

Abfallwirtschaft  
Schleswig-Flensburg



# Ergebnisse der Kundenbefragung Kreis Schleswig-Flensburg 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

# 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

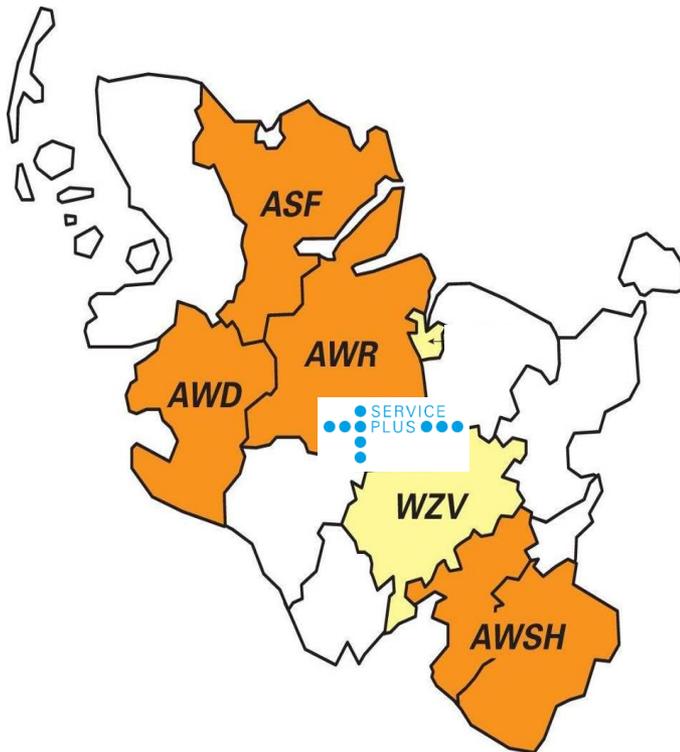
- Die Abfallwirtschaftsgesellschaften der Kreise Schleswig-Flensburg, Rendsburg-Eckernförde, Dithmarschen, Stormarn und Herzogtum Lauenburg sowie der WZV führen bereits seit 2006/2007 telefonische Umfragen zur Kundenzufriedenheit durch.

## 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?



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)

**Fazit: Die Erhebungszeiten sind zufallsgesteuert.**

# Index

## 1. Hintergrund und Zielsetzung

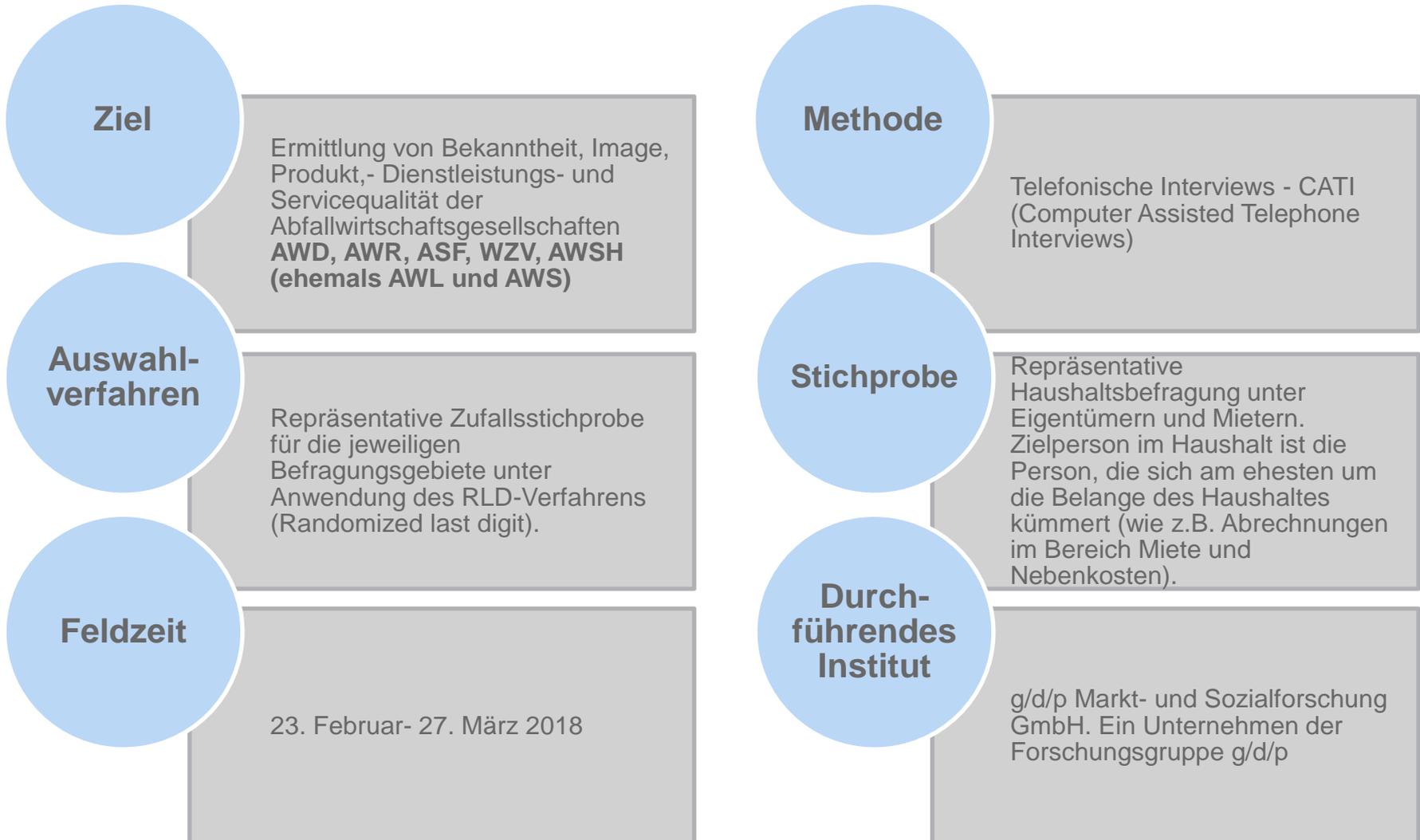
## 2. Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

## 3. Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

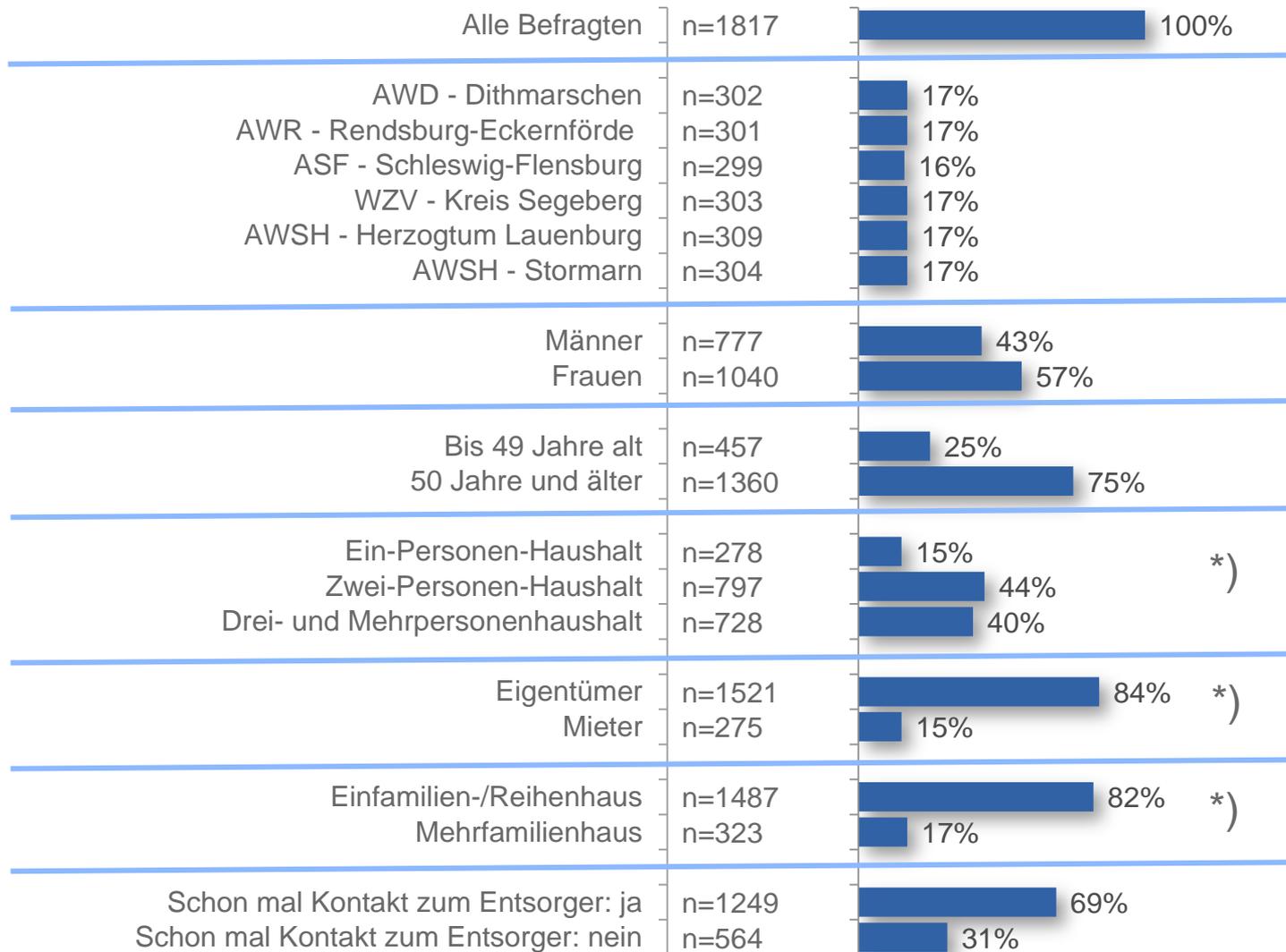
- a. Bekanntheit der Unternehmen
- b. Image und Globalzufriedenheit
- c. Dienstleistungen – Bekanntheit, Nutzung und Zufriedenheit
- d. Weitere gewünschte Dienstleistungen und Preisbereitschaft
- e. Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit
- f. Kontakt zum eigenen Entsorger
-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

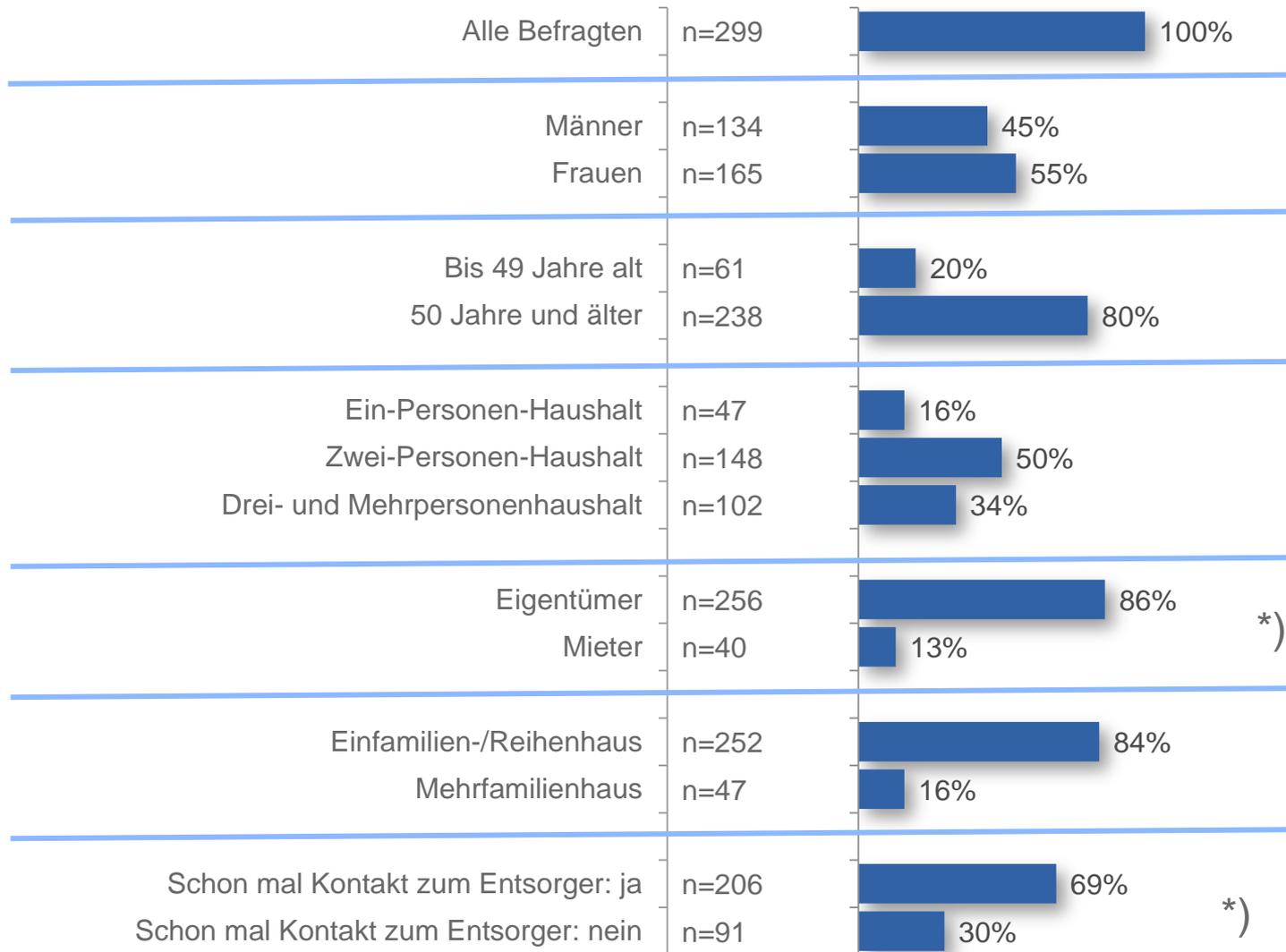


# Stichprobenstruktur



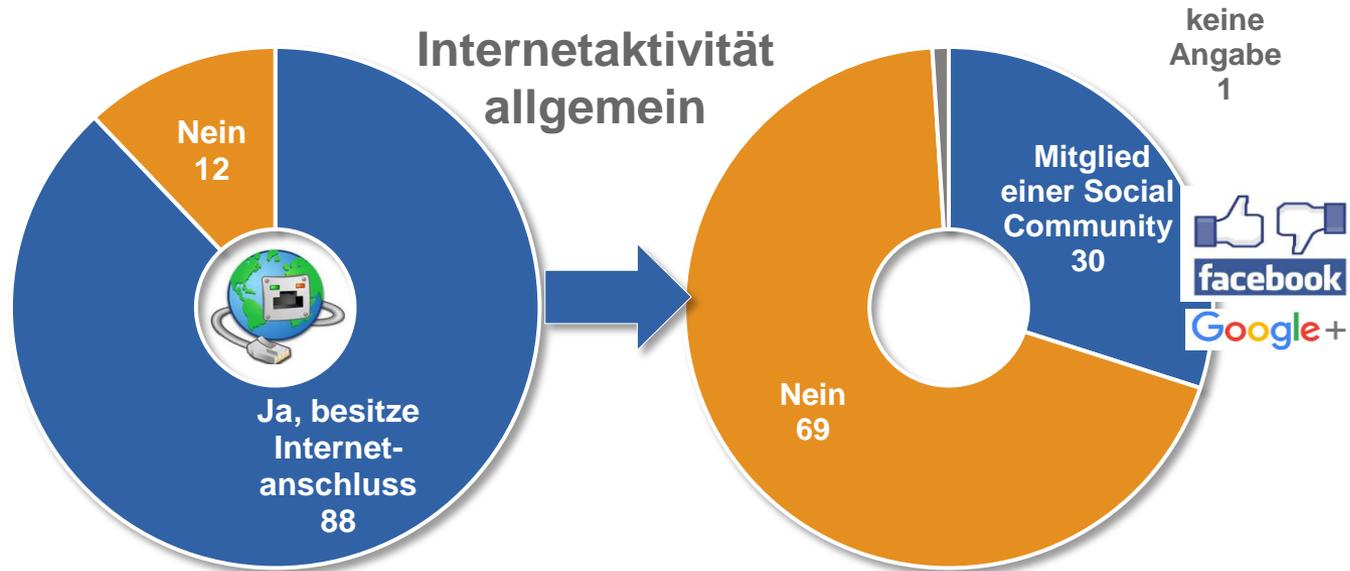


# Stichprobenstruktur



88% der Befragten besitzen einen Internetanschluss und 30% davon sind Mitglied in einer Social Community.

## Internetanschluss und Mitgliedschaft in einer Social Community



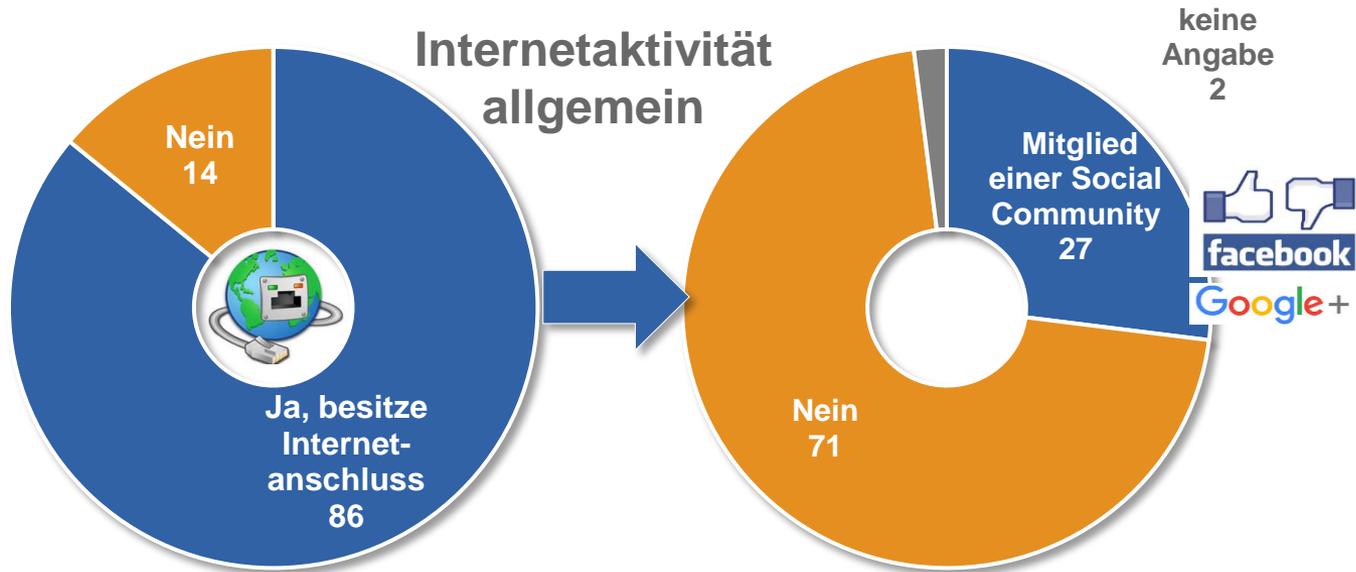
Stat5a. Besitzen Sie einen Internetanschluss?

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



86% der befragten ASF-Kunden besitzen einen Internetanschluss und 27% 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

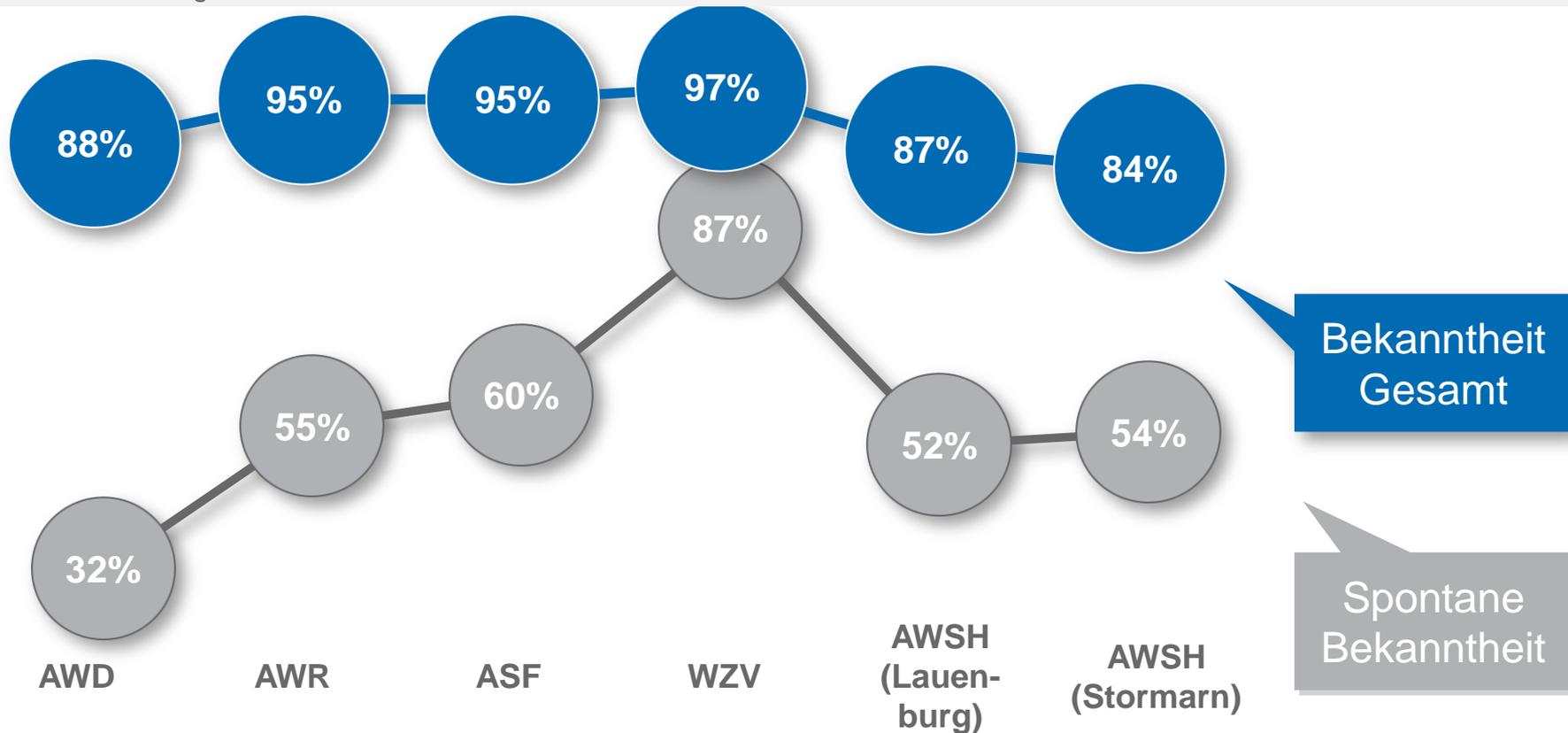
- a. Bekanntheit der Unternehmen
- b. Image und Globalzufriedenheit
- c. Dienstleistungen – Bekanntheit, Nutzung und Zufriedenheit
- d. Weitere gewünschte Dienstleistungen und Preisbereitschaft
- e. Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit
- f. Kontakt zum eigenen Entsorger
-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

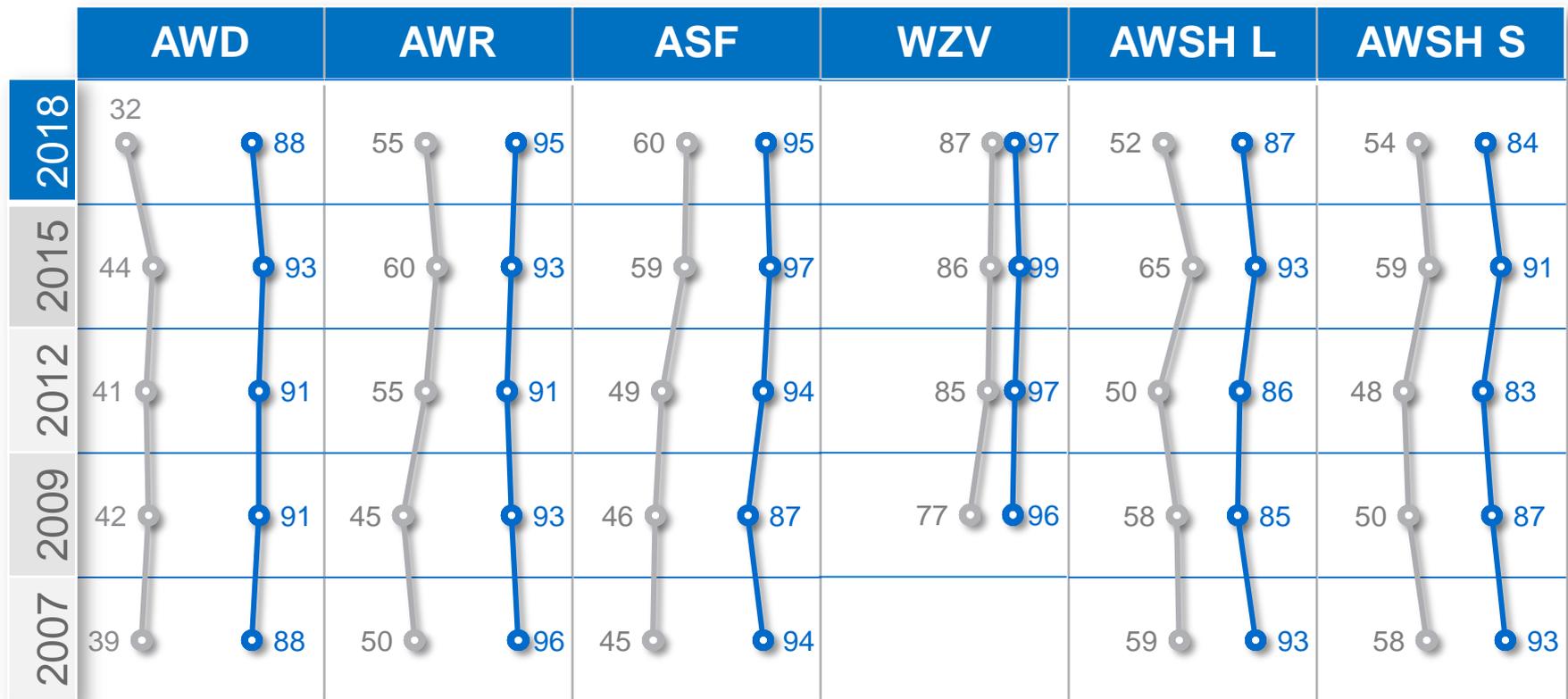
2.2 Kennen Sie den folgenden Entsorger zumindest dem Namen nach? Falls Entsorger nicht genannt lt. F2.1

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 ASF ist REMONDIS das am häufigsten genannte Entsorgungsunternehmen.

## Bekanntheit Entsorgungsunternehmen – weiterhin genannte Unternehmen

Basis: Alle Befragten, Werte in %

REMONDIS		13
Veolia Umweltservice GmbH		3
TBZ Technisches Betriebszentrum AöR		2
Stadtwerke Schleswig		1
Falschnennungen (gibt es nicht)		4
Abfallbeseitigungswirtschaft allgemein		2
sonstige Abfallbeseitigung/ Recyclinghöfe		1

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 (alle Unternehmen)

- **Die Befragten sind mit allen Abfallwirtschaften zufrieden. Besonders zufrieden sind die Kunden der AWR und der ASF.**
- Mit der AWR sind die Befragten aktuell im Vergleich zu 2015 insgesamt signifikant zufriedener.
- Die teilnehmenden Abfallwirtschaften haben einen Index von 77 und liegen damit leicht unter dem externen Benchmark\*).



\*) Zweckverband Abfallwirtschaft  
Region Hannover September 2017



# Kurzfakten: Globalzufriedenheit

- **Die Befragten sind mit der ASF insgesamt sehr zufrieden. Der ASF ist es gelungen, den Index für das externe Benchmarking\*) zu erreichen.**
- Das Zufriedenheitsniveau ist auf dem gleichen Niveau wie 2015.
- 2-Personen-Haushalte, Eigentümer und Bewohner von Einfamilien-/ Reihenhäusern sind am zufriedensten mit der ASF; Bewohner von Mehrfamilienhäuser sind am wenigsten zufrieden.



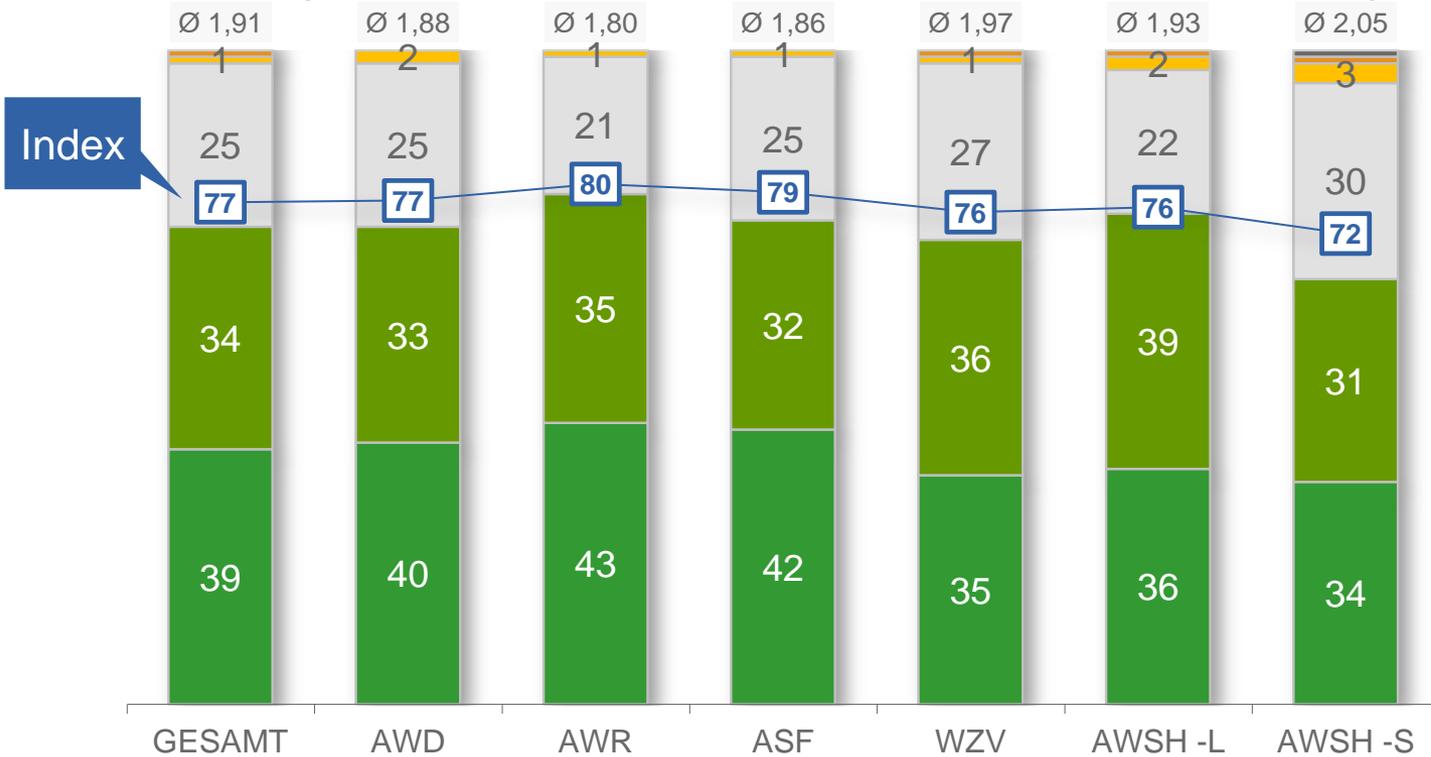
\*) Zweckverband Abfallwirtschaft  
Region Hannover September 2017

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 Benchmarking

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



\*) 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?

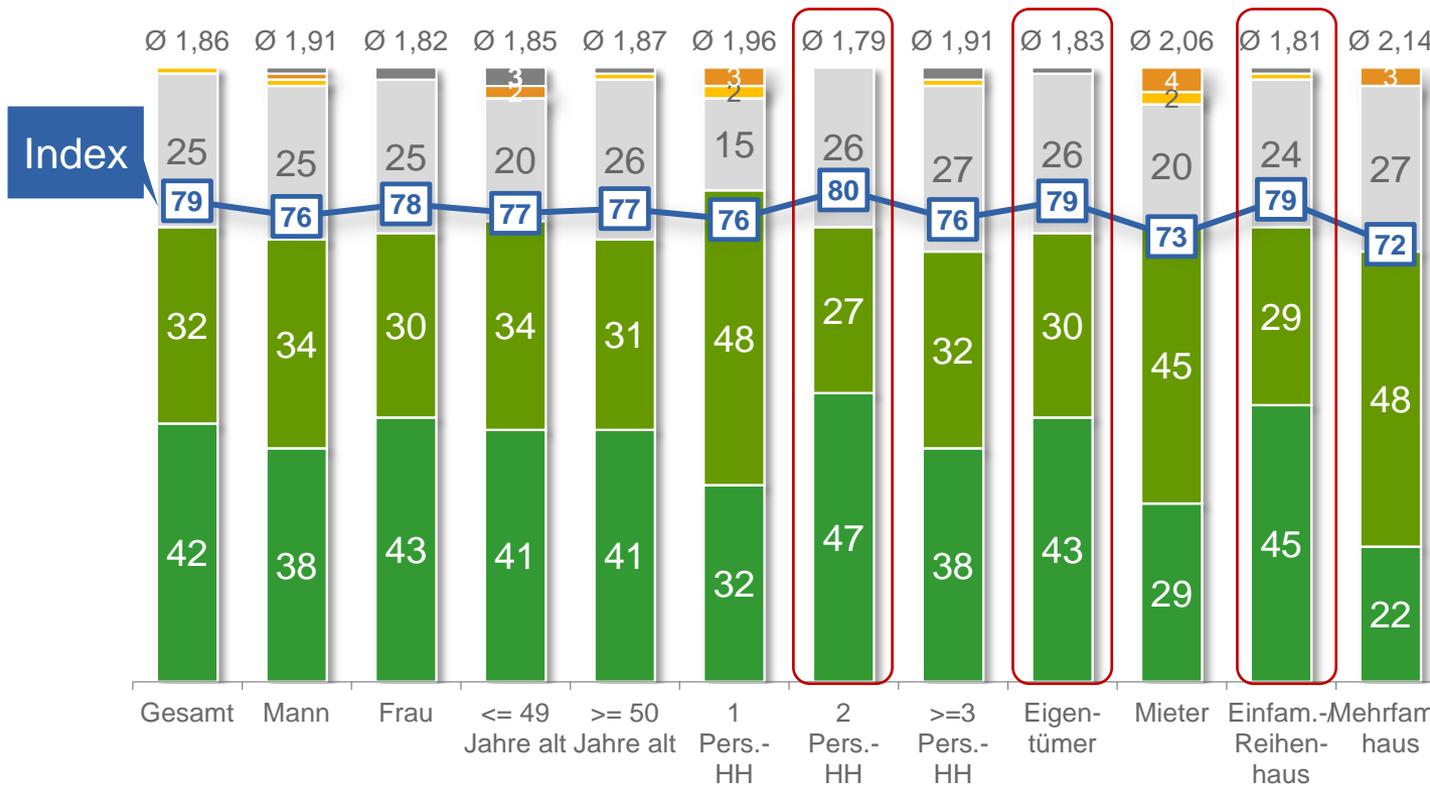


# Am zufriedensten mit der ASF sind 2-Personen-Haushalte, Eigentümer und Bewohner von Einfamilien-/ Reihenhäusern.

## 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

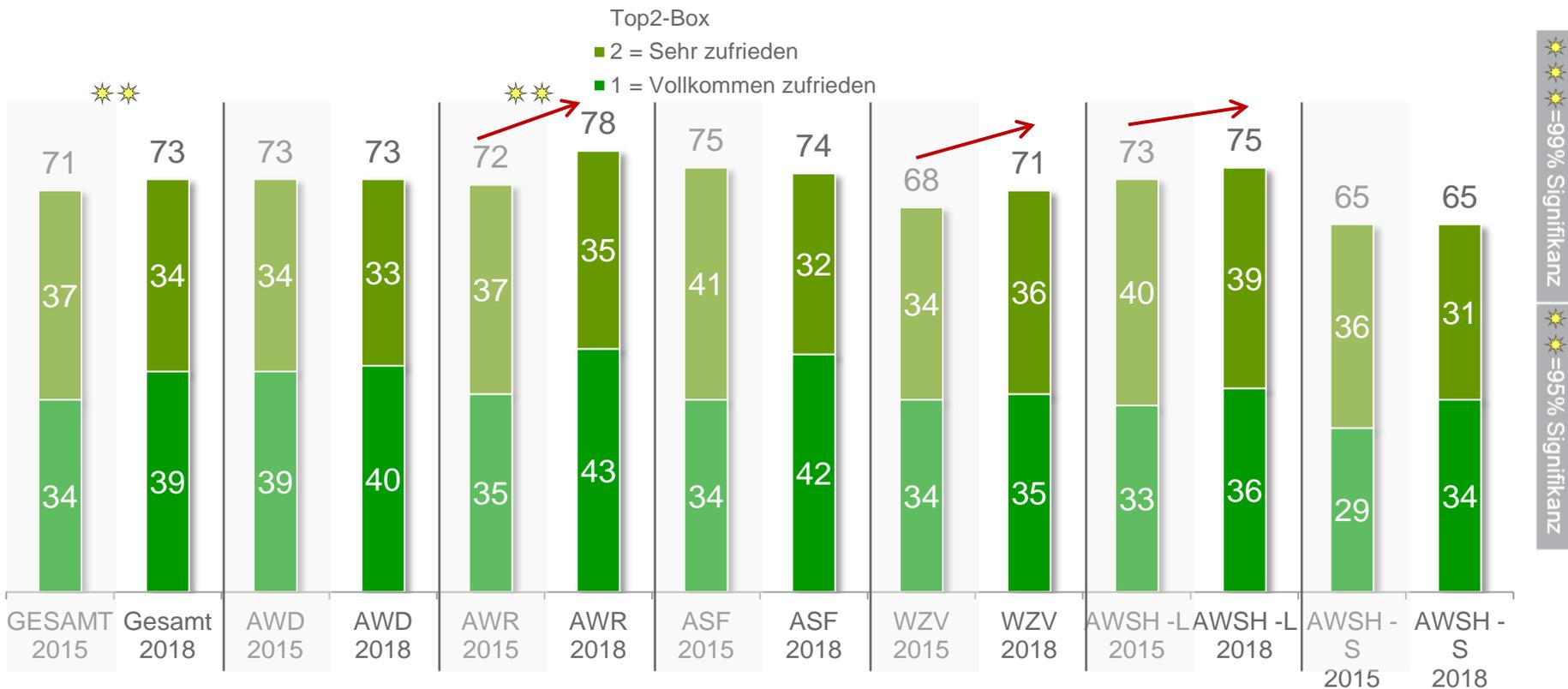
\*) Zweckverband Abfallwirtschaft Region Hannover September 2017

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 (alle Unternehmen)

- Die teilnehmenden Unternehmen sind relevant für die Region, zuverlässig, seriös, vertrauenswürdig, kompetent und sympathisch.
- Die Kundenorientierung ist signifikant gestiegen und das Preisniveau wird aktuell signifikant besser als in 2015 bewertet.
- Signifikant weniger gut als 2015 werden die Zuverlässigkeit, Kompetenz und die Modernität/Fortschrittlichkeit aktuell empfunden.
- Eigentümer bewerten die Entsorgungsunternehmen aktuell preiswerter, jedoch auch weniger kompetent und weniger modern und fortschrittlich.





## Kurzfakten: Image

- Die Kunden der ASF sehen eine positive Entwicklung des Unternehmens. Insbesondere die Kundenorientierung wird signifikant besser als 2015 beurteilt.
- Im Vergleich mit den anderen Entsorgungsunternehmen wird deutlich, dass die ASF die Bestnoten für die Vertrauenswürdigkeit, die Sympathie, die Kundenorientierung, die Umweltfreundlichkeit und Nachhaltigkeit erhalten hat.
- Frauen und Ältere beurteilen die ASF in den Imagemerkmale insgesamt positiver.

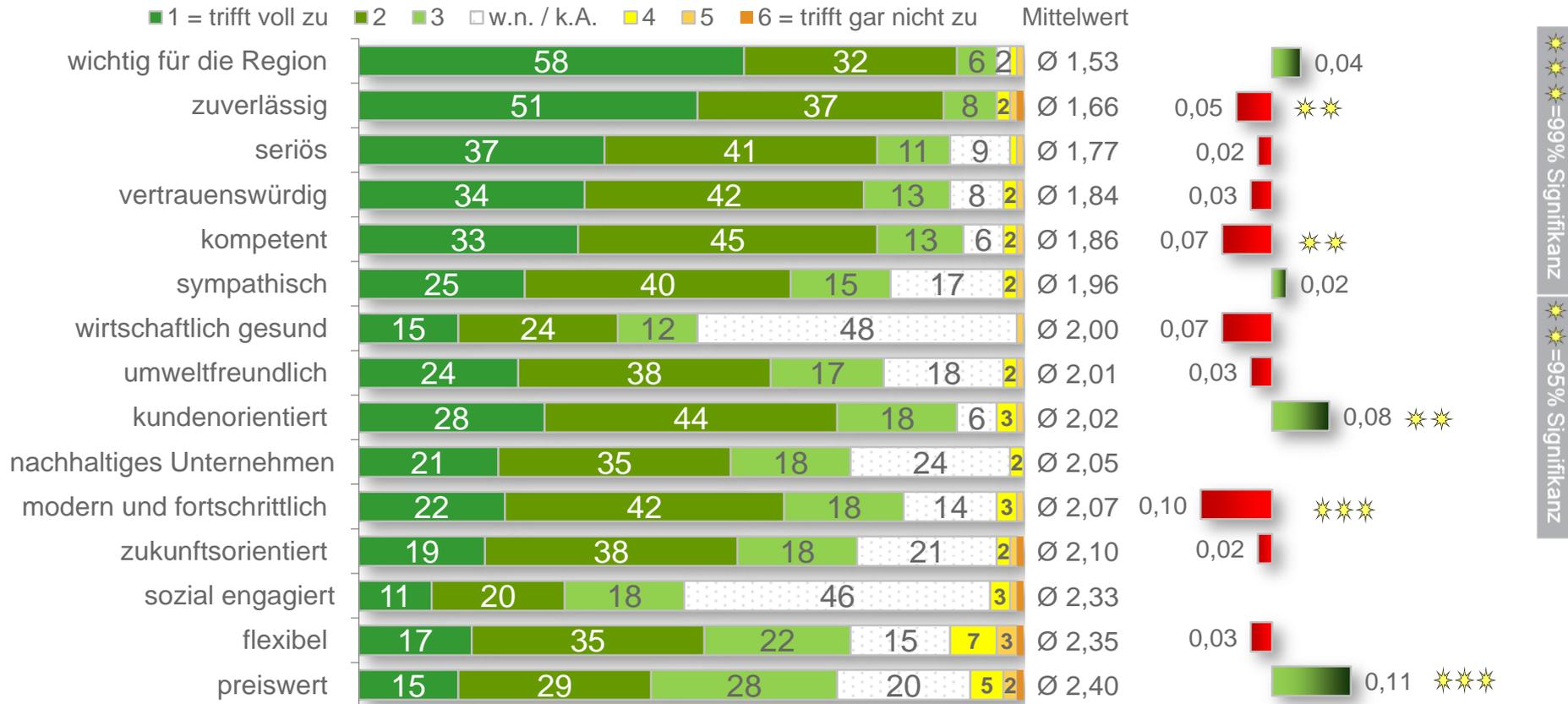


Die Unternehmen sind nach Meinung der Befragten vorrangig wichtig für die Region, zuverlässig und seriös. Im Vergleich zu 2015 wird das Preisniveau und die Kundenorientierung signifikant besser, die Zuverlässigkeit, Kompetenz und Fortschrittlichkeit schlechter bewertet.

### Image gesamt – alle Entsorger

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

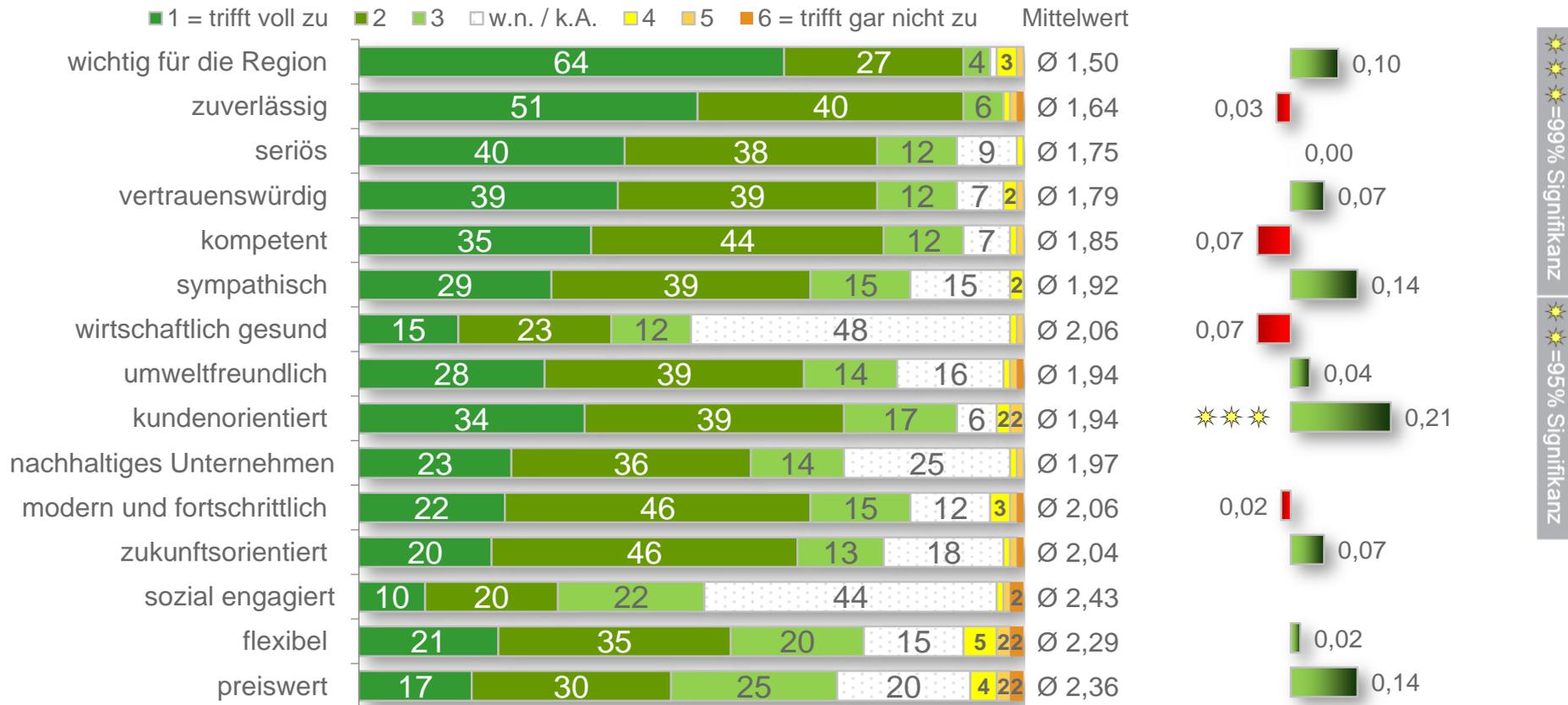


Die ASF hat sich nach Meinung der Befragten seit 2015 positiv entwickelt. Sie wird heute signifikant kundenorientierter gesehen. Deutlich positiver werden auch die Relevanz für die Region, die Sympathie und der Preis empfunden.

### 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

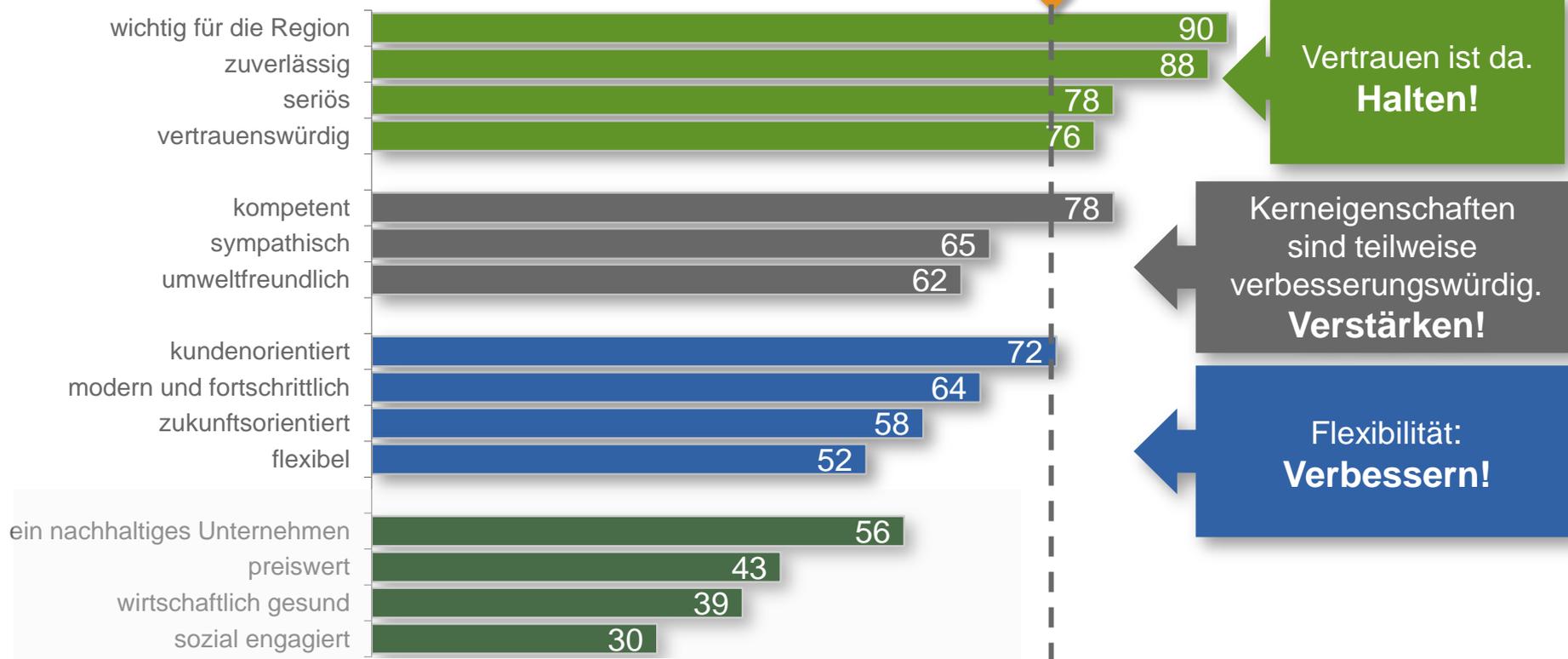
 : Zuverlässig, wichtig für die Region, seriös, vertrauenswürdig, kompetent, kundenorientiert.

 : Sympathisch, umweltfreundlich, modern, flexibel, zukunftsorientiert.

### Image gesamt – alle Entsorger Top2-Box

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

Ø71 = durchschnittlicher Wert / 2015: Ø74  
(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



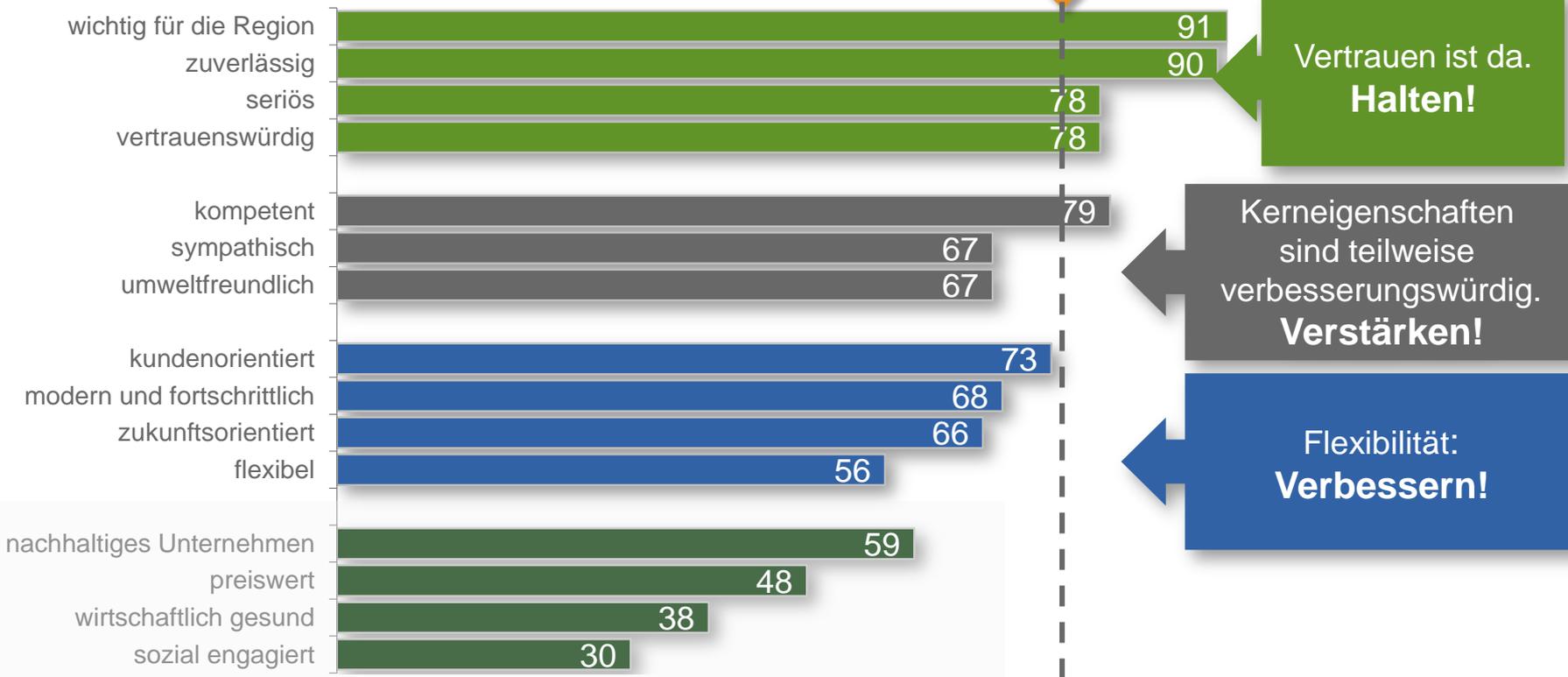
 : Wichtig für die Region, zuverlässig, seriös, vertrauenswürdig, kompetent, kundenorientiert.

 : Sympathisch, umweltfreundlich, modern, flexibel, zukunftsorientiert.

### Image gesamt – Top2-Box

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

Ø74 = durchschnittlicher Wert / 2015: Ø73  
(ohne preiswert, nachhaltig, wirtschaftlich gesund und sozial engagiert)



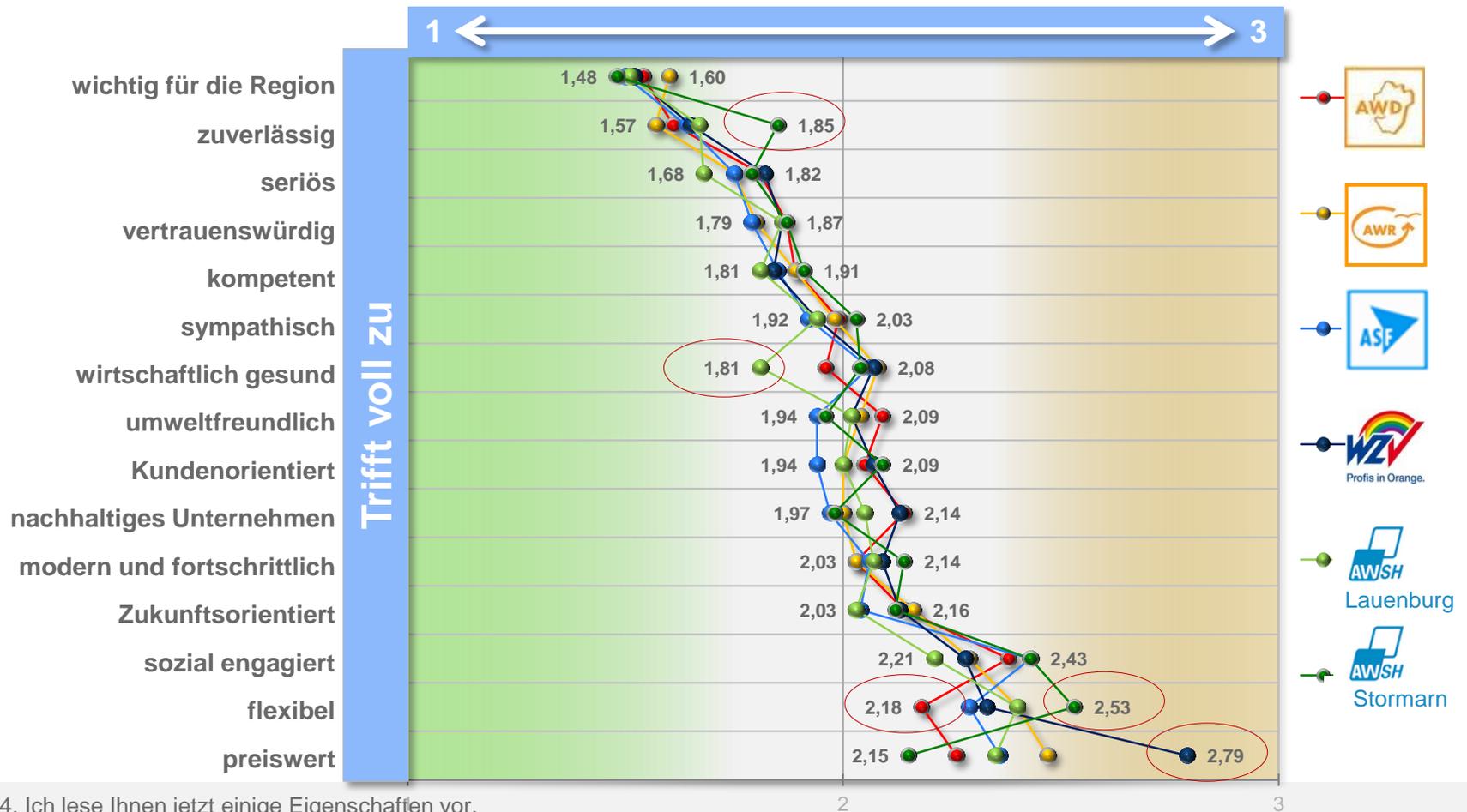
4. Ich lese Ihnen jetzt einige Eigenschaften vor. Bitte sagen Sie mir, wie sehr diese Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zutreffen. Filter: Falls jeweiliger Entsorger bekannt

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

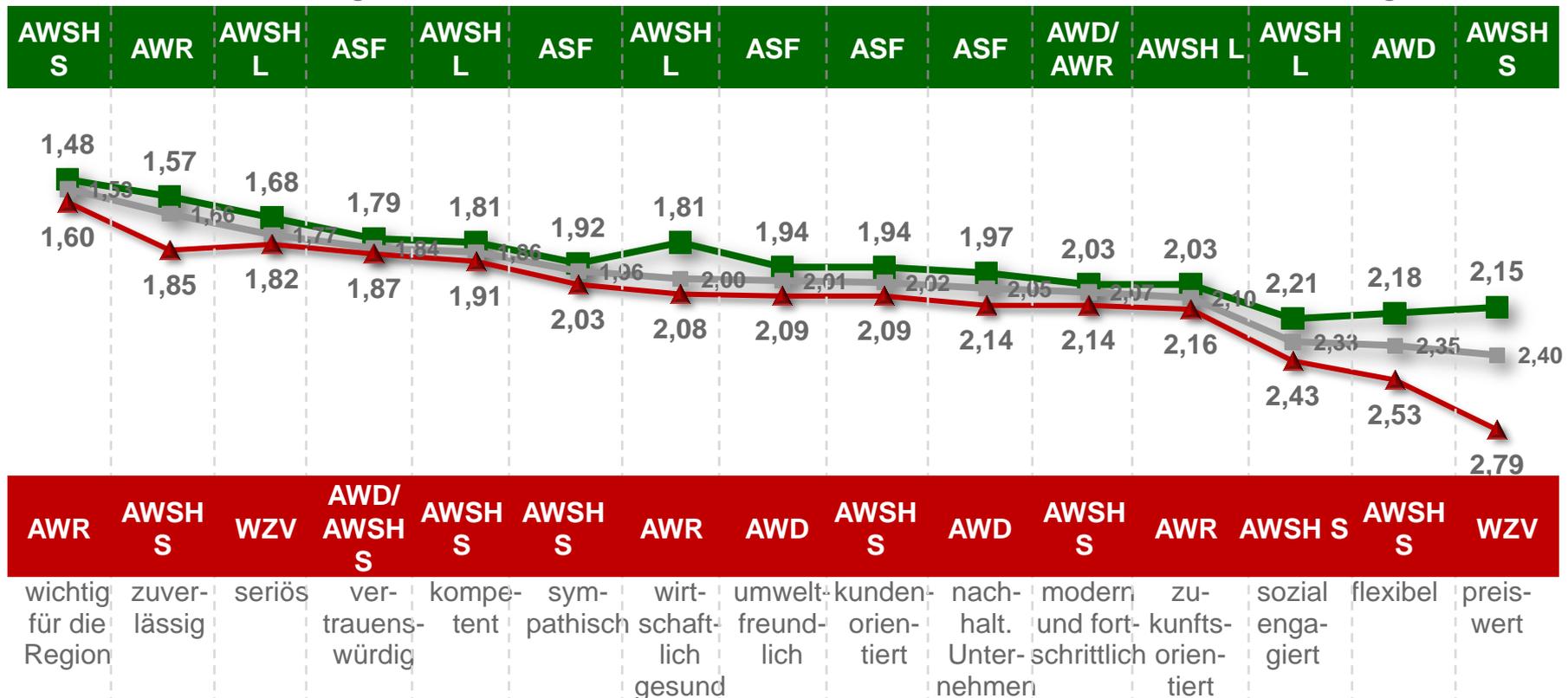
Im Vergleich erhalten die ASF und die AWSH L die meisten besten Bewertungen. Nach wie vor sollte der WZV dringend das Preisniveau optimieren. Die AWSH S erhält am häufigsten den negativsten Wert.

### 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

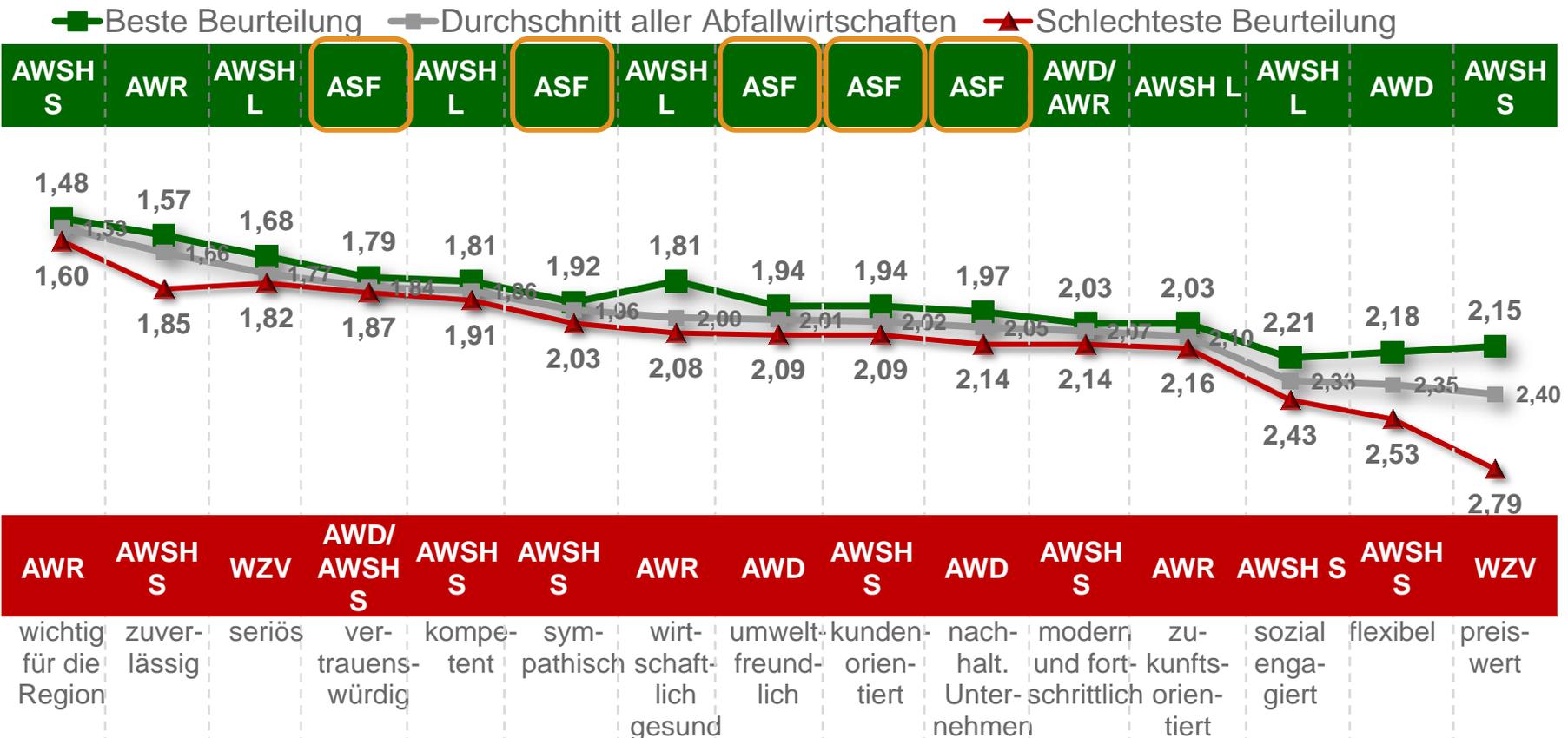


Die ASF erhält die besten Werte für die Vertrauenswürdigkeit, die Sympathie, die Kundenorientierung, die Umweltfreundlichkeit und die Nachhaltigkeit.

### 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



4. Ich lese Ihnen jetzt einige Eigenschaften vor.

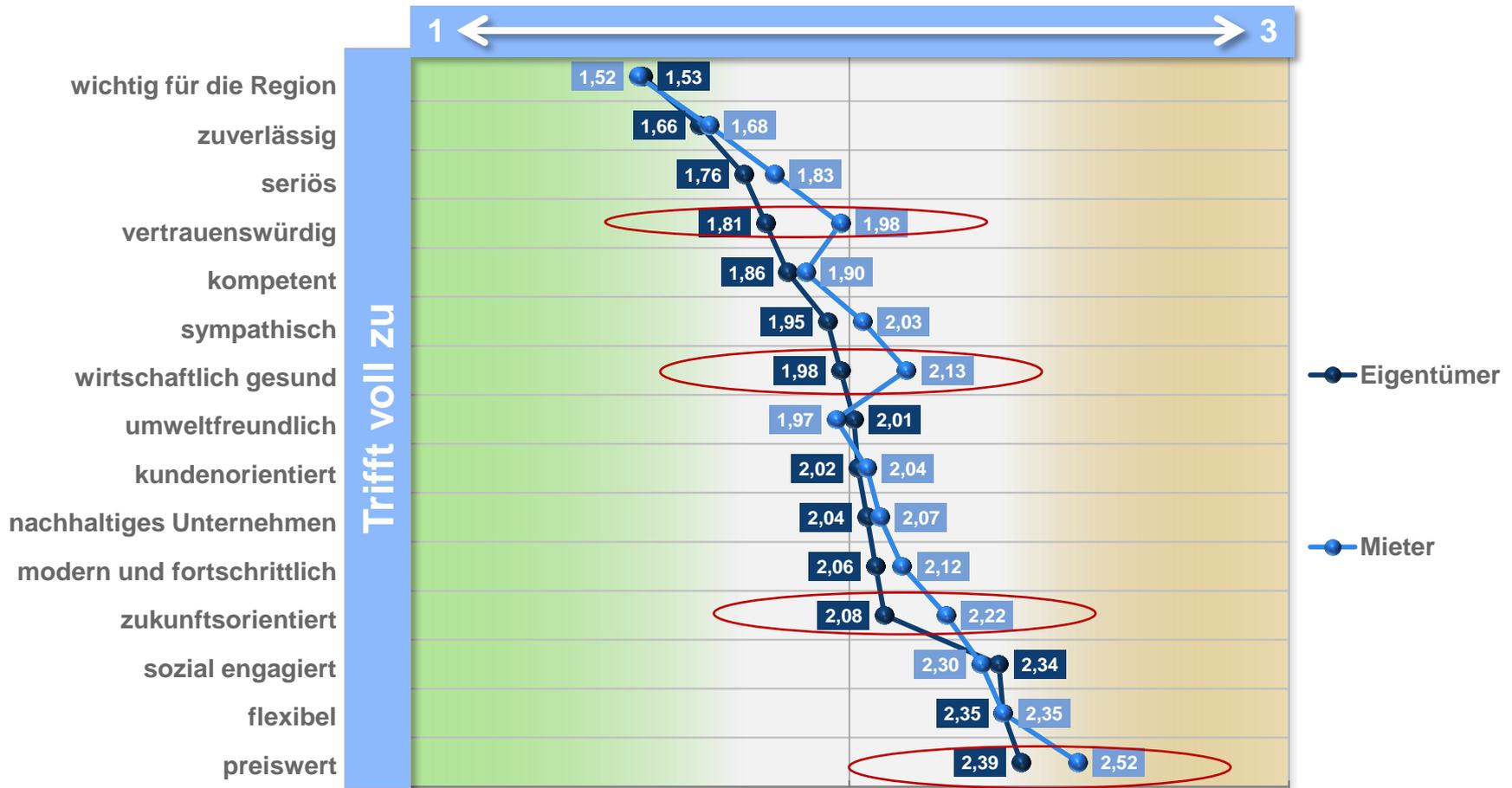
Bitte sagen Sie mir, wie sehr diese Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zutreffen. Filter: Falls jeweiliger Entsorger bekannt

Im Vergleich zu den Mietern empfinden die Eigentümer die Entsorgungsunternehmen als deutlich vertrauenswürdiger, wirtschaftlich gesünder, zukunftsorientierter und preiswerter.

**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

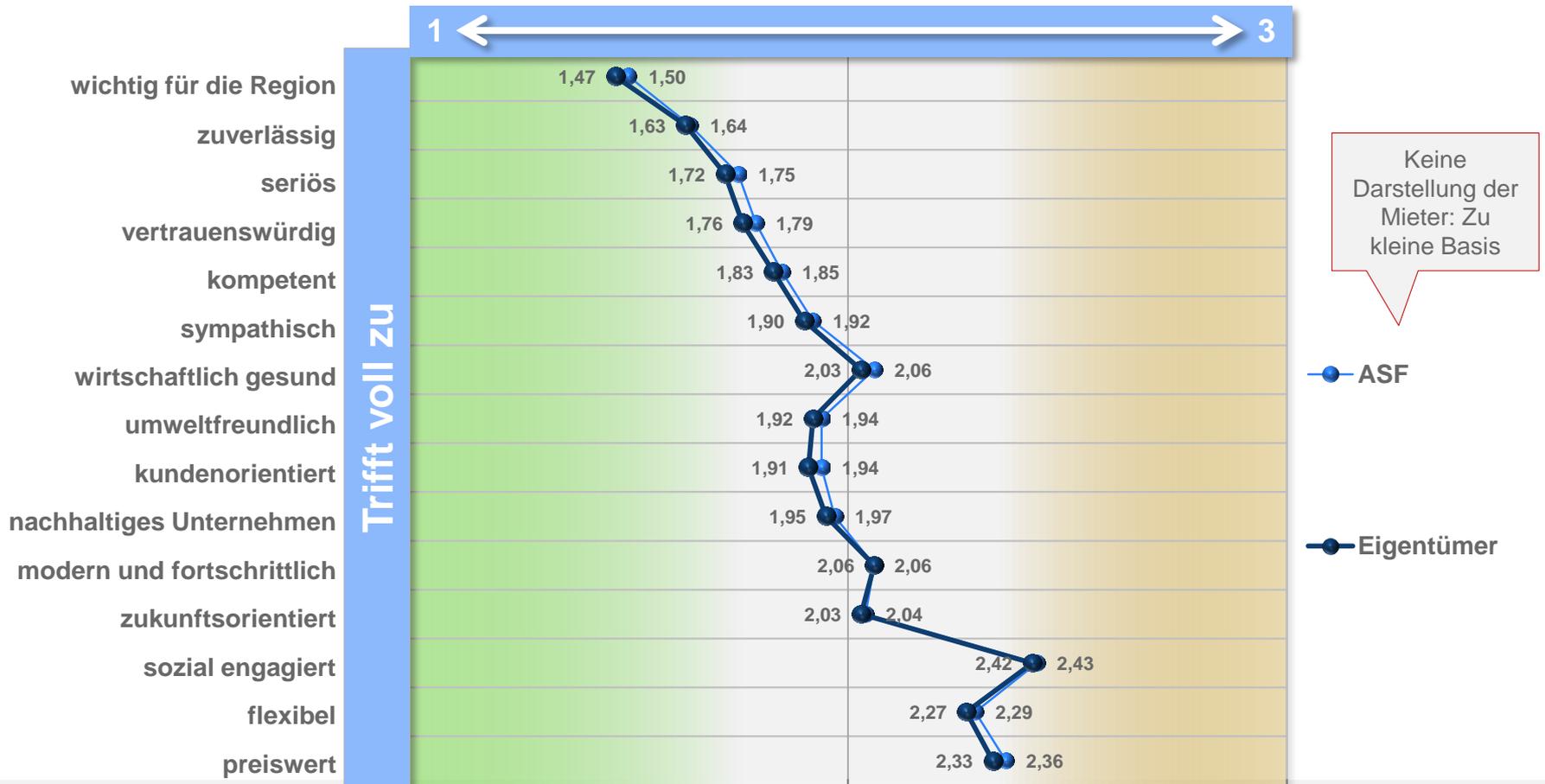


# Die Eigentümer unterscheiden sich nicht von der Gesamtheit der Kunden der ASF.

## 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

● ASF  
● 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

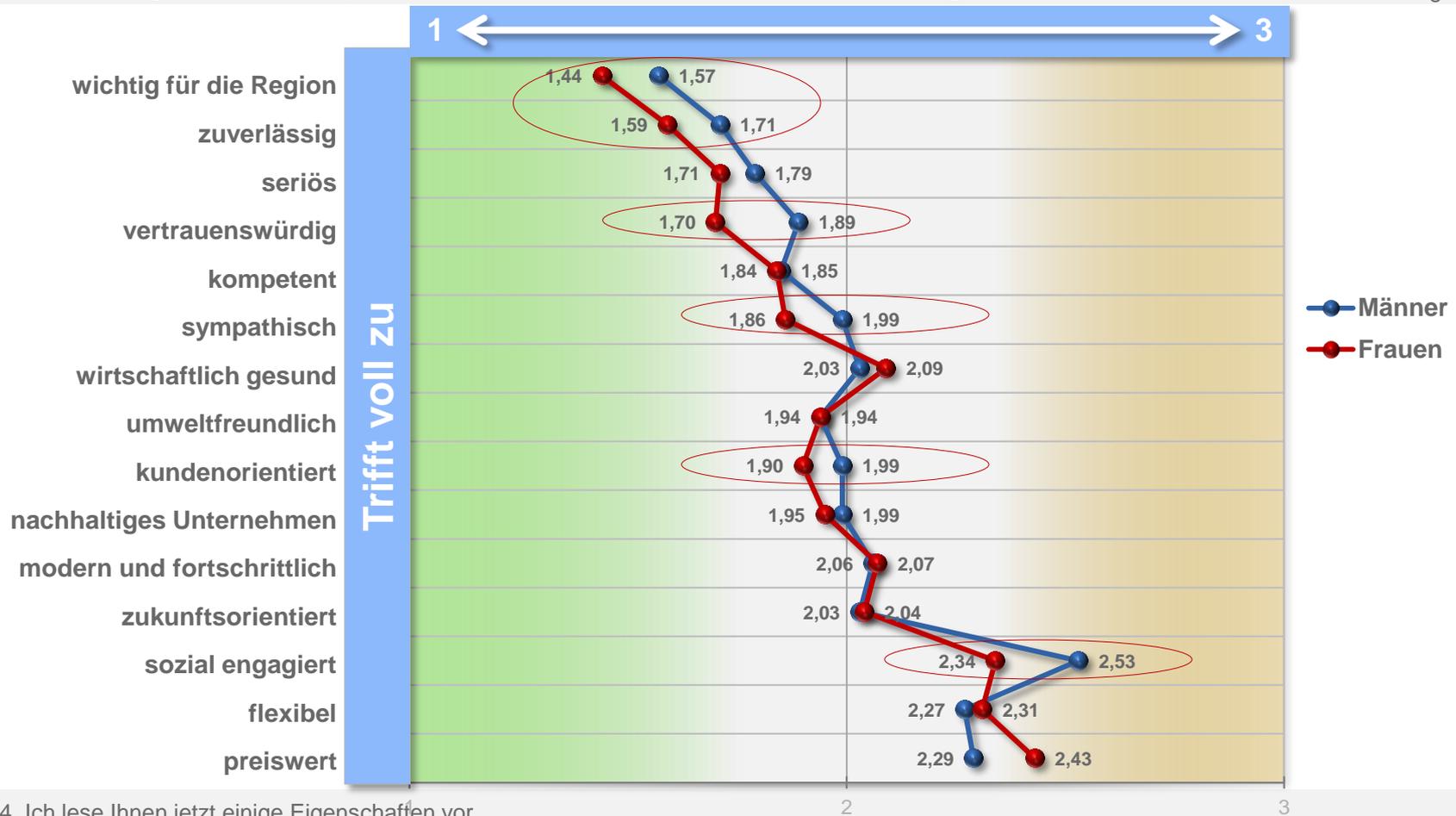


# Die Frauen bewerten die ASF als deutlich wichtiger für die Region, zuverlässiger, vertrauenswürdiger, sympathischer, kundenorientierter und sozial engagierter als die Männer.

## 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

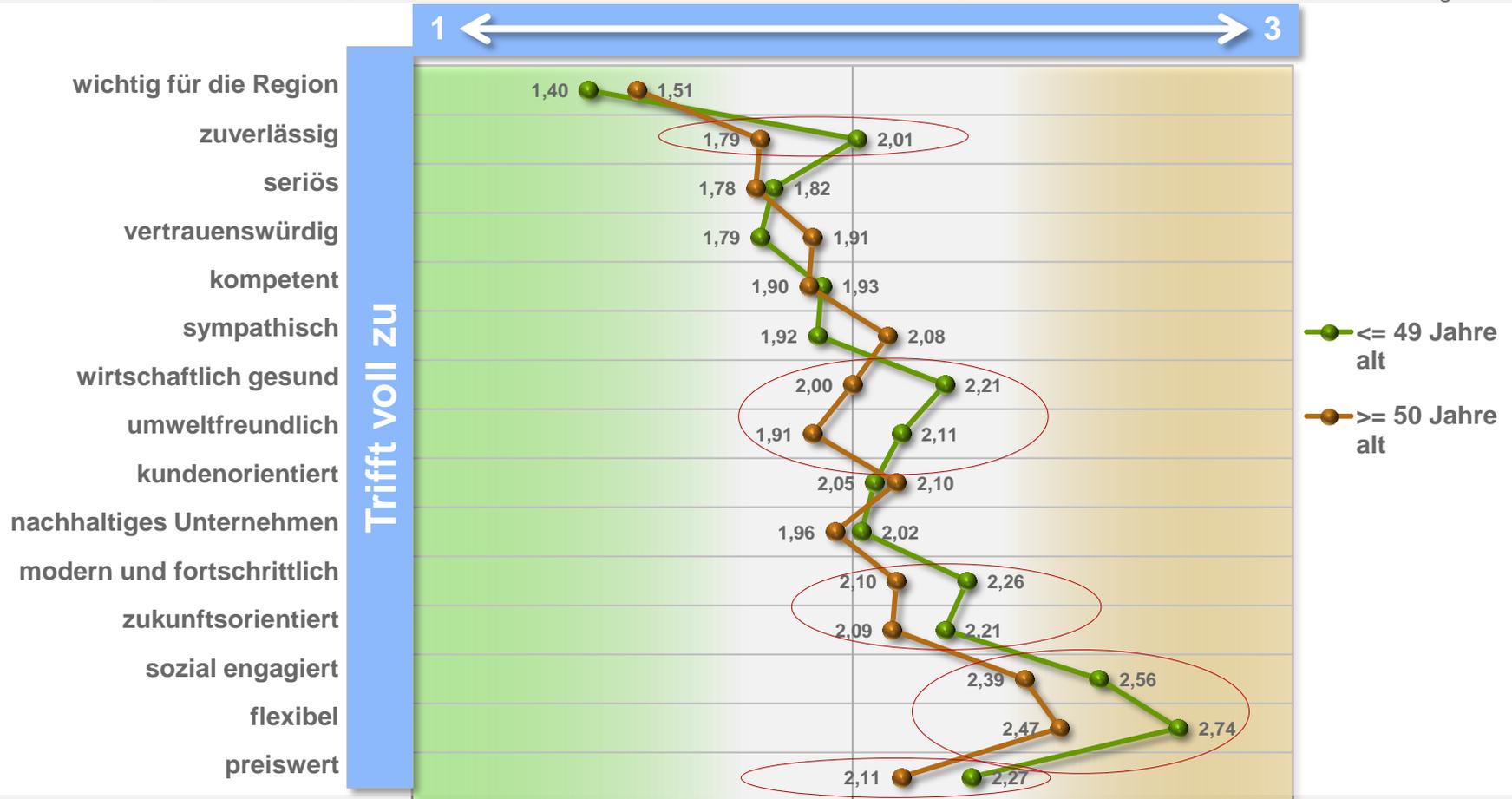


# Die Älteren beurteilen die ASF in vielen Imagemerkmale besser als die Jüngeren.

## 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

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

# 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 ASF werden immer stärker in Anspruch genommen. Die Nutzung der Abfallmanager-App liegt zur Zeit bei 17%.
- Der Mehrmüllsack Restabfall und der Sperrmüll-Express konnten die Zufriedenheitswerte von 2015 nicht erreichen.
- Die Abfallmanager-App kann die Kunden zur Zeit noch nicht ganz überzeugen.

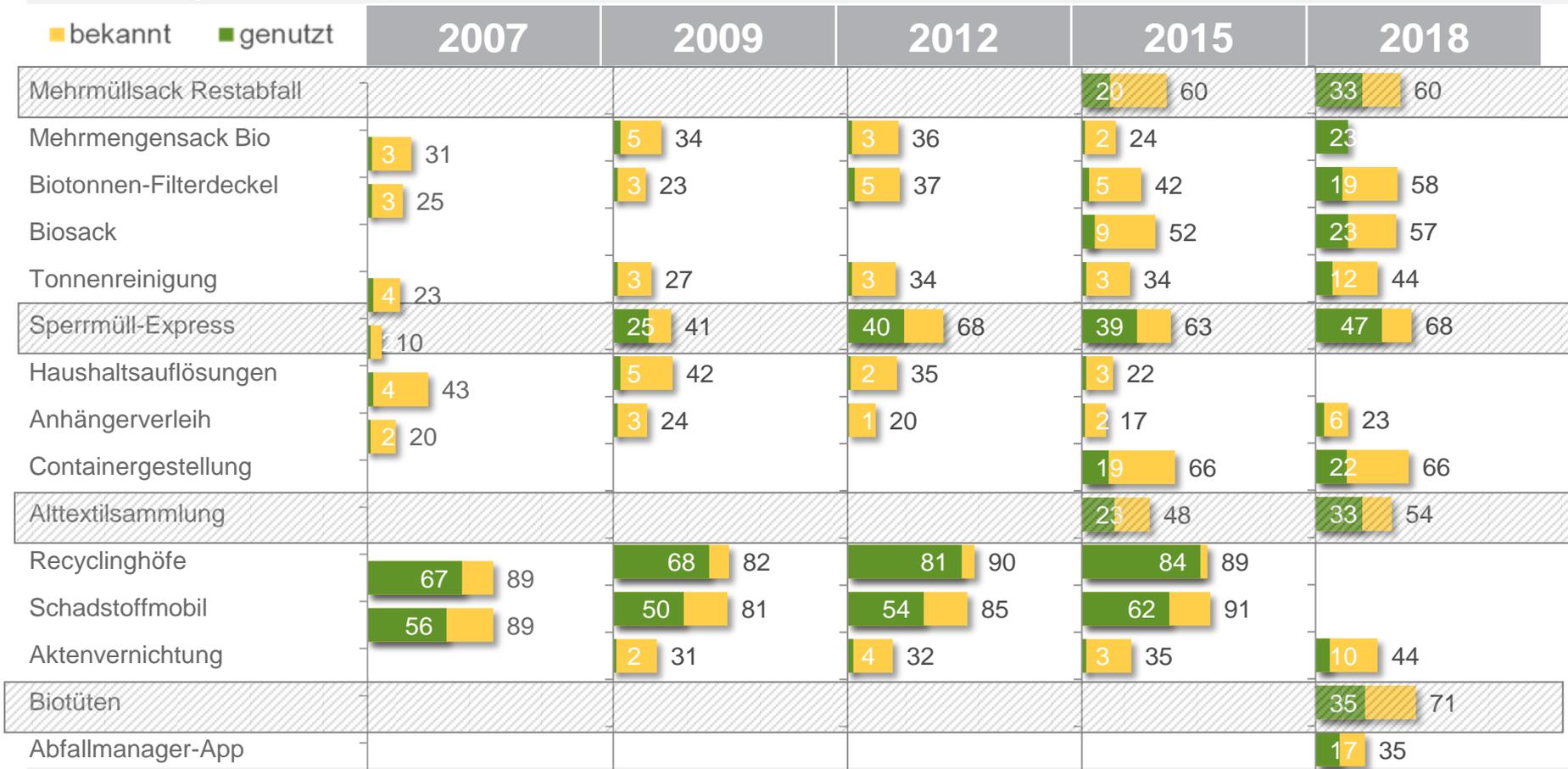




Jeder zweite Befragte nutzt aktuell den Sperrmüll-Express und von jedem Dritten werden der Mehrmüllsack-Restabfall, die Alttextilsammlung und die Biotüten genutzt.

### Vergleich: Bekanntheit / Nutzung Dienstleistungen – ASF

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.

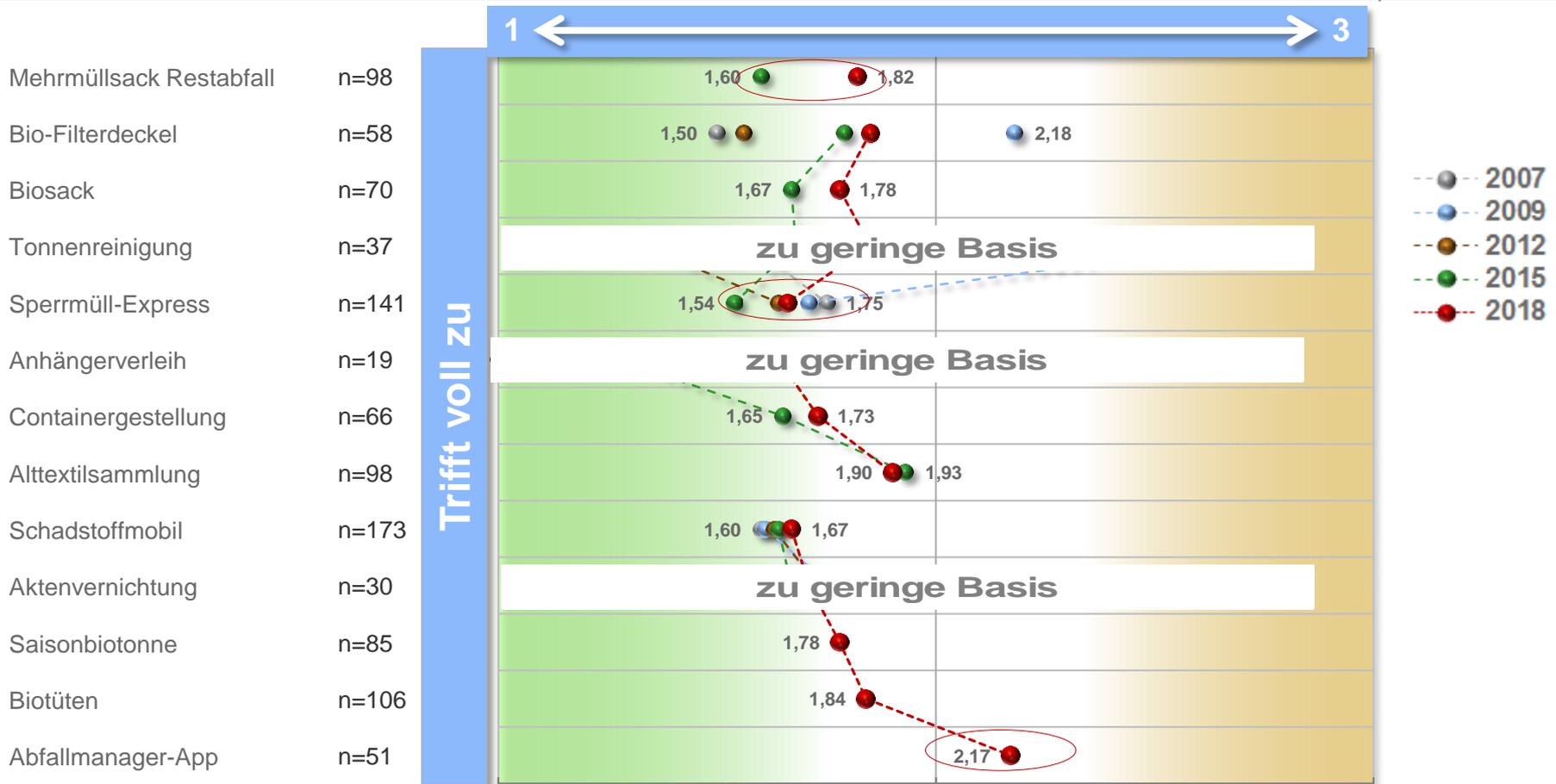


Die Zufriedenheit mit dem Mehrmüllsack Restabfall, und dem Sperrmüll-Express ist tendenziell gesunken. Die Abfallmanager-App kann noch nicht vollends überzeugen.

### Zufriedenheit mit den Dienstleistungen – ASF

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?

3

# 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

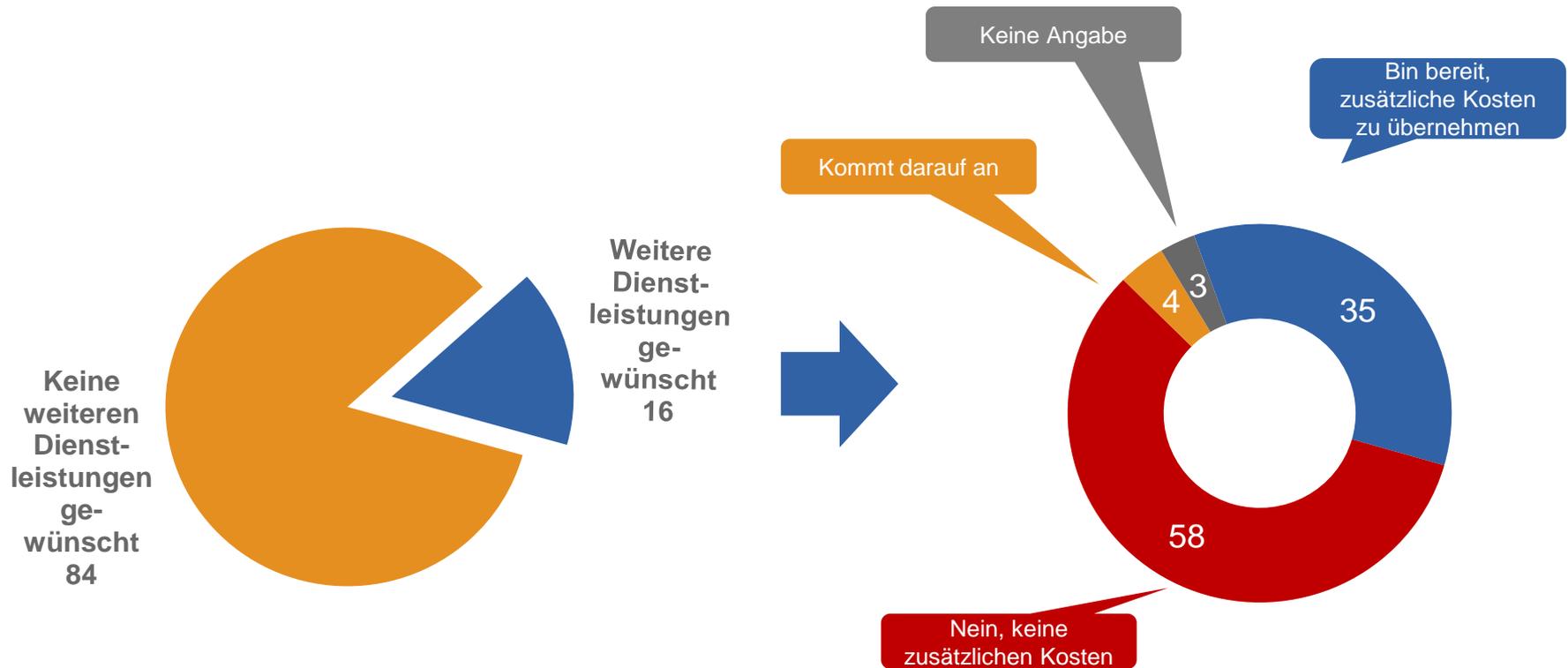
- Lediglich 16% der Befragten wünschen sich weitere Dienstleistungen von der ASF.
- Die Bereitschaft für weitere Dienstleistungen Kosten zu übernehmen liegt bei 35%.  
48% sind nicht bereit zusätzliche Gebühren zu zahlen.
- Am häufigsten wird der Wunsch nach einer gelben Tonne/ Wertstofftonne geäußert.



16% wünschen sich weitere Dienstleistungen, jedoch würden mehr als die Hälfte davon keine weiteren Kosten dafür übernehmen.

**Weitere gewünschte Dienstleistungen und Kostenübernahme ASF**

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?



Im Detail werden nur wenige konkrete Wünsche geäußert.  
Am häufigsten (4%) wird die Wertstofftonne genannt.

### Weitere gewünschte Dienstleistungen – Details - ASF

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

<b>GELBE SÄCKE/ TONNE/ PLASTIKMÜLL</b>	<b>5</b>
gelbe Tonne/ Wertstofftonne einführen (statt gelber Sack)	4
stabilere/ reißfeste gelbe Säcke/ Tüten	1
<b>ELEKTRO/ ELEKTRONIK/ BATTERIEN</b>	<b>1</b>
Batterieentsorgung/ -abholung/ -tonne anbieten	1
<b>SCHADSTOFFE/ SONDERMÜLL</b>	<b>1</b>
Altöleentsorgung anbieten	1
<b>RESTMÜLL</b>	<b>1</b>
kleinere Restmülltonne (60l) für kleinere Haushalte	1
<b>TONNEN/ MÜLLBEHÄLTER</b>	<b>1</b>
Tonnen häufiger/ gründlicher/ regelmäßig reinigen	1
<b>VORGEHEN BEI DER ABHOLUNG</b>	<b>1</b>
bei Containerleerung nichts zurücklassen/ Umgebung säubern	1
<b>INFORMATIONEN</b>	<b>2</b>
Müll-App (wieder) einführen/ verbessern (funktioniert nicht zuverlässig)	1
<b>Sonstige Anregungen/ Kritik</b>	<b>1</b>

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

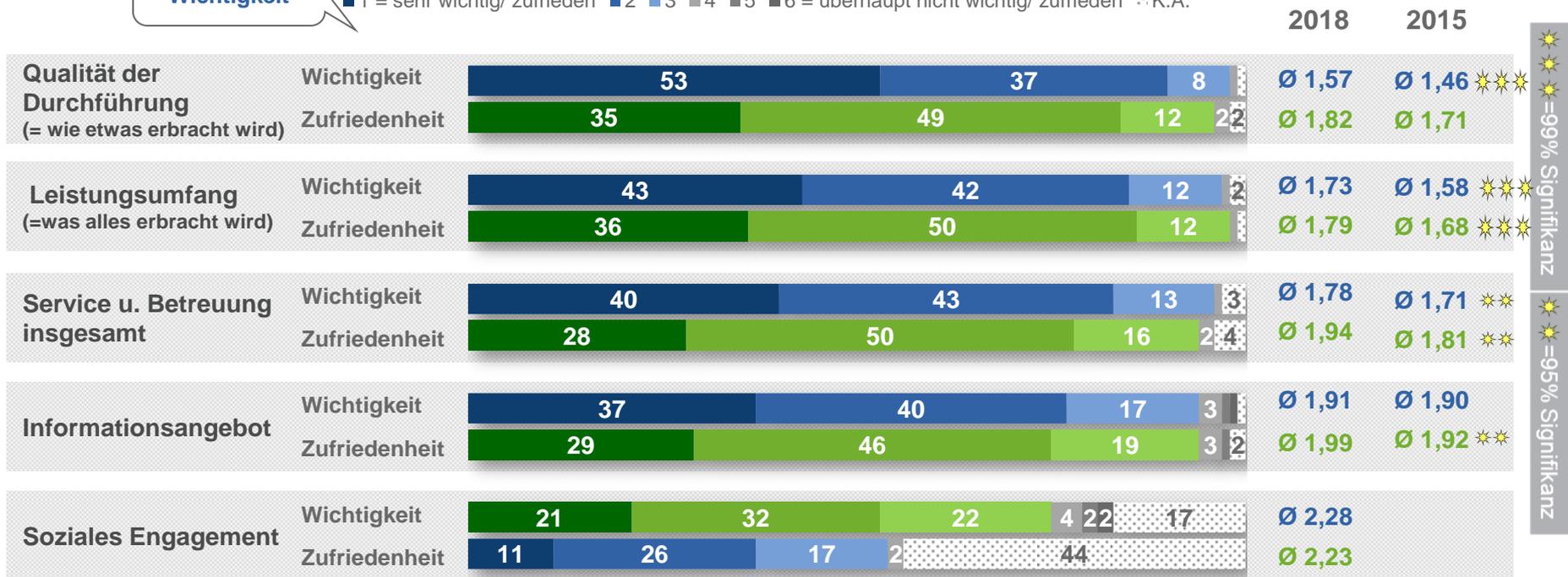
Auch 2018 wird die Qualität der Durchführung von den Befragten als am wichtigsten eingestuft. Insgesamt werden die Leistungen auf niedrigerem Niveau als 2015 bewertet.

### Relevanz und Zufriedenheit von Produkt-/Dienstleistungsmerkmalen

Basis: Alle Befragten, Werte in %

Gerankt nach Wichtigkeit

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



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

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



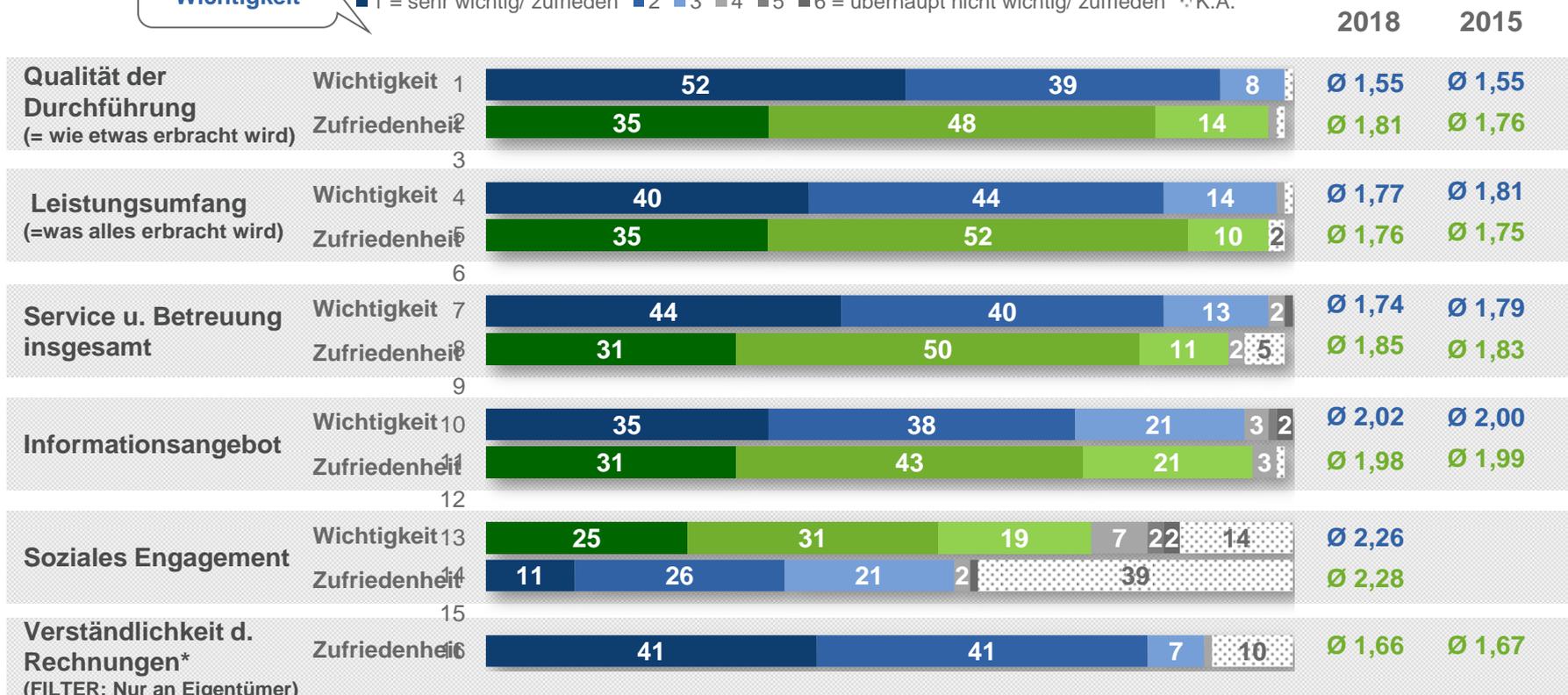
Im Vergleich zu 2015 gibt es hinsichtlich Bedeutung und Beurteilung der Produkt- und Dienstleistungsmerkmale für die ASF keine signifikanten Änderungen.

## Relevanz und Zufriedenheit von Produkt-/Dienstleistungsmerkmalen

Basis: Alle Befragten, Werte in %

Gerankt nach Wichtigkeit

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



☀️ = 99% Signifikanz  
☀️ = 95% Signifikanz

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 (alle Unternehmen)

- Die Leistungsmerkmale haben im Bereich der AWD, der AWR, dem WZV und AWSH Lauenburg an Wichtigkeit verloren. In Stormarn ist das Informationsangebot signifikant wichtiger und der Leistungsumfang unwichtiger geworden.
- Die Zufriedenheit mit den Leistungsmerkmalen ist ebenfalls in fast allen Kreisen (zum Teil signifikant) gesunken, liegt jedoch weiterhin auf einem guten Niveau. Die ASF konnte die guten Werte aus 2015 in fast allen Merkmalen halten.
- Achtung: Sowohl bei der AWD als auch bei der AWR wird die Übersichtlichkeit der Rechnungen kritischer bewertet.



# Kurzfakten: Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit



- Die Relevanz und Zufriedenheit mit den Produkt- und Dienstleistungsmerkmalen ist seit 2015 konstant geblieben.
- Der Leistungsumfang und der Service/ die Betreuung der ASF erhalten die besten Bewertungen aller abgefragten Entsorgungsunternehmen.
- Das soziale Engagement zeigt Optimierungspotenzial.



# 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

### Wichtigkeit

### Zufriedenheit

Qualität der Durchführung  
(= wie etwas erbracht wird)

Leistungsumfang (= was  
alles erbracht wird)

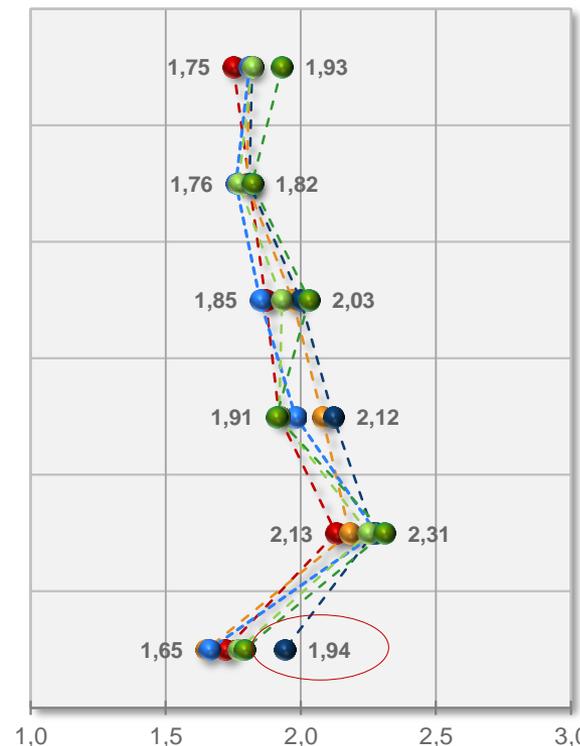
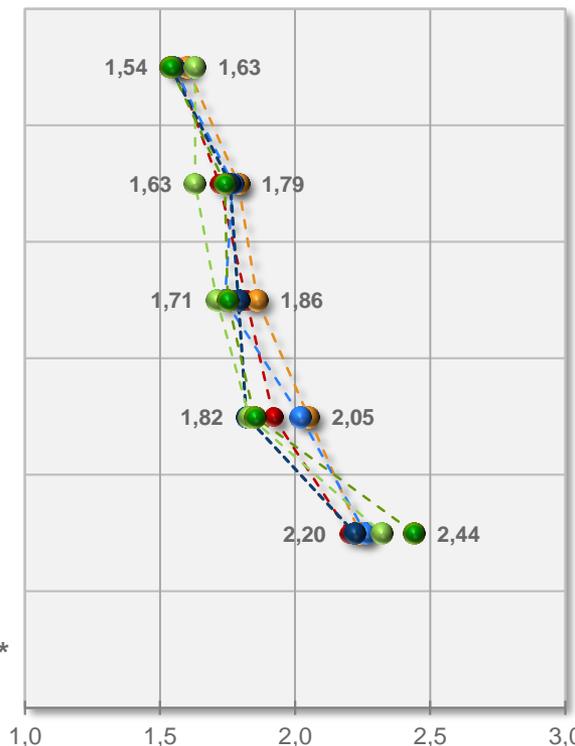
Service und Betreuung  
insgesamt

Informationsangebot

Soziales Engagement

Verständlichkeit und Über-  
sichtlichkeit 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 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)

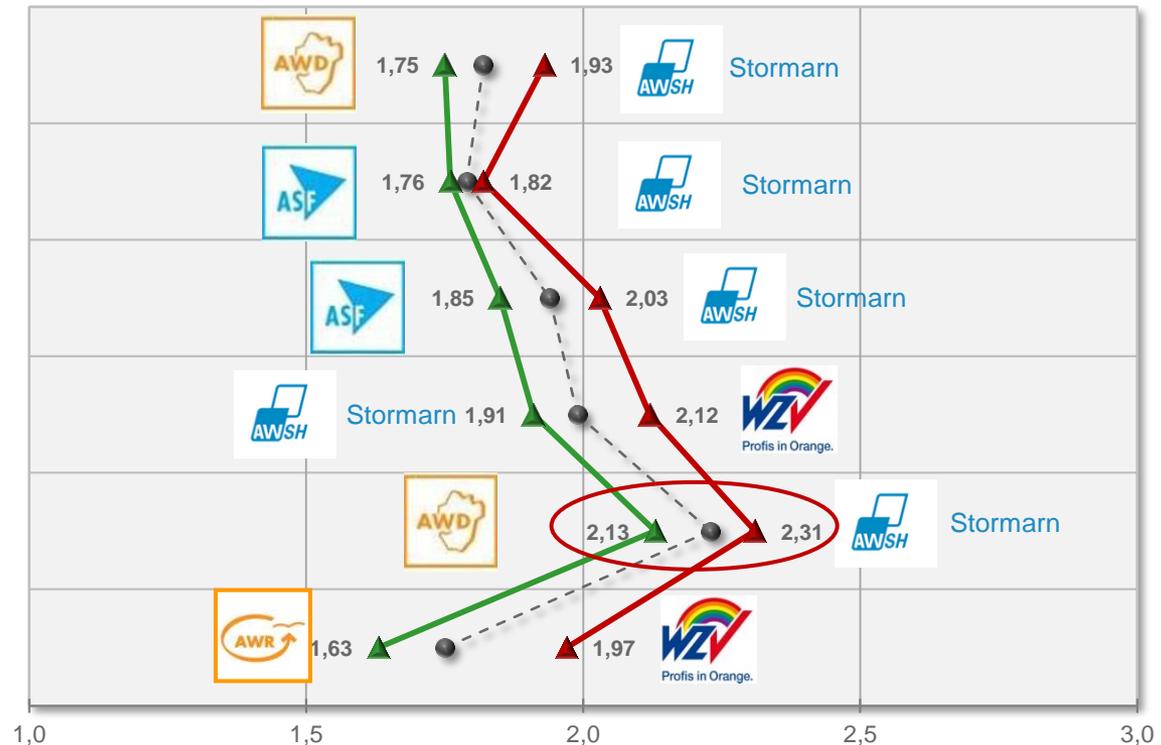
**Service und Betreuung insgesamt**

**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?



Der Leistungsumfang und der Service/ die Betreuung der ASF wird im Vergleich mit den weiteren Unternehmen am besten benotet. Die Verständlichkeit und Übersichtlichkeit der Rechnungen grenzt sehr dicht an die Bestnote von der AWR. Das soziale Engagement sollte ausgeweitet werden.

### Internes Benchmarking – Zufriedenheit von Produkt/Dienstleistungsmerkmalen

Basis: Alle Befragten, Mittelwerte

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

---●--- ASF    ▲ Beste Beurteilung    ▼ Schlechteste Beurteilung

**Qualität der Durchführung**  
(= wie etwas erbracht wird)

**Leistungsumfang** (= was alles erbracht wird)

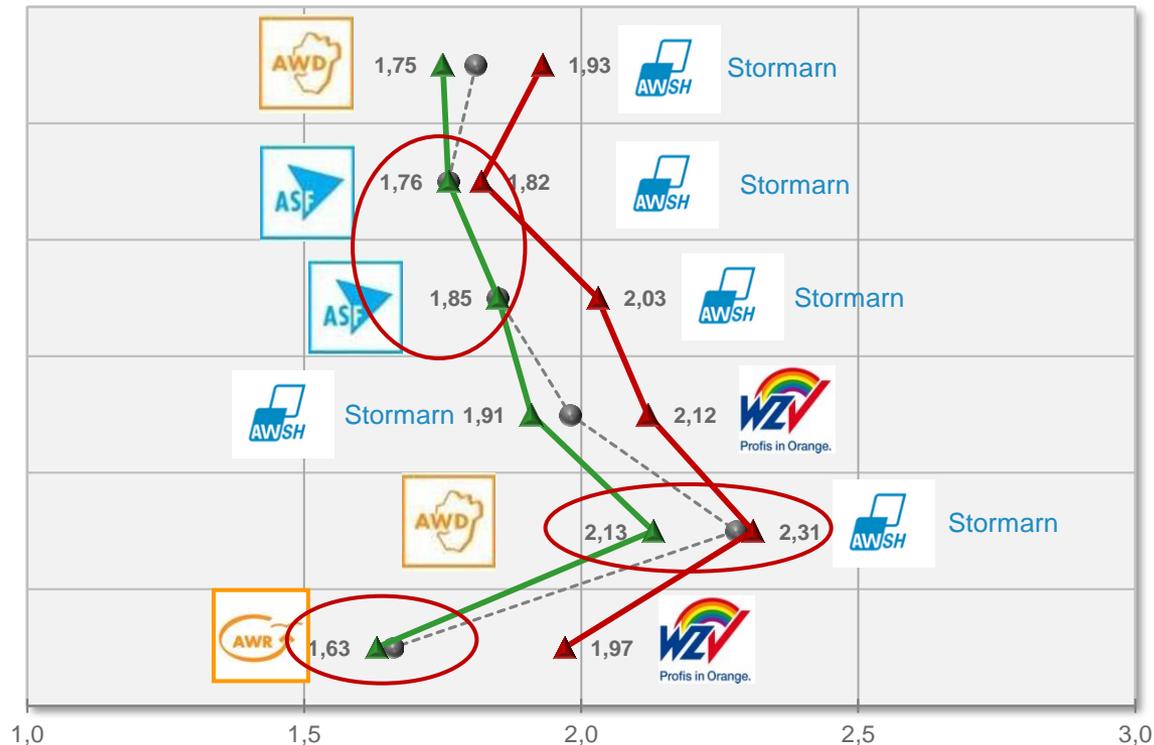
**Service und Betreuung insgesamt**

**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

### Differenz Mittelwert 2018 zu 2015

■ Zunahme  
■ Abnahme



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

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

#### Differenz Mittelwert 2018 zu 2015

■ Zunahme  
■ Abnahme



Lauen-  
burg



Stor-  
marn



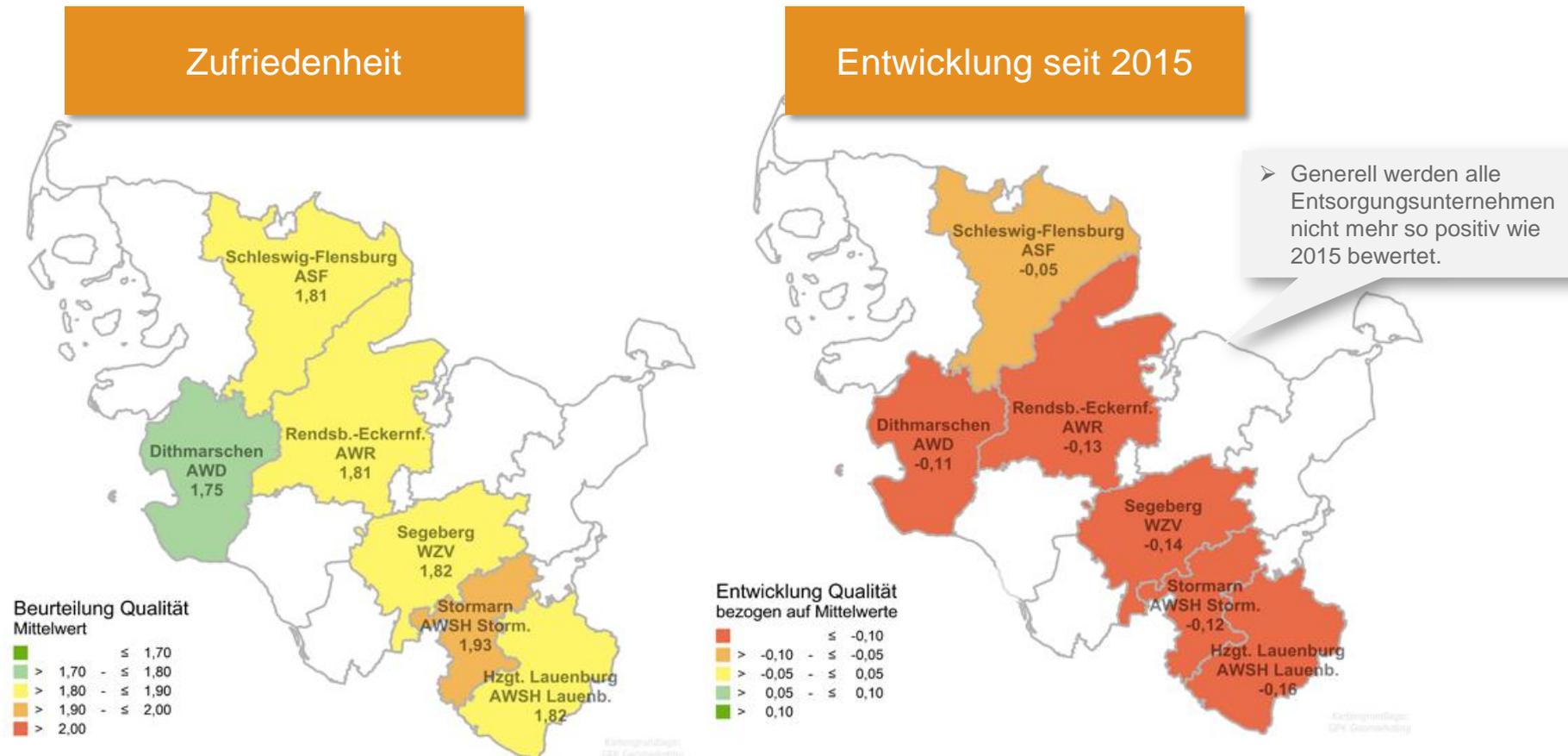
\* = 99% Signifikanz  
 \*\* = 95% Signifikanz

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

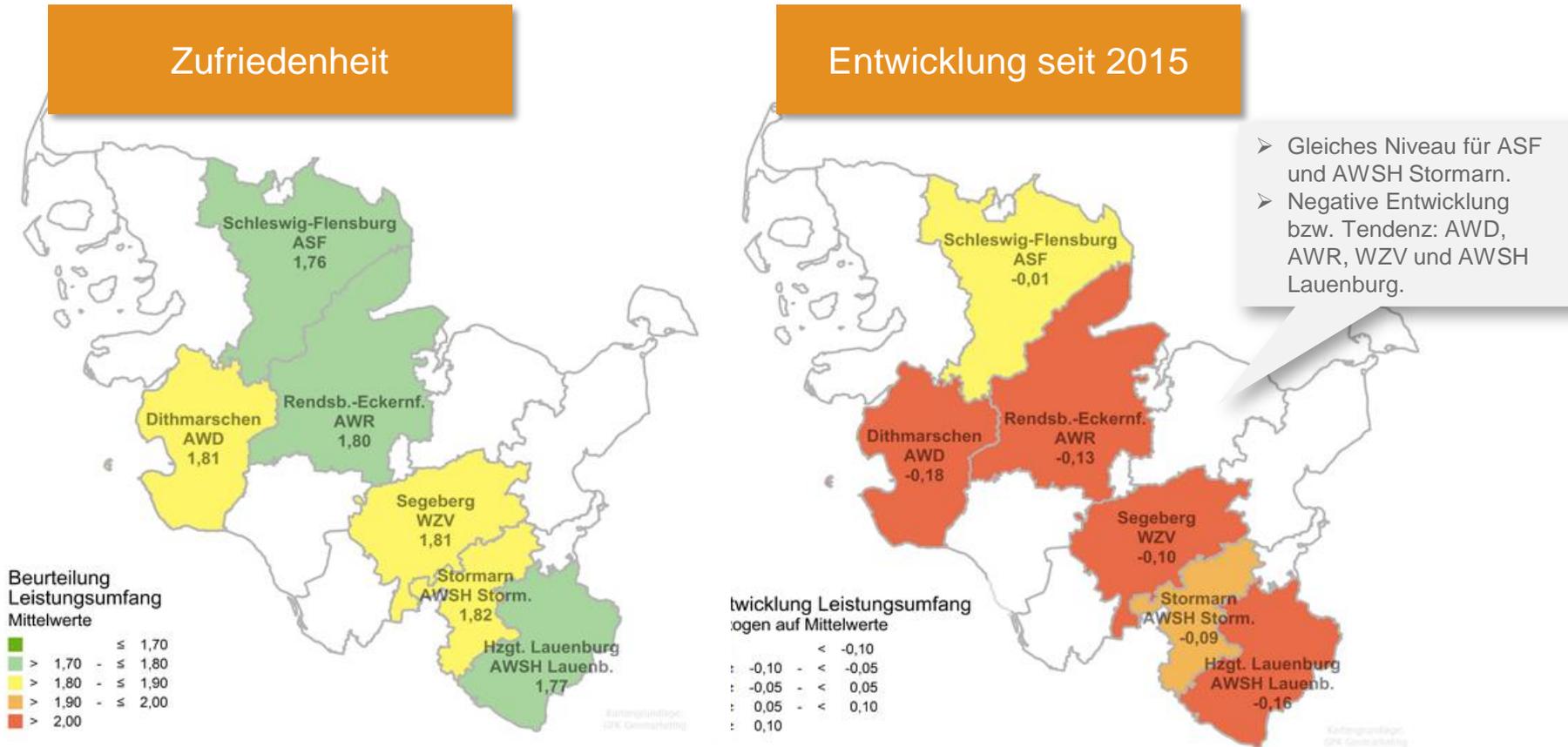


8.1. Wie wichtig ist Ihnen folgender Leistungsbereich? 8.2. Und wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Leistungsbereichen Ihres Abfallentsorgers?

# 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

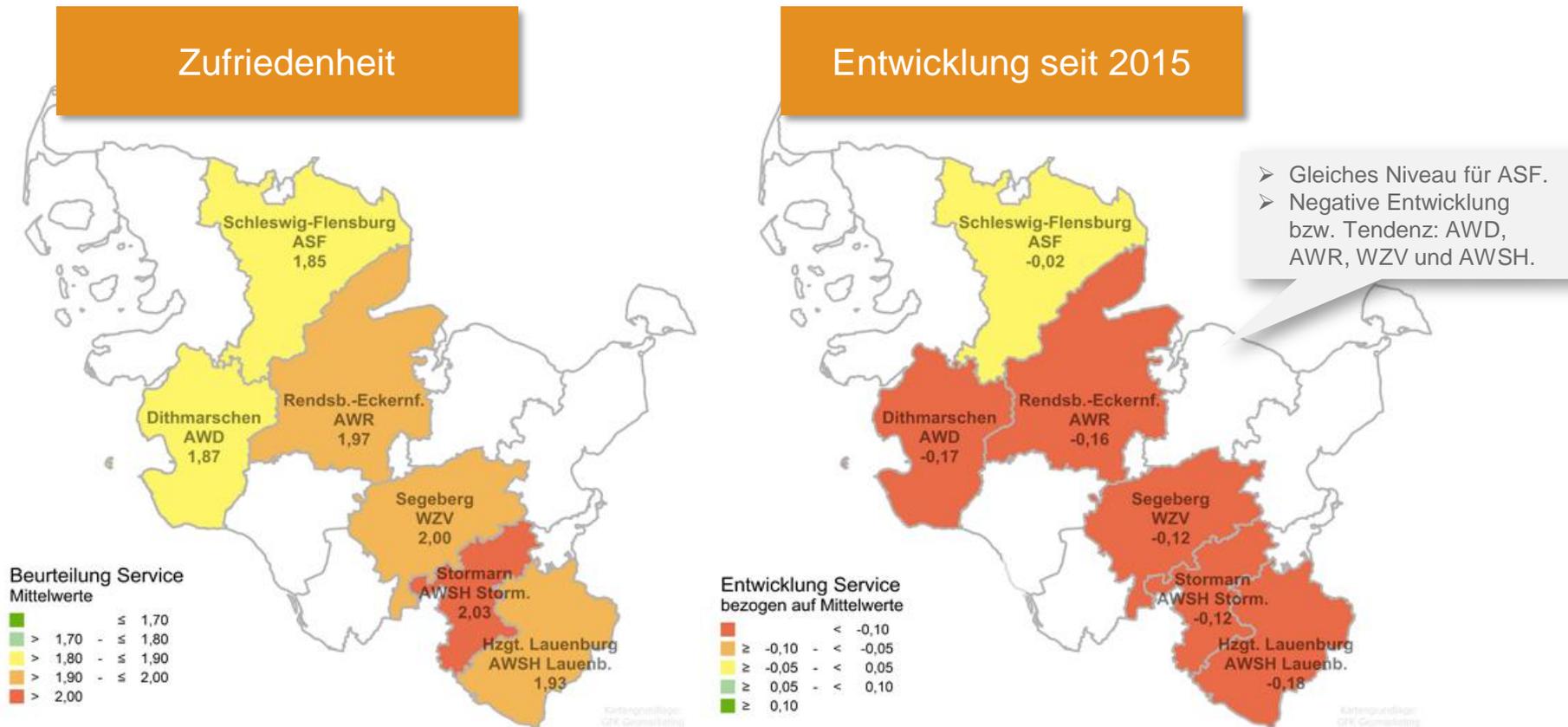


8.1. Wie wichtig ist Ihnen folgender Leistungsbereich? 8.2. Und wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Leistungsbereichen Ihres Abfallentsorgers?

# 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

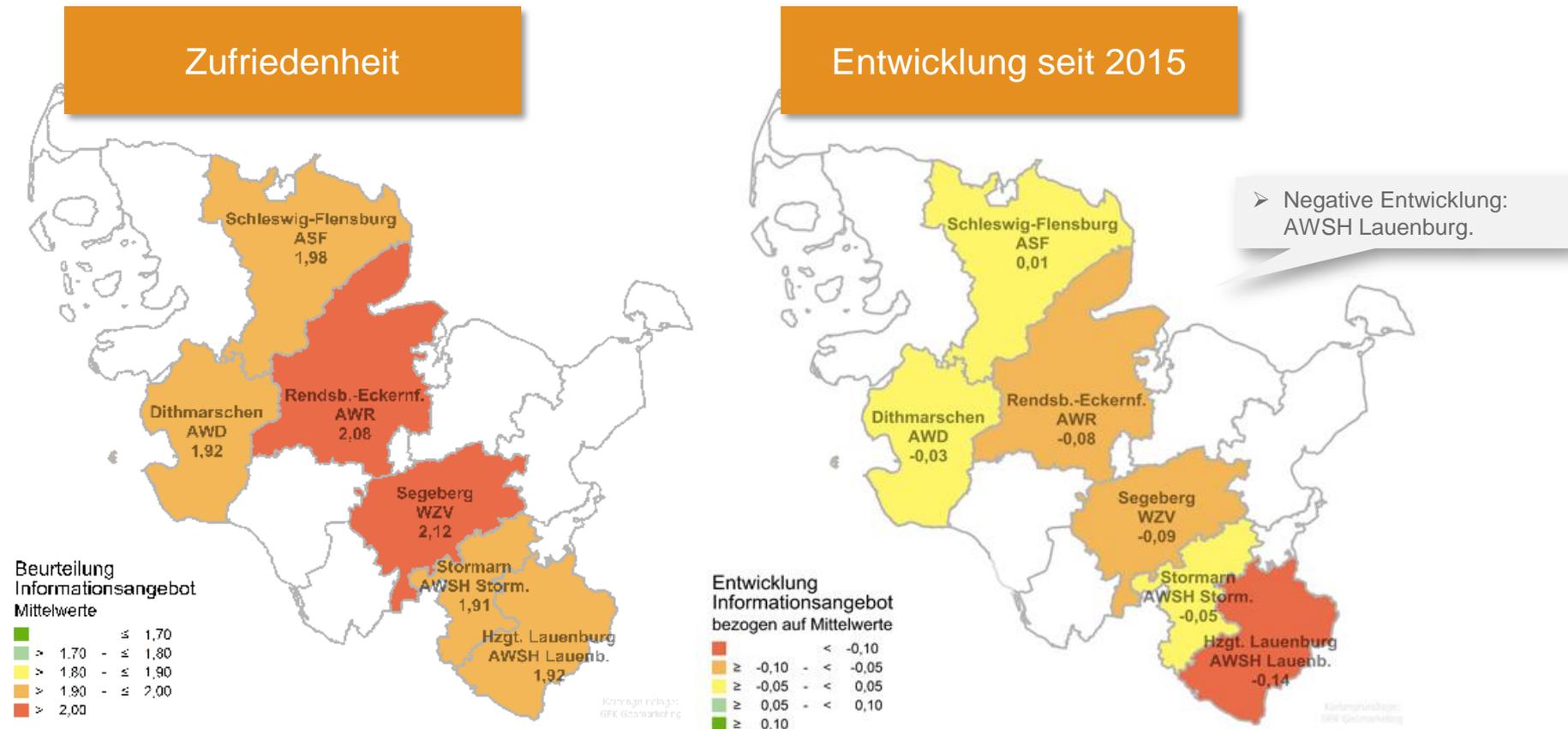


8.1. Wie wichtig ist Ihnen folgender Leistungsbereich? 8.2. Und wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Leistungsbereichen Ihres Abfallentsorgers?

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

## Kartographische Darstellung der Befragungsgebiete: Informationsangebot

Basis: Alle Befragten, Mittelwerte

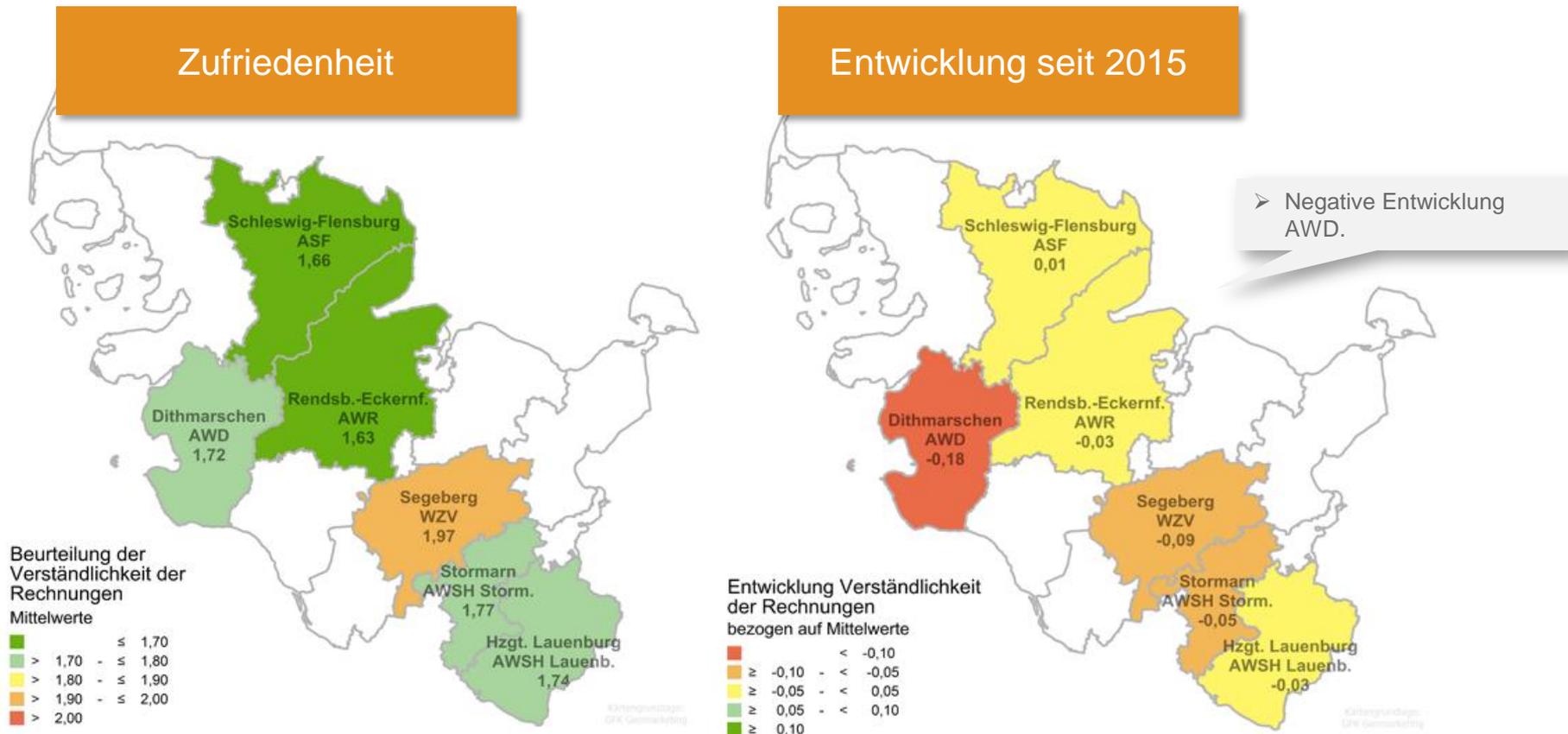


8.1. Wie wichtig ist Ihnen folgender Leistungsbereich? 8.2. Und wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Leistungsbereichen Ihres Abfallentsorgers?

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

## Kartographische Darstellung der Befragungsgebiete: Verständlichkeit d. Rechnungen

Basis: Eigentümer von Immobilien, Mittelwerte

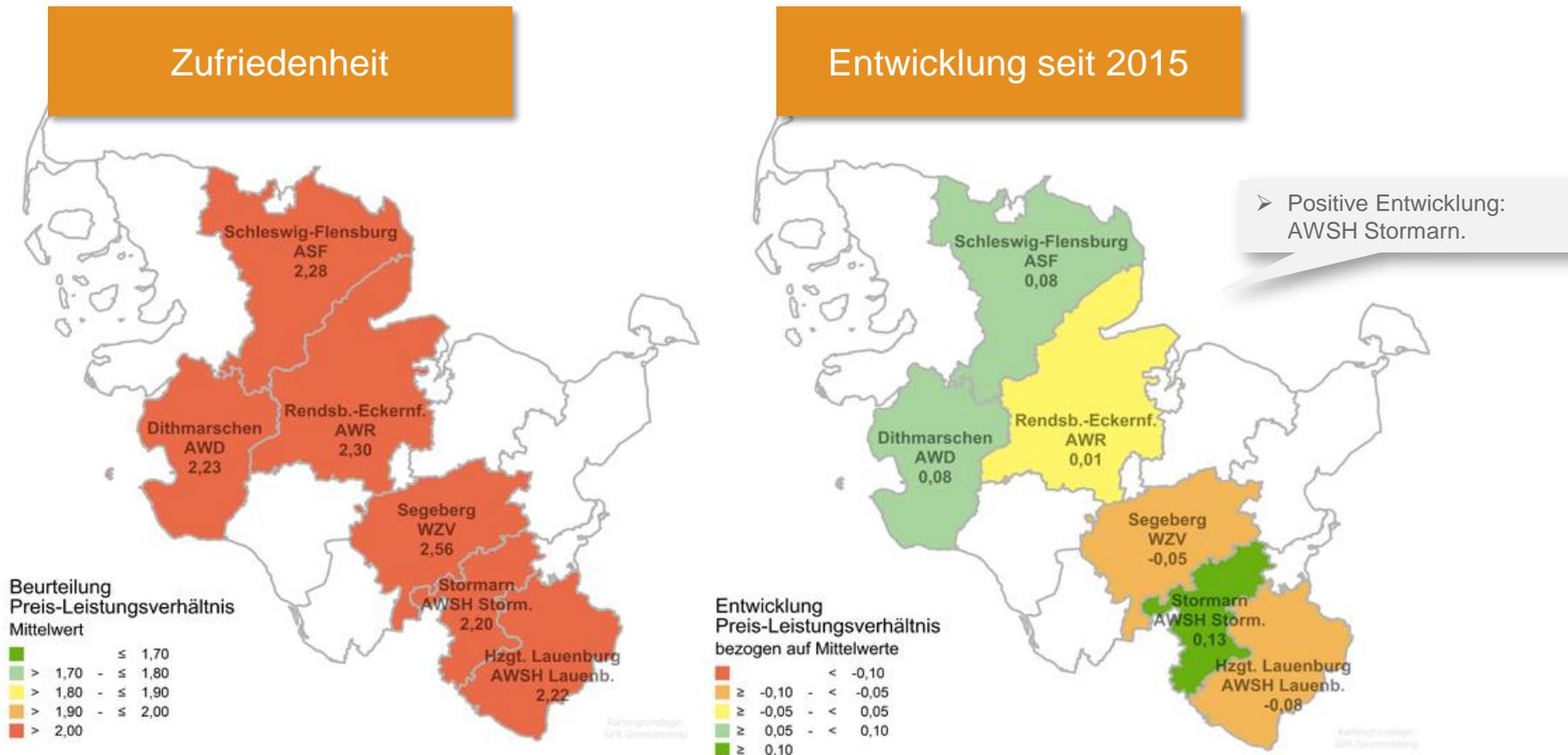


8.1. Wie wichtig ist Ihnen folgender Leistungsbereich? 8.2. Und wie zufrieden sind Sie mit den einzelnen Leistungsbereichen Ihres Abfallentsorgers?

# 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 %

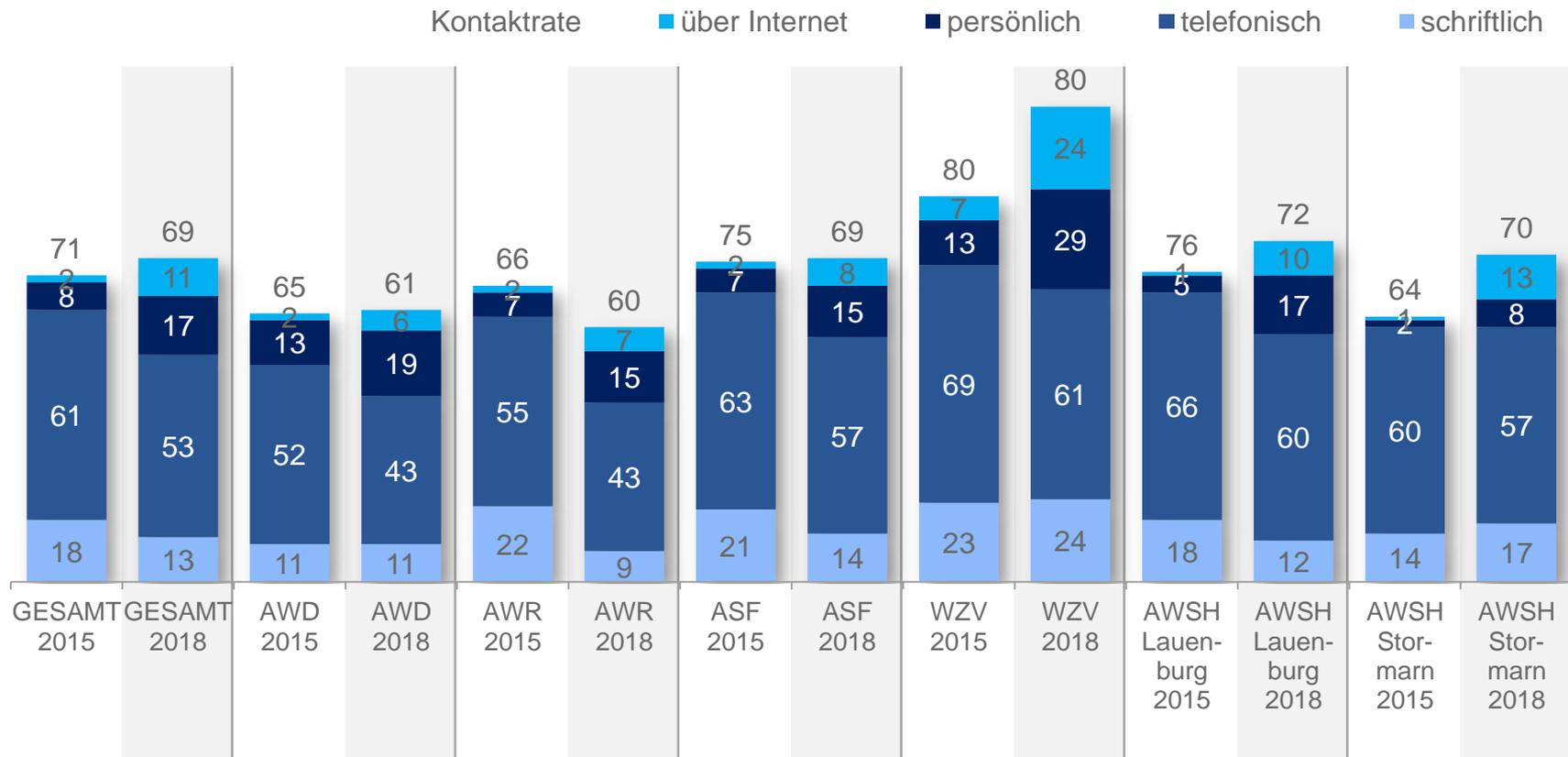


9. Hatten Sie schon einmal Kontakt zu Ihrem Entsorger? Und wenn ja, auf welchem dieser Wege?

# 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

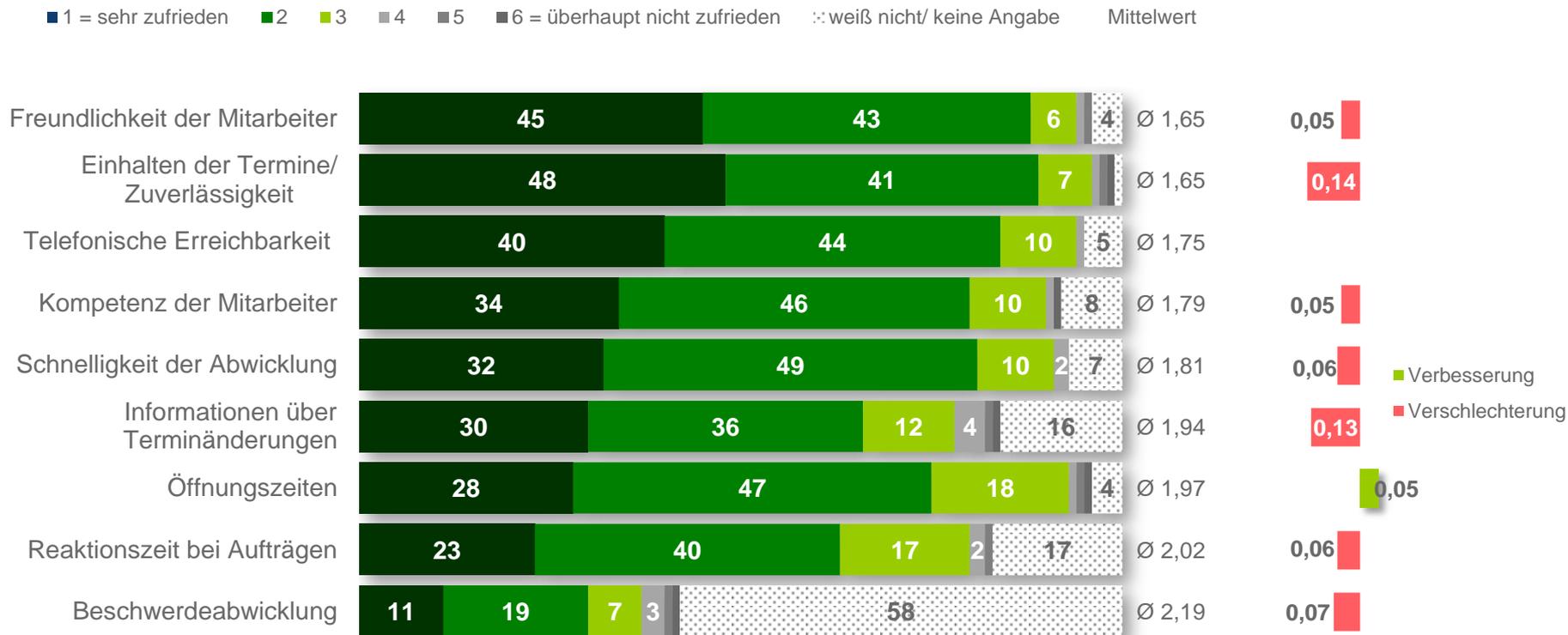
## 4. Zusammenfassung und Empfehlungen

Die Freundlichkeit der Mitarbeiter und die Einhaltung der Termine werden am besten bewertet. Im Wellenvergleich gibt es negative Tendenzen bei der Einhaltung der Termine und der Information über Terminänderungen.

## Servicequalität

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

Differenz Mittelwert zu 2015



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

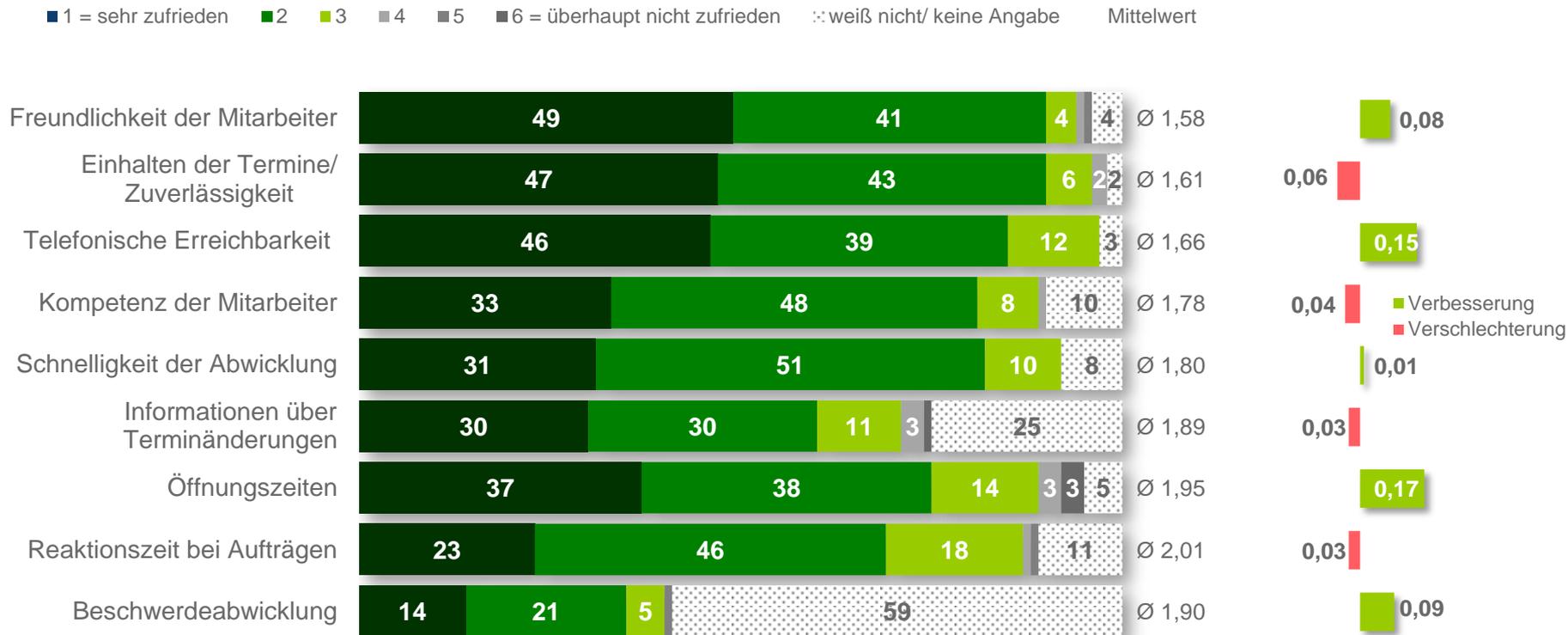


Die Befragten sind der Meinung, dass sich die telefonische Erreichbarkeit und die Öffnungszeiten seit 2015 positiv entwickelt haben.

## 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 (alle Unternehmen)

- Die AWD bekommt in 7 von 8 ausgewerteten Merkmalen von ihren Kunden - im Vergleich mit allen teilnehmenden Entsorgungsunternehmen - die besten Bewertungen. Sie bleibt auf dem Niveau von 2015.
- 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.





# Kurzfakten: Servicequalität

- Der ASF ist es gelungen, die Zufriedenheit mit der telefonischen Erreichbarkeit, den Öffnungszeiten und der Beschwerdeabwicklung zu erhöhen. Die Mitarbeiterfreundlichkeit zeigt eine positive Tendenz.
- Die Beschwerdeabwicklung wird im Benchmarking mit den anderen Entsorgern am besten beurteilt. An der Reaktionszeit bei Aufträgen sollte noch weiter gearbeitet werden.
- Die Beschwerderate sich gegenüber 2015 um 5 Prozentpunkte reduziert.

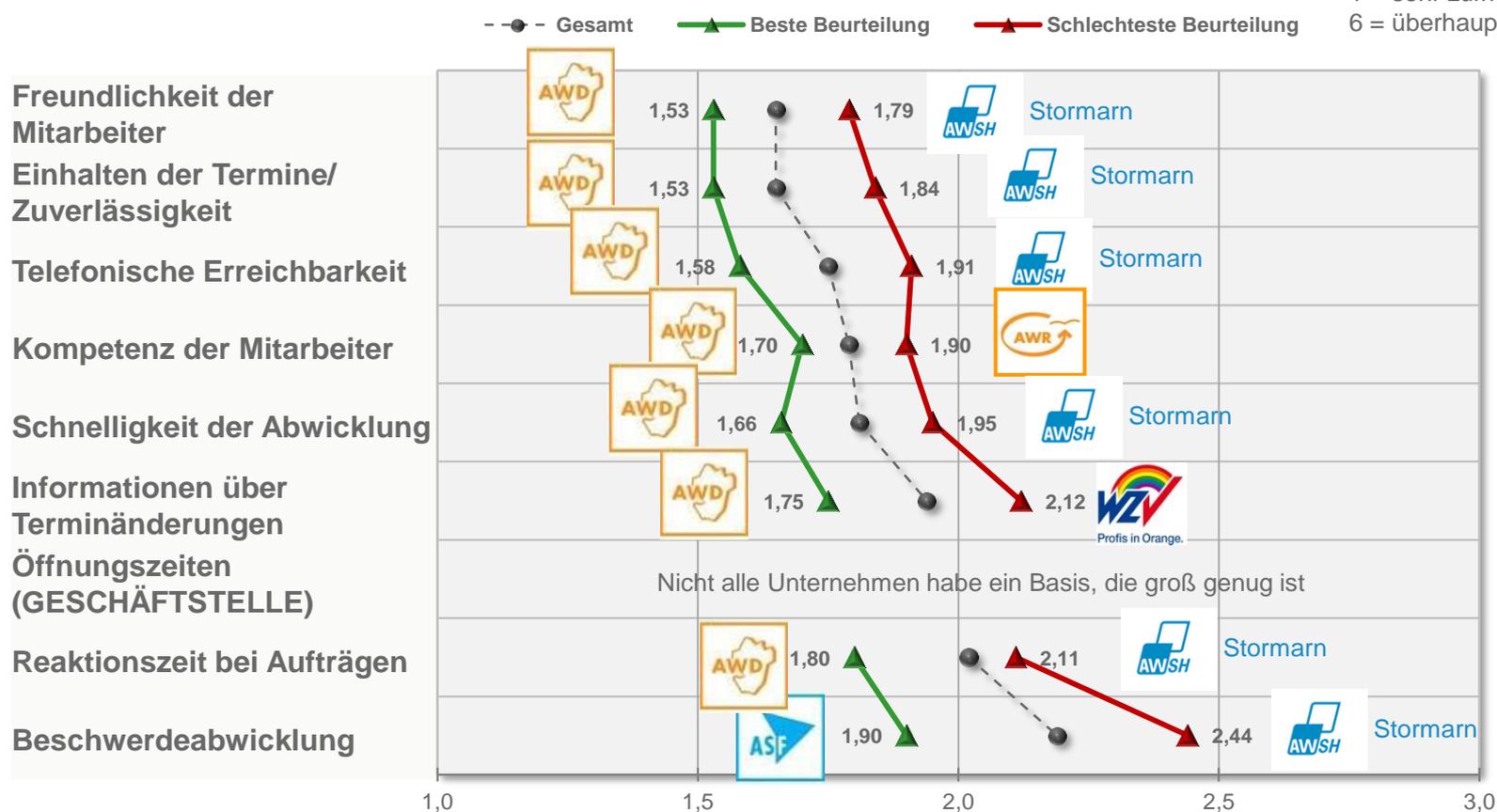


# Die AWD wird bezüglich der Servicequalität insgesamt am besten beurteilt, die AWSH Stormarn hat das größte Optimierungspotenzial.

## 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.

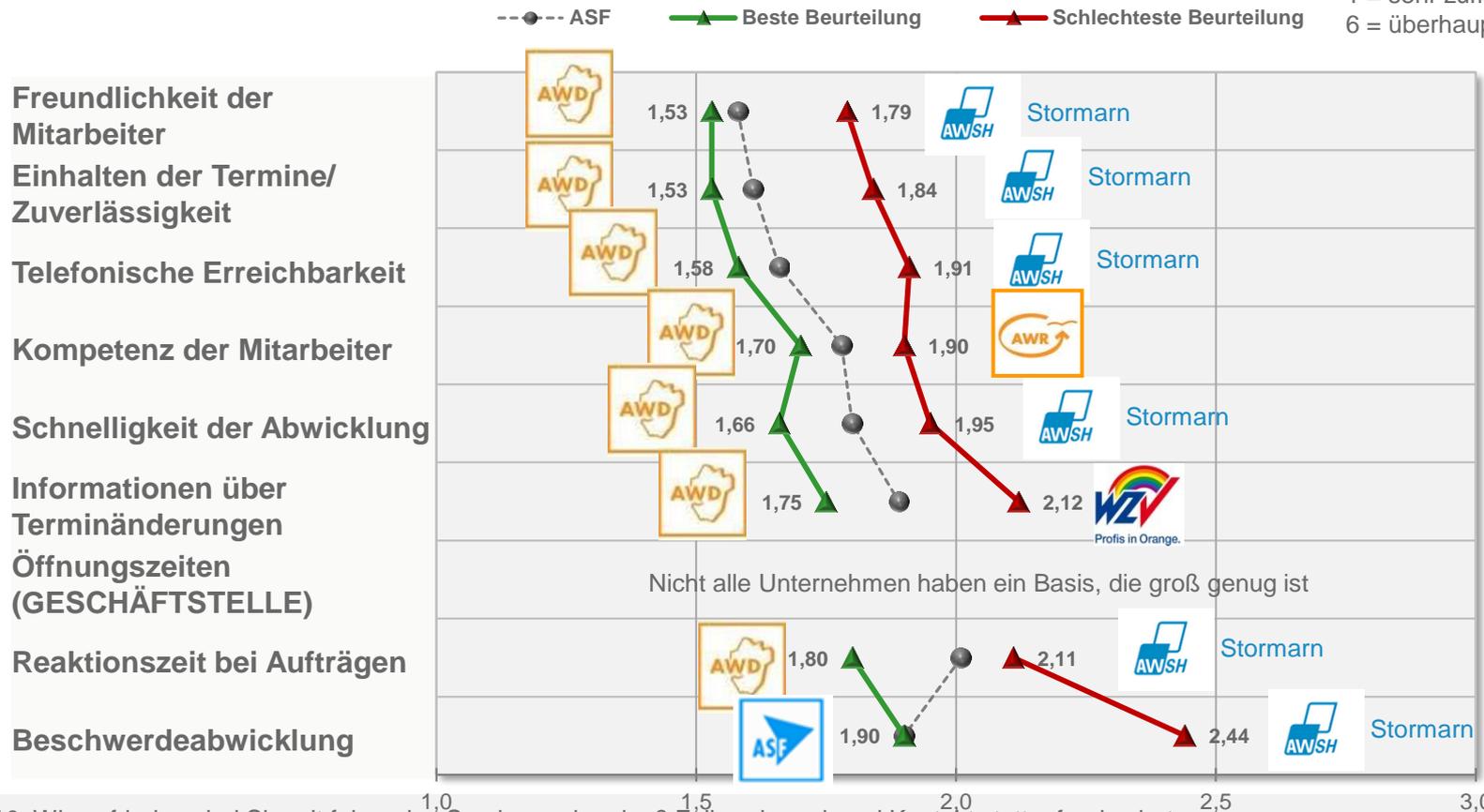


Im internen Vergleich führt die ASF die Beschwerdeabwicklung am besten durch. Optimierungspotenzial besteht noch bei der Reaktionszeit von Aufträgen.

### 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



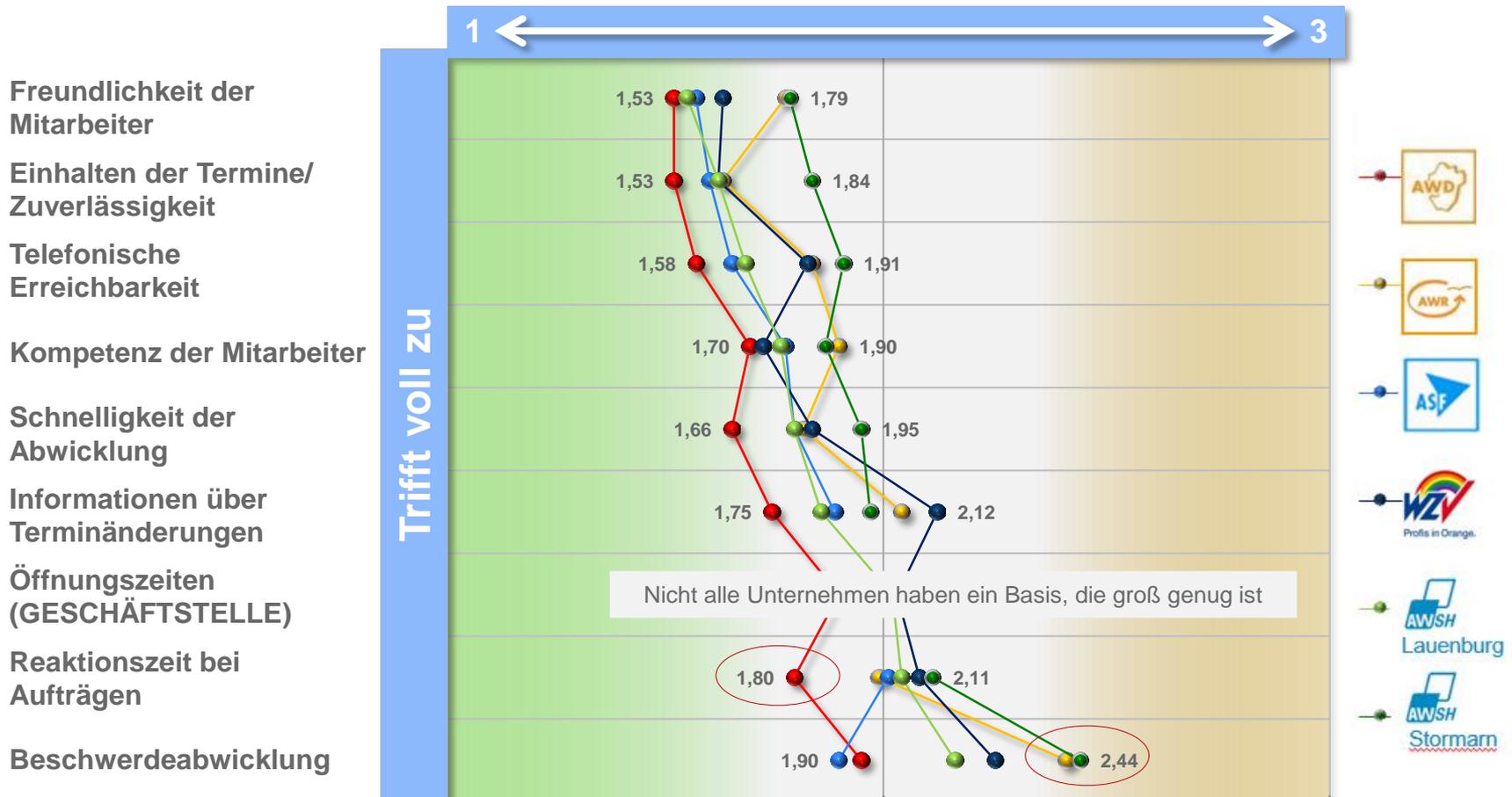
10. Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Servicemerkmalen? Falls schon einmal Kontakt stattgefunden hat.

Die differenzierte Darstellung zeigt, dass sich die AWD – gerade bei der Reaktionszeit – deutlich positiv von den anderen Entsorgern unterscheidet. Die AWR und die AWD 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



Nicht alle Unternehmen haben ein Basis, die groß genug ist

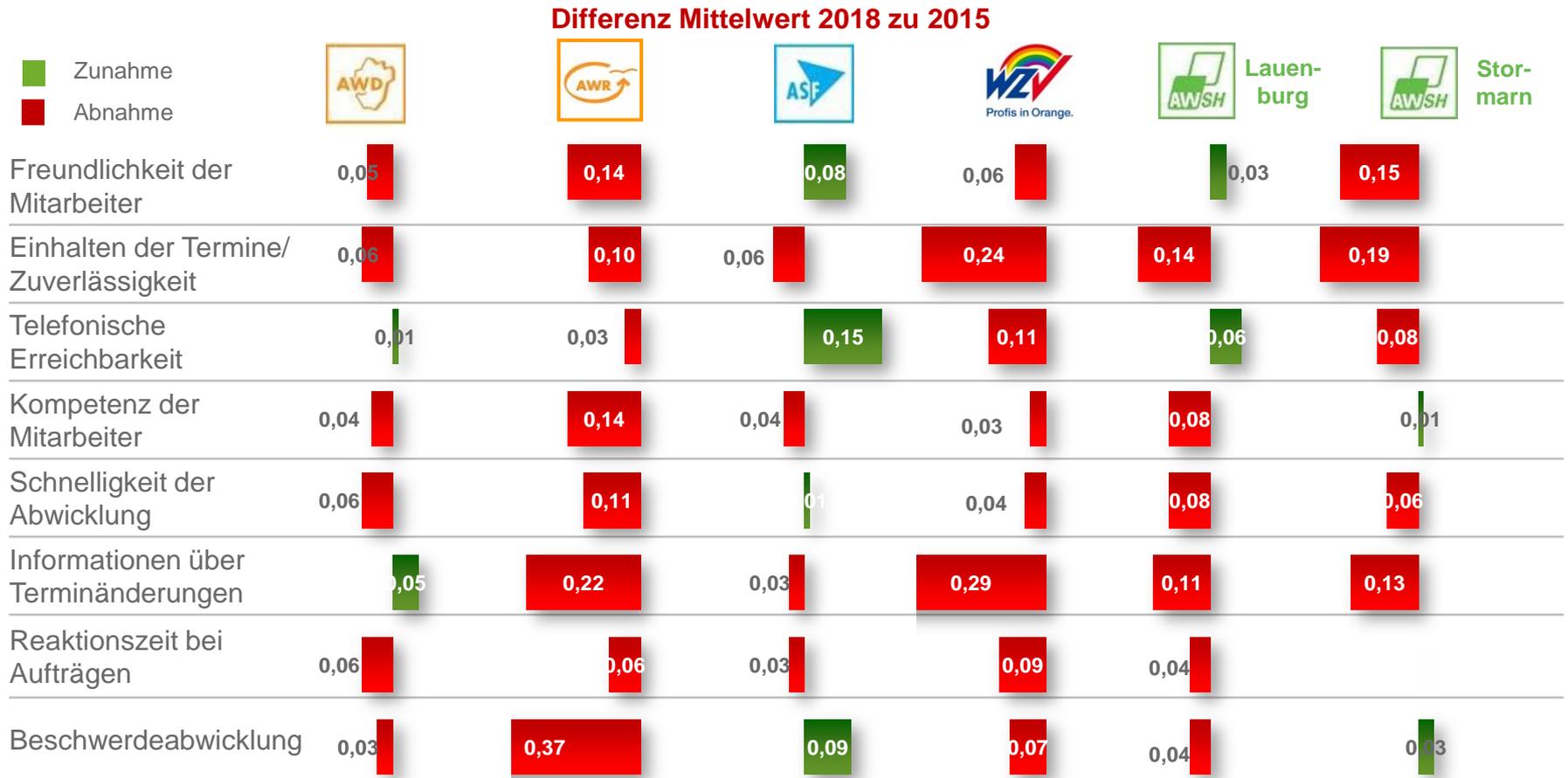
10. Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Servicemerkmalen? Falls schon einmal Kontakt stattgefunden hat.

3

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



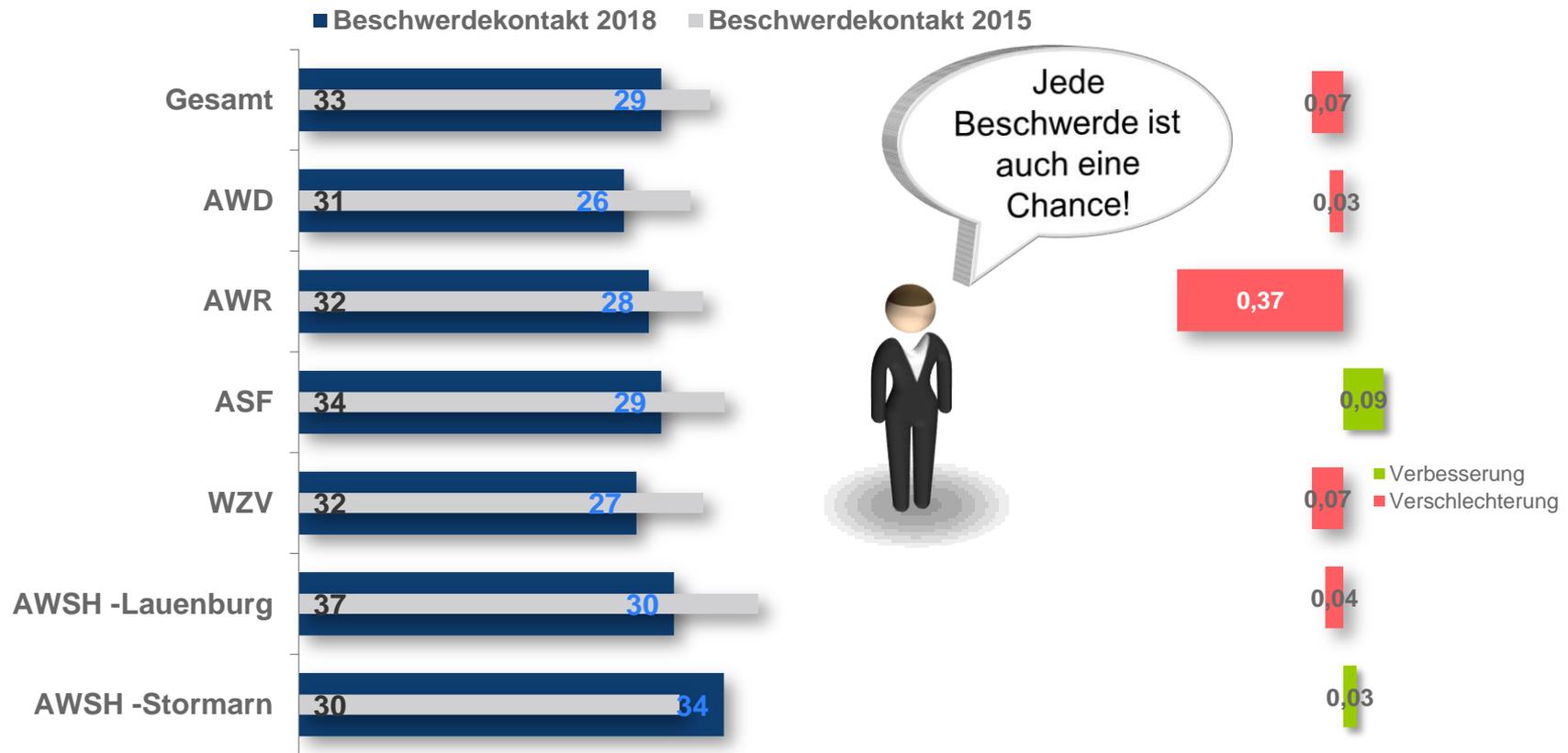
10. Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Servicemerkmalen? Falls schon einmal Kontakt stattgefunden hat.

Das Beschwerdevolumen hat sich im Vergleich zu 2015 verringert, die Zufriedenheit mit der Beschwerdeabwicklung ist jedoch zum Teil gesunken.

### Servicequalität – Der Beschwerdeanteil nach Entsorger

Basis: Alle Befragten, Werte in %

Mittelwert -Differenz  
Beschwerdezufriedenheit  
zu 2015



10. Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Servicemerkmalen?

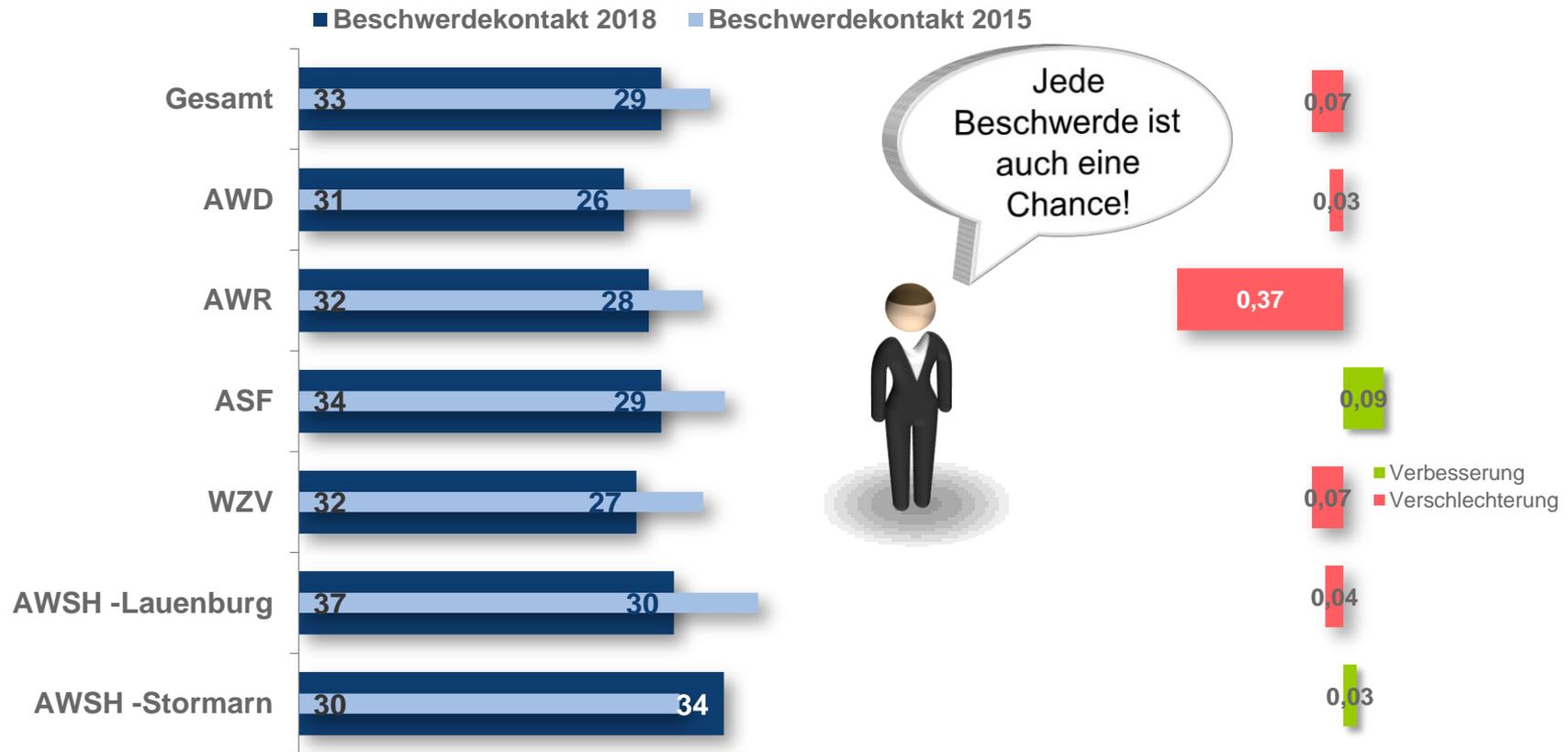


# Das Beschwerdevolumen bei der ASF hat sich seit 2015 um 5 Prozentpunkte reduziert.

## 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

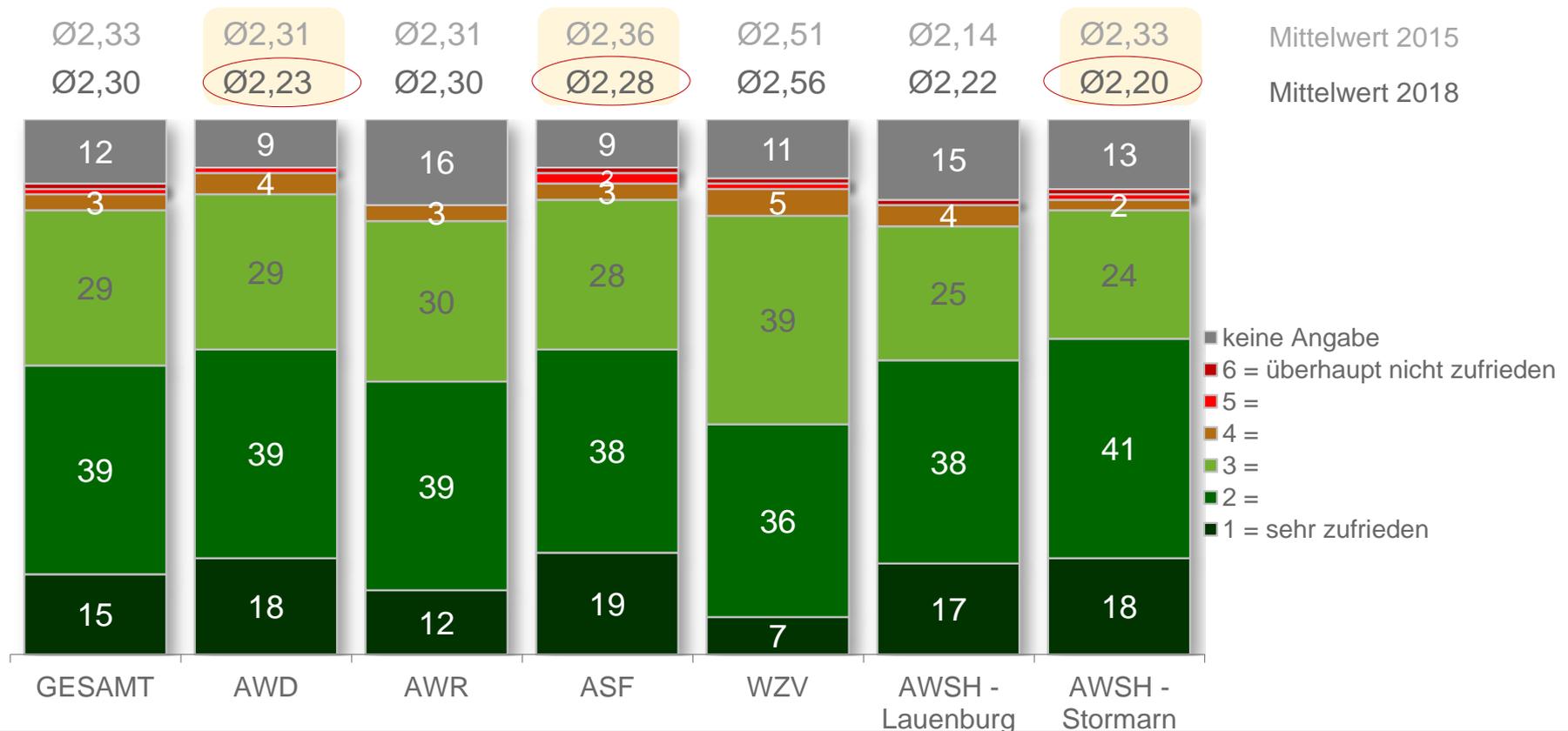
- a. Bekanntheit der Unternehmen
- b. Image und Globalzufriedenheit
- c. Dienstleistungen – Bekanntheit, Nutzung und Zufriedenheit
- d. Weitere gewünschte Dienstleistungen und Preisbereitschaft
- e. Produkt- und Dienstleistungsqualität – Relevanz und Zufriedenheit
- f. Kontakt zum eigenen Entsorger
-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



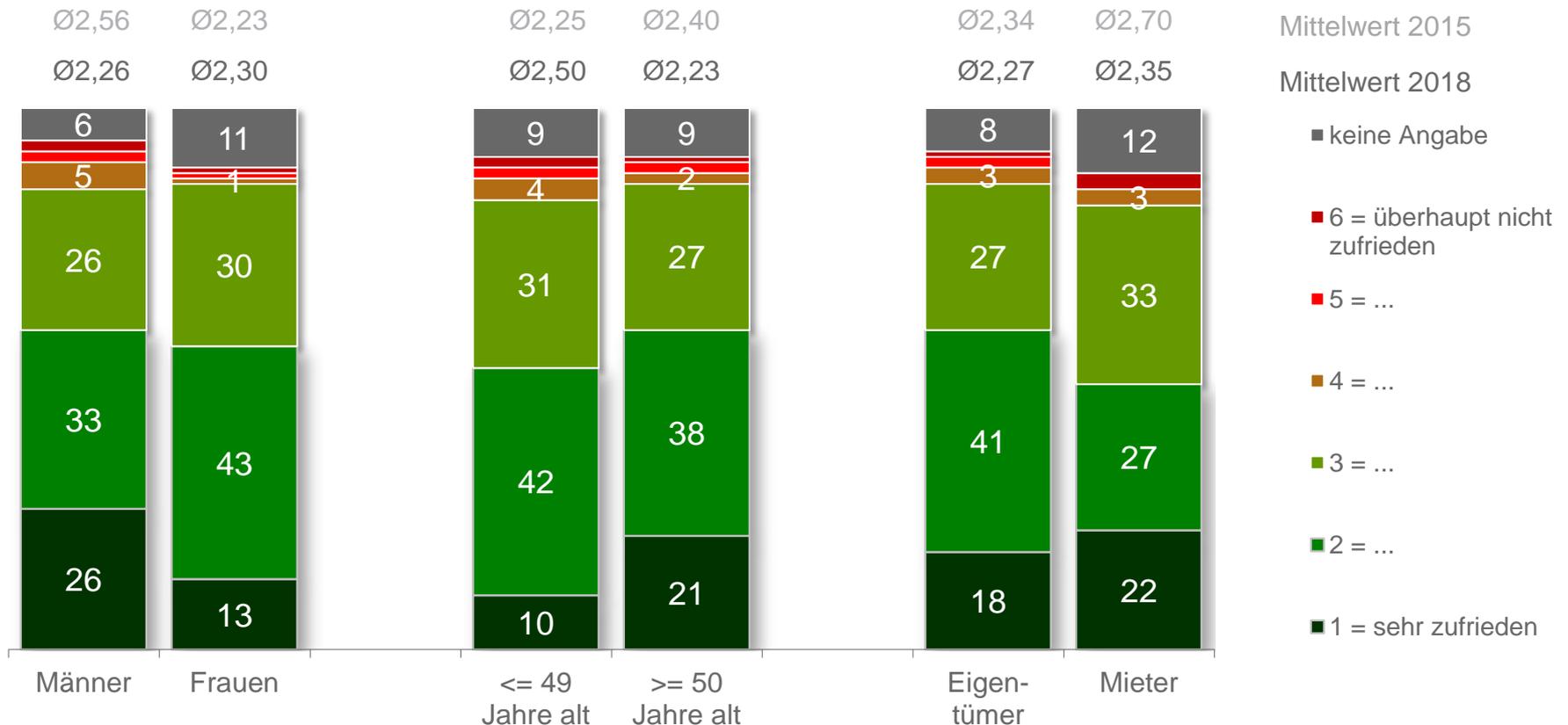
11. Wie zufrieden sind Sie mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis Ihres Entsorgers insgesamt?



# Die Zufriedenheit mit dem Preis-/ Leistungsverhältnis ist in allen Untergruppen hoch.

## Preis-/ Leistungsverhältnis Eigentümer vs. Mieter Wellenvergleich

Basis: Alle Befragten, Werte in %

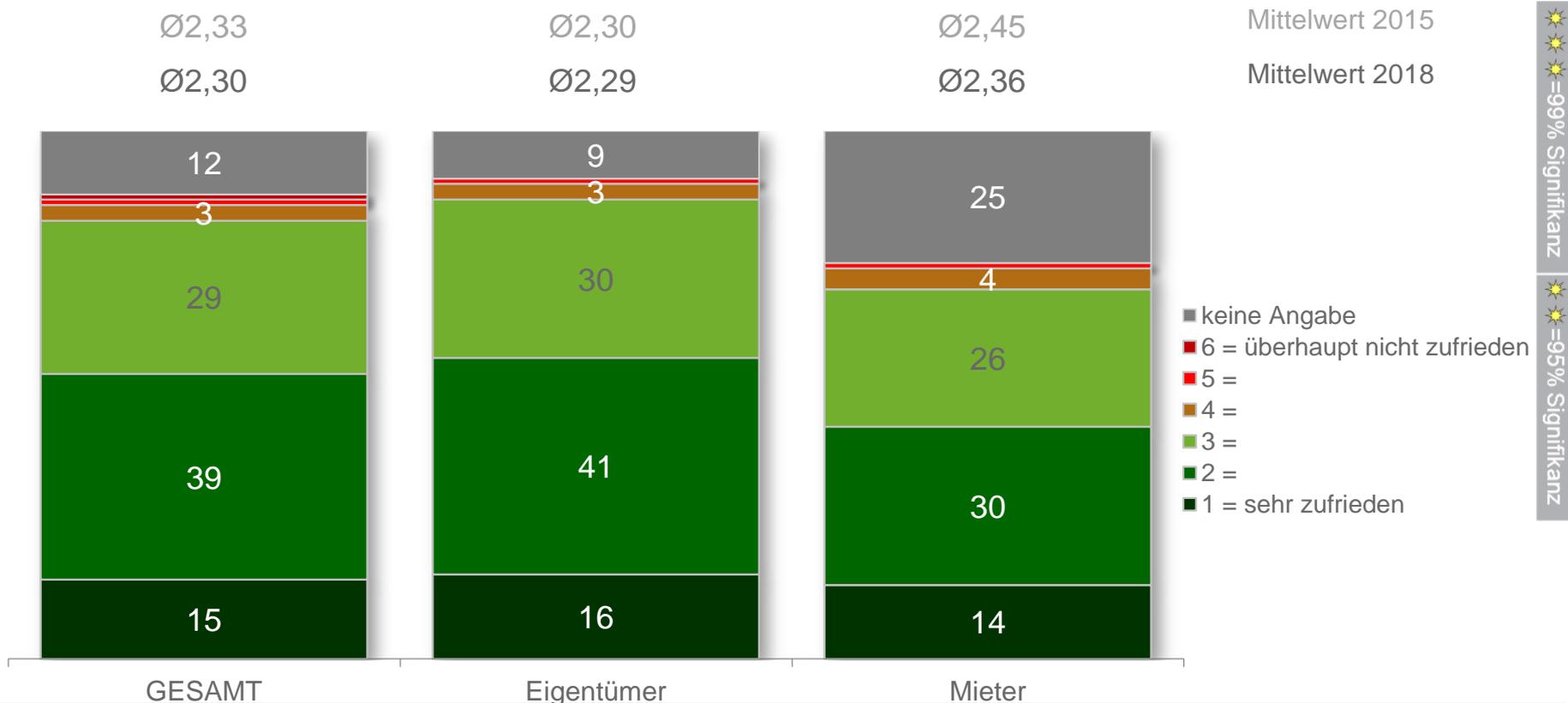


11. Wie zufrieden sind Sie mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis Ihres Entsorgers insgesamt?

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 %

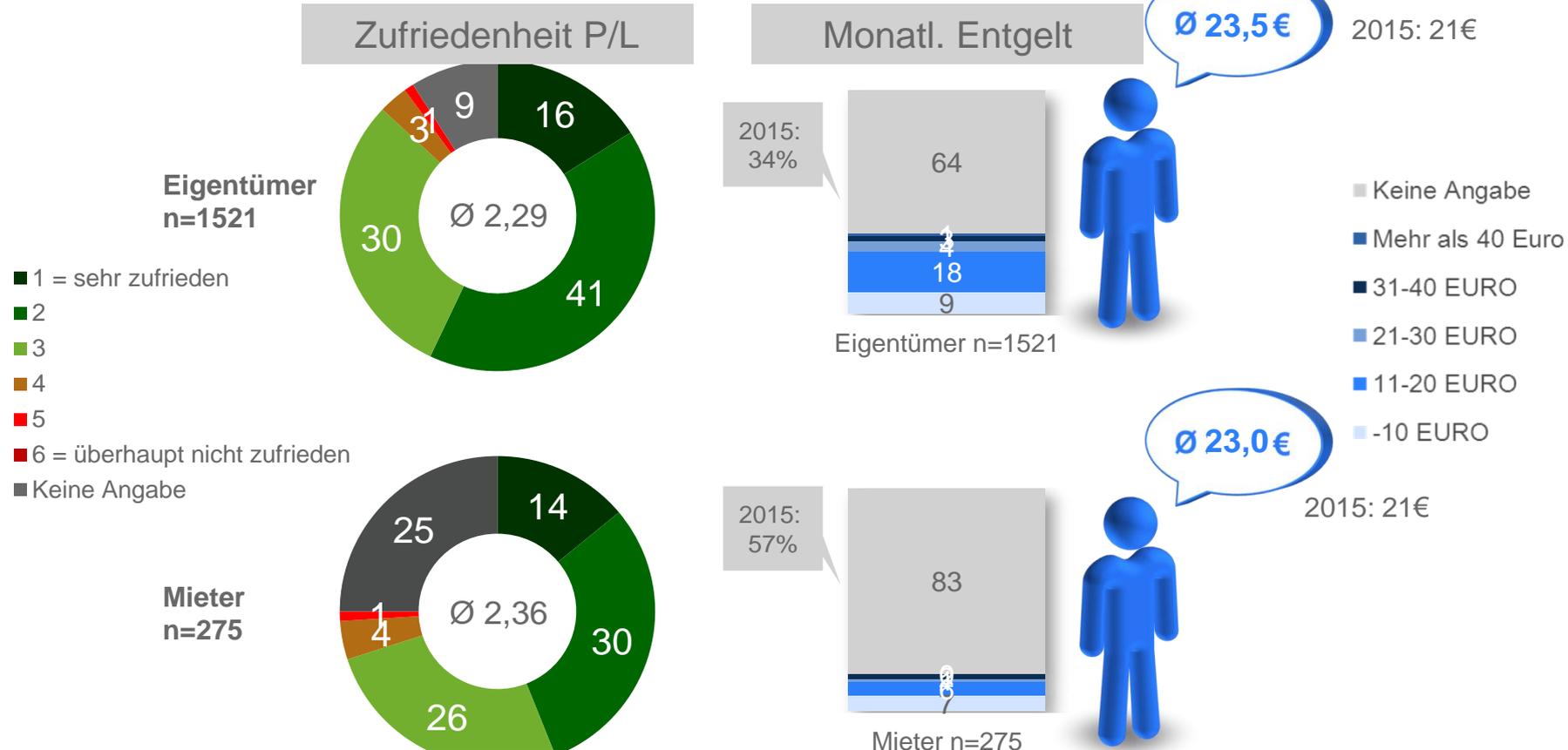


11. Wie zufrieden sind Sie mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis Ihres Entsorgers insgesamt?

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.

### Preis-/ Leistungsverhältnis Eigentümer vs. Mieter Wellenvergleich

Basis: Alle Befragten, Werte in %

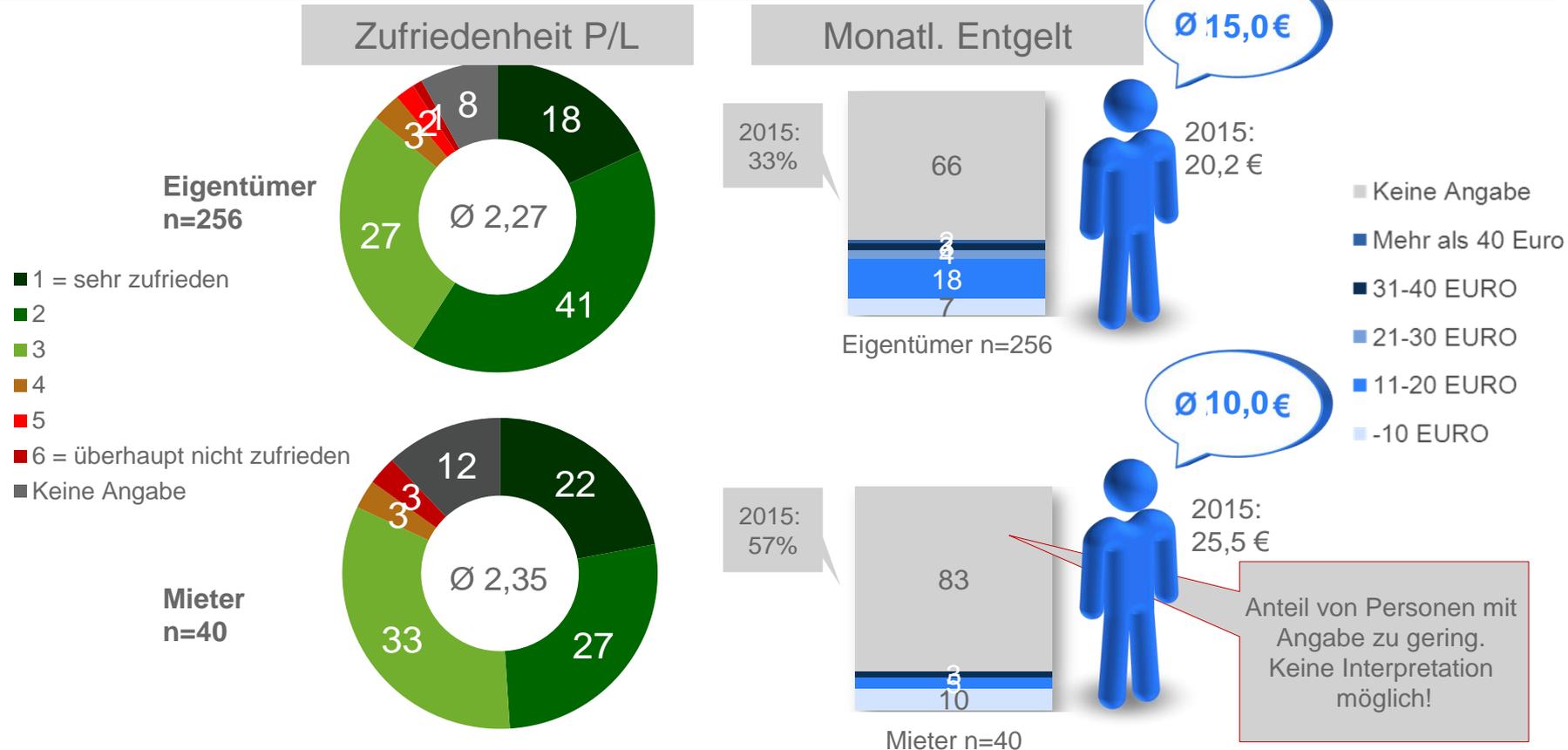


- Wie zufrieden sind Sie mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis Ihres Entsorgers insgesamt?
- Wissen Sie, wie viel Sie etwa pro Monat für die Abfallentsorgung zahlen?

Im Durchschnitt gehen Eigentümer davon aus, dass das monatliche Entgelt heute ungefähr 5 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 (alle Unternehmen)

- Die angebotenen Informationsmaterialien und die Werbung von allen Entsorgungsunternehmen werden immer bekannter.
- Auch Internetangebote bekommen eine immer größer werdende Bedeutung: Die APP AWSH kennt fast ein Drittel der Befragten aus den beiden Gebieten, der Facebook-Auftritt der AWR ist jedem Zehnten aus dem Gebiet bekannt.
- Die Internetpräsenz ist zu einem wichtigen Informationsmedium geworden.



# Kurzfakten: Werbung und Infomaterial

- Alle abgefragten Informationsmittel und Werbeauftritte werden immer bekannter.
- Während die Zeitungsanzeigen und Presseberichte weniger gut als in 2015 bewertet werden, zeigen die Veranstaltungen eine positive Tendenz. Die Abfallmanager-App wird nicht mehr ganz so gut wie noch 2015 benotet.

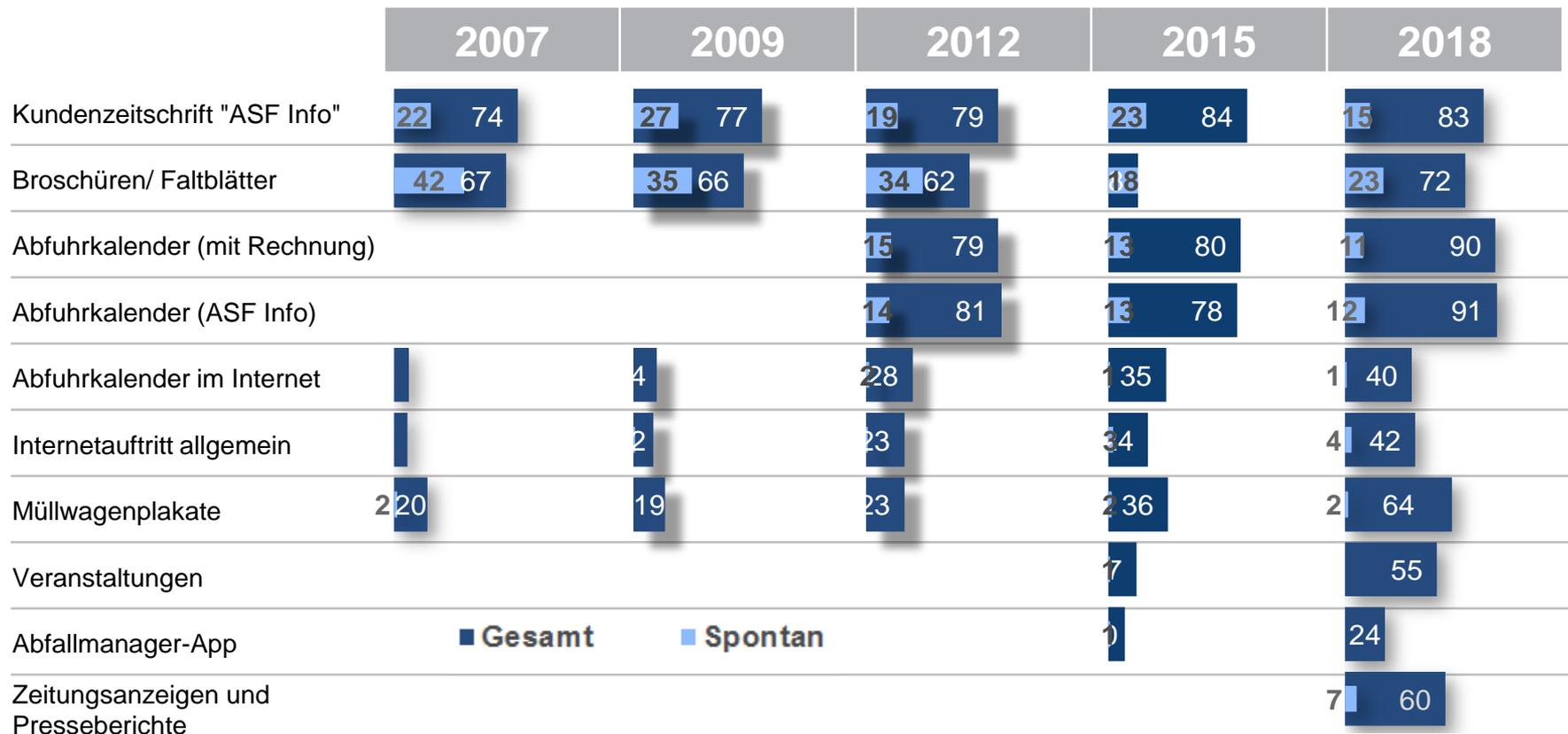




# Fast alle angebotenen Infomaterialien und Werbeauftritte bekommen eine immer größer werdende Bekanntheit.

## Vergleich Bekanntheit Werbung und Infomaterial – ASF

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?



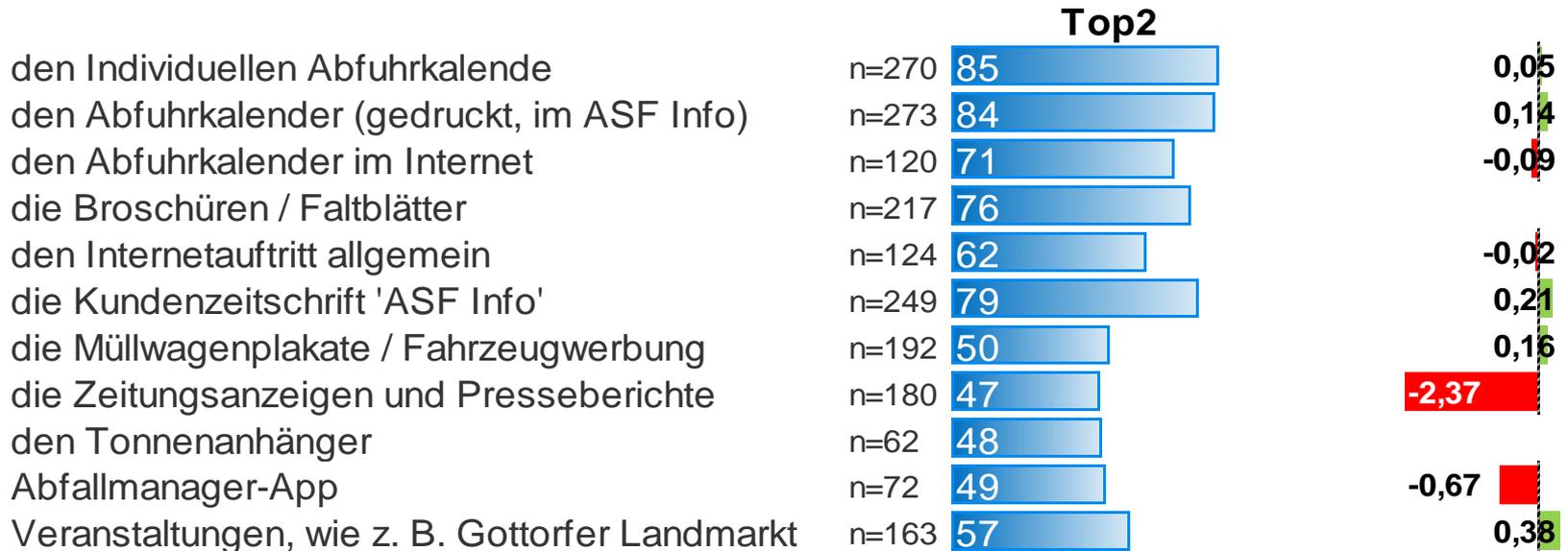
# Die Zeitungsanzeigen und Presseberichte bekommen eine weniger gute Bewertung als im Jahr 2015.

## Vergleich Beurteilung Werbung und Infomaterial – ASF

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. **Erinnerte Veranstaltungen**
- k. Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- l. Zusatzfragen
- m. Verbesserungsvorschläge

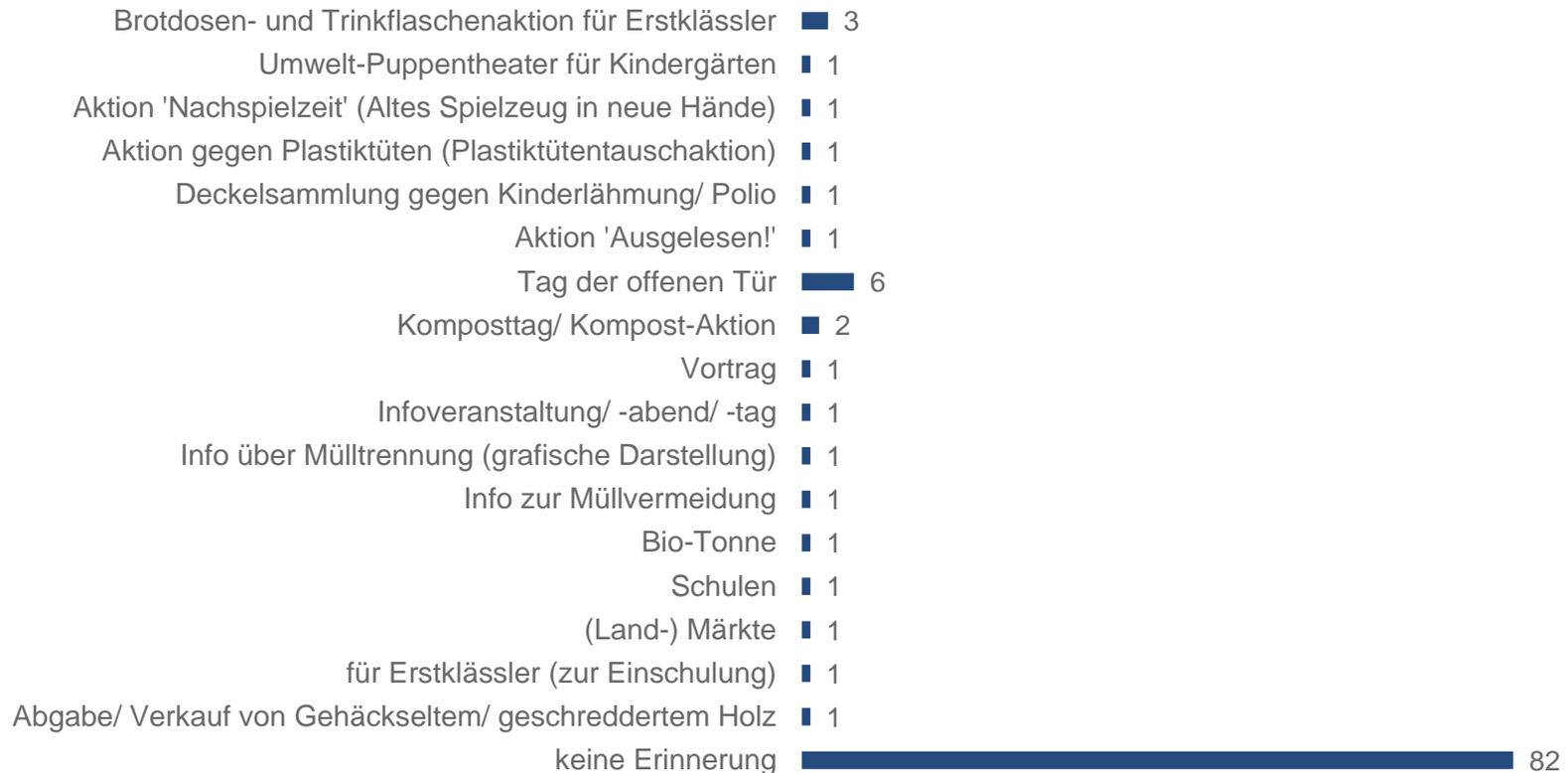
## 4. Zusammenfassung und Empfehlungen



Knapp ein Fünftel kann sich Aktionen der ASF erinnern. Am häufigsten wird der Tag der offenen Tür und die Brotdosen- und Trinkflaschenaktion für Erstklässler genannt.

### Erinnerte Veranstaltungen/ Aktionen – ASF

Basis: Alle Befragte des Entsorgungsunternehmens, Werte in %



8.3 An welche Veranstaltung/ Projekte von der ASF 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 (alle Unternehmen)

- Die überwiegende Mehrheit (85%) nutzt einen Recyclinghof mindestens einmal im Jahr.
- Die Kunden sind mit den Recyclinghöfen zufrieden.
- Die Weiterempfehlungsbereitschaft für die Recyclinghöfe aller Entsorgungsunternehmen ist sehr hoch.
- Am zufriedensten sind die Kunden mit den Mitarbeitern (Freundlichkeit und Kompetenz) und der Schnelligkeit der Abwicklung. Schlusslichter sind die Verkehrssituation bei der Abgabe, die Öffnungszeiten und die Gebühren/ Preise.





# Kurzfakten: Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe

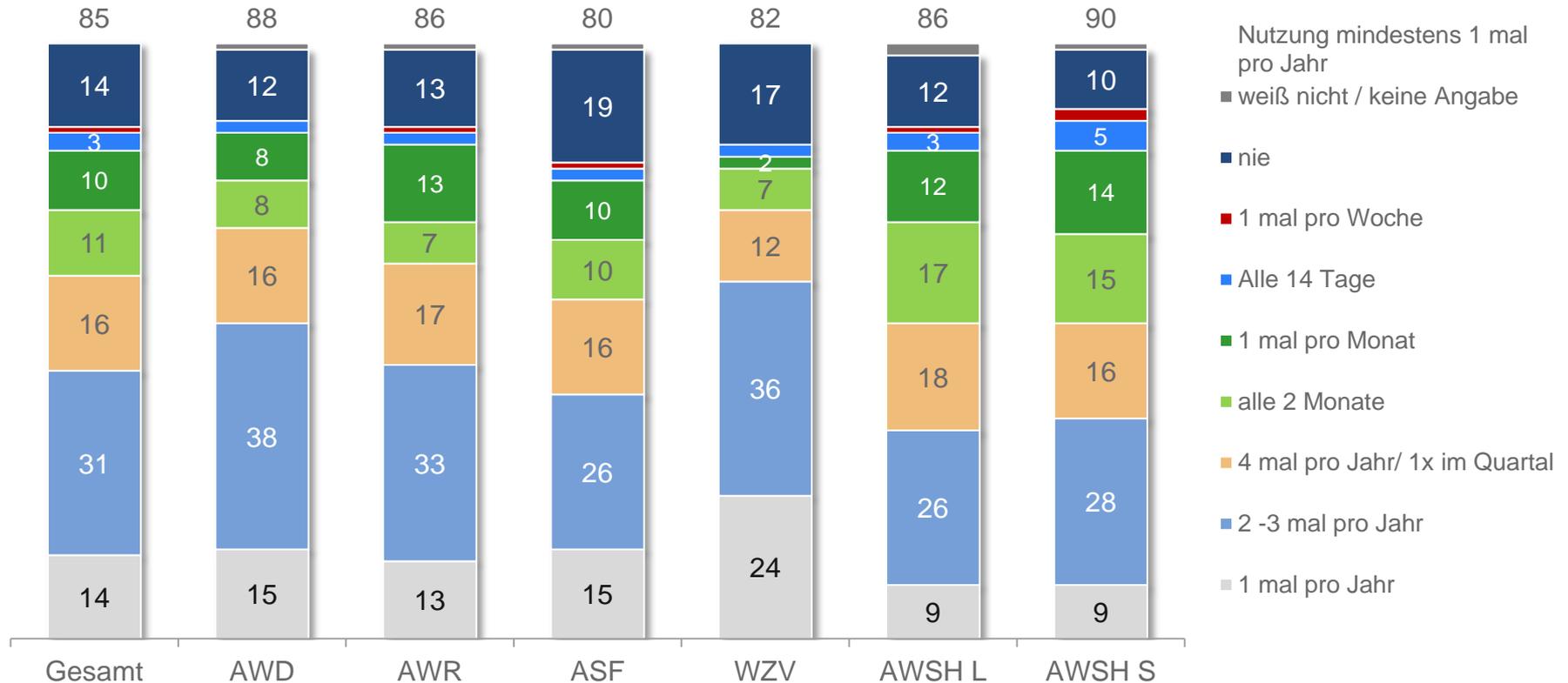
- Die Recycling-/ Wertstoffhöfe der ASF werden von 80% der Befragten einmal im Jahr genutzt; am häufigsten von großen Haushalten (3 Personen und mehr).
- Die Zufriedenheit und Weiterempfehlungsbereitschaft mit dem vorrangig genutzten Recyclinghof ist sehr hoch. Die Weiterempfehlungsbereit ist bei der ASF von allen abgefragten Unternehmen am höchsten.
- Im Vergleich mit den anderen Entsorgungsunternehmen schneiden die Recyclinghöfe der ASF hinsichtlich der Kompetenz der Mitarbeiter und der Schnelligkeit der Abwicklung sehr gut ab. Mit den Gebühren/ Preisen für die Abgabe sind die Befragten – im Vergleich zu den anderen Entsorgern – am zufriedensten.



# 85% aller Befragten nutzen einen Recyclinghof der Entsorgungsunternehmen mindestens einmal im Jahr.

## Nutzungsfrequenz Recyclinghöfe

Basis: Alle Befragten, Werte in %



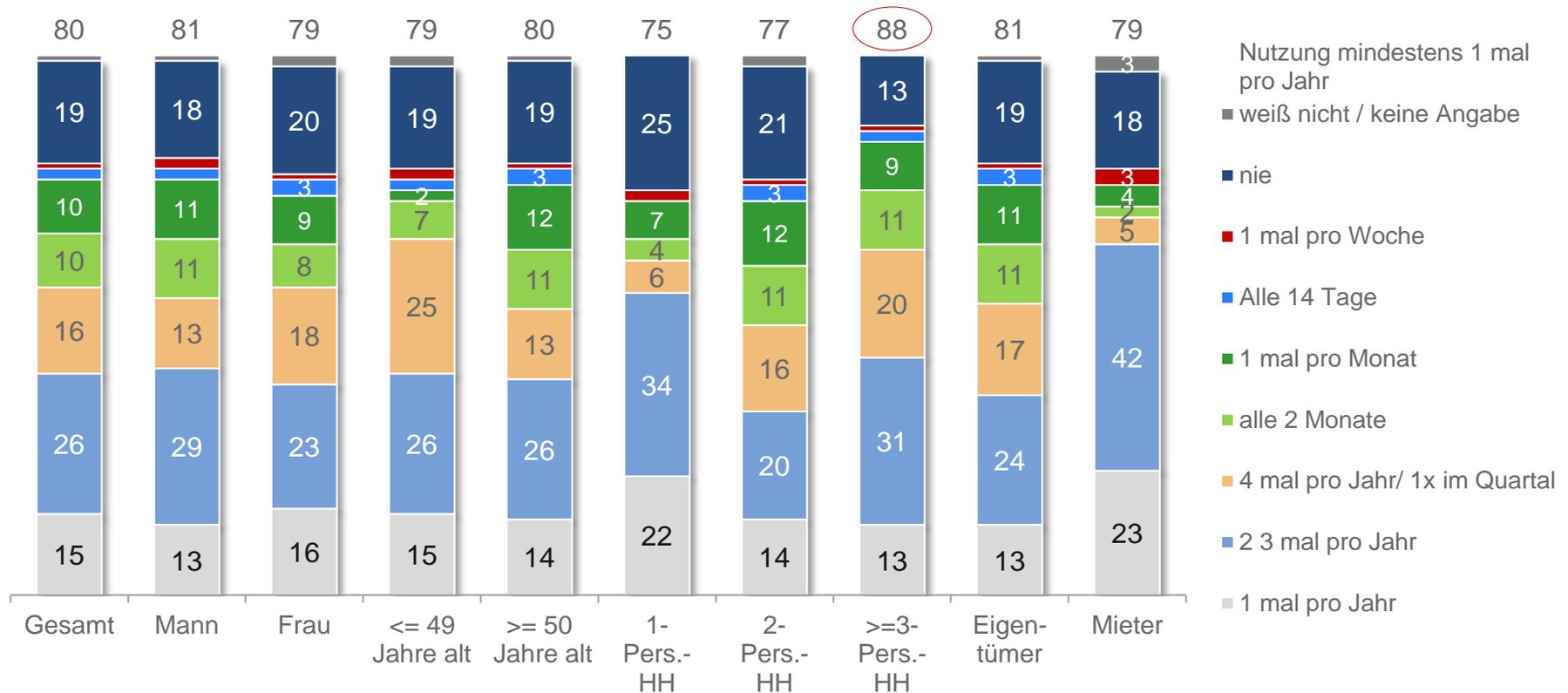
Nun möchte ich mich mit Ihnen speziell über die Recycling-/ Wertstoffhöfe von ... unterhalten. 12.a Wie häufig nutzen Sie einen Recycling-/ Wertstoffhof?



# Die Recycling-/ Wertstoffhöfe der ASF werden von so gut wie allen 3-Personen-Haushalten mindestens 1 mal im Jahr aufgesucht.

## Nutzungsfrequenz Recyclinghöfe

Basis: Alle Befragten, Werte in %

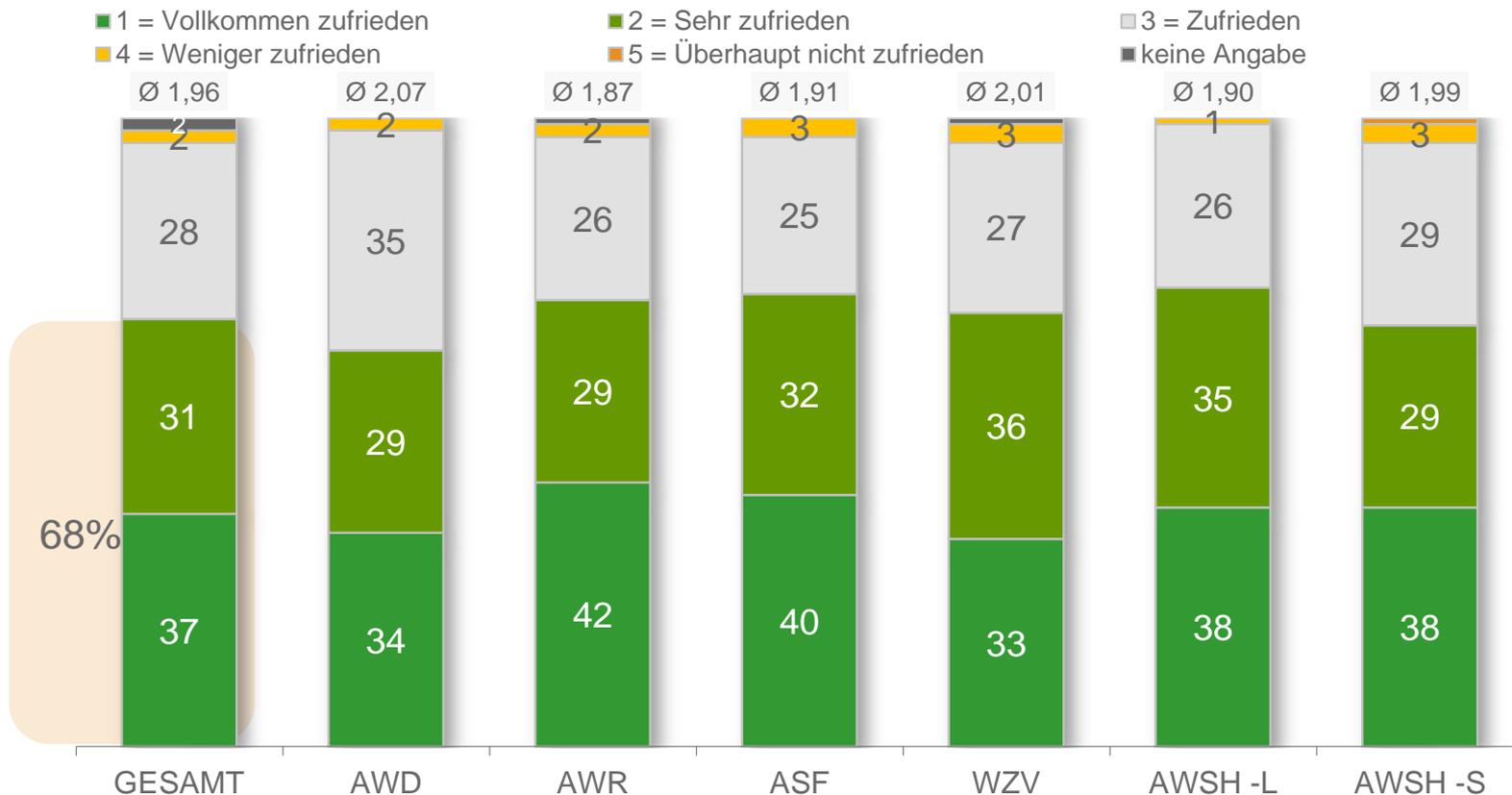


Nun möchte ich mich mit Ihnen speziell über die Recycling-/ Wertstoffhöfe von ... unterhalten. 12.a Wie häufig nutzen Sie einen Recycling-/ Wertstoffhof?

Mehr als zwei Drittel der Befragte sind mit dem von ihnen genutzten Recyclinghof sehr oder vollkommen zufrieden; bei der ASF liegt die Zufriedenheit bei 72%.

### 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?



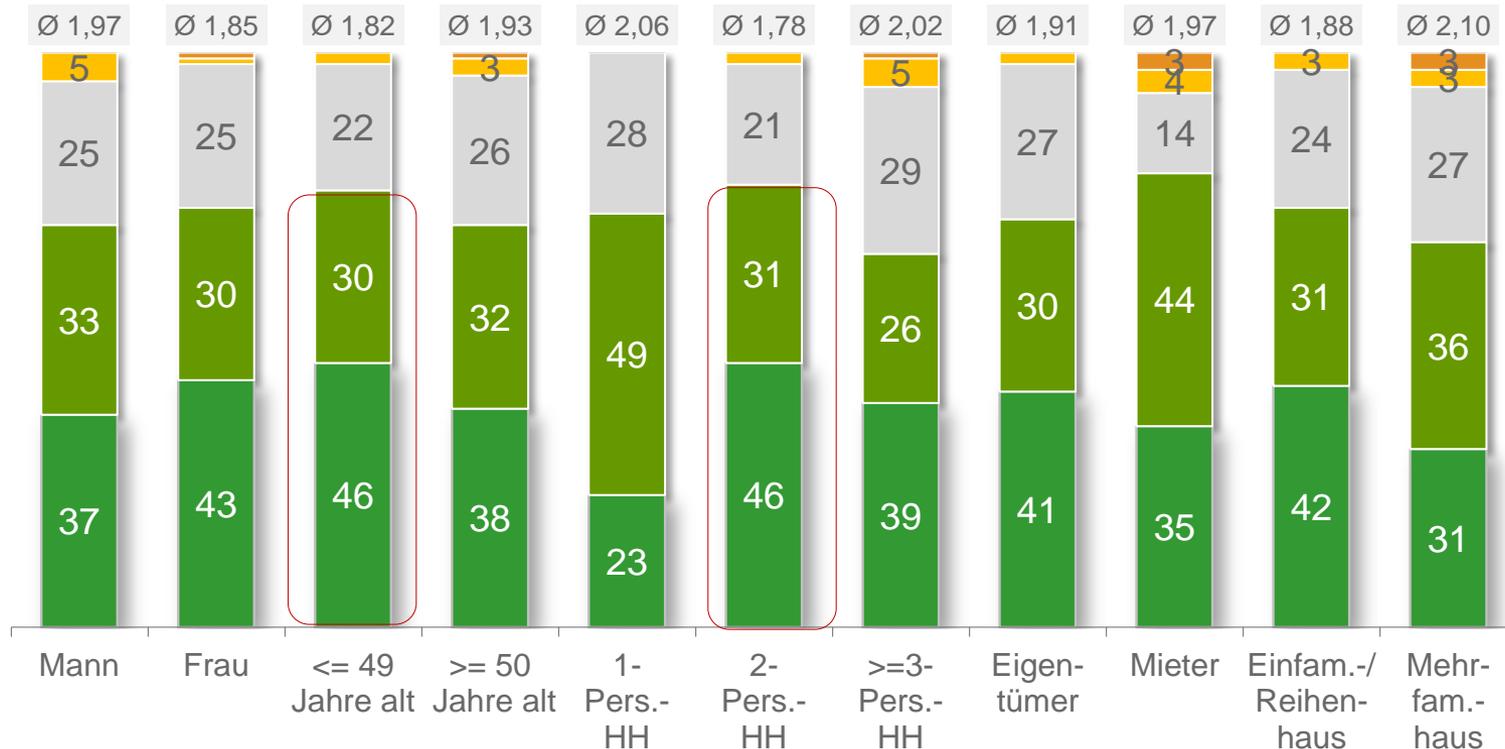
Die Zufriedenheit mit dem von den Befragten hauptsächlich genutzten Recycling-/ Wertstoffhofes der ASF ist hoch.

Jüngere und 2-Personen-Haushalte sind am zufriedensten.

### 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

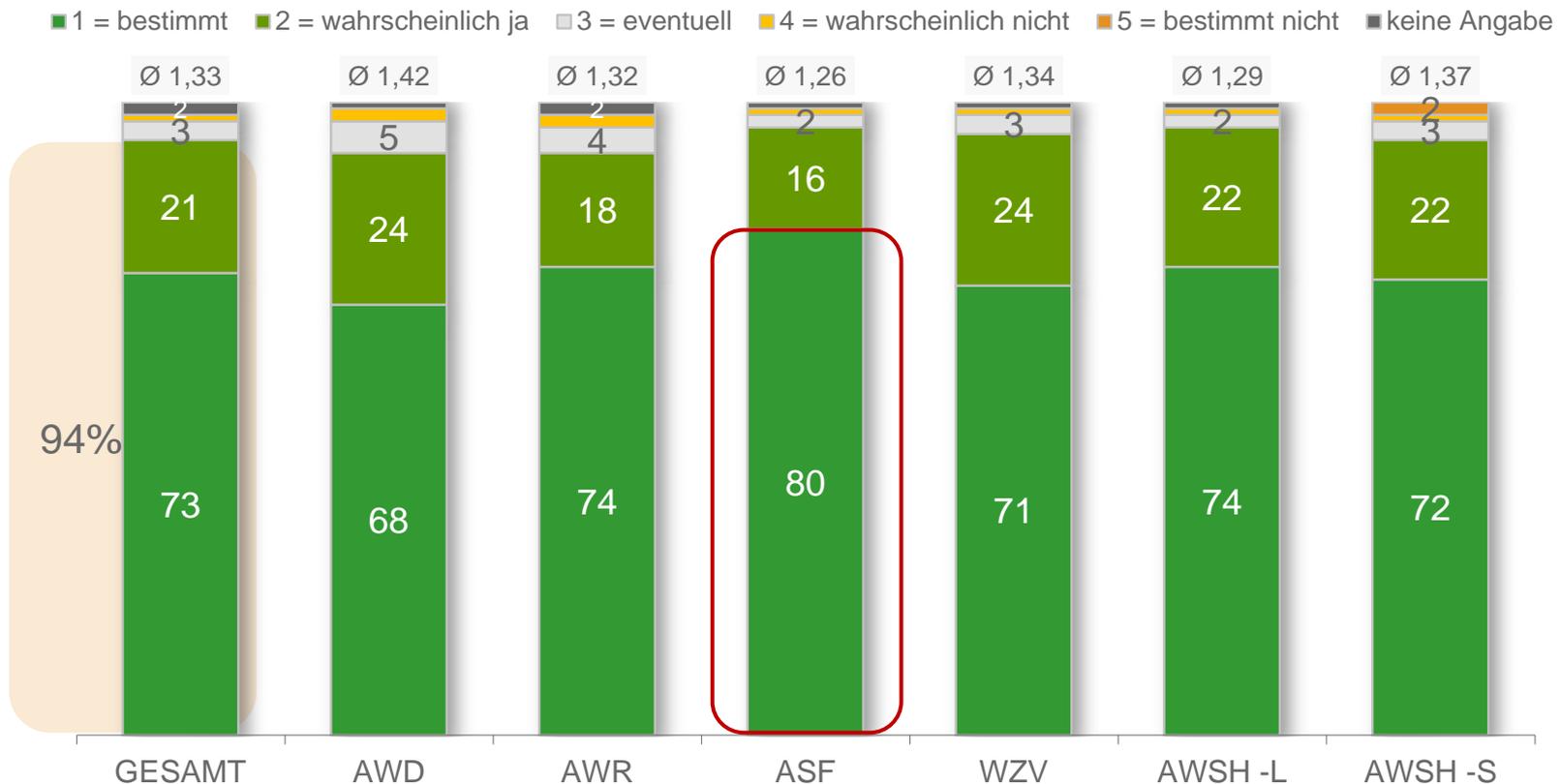


12.b Alles in allem, wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen des Recycling-/ Wertstoffhofes von ... ,den Sie vorrangig nutzen, insgesamt?

So gut wie alle Befragten würden den von Ihnen genutzten Recyclinghof auch weiterempfehlen; besonders hoch liegt die Weiterempfehlungsbereitschaft bei der ASF.

### Weiterempfehlungsbereitschaft für den vorrangig genutzten Recyclinghof

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



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

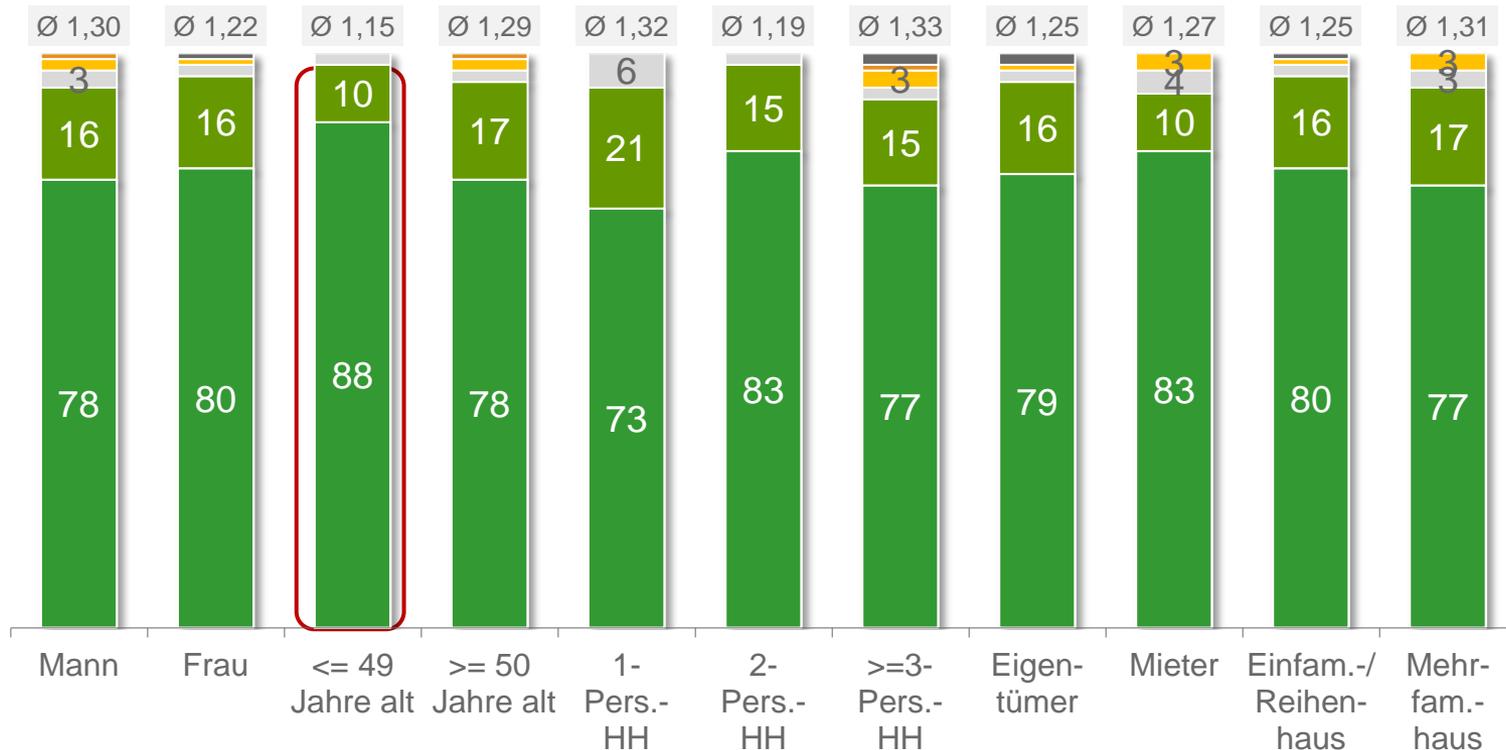


# Alle Jüngeren würden den Recycling-/ Wertstoffhof der ASF weiterempfehlen.

## 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?

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.

### 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



Freundlichkeit Mitarbeiter

Kompetenz Mitarbeiter

Schnelligkeit Abwicklung

Ordnung und Sauberkeit

Übersichtlichkeit

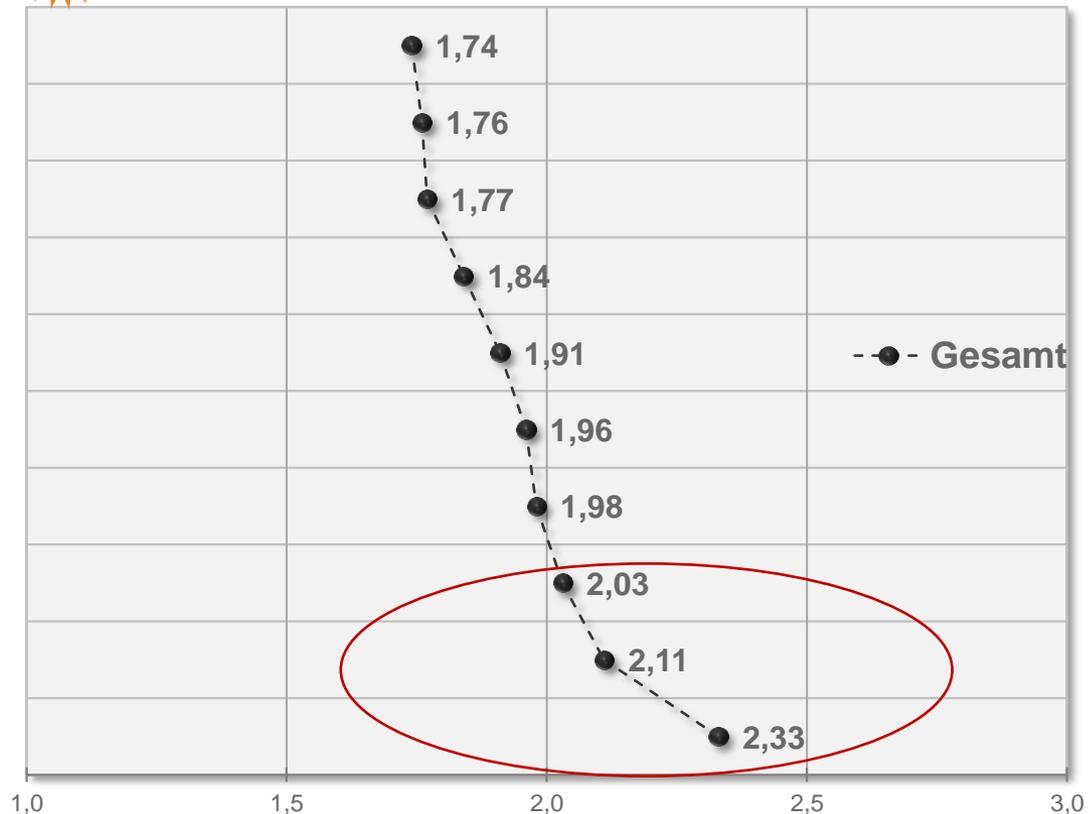
Kundenorientierung der Anlage insgesamt

Erscheinungsbild Anlage

Verkehrssituation bei Abgabe

Öffnungszeiten

Gebühren/ Preisen für die Abgaben



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

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



Freundlichkeit Mitarbeiter

Kompetenz Mitarbeiter

Schnelligkeit Abwicklung

Ordnung und Sauberkeit

Übersichtlichkeit

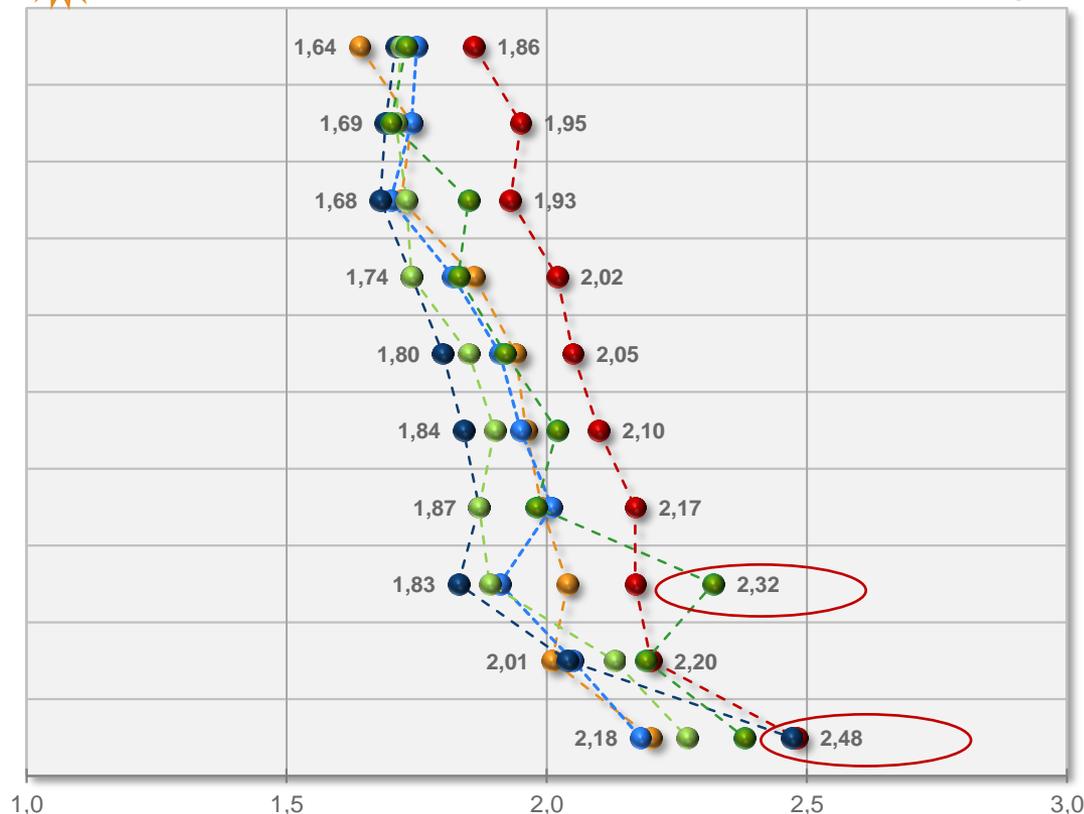
Kundenorientierung der Anlage insgesamt

Erscheinungsbild Anlage

Verkehrssituation bei Abgabe

Öffnungszeiten

Gebühren/ Preisen für die Abgaben



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



Die ASF liegt in der Zufriedenheit mit dem Recycling-/ Wertstoffhof insgesamt in der oberen Hälfte aller abgefragten Entsorger. Besonders für die Kompetenz der Mitarbeiter, die Schnelligkeit der Abwicklung und die Gebühren/ Preisen für die Abgabe erhält die ASF – im Vergleich - gute Noten.

### 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



**Freundlichkeit Mitarbeiter**

**Kompetenz Mitarbeiter**

**Schnelligkeit Abwicklung**

**Ordnung und Sauberkeit**

**Übersichtlichkeit**

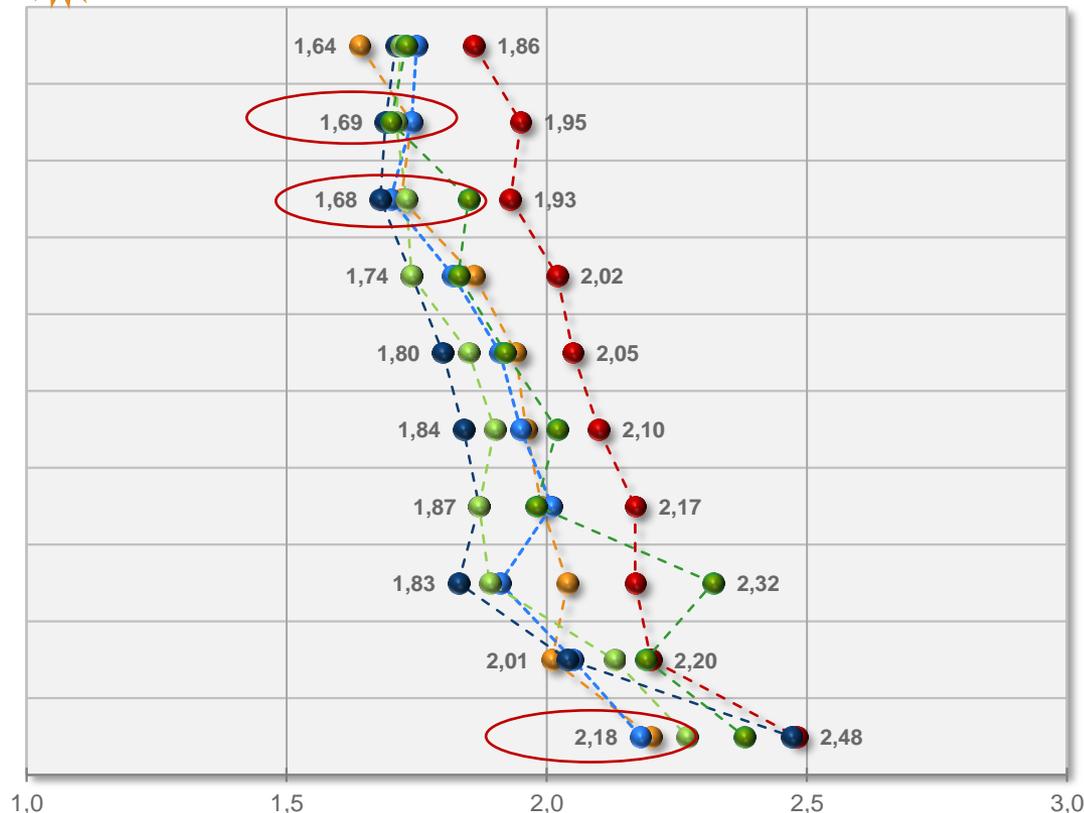
**Kundenorientierung der Anlage insgesamt**

**Erscheinungsbild Anlage**

**Verkehrssituation bei Abgabe**

**Öffnungszeiten**

**Gebühren/ Preisen für die Abgaben**



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



Knapp 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 %

<b>KEINE VERBESSERUNGSVORSCHLÄGE GENANNT</b>	<b>79</b>
<b>ÖFFNUNGSZEITEN</b>	<b>6</b>
bessere/ erweiterte Öffnungszeiten allg.	3
längere Öffnungszeiten (bis 20 h) allg.	2
bessere/ längere Öffnungszeiten am Samstag/ jeden Samstag öffnen	1
mehr Tage/ jeden Tag öffnen	1
<b>LEISTUNGEN</b>	<b>3</b>
Annahme von Stahlschrott	1
vielfältigere/ differenziertere Abgabemöglichkeiten	1
Annahme von Lacken	1
Annahme von Glühbirnen	1
<b>GEBÜHREN</b>	<b>3</b>
generell Gebühren senken (um Entsorgung über den Hausmüll zu vermeiden)	1
transparentere/ bessere Gebührenübersicht	1
<b>AUSSCHILDERUNG/ CONTAINERKENNZEICHNUNG</b>	<b>3</b>
mehr/ bessere/ größere/ ausführlichere Ausschilderung (einzelne Bereiche/ wo wird was entsorgt)	1
Container nach Inhalt kennzeichnen (Garten/ Elektro/ Metall)	1

<b>MITARBEITER</b>	<b>2</b>
bessere/ geduldigere/ langsamere Einweisung durch Mitarbeiter	1
<b>ZUFAHRT</b>	<b>2</b>
kürzere Wartezeiten/ zügigere Einfahrt/ weniger Stau zu Stoßzeiten (zweite Spur)	1
<b>ABLADEN (AM CONTAINER)</b>	<b>1</b>
Rampe für Grünzeug/ Grünzeug-Container zu hoch	1
<b>ASPEKTE ZUM MÜLLSYSTEM ALLG.</b>	<b>1</b>
stabilere gelbe Säcke	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

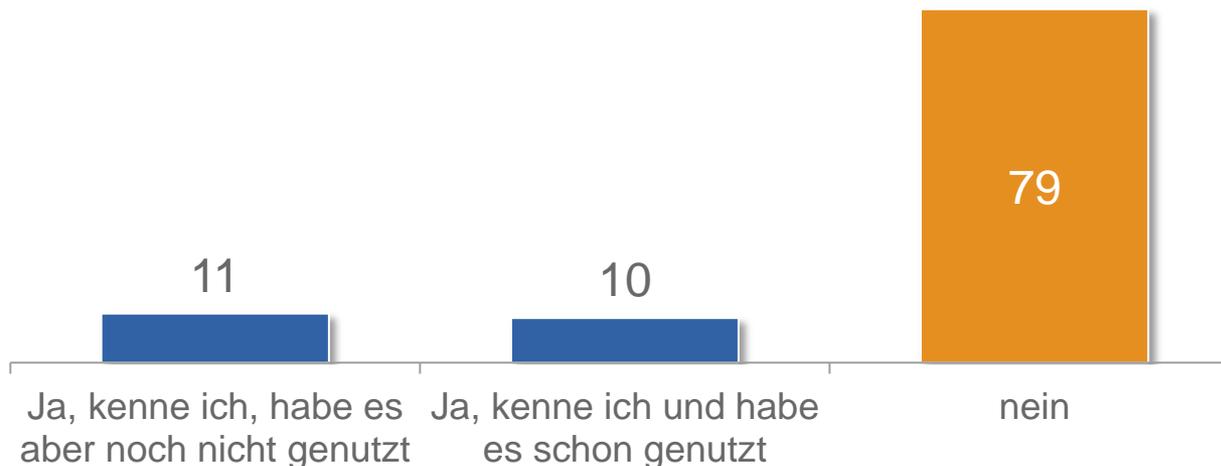
## 4. Zusammenfassung und Empfehlungen

# Jeder Zehnte hat das Kundenportal der ASF schon einmal genutzt.



## Bekanntheit des Kundenportals der ASF

Basis: Alle Befragten der ASF, n=299, Werte in %



Insgesamt ist 21% der Befragten das Kundenportal bekannt.

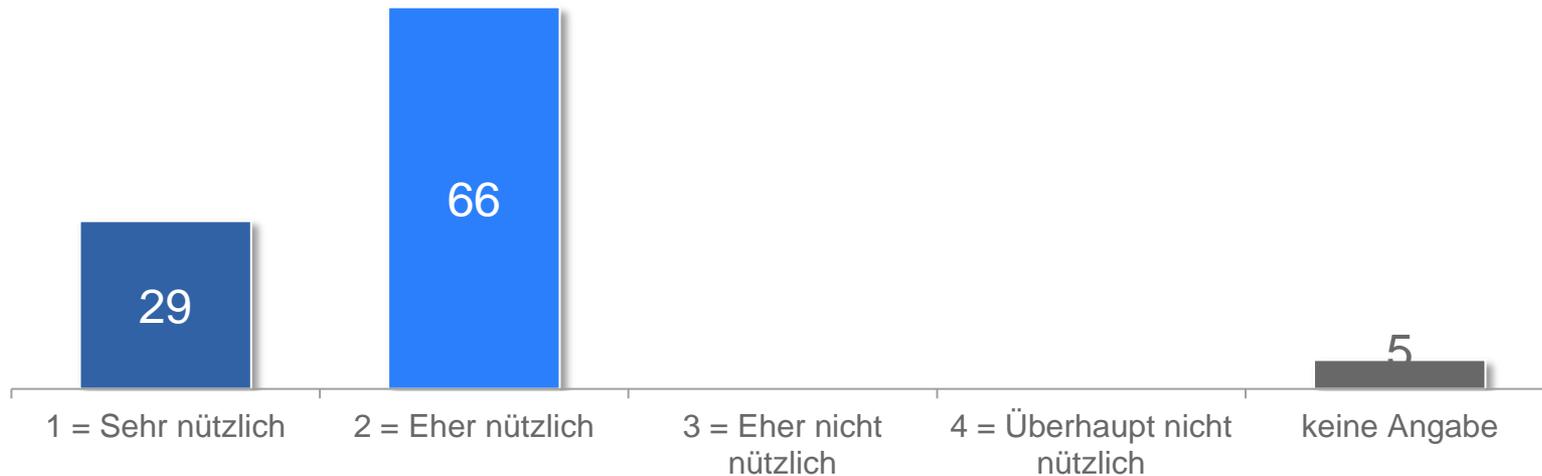
16.c Kennen Sie das Kundenportal der ASF?



# So gut wie allen Nutzern ist das Kundenportal hilfreich.

## Nützlichkeit des Kundenportals der ASF

Basis: Nutzer des Kundenportals der ASF, n=29, Werte in %



**95% bewerten das Kundenportal nützlich**

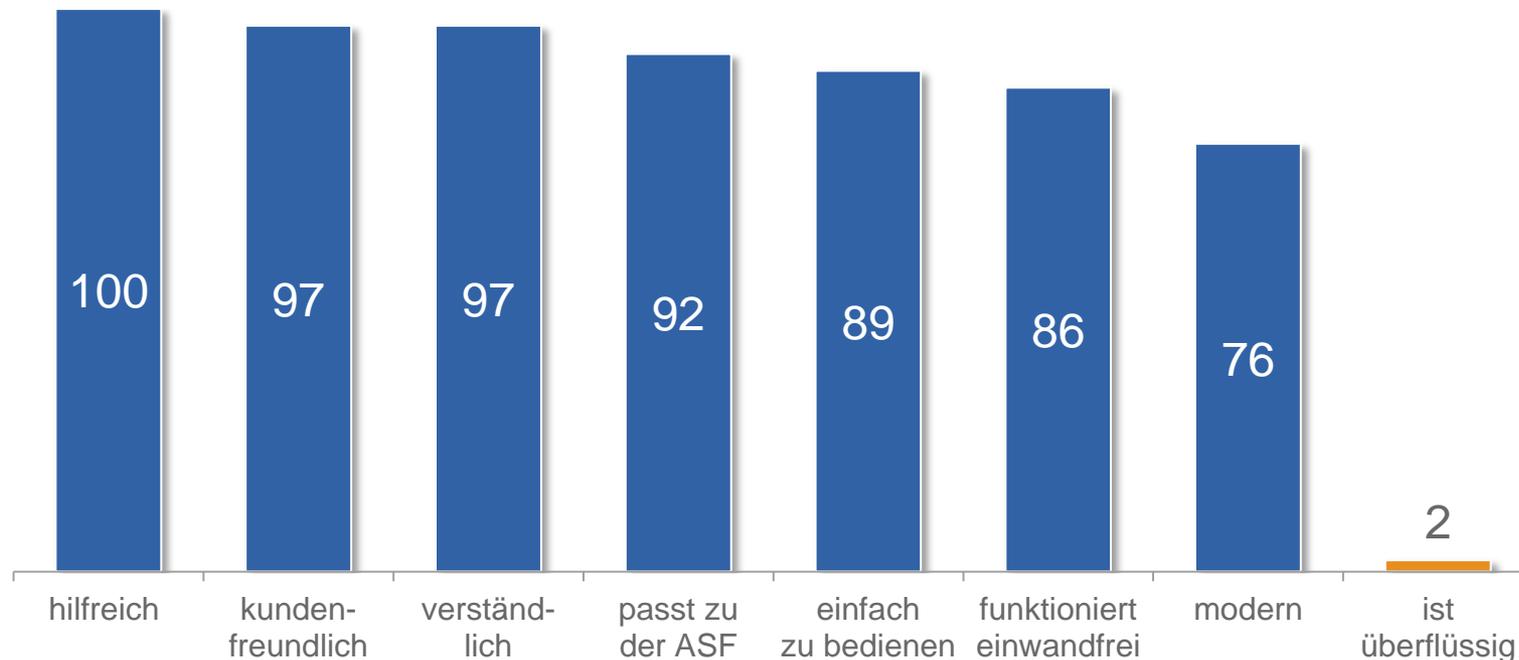
16.d Wie bewerten Sie das Kundenportal der ASF?



Für die Nutzer des Kundenportals erfüllt das Tool die abgefragten Kriterien. Wichtig ist auch, dass so gut wie alle Nutzer das Kundenportal als passend zu der ASF empfinden.

### Eigenschaften des Kundenportals der ASF

Basis: Nutzer des Kundenportals der ASF, n=29, Werte in %



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

# 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

Auch dieses Jahr haben nur knapp ein Viertel der Befragten Verbesserungsvorschläge gemacht. 3% möchten eine gelbe Tonne/ Wertstofftonne und 2% wünschen sich einen stabileren gelben Sack.

### Verbesserungsvorschläge – die häufigsten Nennungen (alle Entsorger)

Basis: Alle Befragten, Werte in %



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



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

## Verbesserungsvorschläge

Basis: Alle Befragten, Werte in %

<b>KEINE VERBESSERUNGSVORSCHLÄGE GENANNT</b>	<b>84</b>
<b>GELBE SÄCKE/ TONNE/ PLASTIKMÜLL</b>	<b>5</b>
stabilere/ reißfeste gelbe Säcke/ Tüten	2
gelbe Tonne/ Wertstofftonne einführen (statt gelber Sack)	1
zuverlässige/ pünktlichere Abholung der gelben Säcke/ Tonnen	1
gelbe Säcke besser verfügbar/ häufiger/ großzügiger verteilen (durch zentrale Stellen/ Supermärkte/ bei Abholung anliefern)	1
<b>BIOMÜLL</b>	<b>2</b>
Biotonne häufiger/ gründlicher reinigen/ austauschen	2
<b>ALTGLAS</b>	<b>1</b>
Umgebung der Altglascontainer zugemüllt/ verdreckt	1
<b>INFORMATIONEN</b>	<b>3</b>
bessere/ übersichtlichere Gestaltung des Abfuhrkalenders (nach Straßen getrennt/ Farbgestaltung/ zweiseitig)	1
Müll-App (wieder) einführen/ verbessern (funktioniert nicht zuverlässig)	1
<b>KOSTEN/ GEBÜHREN/ ABRECHNUNG</b>	<b>3</b>
Gebühren senken/ besseres Preis-Leistungsverhältnis	2
<b>VORGEHEN BEI DER ABHOLUNG</b>	<b>2</b>
Tonnen dort abstellen, wo sie vorher standen (nicht auf Gehweg/ Fahrbahn)	1
<b>ABHOLTURNS/ -ZEITPUNKT</b>	<b>1</b>
zuverlässige/ pünktliche Abholung (auch bei schlechter Witterung/ Schnee)	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- tionalien

- 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

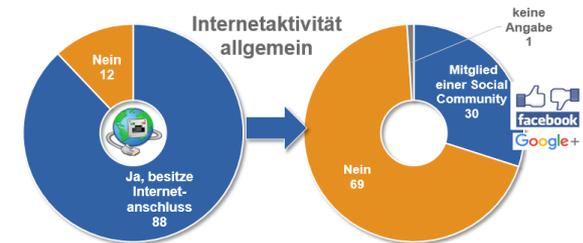
- Recyclinghöfe werden von der großen Mehrheit der Befragten mindestens einmal im Jahr genutzt. Die Befragten sind mit den genutzten Wertstoffhöfen zufrieden. So gut wie alle Befragten würden den von Ihnen genutzten Recyclinghof auch weiterempfehlen; besonders hoch liegt die Weiterempfehlungsbereitschaft 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](mailto:braass@gdp-group.com)

Christine Steiner  
Senior Research Consultant  
Fon: 040 – 298 76 134  
[steiner@gdp-group.com](mailto:steiner@gdp-group.com)

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

[kontakt@gdp-group.com](mailto:kontakt@gdp-group.com)  
[www.gdp-group.com](http://www.gdp-group.com)  
[www.facebook.com/forschungsgruppe.gdp](https://www.facebook.com/forschungsgruppe.gdp)