

Abfallwirtschaft
Südholstein



Ergebnisse der Kundenbefragung Kreis Herzogtum Lauenburg 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

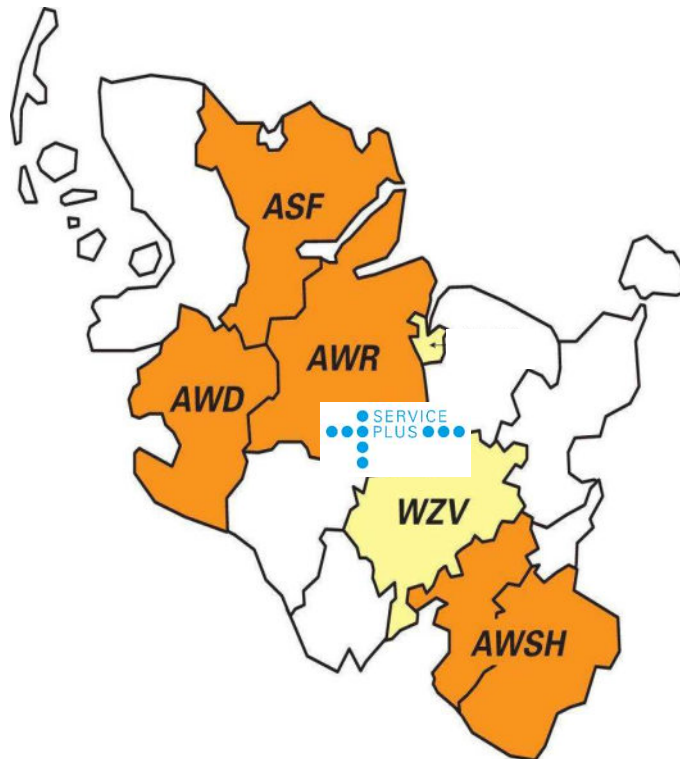
- Die Abfallwirtschaftsgesellschaften der Kreise Schleswig-Flensburg, Rendsburg-Eckernförde, Dithmarschen, Stormarn und Herzogtum Lauenburg sowie der WZV führen bereits seit 2006/2007 telefonische Umfragen zur Kundenzufriedenheit durch.

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

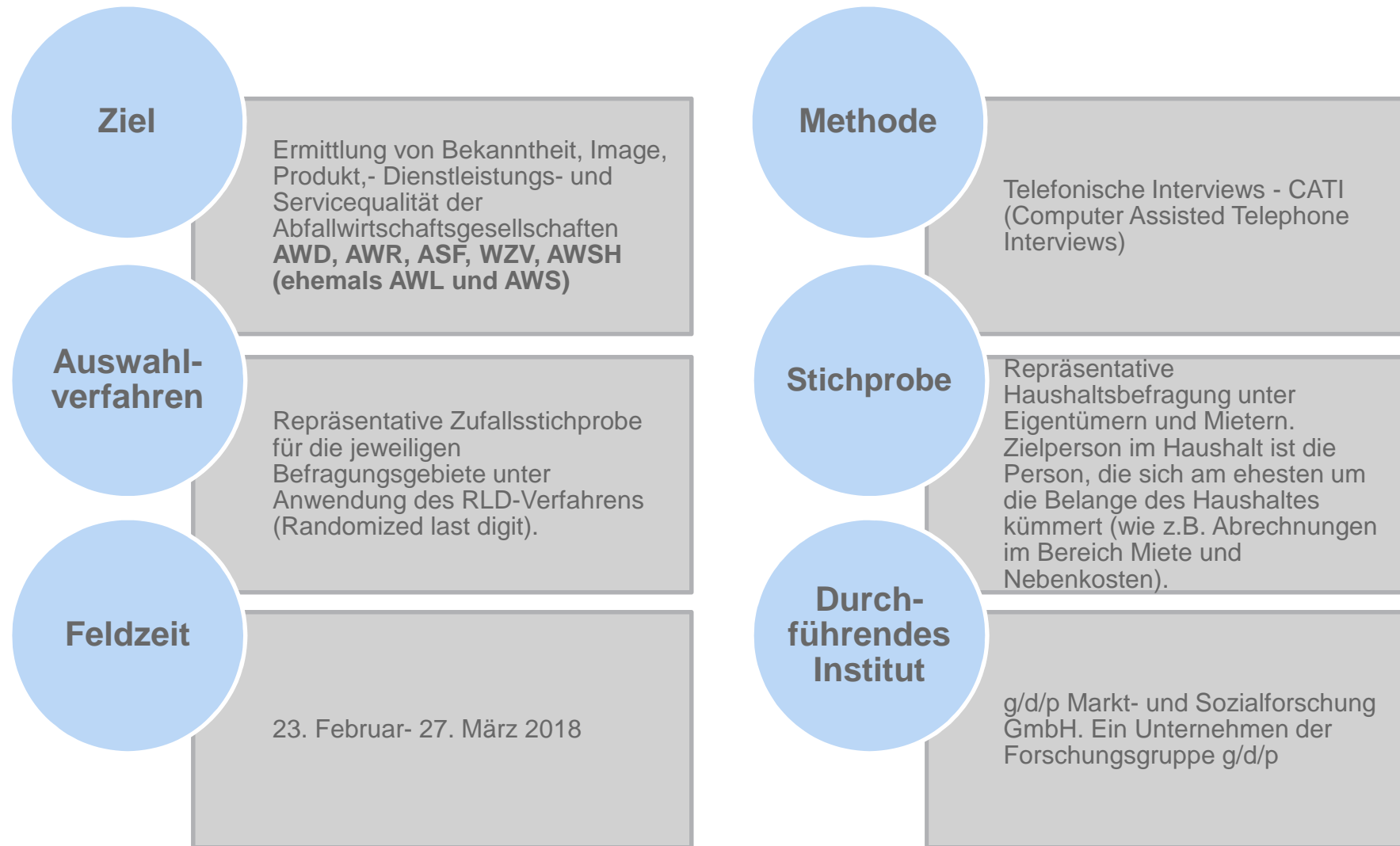
2. Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

3. Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

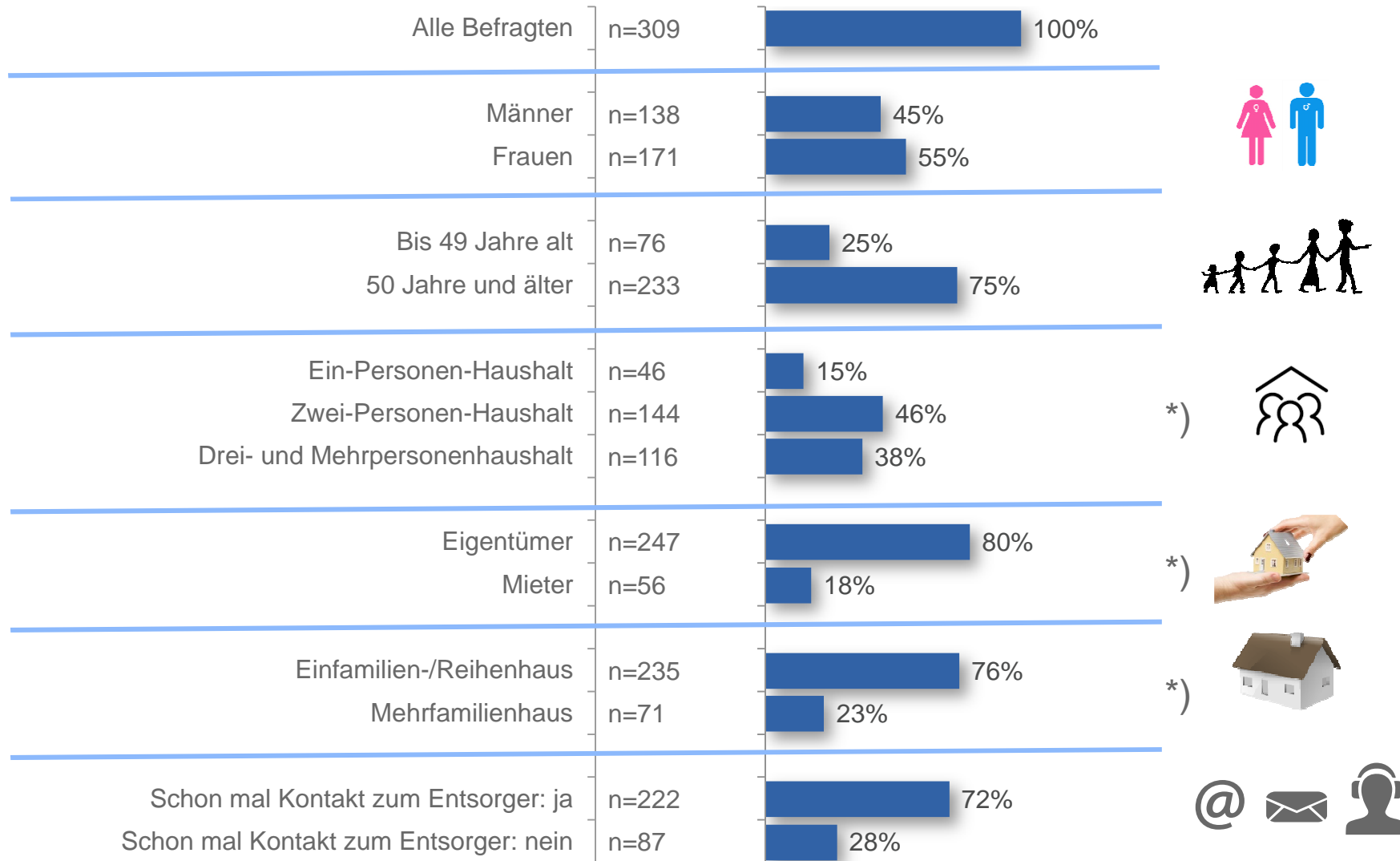
- a. Bekanntheit der Unternehmen
- b. Image und Globalzufriedenheit
- c. Dienstleistungen – Bekanntheit, Nutzung und Zufriedenheit
- d. Weitere gewünschte Dienstleistungen und Preisbereitschaft
- e. Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit
- f. Kontakt zum eigenen Entsorger
- 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

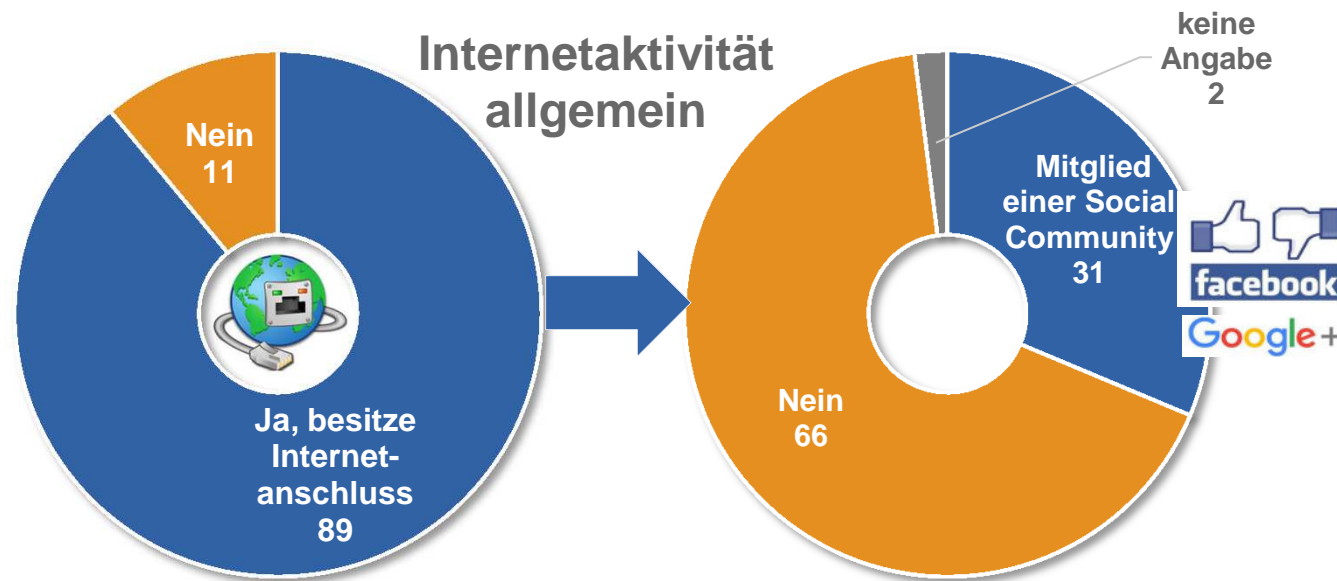


Stichprobenstruktur



89% der befragten AWSH Lauenburg-Kunden besitzen einen Internetanschluss und 31% 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

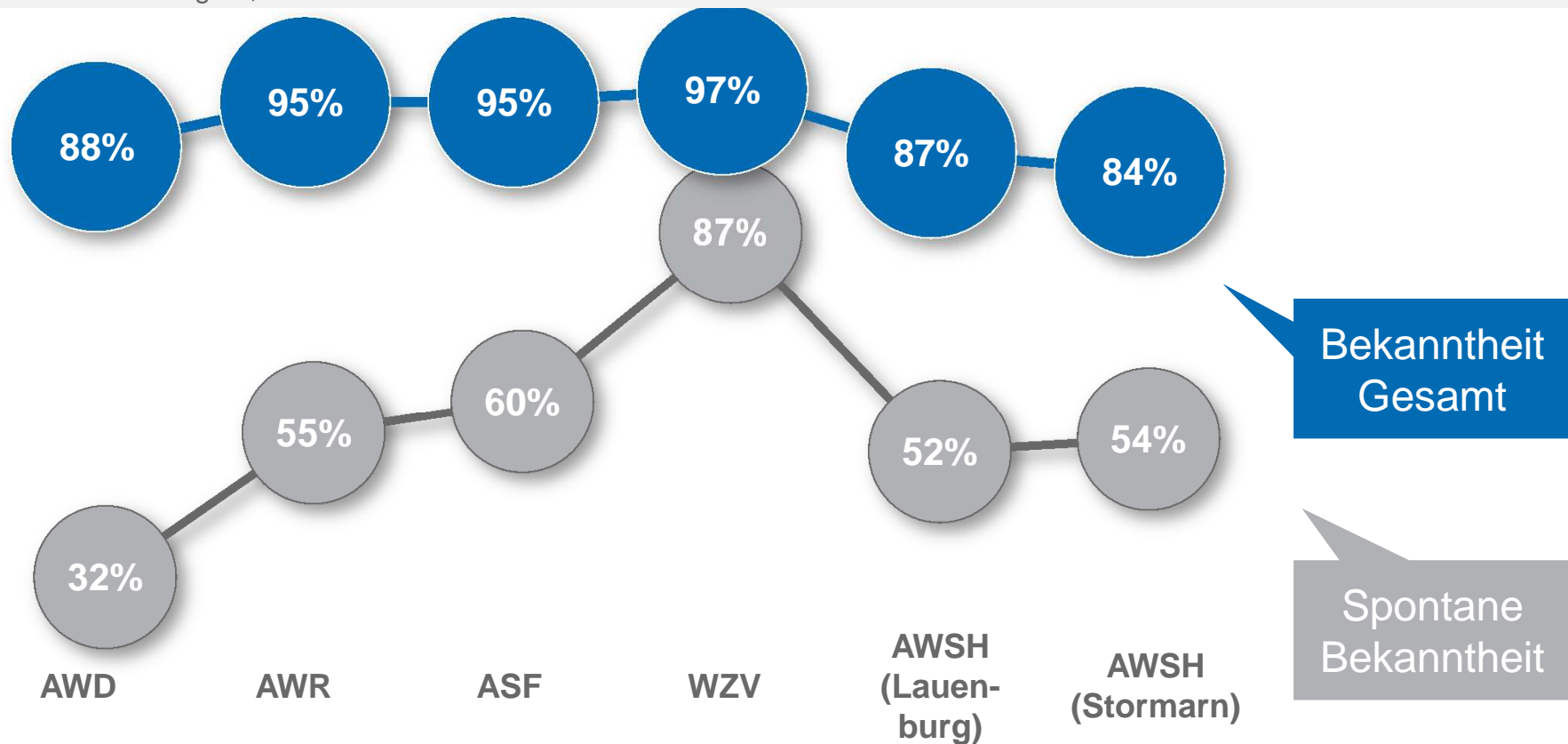
- a. Bekanntheit der Unternehmen
- b. Image und Globalzufriedenheit
- c. Dienstleistungen – Bekanntheit, Nutzung und Zufriedenheit
- d. Weitere gewünschte Dienstleistungen und Preisbereitschaft
- e. Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit
- f. Kontakt zum eigenen Entsorger
- 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?

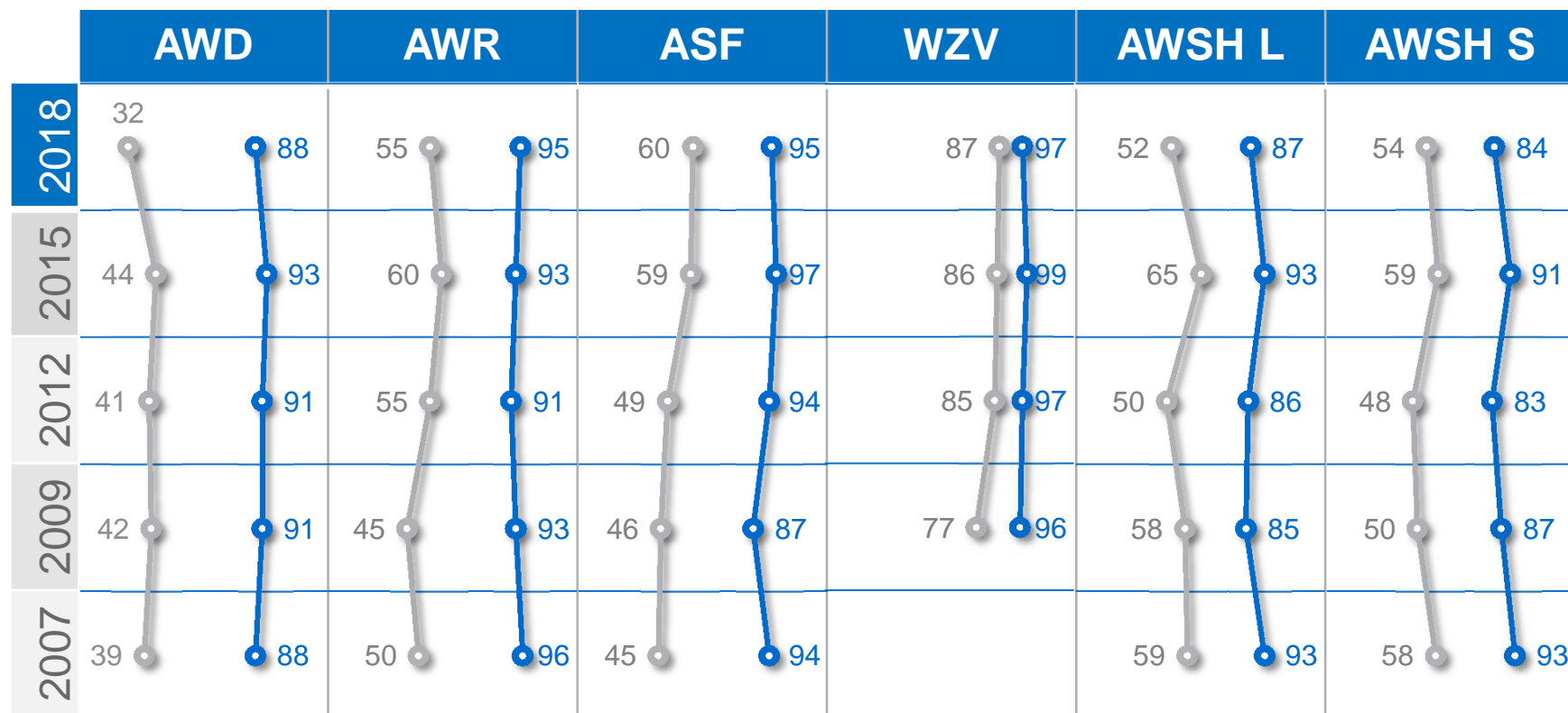
2.2 Kennen Sie den folgenden Entsorger zumindest dem Namen nach? Falls Entsorger nicht genannt lt. F2.1

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

Der Name AWL ist immer noch bei 6% der Kunden präsent.

Bekanntheit Entsorgungsunternehmen – weiterhin genannte Unternehmen

Basis: Alle Befragten, Werte in %

| | |
|---|----|
| AWL | 6% |
| Willi Damm GmbH & Co. KG | 6% |
| Buhck Gruppe | 3% |
| AWS Abfall-Wirtschafts-Service GmbH | 1% |
| Entsorgungsbetriebe Lübeck | 1% |
| Abfallbeseitigungswirtschaft allgemein | 1% |
| sonstige Abfallbeseitigung/ Recyclinghöfe | 3% |
| Falschnennungen (gibt es nicht) | 3% |

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 Lauenburg insgesamt sehr zufrieden.**
- Das Zufriedenheitsniveau ist seit 2015 leicht gestiegen.
- Während Jüngere am zufriedensten mit der AWSH Lauenburg sind, geben Single-Haushalte die kritischsten Bewertungen ab.



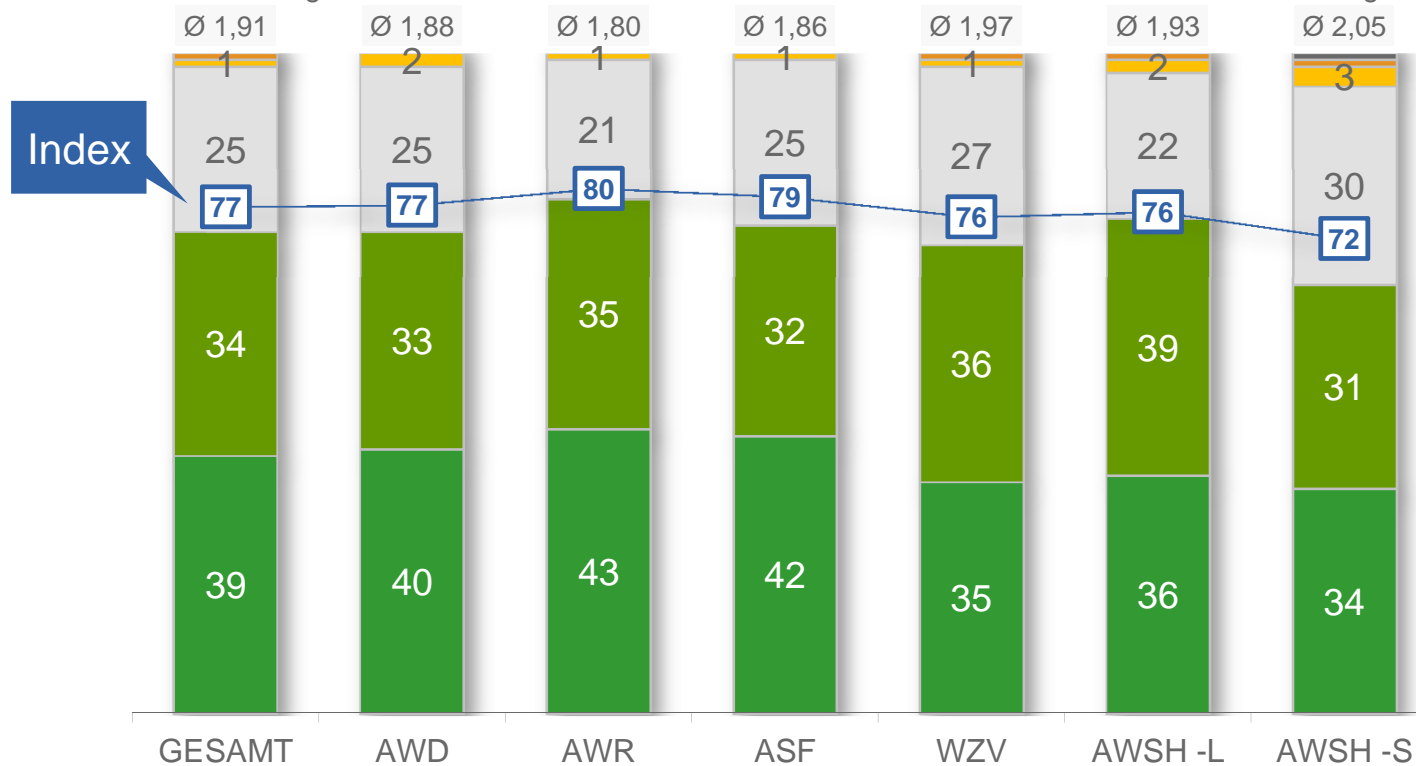
*) Zweckverband Abfallwirtschaft
Region Hannover September 2017

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 | | |
|-------------------------------|-----|-----|
| Sehr zufrieden | (1) | 100 |
| Eher zufrieden | (2) | 75 |
| Teils/teils | (3) | 50 |
| Eher unzufrieden | (4) | 0 |
| Sehr unzufrieden | (5) | 0 |

Externes Benchmarking Index*): 79

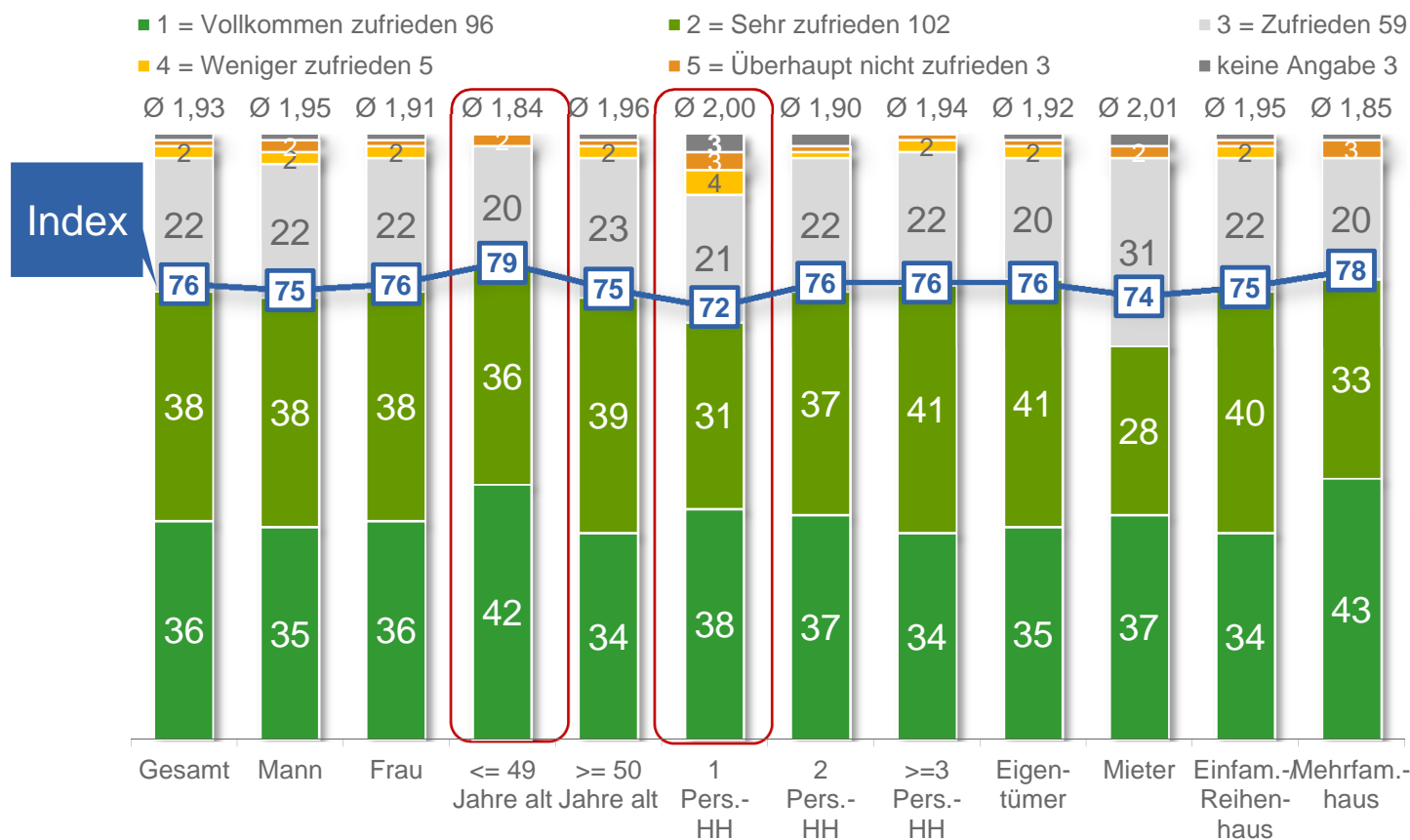
*) Zweckverband Abfallwirtschaft Region Hannover September 2017

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

Jüngere Befragte sind am zufriedensten und 1-Personen-Haushalte am wenigsten zufrieden mit der AWSH Lauenburg.

Globalzufriedenheit

Basis: Alle Befragten, Werte in %



Indexberechnung für das externe Benchmark

| Punktwert Zufriedenheitsskala | | |
|-------------------------------|-----|-----|
| Sehr zufrieden | (1) | 100 |
| Eher zufrieden | (2) | 75 |
| Teils/teils | (3) | 50 |
| Eher unzufrieden | (4) | 0 |
| Sehr unzufrieden | (5) | 0 |

Externes Benchmarking Index*): 79

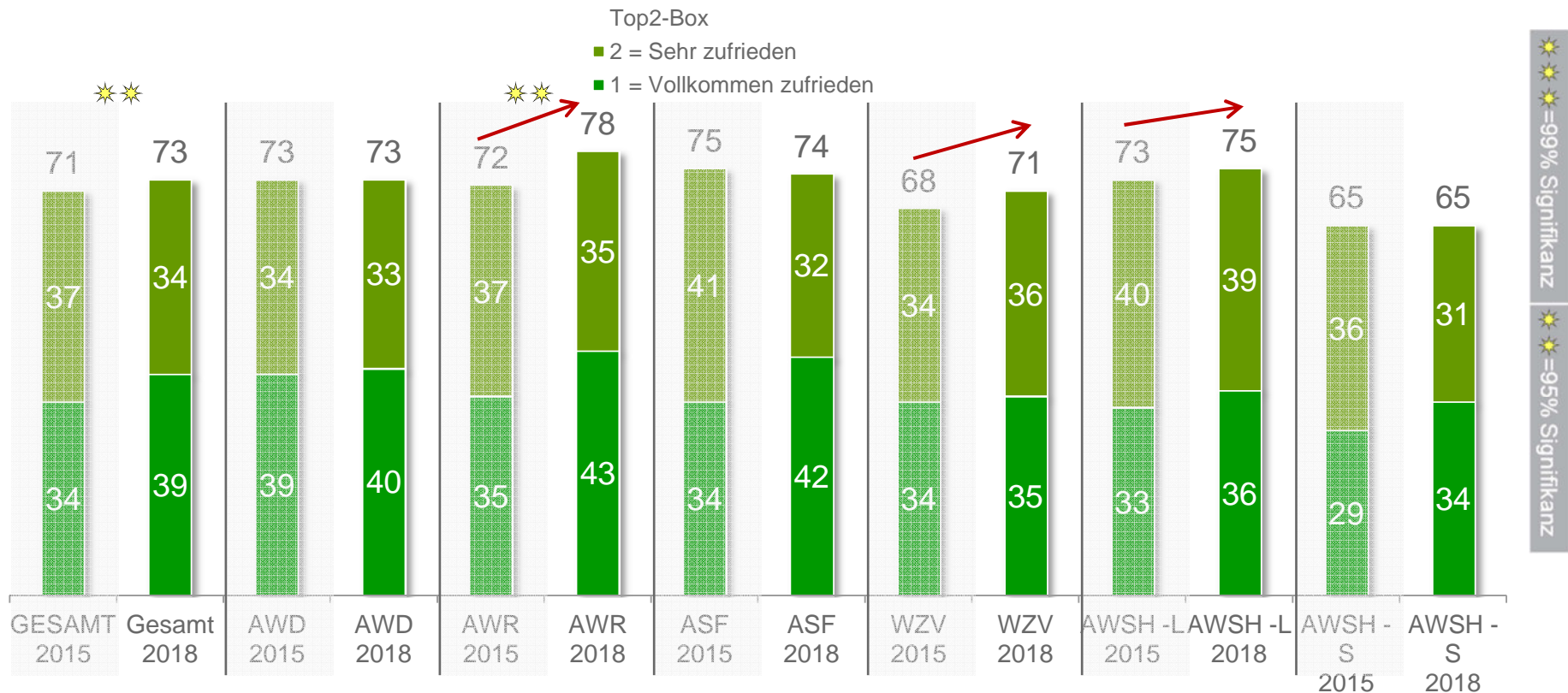
*) Zweckverband Abfallwirtschaft Region Hannover September 2017

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

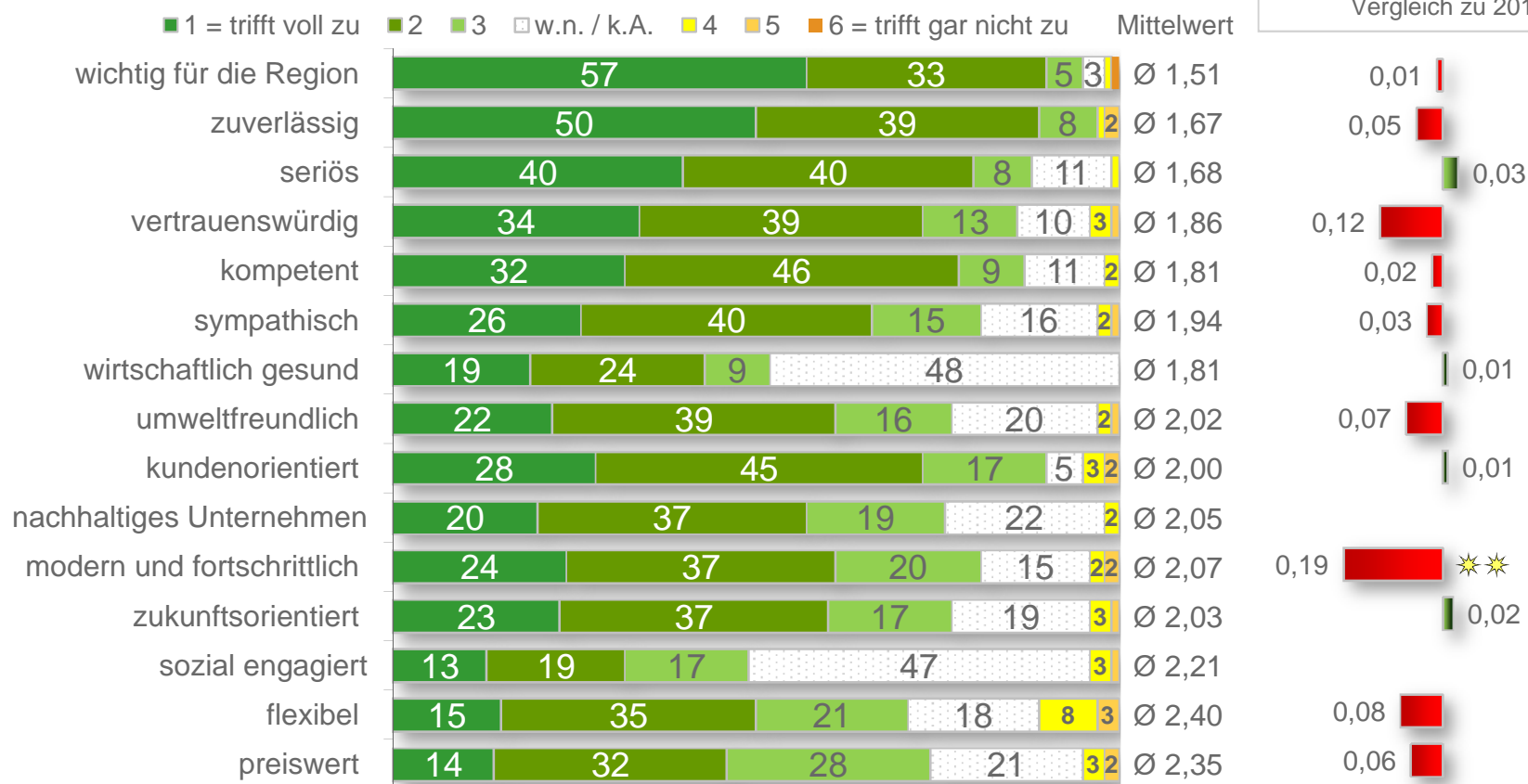
- In den Augen der Kunden ist die AWSH Lauenburg heute deutlich weniger modern und fortschrittlich als noch 2015.
- Es gibt negative Tendenzen für die Leistungsmerkmale Vertrauenswürdigkeit, Umweltfreundlichkeit und Flexibilität.
- Im Vergleich mit den anderen Entsorgungsunternehmen erhält die AWSH Lauenburg in dem Merkmalen „seriös“, „kompetent“, „wirtschaftlich gesund“, „zukunftsorientiert“ und „sozial engagiert“ die beste Benotung.




Die AWSH Lauenburg wird heute signifikant weniger modern und fortschrittlich von den Befragten empfunden. Auch die Vertrauenswürdigkeit, die Umweltfreundlichkeit und Flexibilität wird etwas kritischer gesehen.

Image gesamt

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



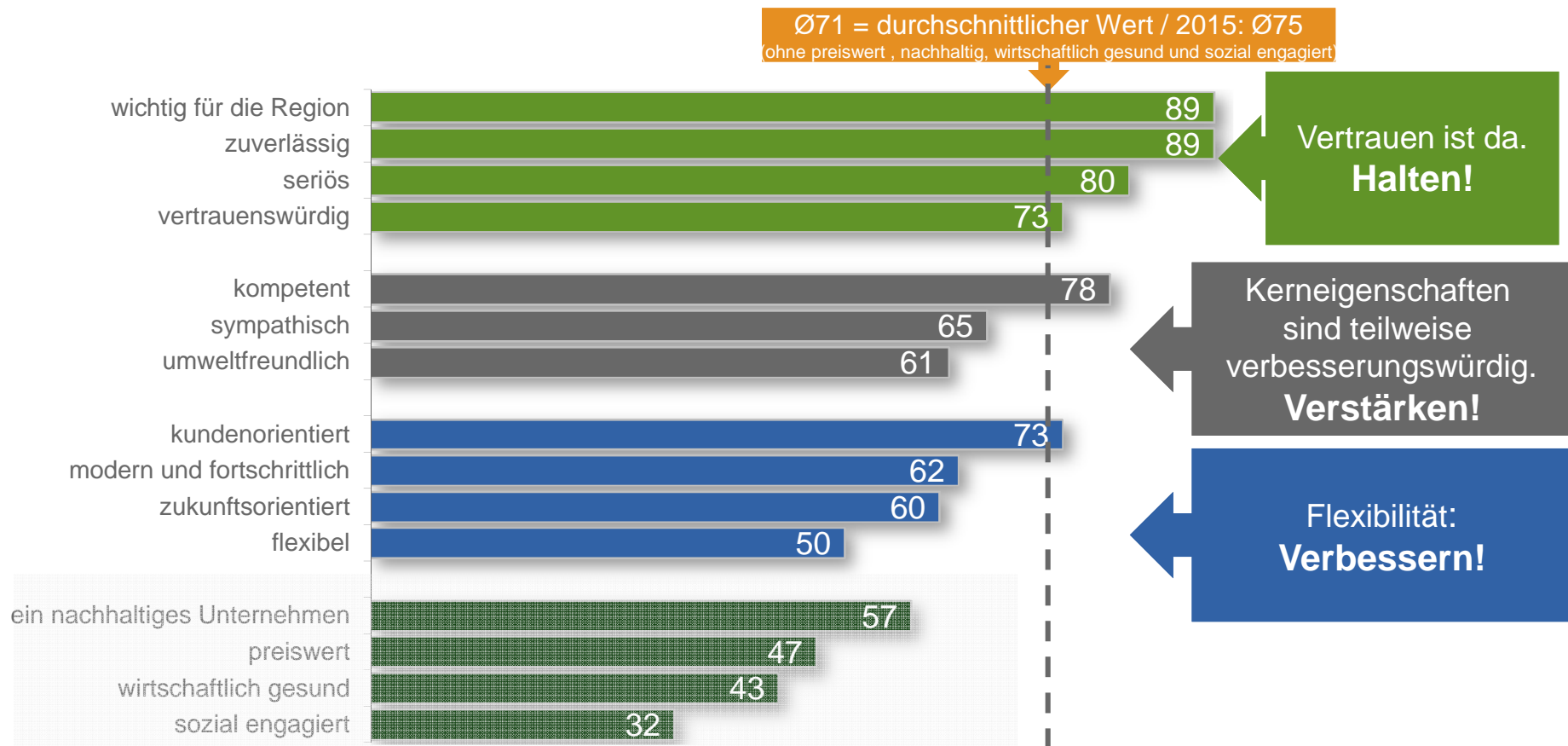
4. Ich lese Ihnen jetzt einige Eigenschaften vor. Bitte sagen Sie mir, wie sehr diese Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zutreffen. Filter: Falls jeweiliger Entsorger bekannt

 : 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



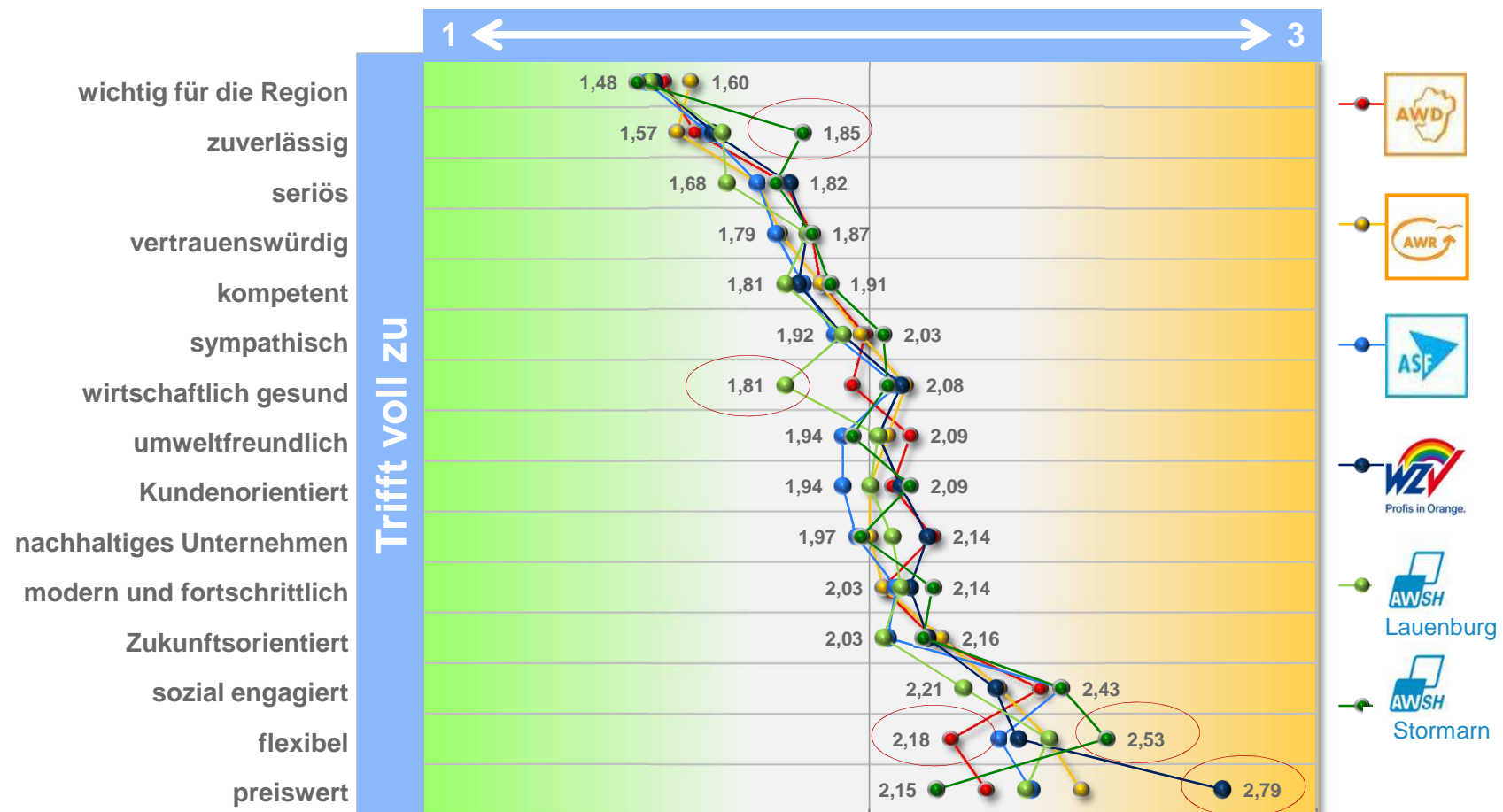
4. Ich lese Ihnen jetzt einige Eigenschaften vor. Bitte sagen Sie mir, wie sehr diese Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zutreffen. Filter: Falls jeweiliger Entsorger bekannt

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

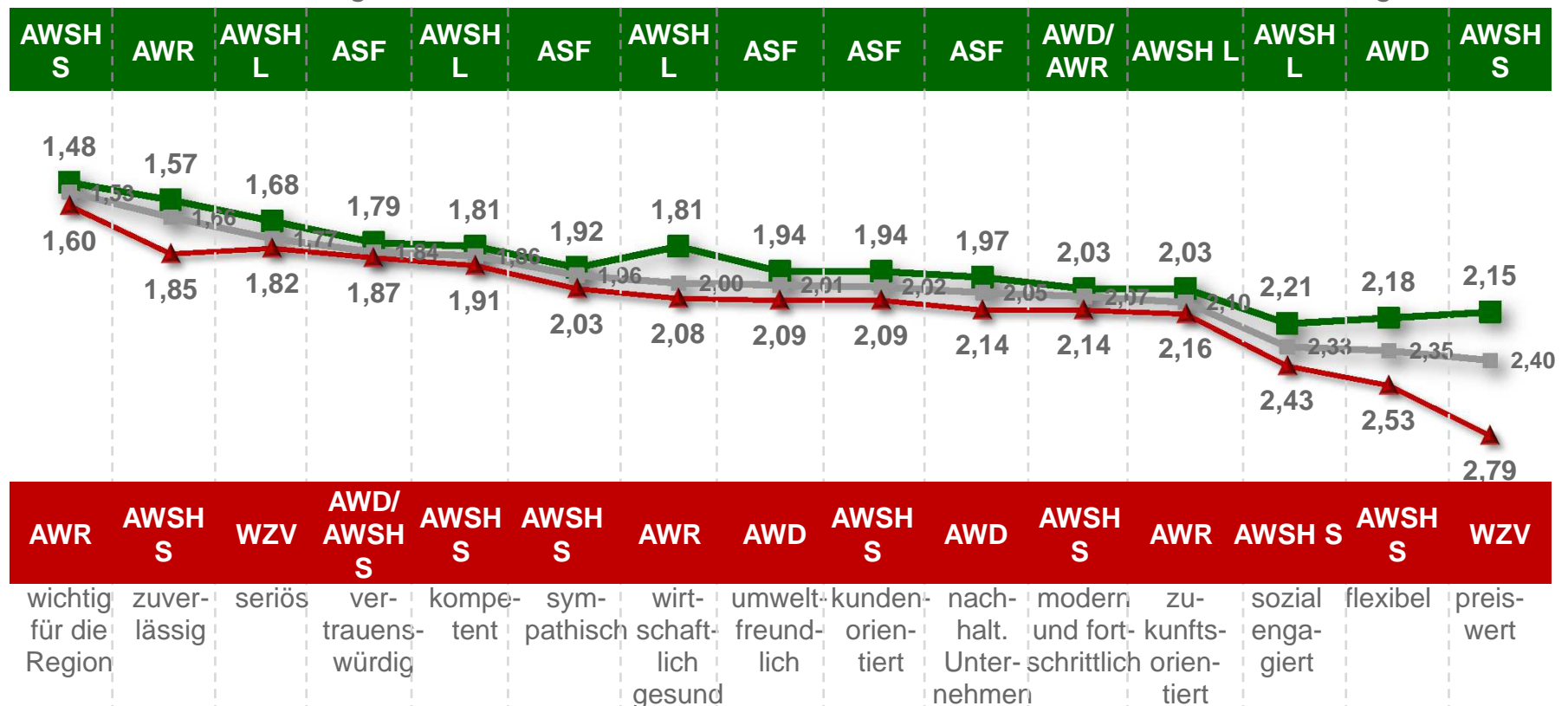
Im Vergleich erhalten die ASF und die AWSH L die meisten besten Bewertungen. Nach wie vor sollte der WZV dringend das Preisniveau optimieren. Die AWSH S erhält am häufigsten den negativsten Wert.

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

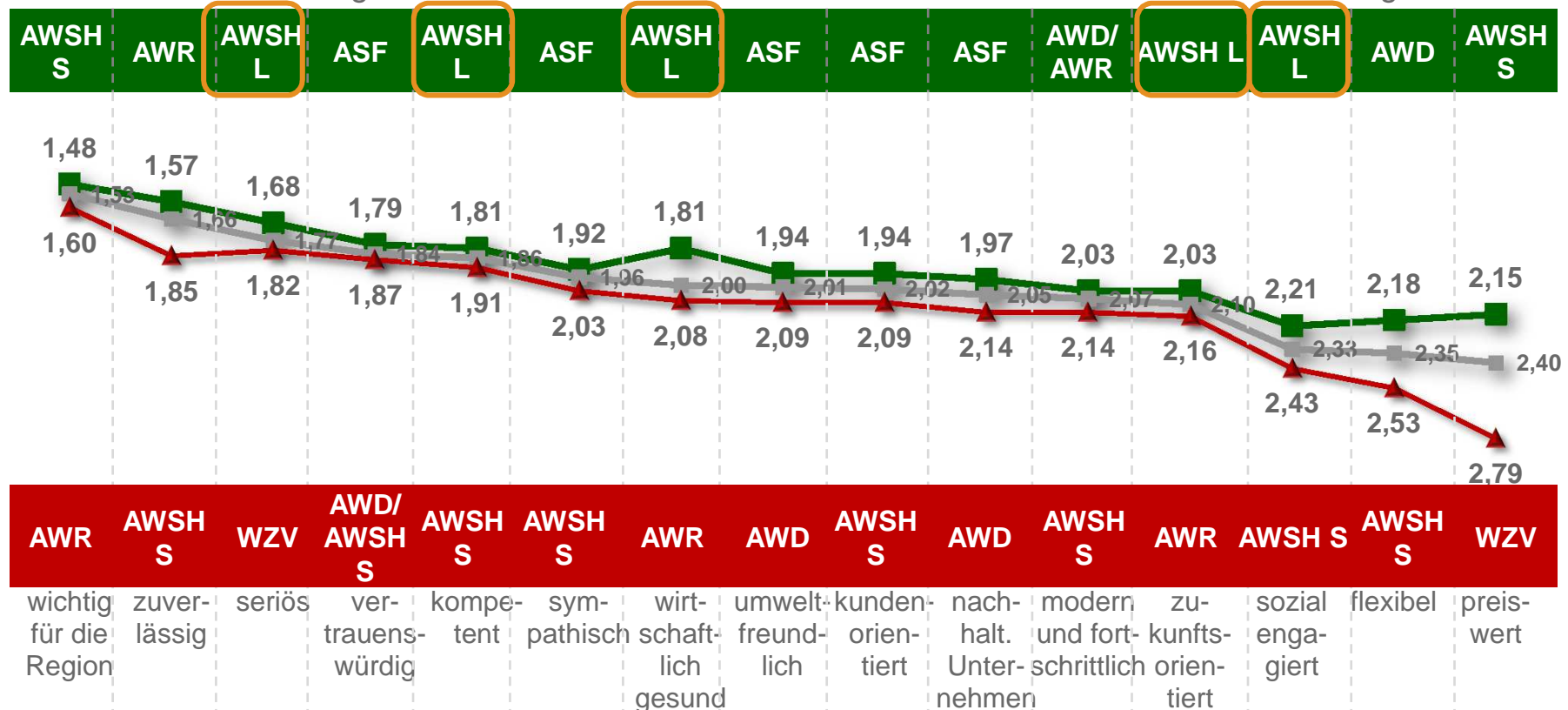
Die AWSH Lauenburg wird in Merkmalen Seriosität, Kompetenz, Zukunftsorientierung, soziales Engagement und „wirtschaftlich Gesund“ im internen Benchmarking mit den anderen Entsorgungsunternehmen am besten bewertet.

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



| AWR | AWSH S | WZV | AWD/AWSH S | AWSH S | AWSH S | AWR | AWD | AWSH S | AWD | AWSH S | AWR | AWSH S | AWSH S | WZV |
|------------------------|-------------|--------|------------------|-----------|-------------|-----------------------|------------------|------------------|-----------------------|----------------------------|--------------------|------------------|----------|-----------|
| wichtig für die Region | zuverlässig | seriös | vertrauenswürdig | kompetent | sympathisch | wirtschaftlich gesund | umweltfreundlich | kundenorientiert | nachhalt. Unternehmen | modern und fortschrittlich | zukunftsorientiert | sozial engagiert | flexibel | preiswert |

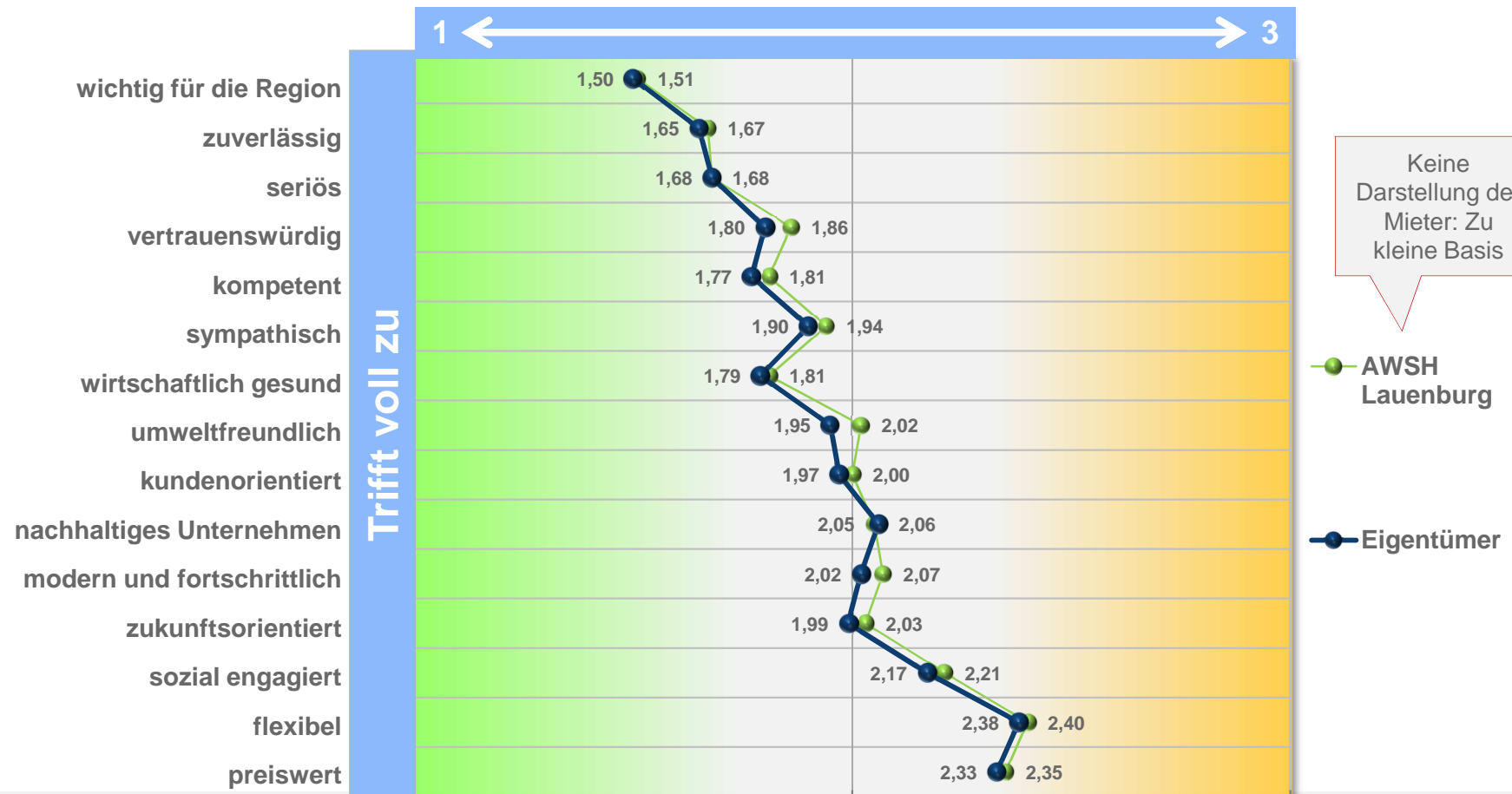
4. Ich lese Ihnen jetzt einige Eigenschaften vor.
Bitte sagen Sie mir, wie sehr diese Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zutreffen. Filter: Falls jeweiliger Entsorger bekannt
Kundenzufriedenheitsuntersuchung 2018

Die Eigentümer sind in den Imagemerkmale leicht positiver als die Kunden der AWSH Lauenburg 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



Keine Darstellung der Mieter: Zu kleine Basis

● AWSH Lauenburg
● Eigentümer

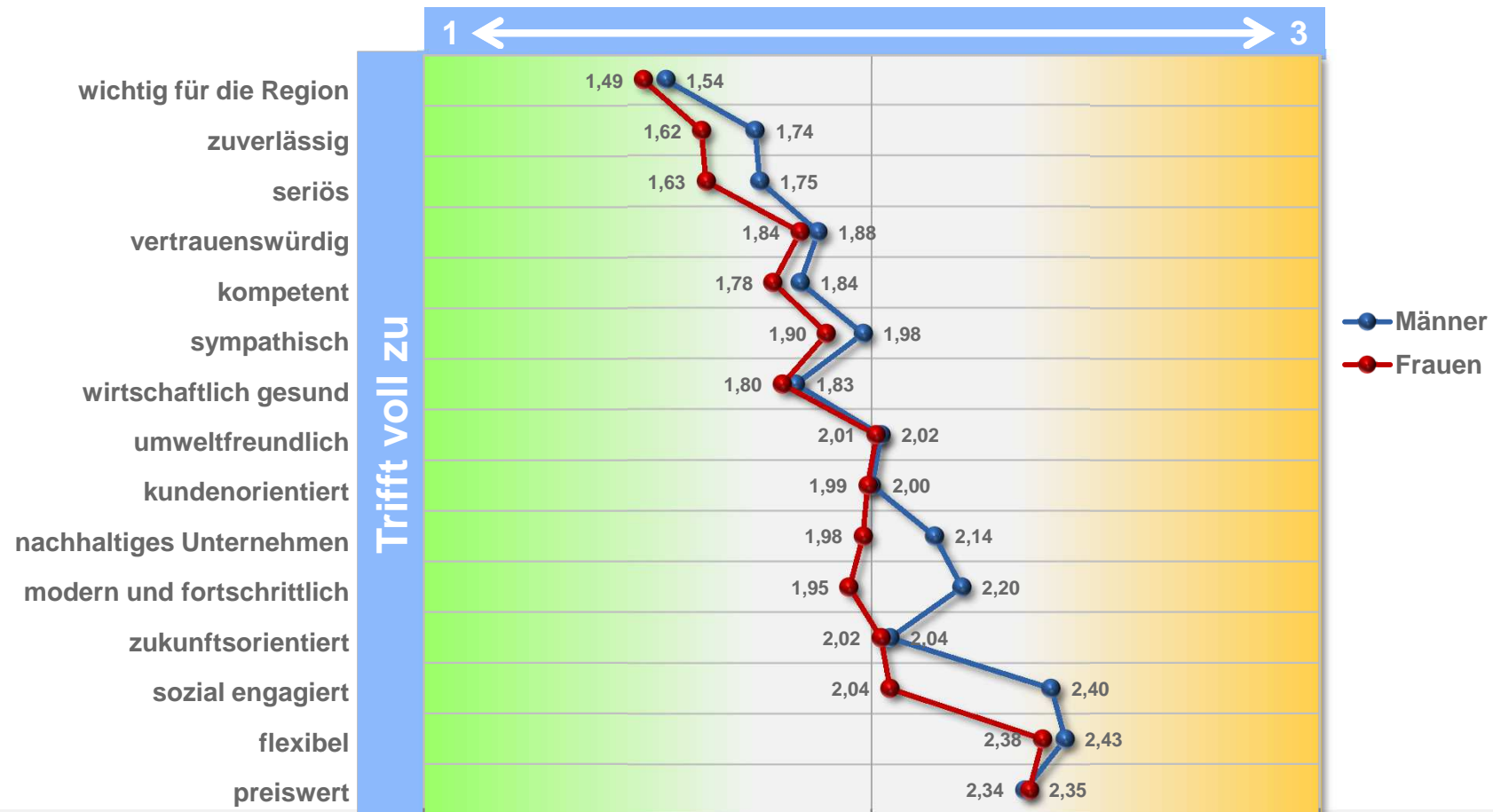
4. Ich lese Ihnen jetzt einige Eigenschaften vor.
Bitte sagen Sie mir, wie sehr diese Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zutreffen. Filter: Falls jeweiliger Entsorger bekannt
Kundenzufriedenheitsuntersuchung 2018

Die Frauen bewerten die AWSH Lauenburg deutlich zuverlässiger, seriöser, nachhaltiger, moderner 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



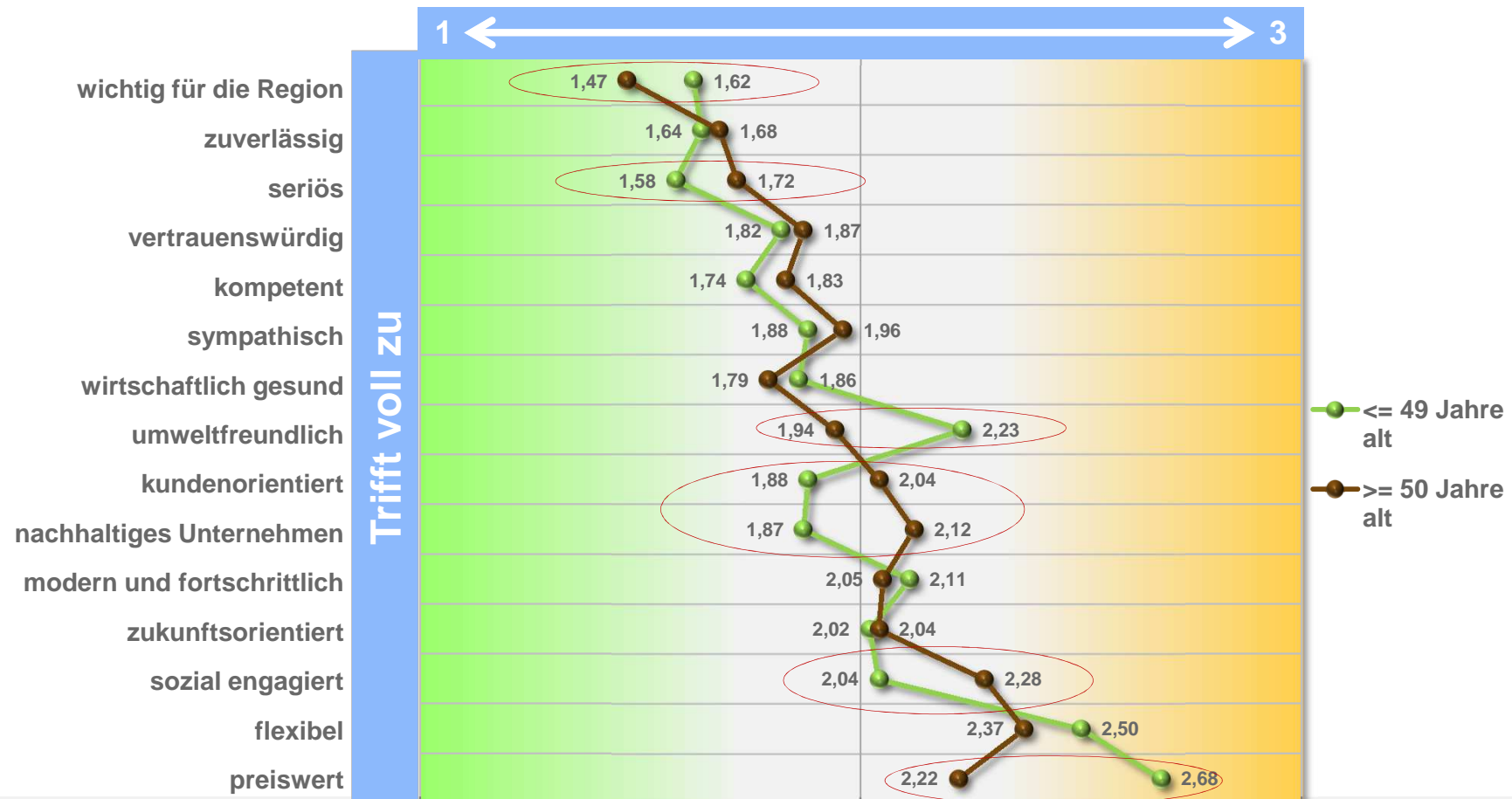
4. Ich lese Ihnen jetzt einige Eigenschaften vor.
Bitte sagen Sie mir, wie sehr diese Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zutreffen. Filter: Falls jeweiliger Entsorger bekannt

Die Jüngeren beurteilen die AWSH Lauenburg seriöser, kundenorientierter, nachhaltiger und sozial engagierter als die Älteren. Sie sind jedoch auch kritischer gegenüber der Relevanz für die Region, der Umweltfreundlichkeit und dem Preisniveau als die Älteren.

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

- Auch die angebotenen und abgefragten Dienstleistungen der AWSH Lauenburg werden zum Teil immer stärker in Anspruch genommen. Die Nutzung der APP „AWSH-Wertvolle Termine“ ist seit 2015 um 16 Prozentpunkte gestiegen.
- Während die Altkleidercontainer heute besser bewertet werden, sind signifikant negative Änderungen für die Weihnachtsbaumabfuhr festzustellen.



Die Säcke für Restabfall und Bio sowie der Sperrmüll Express werden immer besser angenommen. Auch die App „AWSH-Wertvolle Termine“ wird aktuell schon von jedem Fünften benutzt.

Vergleich: Bekanntheit / Nutzung Dienstleistungen – AWSH Lauenburg

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.

Während die Weihnachtsbaumabfuhr an Zufriedenheit verloren hat, werden die Altkleidercontainer deutlich besser als in 2015 bewertet.

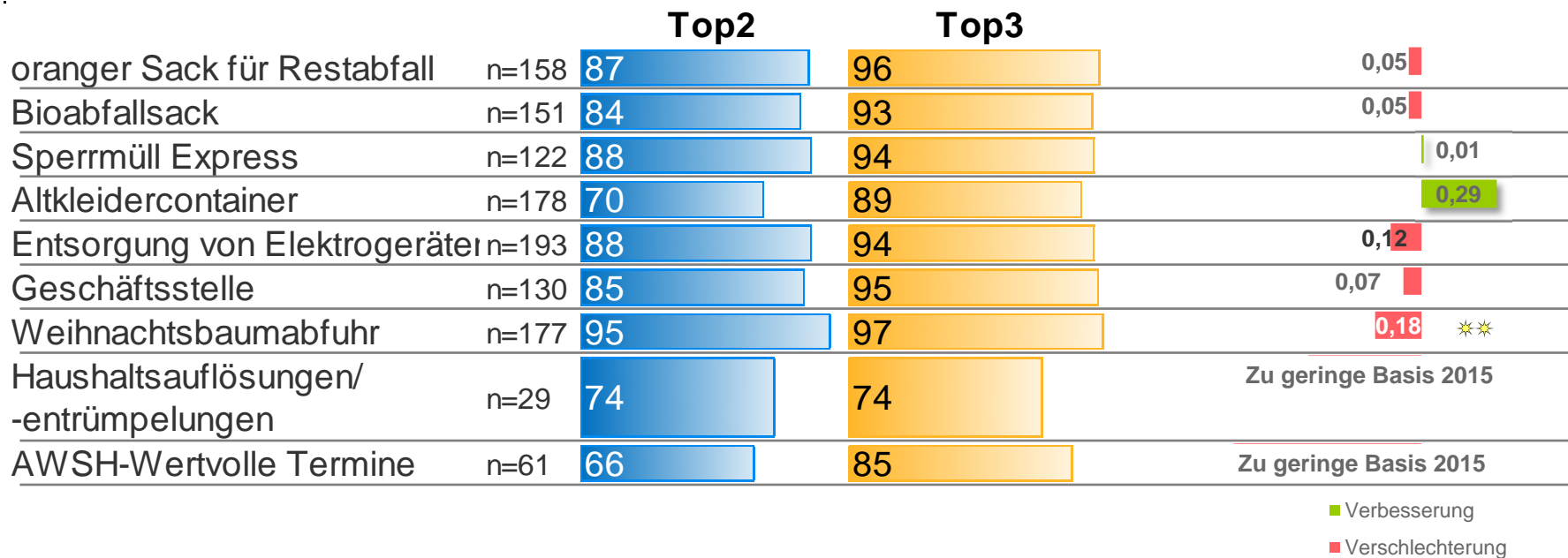
Zufriedenheit mit den Dienstleistungen – AWSH Lauenburg

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

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

Differenz Mittelwert zu 2015

☀☀☀☀☀ = 99% Signifikanz
☀☀☀☀ = 95% Signifikanz



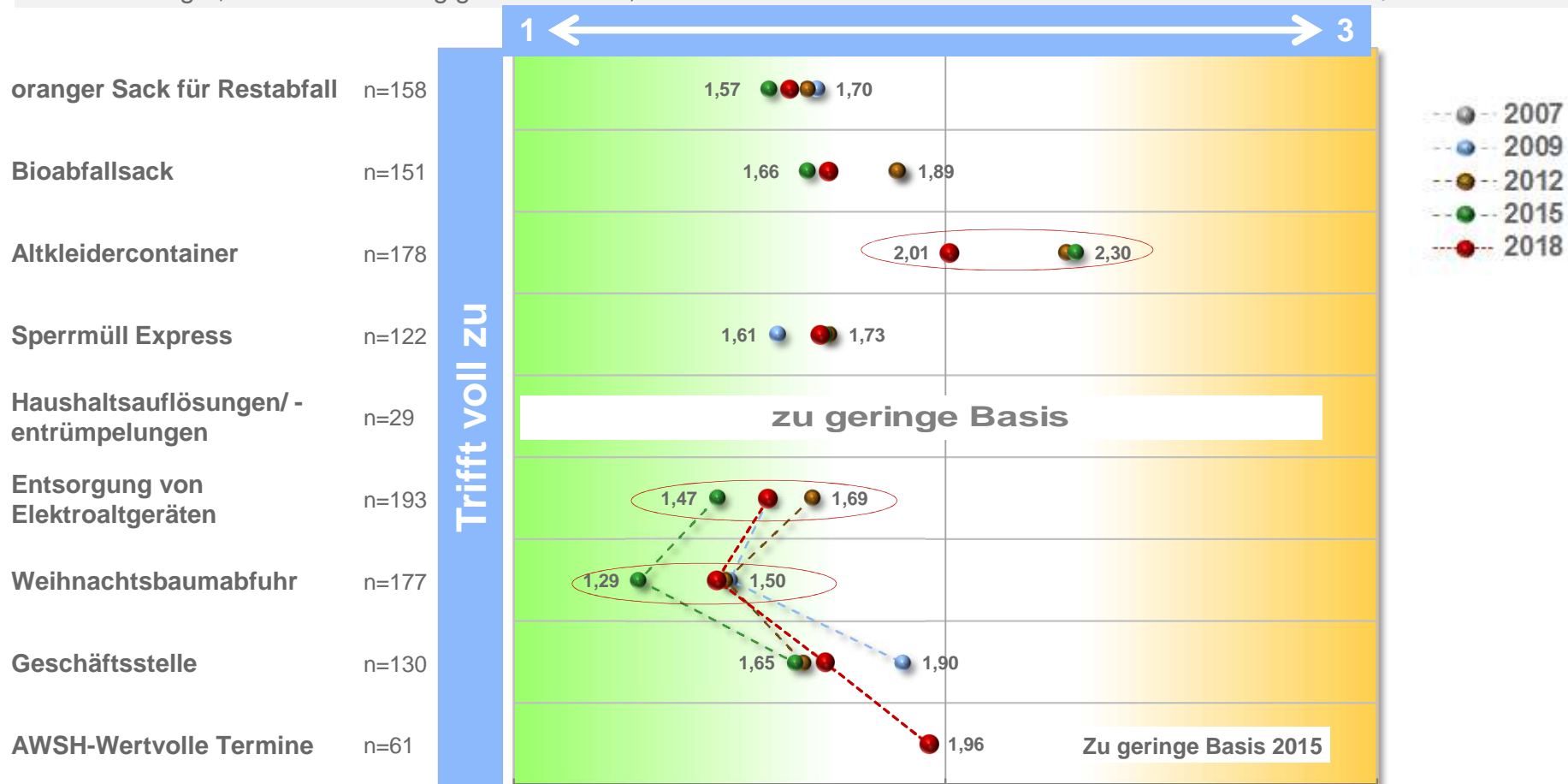
7.1. Und wie zufrieden sind Sie oder waren Sie mit diesen Dienstleistungen ihres Entsorgers?

Die Zufriedenheit mit den Altkleidercontainern ist gestiegen;
die Entsorgung von Elektroaltgeräten und die Weihnachtsbaumabfuhr
können die Zufriedenheit von 2015 nicht erreichen.

Zufriedenheit mit den Dienstleistungen – AWSH Lauenburg

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 Entsorger's?

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

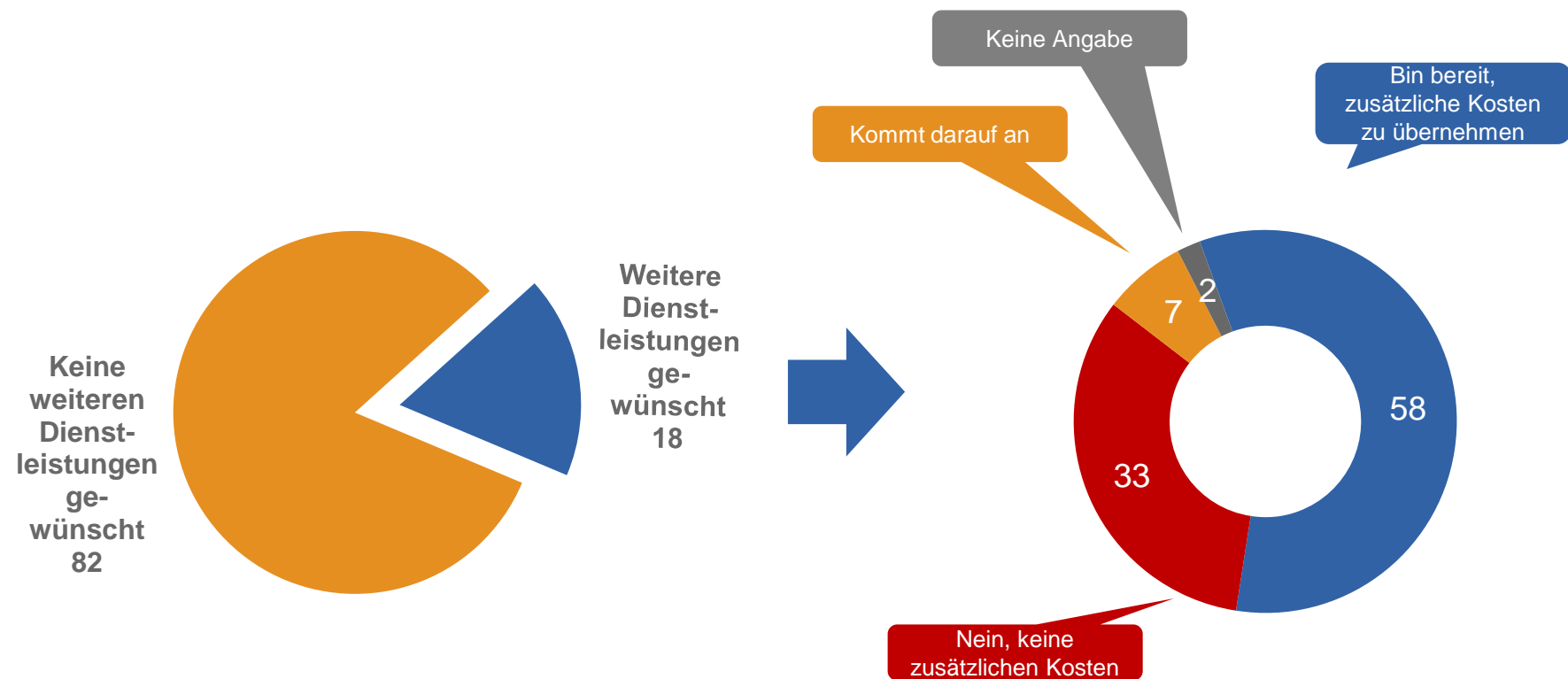
- Knapp jeder Fünfte wünscht sich weitere Dienstleistungen von der AWSH Lauenburg.
- Über die Hälfte derjenigen, die sich zusätzliche Dienstleistungen wünschen, sind auch bereit, Kosten dafür zu übernehmen.
- Am häufigsten wird der Wunsch nach einer gelben Tonne/ Wertstofftonne geäußert.



Fast als jeder Fünfte wünscht sich weitere Dienstleistungen. 58% davon sind auch bereit, weitere Kosten dafür zu übernehmen.

Weitere gewünschte Dienstleistungen und Kostenübernahme AWSH Lauenburg

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 gelben Tonne/ Wertstofftonne geäußert.

Weitere gewünschte Dienstleistungen – Details - AWSH Lauenburg

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

| | |
|---|----------|
| GELBE SÄCKE/ TONNE/ PLASTIKMÜLL | 5 |
| gelbe Tonne/ Wertstofftonne einführen (statt gelber Sack) | 4 |
| SPERRMÜLL | 4 |
| häufigere/ besser verteilte Sperrmülltermine anbieten (halb-/ vierteljährlich) | 1 |
| kein Sperrmüll auf Abruf/ regelmäßige Sperrmülltermine anbieten | 2 |
| BIOMÜLL | 1 |
| Biotonne häufiger/ gründlicher reinigen/ austauschen | 1 |
| Biomüll in Säcken/ Big Bags (zusätzlich) einführen | 1 |
| ELEKTRO/ ELEKTRONIK/ BATTERIEN | 2 |
| Elektroschrottentsorgung/ -abholung/ -tonne anbieten | 1 |
| GARTENABFÄLLE/ STRAUCHSCHNITT/ WEIHNACHTSBÄUME | 1 |
| Gartenabfall-/ Strauchschnittentsorgung/ -abholung anbieten (auch größere Mengen) | 1 |
| SCHADSTOFFE/ SONDERMÜLL | 1 |
| häufigere/ besser organisierte Schadstoffentsorgung (Schadstoffmobil) | 1 |
| Farbreste/ Lacke über Schadstoffsammlung entsorgen | 1 |
| ANLIEFERUNG AUF WERTSTOFF-/ RECYCLINGHOF | 1 |
| Hilfe beim Abladen auf dem Recyclinghof | 1 |
| Möglichkeit Bauschutt abzukippen (statt in Container zu heben) | 1 |
| ENTSORGUNG/ LEISTUNGEN ALLGEMEIN | 1 |
| Abgabe/ Verkauf von Kompost/ Humus | 1 |
| INFORMATIONEN | 1 |
| Müll-App (wieder) einführen/ verbessern (funktioniert nicht zuverlässig) | 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

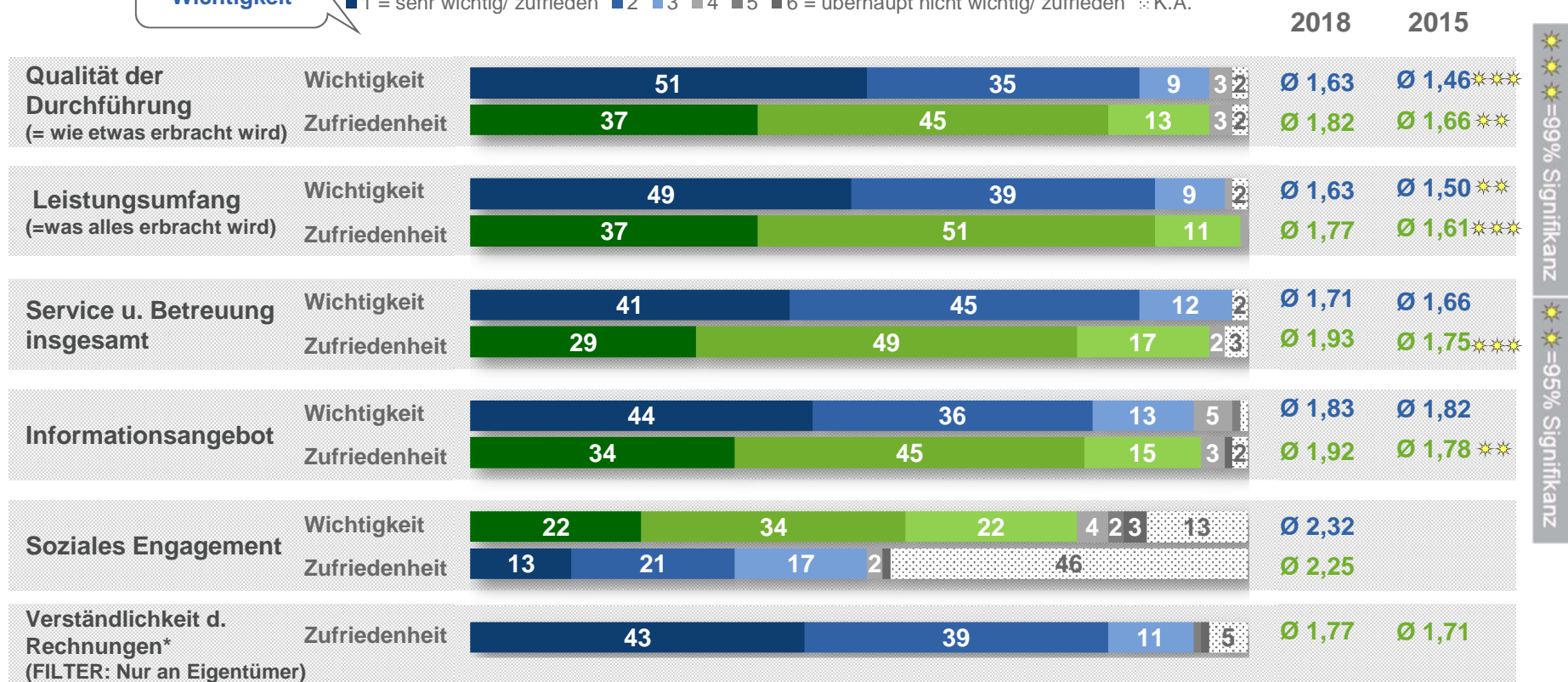
Im Vergleich zu 2015 haben der Leistungsumfang und die Qualität der Durchführung signifikant an Bedeutung verloren und werden auch signifikant weniger gut empfunden. Auch Service und Betreuung und das Informationsangebot werden signifikant negativer bewertet.

Relevanz und Zufriedenheit von Produkt-/Dienstleistungsmerkmalen AWSH Lauenburg

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 die Qualität der Durchführung haben im Zeitvergleich an Bedeutung verloren.
- Beide Dienstleistungsmerkmale sind aktuell auch signifikant negativer bewertet worden.
- Achtung: Auch Service und Betreuung und das Informationsangebot werden signifikant negativer bewertet.



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

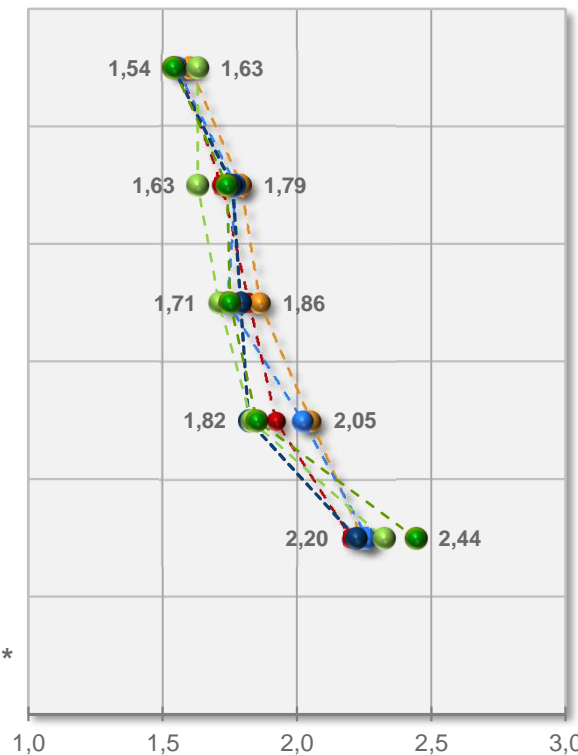
Informationsangebot

Soziales Engagement

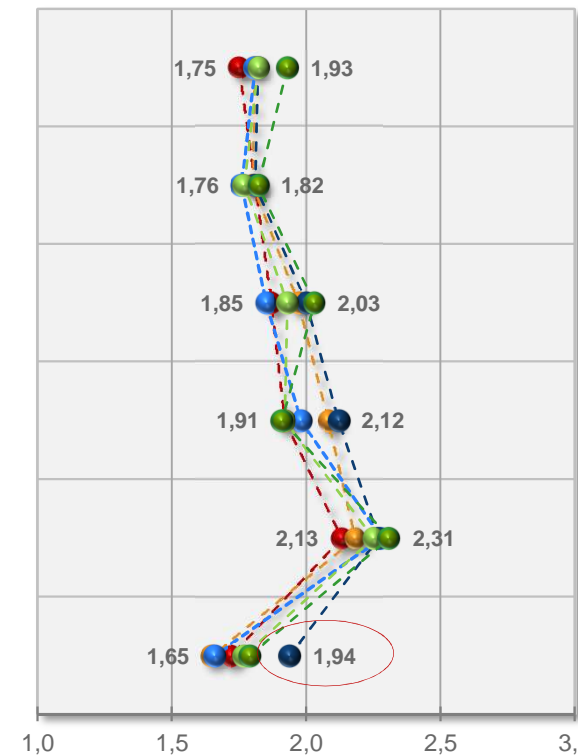
Verständlichkeit und Übersichtlichkeit d. Rechnungen*
(FILTER: Nur an Eigentümer)

*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)

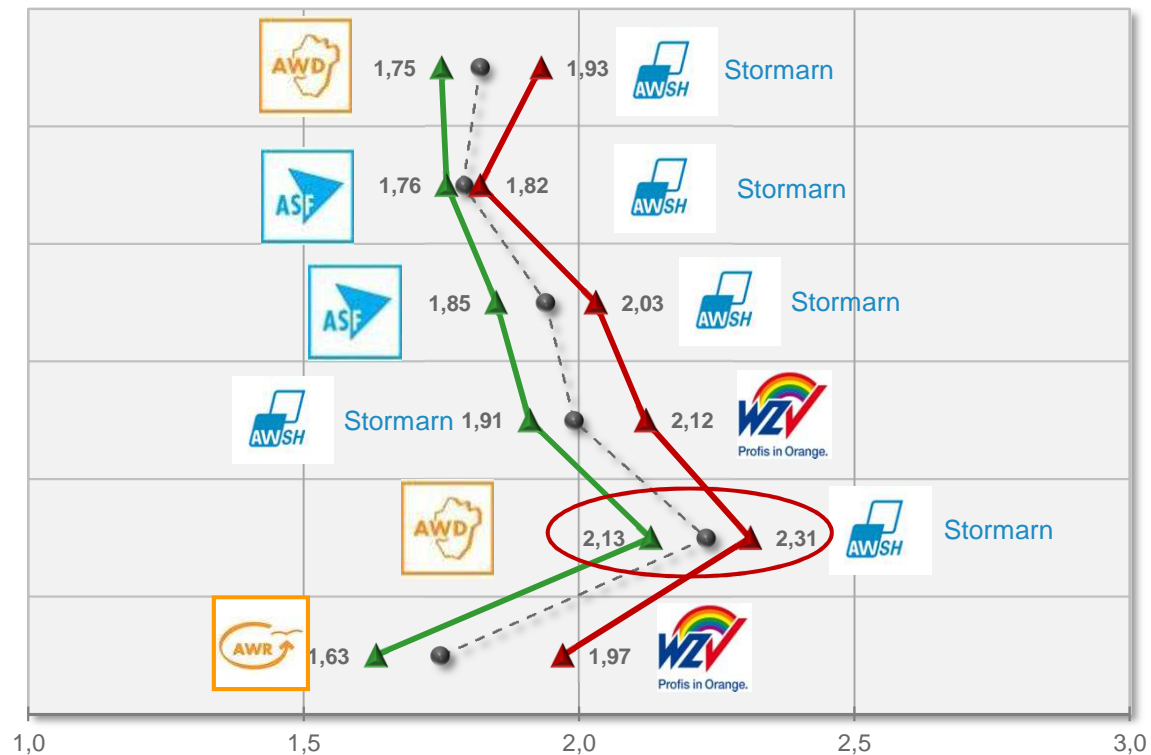
Service und Betreuung insgesamt

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?

Die Zufriedenheit mit der AWSH Lauenburg liegt hinsichtlich des Leistungsumfangs und des Informationsangebots sehr dicht an dem Bestwert.

Internes Benchmarking – Zufriedenheit von Produkt/Dienstleistungsmerkmalen

Basis: Alle Befragten, Mittelwerte

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

—●— AWSH L ▲ Beste Beurteilung ▼ Schlechteste Beurteilung

Qualität der Durchführung
(= wie etwas erbracht wird)

Leistungsumfang (= was alles erbracht wird)

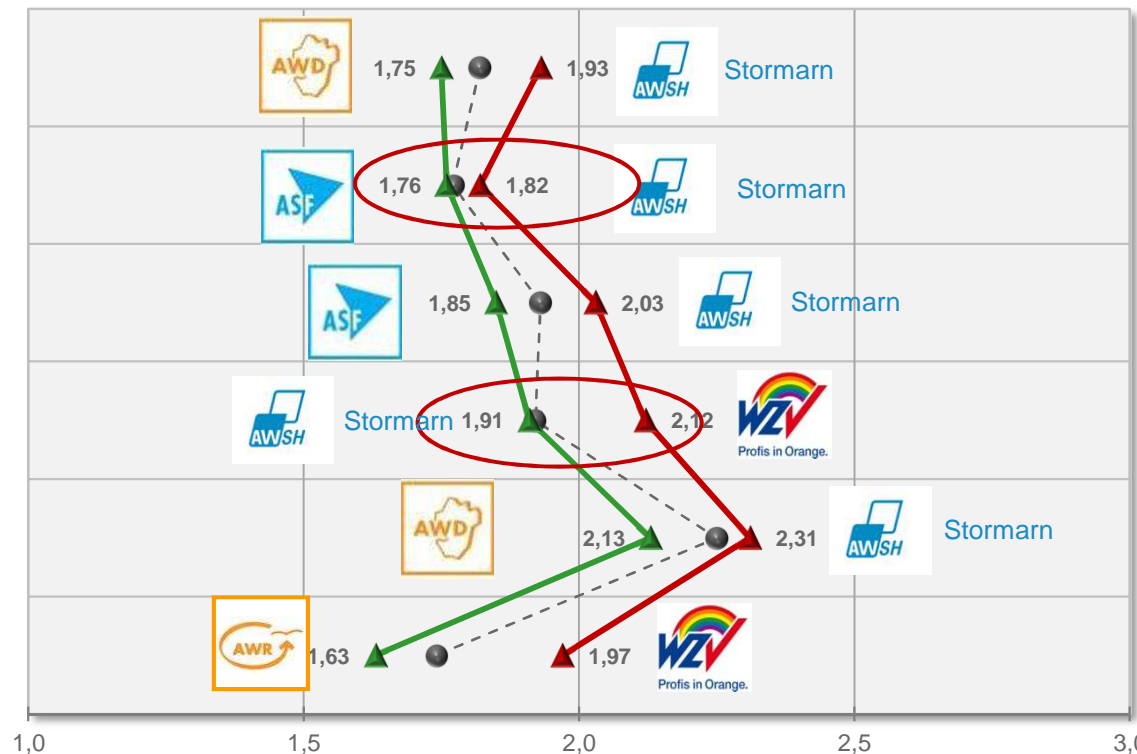
Service und Betreuung insgesamt

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.

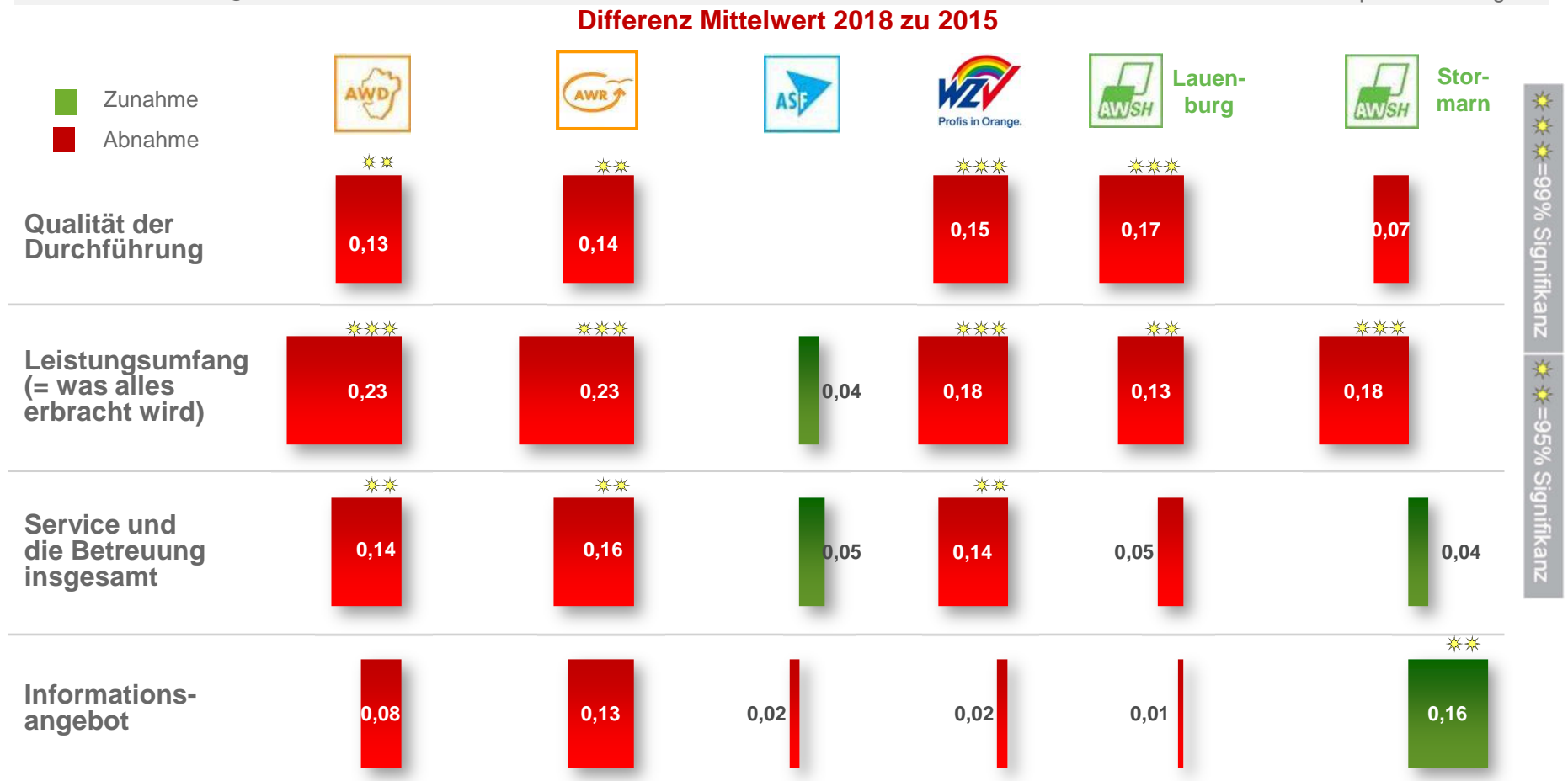
Relevanz von Produkt-/Dienstleistungsmerkmalen

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.

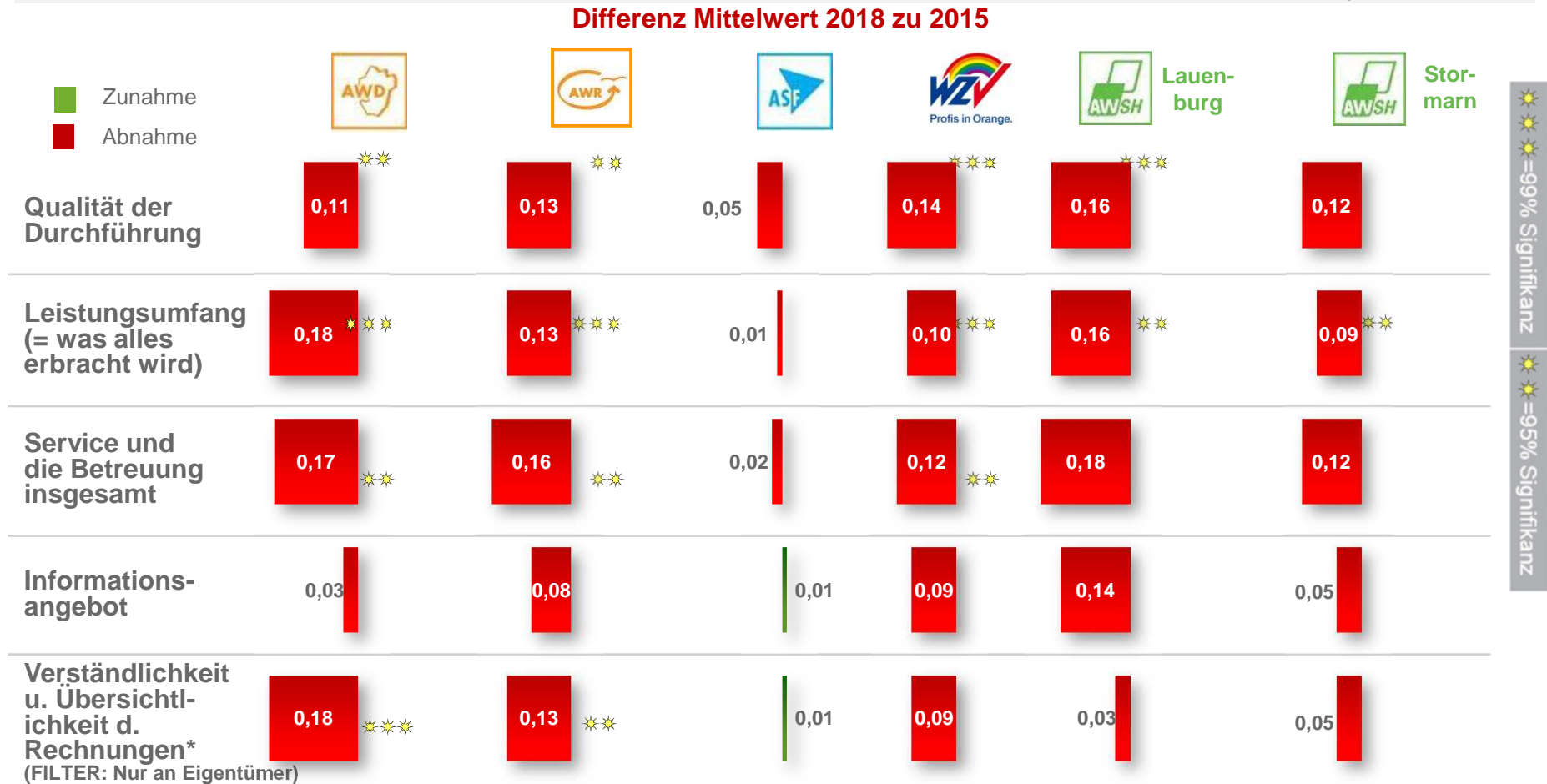
Zufriedenheit von Produkt-/Dienstleistungsmerkmalen

Basis: Alle Befragten, Mittelwerte

Skala von 1 bis 6 :

1 = sehr zufrieden

6 = überhaupt nicht zufrieden

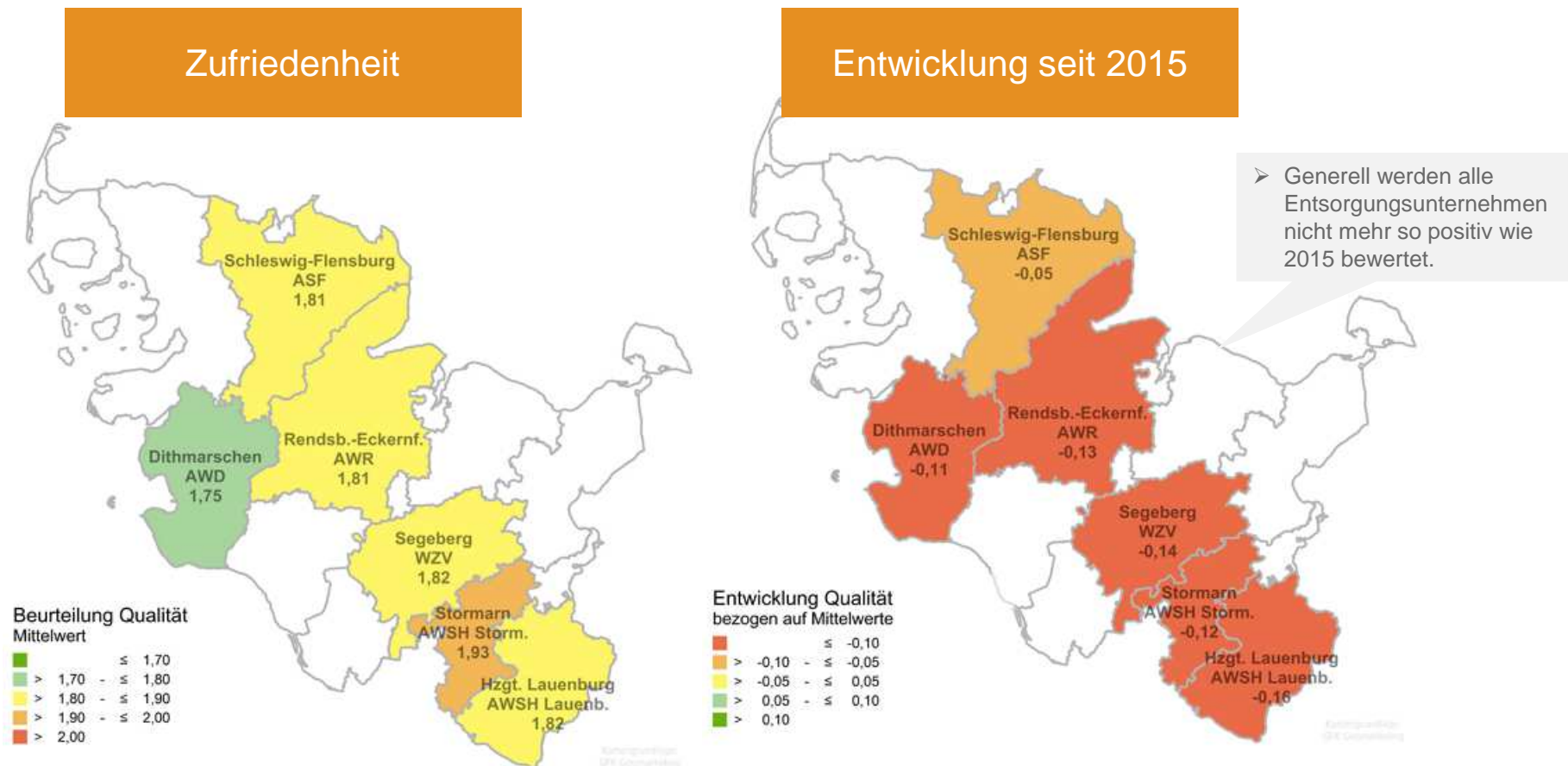


8.1. Wie wichtig ist Ihnen folgender Leistungsbereich?

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

Kartographische Darstellung der Befragungsgebiete: Qualität

Basis: Alle Befragten, Mittelwerte

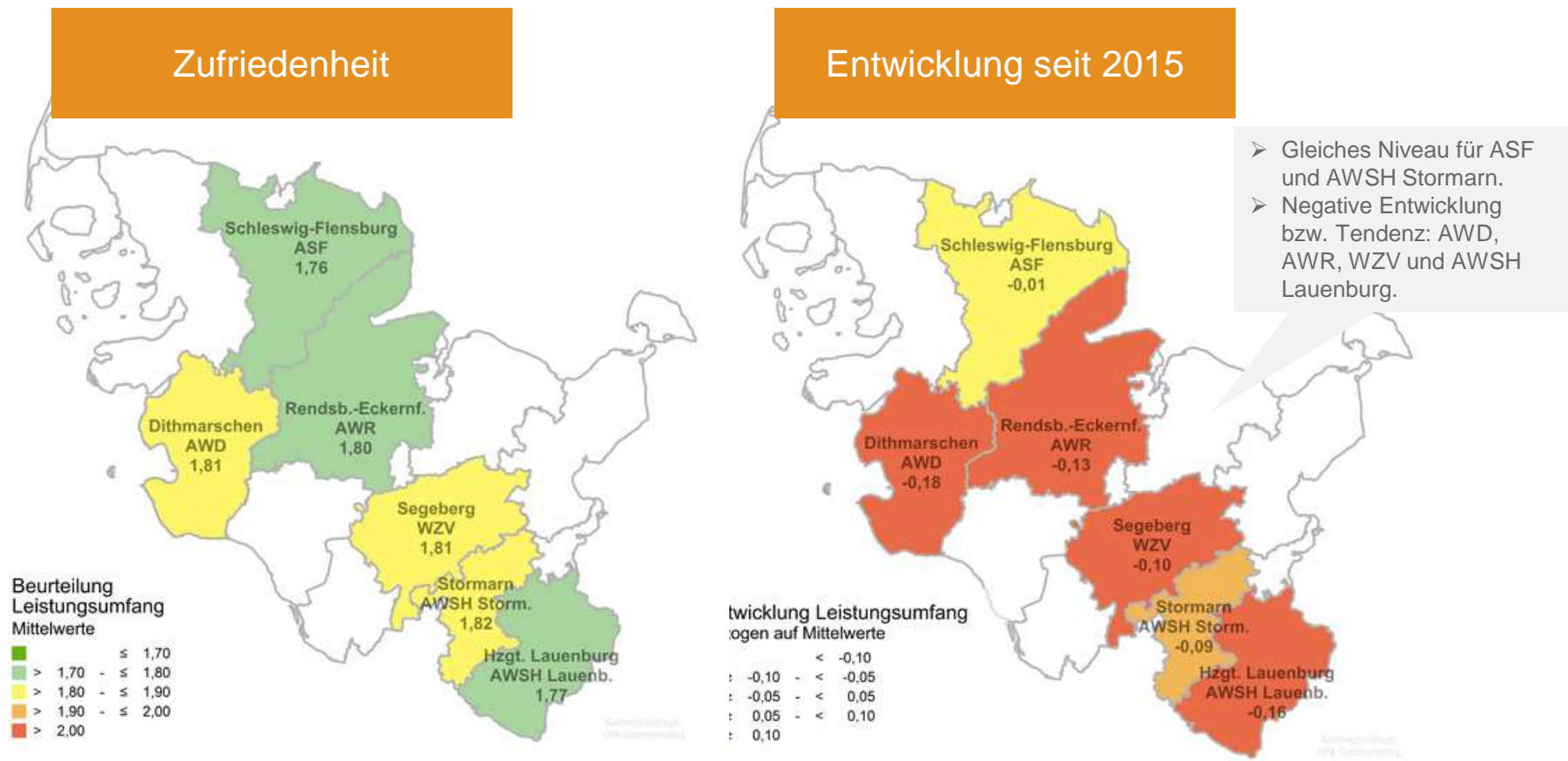


8.1. Wie wichtig ist Ihnen folgender Leistungsbereich? 8.2. Und wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Leistungsbereichen Ihres Abfallentsorger?

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

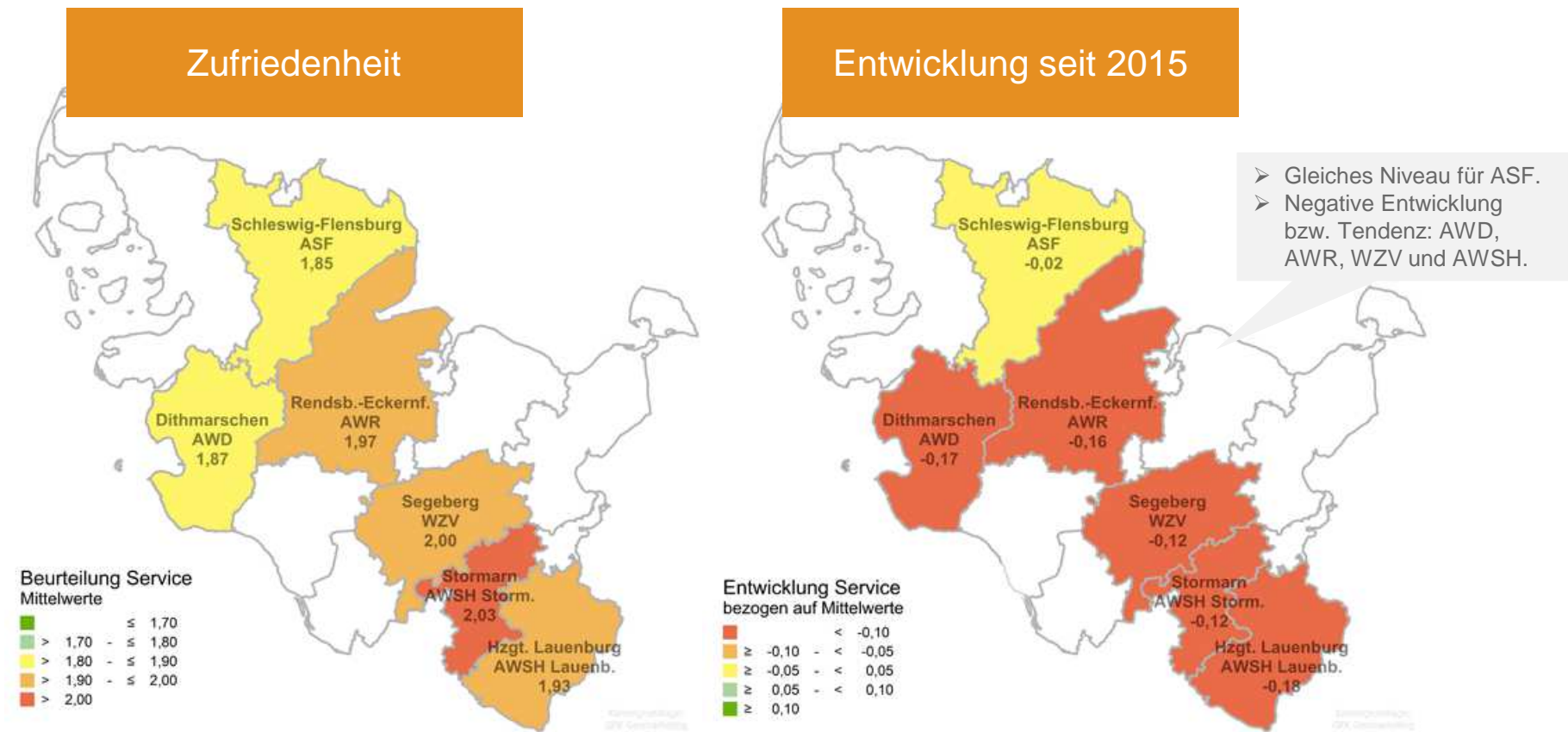


8.1. Wie wichtig ist Ihnen folgender Leistungsbereich? 8.2. Und wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Leistungsbereichen Ihres Abfallentsorgers?

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

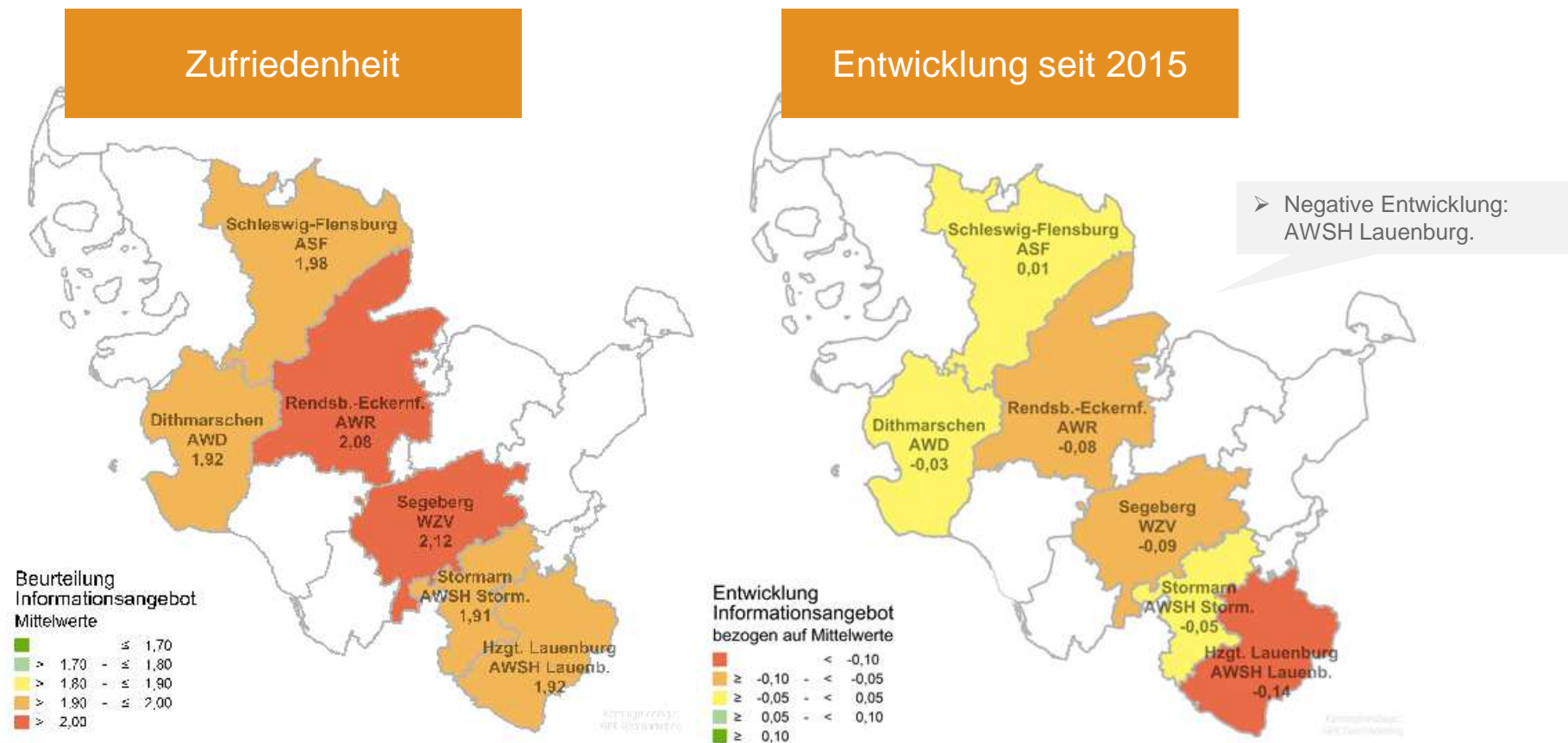


8.1. Wie wichtig ist Ihnen folgender Leistungsbereich? 8.2. Und wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Leistungsbereichen Ihres Abfallentsorger? Kundenzufriedenheitsuntersuchung 2018

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

Kartographische Darstellung der Befragungsgebiete: Informationsangebot

Basis: Alle Befragten, Mittelwerte

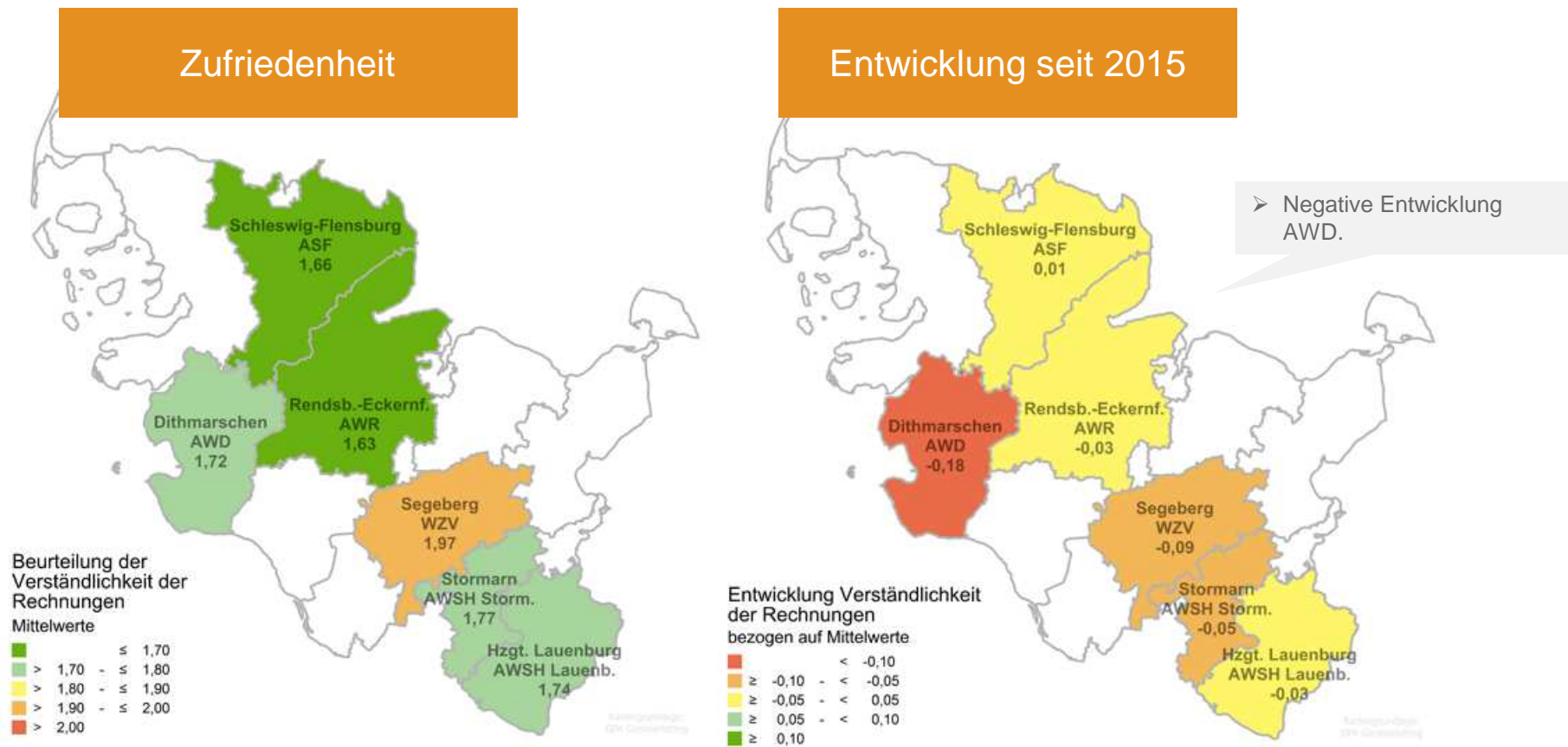


8.1. Wie wichtig ist Ihnen folgender Leistungsbereich? 8.2. Und wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Leistungsbereichen Ihres Abfallentsorger?

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

Kartographische Darstellung der Befragungsgebiete: Verständlichkeit d. Rechnungen

Basis: Eigentümer von Immobilien, Mittelwerte

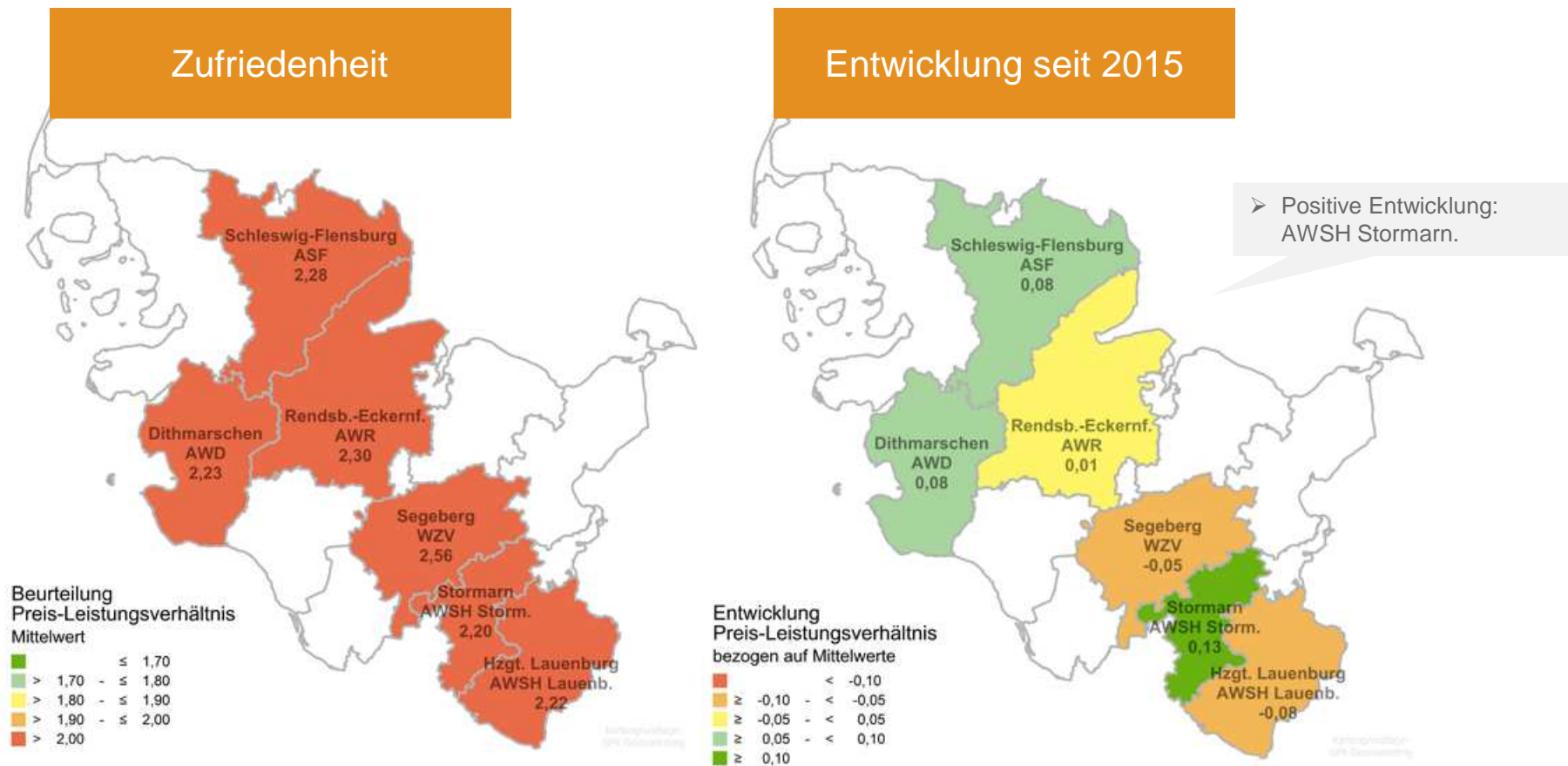


8.1. Wie wichtig ist Ihnen folgender Leistungsbereich? 8.2. Und wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Leistungsbereichen Ihres Abfallentsorger?

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

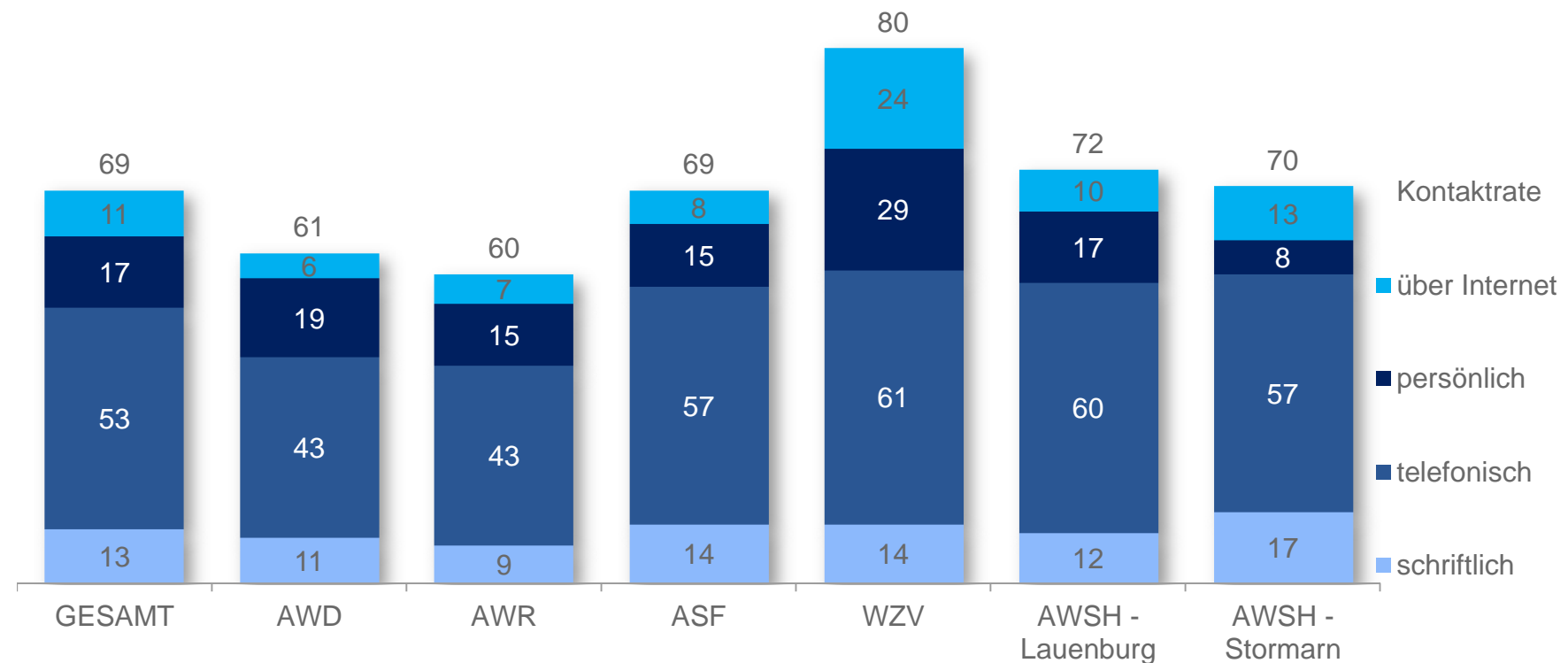
- a. Bekanntheit der Unternehmen
- b. Image und Globalzufriedenheit
- c. Dienstleistungen – Bekanntheit, Nutzung und Zufriedenheit
- d. Weitere gewünschte Dienstleistungen und Preisbereitschaft
- e. Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit
- f. Kontakt zum eigenen Entsorger
- 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 %

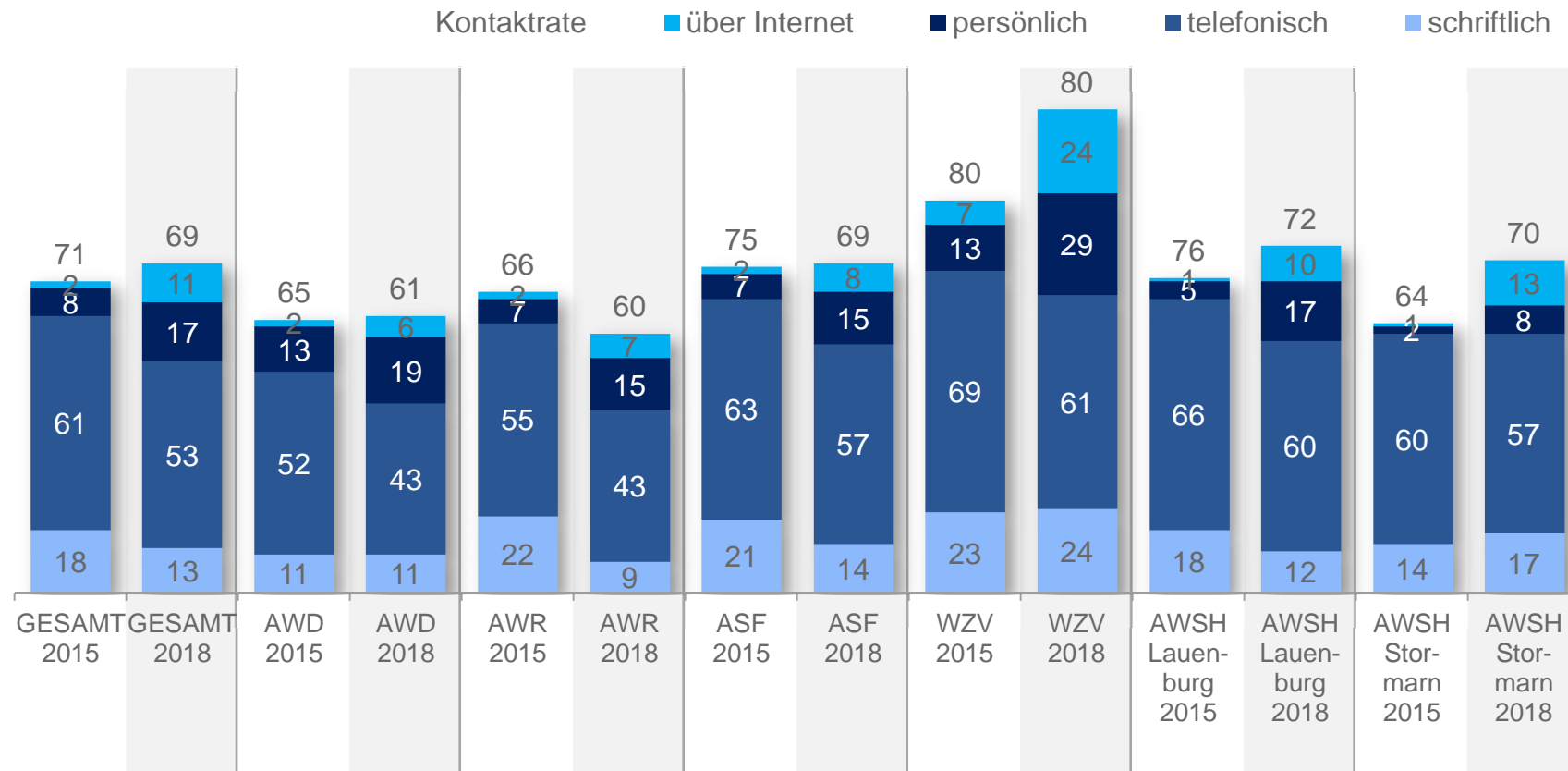


9. Hatten Sie schon einmal Kontakt zu Ihrem Entsorger? Und wenn ja, auf welchem dieser Wege?

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

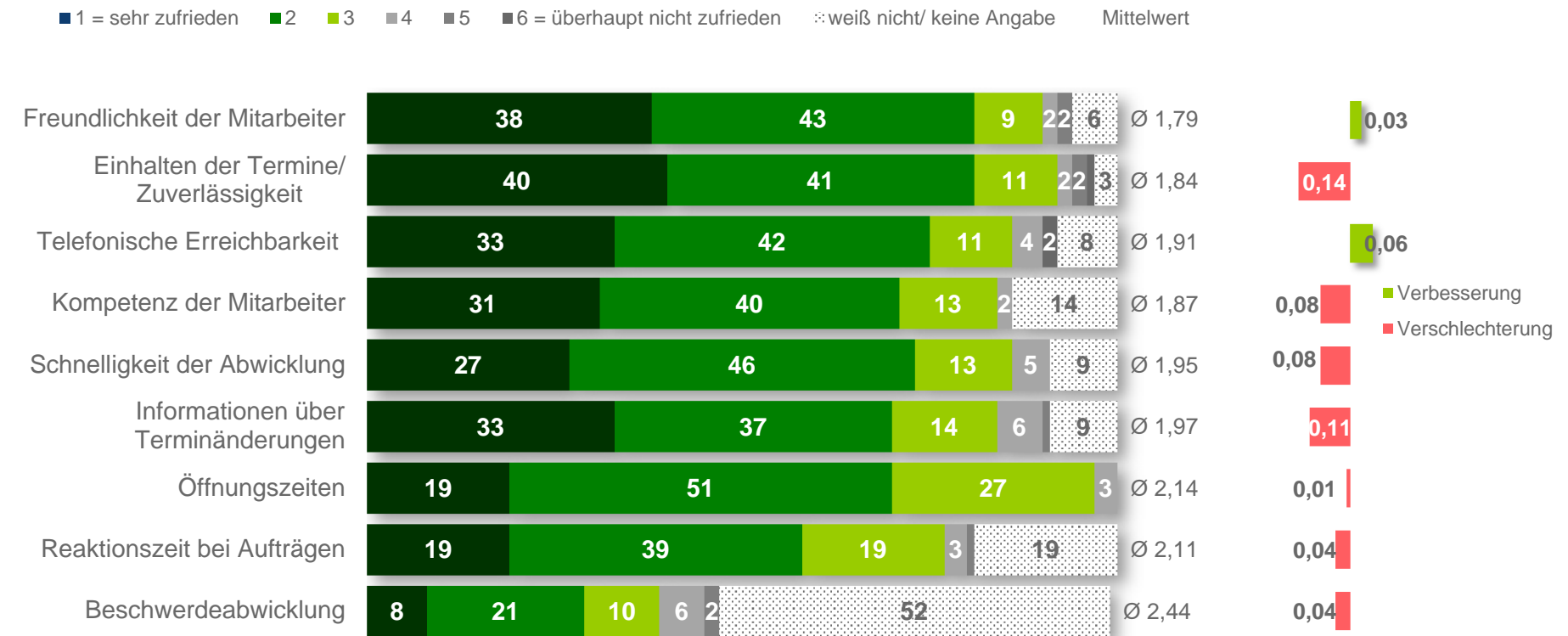
4. Zusammenfassung und Empfehlungen

Die Befragten sehen für das Einhalten der Termine und die Informationen über Terminänderungen seit 2015 eine negative Entwicklung.

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 Lauenburg kann mit der Freundlichkeit der Mitarbeiter überzeugen. Hinsichtlich der Reaktionszeit bei Aufträgen gibt es noch Optimierungspotenzial.
- In der Bewertung der anderen Servicequalitätsmerkmale liegt die AWSH Lauenburg im Mittelfeld der abgefragten Entsorgungsunternehmen.
Allerdings gibt es bei der Einhaltung der Termine und den Informationen über Terminänderungen Schwachstellen.
- Die Beschwerderate sich gegenüber 2015 um 7 Prozentpunkte reduziert.

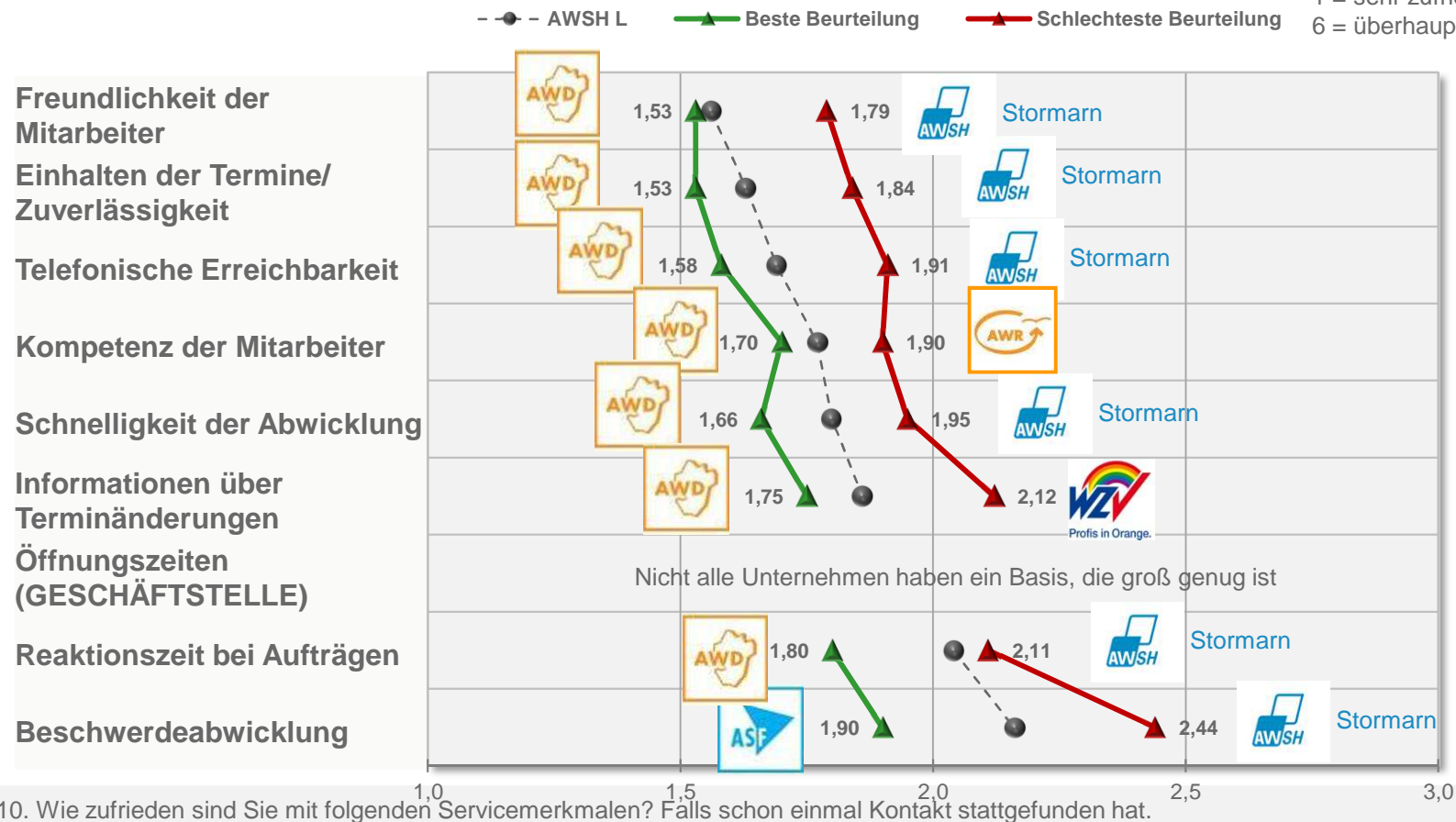


Für die Freundlichkeit der Mitarbeiter erreicht die AWSH Lauenburg fast den Bestwert. Nach Meinung der Befragten sollte die Reaktionszeit von Aufträgen und die Beschwerdeabwicklung noch optimiert werden.

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



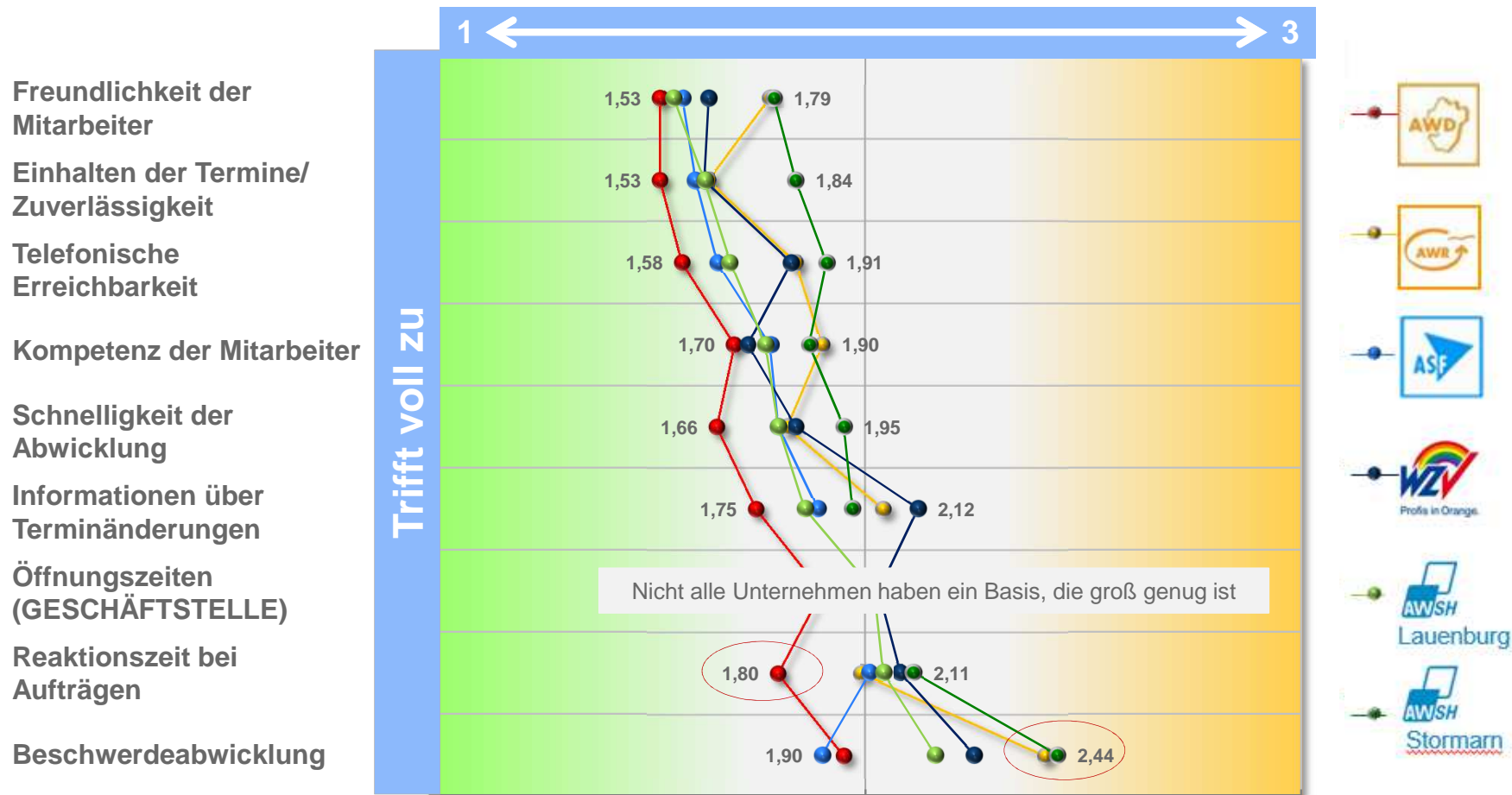
10. Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Servicemerkmalen? Falls schon einmal Kontakt stattgefunden hat.

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

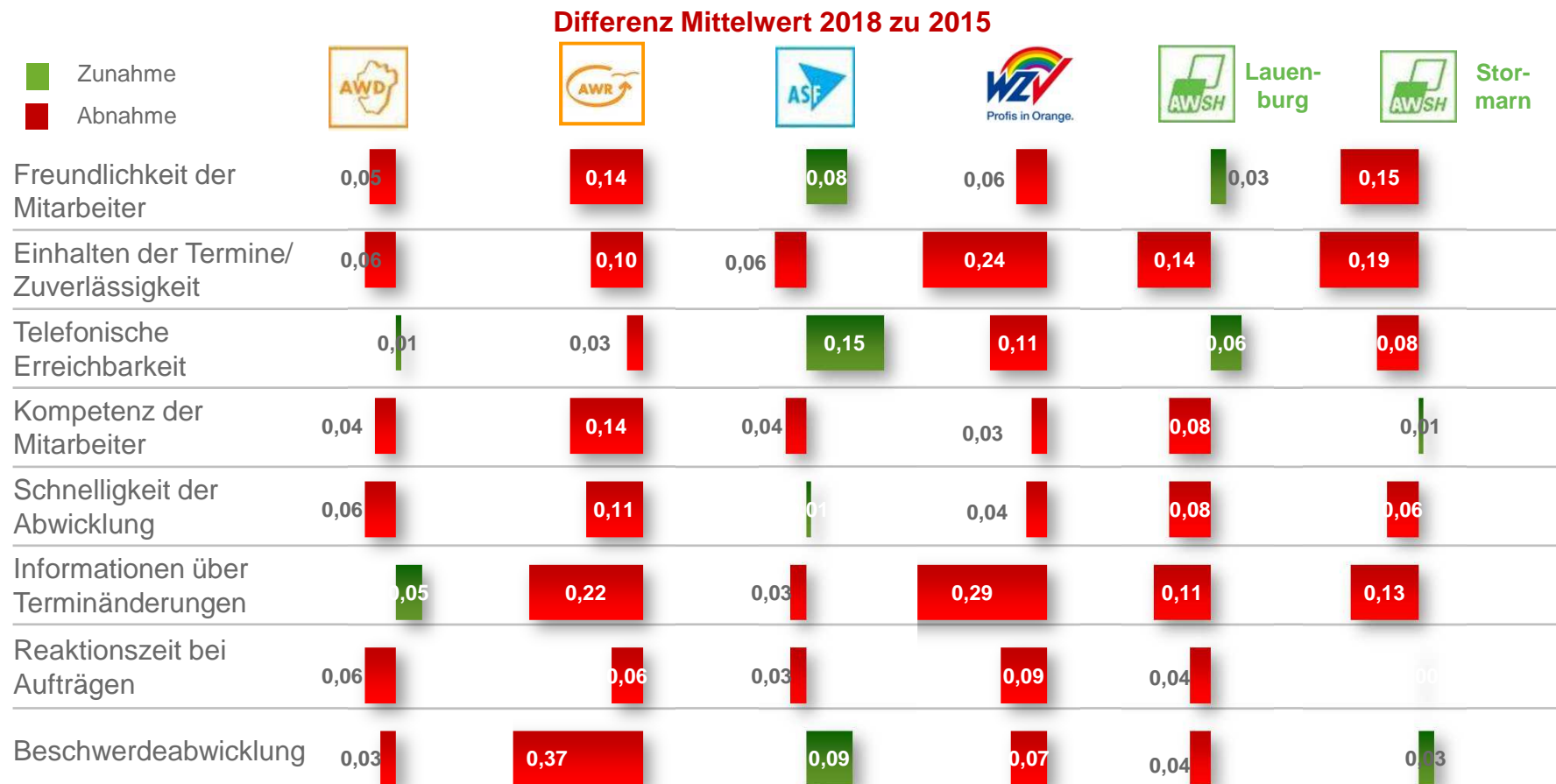


10. Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Servicemerkmalen? Falls schon einmal Kontakt stattgefunden hat.

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

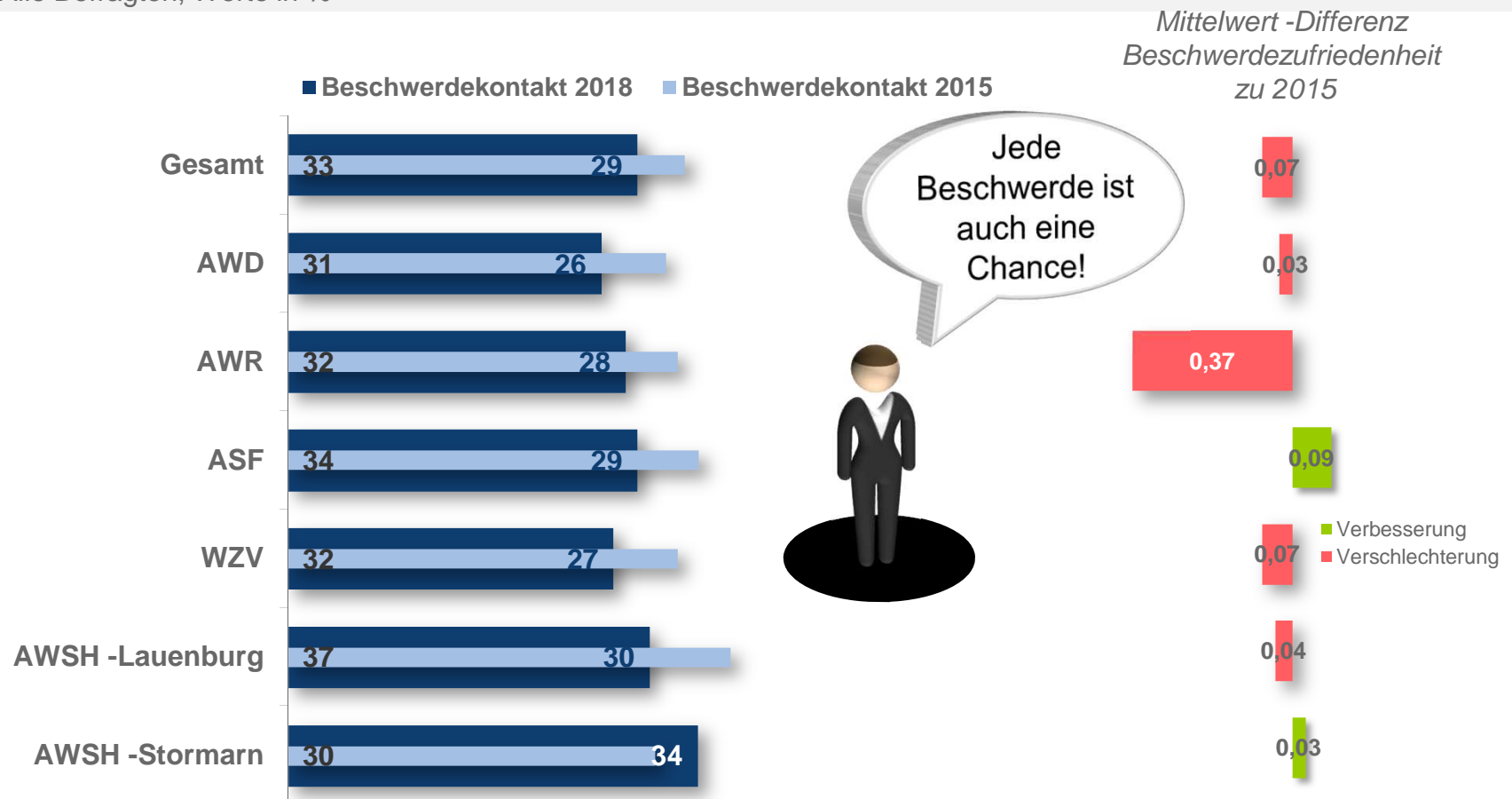


10. Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Servicemerkmalen? Falls schon einmal Kontakt stattgefunden hat.

Das Beschwerdevolumen hat sich im Vergleich zu 2015 verringert, die Zufriedenheit mit der Beschwerdeabwicklung ist jedoch zum Teil gesunken. Bei der AWSH Lauenburg ist die Beschwerderate um 7 Prozentpunkte gesunken.

Servicequalität – Der Beschwerdeanteil nach Entsorger

Basis: Alle Befragten, Werte in %



10. Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Servicemerkmalen?

Index

1. Hintergrund und Zielsetzung

2. Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

3. Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

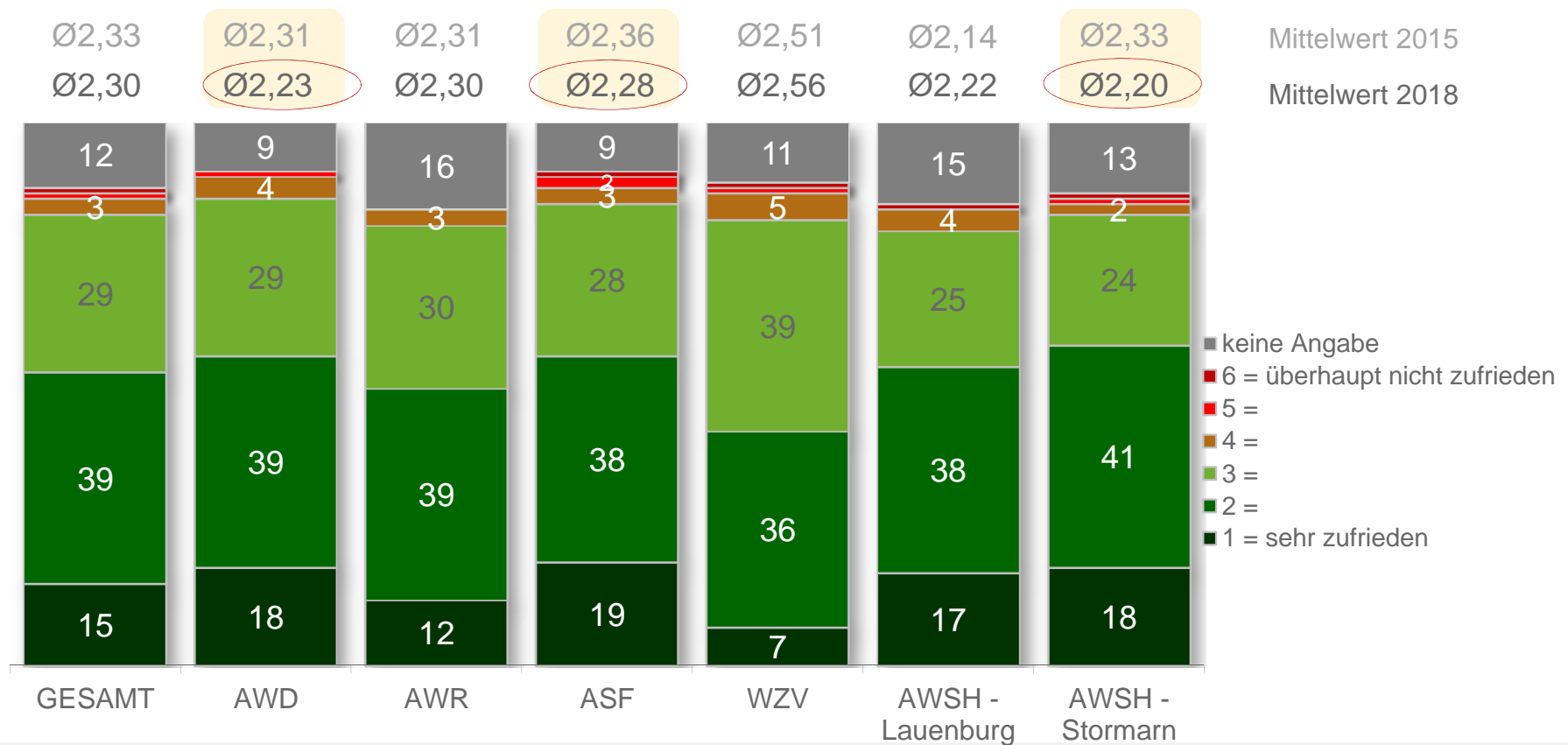
- a. Bekanntheit der Unternehmen
- b. Image und Globalzufriedenheit
- c. Dienstleistungen – Bekanntheit, Nutzung und Zufriedenheit
- d. Weitere gewünschte Dienstleistungen und Preisbereitschaft
- e. Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit
- f. Kontakt zum eigenen Entsorger
- 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 %

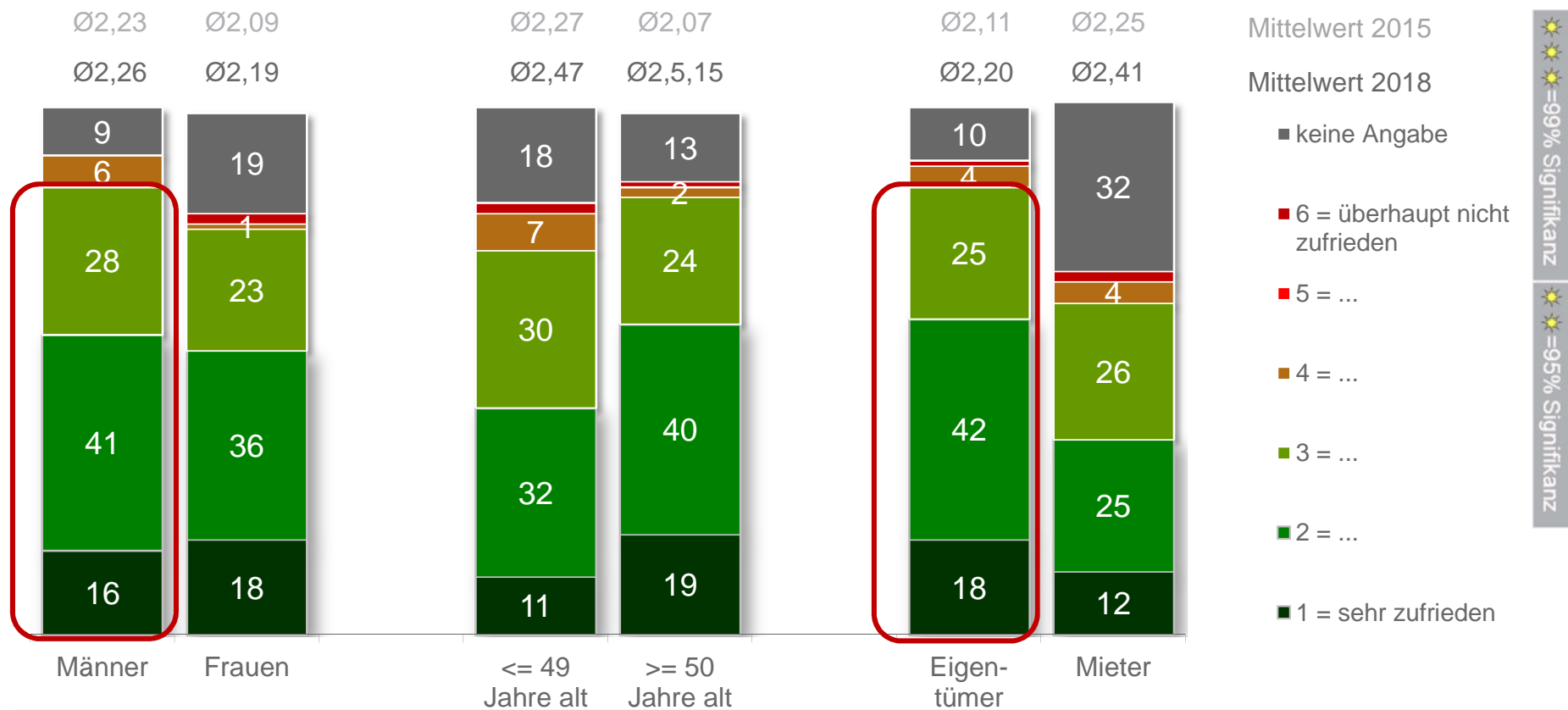


11. Wie zufrieden sind Sie mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis Ihres Entsorgers insgesamt?

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

Preis-/ Leistungsverhältnis Eigentümer vs. Mieter Wellenvergleich

Basis: Alle Befragten, Werte in %

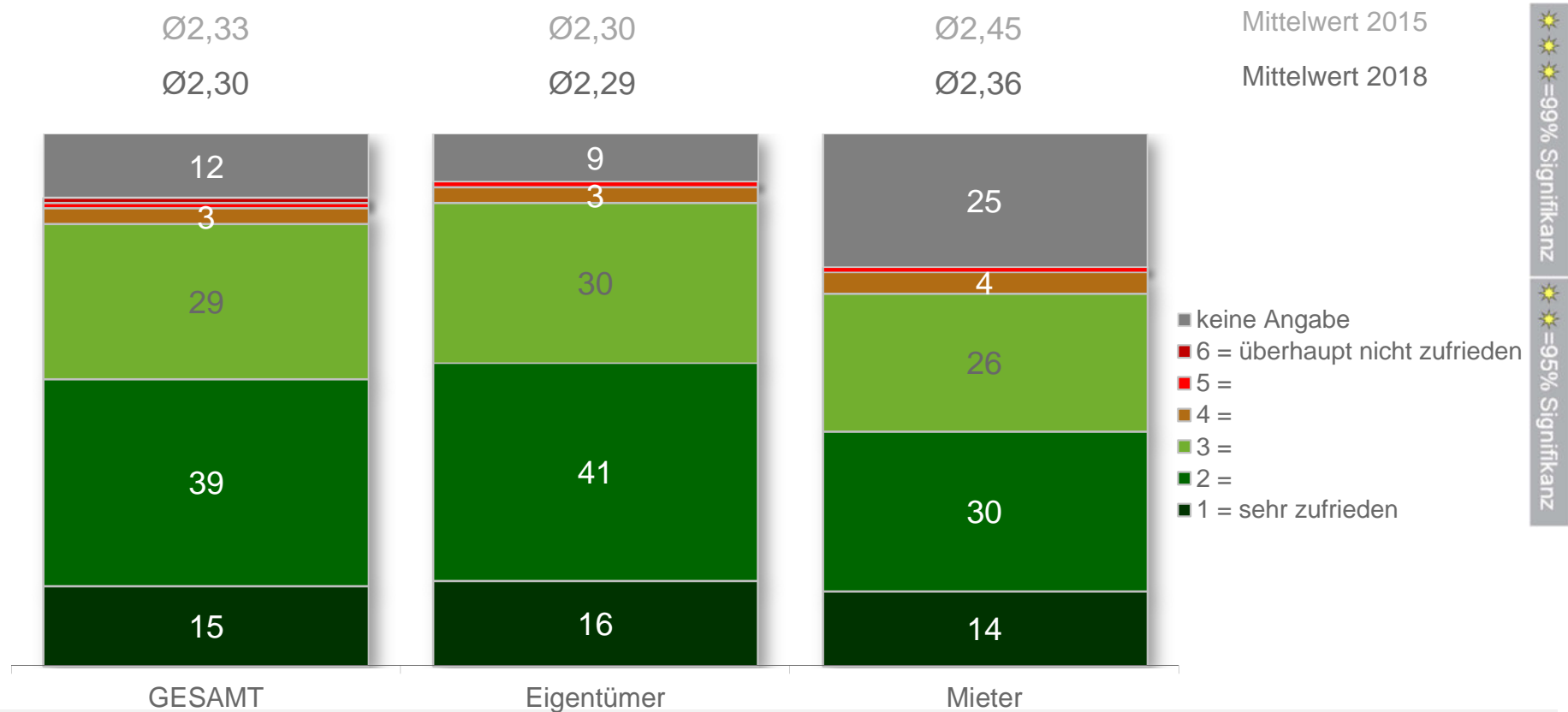


11. Wie zufrieden sind Sie mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis Ihres Entsorgers insgesamt?

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 %

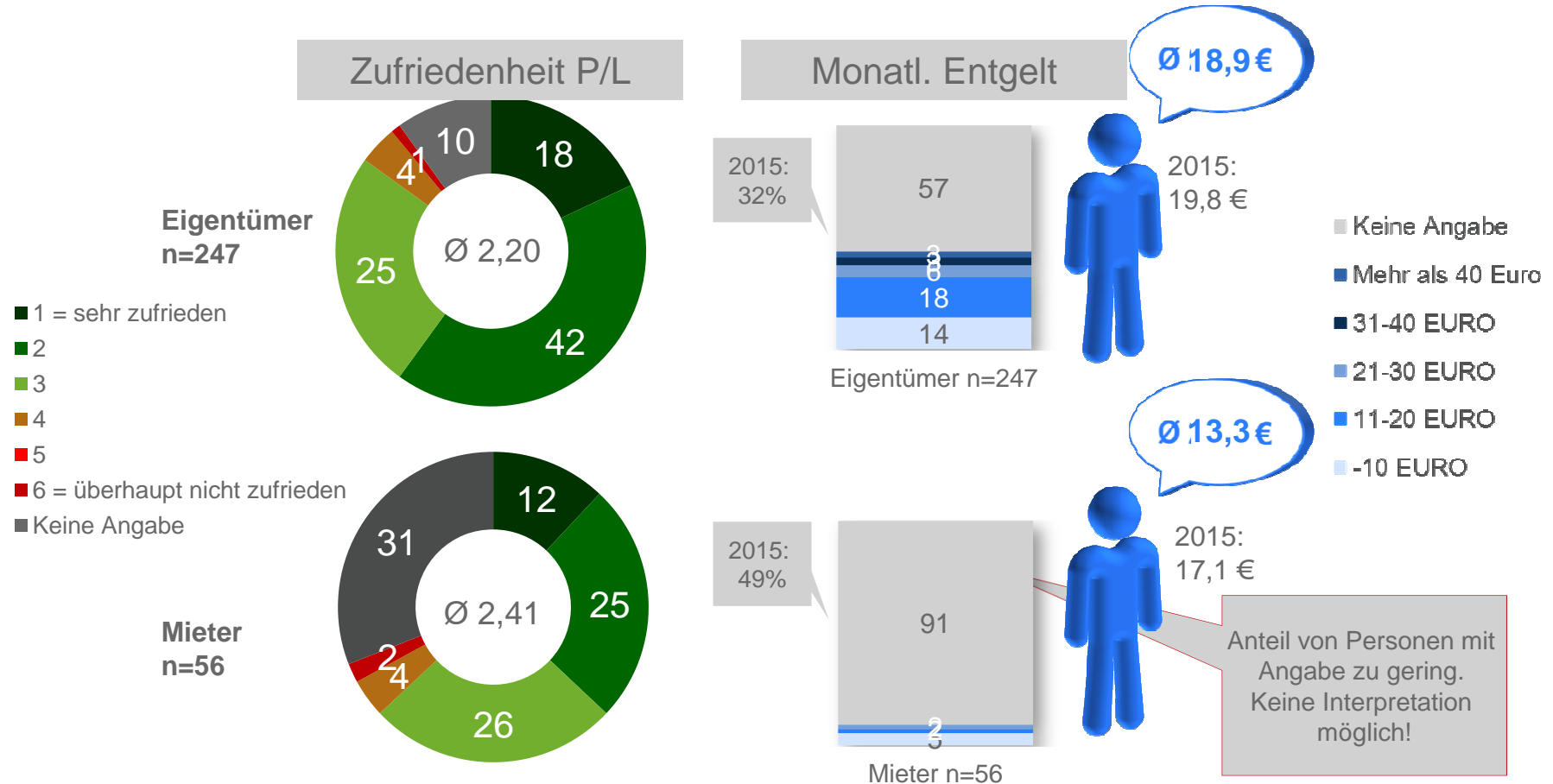


11. Wie zufrieden sind Sie mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis Ihres Entsorgers insgesamt?

Im Durchschnitt geben heute die Eigentümer einen Preis für das monatliche Entgelt an, der rund 1 Euro unter dem Preis von 2015 liegt.

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

- Alle angebotenen Informationsmaterialien und die Werbung von der AWSH Lauenburg werden immer bekannter (ausgenommen Veranstaltungen). Die APP AWSH kennt fast ein Drittel der Befragten.
- Zum heutigen Zeitpunkt werden der Abfuhrkalender (Internet und Printmedium) sowie der Abfallratgeber weniger gut als noch 2015 empfunden.
- Auch der die Internetpräsenz erhält nicht mehr so gute Noten wie noch 2015.



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

Vergleich Bekanntheit Werbung und Infomaterial – AWSH Lauenburg

Basis: Befragte des Entsorgers, Werte in %

| | 2007 | 2009 | 2012 | 2015 | 2018 |
|-------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Abfallratgeber (früher Abfallfibel) | 56 97 | 60 95 | 48 95 | 50 95 | 39 95 |
| Broschüren/ Faltblätter | 29 52 | 30 66 | 15 51 | 21 60 | 18 69 |
| Individ. Abfuhrkalender | | | 20 75 | 22 81 | 20 86 |
| Abfuhrkalender im Internet | 10 | 3 | 25 | 23 | 38 |
| Internetauftritt allgemein | 15 | 6 | 6 | 23 | 44 |
| Zeitungsanz.& Presseberichte | | | | 17 54 | 16 61 |
| Veranstaltungen | | | | 2 60 | 2 55 |
| Müllwagenplakate | | | | 40 | 1 62 |
| Das Tarifsysteem FairPay | | | | 6 | 24 |
| App 'AWSH – wertvolle Termine' | | | | | 2 29 |

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?

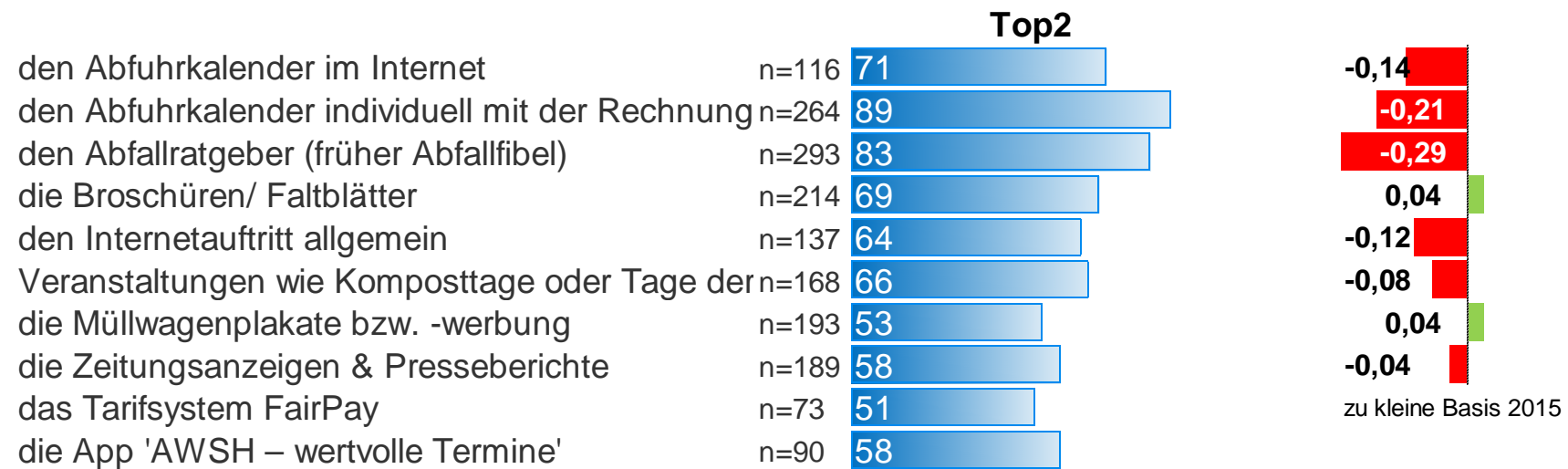
Der Abfuhrkalender und der Abfallratgeber werden weniger gut als 2015 bewertet.

Vergleich Beurteilung Werbung und Infomaterial – AWSH Lauenburg

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

Ungefähr ein Drittel kann sich an Veranstaltungen erinnern. Der Kompost- und Energietag sowie der Tag der offenen Tür erreichen die höchsten Erinnerungswerte.

Erinnerte Veranstaltungen/ Aktionen – AWSH Lauenburg

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

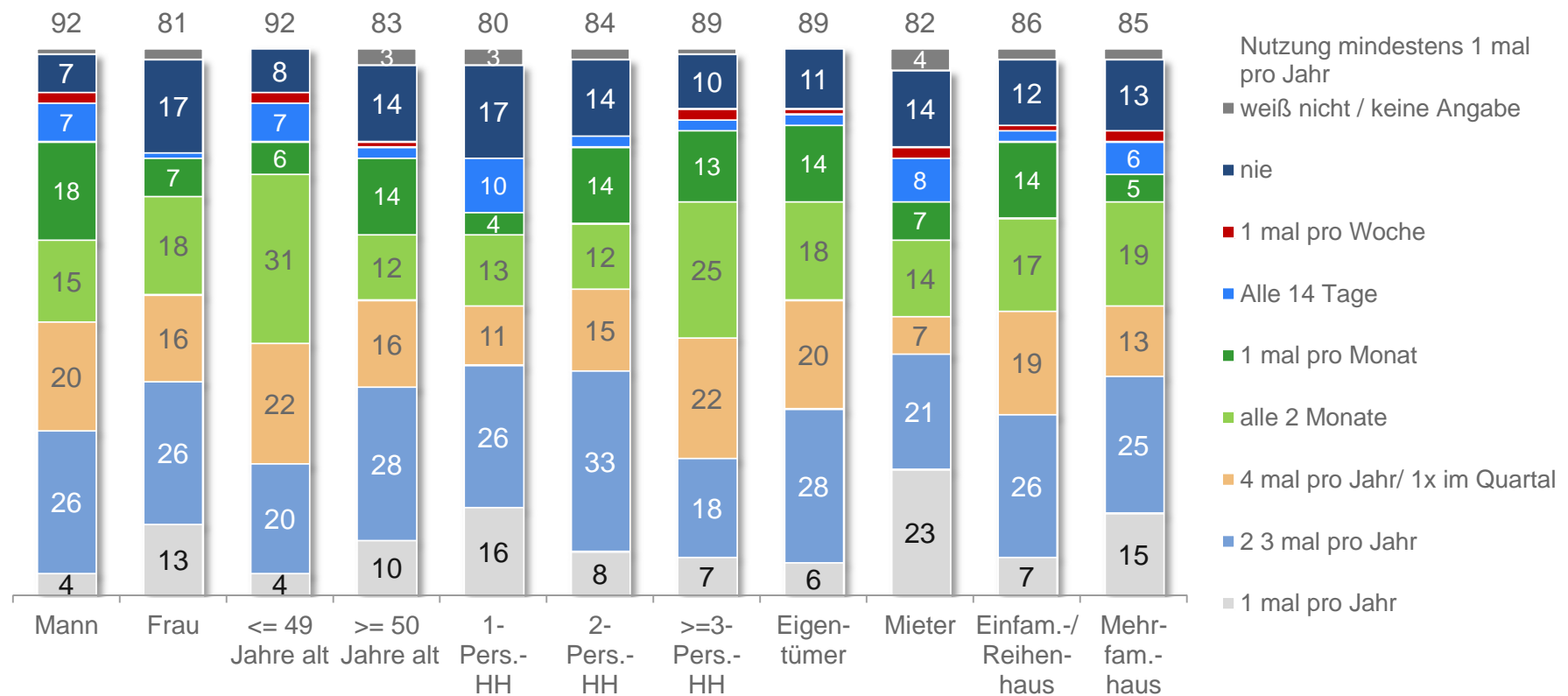
- 86% der befragten AWSH Lauenburg-Kunden nutzen einen Recyclinghof mindestens 1 mal im Jahr; das sind fast alle Jüngeren und Immobilien-Eigentümer.
- Die Zufriedenheit und Weiterempfehlungsbereitschaft mit dem vorrangig genutzten Recyclinghof ist sehr hoch.
- Im Vergleich mit den anderen Entsorgungsunternehmen schneiden die Recyclinghöfe der AWSH Lauenburg hinsichtlich Kompetenz der Mitarbeiter, Ordnung und Sauberkeit und das Erscheinungsbild der Anlage sehr gut ab.



In allen Auswertungsgruppen nutzt die überwiegende Mehrheit die Recycling-/ Wertstoffhöfe der AWSH Lauenburg.

Nutzungsfrequenz Recyclinghöfe

Basis: Alle Befragten, Werte in %

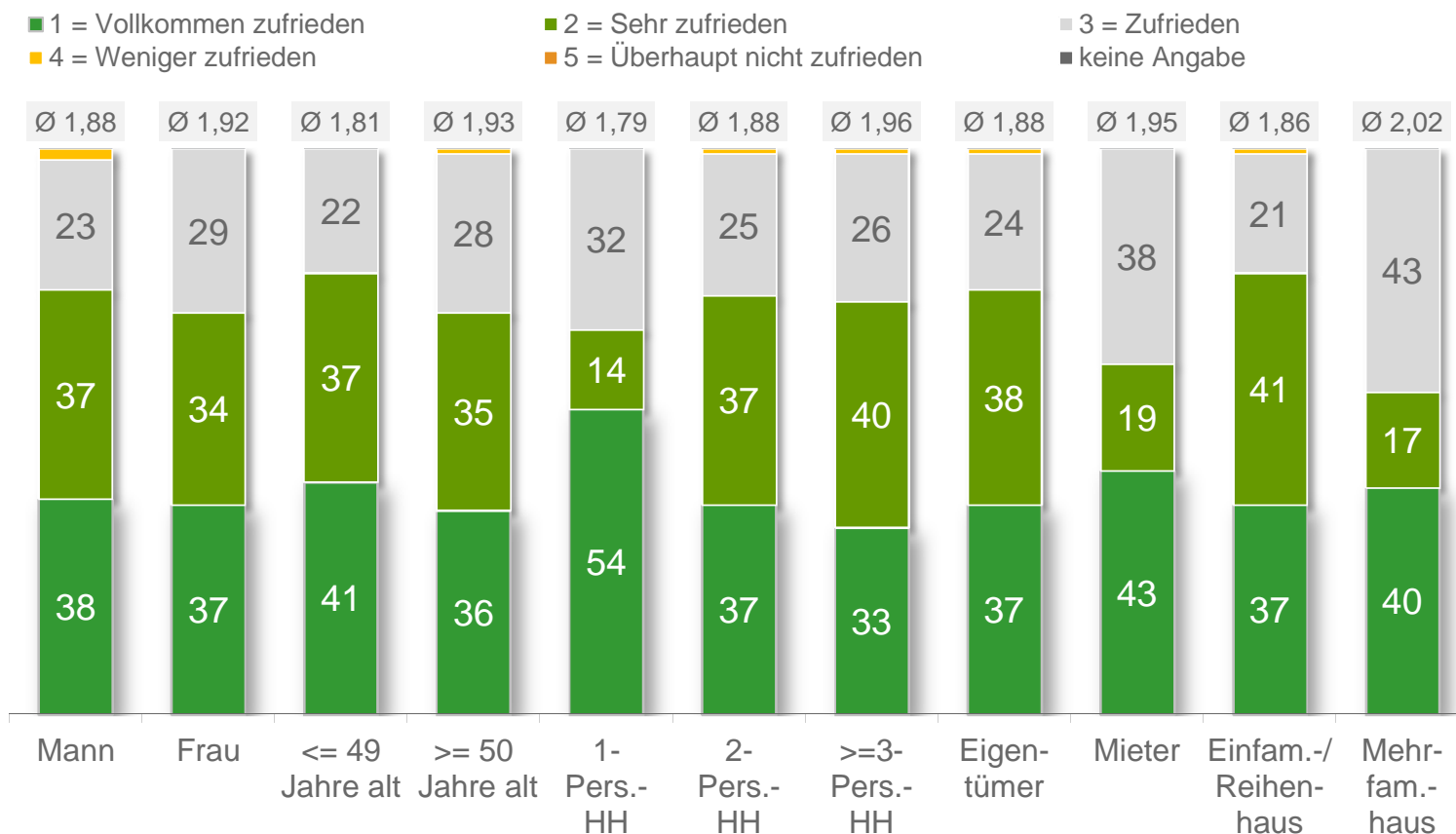


Nun möchte ich mich mit Ihnen speziell über die Recycling-/ Wertstoffhöfe von ... unterhalten. 12.a Wie häufig nutzen Sie einen Recycling-/ Wertstoffhof?

Die Zufriedenheit mit dem von den Befragten hauptsächlich genutzten Recycling-/ Wertstoffhofes der AWSH Lauenburg ist hoch.

Zufriedenheit für den vorrangig genutzten Recyclinghof

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



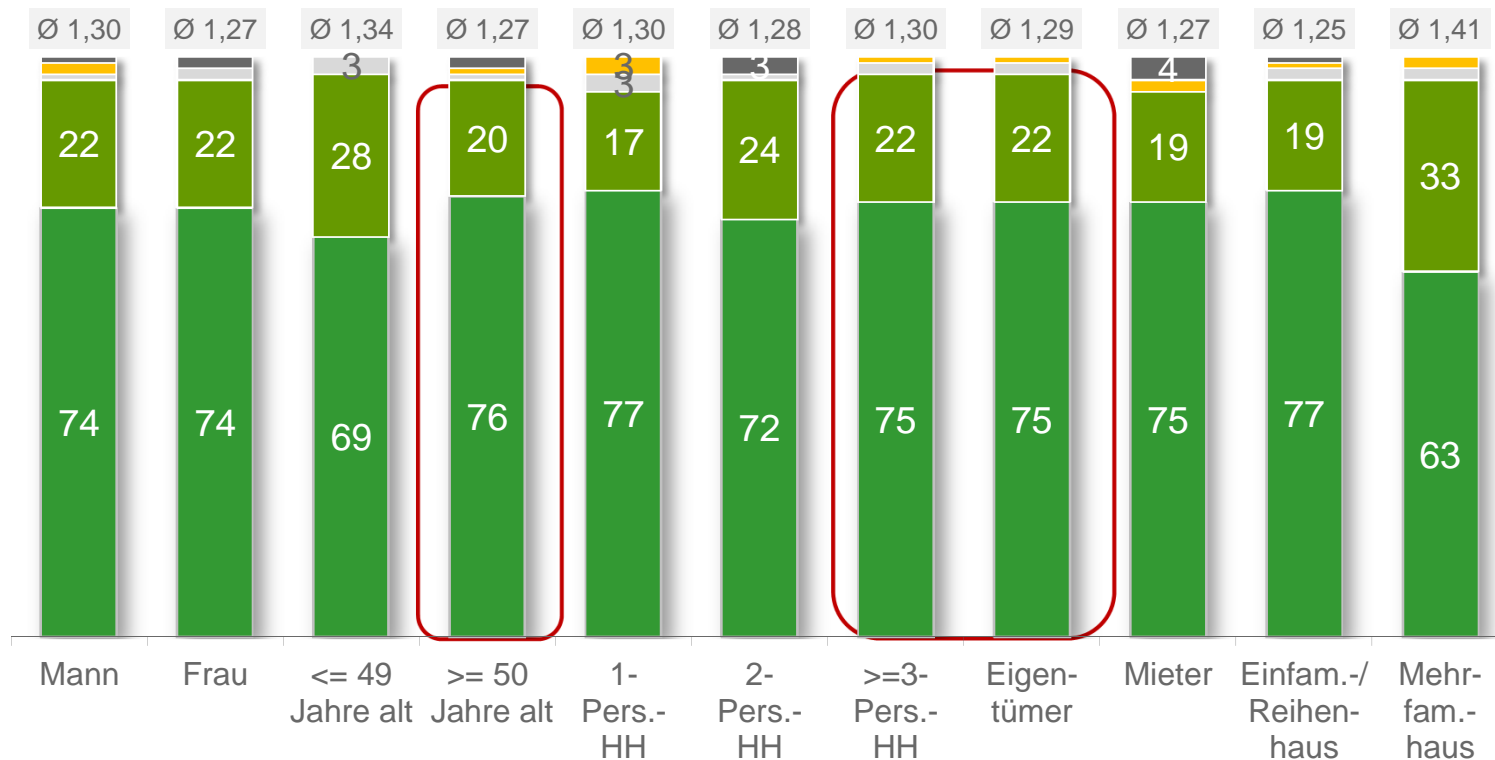
12.b Alles in allem, wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen des Recycling-/ Wertstoffhofes von ... ,den Sie vorrangig nutzen, insgesamt?

Die Weiterempfehlung für den genutzten Recycling-/ Wertstoffhof der AWSH Lauenburg ist bei Älteren, größeren Haushalten und Eigentümern 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.

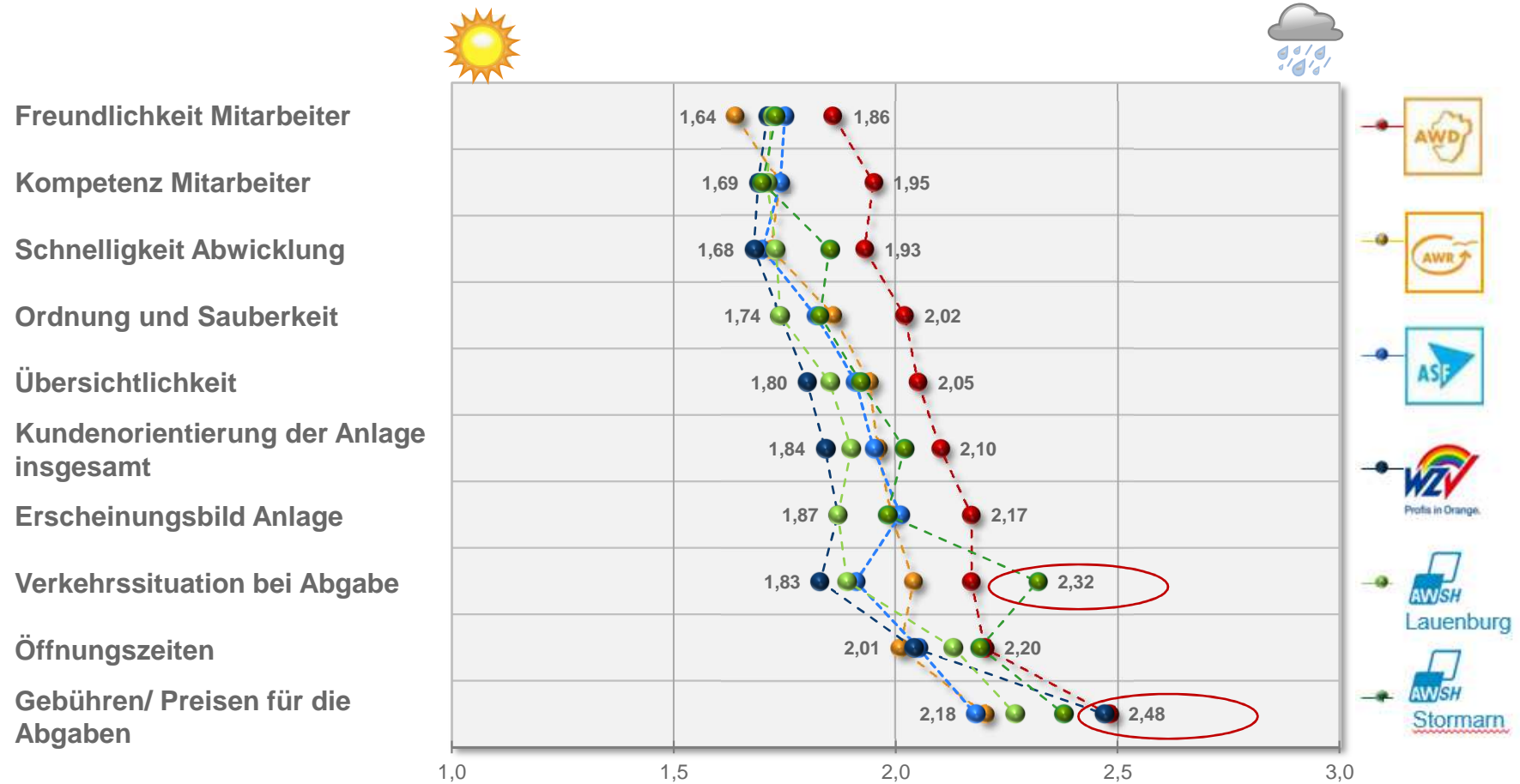
Zufriedenheit mit vorgegebenen Leistungsmerkmalen

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 ...

Im Vergleich mit den anderen Entsorgungsunternehmen erhält die AWSH Lauenburg besonders positive Bewertungen für die Kompetenz der Mitarbeiter, Ordnung und Sauberkeit und das Erscheinungsbild der Anlage.

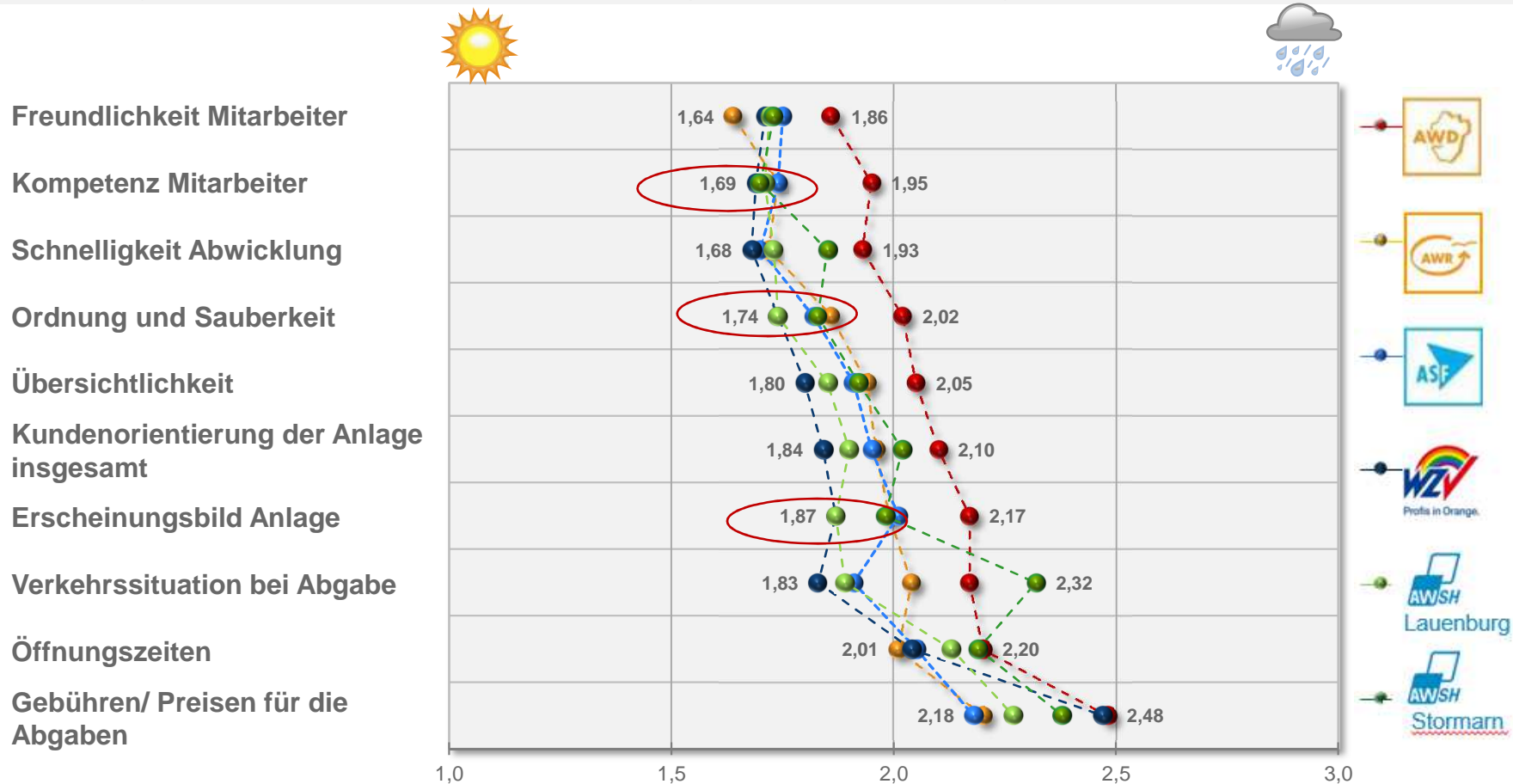
Zufriedenheit mit vorgegebenen Leistungsmerkmalen

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 ...

Es gibt einige, wenige Verbesserungsvorschläge für den vorrangig genutzten Recycling-/ Wertstoffhof. 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 | 78 | LEISTUNGEN | 2 |
| ÖFFNUNGSZEITEN | 6 | Ausgabe von (mehr) gelben Säcken | 1 |
| bessere/ längere Öffnungszeiten am Samstag/ jeden Samstag öffnen | 3 | Annahme von gelben Säcken | 1 |
| längere Öffnungszeiten (bis 20 h) allg. | 2 | Abholung von Wertstoffen | 1 |
| GEBÜHREN | 3 | Tonne für Kunststoffdeckel aufstellen | 1 |
| kostengünstigere/ gebührenfreie Abgabe von Gartenabfall | 1 | ZUFAHRT | 2 |
| einheitliche Preisstruktur/ Gebühren variieren je nach Mitarbeiter/ Stadtteil | 1 | kürzere Wartezeiten/ zügigere Einfahrt/ weniger Stau zu Stoßzeiten (zweite Spur) | 1 |
| AUSSCHILDERUNG/ CONTAINERKENNZEICHNUNG | 3 | MITARBEITER | 1 |
| Container nach Inhalt kennzeichnen (Garten/ Elektro/ Metall) | 1 | freundlichere/ hilfsbereitere Mitarbeiter | 1 |
| Container besser/ größer kennzeichnen allg. | 1 | UMWELTSCHUTZ/ RECYCLING | 1 |
| Schild mit generellen Informationen aufhängen | 1 | Stoffe besser recyceln/ wiederverwerten | 1 |
| AUFTEILUNG/ GESTALTUNG/ WEGEFÜHRUNG | 2 | Bereiche für funktionstüchtige/ gut erhaltene Dinge zum Mitnehmen (Fahrräder/ Möbel/ Bücher) | 1 |
| größere/ weniger enge Anlage/ mehr Platz für Pkw/ Hänger | 1 | ORDNUNG/ SAUBERKEIT | 1 |
| bessere Aufteilung/ Wegeführung (auf dem Gelände/ zu einzelnen Containern). | 1 | bessere Sauberkeit allg. | 1 |
| ABLADEN (AM CONTAINER) | 2 | Scherben auf dem Boden entfernen | 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) | 1 | | |
| alle Abgabestellen/ Container sollten gut zugänglich sein | 1 | | |
| INFORMATIONEN | 2 | | |
| App für Müll-Infos anbieten | 1 | | |
| bessere Infos über Service an Feiertagen (auch Restmüll) | 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

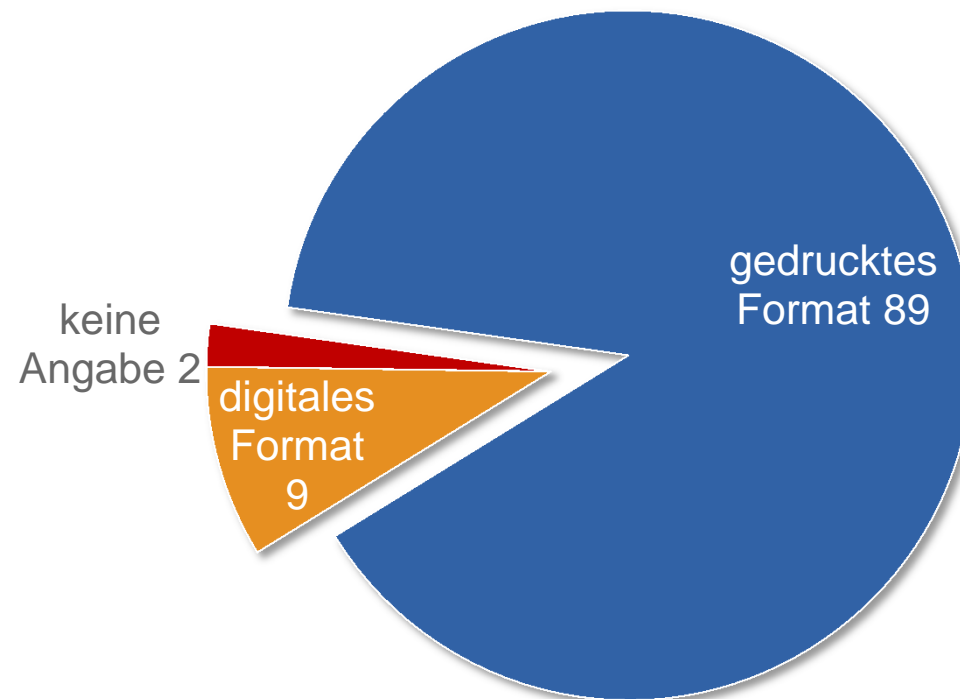
- a. Bekanntheit der Unternehmen
- b. Image und Globalzufriedenheit
- c. Dienstleistungen – Bekanntheit, Nutzung und Zufriedenheit
- d. Weitere gewünschte Dienstleistungen und Preisbereitschaft
- e. Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit
- f. Kontakt zum eigenen Entsorger
- 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

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

Präferierte Form des Abfallratgebers

Basis: Befragte die den Abfallratgeber kennen, n=285, Werte in %

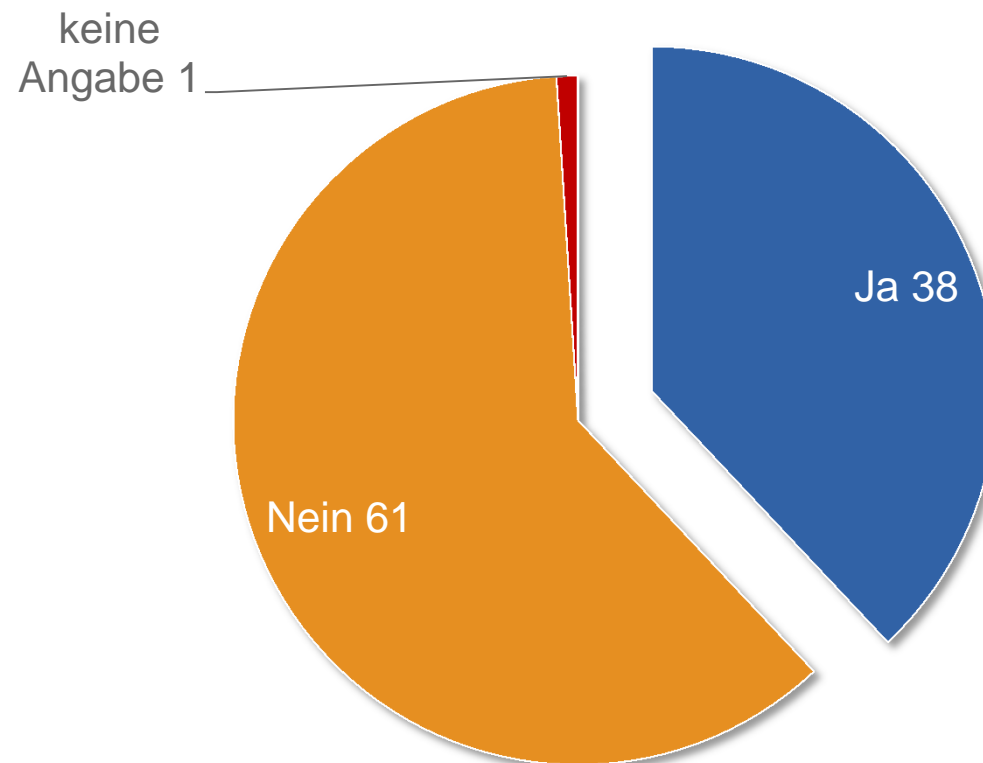


16.h Den Abfallratgeber der AWSH gibt es im gedruckten Format oder in digitaler Form auf der Internetpräsenz der AWSH. Welche Form des Abfallratgebers bevorzugen Sie?

Mehr als ein Drittel 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=285, Werte in %

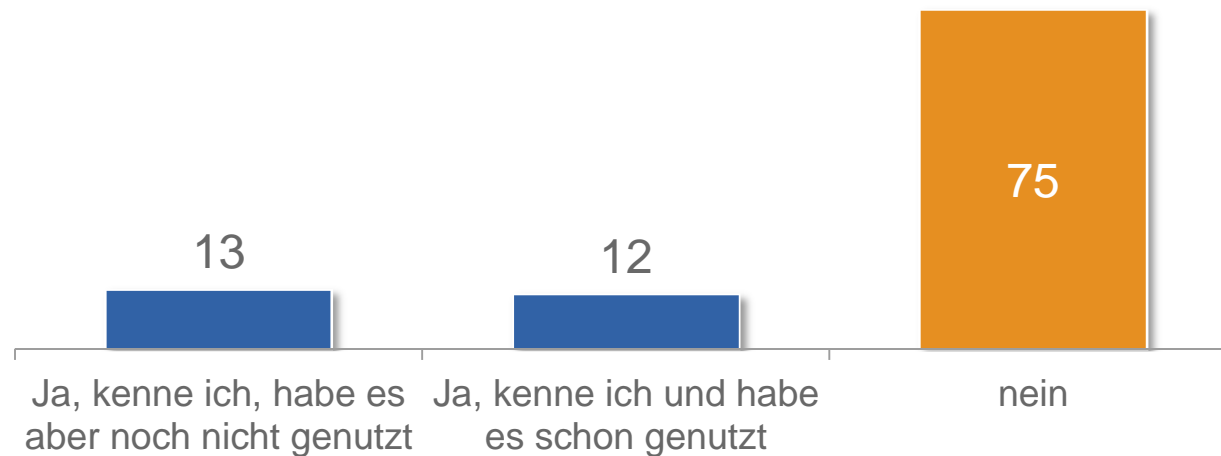


16.i Können Sie sich vorstellen, in Zukunft auf die Zusendung der gedruckten Form zu verzichten?

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

Bekanntheit des Kundenportals der AWSH

Basis: Alle Befragten der AWSH Lauenburg, n=309, Werte in %



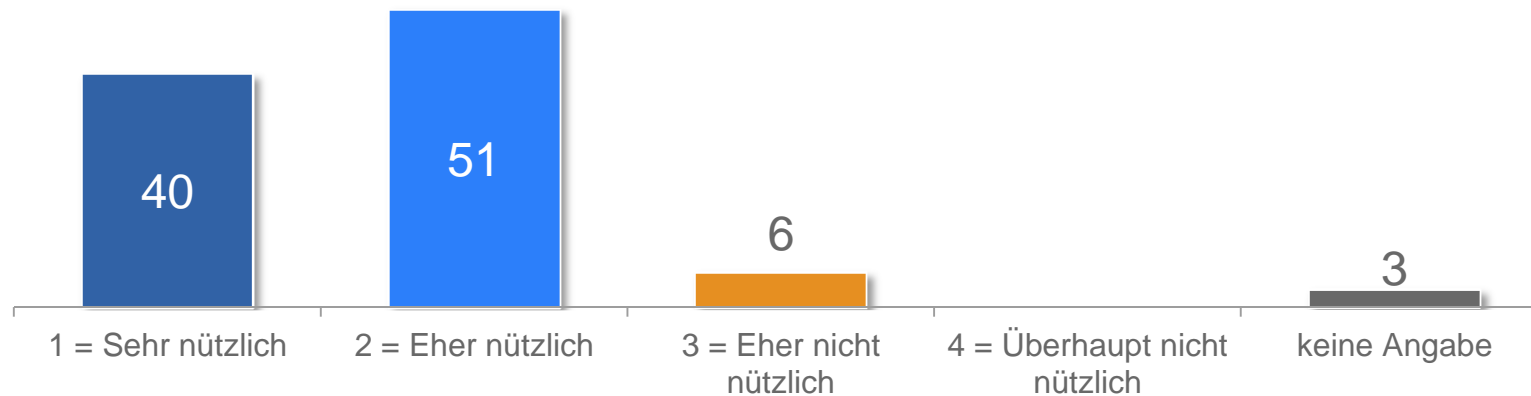
Insgesamt ist einem Viertel der Befragten das Kundenportal bekannt.

16.c Kennen Sie das Kundenportal der AWSH?

So gut wie für alle Nutzer ist das Kundenportal hilfreich.

Nützlichkeit des Kundenportals der AWSH

Basis: Nutzer des Kundenportals der AWSH Lauenburg, n=36, Werte in %



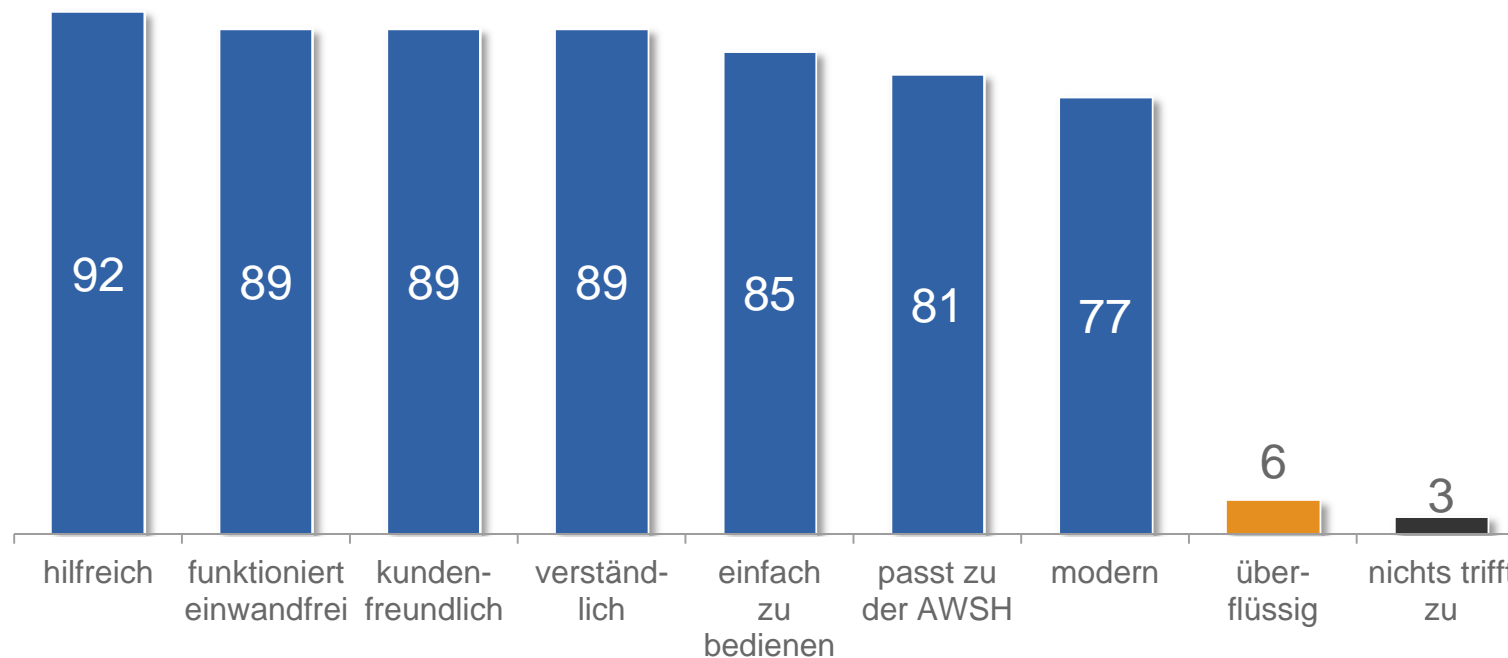
91% bewerten das Kundenportal nützlich

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 Lauenburg, n=36, Werte in %

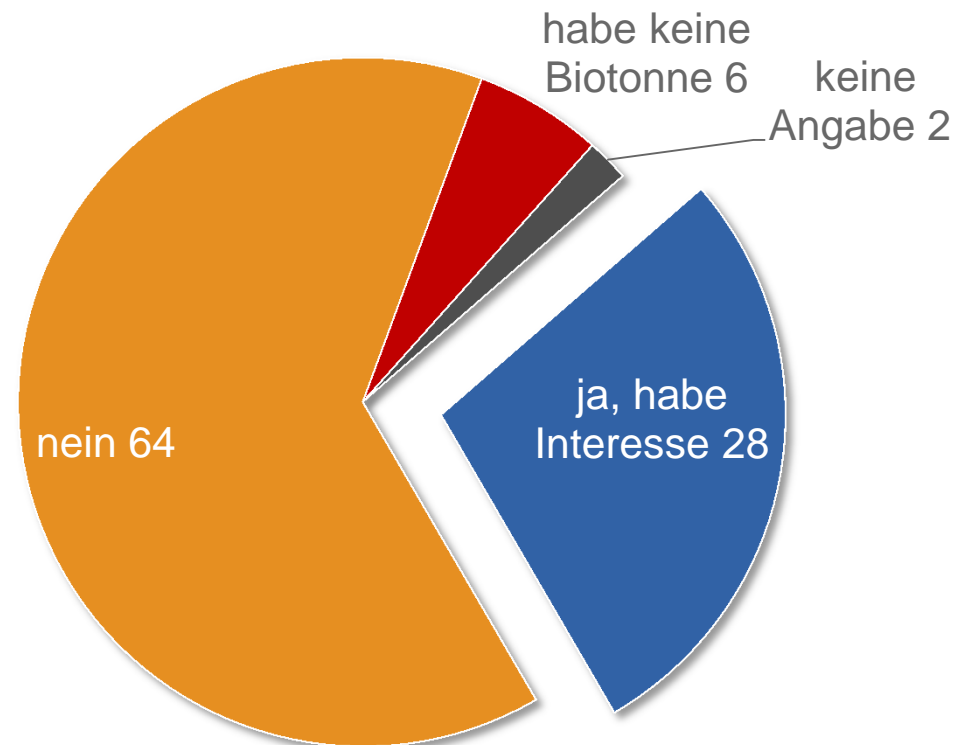


16.e Welche der folgenden Eigenschaften treffen auf das Kundenportal der AWSH zu? Das Kundenportal der AWSH ...

Mehr als ein Viertel der Befragten hat Interesse an der regelmäßigen Reinigung der Biotonne.

Interesse an der Reinigung der Biotonne

Basis: Alle Befragten der AWSH Lauenburg, n=309, Werte in %

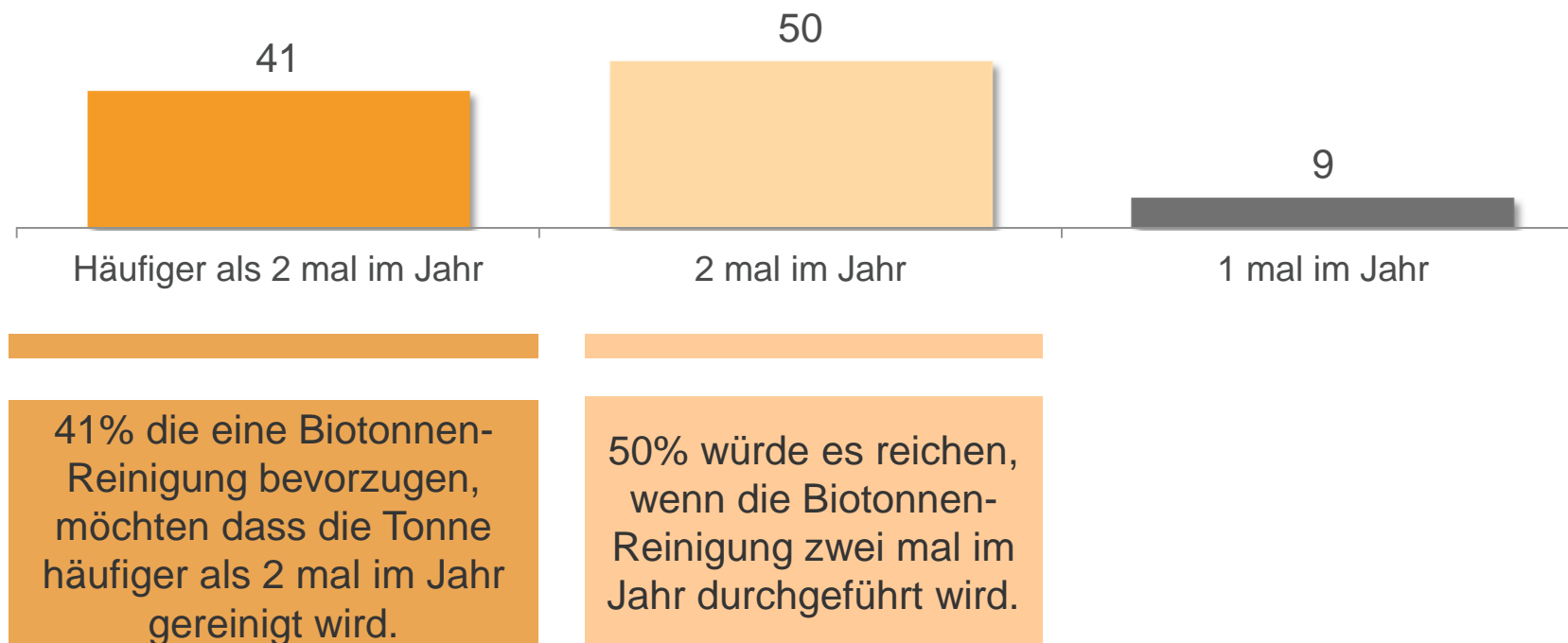


16.e Haben Sie Interesse an einer regelmäßigen Reinigung Ihrer Biotonne?

Die Hälfte der Befragten, mit Interesse an der Reinigung der Biotonne, würde die Reinigung zwei mal jährlich bevorzugen und 41% möchten eine Reinigung häufiger als zwei Mal im Jahr.

Gewünschter Reinigungsturnus der Biotonne

Basis: Befragte der AWSH Lauenburg mit Interesse an der Reinigung der Biotonne, n=86, Werte in %

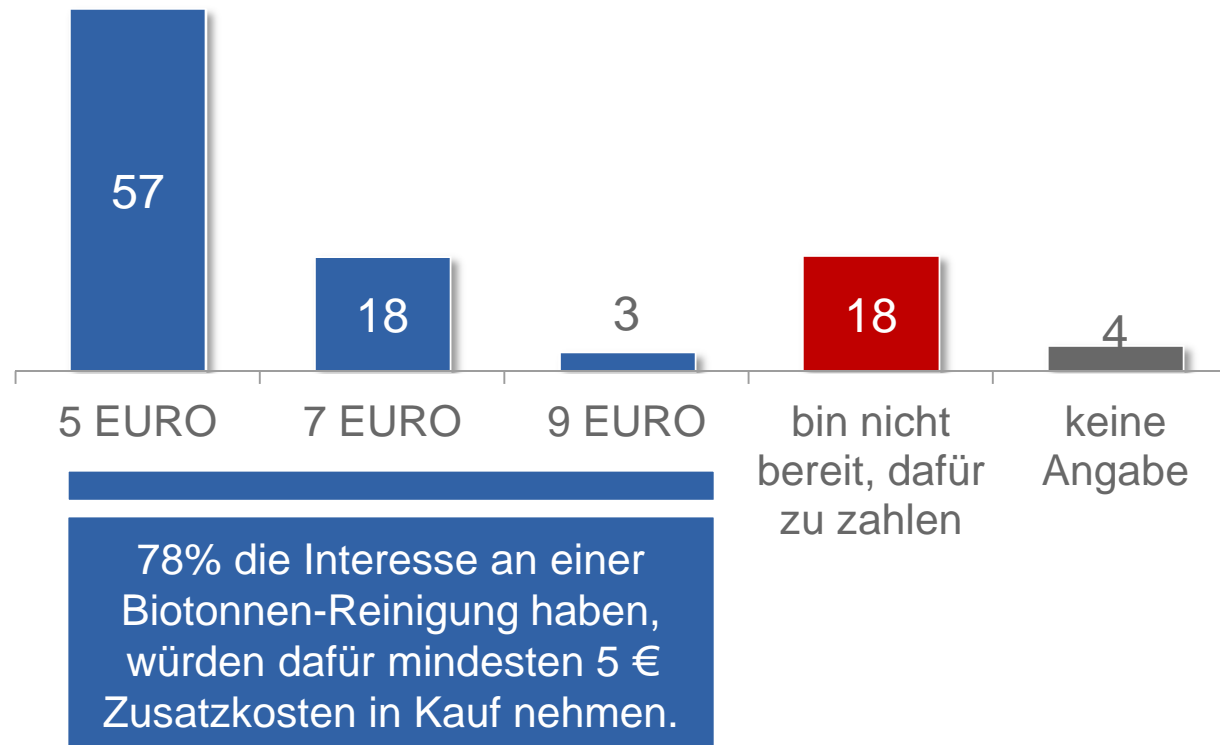


16.f Wie häufig sollte Ihrer Meinung nach die Reinigung der Biotonne erfolgen?

Mehr als jeder zweite der potenziellen Tonnenreinigungs-Nutzer ist bereit, Zusatzgebühren in Höhe von 5 Euro zu zahlen; 18% sind nicht bereit, zusätzliche Kosten dafür zu übernehmen.

Preisschwelle zusätzlicher Gebühren für die Reinigung der Biotonne

Basis: Befragte der AWSH Lauenburg mit Interesse an der Reinigung der Biotonne, n=86, 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

Es wurden wenige Verbesserungsvorschläge für die AWSH Lauenburg gemacht. Die meisten Nennungen betrafen die Themen Vorgehen bei der Abholung und die Informationspolitik.

Verbesserungsvorschläge – die häufigsten Nennungen

Basis: Alle Befragten, Werte in %

| | |
|--|-----------|
| KEINE VERBESSERUNGSVORSCHLÄGE GENANNT | 81 |
| VORGEHEN BEI DER ABHOLUNG | 5 |
| Tonnen dort abstellen, wo sie vorher standen (nicht auf Gehweg/ Fahrbahn) | 2 |
| Problemlösung bzgl. eingefrorener Tonnen/ Container/ Tonnentleerung im Winter | 2 |
| vollständige Abholung/ Entleerung/ nichts zurücklassen (heruntergefallenen/ heruntergedrückter Müll) | 1 |
| ABHOLTURNS/ -ZEITPUNKT | 2 |
| zuverlässige/ pünktliche Abholung (auch bei schlechter Witterung/ Schnee) | 1 |
| bei (witterungsbedingt) nicht erfolgter Abholung Ersatztermin stellen | 1 |
| INFORMATIONEN | 6 |
| (frühzeitige) Infos zu (witterungsbedingten) Terminänderungen/ bei Nichtabholung (auch online) | 2 |
| Müll-App (wieder) einführen/ verbessern (funktioniert nicht zuverlässig) | 2 |
| bessere/ übersichtlichere Gestaltung des Abfuhrkalenders (nach Straßen getrennt/ Farbgestaltung/ zweiseitig) | 1 |
| mehr/ bessere Infos im Internet/ Kundenportal erweitern (Newsletter/ pdf-Download/ Online-Abfuhrkalender) | 1 |
| Abfallfibel/ Infoheft früher/ zuverlässig zusenden | 1 |
| VERANSTALTUNGEN/ AKTIONEN/ ENGAGEMENT | 1 |
| Müllsammelaktionen im Ort/ in der Natur/ Aktion saubere Umwelt | 1 |
| (mehr) Engagement/ Aktionen für Kinder (Umweltbildung/ an Schulen) | 1 |
| GELBE SÄCKE/ TONNE/ PLASTIKMÜLL | 2 |
| stabilere/ reißfeste gelbe Säcke/ Tüten | 1 |
| gelbe Tonne/ Wertstofftonne einführen (statt gelber Sack) | 1 |
| BIOMÜLL | 1 |
| Biotonne gründlicher/ vollständig entleeren | 1 |
| SPERRMÜLL | 1 |
| schnellere/ kurzfristigere Terminfestlegung/ kürzere Wartezeiten bei Sperrmüllentsorgung | 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

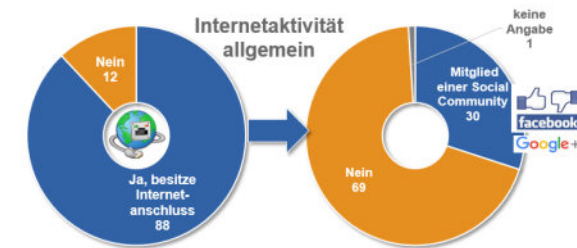
- Recyclinghöfe werden von der großen Mehrheit der Befragten mindestens einmal im Jahr genutzt. Die Befragten sind mit den genutzten Wertstoffhöfen zufrieden. So gut wie alle Befragten würden den von Ihnen genutzten Recyclinghof auch weiterempfehlen; besonders hoch liegt die Weiterempfehlungsbereitschaft 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