

## BEFRAGUNG VON KUNDINNEN UND KUNDEN

---

### KNOW - HOW

Die Bedeutung von Kundenbefragungen hat in den letzten Jahren stark zugenommen. Je nach Fokus der Befragung stehen dabei verschiedene Aspekte im Zentrum der Untersuchung. Dies kann von der Zufriedenheit mit den verschiedenen Dienstleistungen und Produkten über Fragen der Qualität bis hin zum Image von Produkten und Unternehmungen führen. Interface Politikstudien verfügt über ausgewiesene Kompetenzen und Erfahrungen zur Konzeption, Durchführung und Auswertung von quantitativen Befragungen von Kundinnen und Kunden.

### METHODE

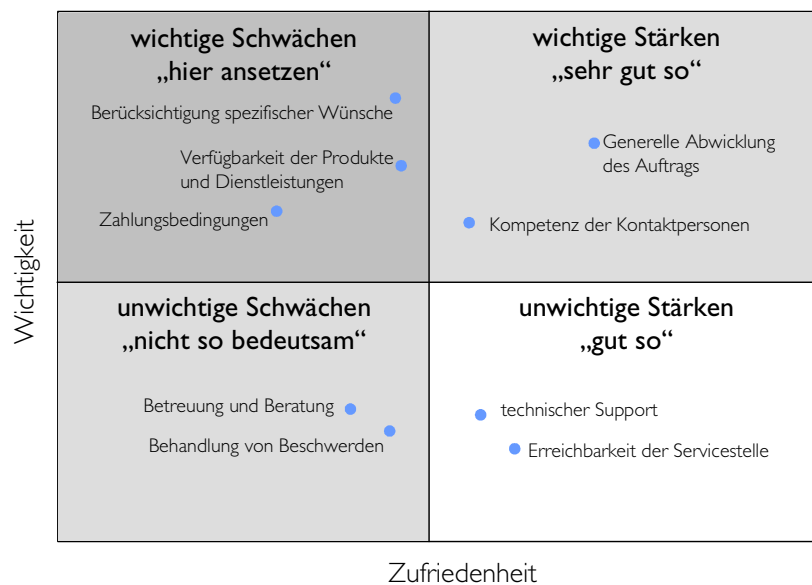
Je nach Grösse und Zielgruppe der Befragung setzen wir schriftliche, telefonische oder online basierte Instrumente ein. Wie unsere Erfahrungen aus der Praxis zeigen, sind oft auch Kombinationen von quantitativen Methoden mit qualitativen persönlichen Interviews von grossem Nutzen für die Auftraggeber.

### RESULTATE UND PRODUKTE

Als unabhängiges und externes Unternehmen können wir den befragten Personen grösstmögliche Anonymität garantieren und dadurch den Auftraggeber optimal informieren. Die Resultate der Analysen lassen sich auf verschiedenen Aggregationsebenen (Kundengruppen, Produkte usw.) darstellen. Verschiedene Auswertungen ermöglichen unseren Auftraggebern einen schnellen und umfassenden Überblick über die Ergebnisse. Dazu gehören unter anderem Portfolios, bei denen die Bedeutung eines Aspekts mit der Zufriedenheit kombiniert wird (vgl. Darstellung).

### PORTFOLIO DER GESAMTZUFRIEDENHEIT (ASPEKTE DER KUNDENZUFRIEDENHEIT)

---



Entsprechend den Wünschen unserer Kundinnen und Kunden können wir auf verschiedenen Ebenen Unterstützung bei der Auswertung und der Interpretation der Ergebnisse anbieten. Dazu liefern wir die Resultate je nach Bedürfnis in der Form von handlichen

Charts, einem Werkstattbericht in Tabellenformat, einer Präsentation oder einem ausführlichen Analysebericht. Selbstverständlich sind auch Kombinationen einzelner Produkte möglich.

#### AUSWAHL REALISierter KUNDENBEFRAGUNGEN

- 1998, Befragung von Hausbesitzern und Unternehmungen zur Evaluation des Investitionsprogramms Energie 2000
- 1998, Kundenbefragung beim Kantonalen Amt für Umweltschutz des Kantons Luzern
- 2000, Befragung von Kundinnen und Kunden der WOV-Ämter des Kantons Solothurn
- 2000, Kundenbefragung für das Bundesamt für Sozialversicherung (BSV)
- 2002, Kundenbefragung für das Bundesamt für Landestopografie (swisstopo)
- 2002, Kundenumfrage im Auftrag der Zentralen Ausgleichskasse (ZAS) von AHV- und IV-BezügerInnen in Deutschland, Spanien, Frankreich und Italien
- 2003, Befragung von Hausbesitzern und Unternehmungen der Heizungs-, Klima- und Lüftungsbranche im Rahmen der Evaluation der Energienetzwerke im Bereich erneuerbarer Energien
- 2004, Befragung von Unternehmungen, die in Kontakt mit dem Amt für Umwelt der Stadt Zürich stehen
- 2005, Befragung zur Kundenzufriedenheit von StandortinhaberInnen belasteter Standorte für das Amt für Abfall, Wasser, Energie und Luft (AWEL) des Kantons Zürich
- 2005, Befragung der Kundinnen und Kunden des Assessmentzentrums cedac
- 2005, Befragung von Kundinnen und Kunden des Detailhandels in Köniz im Rahmen der Wirkungsanalyse „Umgestaltung Zentrum Köniz“

#### WEITERE INFORMATIONEN

---

Andreas Balthasar, Dr. rer. pol.; Oliver Bieri, Dr. phil. I

bieri@interface-politikstudien.ch; Tel.: +41 (0)41 412 07 12; Seidenhofstrasse 12; CH-6003 Luzern;

www.interface-politikstudien.ch

---