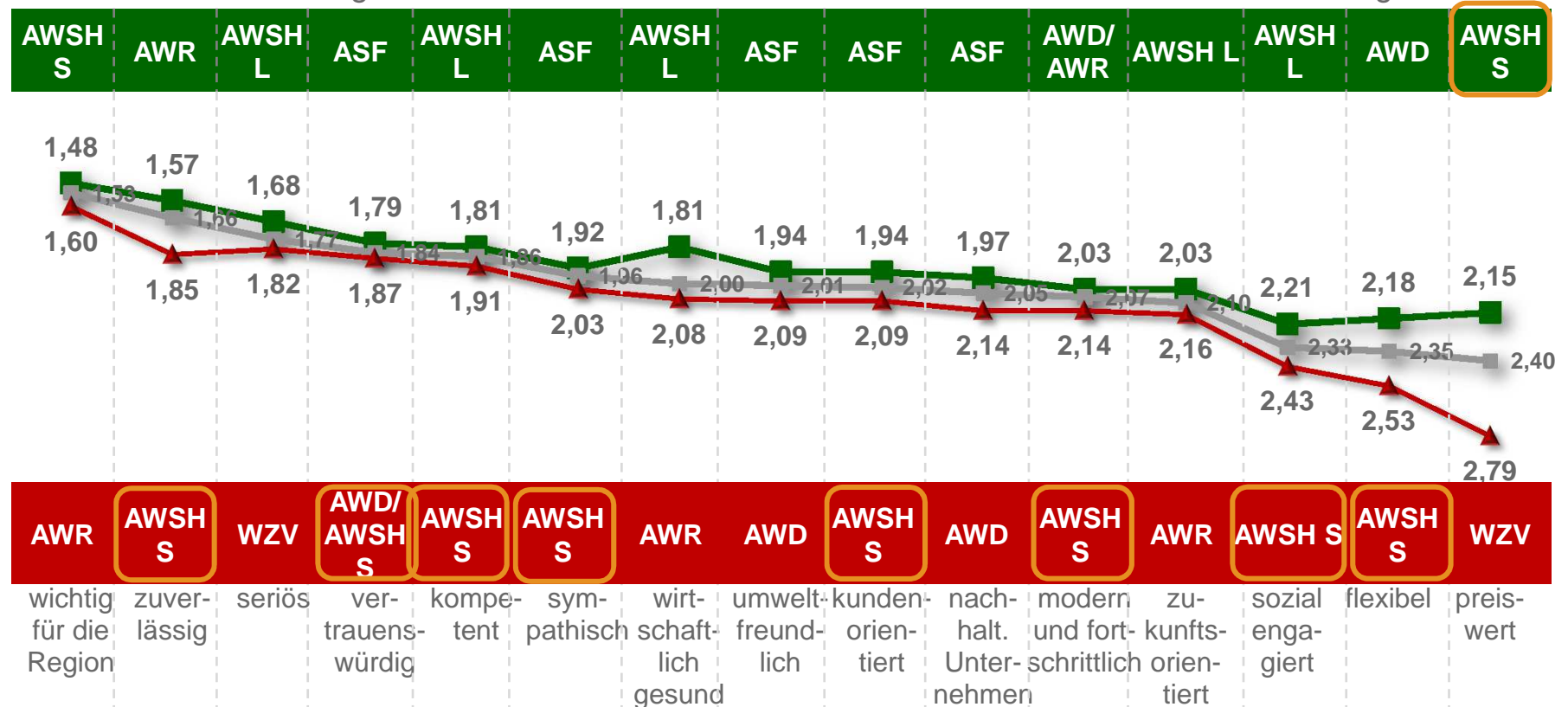
Die AWSH Stormarn wird hinsichtlich des Preises am besten bewertet. Obwohl die Befragten eine positive Entwicklung für die AWSH Stormarn sehen, gibt es nach wie vor noch deutliches Optimierungspotenzial.

Internes Benchmarking

Basis: Befragte, die die entsprechende AW kennen, Mittelwerte, Positivranking nach Gesamt

Skala von 1 bis 6 :
1 = trifft voll zu bis
6 = trifft gar nicht zu

■ Beste Beurteilung ■ Durchschnitt aller Abfallwirtschaften ▲ Schlechteste Beurteilung



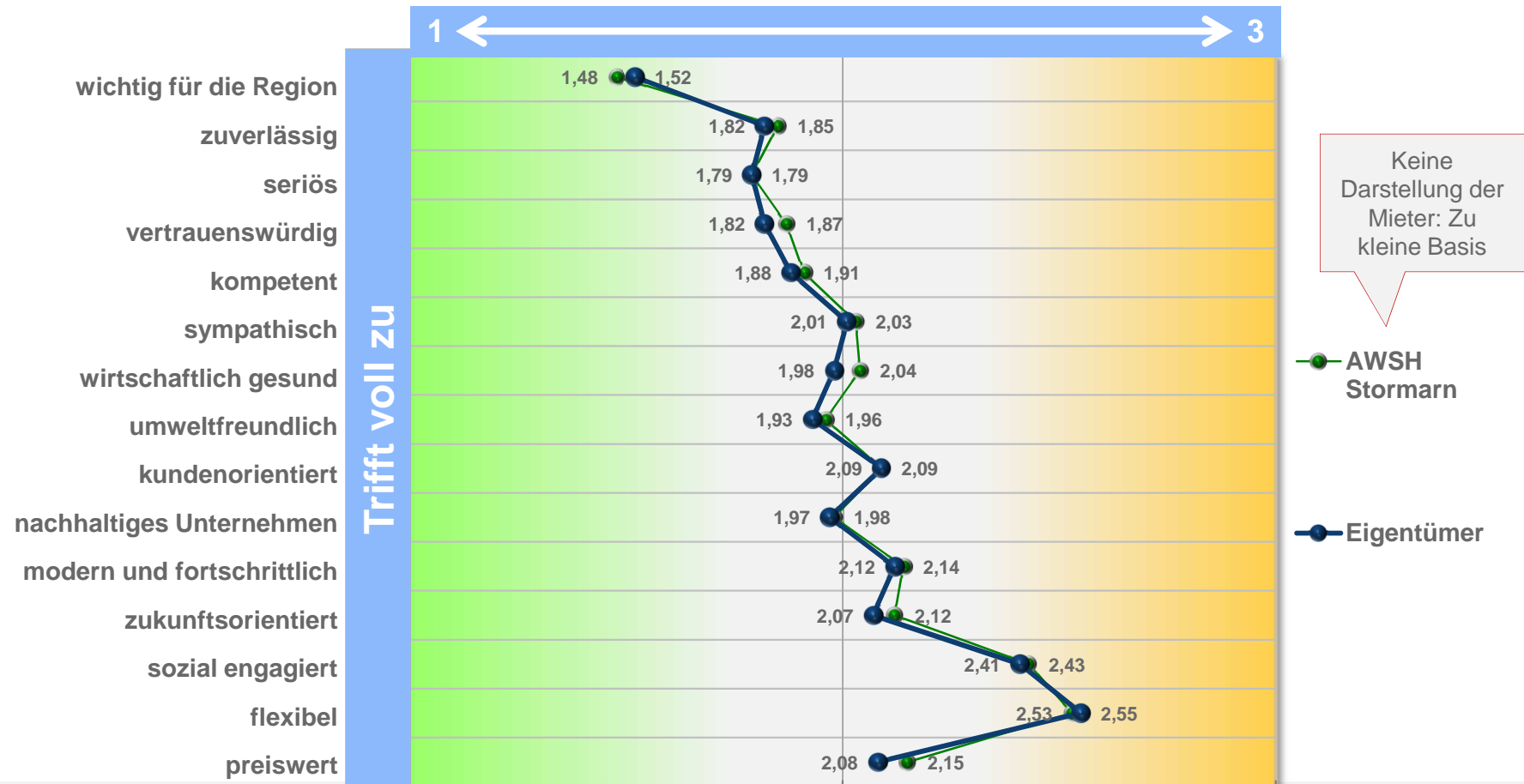
4. Ich lese Ihnen jetzt einige Eigenschaften vor.
Bitte sagen Sie mir, wie sehr diese Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zutreffen. Filter: Falls jeweiliger Entsorger bekannt
Kundenzufriedenheitsuntersuchung 2018

Die Eigentümer sind einigen Imagemerkmale leicht positiver als die Kunden der AWSH Stormarn insgesamt.

Image – differenziert nach Eigentum/ Miete

Basis: Befragte, die die entsprechende AW kennen, Mittelwerte, Positivranking nach Gesamt

Skala von 1 bis 6 :
1 = trifft voll zu bis
6 = trifft gar nicht zu



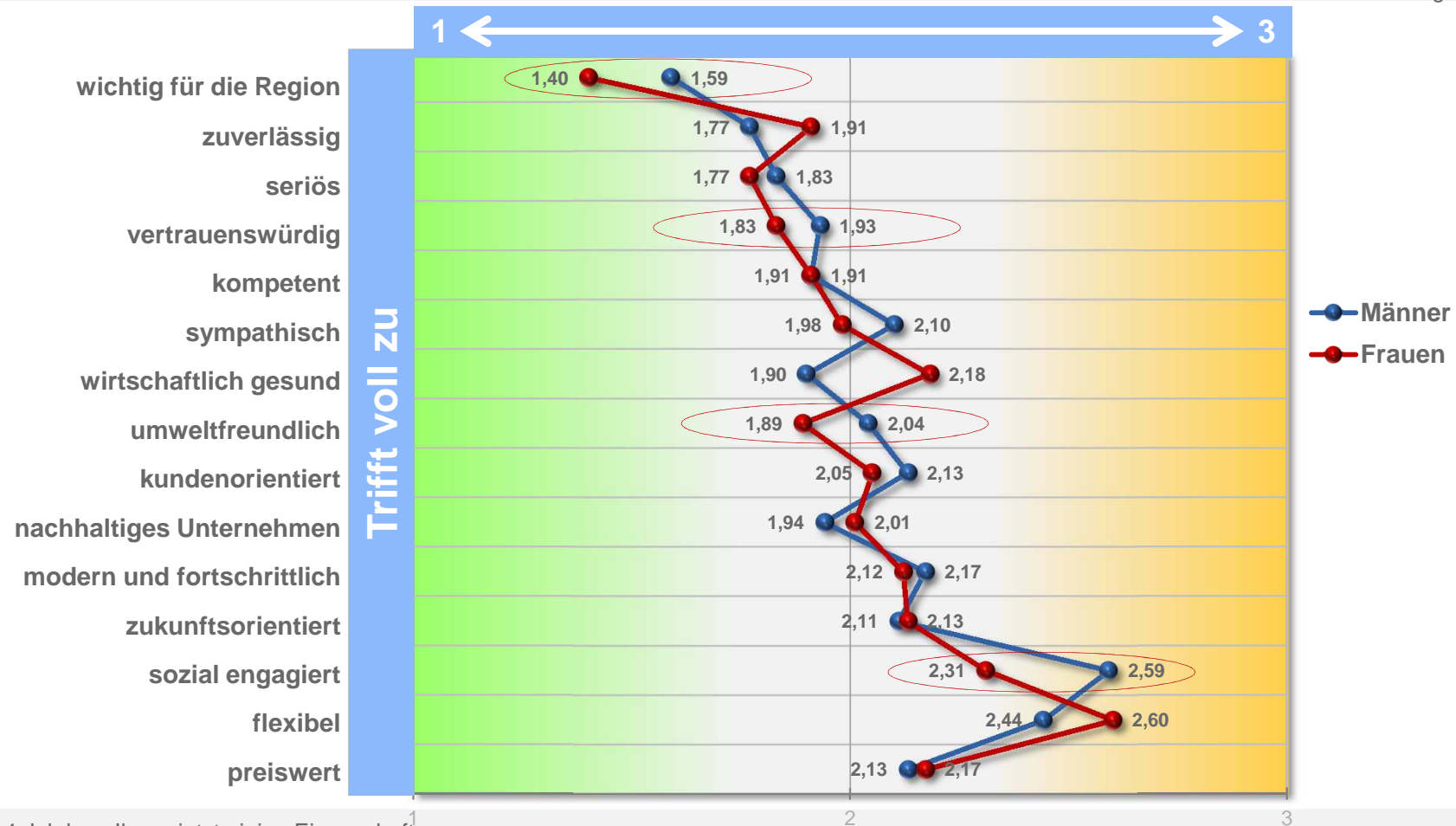
4. Ich lese Ihnen jetzt einige Eigenschaften vor.
Bitte sagen Sie mir, wie sehr diese Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zutreffen. Filter: Falls jeweiliger Entsorger bekannt

Die Frauen bewerten die AWSH Stormarn als deutlich wichtiger für die Region, vertrauenswürdiger, umweltfreundlicher und sozial engagierter als die Männer.

Image – differenziert nach Geschlecht

Basis: Befragte, die die entsprechende AW kennen, Mittelwerte, Positivranking nach Gesamt

Skala von 1 bis 6 :
 1 = trifft voll zu bis
 6 = trifft gar nicht zu



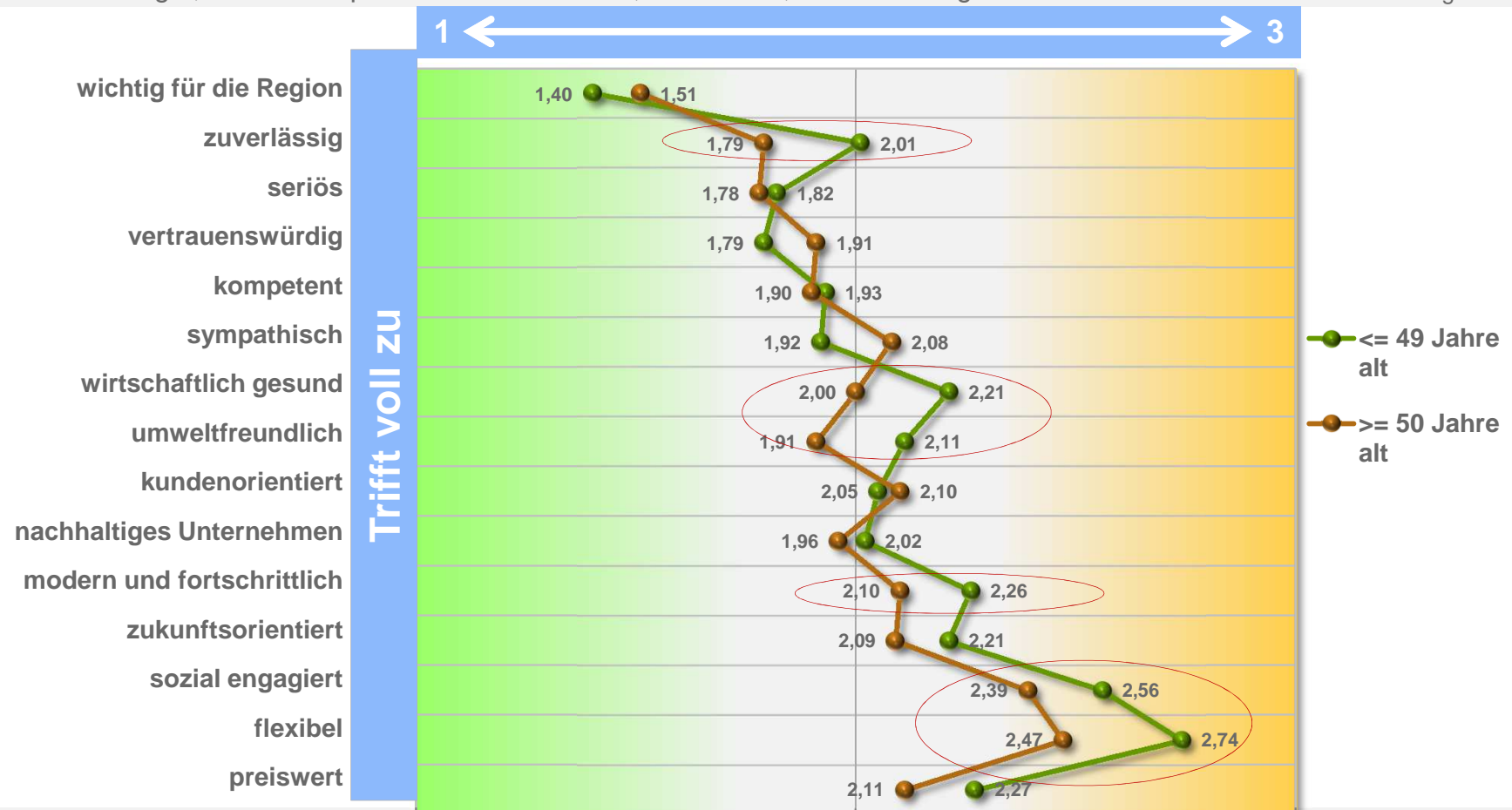
4. Ich lese Ihnen jetzt einige Eigenschaften vor.
 Bitte sagen Sie mir, wie sehr diese Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zutreffen. Filter: Falls jeweiliger Entsorger bekannt
 Kundenzufriedenheitsuntersuchung 2018

Die Älteren beurteilen die AWSH Stormarn zuverlässiger, wirtschaftlich gesünder, umweltfreundlicher, moderner, sozial engagierte und flexibler als die Jüngeren.

Image – differenziert nach Alter

Basis: Befragte, die die entsprechende AW kennen, Mittelwerte, Positivranking nach Gesamt

Skala von 1 bis 6 :
1 = trifft voll zu bis
6 = trifft gar nicht zu





















































































4. Ich lese Ihnen jetzt einige Eigenschaften vor.
Bitte sagen Sie mir, wie sehr diese Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zutreffen. Filter: Falls jeweiliger Entsorger bekannt

Die ASF konnte die Kundenorientierung deutlich steigern. Die AWSH Stormarn wird bezüglich ihrer regionalen Relevanz und des Preisniveaus besser bewertet. Die AWD wird aktuell deutlich preiswerter, jedoch nicht mehr so zuverlässig, seriös und sympathisch wie noch 2015 beurteilt. Der WZV wird negativer hinsichtlich der Zuverlässigkeit und der Fortschrittlichkeit empfunden.

Vergleich zu 2015: Image – alle Entsorger: Differenz der Mittelwerte zu 2015

Basis: Befragte, die die entsprechende AW kennen, Werte in %, Positivranking nach Gesamt

Skala von 1 bis 6 :
1 = trifft voll zu bis
6 = trifft gar nicht zu

						
wichtig für die Region	0,04 	 0,03	 0,10	 0,10	0,01 	***  0,16
zuverlässig	0,14  **	0,02 	0,03 	0,11  **	0,05 	0,04 
seriös	0,20  ***	0,05 		0,03 	 0,03	 0,08
vertrauenswürdig	0,19 	0,04 	 0,07	0,00	0,12 	 0,03
kompetent	0,20 	0,07 	0,07 	0,04 	0,02 	0,03 
sympathisch	0,16  **	 0,03	 0,14	 0,05	0,03 	 0,03
wirtschaftlich gesund	0,05 	 0,02	0,07 	0,19 	 0,01	 0,01
umweltfreundlich	0,14 	0,14 	 0,04	0,01 	0,07 	 0,08
kundenorientiert	0,07 	 0,07	***  0,21	 0,13	 0,01	 0,07
nachhaltig. Unternehmen						
modern u. fortschrittlich	0,10 	0,02 	0,02 	0,19  **	0,19 	0,06 
zukunftsorientiert	0,14 	0,07 	 0,07	0,10 	 0,02	 0,12
sozial engagiert						
flexibel	0,03 	 0,10	 0,02	0,01 	0,08 	 0,02
preiswert	***  0,28	 0,18	 0,14	 0,10	0,06 	**  0,25

***=99% Signifikanz
**=95% Signifikanz

4. Ich lese Ihnen jetzt einige Eigenschaften vor.
Bitte sagen Sie mir, wie sehr diese Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zutreffen. Filter: Falls jeweiliger Entsorger bekannt
Kundenzufriedenheitsuntersuchung 2018

Index

1. Hintergrund und Zielsetzung

2. Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

3. Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

- a. Bekanntheit der Unternehmen
- b. Image und Globalzufriedenheit
- c. Dienstleistungen – Bekanntheit, Nutzung und Zufriedenheit
- d. Weitere gewünschte Dienstleistungen und Preisbereitschaft
- e. Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit
- f. Kontakt zum eigenen Entsorger
- g. Servicequalität
- h. Preis-Leistungs-Verhältnis
- i. Werbung und Informationsmaterial – Bekanntheit und Beurteilung
- j. Erinnernte Veranstaltungen
- k. Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- l. Zusatzfragen
- m. Verbesserungsvorschläge

4. Zusammenfassung und Empfehlungen

Kurzfakten: Zufriedenheit Dienstleistungen (alle Unternehmen)

- Viele der angebotenen Dienstleistungen werden immer mehr genutzt, jedoch werden die Kunden mit der Häufigkeit der Nutzung auch zum Teil kritischer.
- Angebotene Internetdienstleistungen werden stetig mehr angenommen.



Kurzfakten: Zufriedenheit Dienstleistungen

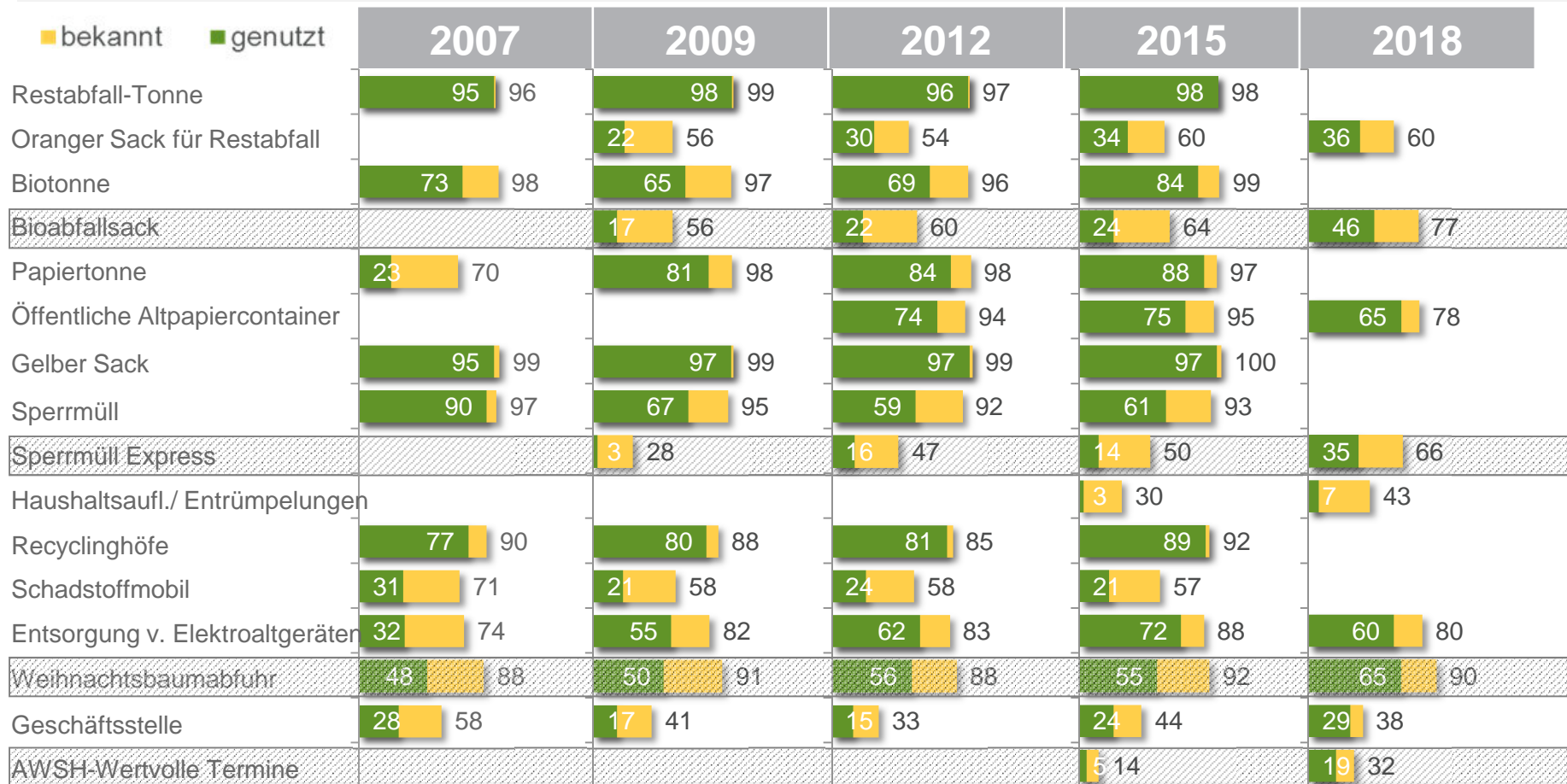
- Die angebotenen und abgefragten Dienstleistungen der AWSH Stormarn werden zum Teil immer stärker in Anspruch genommen. Die Nutzung der APP „AWSH-Wertvolle Termine“ ist seit 2015 um 14 Prozentpunkte gestiegen.
- Während die Altkleidercontainer heute besser bewertet werden, konnten die Geschäftsstelle, die Entsorgung von Elektrogeräten und der Bioabfallsack die Zufriedenheitswerte von 2015 nicht erreichen.



Fast jeder Zweite nutzt mittlerweile den Bioabfallsack.
Auch der Sperrmüll Express, die Weihnachtsbaumabfuhr
und die App AWSH-Wertvolle Termine finden immer mehr Nutzer.

Vergleich: Bekanntheit / Nutzung Dienstleistungen – AWSH Stormarn

Basis: Befragte, die die entsprechende AW kennen, Werte in %



5. Welche der folgenden Angebote oder Dienstleistungen Ihres Entsorgers kennen Sie? Kennen Sie ...? 6. Zu jeder bekannten Dienstleistung möchte ich nun gerne von Ihnen wissen, ob Sie diese schon mal in Anspruch genommen haben bzw. regelmäßig In Anspruch nehmen.

Die Zufriedenheit mit den Altkleidercontainern ist gestiegen; der Bioabfallsack und die Geschäftsstelle können die Zufriedenheit von 2015 nicht erreichen.

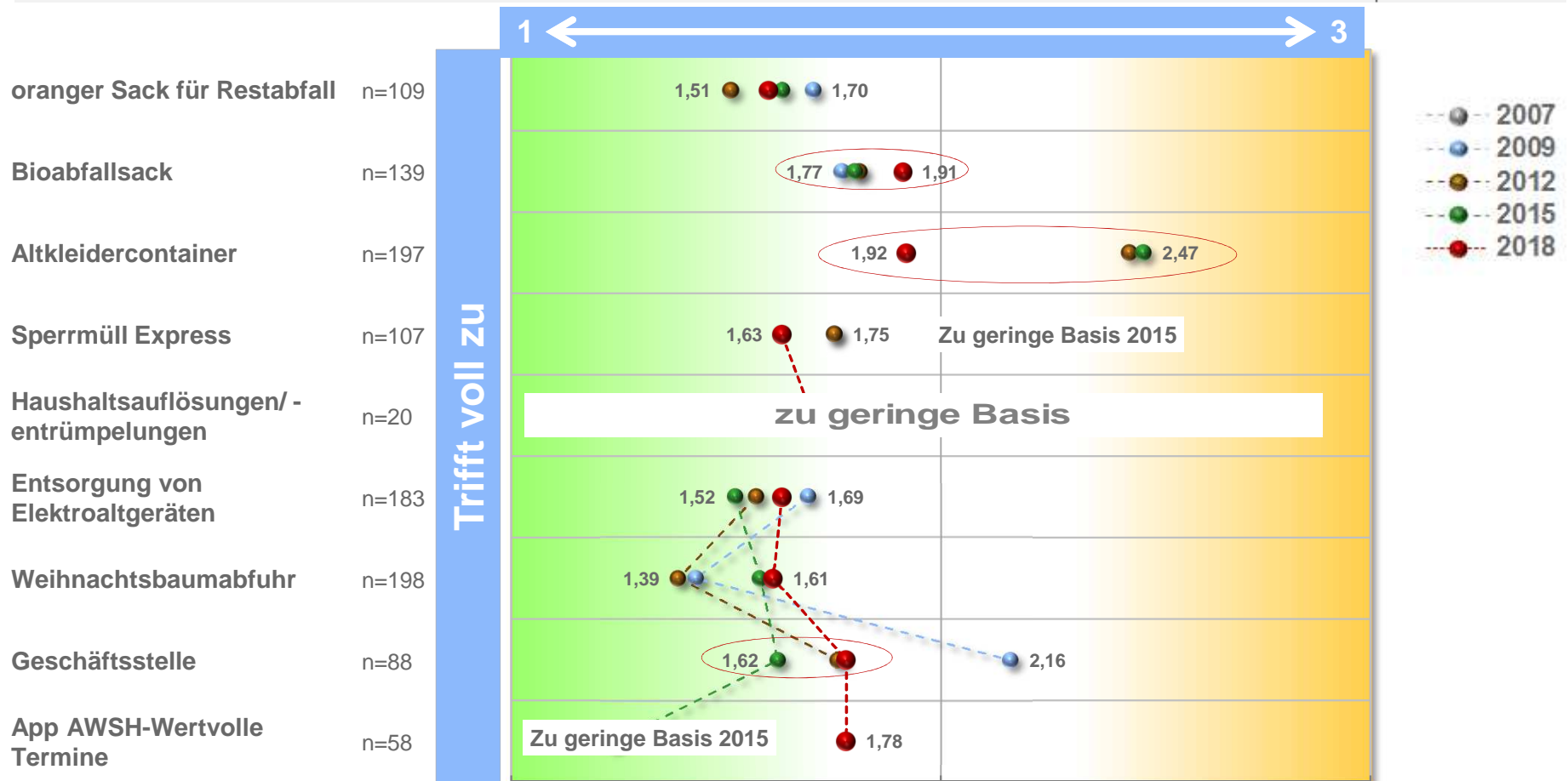
Zufriedenheit mit den Dienstleistungen – AWSH Stormarn

Basis: Befragte, die Dienstleistung genutzt haben, Werte in %

Skala von 1 bis 6 :

1 = sehr zufrieden

6 = überhaupt nicht zufrieden



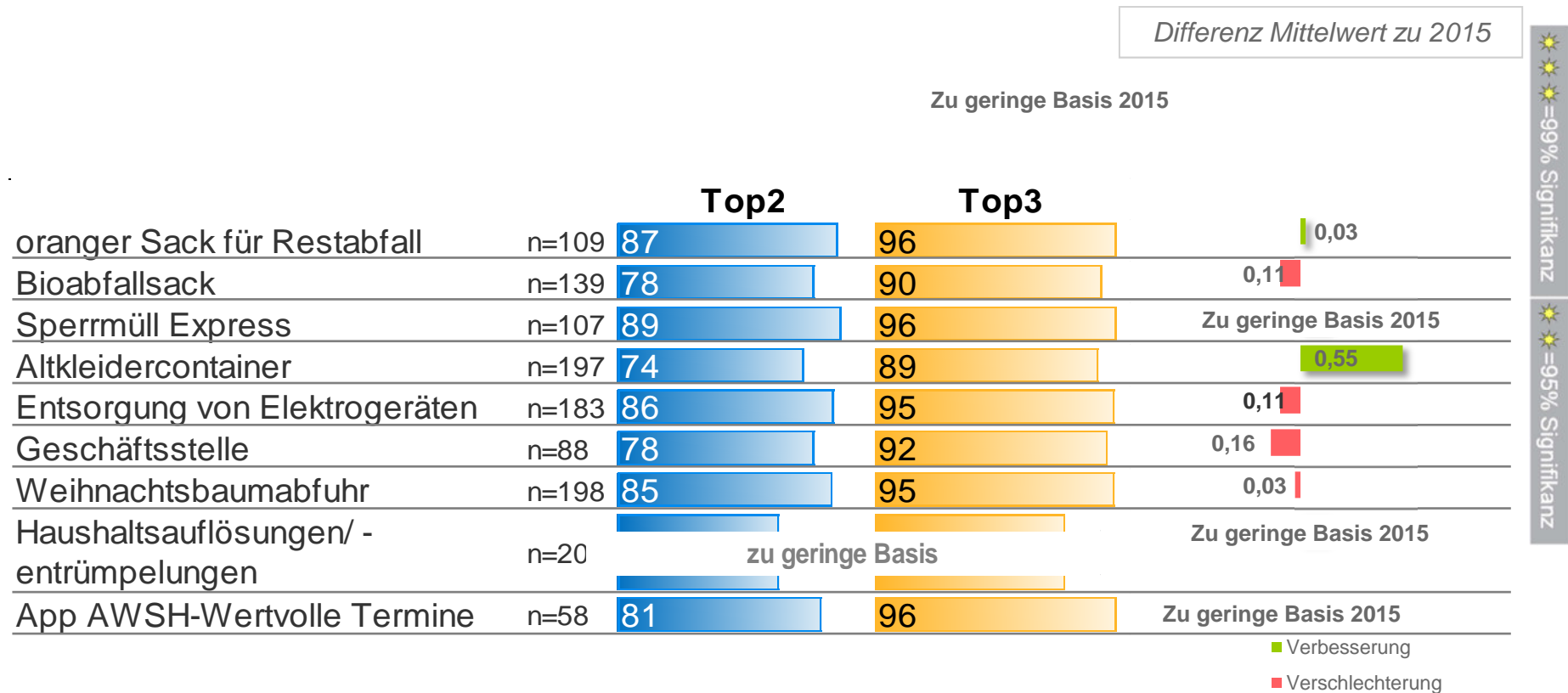
7.1. Und wie zufrieden sind Sie oder waren Sie mit diesen Dienstleistungen ihres Entsorgers?

Die Altkleidercontainer werden positiver bewertet; die Geschäftsstelle und die Bioabfallsäcke haben eine negative Tendenz.

Zufriedenheit mit den Dienstleistungen – AWSH Stormarn

Basis: Befragte, die Dienstleistung genutzt haben, Werte in %

Skala von 1 bis 6 :
1 = sehr zufrieden
6 = überhaupt nicht zufrieden



7.1. Und wie zufrieden sind Sie oder waren Sie mit diesen Dienstleistungen ihres Entsorgers?

Index

1. Hintergrund und Zielsetzung

2. Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

3. Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

- a. Bekanntheit der Unternehmen
- b. Image und Globalzufriedenheit
- c. Dienstleistungen – Bekanntheit, Nutzung und Zufriedenheit
- d. Weitere gewünschte Dienstleistungen und Preisbereitschaft
- e. Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit
- f. Kontakt zum eigenen Entsorger
- g. Servicequalität
- h. Preis-Leistungs-Verhältnis
- i. Werbung und Informationsmaterial – Bekanntheit und Beurteilung
- j. Erinnernte Veranstaltungen
- k. Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- l. Zusatzfragen
- m. Verbesserungsvorschläge

4. Zusammenfassung und Empfehlungen

Kurzfakten: Wunsch nach weiteren Dienstleistungen

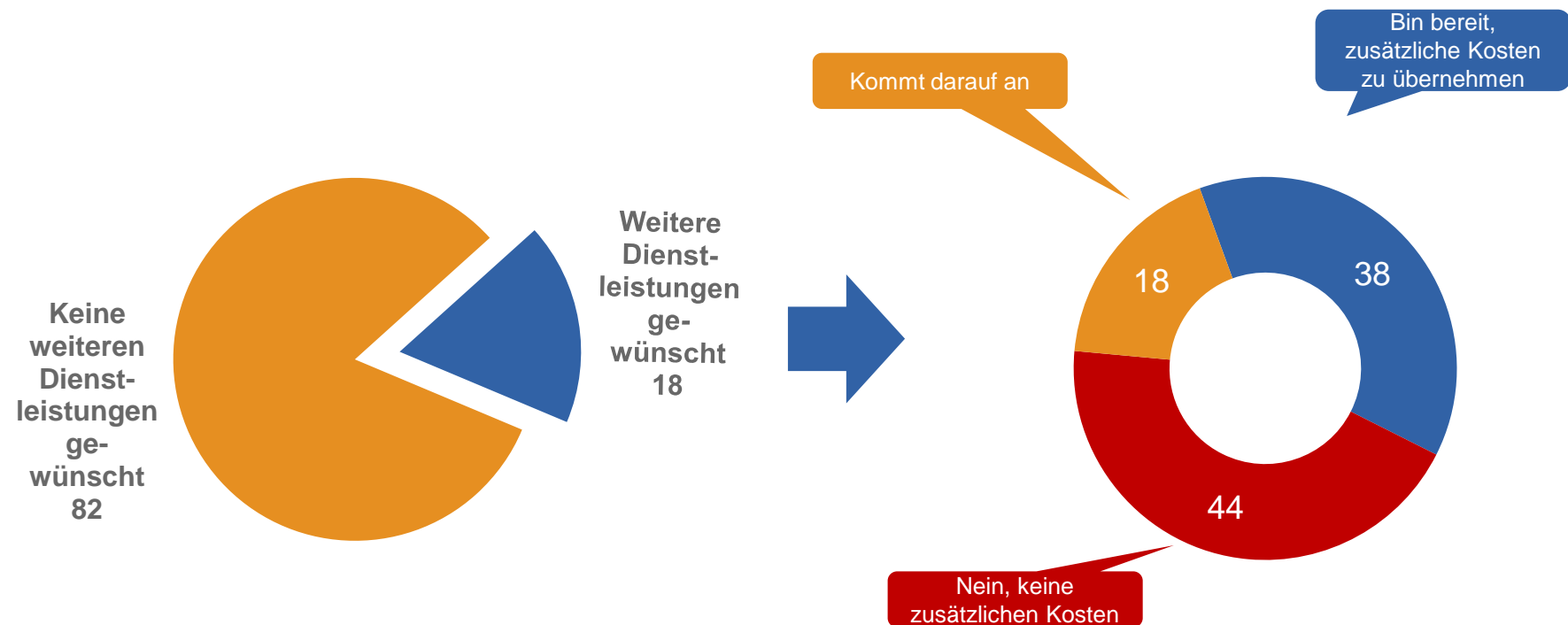
- Knapp jeder Fünfte wünscht sich weitere Dienstleistungen von der AWSH Stormarn.
- Die Bereitschaft für weitere Dienstleistungen Kosten zu übernehmen liegt bei 38%.
44% sind nicht bereit zusätzliche Gebühren zu zahlen.
- Am häufigsten wird der Wunsch nach einer gelben Tonne/ Wertstofftonne geäußert.



Fast als jeder Fünfte wünscht sich weitere Dienstleistungen. Jedoch wären 44% davon nicht bereit, weitere Kosten dafür zu übernehmen.

Weitere gewünschte Dienstleistungen und Kostenübernahme AWSH Stormarn

Basis: Befragte, die Dienstleistung genutzt haben, Werte in %



7.2 Wünschen Sie sich weitere Leistungen von ... , die bisher nicht angeboten werden?

Falls weitere Dienstleistungen gewünscht: 7.3. Wären Sie grundsätzlich bereit, für weitere Dienste zusätzliche Kosten zu übernehmen?

Am häufigsten wird der Wunsch nach einer Wertstofftonne geäußert.

Weitere gewünschte Dienstleistungen – Details - AWSH Stormarn

Basis: Befragte, die Dienstleistung genutzt haben, Werte in %

GELBE SÄCKE/ TONNE/ PLASTIKMÜLL	5
gelbe Tonne/ Wertstofftonne einführen (statt gelber Sack)	5
stabilere/ reißfeste gelbe Säcke/ Tüten	1
SPERMÜLL	3
kein Sperrmüll auf Abruf/ regelmäßige Sperrmülltermine anbieten	2
BIOMÜLL	3
Biotonne häufiger/ gründlicher reinigen/ austauschen	1
(im Sommer) häufigere/ wöchentliche Abholung der Biotonne	1
ELEKTRO/ ELEKTRONIK/ BATTERIEN	2
Elektroschrottentsorgung/ -abholung/ -tonne anbieten	1
Elektro(groß)geräteentsorgung/ -abholung anbieten	1
Container für Elektroschrott (wieder) einführen (Elektrokleingeräte)	1
ALTGLAS	1
Altglasabholung/ -tonne anbieten	1
ABHOLTURNUS/ -ZEITPUNKT	2
zuverlässige/ pünktliche Abholung (auch bei schlechter Witterung/ Schnee)	1
KOSTEN/ GEBÜHREN/ ABRECHNUNG	1
Gebühren senken/ besseres Preis-Leistungsverhältnis	1

7.2 Wünschen Sie sich weitere Leistungen von ... , die bisher nicht angeboten werden?

Index

1. Hintergrund und Zielsetzung

2. Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

3. Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

- a. Bekanntheit der Unternehmen
- b. Image und Globalzufriedenheit
- c. Dienstleistungen – Bekanntheit, Nutzung und Zufriedenheit
- d. Weitere gewünschte Dienstleistungen und Preisbereitschaft
- e. Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit
- f. Kontakt zum eigenen Entsorger
- g. Servicequalität
- h. Preis-Leistungs-Verhältnis
- i. Werbung und Informationsmaterial – Bekanntheit und Beurteilung
- j. Erinnernte Veranstaltungen
- k. Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- l. Zusatzfragen
- m. Verbesserungsvorschläge

4. Zusammenfassung und Empfehlungen

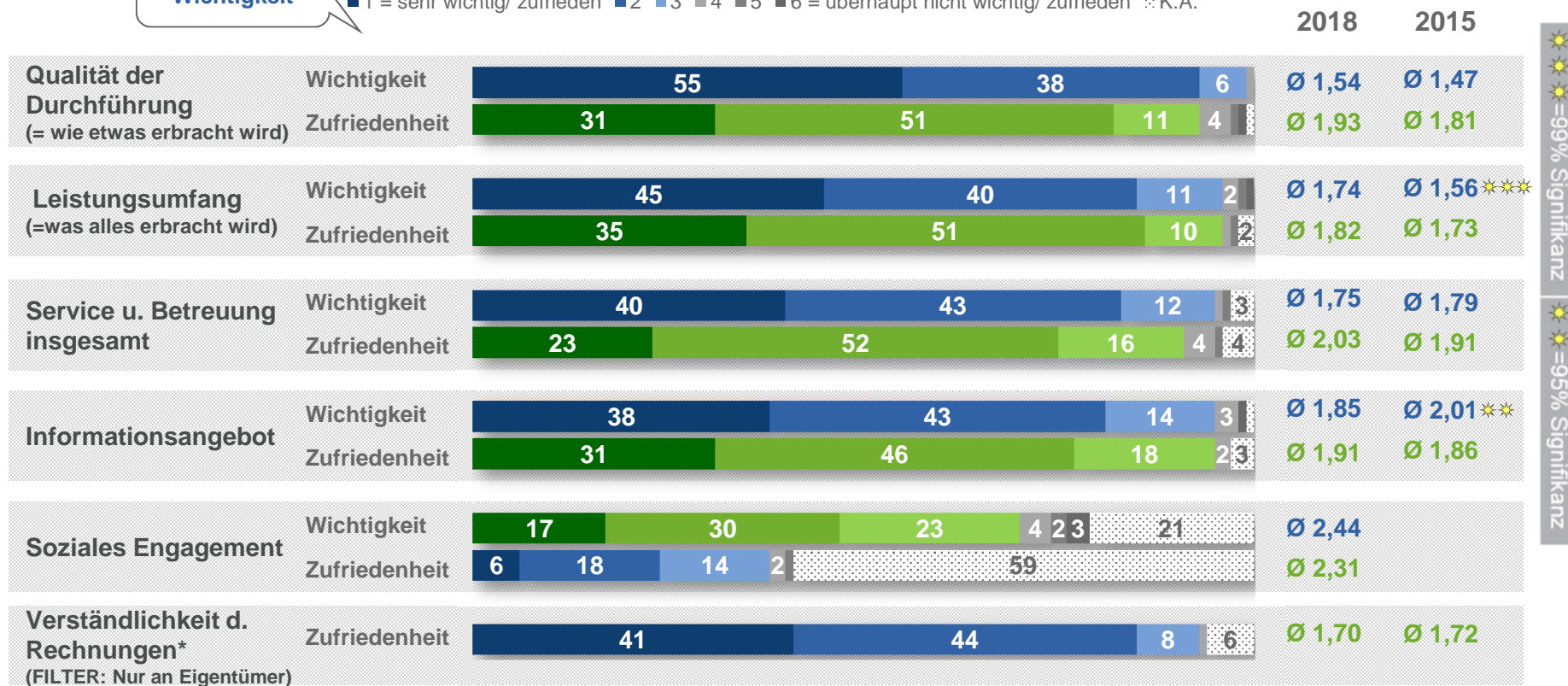
Im Vergleich zu 2015 haben der Leistungsumfang und das Informationsangebot signifikant an Bedeutung verloren. Bezüglich der Zufriedenheit mit den angebotenen Produkt-/ Dienstleistungsmerkmalen gibt es keine signifikanten Änderungen seit 2015.

Relevanz und Zufriedenheit von Produkt-/Dienstleistungsmerkmalen AWSH Stormarn

Basis: Alle Befragten, Werte in %

Gerankt nach Wichtigkeit

■ 1 = sehr wichtig/ zufrieden ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 = überhaupt nicht wichtig/ zufrieden ⚬ K.A.



8.1. Wie wichtig ist Ihnen folgender Leistungsbereich? 8.2. Und wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Leistungsbereichen Ihres Abfallentsorgers?

Kurzfakten: Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit



- Der Leistungsumfang und das Informationsangebot haben im Zeitvergleich an Bedeutung verloren.
- Insgesamt sind die Befragten mit allen Produkt-/ und Dienstleistungsmerkmalen genauso zufrieden wie 2015.
- Während das Informationsangebot der AWSH Stormarn von allen abgefragten Unternehmen die beste Bewertung erhält, besteht für die anderen Aspekte weiterhin noch Optimierungsbedarf.



Die Verständlichkeit/ Übersichtlichkeit der Rechnung ist bei dem WZV am wenigsten gegeben.

Relevanz und Zufriedenheit von Produkt-/Dienstleistungsmerkmalen

Basis: Alle Befragten, Mittelwerte

Skala von 1 bis 6 :

1 = sehr zufrieden

6 = überhaupt nicht zufrieden

gerankt nach Mittelwerten aller Befragten
in Bezug auf Wichtigkeit

Qualität der Durchführung
(= wie etwas erbracht wird)

Leistungsumfang (= was
alles erbracht wird)

Service und Betreuung
insgesamt

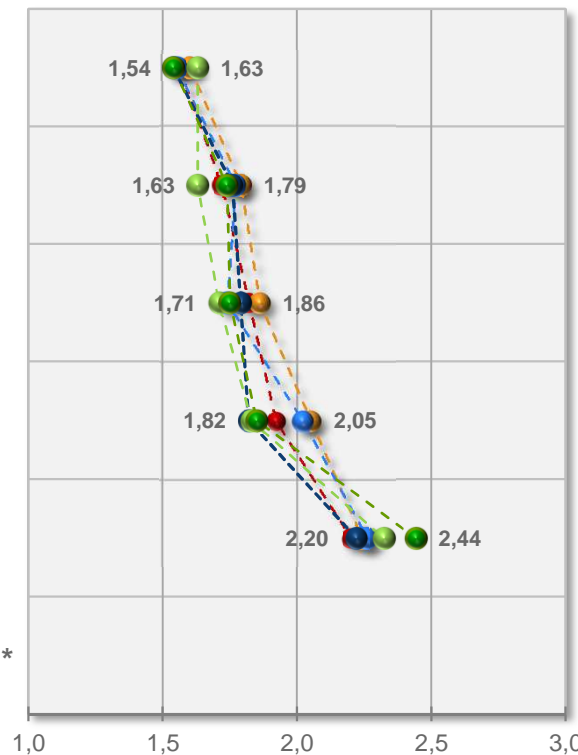
Informationsangebot

Soziales Engagement

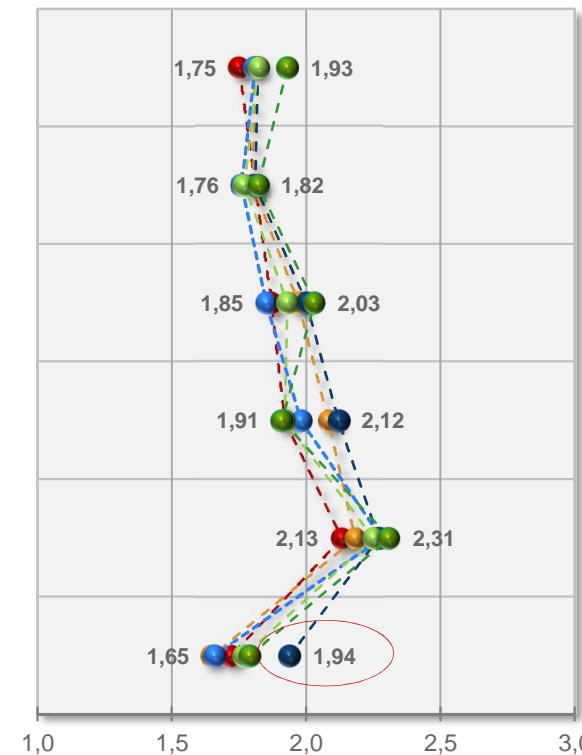
Verständlichkeit und Übersichtlichkeit d. Rechnungen*
(FILTER: Nur an Eigentümer)

*Abfrage nur nach der Zufriedenheit

Wichtigkeit



Zufriedenheit



8.1. Wie wichtig ist Ihnen folgender Leistungsbereich? 8.2. Und wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Leistungsbereichen Ihres Abfallentsorgers?

Die Zufriedenheit mit dem sozialen Engagement ist insgesamt am wenigsten gut. Bei der AWD ist die Zufriedenheit mit dem sozialen Engagement überdurchschnittlich gut und bei der AWSH Stormarn unterdurchschnittlich gut bewertet worden.

Internes Benchmarking – Zufriedenheit von Produkt/Dienstleistungsmerkmalen

Basis: Alle Befragten, Mittelwerte

Skala von 1 bis 6 :
1 = sehr zufrieden
6 = überhaupt nicht zufrieden

—●— Gesamt —▲— Beste Beurteilung —▼— Schlechteste Beurteilung

Qualität der Durchführung
(= wie etwas erbracht wird)

Leistungsumfang (= was alles erbracht wird)

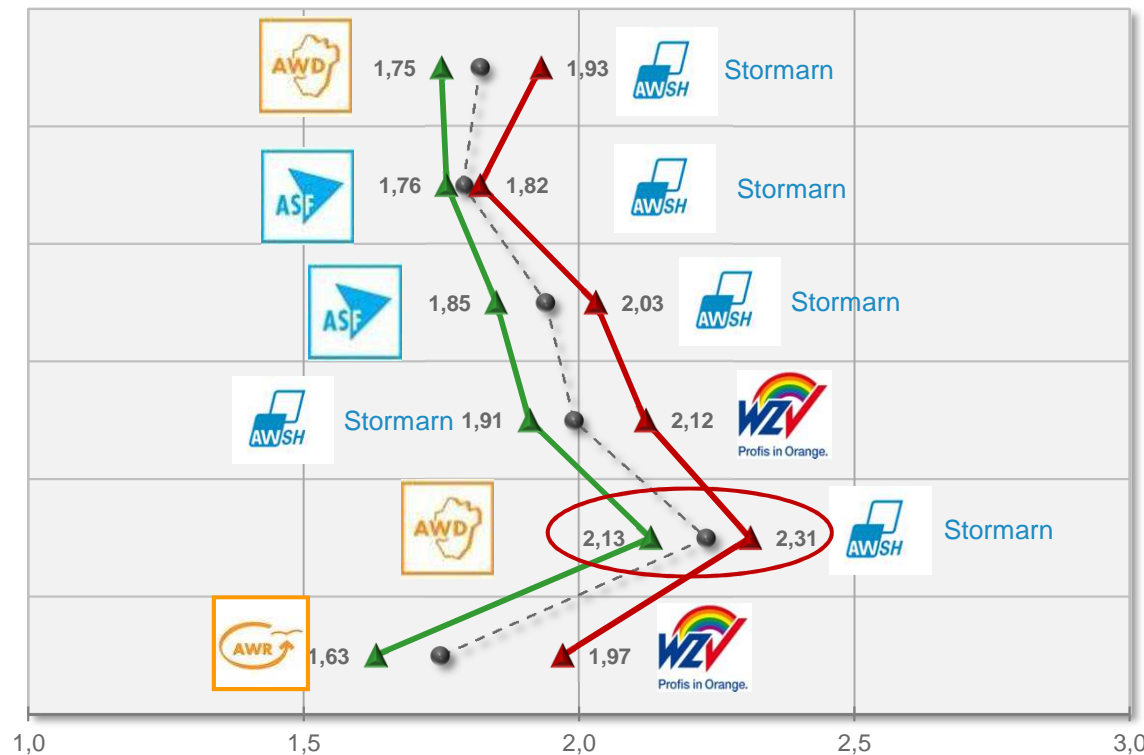
Service und Betreuung insgesamt

Informationsangebot

Soziales Engagement

Verständlichkeit und Übersichtlichkeit d. Rechnungen*
(FILTER: Nur an Eigentümer)

*Abfrage nur nach der Zufriedenheit



8.1. Wie wichtig ist Ihnen folgender Leistungsbereich? 8.2. Und wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Leistungsbereichen Ihres Abfallentsorgers?

Das Informationsangebot der AWSH Stormarn wird im Vergleich mit den weiteren Unternehmen am besten benotet. Optimierungspotenzial besteht weiterhin hinsichtlich Qualität der Durchführung, des Leistungsumfanges, Service und Betreuung und dem sozialen Engagement.

Internes Benchmarking – Zufriedenheit von Produkt/Dienstleistungsmerkmalen

Basis: Alle Befragten, Mittelwerte

Skala von 1 bis 6 :

1 = sehr zufrieden

6 = überhaupt nicht zufrieden

—●— AWSH S —▲— Beste Beurteilung —▲— Schlechteste Beurteilung

Qualität der Durchführung
(= wie etwas erbracht wird)

Leistungsumfang (= was alles erbracht wird)

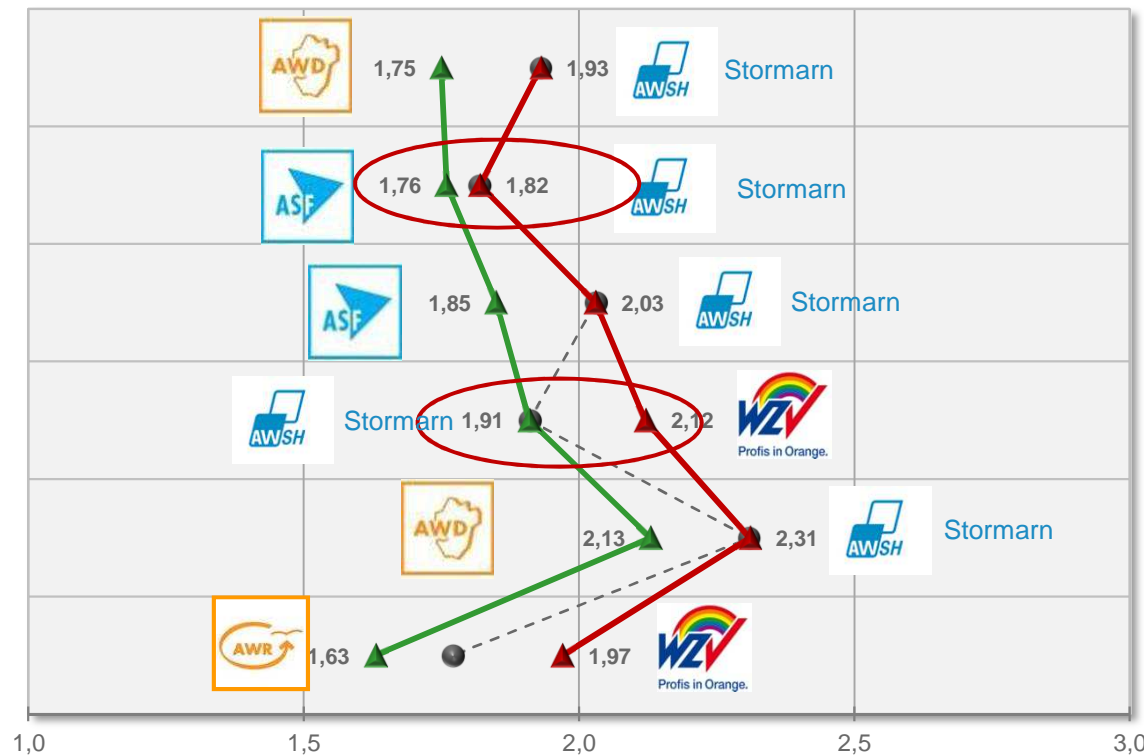
Service und Betreuung insgesamt

Informationsangebot

Soziales Engagement

Verständlichkeit und Übersichtlichkeit d. Rechnungen*
(FILTER: Nur an Eigentümer)

*Abfrage nur nach der Zufriedenheit



8.1. Wie wichtig ist Ihnen folgender Leistungsbereich? 8.2. Und wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Leistungsbereichen Ihres Abfallentsorgers?

Die Befragten empfinden die Leistungsmerkmale der AWD, der AWR, des WZVs und der AWSH Lauenburg weniger wichtig als noch 2015.

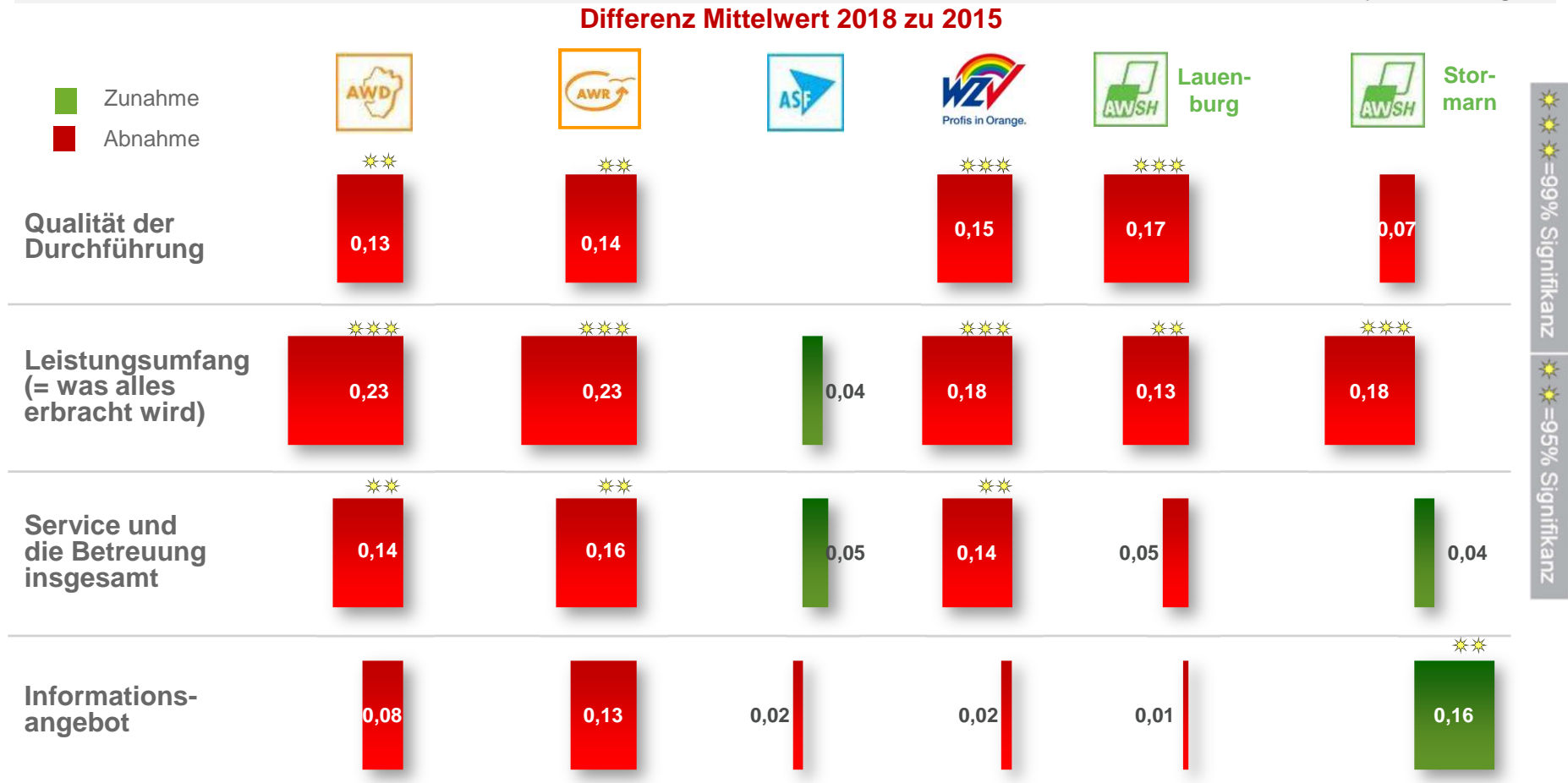
Relevanz von Produkt-/Dienstleistungsmerkmalen

Basis: Alle Befragten, Mittelwerte

Skala von 1 bis 6 :

1 = sehr wichtig

6 = überhaupt nicht wichtig



8.1. Wie wichtig ist Ihnen folgender Leistungsbereich?

Die Befragten sehen die AWD, die AWR, den WZV und die AWSH kritischer als noch 2015. Die ASF konnte fast alle guten Werte aus 2015 halten.

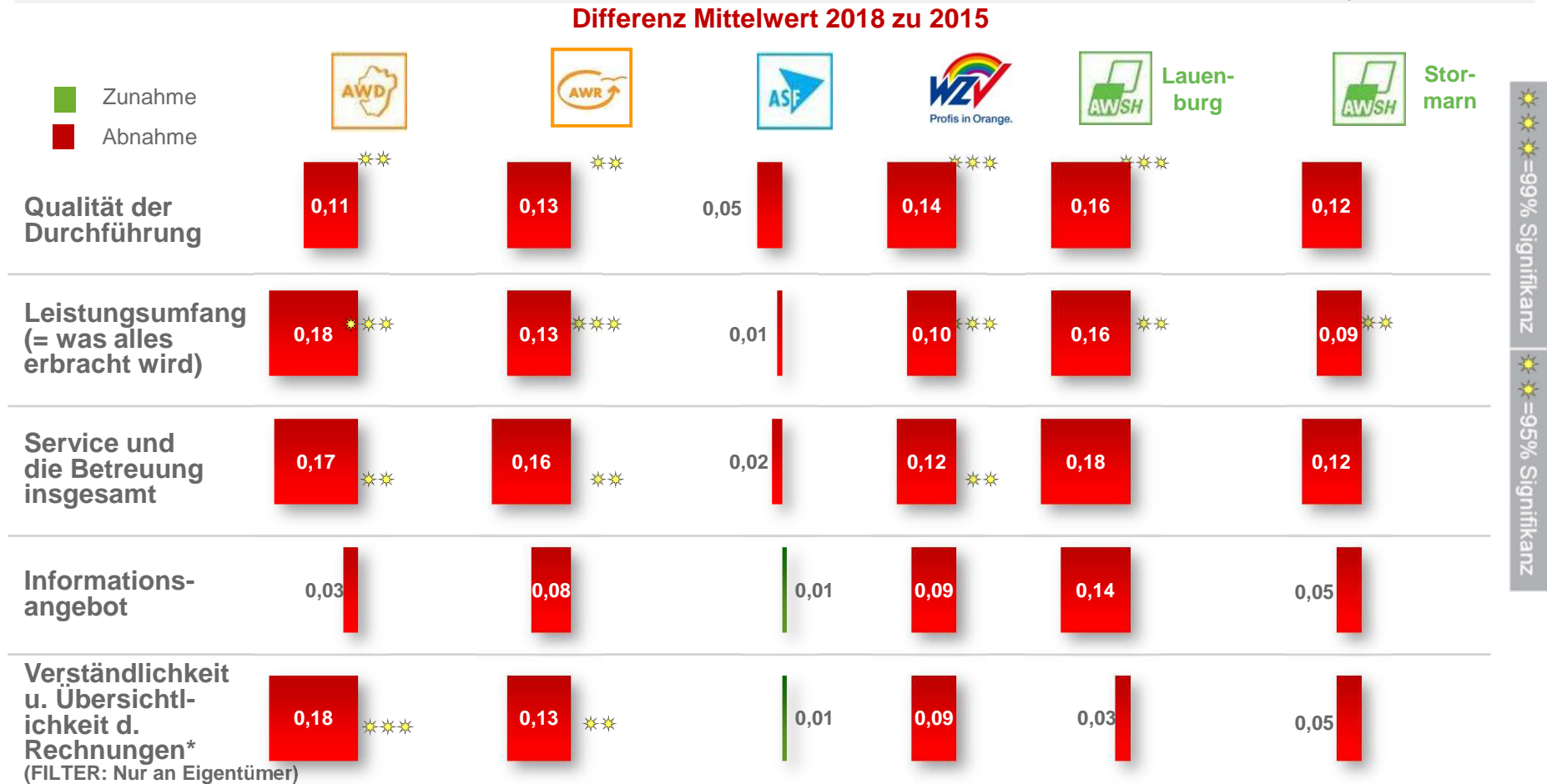
Zufriedenheit von Produkt-/Dienstleistungsmerkmalen

Basis: Alle Befragten, Mittelwerte

Skala von 1 bis 6 :

1 = sehr zufrieden

6 = überhaupt nicht zufrieden

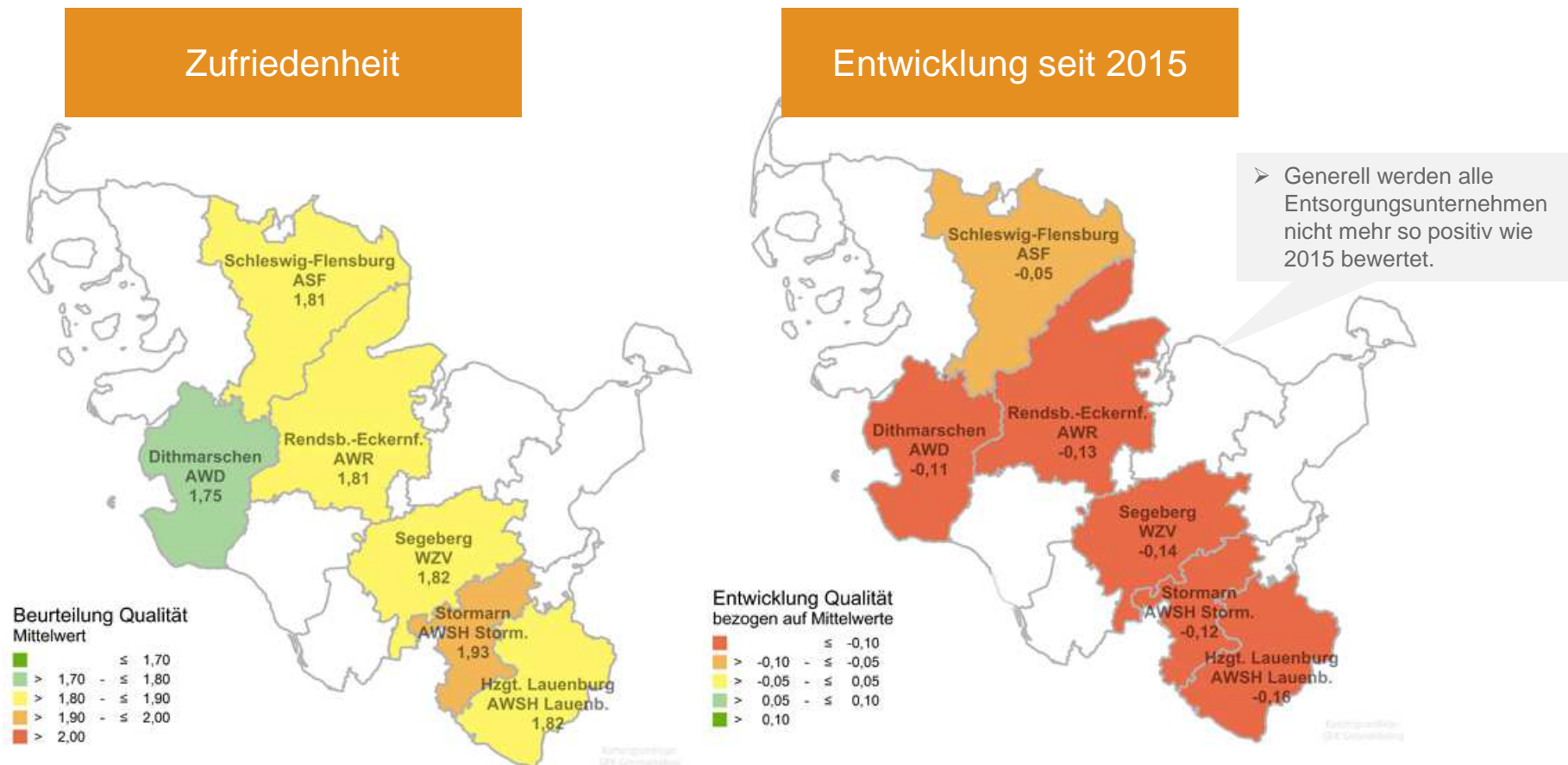


8.1. Wie wichtig ist Ihnen folgender Leistungsbereich?

Die Befragten der AWD sind am zufriedensten mit der Qualität der Durchführung; die ASWH Lauenburg befindet sich im Mittelfeld der abgefragten Entsorger.

Kartographische Darstellung der Befragungsgebiete: Qualität

Basis: Alle Befragten, Mittelwerte

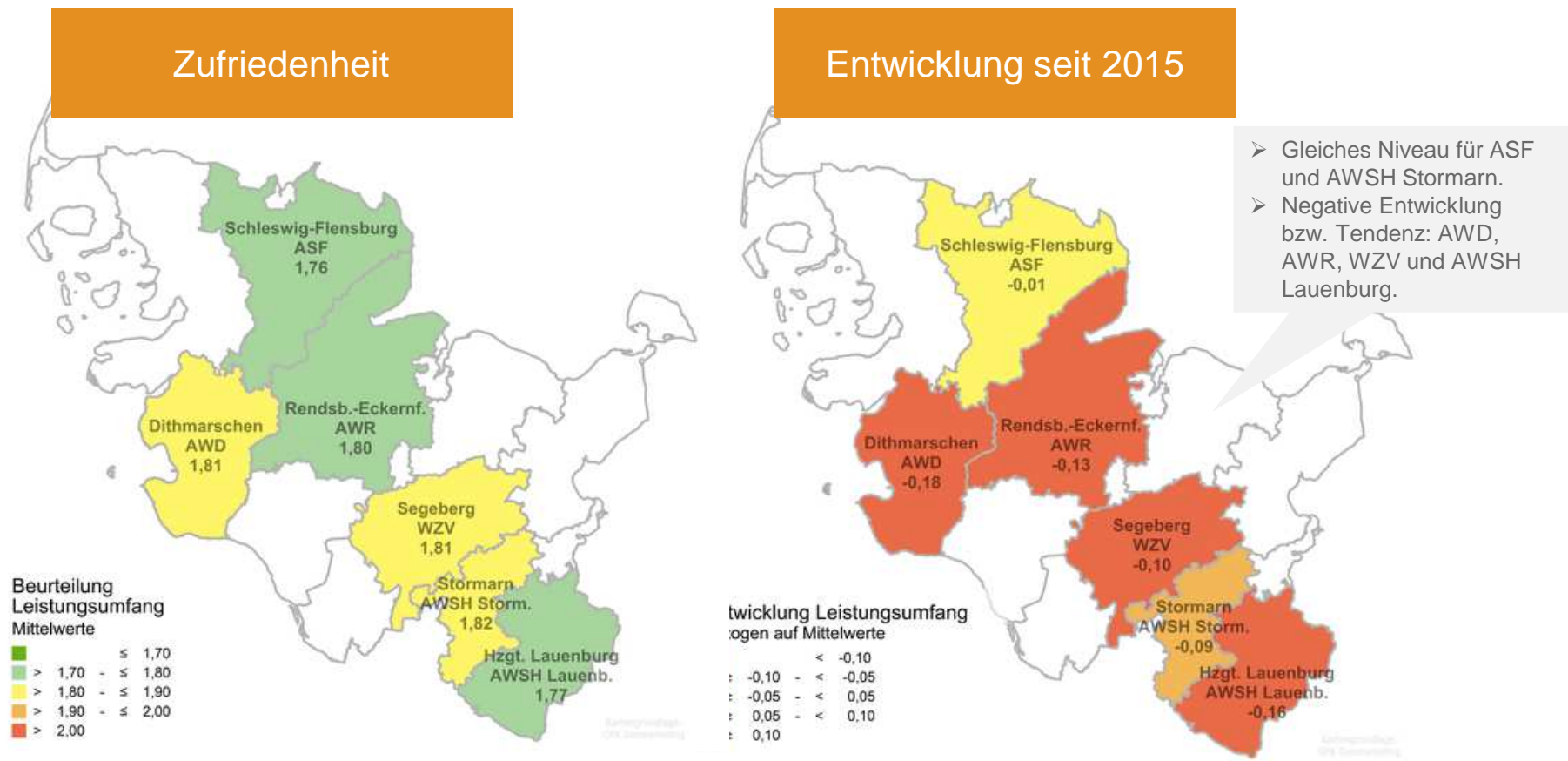


8.1. Wie wichtig ist Ihnen folgender Leistungsbereich? 8.2. Und wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Leistungsbereichen Ihres Abfallentsorger?

Das aktuelle Niveau für den Leistungsumfang ist bei der ASF und der AWSH Lauenburg am höchsten.

Kartographische Darstellung der Befragungsgebiete: Leistungsumfang

Basis: Alle Befragten, Mittelwerte

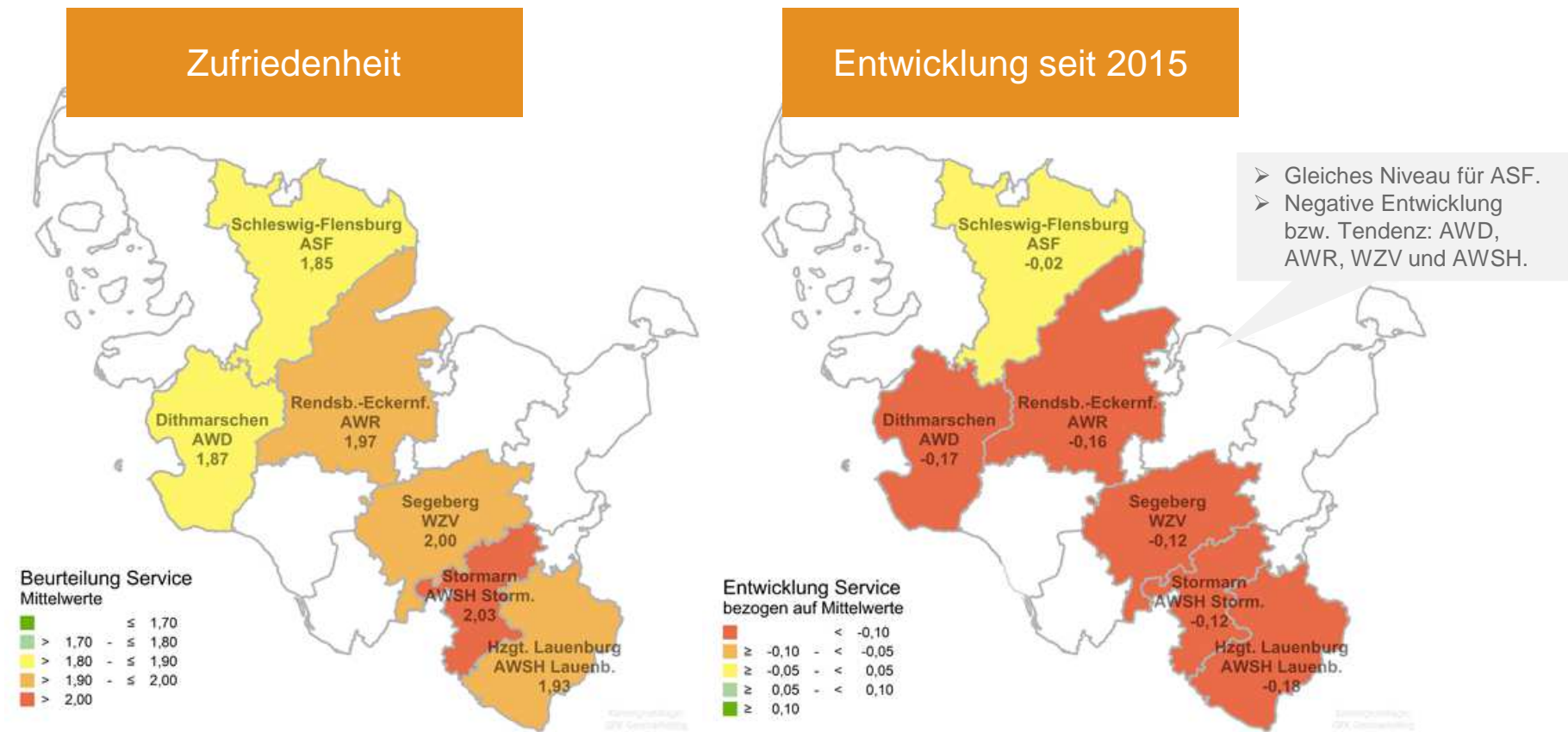


8.1. Wie wichtig ist Ihnen folgender Leistungsbereich? 8.2. Und wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Leistungsbereichen Ihres Abfallentsorger?

Für den Bereich Service und Beratung erhalten die ASF und die AWD die besten Noten.

Kartographische Darstellung der Befragungsgebiete: Service und Beratung

Basis: Alle Befragten, Mittelwerte

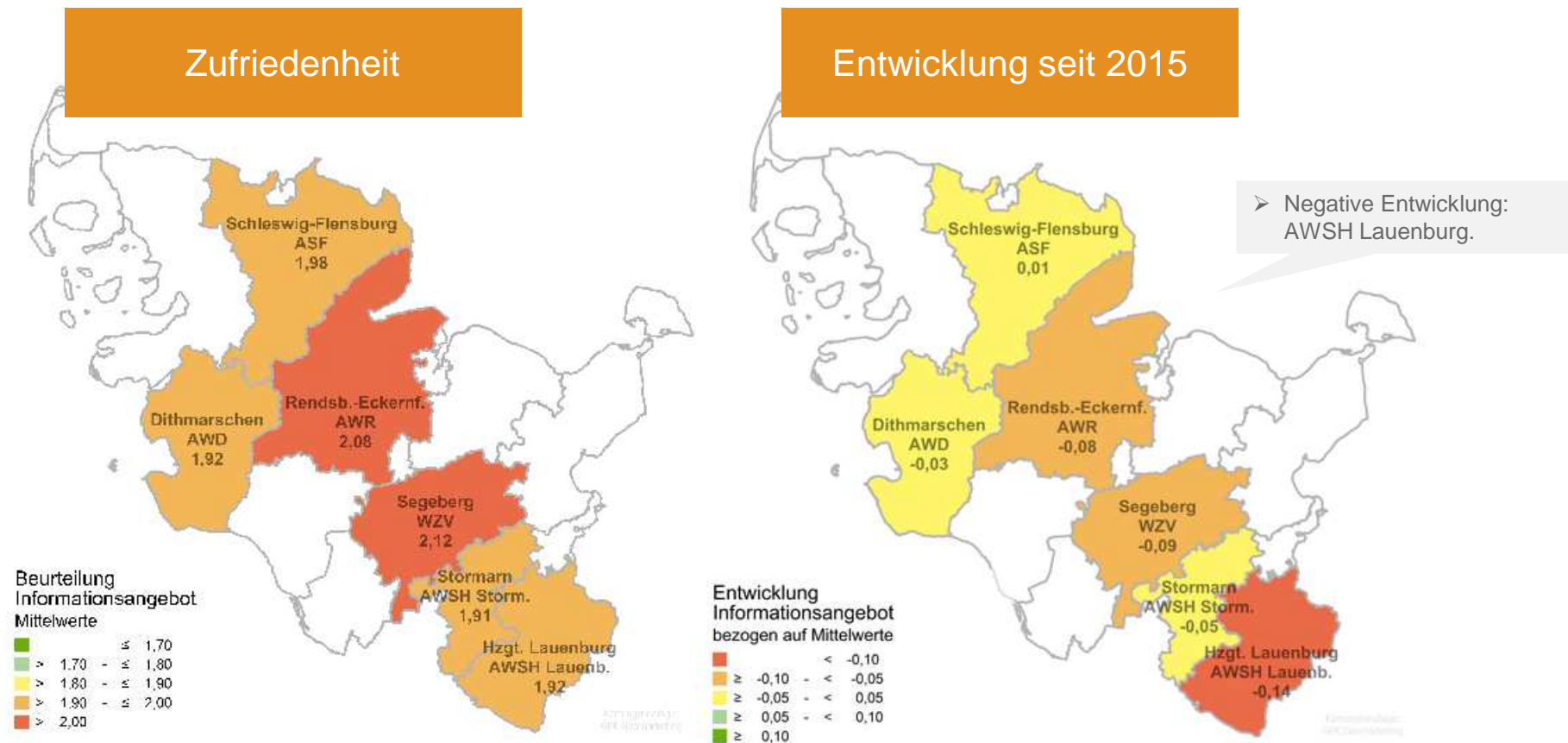


8.1. Wie wichtig ist Ihnen folgender Leistungsbereich? 8.2. Und wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Leistungsbereichen Ihres Abfallentsorgers?
 Kundenzufriedenheitsuntersuchung 2018

Die Informationsangebote der ASF, der AWD und AWSH werden am besten benotet.

Kartographische Darstellung der Befragungsgebiete: Informationsangebot

Basis: Alle Befragten, Mittelwerte

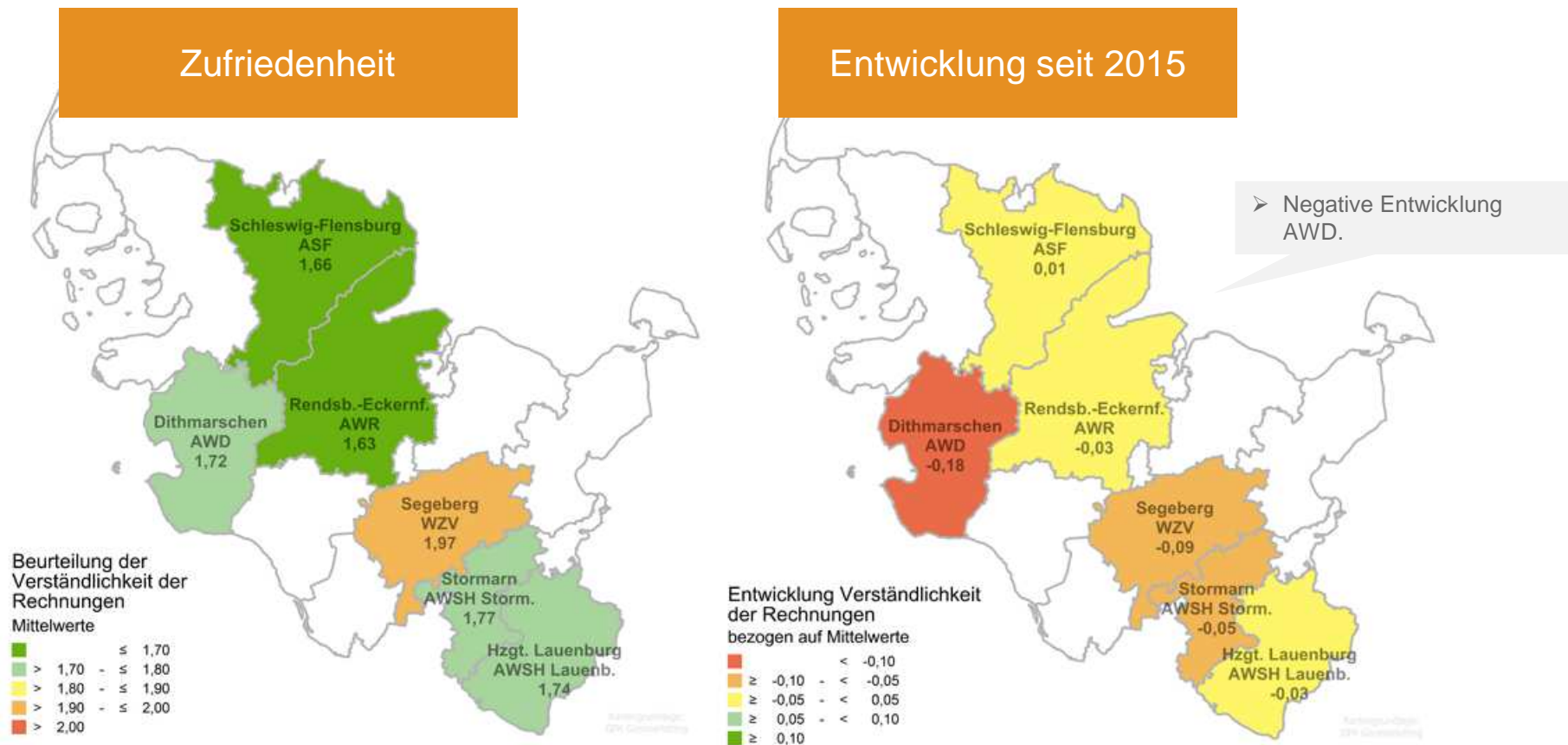


8.1. Wie wichtig ist Ihnen folgender Leistungsbereich? 8.2. Und wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Leistungsbereichen Ihres Abfallentsorger?

Der WZV hat hinsichtlich der Verständlichkeit der Rechnungen das größte Optimierungspotenzial.

Kartographische Darstellung der Befragungsgebiete: Verständlichkeit d. Rechnungen

Basis: Eigentümer von Immobilien, Mittelwerte

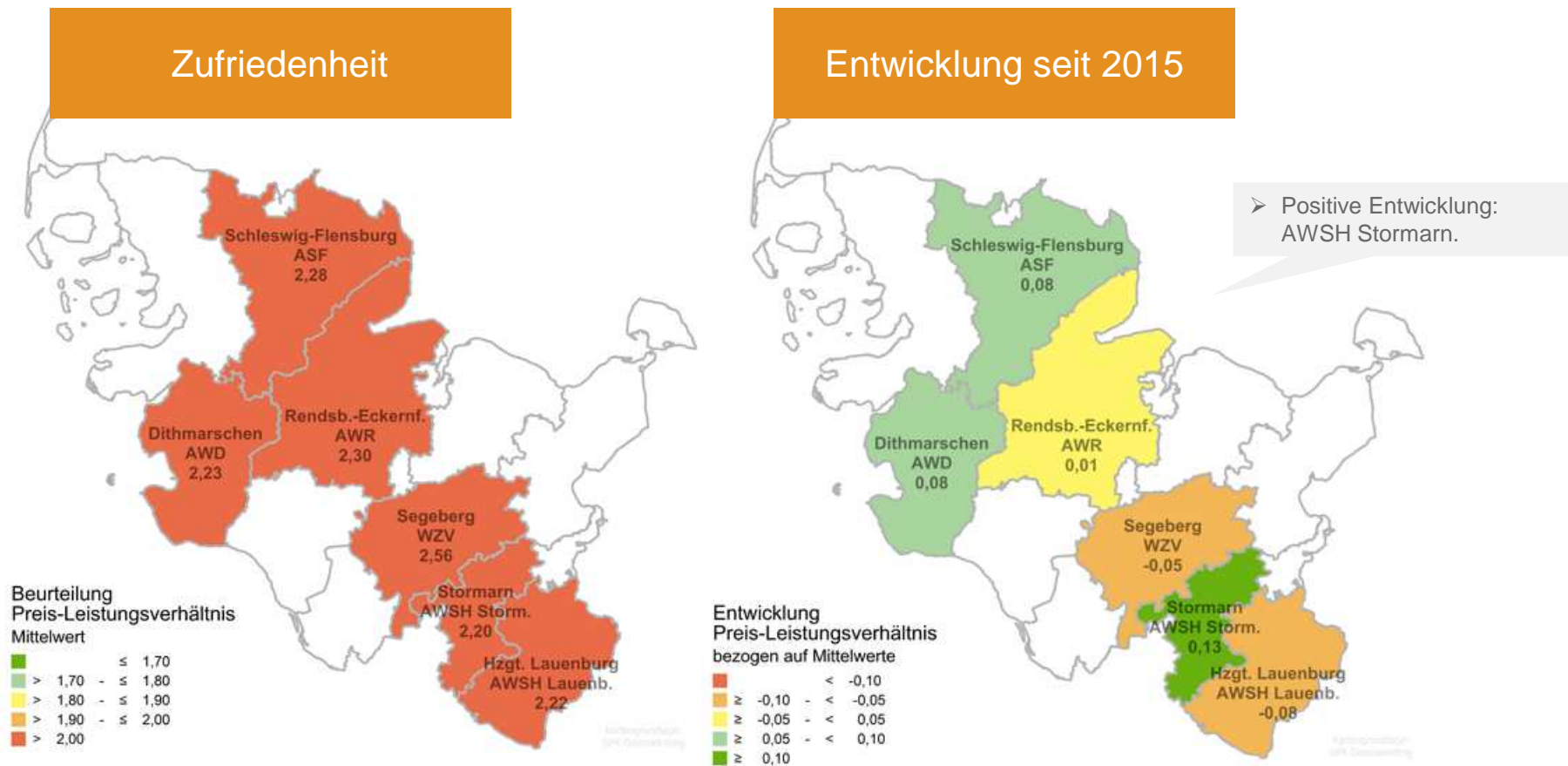


8.1. Wie wichtig ist Ihnen folgender Leistungsbereich? 8.2. Und wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Leistungsbereichen Ihres Abfallentsorgers?

Das Preis-/ Leistungsverhältnis wird im Vergleich zu den anderen Leistungsmerkmalen kritischer gesehen.

Kartographische Darstellung der Befragungsgebiete: Preis-/ Leistungsverhältnis

Basis: Alle Befragten, Mittelwerte



8.1. Wie wichtig ist Ihnen folgender Leistungsbereich? 8.2. Und wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Leistungsbereichen Ihres Abfallentsorgers?

Index

1. Hintergrund und Zielsetzung

2. Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

3. Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

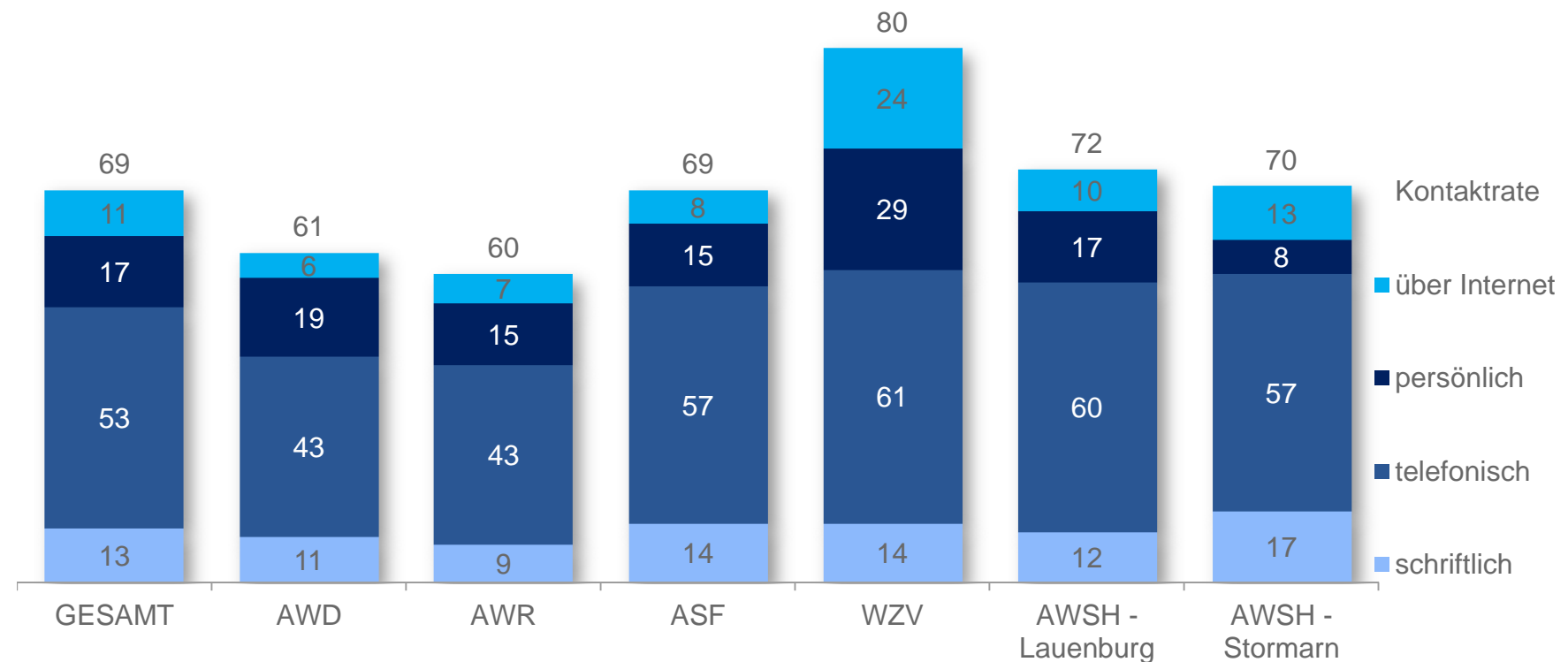
- a. Bekanntheit der Unternehmen
- b. Image und Globalzufriedenheit
- c. Dienstleistungen – Bekanntheit, Nutzung und Zufriedenheit
- d. Weitere gewünschte Dienstleistungen und Preisbereitschaft
- e. Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit
- f. Kontakt zum eigenen Entsorger
- g. Servicequalität
- h. Preis-Leistungs-Verhältnis
- i. Werbung und Informationsmaterial – Bekanntheit und Beurteilung
- j. Erinnernte Veranstaltungen
- k. Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- l. Zusatzfragen
- m. Verbesserungsvorschläge

4. Zusammenfassung und Empfehlungen

Die höchste Kontaktrate mit den Kunden hat der WZV. Die AWD und die AWR werden am wenigsten kontaktiert. Das meistgenutzte Medium ist das Telefon.

Kontaktmedien zum Entsorgungsunternehmen

Basis: Alle Befragten, Werte in %

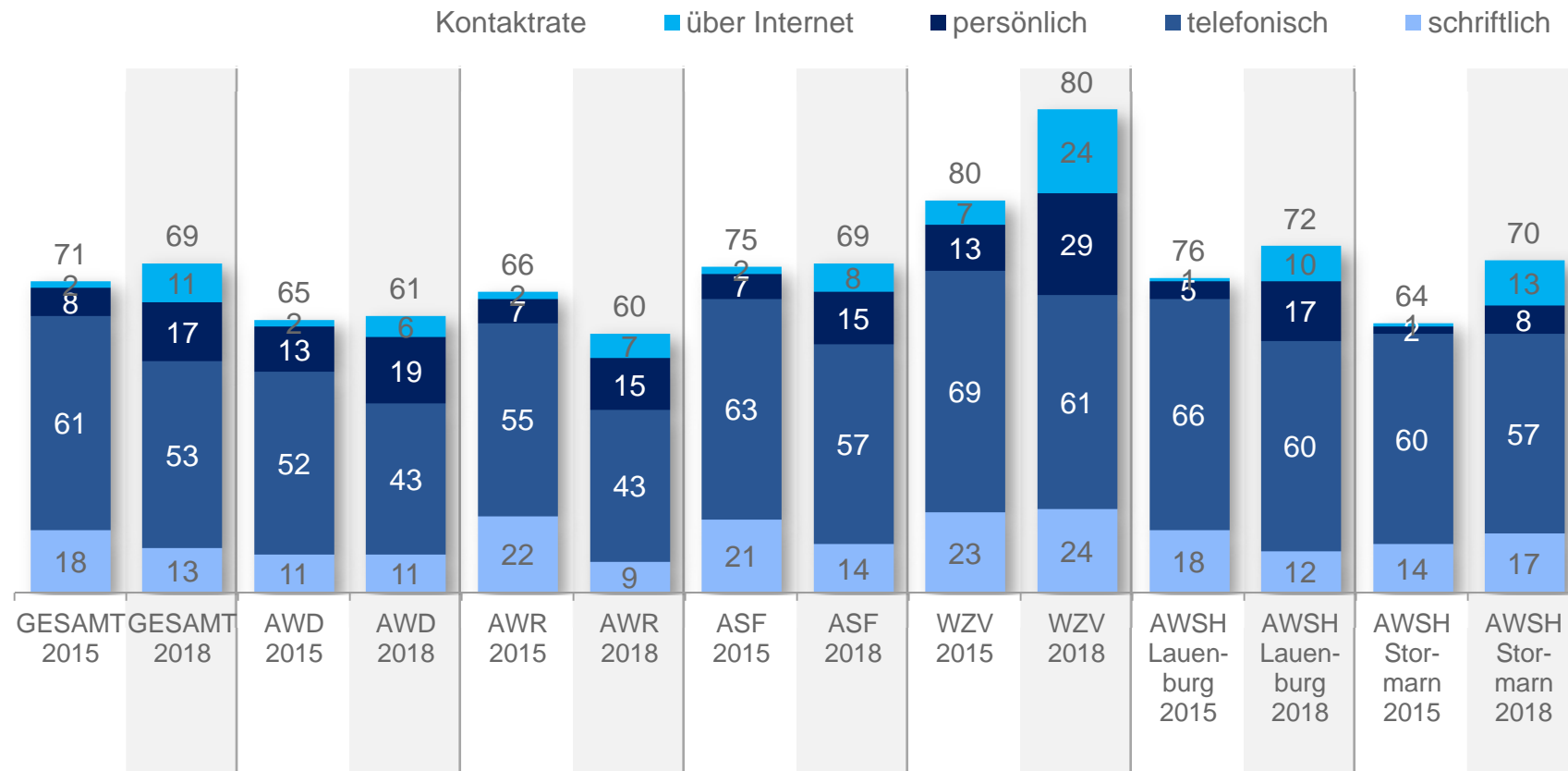


9. Hatten Sie schon einmal Kontakt zu Ihrem Entsorger? Und wenn ja, auf welchem dieser Wege?

Der Zeitvergleich macht deutlich, dass der Kontaktpunkt Internet eine immer größer werdende Rolle spielt und der Telefonkontakt abnimmt.

Kontaktmedien zum Entsorgungsunternehmen – Vergleich 2015

Basis: Alle Befragten, Werte in %



9. Hatten Sie schon einmal Kontakt zu Ihrem Entsorger? Und wenn ja, auf welchem dieser Wege?

Index

1. Hintergrund und Zielsetzung

2. Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

3. Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

- a. Bekanntheit der Unternehmen
- b. Image und Globalzufriedenheit
- c. Dienstleistungen – Bekanntheit, Nutzung und Zufriedenheit
- d. Weitere gewünschte Dienstleistungen und Preisbereitschaft
- e. Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit
- f. Kontakt zum eigenen Entsorger
- g. Servicequalität
- h. Preis-Leistungs-Verhältnis
- i. Werbung und Informationsmaterial – Bekanntheit und Beurteilung
- j. Erinnernte Veranstaltungen
- k. Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- l. Zusatzfragen
- m. Verbesserungsvorschläge

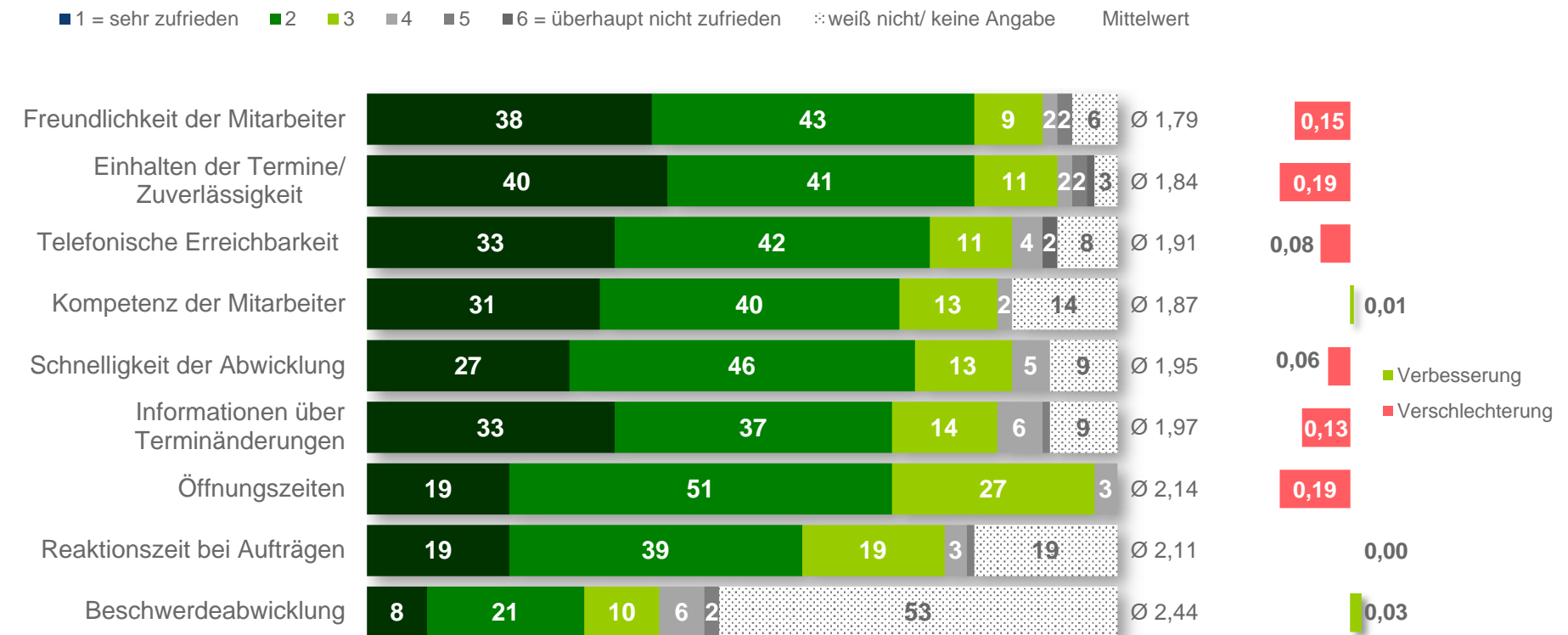
4. Zusammenfassung und Empfehlungen

Die Befragten sind der Meinung, dass sich die Freundlichkeit der Mitarbeiter, das Einhalten der Termine und die Information über Terminänderungen negativ entwickelt haben.

Servicequalität

Basis: Befragte, die schon einmal Kontakt hatten, Werte in %, Positivranking Gesamt

Differenz Mittelwert zu 2015



10. Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Servicemerkmalen? Falls schon einmal Kontakt stattgefunden hat.

Kurzfakten: Servicequalität

- Die AWSH Stormarn hat hinsichtlich der Servicequalität - im Benchmarking mit allen abgefragten Unternehmen - die kritischsten Bewertungen erhalten.
- Insbesondere sollte die Weiterentwicklung der Freundlichkeit der Mitarbeiter, das Einhalten von Terminen und die Informationen über Terminänderungen fokussiert werden.
- Die Beschwerderate sich gegenüber 2015 um 4 Prozentpunkte reduziert.

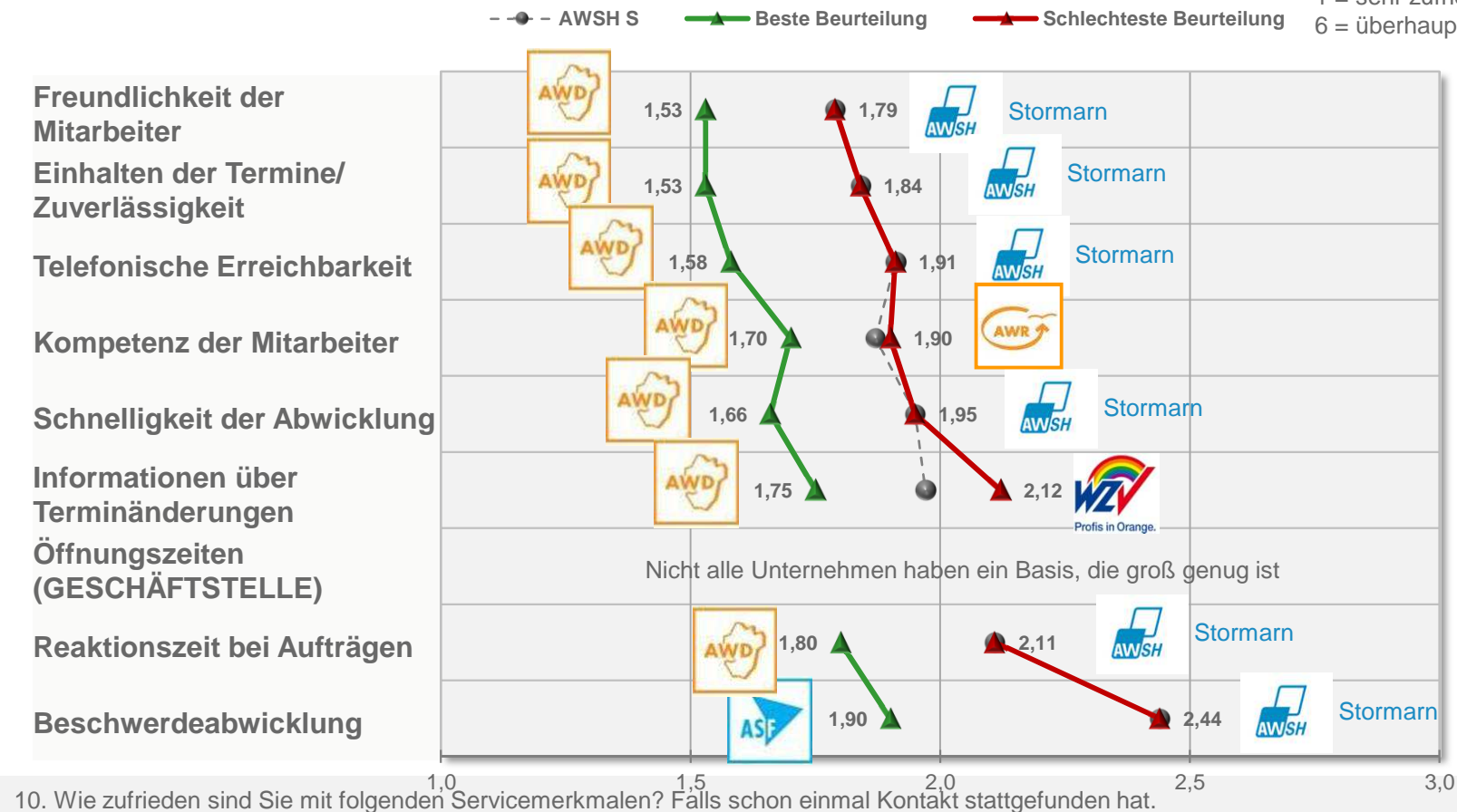


Im internen Vergleich kann die AWSH Stormarn die Befragten in der Servicequalität am wenigsten zufrieden stellen.

Internes Benchmarking – Internes Benchmarking – Servicequalität

Basis: Befragte, die schon einmal Kontakt mit dem Unternehmen hatten, Mittelwerte

Skala von 1 bis 6 :
1 = sehr zufrieden
6 = überhaupt nicht zufrieden

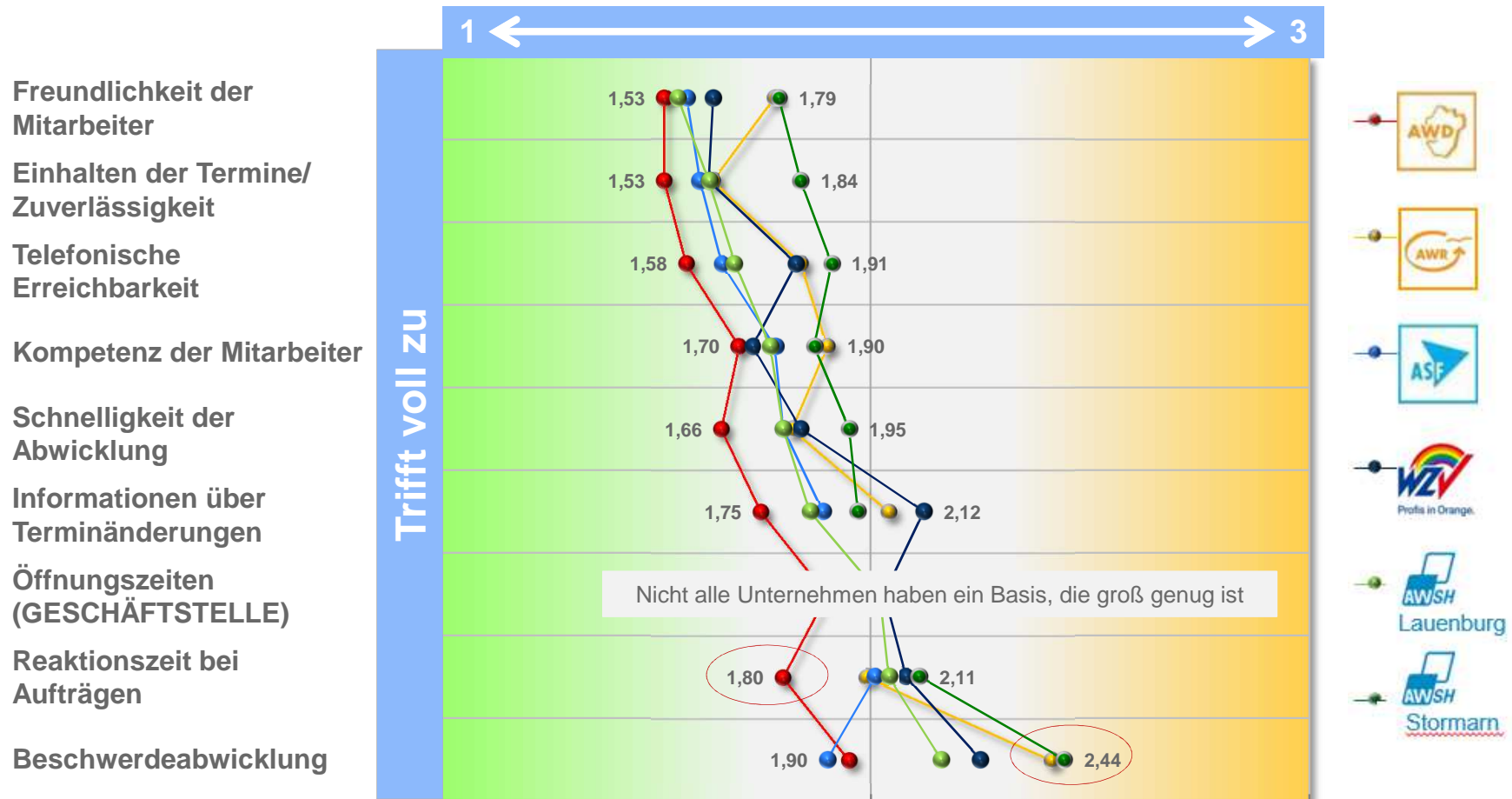


Die differenzierte Darstellung zeigt, dass sich die AWD – gerade bei der Reaktionszeit – deutlich positiv von den anderen Entsorgern unterscheidet. Die AWR und die AWSH Stormarn sollten an der Beschwerdeabwicklung weiter arbeiten.

Servicequalität – differenziert nach Entsorger

Basis: Befragte, die schon einmal Kontakt mit dem Unternehmen hatten, Mittelwerte

Skala von 1 bis 6 :
1 =sehr zufrieden bis
6 überhaupt nicht zufrieden

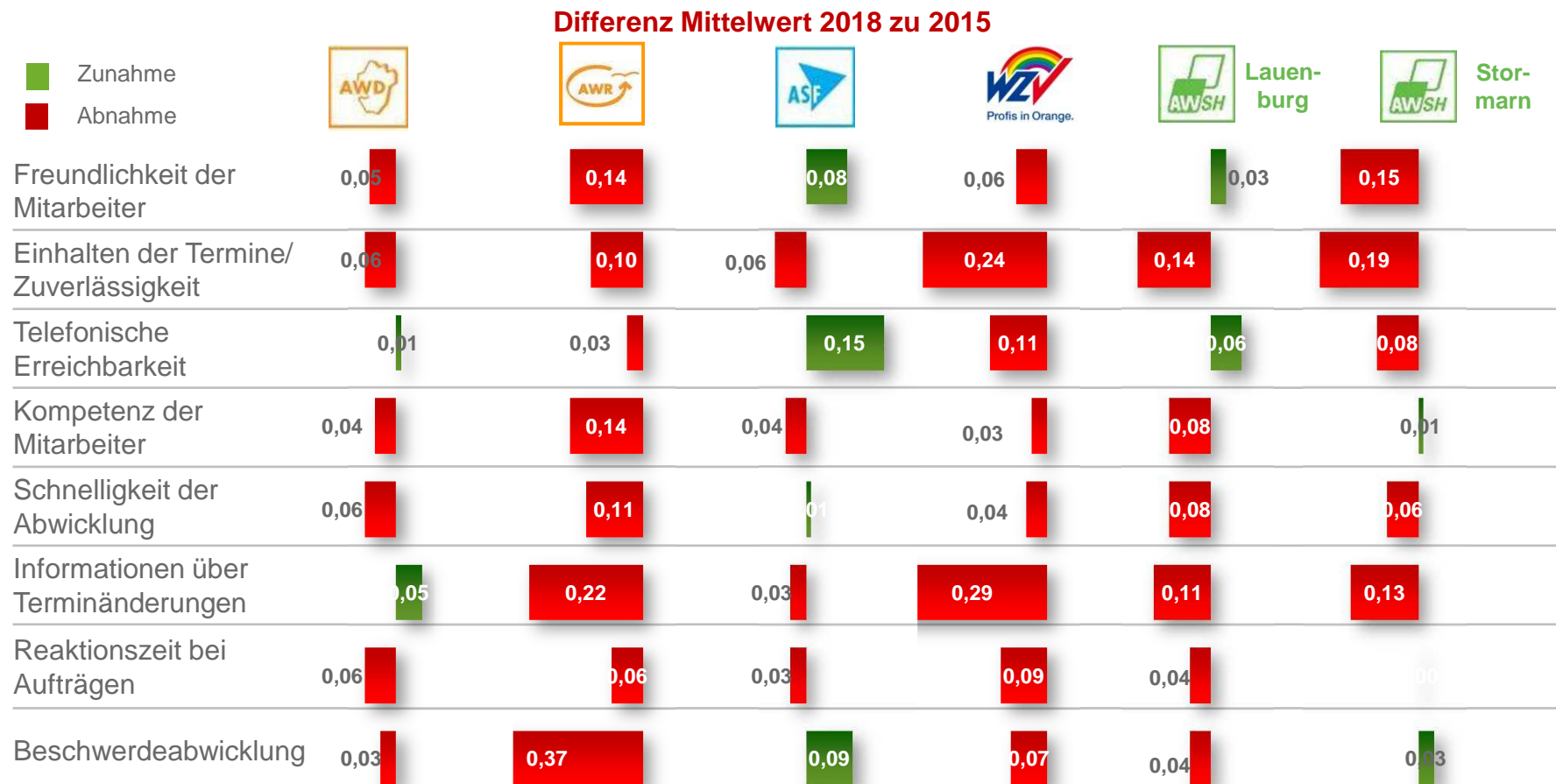


10. Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Servicemerkmalen? Falls schon einmal Kontakt stattgefunden hat.

Die größten negativen Ausschläge hat die AWR in der Beschwerdeabwicklung und der Information über Terminänderungen. Auch der WZV hat eine negative Entwicklung bei der Information über und das Einhalten von Terminen.

Servicequalität

Basis: Befragte, die schon einmal Kontakt hatten



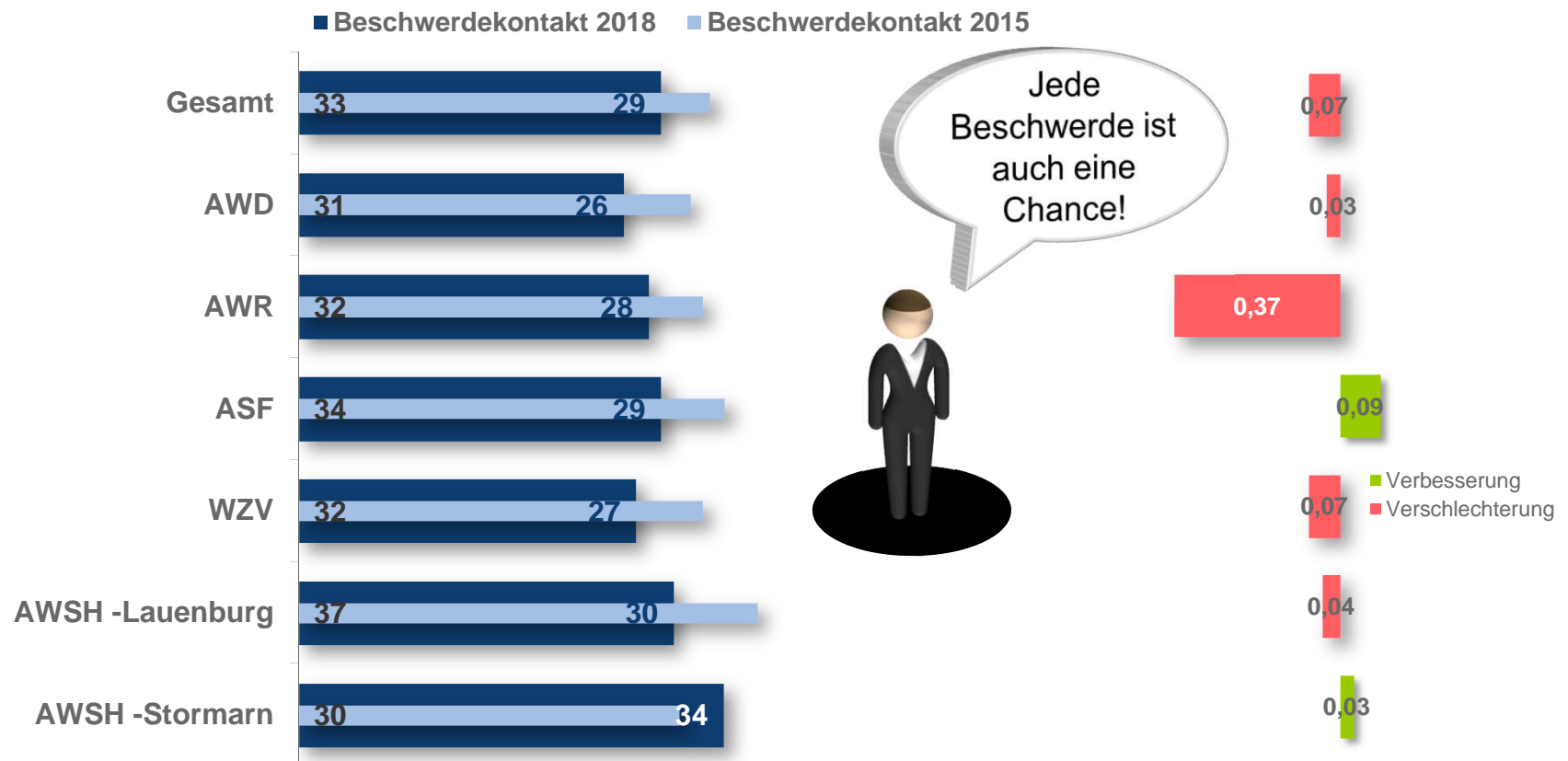
10. Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Servicemerkmalen? Falls schon einmal Kontakt stattgefunden hat.

Das Beschwerdevolumen hat sich im Vergleich zu 2015 verringert, die Zufriedenheit mit der Beschwerdeabwicklung ist jedoch zum Teil gesunken. Bei der AWSH Stormarn ist die Beschwerderate um 4 Prozentpunkte gesunken.

Servicequalität – Der Beschwerdeanteil nach Entsorger

Basis: Alle Befragten, Werte in %

Mittelwert -Differenz
Beschwerdezufriedenheit
zu 2015



10. Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Servicemerkmalen?

Index

1. Hintergrund und Zielsetzung

2. Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

3. Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

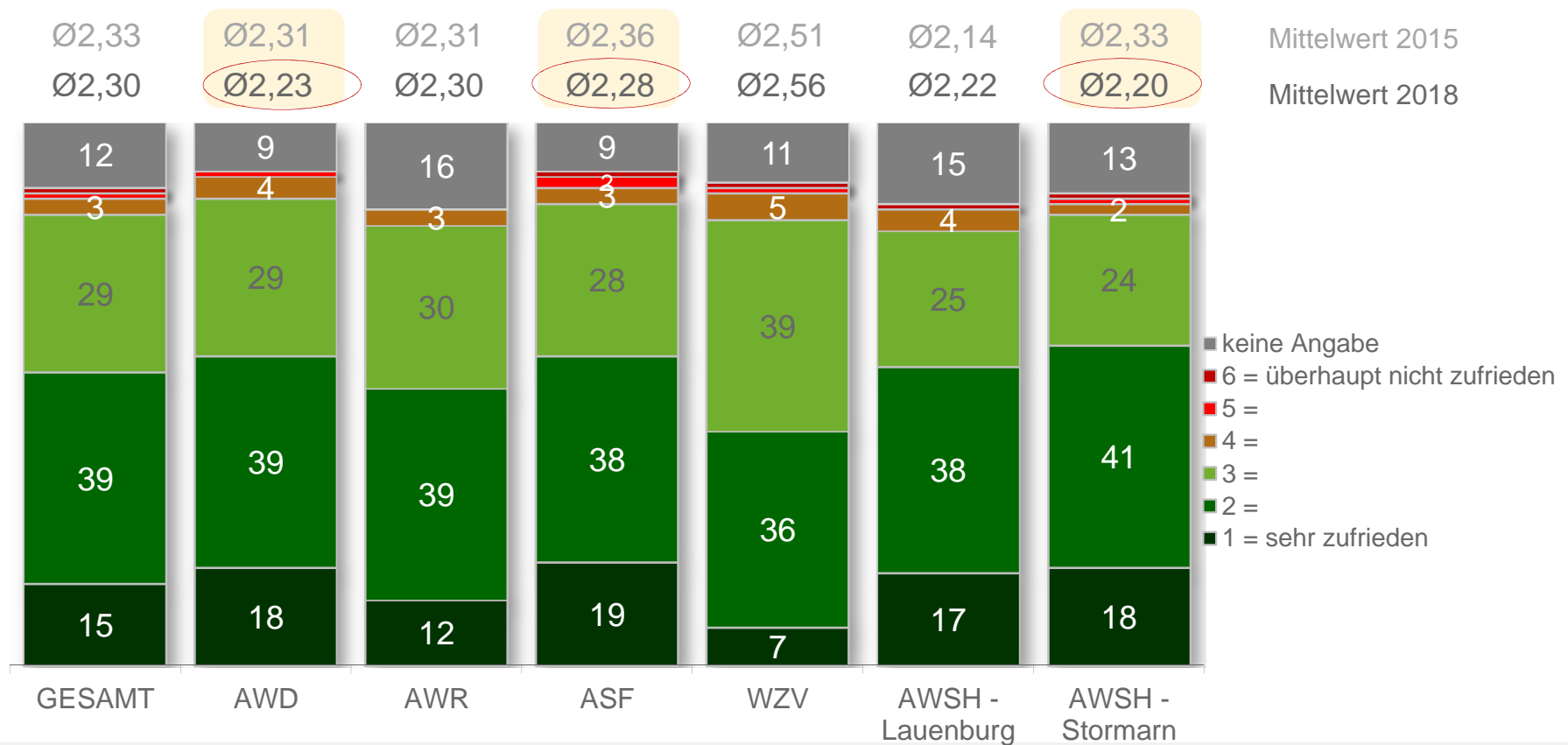
- a. Bekanntheit der Unternehmen
- b. Image und Globalzufriedenheit
- c. Dienstleistungen – Bekanntheit, Nutzung und Zufriedenheit
- d. Weitere gewünschte Dienstleistungen und Preisbereitschaft
- e. Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit
- f. Kontakt zum eigenen Entsorger
- g. Servicequalität
- h. Preis-Leistungs-Verhältnis
- i. Werbung und Informationsmaterial – Bekanntheit und Beurteilung
- j. Erinnernte Veranstaltungen
- k. Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- l. Zusatzfragen
- m. Verbesserungsvorschläge

4. Zusammenfassung und Empfehlungen

Am zufriedensten sind die Kunden der AWD, AWSH Lauenburg und AWSH Stormarn mit dem Preis-/ Leistungsverhältnis. Der AWD, der ASF und der AWSH Stormarn ist es gelungen die Zufriedenheit – im Vergleich zu 2015 - zu steigern.

Preis-/ Leistungsverhältnis

Basis: Alle Befragten, Werte in %

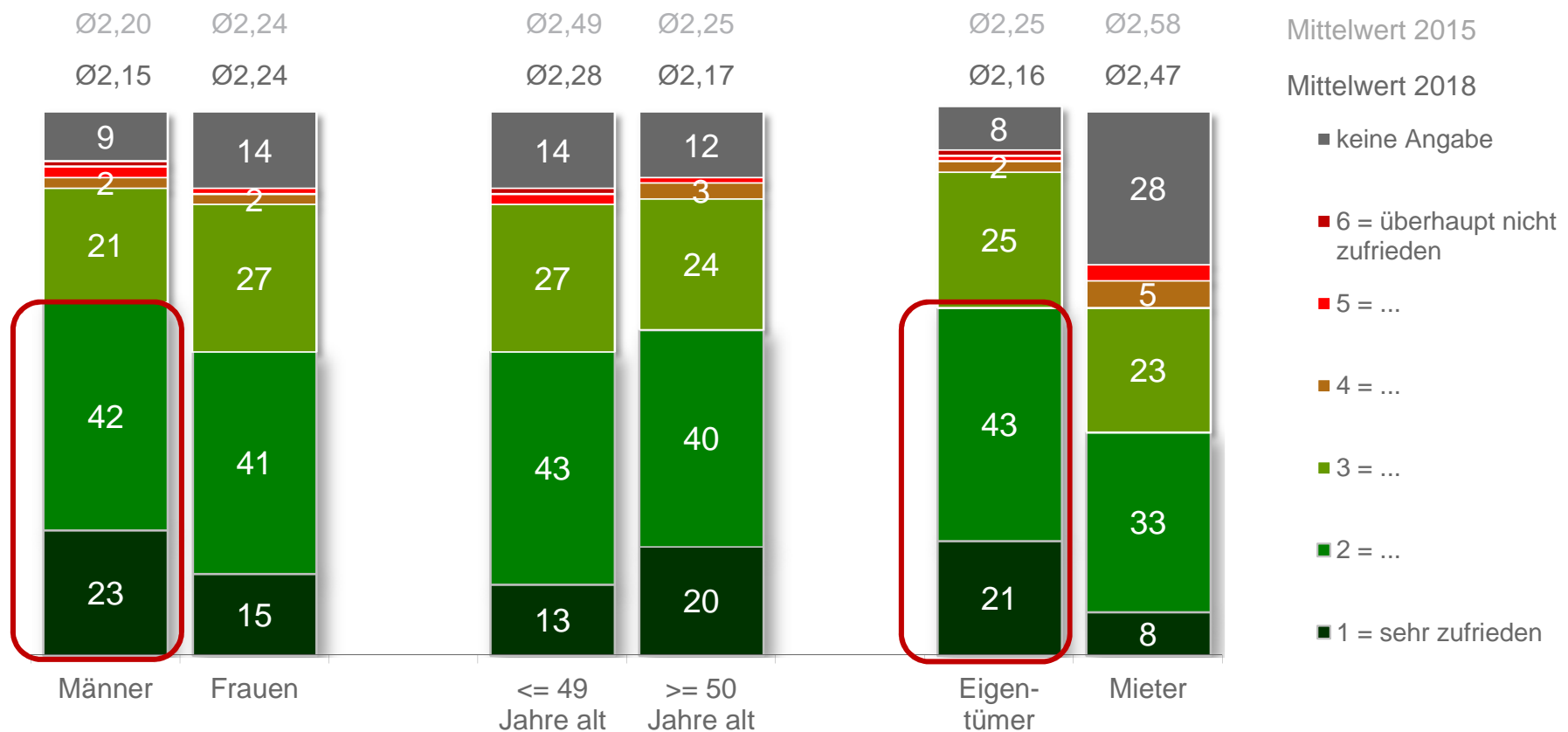


11. Wie zufrieden sind Sie mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis Ihres Entsorgers insgesamt?

Männer und Eigentümer sind mit dem momentanen Preis-/ Leistungsverhältnis der AWSH Stormarn am zufriedensten.

Preis-/ Leistungsverhältnis Eigentümer vs. Mieter Wellenvergleich

Basis: Alle Befragten, Werte in %

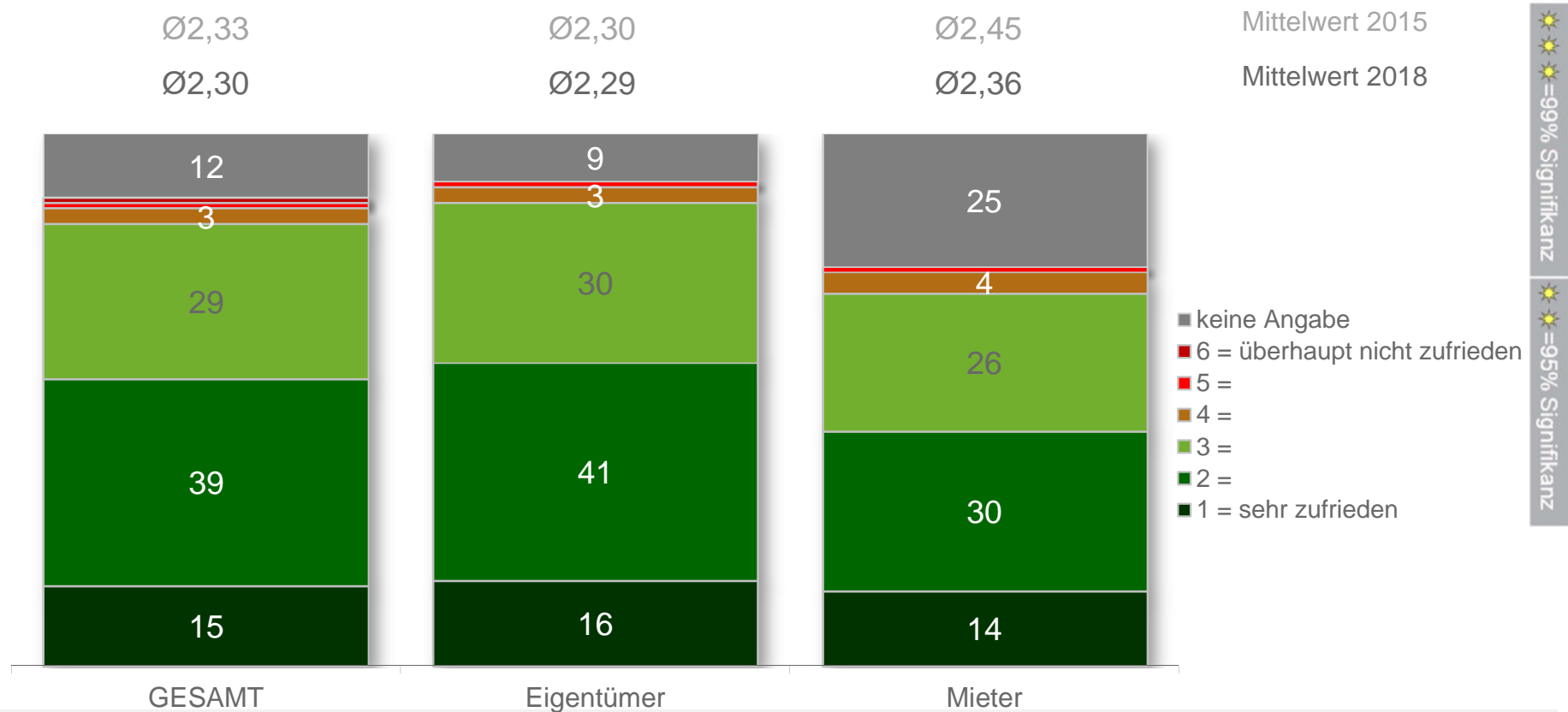


11. Wie zufrieden sind Sie mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis Ihres Entsorgers insgesamt?

Die Zufriedenheit mit dem Preis-/ Leistungsverhältnis hat das Niveau der Vorwelle; Mieter sind aktuell etwas zufriedener.

Preis-/ Leistungsverhältnis Eigentümer vs. Mieter Wellenvergleich

Basis: Alle Befragten, Werte in %

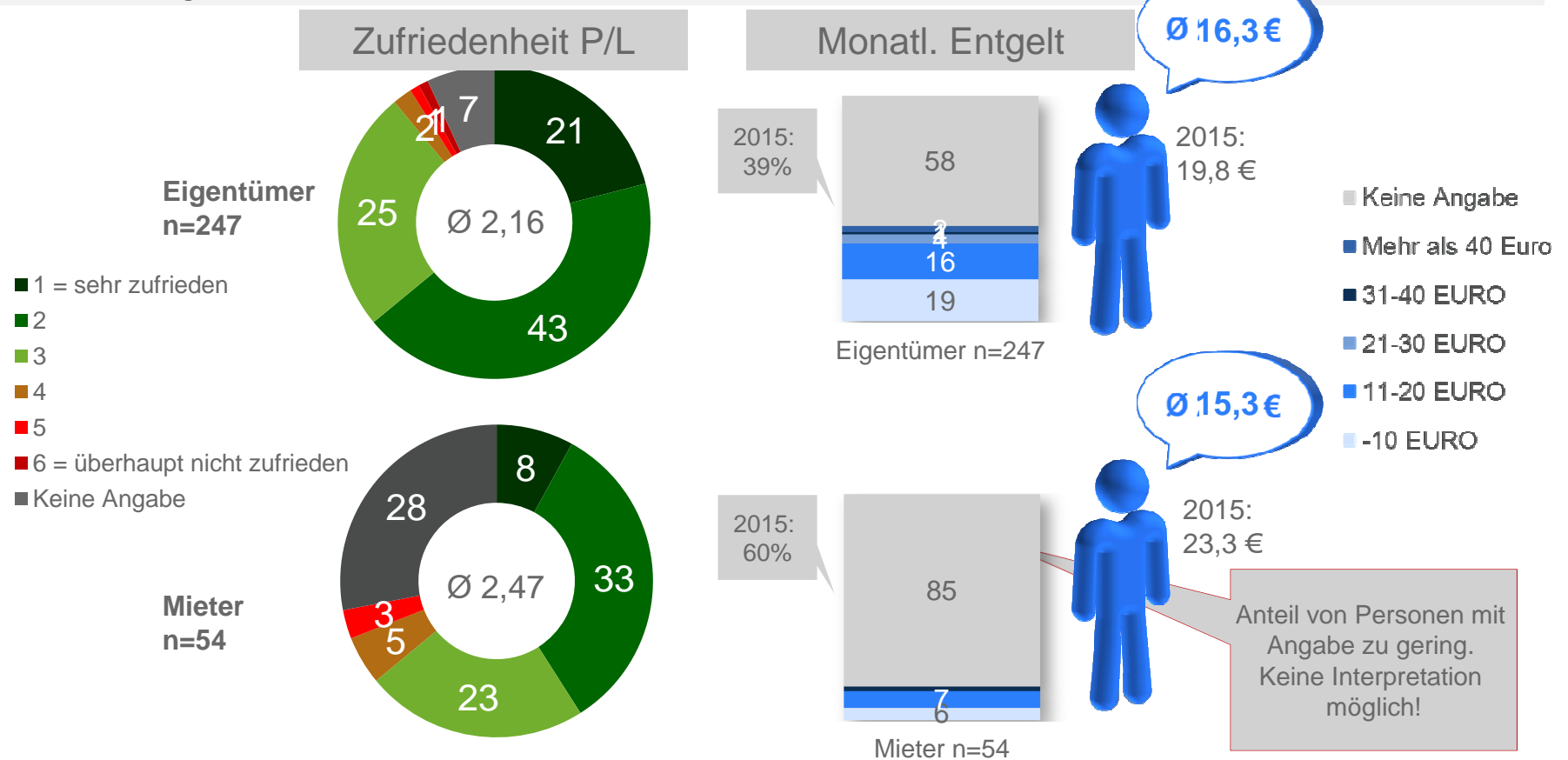


11. Wie zufrieden sind Sie mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis Ihres Entsorgers insgesamt?

Im Durchschnitt gehen Eigentümer davon aus, dass das monatliche Entgelt heute 3,50 Euro günstiger ist.

Preis-/ Leistungsverhältnis Eigentümer vs. Mieter Wellenvergleich

Basis: Alle Befragten, Werte in %



11. Wie zufrieden sind Sie mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis Ihres Entsorgers insgesamt?

12. Wissen Sie, wie viel Sie etwa pro Monat für die Abfallentsorgung zahlen?

Index

1. Hintergrund und Zielsetzung

2. Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

3. Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

- a. Bekanntheit der Unternehmen
- b. Image und Globalzufriedenheit
- c. Dienstleistungen – Bekanntheit, Nutzung und Zufriedenheit
- d. Weitere gewünschte Dienstleistungen und Preisbereitschaft
- e. Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit
- f. Kontakt zum eigenen Entsorger
- g. Servicequalität
- h. Preis-Leistungs-Verhältnis
- i. Werbung und Informationsmaterial – Bekanntheit und Beurteilung
- j. Erinnernte Veranstaltungen
- k. Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- l. Zusatzfragen
- m. Verbesserungsvorschläge

4. Zusammenfassung und Empfehlungen

Kurzfakten: Werbung und Infomaterial

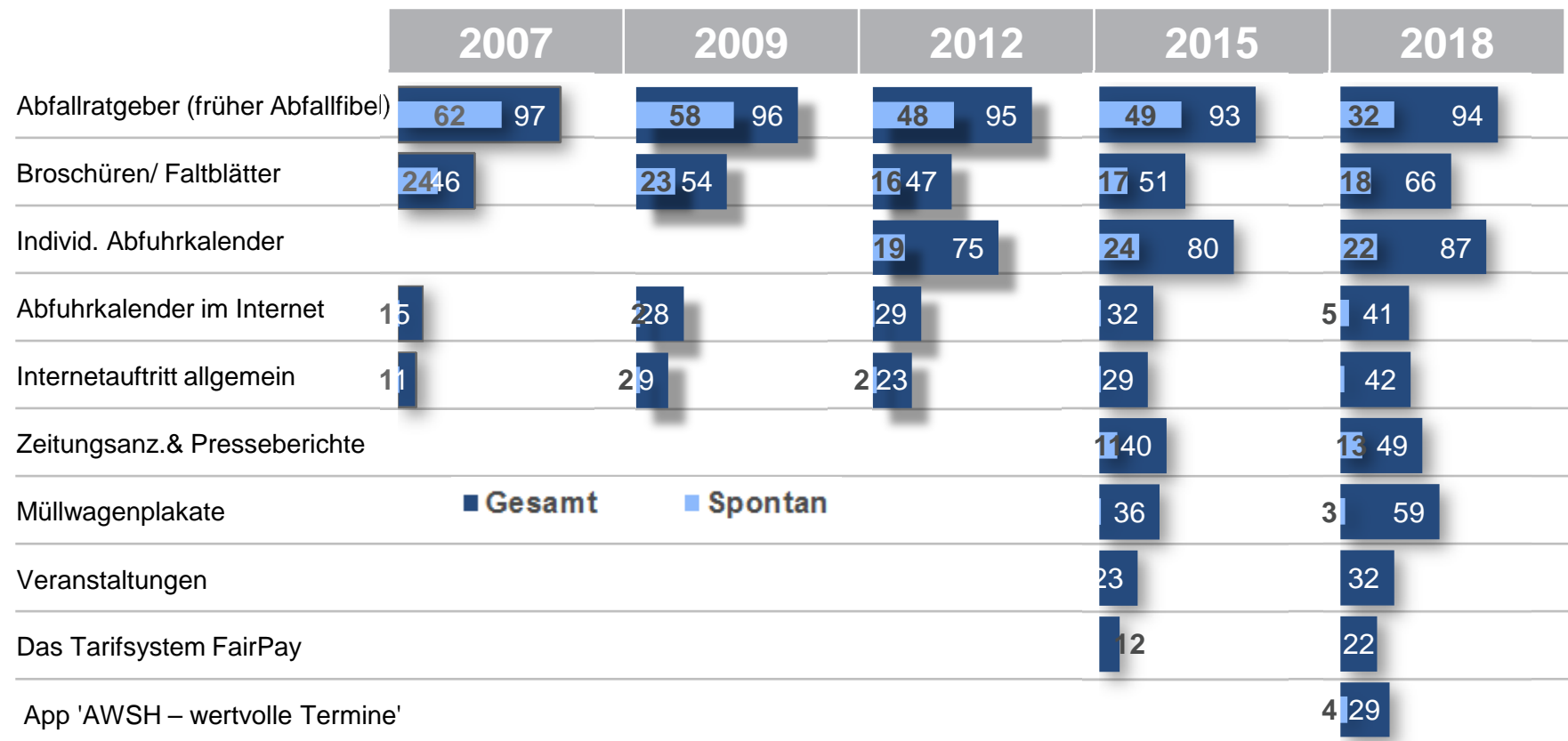
- Die Bekanntheit alle abgefragten Werbungs- und Informationsmaterialien ist seit 2015 gestiegen.
- Die App „AWSH – wertvolle Termine“ ist 29% der Befragten bekannt.
- Achtung: Der Abfuhrkalender (Online und Print), der Abfallratgeber, der Internetauftritt und die Zeitungsanzeigen/ Presseberichte erhalten heute weniger gute Werte als noch 2015.



Die Bekanntheit der im Internet angebotenen Services (Abfuhrkalender, Internetpräsenz) ist gestiegen. Die trifft ebenso auf die restlichen Informationsmaterialien zu.

Vergleich Bekanntheit Werbung und Infomaterial – AWSH Stormarn

Basis: Befragte des Entsorgers, Werte in %



13. Können Sie sich an Informations- oder Werbematerialien Ihres Entsorgers ... erinnern? Bitte nennen Sie mir alles, was Sie in letzter Zeit gelesen, gesehen oder gehört haben. An welche Werbung erinnern Sie sich? Welche Info-Broschüren oder Informationsangebote kennen Sie?

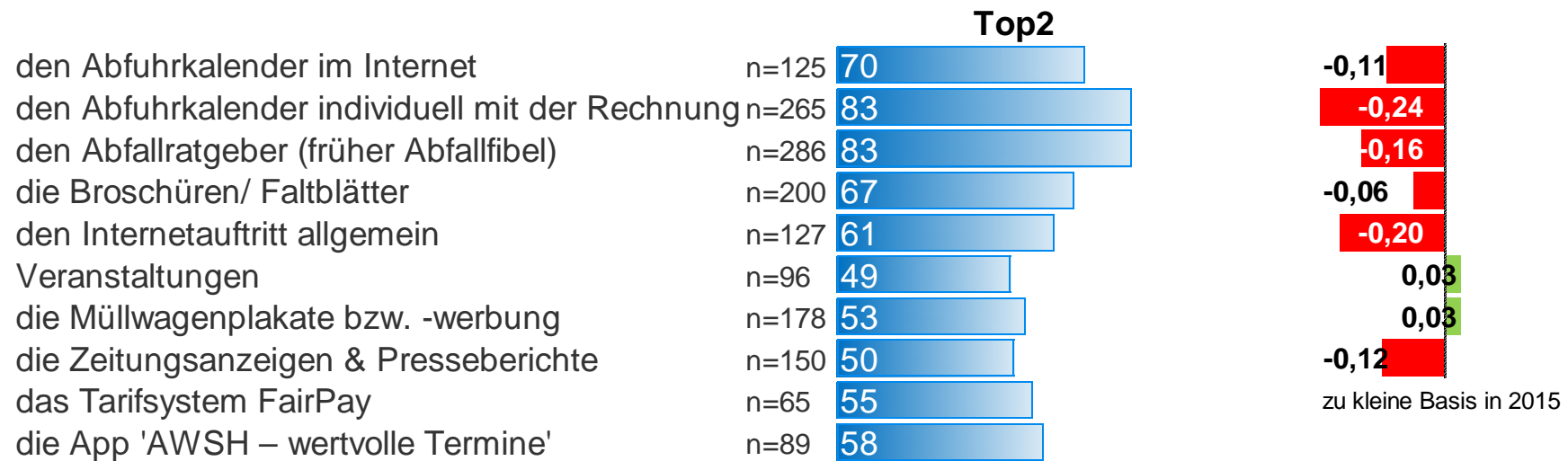
Die Abfuhrkalender, der Abfallratgeber, der Internetauftritt und die Zeitungsanzeigen & Presseberichte werden weniger gut als 2015 bewertet.

Vergleich Beurteilung Werbung und Infomaterial – AWSH Stormarn

Basis: Kenner des entsprechenden Informationsmaterials, Werte in %

Skala von 1 bis 6 :
 1 = sehr gut
 6 = überhaupt nicht gut

Differenz Mittelwert zu 2015



15. Und nun beurteilen Sie bitte die Info-Broschüren und Informationsangebote. Wie beurteilen Sie ...

Index

1. Hintergrund und Zielsetzung

2. Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

3. Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

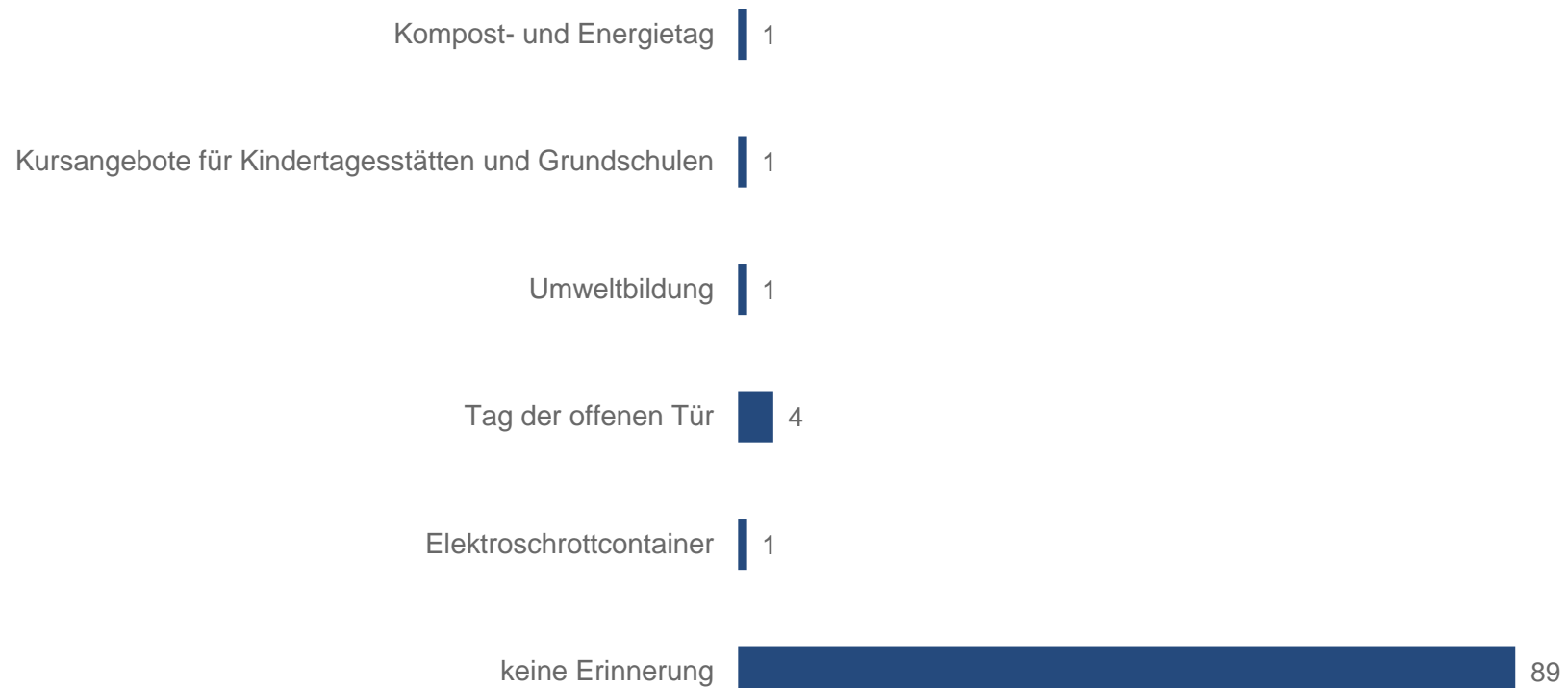
- a. Bekanntheit der Unternehmen
- b. Image und Globalzufriedenheit
- c. Dienstleistungen – Bekanntheit, Nutzung und Zufriedenheit
- d. Weitere gewünschte Dienstleistungen und Preisbereitschaft
- e. Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit
- f. Kontakt zum eigenen Entsorger
- g. Servicequalität
- h. Preis-Leistungs-Verhältnis
- i. Werbung und Informationsmaterial – Bekanntheit und Beurteilung
- j. Erinnernte Veranstaltungen
- k. Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- l. Zusatzfragen
- m. Verbesserungsvorschläge

4. Zusammenfassung und Empfehlungen

Die Befragten aus Stormarn können sich nur an einige wenige Aktionen erinnern.

Erinnerte Veranstaltungen/ Aktionen – AWSH Stormarn

Basis: Alle Befragte des Entsorgungsunternehmens, Werte in %



8.3 An welche Veranstaltung/ Projekte von der AWSH können Sie sich erinnern?

Index

1. Hintergrund und Zielsetzung

2. Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

3. Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

- a. Bekanntheit der Unternehmen
- b. Image und Globalzufriedenheit
- c. Dienstleistungen – Bekanntheit, Nutzung und Zufriedenheit
- d. Weitere gewünschte Dienstleistungen und Preisbereitschaft
- e. Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit
- f. Kontakt zum eigenen Entsorger
- g. Servicequalität
- h. Preis-Leistungs-Verhältnis
- i. Werbung und Informationsmaterial – Bekanntheit und Beurteilung
- j. Erinnernte Veranstaltungen
- k. Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- l. Zusatzfragen
- m. Verbesserungsvorschläge

4. Zusammenfassung und Empfehlungen

Kurzfakten: Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe

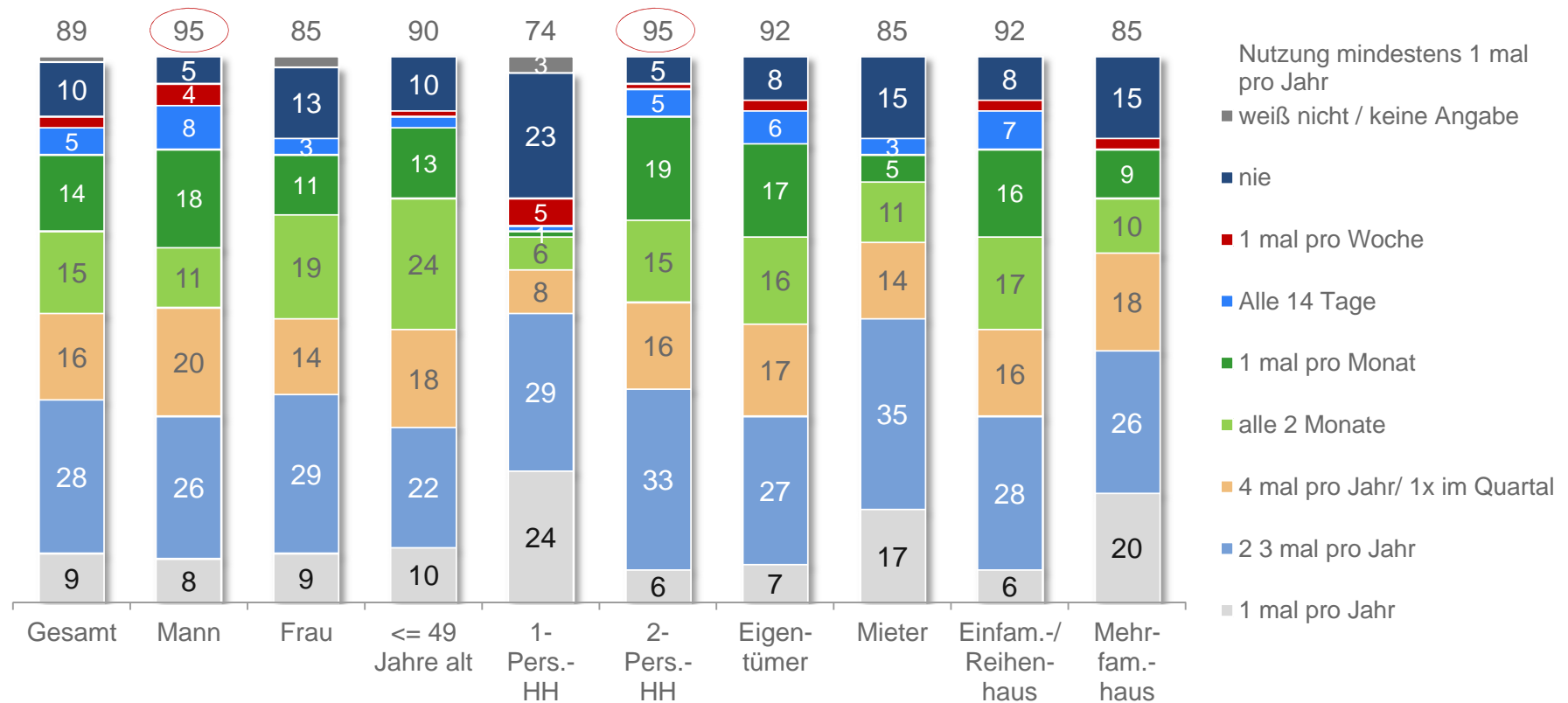
- So gut wie alle Befragten der AWSH Stormarn nutzen einen Recycling-/ Wertstoffhof mindestens 1 mal im Jahr; das sind fast alle Männer und 2-Personen-Haushalte.
- Die Zufriedenheit und Weiterempfehlungsbereitschaft mit dem vorrangig genutzten Recyclinghof ist sehr hoch.
- Im Vergleich mit den anderen Entsorgungsunternehmen schneiden die Recyclinghöfe der AWSH Stormarn hinsichtlich der Kompetenz der Mitarbeiter sehr gut ab. Weniger gut werden die Verkehrssituation bei der Abgabe, Öffnungszeiten und die Preise für die Abgabe bewertet.



Die Recycling-/ Wertstoffhöfe der AWSH Stormarn werden von so gut wie allen Männern und 2-Personen-Haushalten mindestens 1 mal im Jahr aufgesucht.

Nutzungsfrequenz Recyclinghöfe

Basis: Alle Befragten, Werte in %



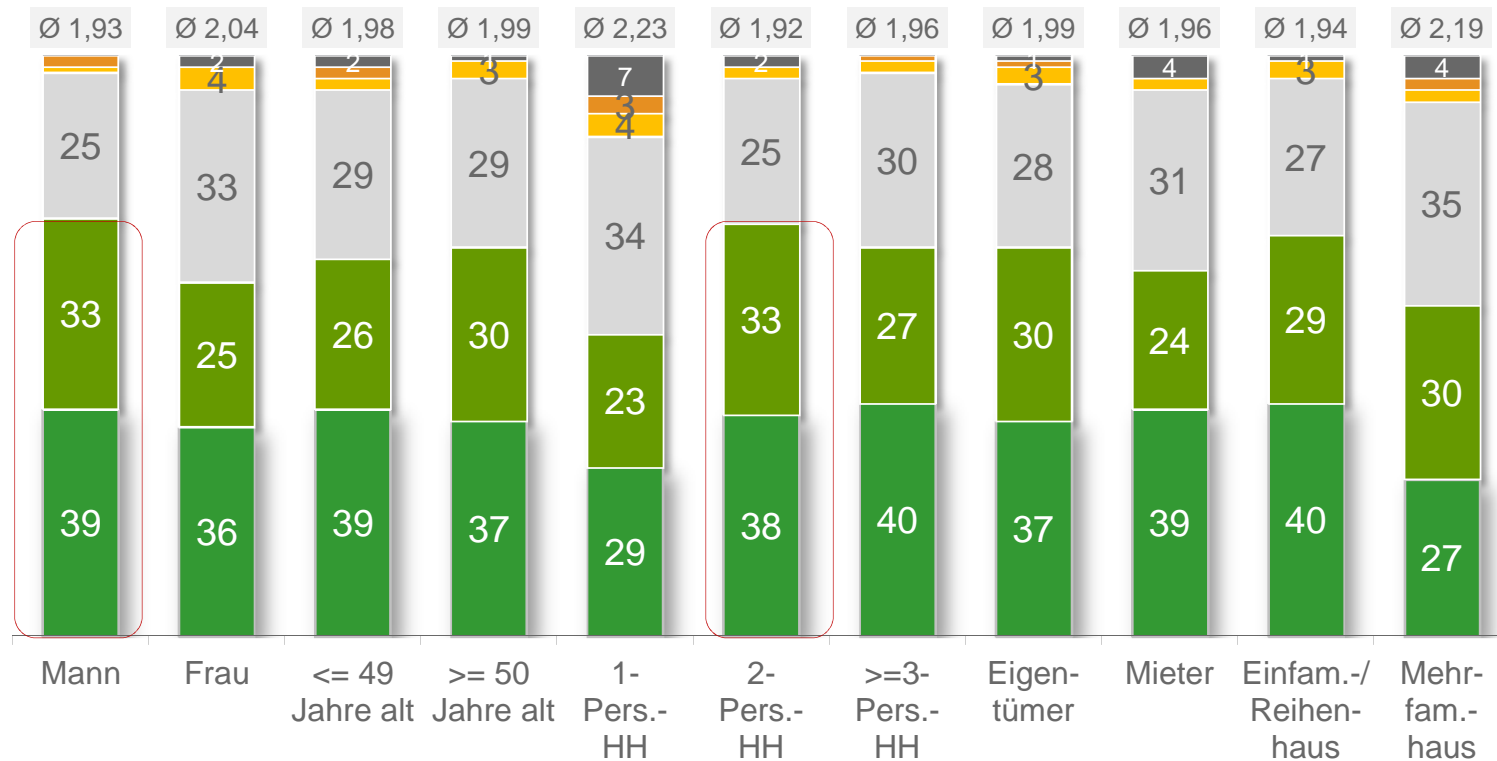
Nun möchte ich mich mit Ihnen speziell über die Recycling-/ Wertstoffhöfe von ... unterhalten. 12.a Wie häufig nutzen Sie einen Recycling-/ Wertstoffhof?

Die Zufriedenheit mit dem von den Befragten hauptsächlich genutzten Recycling-/ Wertstoffhofes der AWSH Stormarn ist hoch. Besonders Männer und 2-Personen-Haushalte sind (sehr) zufrieden.

Zufriedenheit für den vorrangig genutzten Recyclinghof

Basis: Befragten, die mind. 1 mal pro Jahr einen Recyclinghof nutzen, Werte in %

- 1 = Vollkommen zufrieden
- 2 = Sehr zufrieden
- 3 = Zufrieden
- 4 = Weniger zufrieden
- 5 = Überhaupt nicht zufrieden
- keine Angabe



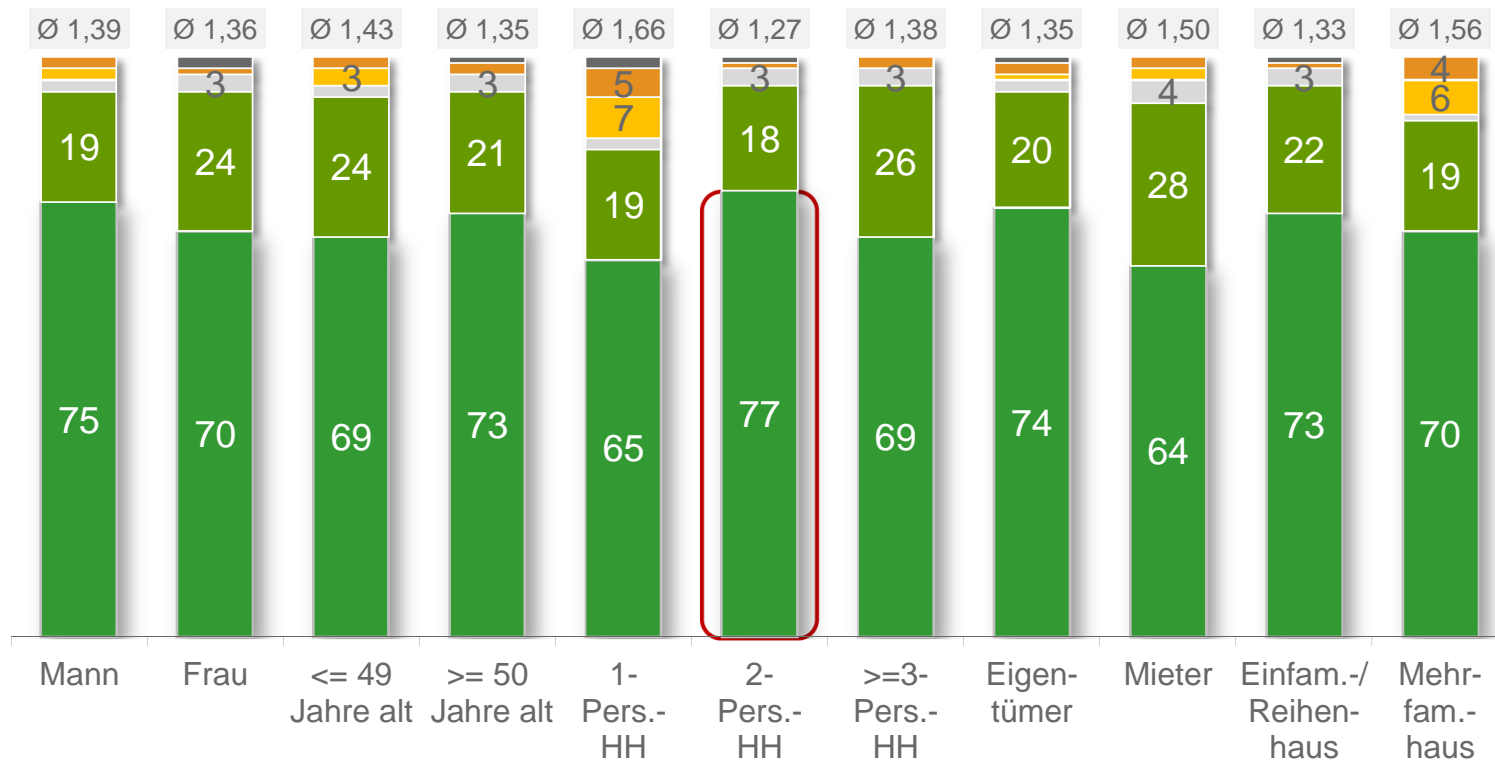
12.b Alles in allem, wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen des Recycling-/ Wertstoffhofes von ... ,den Sie vorrangig nutzen, insgesamt?

Die Weiterempfehlung für den genutzten Recycling-/ Wertstoffhof der AWSH Stormarn ist bei 2-Personen-Haushalten besonders hoch.

Weiterempfehlungsbereitschaft für den vorrangig genutzten Recyclinghof

Basis: Befragten, die mind. 1 mal pro Jahr einen Recyclinghof nutzen, Werte in %

■ 1 = bestimmt ■ 2 = wahrscheinlich ja ■ 3 = eventuell ■ 4 = wahrscheinlich nicht ■ 5 = bestimmt nicht ■ keine Angabe



12.c Würden Sie den Recycling-/ Wertstoffhof von ... an Freunde und Verwandte weiter empfehlen?

Am wenigsten gut wird die Verkehrssituation bei der AWSH Stormarn bewertet. Die Zufriedenheit mit den Gebühren ist bei der AWD und dem WZV am geringsten.

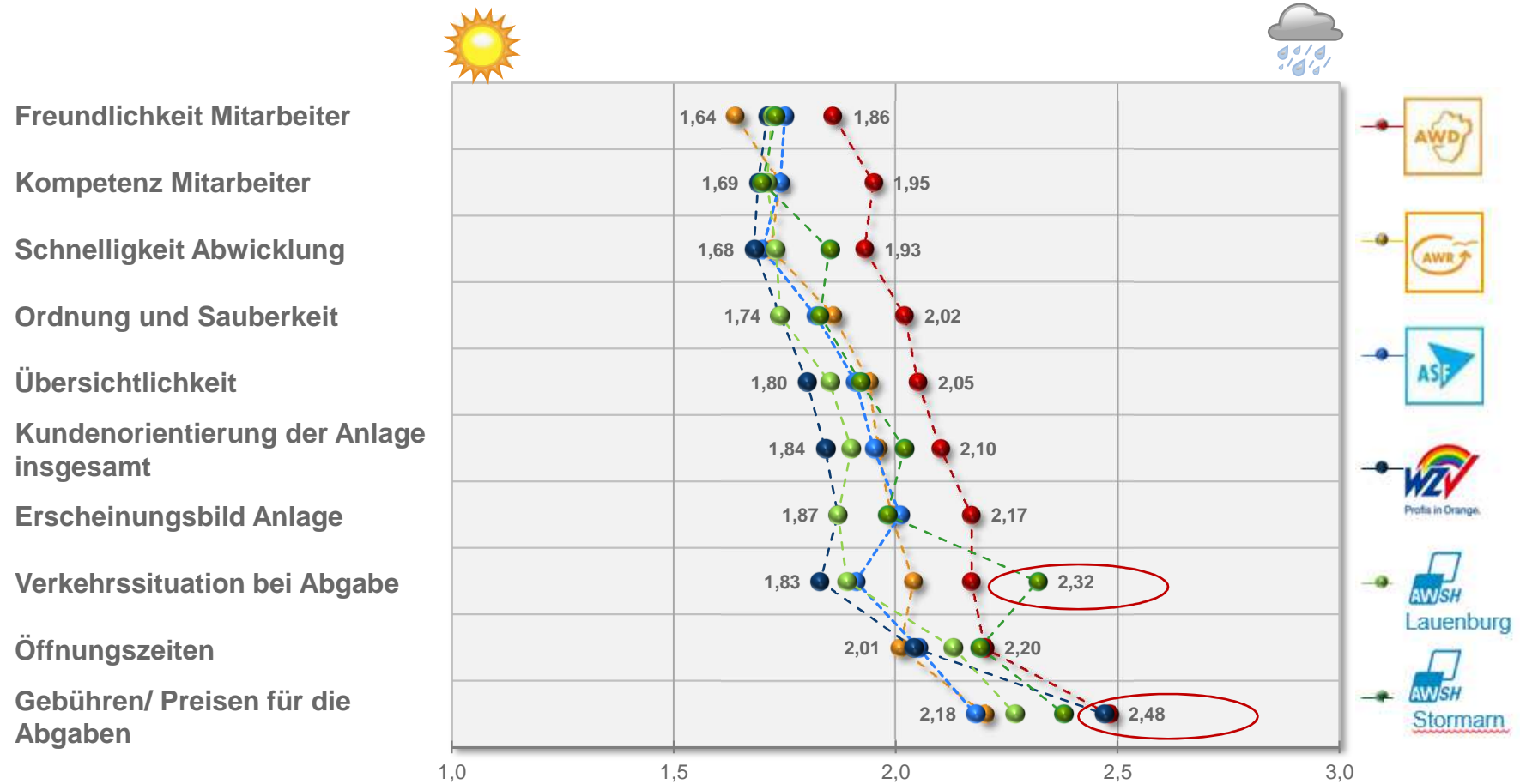
Zufriedenheit mit vorgegebenen Leistungsmerkmalen

Basis: Befragten, die mind. 1 mal pro Jahr einen Recyclinghof nutzen, Positivranking, Mittelwerte

Skala von 1 bis 6 :

1 = sehr zufrieden

6 = überhaupt nicht zufrieden



12.d Ich möchte Sie im Folgenden gern zu Ihrer Zufriedenheit zu einzelnen Aspekten des Recycling-/ Wertstoffhofes von ... befragen. Wie zufrieden sind Sie mit ...

Während die AWSH Stormarn für die Kompetenz der Mitarbeiter im Vergleich mit den anderen Entsorgungsunternehmen besonders positive Bewertungen erhält, sind die Verkehrssituation, die Öffnungszeiten und die Preise für die Abgaben weniger gut benotet worden.

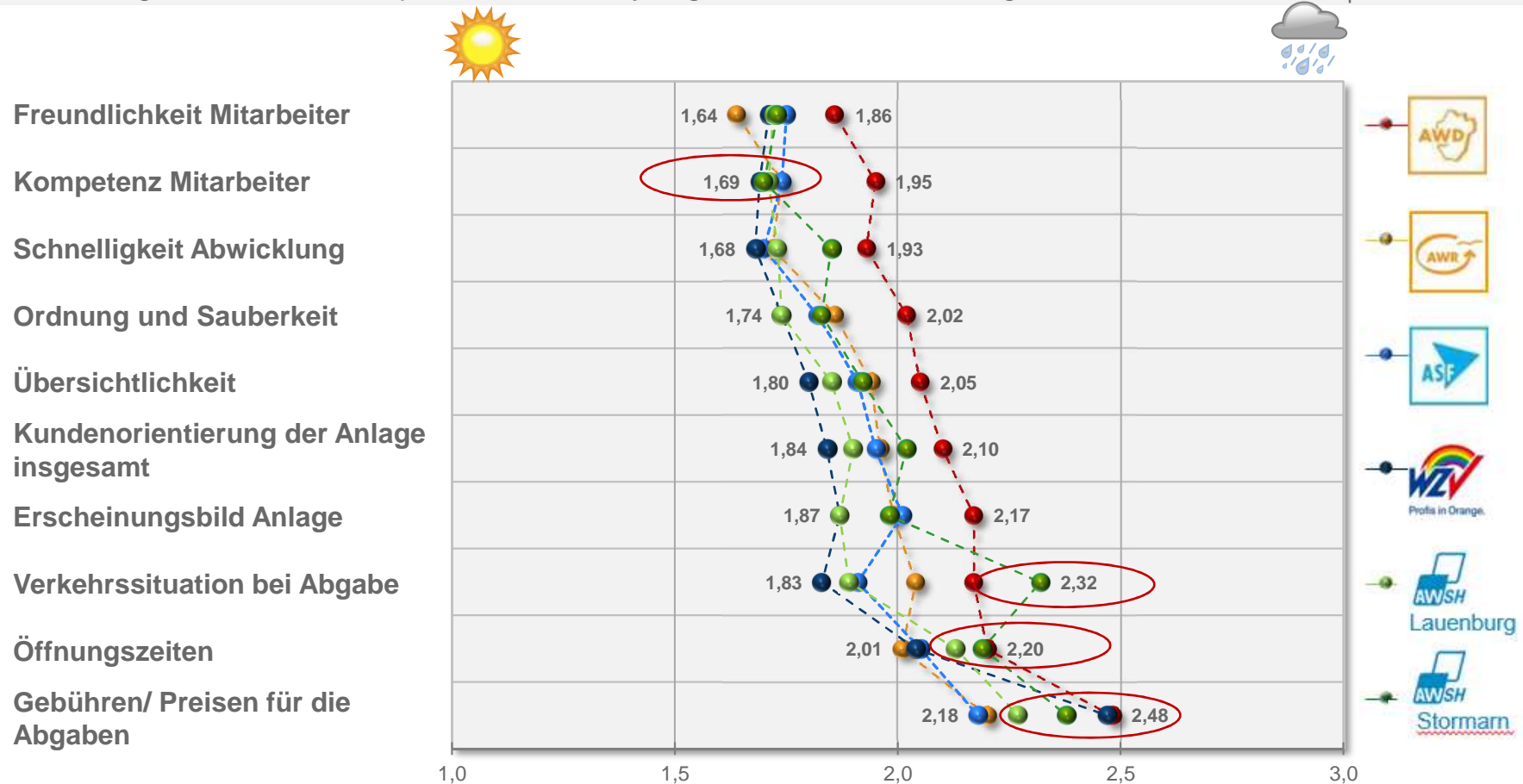
Zufriedenheit mit vorgegebenen Leistungsmerkmalen

Basis: Befragten, die mind. 1 mal pro Jahr einen Recyclinghof nutzen, Positivranking, Mittelwerte

Skala von 1 bis 6 :

1 = sehr zufrieden

6 = überhaupt nicht zufrieden



12.d Ich möchte Sie im Folgenden gern zu Ihrer Zufriedenheit zu einzelnen Aspekten des Recycling-/ Wertstoffhofes von ... befragen. Wie zufrieden sind Sie mit ...

Ein Drittel kann Verbesserungsvorschläge für den vorrangig genutzten Recycling-/ Wertstoffhof geben. Am häufigsten werden Angaben zu den Öffnungszeiten gemacht.

Verbesserungsvorschläge für den vorrangig genutzten Recyclinghof

Basis: Befragten, die mind. 1 mal pro Jahr einen Recyclinghof nutzen, Werte in %

KEINE VERBESSERUNGSVORSCHLÄGE GENANNT	67		
ÖFFNUNGSZEITEN	9	STANDORT	4
längere Öffnungszeiten (bis 20 h) allg.	3	bessere Zuwegung (über Hauptstraße/ nicht über Stichstraße/ ohne parkende Anwohner/ kein Stau an der Einfahrt, der den Verkehrsfluss behindert)	3
bessere/ erweiterte Öffnungszeiten allg.	2	zentralere Lage/ bessere Erreichbarkeit allg.	1
bessere/ längere Öffnungszeiten am Samstag/ jeden Samstag öffnen	2	ABLADEN (AM CONTAINER)	3
frühere Öffnungszeiten	1	bequemes Abladen (vor allem von Grünzeug)/ Reinwerfen ohne Leiter/ Treppe (vgl. gemauerte Boxen in Geesthacht/ in den Boden einlassen/ auf freier Fläche/ mit Pkw befahrbare Galerie)	3
GEBÜHREN	5	AUSSCHILDERUNG/ CONTAINERKENNZEICHNUNG	2
generell Gebühren senken (um Entsorgung über den Hausmüll zu vermeiden)	3	mehr/ bessere/ größere/ ausführlichere Ausschilderung (einzelne Bereiche/ wo wird was entsorgt)	2
kostengünstigere/ gebührenfreie Abgabe von Gartenabfall	2	WEITERE ASPEKTE ZUM RECYCLING-/ WERTSTOFFHOF	1
ZUFAHRT	5	Tempolimit einführen (Kunden fahren rücksichtslos)	1
kürzere Wartezeiten/ zügigere Einfahrt/ weniger Stau zu Stoßzeiten (zweite Spur)	3		
breitere/ längere Zufahrt	2		
bessere Zufahrt allg.	1		
AUFTEILUNG/ GESTALTUNG/ WEGEFÜHRUNG	4		
größere/ weniger enge Anlage/ mehr Platz für Pkw/ Hänger	3		
bessere Übersichtlichkeit/ zu wuselig	1		
MITARBEITER	4		
fehlende Mitarbeiter zum Helfen/ Anpacken (ältere Personen/ schwere/ sperrige Dinge)	2		
mehr Mitarbeiter (am Wochenende/ zu Stoßzeiten)	2		
freundlichere/ hilfsbereitere Mitarbeiter	1		

12.e Haben Sie noch Verbesserungsvorschläge für den Recycling-/ Wertstoffhof von ... ?

Index

1. Hintergrund und Zielsetzung

2. Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

3. Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

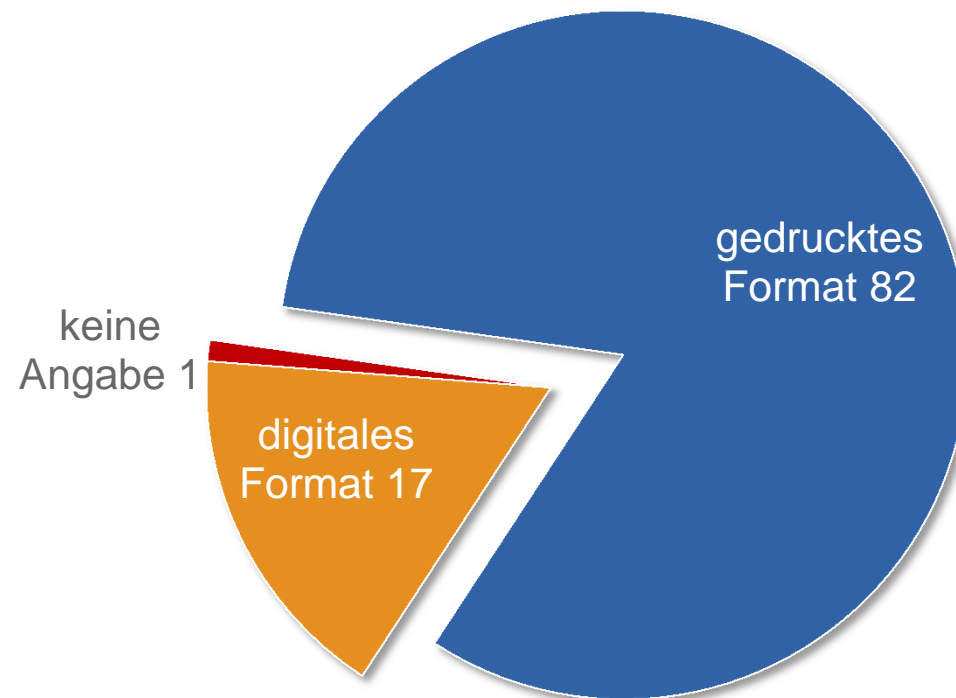
- a. Bekanntheit der Unternehmen
- b. Image und Globalzufriedenheit
- c. Dienstleistungen – Bekanntheit, Nutzung und Zufriedenheit
- d. Weitere gewünschte Dienstleistungen und Preisbereitschaft
- e. Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit
- f. Kontakt zum eigenen Entsorger
- g. Servicequalität
- h. Preis-Leistungs-Verhältnis
- i. Werbung und Informationsmaterial – Bekanntheit und Beurteilung
- j. Erinnernte Veranstaltungen
- k. Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- l. Zusatzfragen
- m. Verbesserungsvorschläge

4. Zusammenfassung und Empfehlungen

Aktuell bevorzugt die große Mehrheit der Kunden das gedruckte Format des Abfallkalenders.

Präferierte Form des Abfallratgebers

Basis: Befragte die den Abfallratgeber kennen, n=271, Werte in %

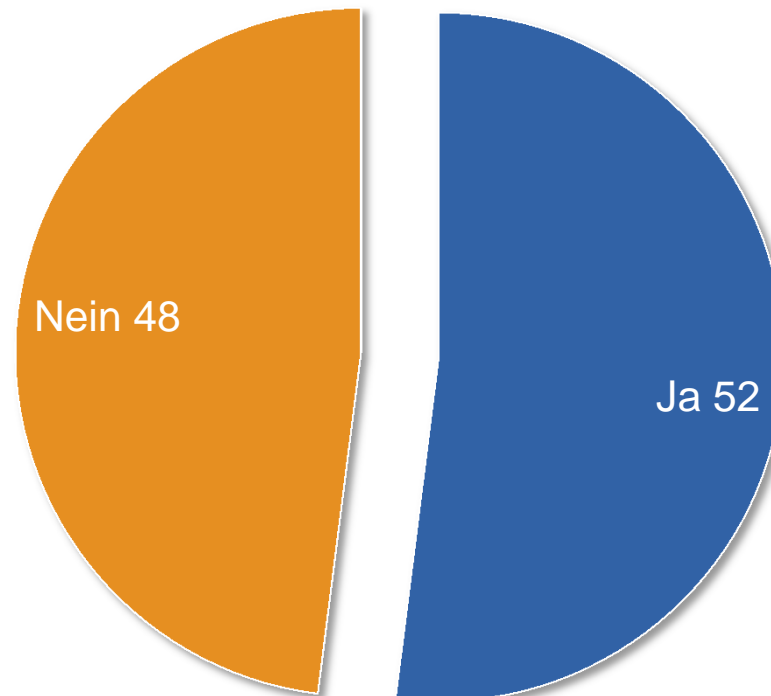


16.h Den Abfallratgeber der AWSH gibt es im gedruckten Format oder in digitaler Form auf der Internetpräsenz der AWSH. Welche Form des Abfallratgebers bevorzugen Sie?

Mehr als die Hälfte kann sich vorstellen, in Zukunft auf das gedruckte Format des Abfallratgebers zu verzichten.

Potenzieller Verzicht auf die gedruckte Form des Abfallratgebers

Basis: Befragte die den Abfallratgeber kennen, n=271, Werte in %

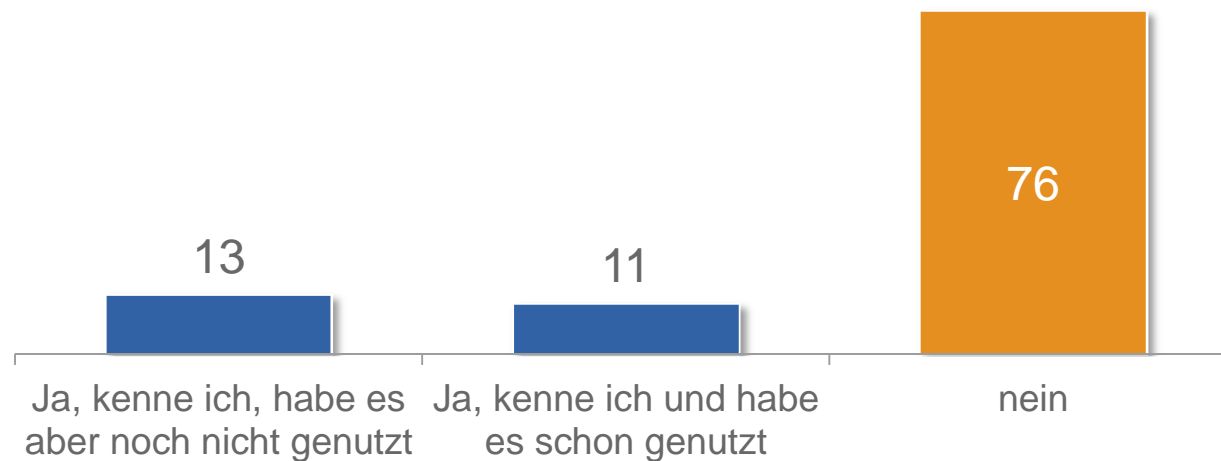


16.i Können Sie sich vorstellen, in Zukunft auf die Zusendung der gedruckten Form zu verzichten?

Gut jeder Zehnte hat das Kundenportal der AWSH Stormarn schon einmal genutzt.

Bekanntheit des Kundenportals der AWSH

Basis: Alle Befragten der AWSH Stormarn, n=304, Werte in %



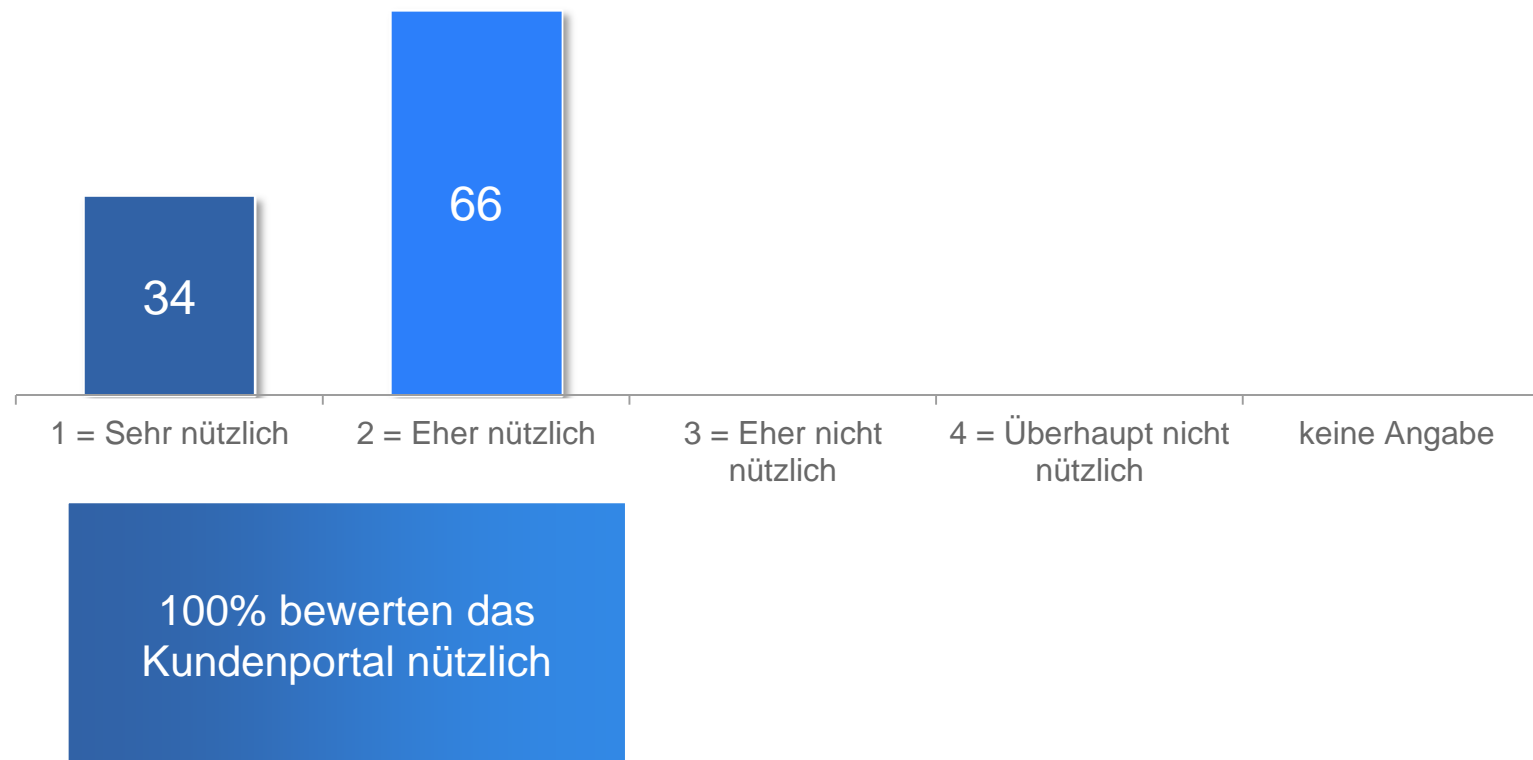
Insgesamt ist knapp einem Viertel der Befragten das Kundenportal bekannt.

16.c Kennen Sie das Kundenportal der AWSH?

Allen Nutzern ist das Kundenportal hilfreich.

Nützlichkeit des Kundenportals der AWSH

Basis: Nutzer des Kundenportals der AWSH Stormarn, n=33, Werte in %

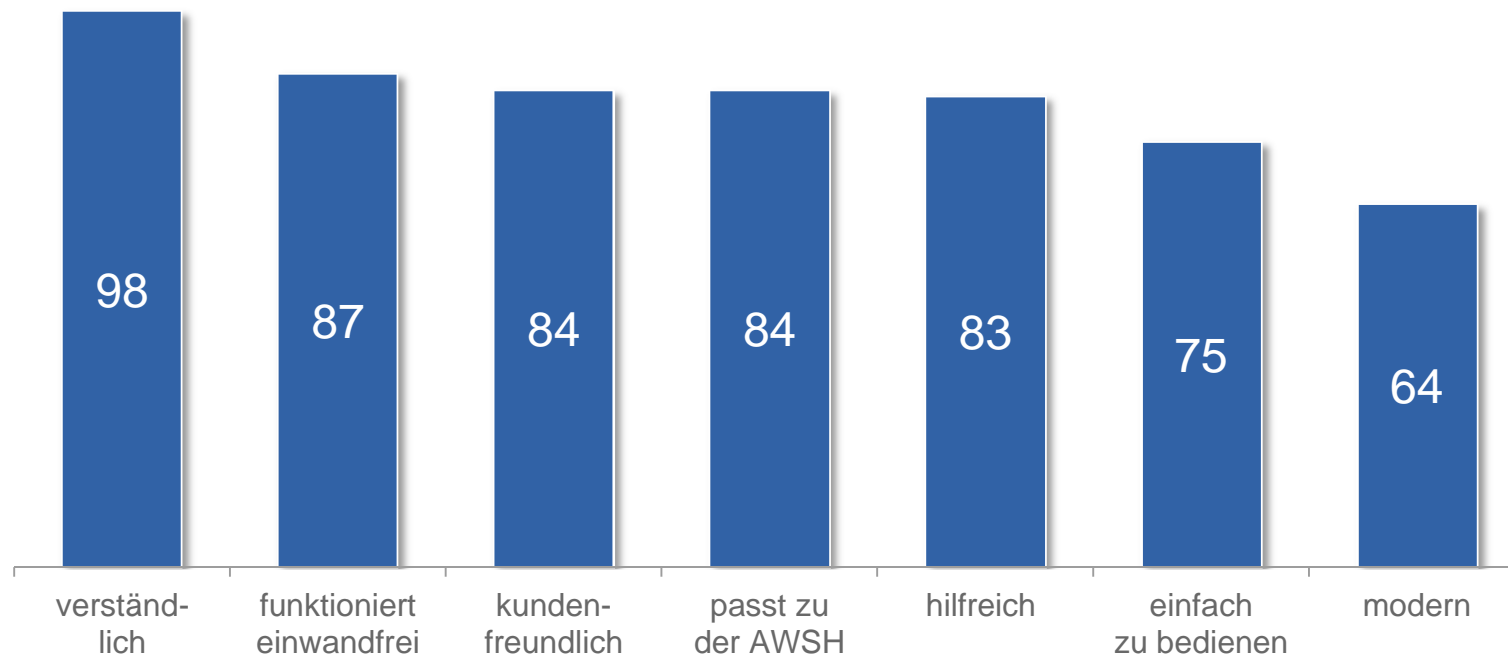


16.d Wie bewerten Sie das Kundenportal der AWSH?

Für die Nutzer des Kundenportals erfüllt das Tool die abgefragten Kriterien. Wichtig ist auch, dass der Großteil der Nutzer das Kundenportal als passend zu der AWSH empfindet.

Eigenschaften des Kundenportals der AWSH

Basis: Nutzer des Kundenportals der AWSH Stormarn, n=33, Werte in %

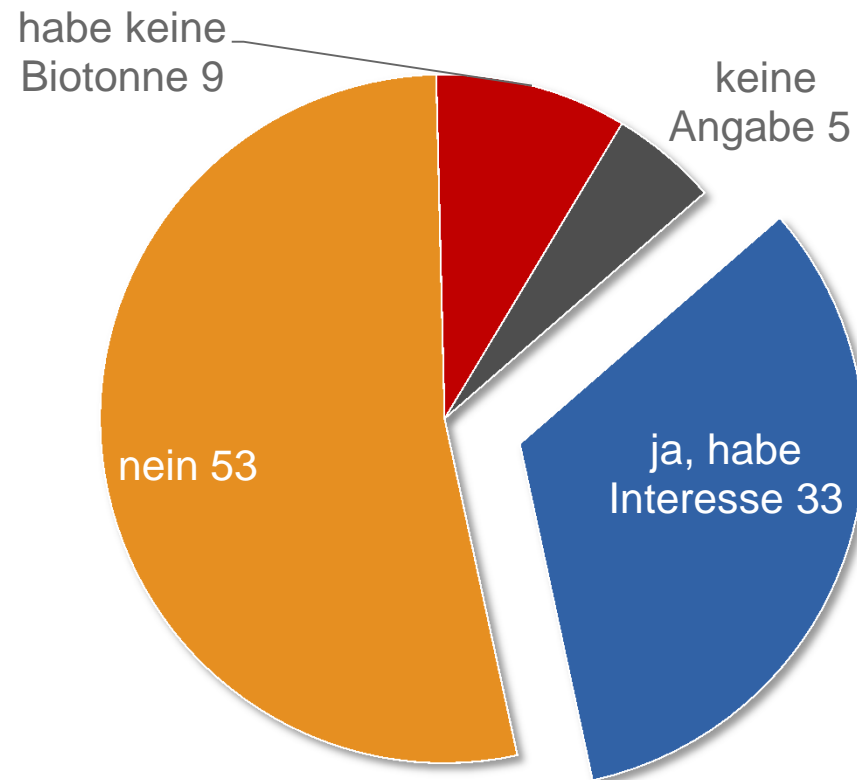


16.e Welche der folgenden Eigenschaften treffen auf das Kundenportal der AWSH zu? Das Kundenportal der AWSH ...

33% der Befragten haben Interesse an der regelmäßigen Reinigung der Biotonne.

Interesse an der Reinigung der Biotonne

Basis: Alle Befragten der AWSH Stormarn, n=304, Werte in %

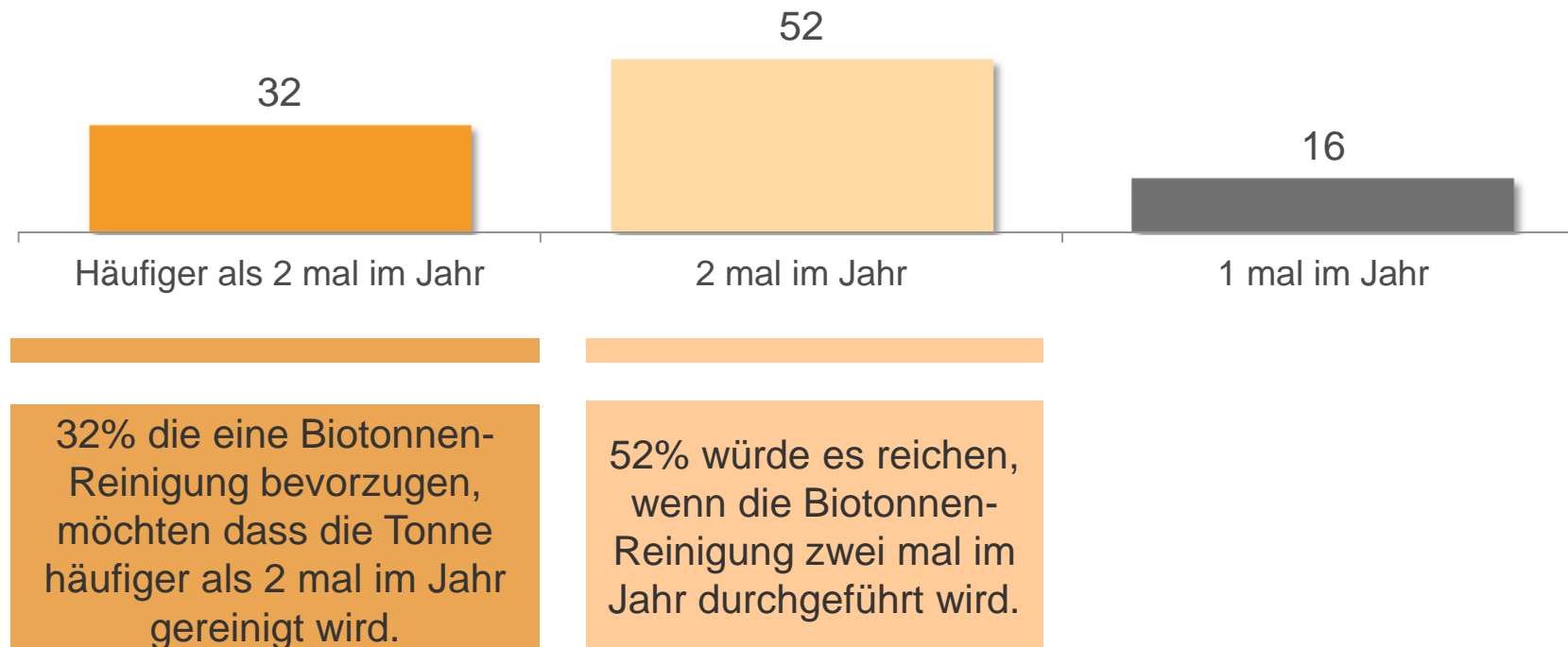


16.e Haben Sie Interesse an einer regelmäßigen Reinigung Ihrer Biotonne?

Die Hälfte der Befragten, mit Interesse an der Reinigung der Biotonne, würde die Reinigung zwei mal jährlich bevorzugen und 32% möchten eine Reinigung häufiger als zwei Mal im Jahr.

Gewünschter Reinigungsturnus der Biotonne

Basis: Befragte der AWSH Stormarn mit Interesse an der Reinigung der Biotonne, n=101, Werte in %

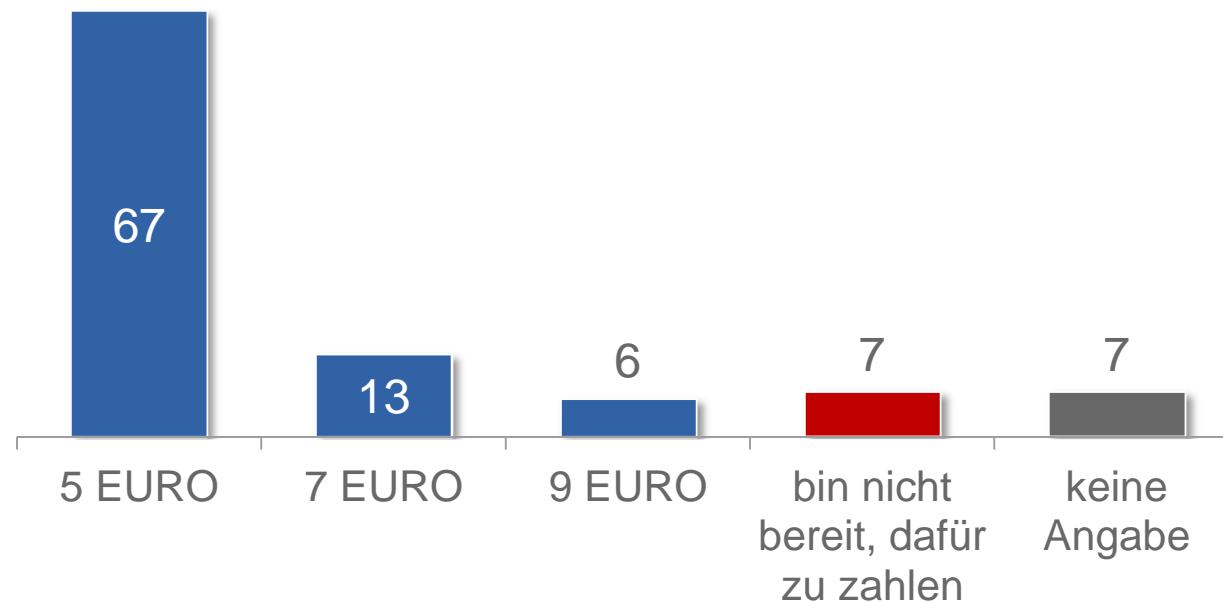


16.f Wie häufig sollte Ihrer Meinung nach die Reinigung der Biotonne erfolgen?

86% der potenziellen Tonnenreinigungs-Nutzer sind bereit, Zusatzgebühren in Höhe von mindestens 5 Euro zu zahlen; 7% sind nicht bereit, zusätzliche Kosten dafür zu bezahlen.

Preisschwelle zusätzlicher Gebühren für die Reinigung der Biotonne

Basis: Befragte der AWSH Stormarn mit Interesse an der Reinigung der Biotonne, n=101, Werte in %



16.g Welchen der folgenden Beträge wären Sie bereit, für den Waschvorgang der Tonne zu zahlen?

Index

1. Hintergrund und Zielsetzung

2. Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

3. Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

- a. Bekanntheit der Unternehmen
- b. Image und Globalzufriedenheit
- c. Dienstleistungen – Bekanntheit, Nutzung und Zufriedenheit
- d. Weitere gewünschte Dienstleistungen und Preisbereitschaft
- e. Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit
- f. Kontakt zum eigenen Entsorger
- g. Servicequalität
- h. Preis-Leistungs-Verhältnis
- i. Werbung und Informationsmaterial – Bekanntheit und Beurteilung
- j. Erinnernte Veranstaltungen
- k. Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- l. Zusatzfragen
- m. Verbesserungsvorschläge

4. Zusammenfassung und Empfehlungen

Ein Viertel der Befragten hat Verbesserungsvorschläge für die AWSH Stormarn gemacht. Am häufigsten wurden Aspekte zu den gelben Säcken/ Tonne/ Plastikmüll und der Biotonne genannt.

Verbesserungsvorschläge – die häufigsten Nennungen

Basis: Alle Befragten, Werte in %

KEINE VERBESSERUNGSVORSCHLÄGE GENANNT	75
GELBE SÄCKE/ TONNE/ PLASTIKMÜLL	6
gelbe Tonne/ Wertstofftonne einführen (statt gelber Sack)	2
gelbe Säcke besser verfügbar/ häufiger/ großzügiger verteilen (durch zentrale Stellen/ Supermärkte/ bei Abholung anliefern)	2
zuverlässige/ pünktlichere Abholung der gelben Säcke/ Tonnen	1
stabilere/ reißfeste gelbe Säcke/ Tüten	1
BIOMÜLL	4
Biotonne gründlicher/ vollständig entleeren	2
(im Sommer) häufigere/ wöchentliche Abholung der Biotonne	1
zuverlässige/ pünktlichere Abholung der Biotonne	1
ABHOLTURNS/ -ZEITPUNKT	3
zuverlässige/ pünktliche Abholung (auch bei schlechter Witterung/ Schnee)	3
VORGEHEN BEI DER ABHOLUNG	2
Tonnen dort abstellen, wo sie vorher standen (nicht auf Gehweg/ Fahrbahn)	1
vollständige Abholung/ Entleerung/ nichts zurücklassen (heruntergefallenen/ heruntergedrückter Müll)	1
Problemlösung bzgl. eingefrorener Tonnen/ Container/ Tonnenentleerung im Winter	1
INFORMATIONEN	3
(frühzeitige) Infos zu (witterungsbedingten) Terminänderungen/ bei Nichtabholung (auch online)	1
mehr/ bessere Infos im Internet/ Kundenportal erweitern (Newsletter/ pdf-Download/ Online-Abfuhrkalender)	1
MITARBEITER	1
bessere/ tarifgerechte Bezahlung der Mitarbeiter	1
KOSTEN/ GEBÜHREN/ ABRECHNUNG	3
kostenlose/ preiswertere Gartenabfall-/ Strauchschnittentsorgung	1
übersichtlichere/ transparentere Rechnungen	1
SONSTIGES	1
Kritik an der Befragung (zu lang/ telefonisch/ abends)	1
POSITIVE NENNUNGEN	1
bin zufrieden/ weiter so	1

Stat7. Gibt es noch etwas, was Sie Ihrem Entsorger mitteilen möchten? Was könnte Ihr Entsorger besser machen?

Index

1. Hintergrund und Zielsetzung

2. Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

3. Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

- a. Bekanntheit der Unternehmen
- b. Image und Globalzufriedenheit
- c. Dienstleistungen – Bekanntheit, Nutzung und Zufriedenheit
- d. Weitere gewünschte Dienstleistungen und Preisbereitschaft
- e. Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit
- f. Kontakt zum eigenen Entsorger
- g. Servicequalität
- h. Preis-Leistungs-Verhältnis
- i. Werbung und Informationsmaterial – Bekanntheit und Beurteilung
- j. Erinnernte Veranstaltungen
- k. Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- l. Zusatzfragen
- m. Verbesserungsvorschläge

4. Zusammenfassung und Empfehlungen

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

Bekanntheit

- Die AWR, die ASF und der WZV sind so gut wie allen Befragten bekannt. Die AWD, AWSH Lauenburg und Stormarn verzeichnen sinkende Bekanntheitswerte seit 2015, sind aber der überwiegenden Mehrheit bekannt.

Globalzufriedenheit

- Die Befragten aller Abfallwirtschaften sind mit ihrem Unternehmen insgesamt zufrieden. Die AWR konnte sich seit 2015 noch einmal deutlich steigern und hat aktuell die zufriedensten Kunden. Auch der WZV und die AWSH Lauenburg verzeichnen leichte Steigerungen. Die AWSH Stormarn hat die kritischsten Kunden. Im Vergleich mit dem externen Benchmarking (Kundenzufriedenheitsuntersuchung Zweckverband Abfallwirtschaft Hannover, September 2017) liegen alle Unternehmen auf dem gleichen guten Niveau oder leicht darunter.

Image

- Allen Entsorgern ist es weiterhin gelungen, dass ihr Kunden sie „wichtig für die Region“, „zuverlässig“, „seriös“, „vertrauenswürdig“ und „kompetent“ bewerten. Signifikant positiv – hat sich nach Meinung der Befragten – die Kundenorientierung und das Preisniveau entwickelt. Achtung: Hinsichtlich der Zuverlässigkeit, Kompetenz und der Fortschrittlichkeit sind signifikant negative Entwicklungen zu bemerken. Der WZV hat nach wie vor das höchste Preisniveau. Die AWSH Lauenburg erhält den besten Wert für „wirtschaftlich gesund“ und die AWD ist am flexibelsten. Die AWSH Stormarn wird am wenigsten flexibel und zuverlässig empfunden.

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

Dienstleistungen

- Insgesamt werden so gut wie alle abgefragten Dienstleistung immer mehr genutzt, jedoch sinkt auch zum Teil die Zufriedenheit. Weniger zufrieden als 2015 sind die Befragten häufiger den Mehrmengensäcken oder Mehrmengenbanderolen (Bio und Restabfall). Generell gibt es wenige Hinweise auf weitere gewünschte Dienstleistungen. Am häufigsten wurde der Wunsch nach einer gelben Tonne/ Wertstofftonne geäußert. Im Einzugsgebiet der AWD und des WZVs gibt es auch von einigen Befragten den Wunsch nach einer veränderten Sperrmüllabfuhr.

Produkt- und Dienstleistungsmerkmale

- Wie schon 2015, wird aktuell die Qualität der Durchführung wird von den Befragten als am wichtigsten eingestuft, wenn auch auf einem geringeren Niveau. Auch der Leistungsumfang und Service/ Betreuung werden nicht mehr als so wichtig wie noch 2015 empfunden. Signifikant weniger zufrieden sind die Befragten mit dem Leistungsumfang, Service/ Betreuung und dem Informationsangebot. Die Befragten sehen die AWD, die AWR, den WZV und die AWSH kritischer als noch 2015. Die ASF konnte fast alle guten Werte aus 2015 halten. Achtung: Sowohl bei der AWD als auch bei der AWR wird die Übersichtlichkeit der Rechnungen kritischer bewertet.

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

Kontakt

- Auch heute noch ist das Telefon das häufigste Medium, um Kontakt mit den Entsorgern aufzunehmen. Im Zeitvergleich bemerkt man, dass das Internet ein immer wichtiger werdender Kontaktkanal wird. Zum Teil sind die Kontakte über das Internet um das dreifache gestiegen (WZV). Die generelle Kontaktrate ist bei der AWSH Stormarn gestiegen; bei allen anderen Unternehmen ist sie gesunken oder gleich geblieben.

Service- qualität

- Die Kunden sind mit der Freundlichkeit der Mitarbeiter und mit dem Einhalten der Termine am zufriedensten. Im Zeitvergleich wird die Information über Terminänderungen negativer beurteilt.
Die AWD hat in den meisten Servicemerkmalen die beste Bewertung. Die ASF hat die beste Beschwerdeabwicklung und konnte sich hinsichtlich der telefonischen Erreichbarkeit positiv entwickeln. Die größten negativen Ausschläge hat die AWR in der Beschwerdeabwicklung und der Information über Terminänderungen. Die Kompetenz der Mitarbeiter wird bei der AWR im Vergleich am wenigsten gut beurteilt.
Auch der WZV hat eine negative Entwicklung bei der Information über und das Einhalten von Terminen und ist bei der Termineinhaltung das Schlusslicht.
Die AWSH Stormarn hat laut ihren Kunden das größte Optimierungspotenzial.

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

P-/ L- Verhält- nis

- Die Zufriedenheit mit dem Preis-/ Leistungsverhältnis hat das Niveau der Vorwelle. Am zufriedensten sind die Kunden der AWD, AWSH Lauenburg und AWSH Stormarn mit dem Preis-/ Leistungsverhältnis. Der AWD, der ASF und der AWSH Stormarn ist es gelungen die Zufriedenheit – im Vergleich zu 2015 - zu steigern.
Ein Drittel der Eigentümer und 17% der Mieter konnten Angaben zu den Gebühren machen; das ist deutlich weniger als noch 2015. Sowohl Eigentümer als auch Mieter haben das Gefühl, dass sich das monatliche Entgelt um etwa 2 Euro seit 2015 erhöht hat.

Werbung und Informa- tions- materialien

- Internetangebote werden immer stärker genutzt. So kennen die APP der AWSH fast ein Drittel aus dem Einzugsgebiet und der Facebook-Auftritt der AWR ist mittlerweile jedem zehnten ihrer Kunden bekannt. Die Internetpräsenz ist zu einem wichtigen Informationsmedium geworden.

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

Recyclinghöfe

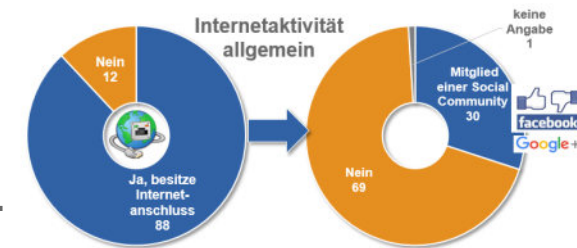
- Recyclinghöfe werden von der großen Mehrheit der Befragten mindestens einmal im Jahr genutzt. Die Befragten sind mit den genutzten Wertstoffhöfen zufrieden. So gut wie alle Befragten würden den von Ihnen genutzten Recyclinghof auch weiterempfehlen; besonders hoch liegt die Weiterempfehlungsbereitschaft bei der ASF. Die Mitarbeiter der Recyclinghöfe sind freundlich und kompetent. Weniger zufrieden sind die Befragten mit der Verkehrssituation bei der Abgabe, den Öffnungszeiten und den Gebühren für die Abgaben.

Fazit

- Die befragten Kunden der teilnehmenden Unternehmen sind insgesamt zufrieden und die Unternehmen schneiden im kommunalen Vergleich (externes Benchmarking) gut ab.
- Das Image ist weiterhin auf einem guten Niveau. Ein erfreulich positive Entwicklung gibt es für die Kundenorientierung und das Preisniveau, jedoch ist ein negativer Abwärtstrend bei der Zuverlässigkeit, der Fortschrittlichkeit und der Kompetenz zu bemerken.
- Das Internet gewinnt als Informations- und Kontaktmedium immer mehr an Bedeutung. Die Internetpräsenz ist zu einem wichtigen Bestandteil geworden, aber auch angebotene APPs und Facebook finden immer mehr Zulauf.
- Die Recyclinghöfe überzeugen die Befragten und die Weiterempfehlungsbereitschaft ist sehr hoch.
- Der WZV wird hinsichtlich der Informationen über Terminänderung weniger gut bewertet und wird weniger zuverlässig und weniger modern und fortschrittlich empfunden.
- Eine weiterhin positive Entwicklung ist bei der AWSH Lauenburg zu bemerken, aber auch die AWSH Stormarn zeigt einen positiven Trend (deutliche Verbesserung bei der regionalen Relevanz und dem Preisniveau).
- Die AWD hat negative Veränderungen in den Merkmalen Zuverlässigkeit, Seriosität und Sympathie; kann jedoch durch Qualität der Durchführung, soziales Engagement und Servicequalität überzeugen.
- Die ASF hat sich bei der Kundenorientierung stark verbessert und kann die restlichen Werte aus 2015 halten. Sie wird am besten für den Leistungsumfang sowie für Service/ Betreuung bewertet und konnte die telefonische Erreichbarkeit deutlich verbessern.
- Die AWR konnte sich in der Globalzufriedenheit seit 2015 deutlich steigern und hat die zufriedensten Kunden in dieser Hinsicht. Sie wird im Zeitvergleich aktuell als preiswerter angesehen.

Handlungsempfehlung aus Sicht der Marktforschung

- Die Unternehmen sollten ihre Fortschrittlichkeit verstärkt nach außen zeigen und die Zuverlässigkeit sowie die Kompetenz (auch der Mitarbeiter) in den Vordergrund stellen.
- Ein Fokus sollte auf die künftige Internetausrichtung mit den entsprechenden Kommunikationsmedien (APPs , Social Media) gelegt werden.
- Die Informationen über Terminänderungen sollten rechtzeitig erfolgen und die Einhaltung der Termine zuverlässig sein.
- Die Rechnungen sollten von der AWD und der AWR übersichtlicher gestaltet werden.
- Die AWR sollte an der Beschwerdeabwicklung und der Kompetenz der Mitarbeiter weiter arbeiten.
- Der WZV sollte sein Preisniveau argumentieren bzw. überarbeiten.
- Nicht nachlassen!



**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!**

- **g/d/p**
Markt- und
Sozialforschung GmbH
- **g/d/p**
Marktanalysen GmbH

Kontakt

Christa Braaß
Geschäftsführerin
Fon: 040 – 298 76 140
braass@gdp-group.com

Christine Steiner
Senior Research Consultant
Fon: 040 – 298 76 134
steiner@gdp-group.com

Richardstraße 18
22081 Hamburg
Tel. 040-298 76-0
Fax: 040-298 76-127

kontakt@gdp-group.com
www.gdp-group.com
www.facebook.com/forschungsgruppe.gdp