



# Kundenzufriedenheitsuntersuchung 2021

## Ergebnisse

Hamburg, Mai 2021

Die Teilnehmer dieser Befragung, die selbst aktiv wurden, um Ihre Meinung online abzugeben, sind signifikant jünger als die repräsentativ rekrutierten Teilnehmer der CATI-Befragung. Die Methode der Hybrid-Befragung (CATI- und Online-Interviews) wurde gewählt, um die mangelnde telefonische Erreichbarkeit von jüngeren Kunden anzupassen.

		Abfallwirtschaft									
Gesamt CATI	Gesamt ONLINE	AWD CATI <sup>2</sup>	AWD ONLINE <sup>2</sup>	AWR CATI <sup>2</sup>	AWR ONLINE <sup>2</sup>	ASF CATI <sup>2</sup>	ASF ONLINE <sup>2</sup>	AWSH L CATI <sup>2</sup>	AWSH L ONLINE <sup>2</sup>	AWSH S CATI <sup>2</sup>	AWSH S ONLINE <sup>2</sup>
Ø60,7	Ø51,5	Ø60,9	Ø45,4	Ø61,6	Ø47,8	Ø59,9	Ø49,8	Ø59,8	Ø54,3	Ø61,4	Ø57,7
Ø9,3 Jahre jünger		Ø15,5 Jahre jünger		Ø13,7 Jahre jünger		Ø10,1 Jahre jünger		Ø5,5 Jahre jünger		Ø3,7 Jahre jünger	

Auch in dieser Untersuchung zeigt sich, dass Online-Befragte deutlich kritischer als CATI-Befragte sind. Die Effekte der sozialen Erwünschtheit werden in einer Online-Befragung minimiert. Es wird in der Wissenschaft noch diskutiert, inwiefern die Effekte der fehlenden sozialen Erwünschtheit das Gegenstück zu den Effekten der sozialen Erwünschtheit bilden. Die Online-Befragten liefern in der Befragung deutlich mehr Hinweise auf konkrete Optimierungspotenziale.

## Hintergrund und Zielsetzung

## Untersuchungsmethode, Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

## Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

- Globalzufriedenheit und Image
- Fehlende Dienstleistungen
- Optimierungspotenzial Services
- Produkt- und Dienstleistungsqualität
- Erinnernte Kampagnen
- Kontakt zur Abfallwirtschaft
- Servicequalität
- Preisgestaltung
- Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- Zusatzfragen
- Verbesserungsvorschläge

## Zusammenfassung und Empfehlungen

## Hintergrund und Zielsetzung

Untersuchungsmethode, Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

## Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

- Globalzufriedenheit und Image
- Fehlende Dienstleistungen
- Optimierungspotenzial Services
- Produkt- und Dienstleistungsqualität
- Erinnernte Kampagnen
- Kontakt zur Abfallwirtschaft
- Servicequalität
- Preisgestaltung
- Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- Zusatzfragen
- Verbesserungsvorschläge

## Zusammenfassung und Empfehlungen

## Hintergrund

- Im Rahmen eines regelmäßigen Trackings untersuchen die Abfallwirtschaftsgesellschaften der Kreise Schleswig-Flensburg, Rendsburg-Eckernförde, Dithmarschen, Stormarn und Herzogtum Lauenburg bereits seit 2006/2007 alle drei Jahre die Kundenzufriedenheit in ihren Entsorgungsgebieten. Bis 2018 wurde diese Erhebung nur per CATI-Interviews durchgeführt.
- Im Rahmen des soziodemografischen Wandels und der damit einhergehenden Änderung der Kommunikationswege, haben sich die Abfallwirtschaftsgesellschaften zu einer Änderung der Erhebungsmethode in 2021 entschlossen. Die aktuelle Untersuchung wurde als Hybrid-Methode (Soll: 50% CATI-Interviews / Soll: 50% Online-Interviews) durchgeführt.

## Zielsetzung

Zielsetzung ist es ...

- Informationen über das Image, die Produkt,- Dienstleistungs- und die Servicequalität der Abfallwirtschaftsgesellschaften AWD, AWR, ASF, AWSH (Stormarn und Kreis Herzogtum Lauenburg) zu erlangen,
- 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.
- Achtung: Datenvergleiche mit dem Jahr 2018 wurden ohne die eingeflossenen Daten des WZVs, der dieses Jahr nicht teilgenommen hat, durchgeführt.

## Hintergrund und Zielsetzung

## Untersuchungsmethode, Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

## Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

- Globalzufriedenheit und Image
- Fehlende Dienstleistungen
- Optimierungspotenzial Services
- Produkt- und Dienstleistungsqualität
- Erinnernte Kampagnen
- Kontakt zur Abfallwirtschaft
- Servicequalität
- Preisgestaltung
- Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- Zusatzfragen
- Verbesserungsvorschläge

## Zusammenfassung und Empfehlungen

## Hybridansatz

### CATI-Befragung (n=150)

- Repräsentative Ziehung von Telefonnummern im Einzugsgebiet der jeweiligen Abfallwirtschaften.
- Die Ziehung wird analog der bisherigen Kundenumfragen vorgenommen.
- Befragt werden Personen, die sich am ehesten um die Abrechnungen im Bereich Miete und Nebenkosten kümmern.

Einander ergänzend

Die Erreichbarkeit der Zielpersonen der Grundgesamtheit über das Telefonnetz ist Schwankungen unterworfen. Gerade Ältere sind nicht Internetaffin.

Jüngere haben oft keinen Festnetzanschluss mehr und lassen Mobilfunknummer nicht eintragen, sind jedoch online zu erreichen.

### Online-Befragung (min. n=150)

- Nicht-Repräsentative Befragung nach Anfall aufgrund eines Aufrufs in öffentlichen Medien und auf der Homepage.
- Veröffentlichung eines QR-Codes bzw. tiny Links zu der Umfrage in öffentlichen lokalen Medien.
- Die Online-Studie wurde 6 Wochen nach dem ersten Aufruf nicht geschlossen, um Kunden nicht zu verärgern.

→ Die ideale Kombination, um eine möglichst breite Kundenstruktur zu erreichen

## Online-Erhebung

- Die Abfallwirtschaften veröffentlichten den Aufruf zur Teilnahme an dem Online-Interview in digitalen Medien und/oder regionalen Tages-/ Wochenzeitungen.
- Die Befragten konnten mittels Tiny-Link und Zugangscode oder QR-Code an der Befragung teilnehmen.

Beispiel des Aufrufs auf der Internetpräsenz der AWR.

### Online-Umfrage zur Kundenzufriedenheit 2021



02. März 2021 | AWR

Ihre Meinung ist gefragt!

Die AWR führt im Zeitraum vom 04.03. bis 05.04.2021 eine Online-Umfrage zum Thema Kundenzufriedenheit durch. Hier haben alle Bürgerinnen und Bürger aus dem Kreis Rendsburg-Eckernförde die Möglichkeit, individuelle Antworten zu konkreten Fragestellungen zu geben, sowie Lob und Kritik zu äußern. Die Ergebnisse der Befragung sollen in zukünftige Planungen für abfallwirtschaftliche Konzepte der öffentlichen Abfallwirtschaft einfließen.

Zur Umfrage gelangen Sie über oben stehenden QR-Code oder folgenden Link mit dem Zugangscode **abfall2021**: <https://zum-fragebogen.de/>

## CATI-Erhebung

- Die Ziehung der Stichprobe erfolgte anhand des ADM-Mastersamples, dem Referenzsystem für bevölkerungsrepräsentative Studien in Deutschland



(<https://www.adm-ev.de/leistungen/arbeitsgemeinschaft-adm-stichproben/>).

- Zufallsgesteuerte Ziehung einer Telefonnummernstichprobe nach den Kreiskennziffern
- Proportionale Ziehung von Telefonnummern für die Kreise bzw. PLZs
- RLD-Bearbeitung zur Generierung nicht eingetragener Telefonnummern
- Mischung aller Rufnummern und Splittung in einzelne Pakete.
- Dialer: Zufallsgesteuerte Rufnummernanwahl: jede Rufnummer hat die gleiche Wahrscheinlichkeit, angewählt zu werden.
- Anwahlwiederholung zu unterschiedlichen Zeiten
- Telefonzeit: 11:00 bis 20:00 h



## Online: Fallzahl / Stichprobengröße / Sample

### Zielgruppe:

- Zielgruppe: Eigentümer und Mieter in den jeweiligen Einzugsgebieten der Abfallwirtschaftsgesellschaften

### Stichprobengröße:

- Fallzahl: Alle aufgelaufenen Interviews sechs Wochen nach Aufruf durch die AWDs. Auswertung von optimalerweise 150 Interviews pro Abfallwirtschaftsgesellschaft bzw. Entsorgungsgebiet bei AWDH

### Sample:

- Aufruf zur Teilnahme in öffentlichen Medien, auf der Homepage und/ oder sozialen Medien durch die jeweiligen Abfallwirtschaften.

### Fragebogenlänge:

- ca. 10-12 Minuten Interviewdauer

### Anzahl offene Fragen:

- Durchschnittlich ca. 6-7 pro Fragebogenversion

### Feldzeit:

- 8. März 2021 bis 16. April 2021

### Durchführendes Institut:

- g/d/p Markt- und Sozialforschung GmbH. Ein Unternehmen der Forschungsgruppe g/d/p

## CATI: Fallzahl / Stichprobengröße / Sample

### Zielgruppe:

- Repräsentative Haushaltsbefragung unter Eigentümern und Mietern in den jeweiligen Einzugsgebieten der Abfallwirtschaftsgesellschaften.

### Stichprobengröße:

- **150 Interviews** pro Abfallwirtschaftsgesellschaft bzw. Entsorgungsgebiet bei AWSH

### Sample:

- Die Entsorgungsgebiete werden anhand von Landkreisen und Postleitzahlen definiert.
- g/d/p zieht eine für die in den jeweiligen Gebieten vorhandenen Telefonnummern eine repräsentative Zufallsstichprobe.

### Fragebogenlänge:

- ca. 10-12 Minuten Interviewdauer

### Anzahl offene Fragen:

- Durchschnittlich ca. 6-7 pro Fragebogenversion

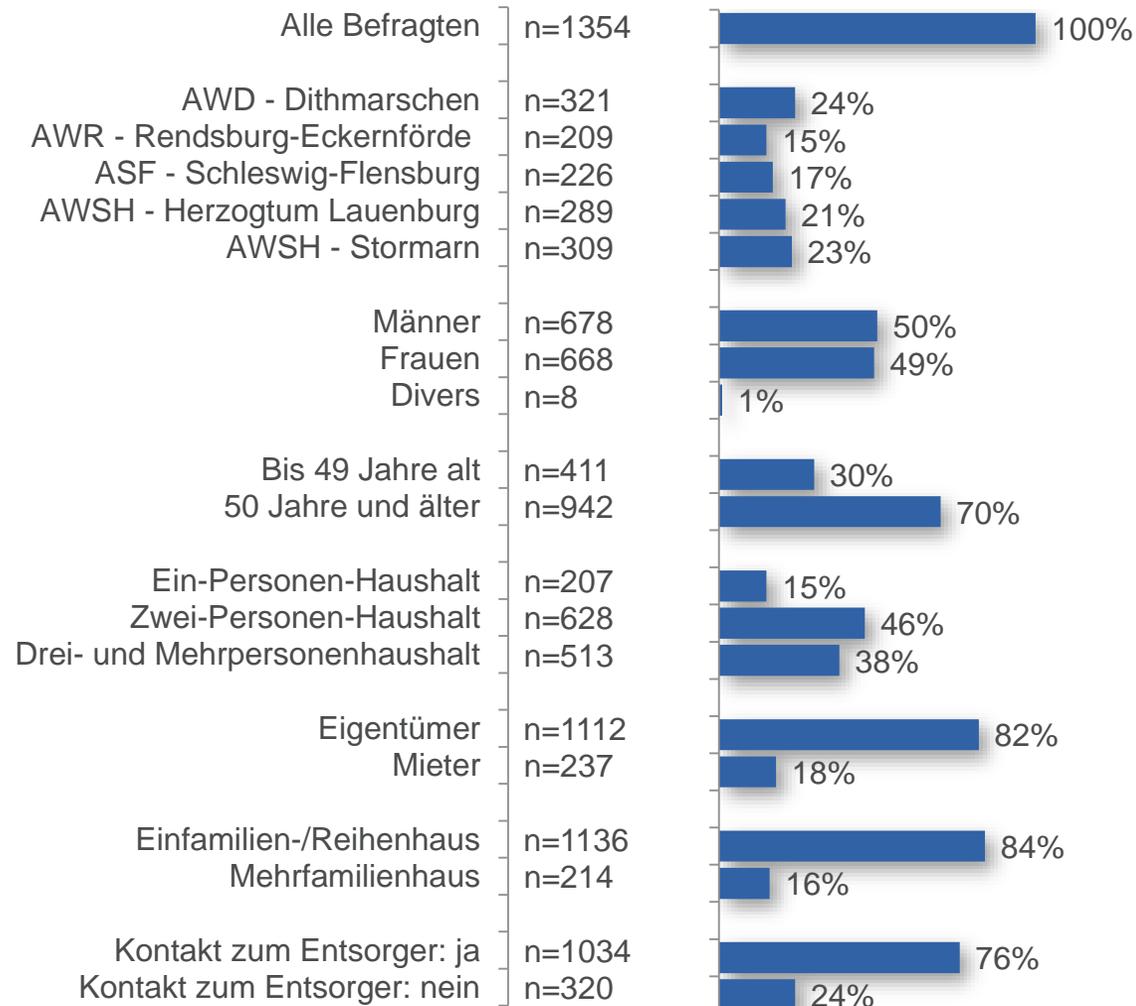
### Feldzeit:

- 8. März 2021 bis 2. April 2021

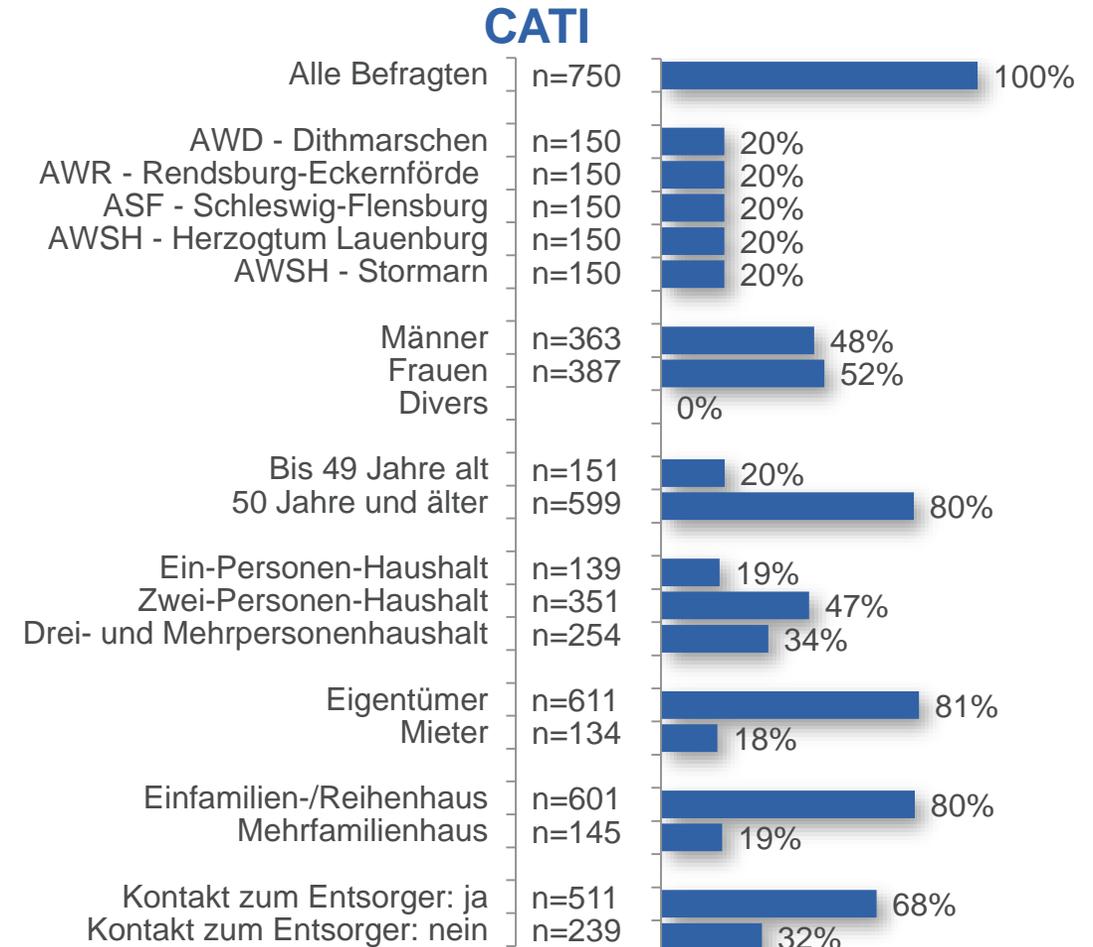
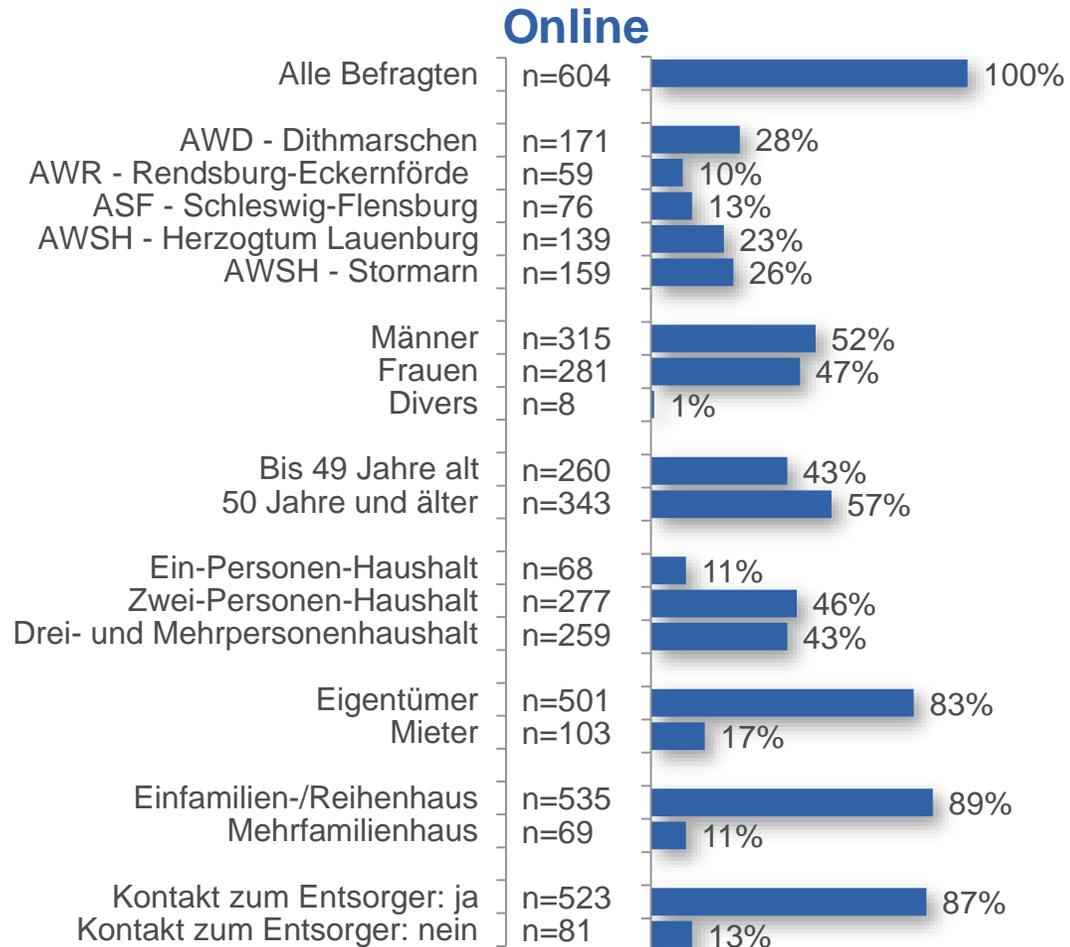
### Durchführendes Institut:

- g/d/p Markt- und Sozialforschung GmbH. Ein Unternehmen der Forschungsgruppe g/d/p

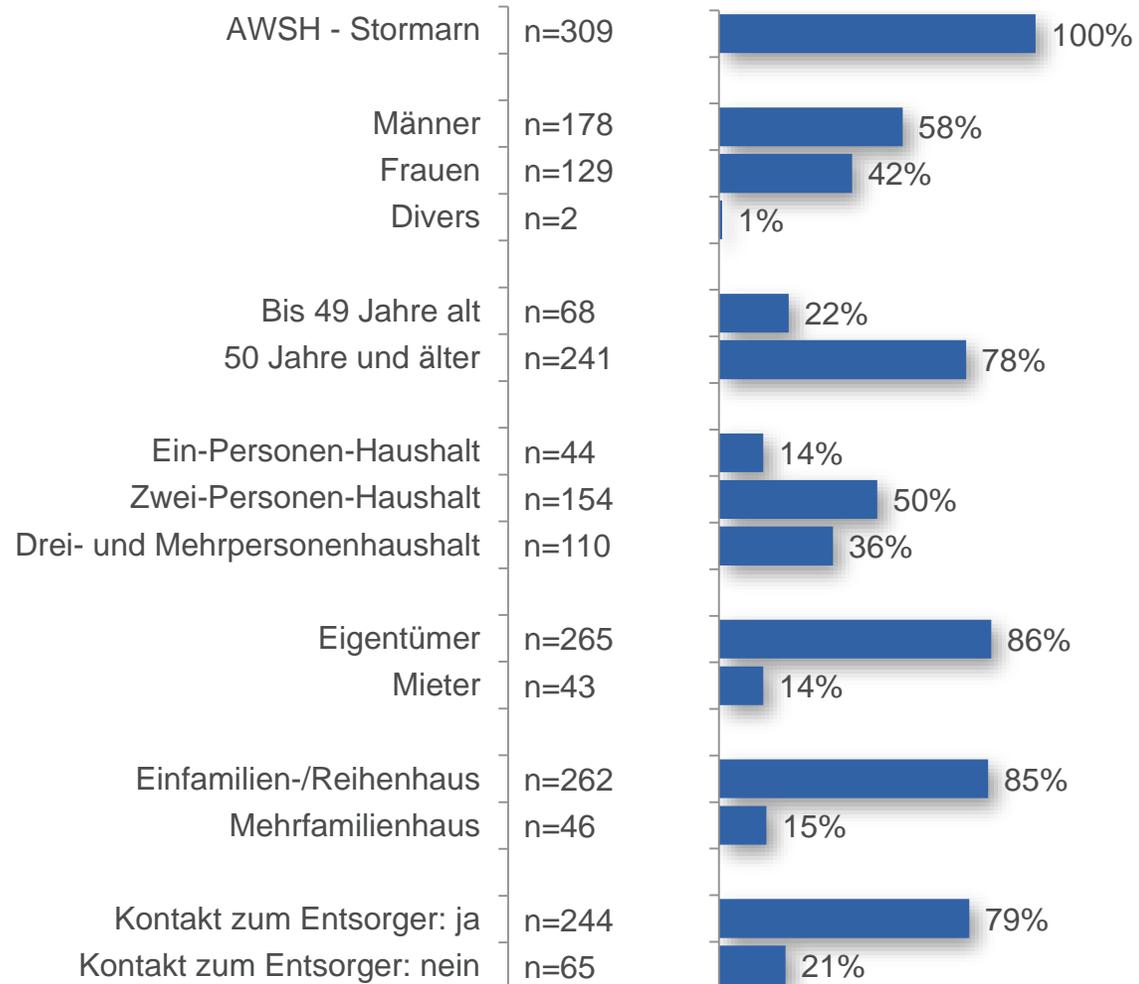
## Anzahl der Interviews - Analysegruppen



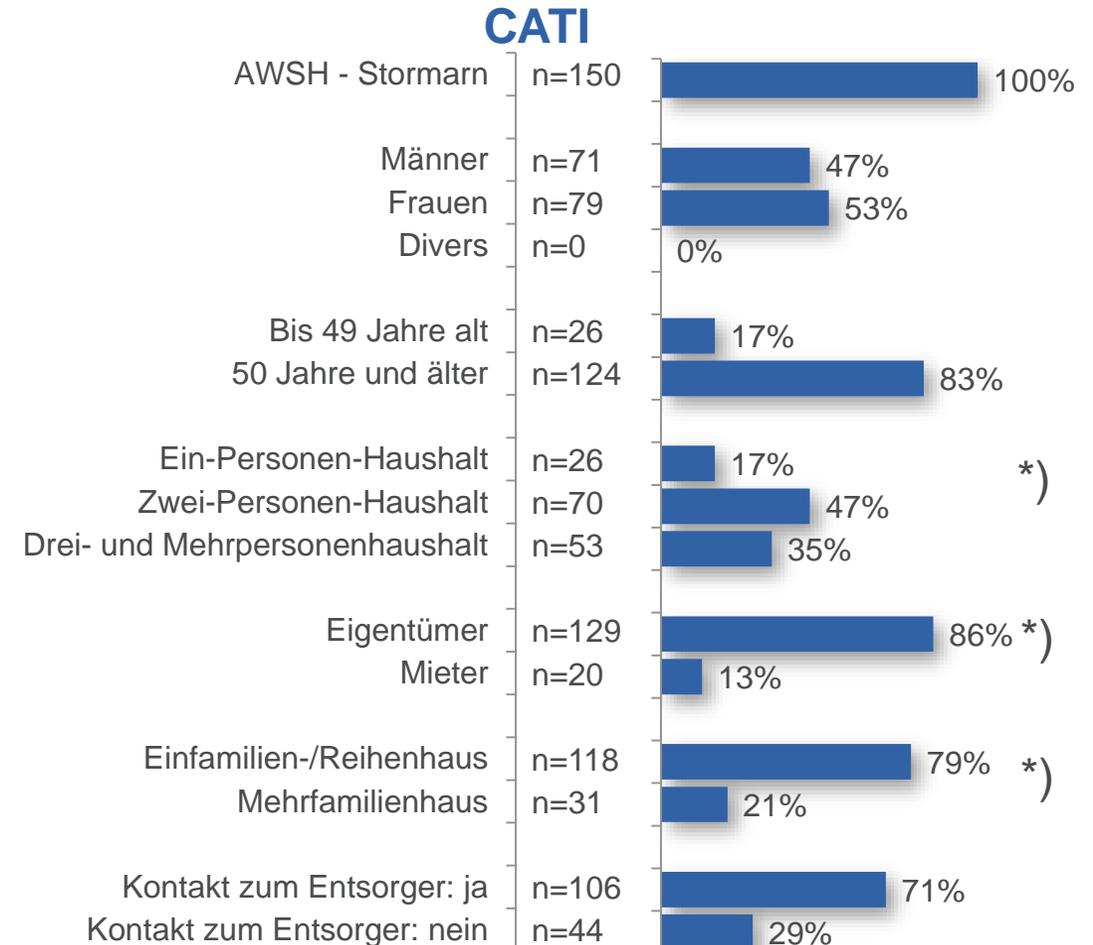
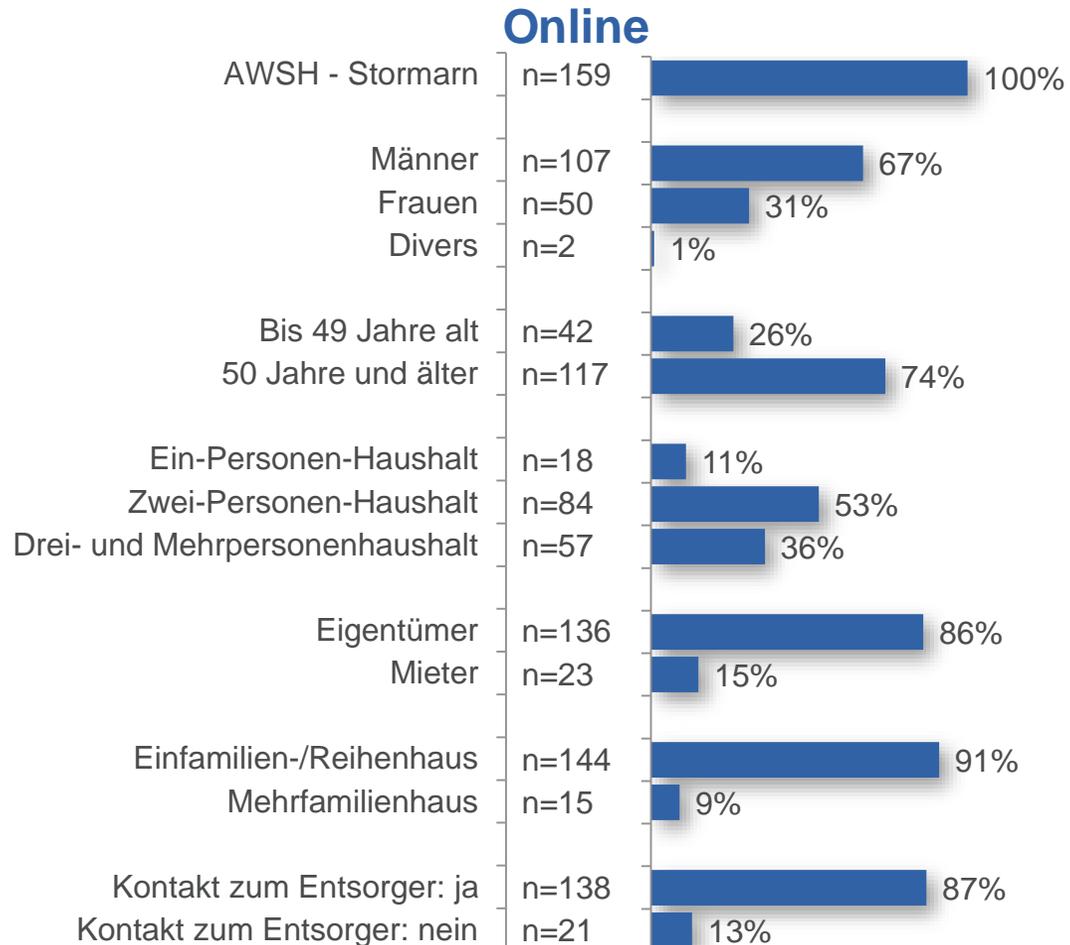
## Anzahl der Interviews – Analysegruppen: Online vs. CATI



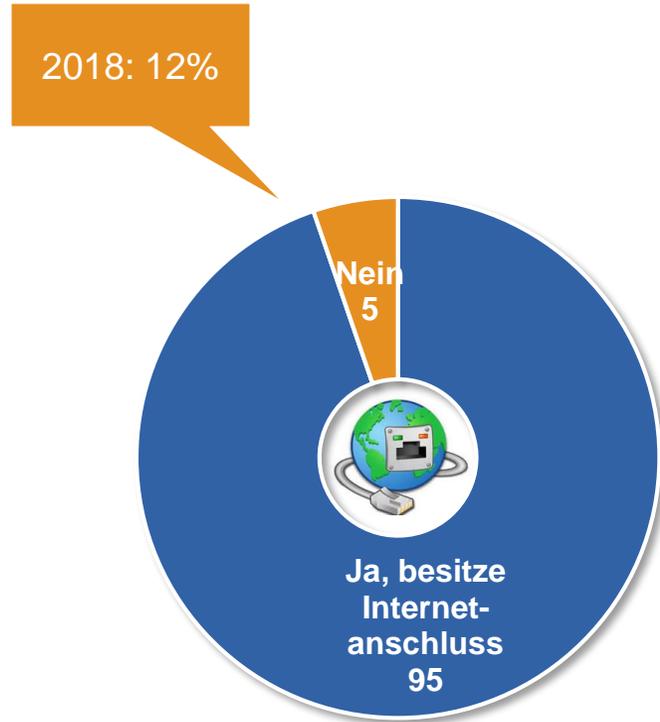
## Anzahl der Interviews - Analysegruppen



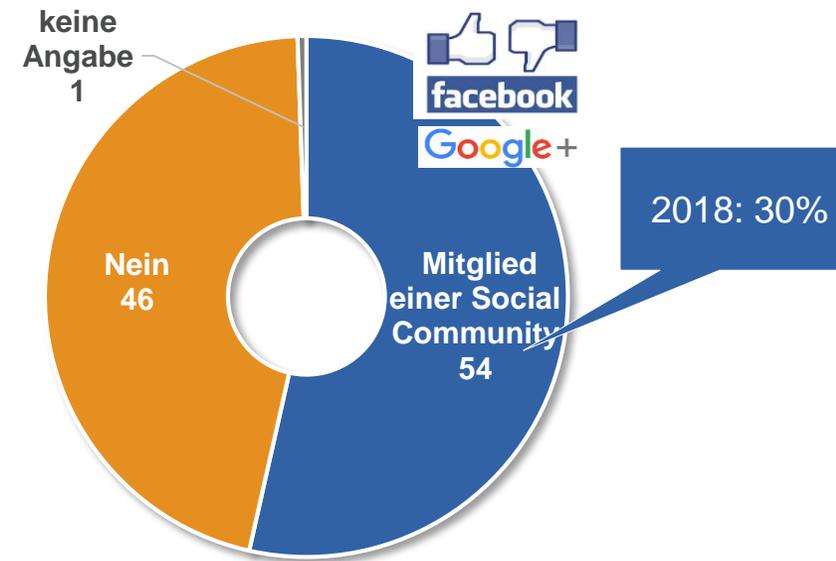
## Anzahl der Interviews – Analysegruppen: Online vs. CATI



## Internetanschluss und Mitgliedschaft in einer Social Community

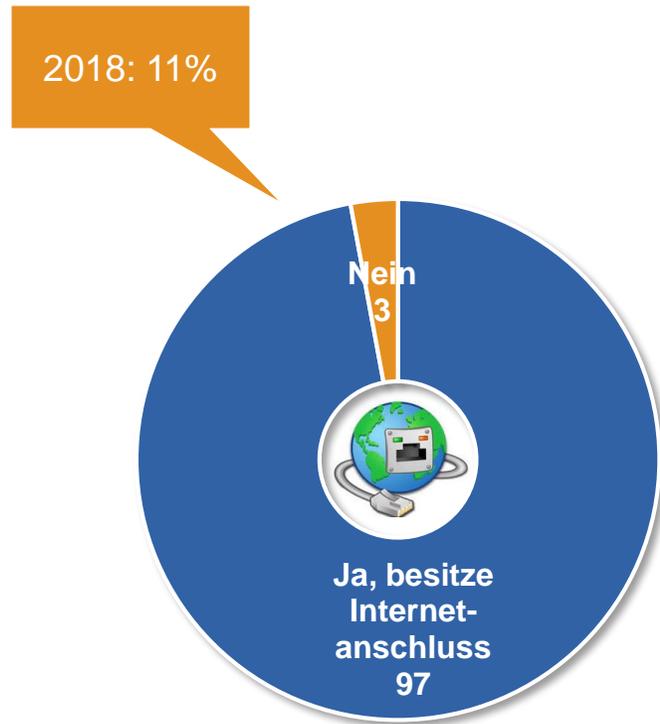


### Internetaktivität allgemein

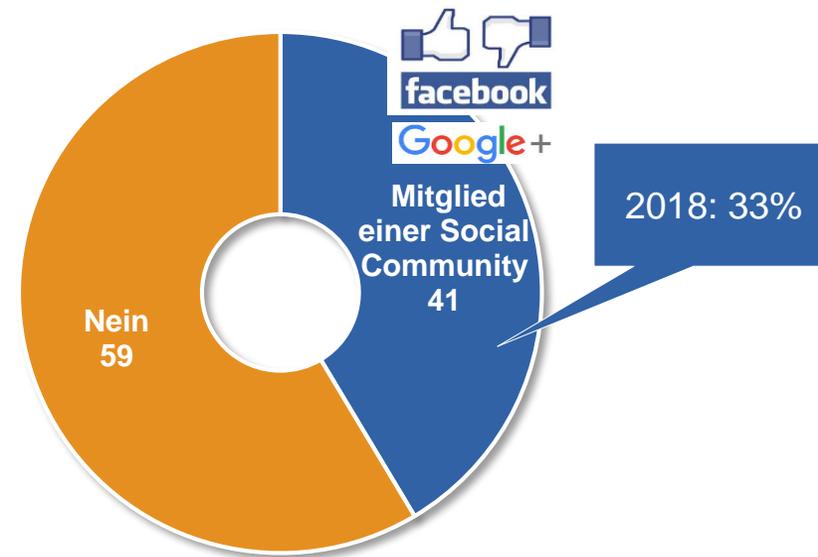


Frage S5.a Besitzen Sie einen Internetanschluss? / Frage S5.b :Sind Sie Mitglied in einer Social Community, wie z.B. Facebook, google plus, Instagram, tiktok ...?

## Internetanschluss und Mitgliedschaft in einer Social Community



## Internetaktivität allgemein



Frage S5.a Besitzen Sie einen Internetanschluss? / Frage S5.b :Sind Sie Mitglied in einer Social Community, wie z.B. Facebook, google plus, Instagram, tiktok ...?

Hintergrund und Zielsetzung

Untersuchungsmethode, Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

## Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

- Globalzufriedenheit und Image
- Fehlende Dienstleistungen
- Optimierungspotenzial Services
- Produkt- und Dienstleistungsqualität
- Erinnernte Kampagnen
- Kontakt zur Abfallwirtschaft
- Servicequalität
- Preisgestaltung
- Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- Zusatzfragen
- Verbesserungsvorschläge

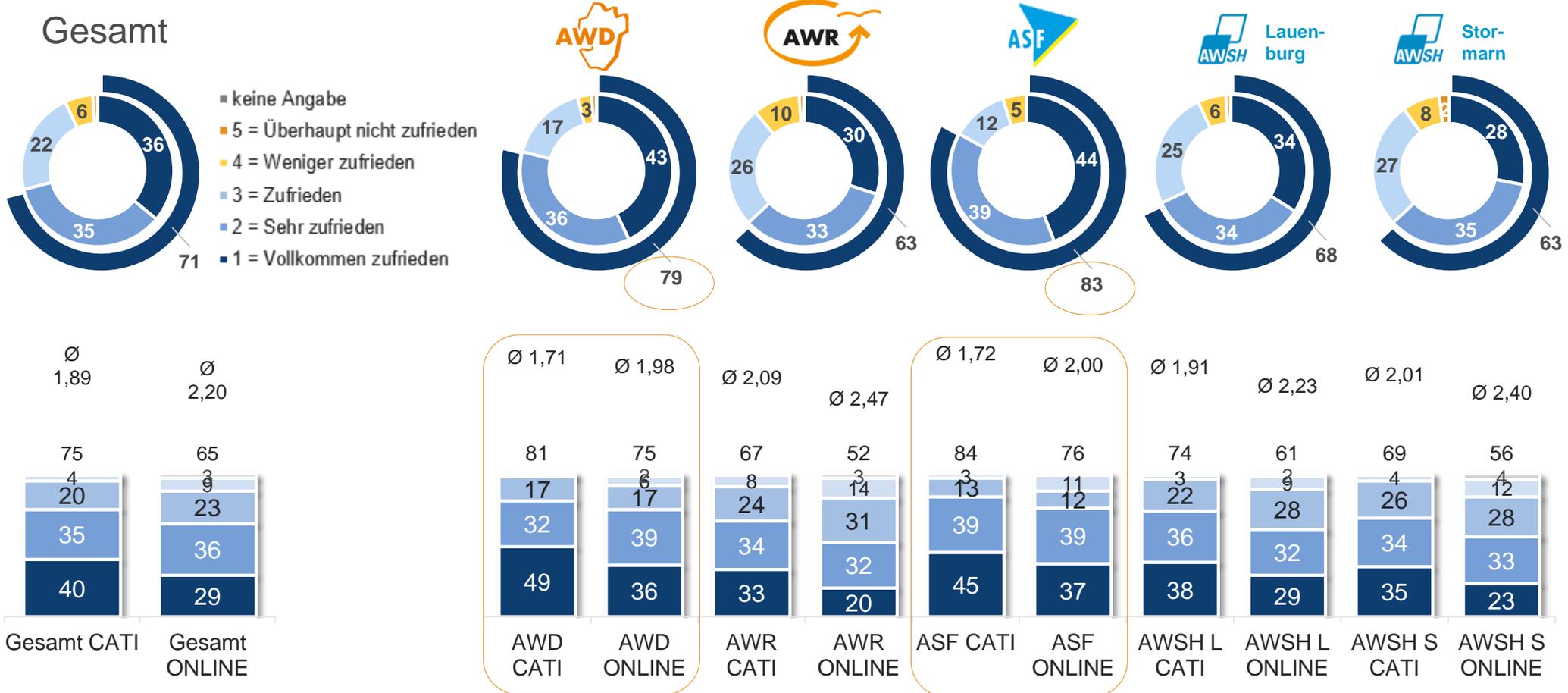
Zusammenfassung und Empfehlungen

- **Die Befragten sind mit allen Abfallwirtschaften generell zufrieden.** Es zeigt sich jedoch ein Unterschied in dem **Niveau der Zufriedenheit: Kunden der AWD und ASF sind zufriedener** als die Kunden der AWR und AWSH (beide Kreise).
- Während die AWR signifikant weniger gut als in 2018 bewertet wird, konnte die AWD eine signifikante Steigerung der Zufriedenheit erreichen. Auch die ASF konnte sich in dem Segment der „vollkommenen oder sehr zufriedenen“ Kunden um 10 Prozentpunkte steigern.
- Während die **AWD, die ASF und die AWSH Lauenburg sich auf gleichem Niveau oder besser** mit dem **externen Benchmark** bewegen, werden die **AWR und die AWSH Stormarn unterdurchschnittlich** beurteilt.

- Knapp zwei Drittel der AWSH Stormarn-Kunden sind vollkommen oder sehr zufrieden. Die AWSH Stormarn kann die Kunden – verglichen mit den anderen teilnehmenden Abfallwirtschaftsunternehmen – etwas weniger zufriedenstellen.
- Auch wenn sich im Vergleich zu 2018 (nur CATI) eine Steigerung um 4 Prozentpunkte ergibt, ist das Niveau vergleichbar.
- Im Vergleich zum externen Benchmark wird die AWSH Stormarn leicht unterdurchschnittlich beurteilt (CATI-Befragte).

Die AWD und die ASF generieren die zufriedensten Kunden. Dies zeigt sich sowohl bei den CATI-Interviews als auch bei den online ausgefüllten Interviews.

Globalzufriedenheit



Frage 2: Alles in allem, wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen von Ihrem Abfallentsorger insgesamt auf der folgenden Skala?

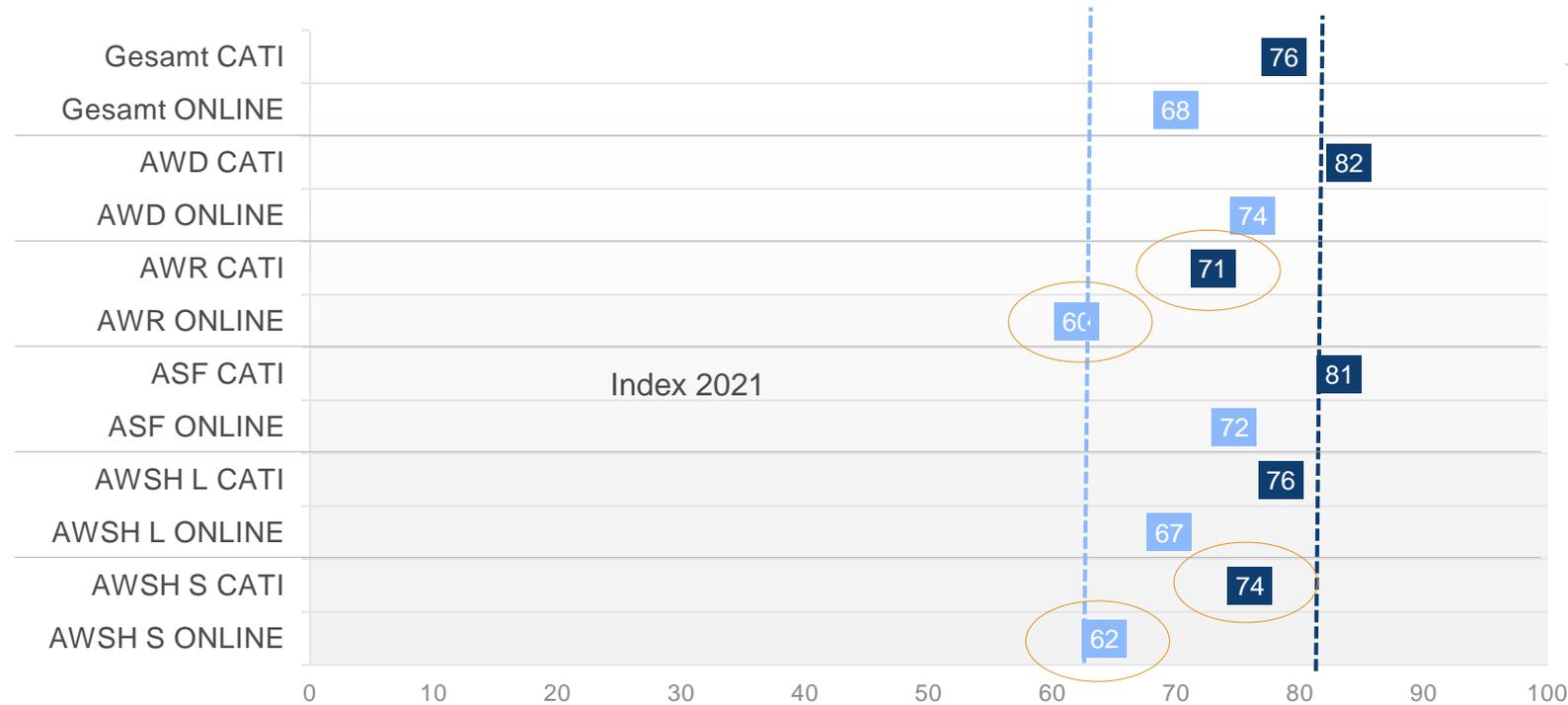
Kundenzufriedenheitsuntersuchung 2021



Angaben in %  
 Basis: n=1.354  
 CATI: n=750 / Online: n=604

# Im Vergleich zum externen Benchmark werden die AWR und die AWSH Stormarn unterdurchschnittlich beurteilt.

## Globalzufriedenheit: externes Benchmarking



**Externer Benchmarking Index\*): CATI 81  
Online 62**

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

\*) AWB Fürstenfeldbruck  
Oktober 2020

Frage 2: Alles in allem, wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen von Ihrem Abfallentsorger insgesamt auf der folgenden Skala?

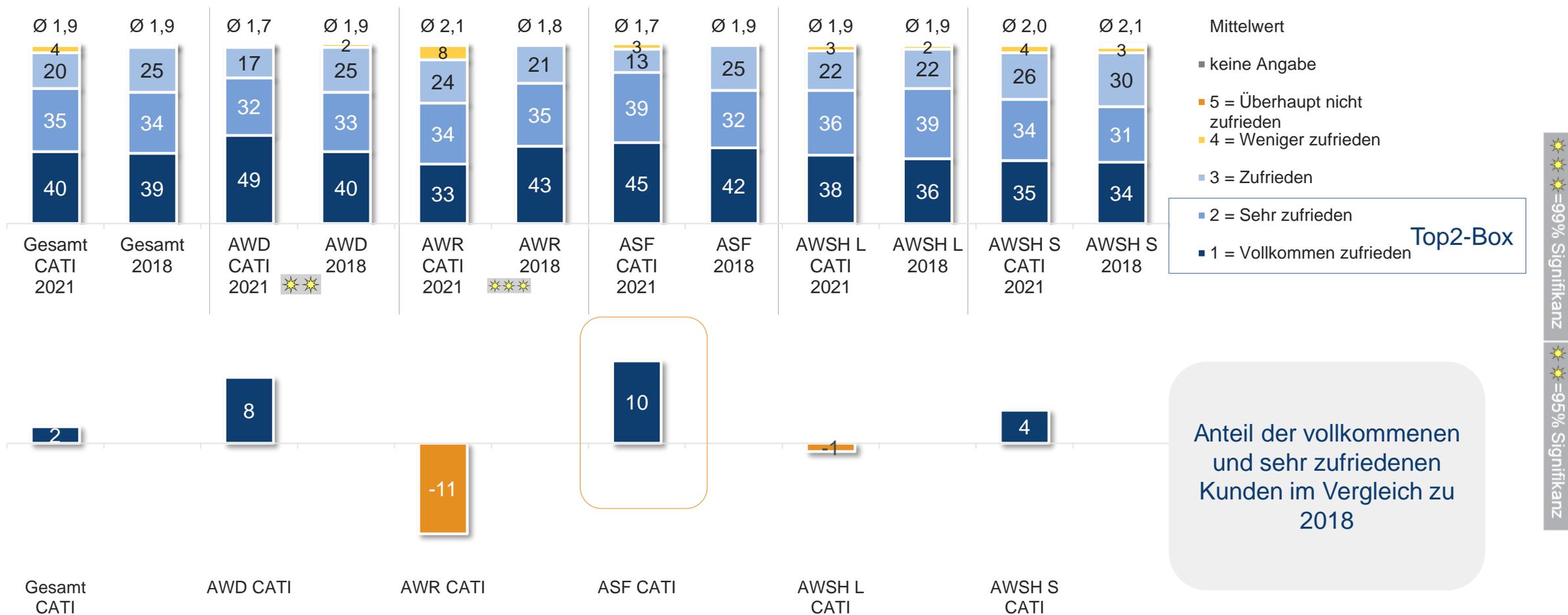
Kundenzufriedenheitsuntersuchung 2021



Angaben in %  
Basis: n=1.354  
CATI: n=750 / Online: n=604

Die ASF konnte seit 2018 eine Steigerung um 10 Prozentpunkte bei den „vollkommen zufriedenen“ bzw. „sehr zufriedenen“ Kunden erreichen. Die AWD verzeichnet eine signifikante Steigerung der zufriedenen Kunden.

Globalzufriedenheit CATI – im Zeitvergleich zu 2018



Anteil der vollkommenen und sehr zufriedenen Kunden im Vergleich zu 2018

Frage 2: Alles in allem, wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen von Ihrem Abfallentsorger insgesamt auf der folgenden Skala?

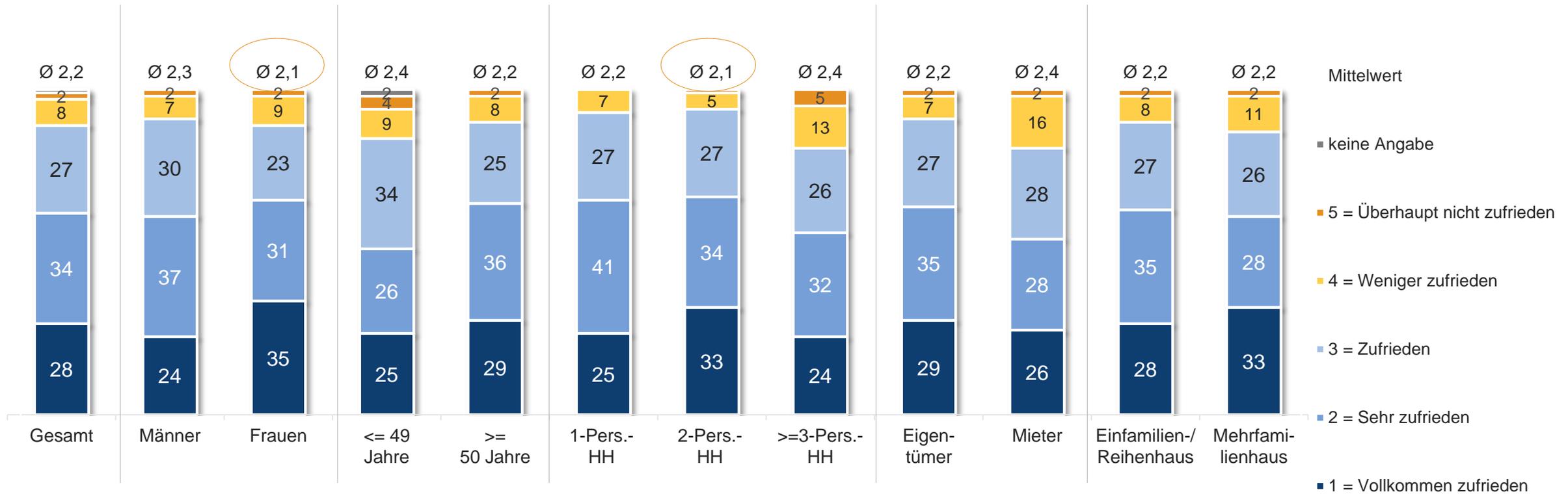
Kundenzufriedenheitsuntersuchung 2021



Angaben in %  
Basis: n=1.354  
CATI: n=750 / Online: n=604

# Frauen und 2-Personen-Haushalte sind am zufriedensten mit der AWSH Stormarn.

## Globalzufriedenheit



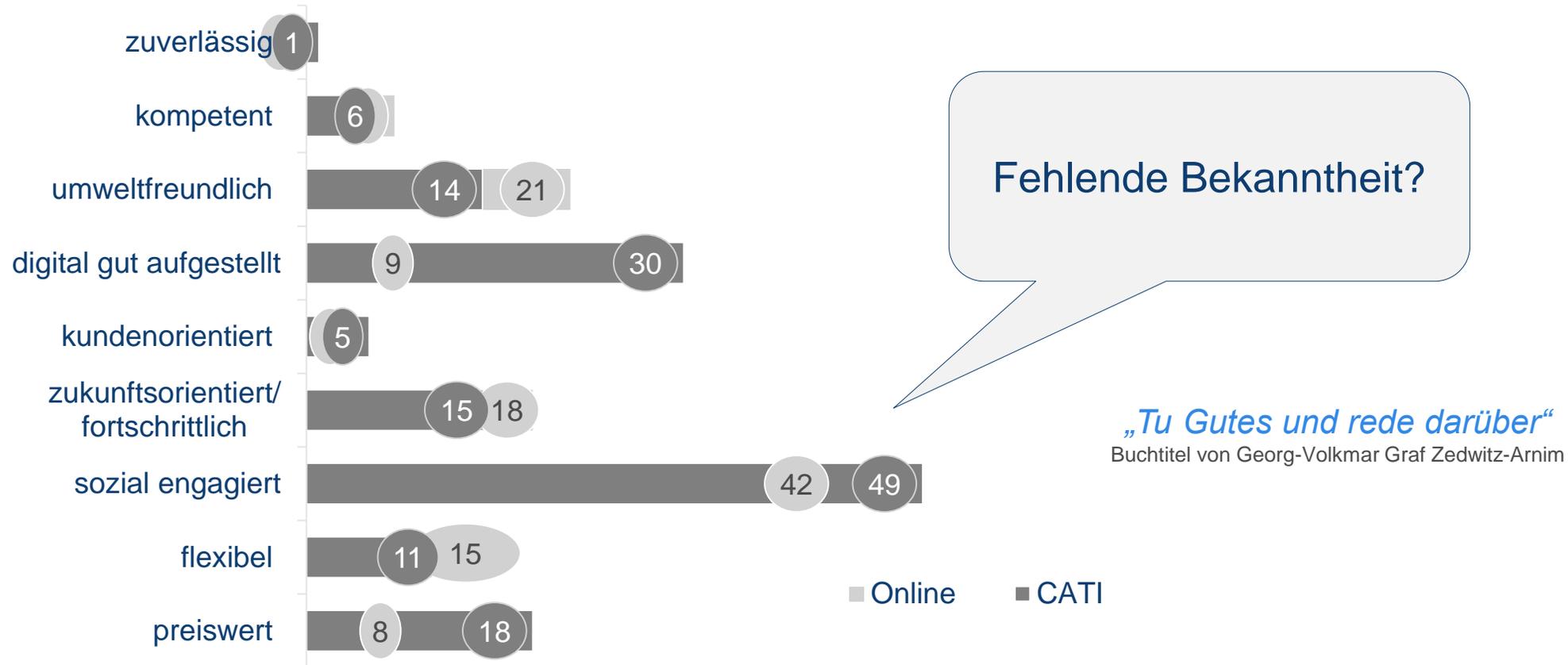
Frage 2: Alles in allem, wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen von Ihrem Abfallentsorger insgesamt auf der folgenden Skala?  
 Kundenzufriedenheitsuntersuchung 2021

- Die **teilnehmenden Unternehmen** haben das **Image zuverlässig und kompetent** zu sein. **Flexibilität** und „**preiswert**“ wird mit ihnen **weniger** verbunden.
- Das **Preisniveau** wird **signifikant höher als 2018** eingestuft.
- Die **Online-Befragten sind generell kritischer in der Bewertung des Images** der Abfallwirtschaften. **Ausnahme sind digitale und soziale Themen.**
- Eigentümer bewerten das Image in allen Ausprägungen leicht besser. Insbesondere hinsichtlich der Flexibilität der Unternehmen.
- Auch die Gruppe der Kunden, die Kontakt zu den Unternehmen hatte, ist leicht kritischer. Hier sind es die Eigenschaften „flexibel“ und „zuverlässig“, die am wenigsten mit den Abfallwirtschaften verbunden werden.
- Auffällig ist, dass **das soziale Engagement nur ungefähr von jedem Zweiten überhaupt beurteilt** werden konnte.
- Im internen Vergleich (Benchmarking) erhält die ASF am häufigsten die besten Bewertungen. Die AWSH Stormarn konnte ihre Kunden am wenigsten überzeugen.

- Mit der AWSH Stormarn werden am stärksten die Eigenschaften Kompetenz und Umweltfreundlichkeit verbunden. Flexibilität und ein niedriges Preisniveau entspricht am wenigsten dem Image der AWSH Stormarn.
- Im internen Vergleich mit den anderen Abfallwirtschaftsunternehmen sind die Befragten der AWSH Stormarn am kritischsten hinsichtlich ihrer Zuverlässigkeit und der Flexibilität. Insgesamt hat die AWSH Stormarn - im Vergleich der teilnehmenden Unternehmen – das größte Verbesserungspotenzial.
- Im Vergleich zu 2018 (nur CATI) wird ersichtlich, dass das Preisniveau signifikant verloren hat.
- Ungefähr der Hälfte der Befragten ist kein soziales Engagement der AWSH Stormarn bekannt.

# Das soziale Engagement der Abfallwirtschaften konnte nur von ungefähr jedem Zweiten beurteilt werden.

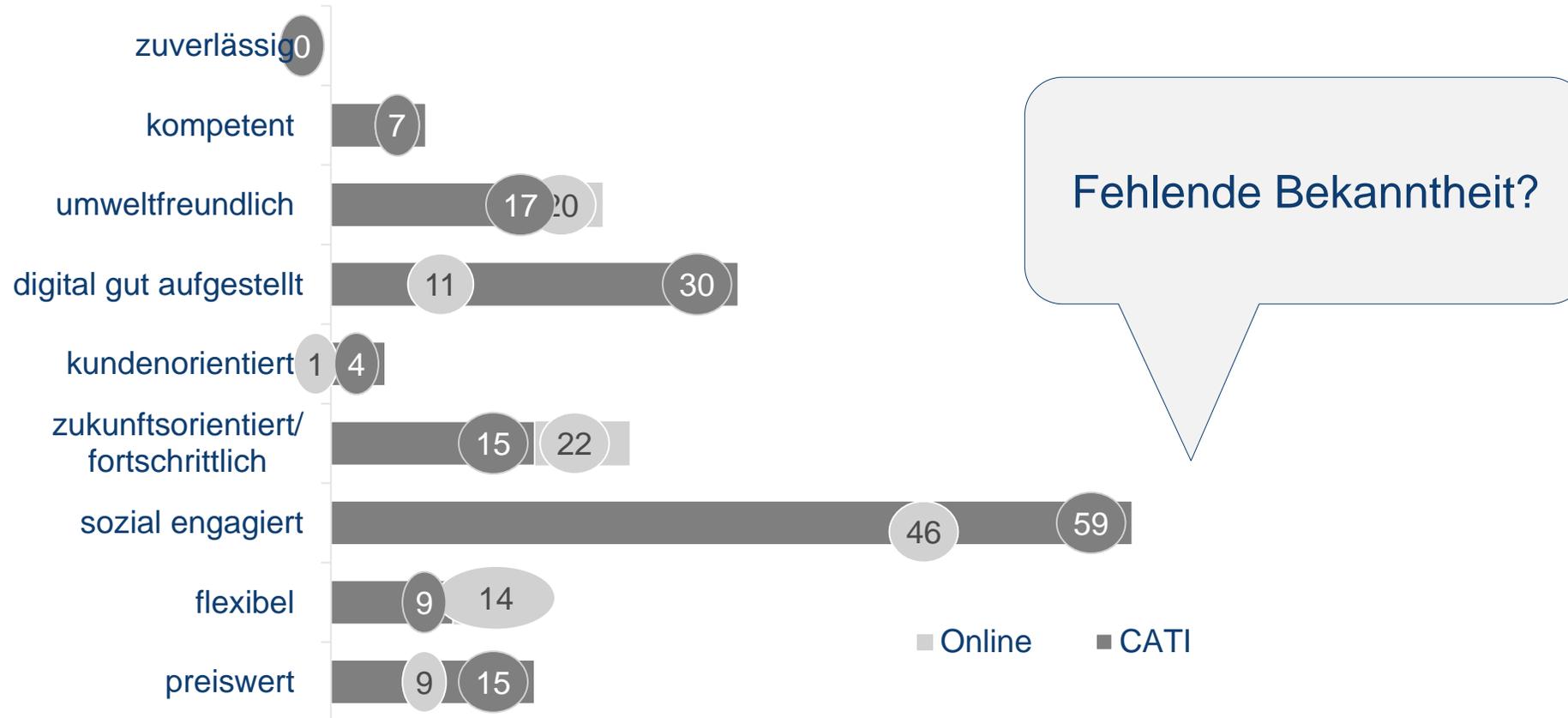
Image: Nicht abgegebene Urteile



Frage 3: 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

Während für die Zuverlässigkeit jeder ein Urteil abgeben konnte, konnte das soziale Engagement von nur der Hälfte bewertet werden.

Image: Nicht abgegebene Urteile

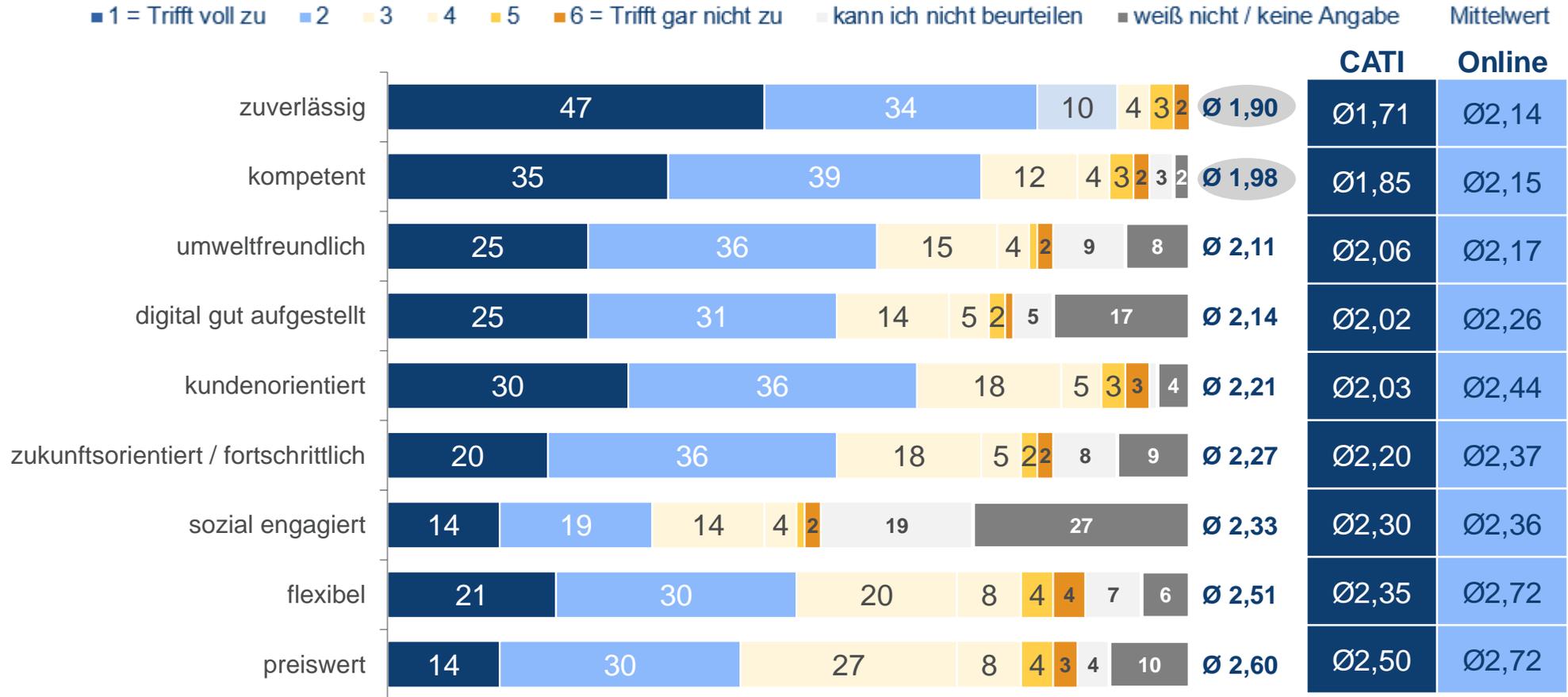


Frage 3: Ich lese Ihnen jetzt einige Eigenschaften vor. Bitte sagen Sie mir, wie sehr diese Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zutreffen. Filter: Falls jeweiliger Entsorger bekannt

Kundenzufriedenheitsuntersuchung 2021

# Die Abfallwirtschaften sind vorrangig zuverlässig und kompetent. Sie haben nicht das Image, flexibel und preiswert zu sein.

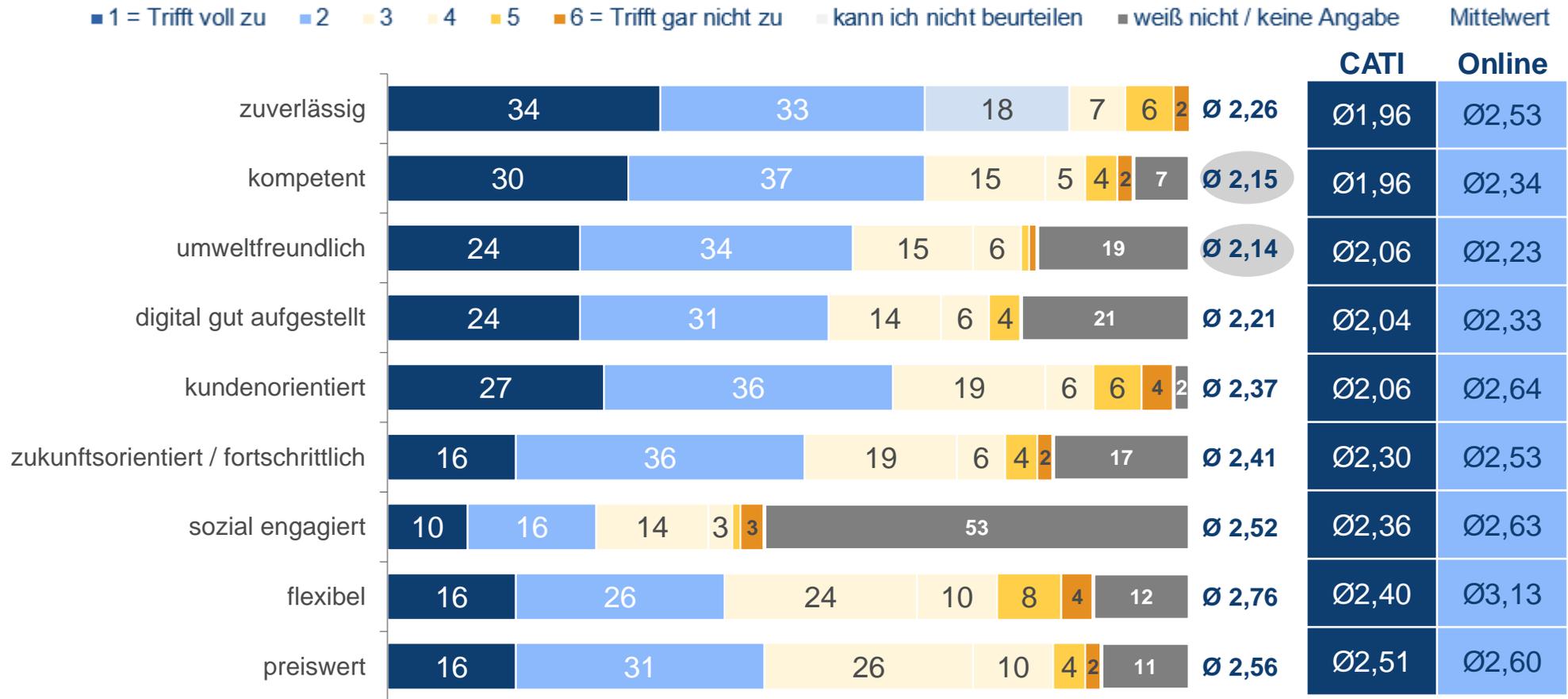
Image: Gesamt (Skala: 1=Trifft voll zu,2,3,4,5,6=Trifft gar nicht zu)



Frage 3: Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zu? Skala von 1 -6:1=trifft voll zu,2,3,4,5,6=trifft gar nicht zu

# Die Kunden verbinden mit der AWSH Stormarn in erster Linie Kompetenz und Umweltfreundlichkeit.

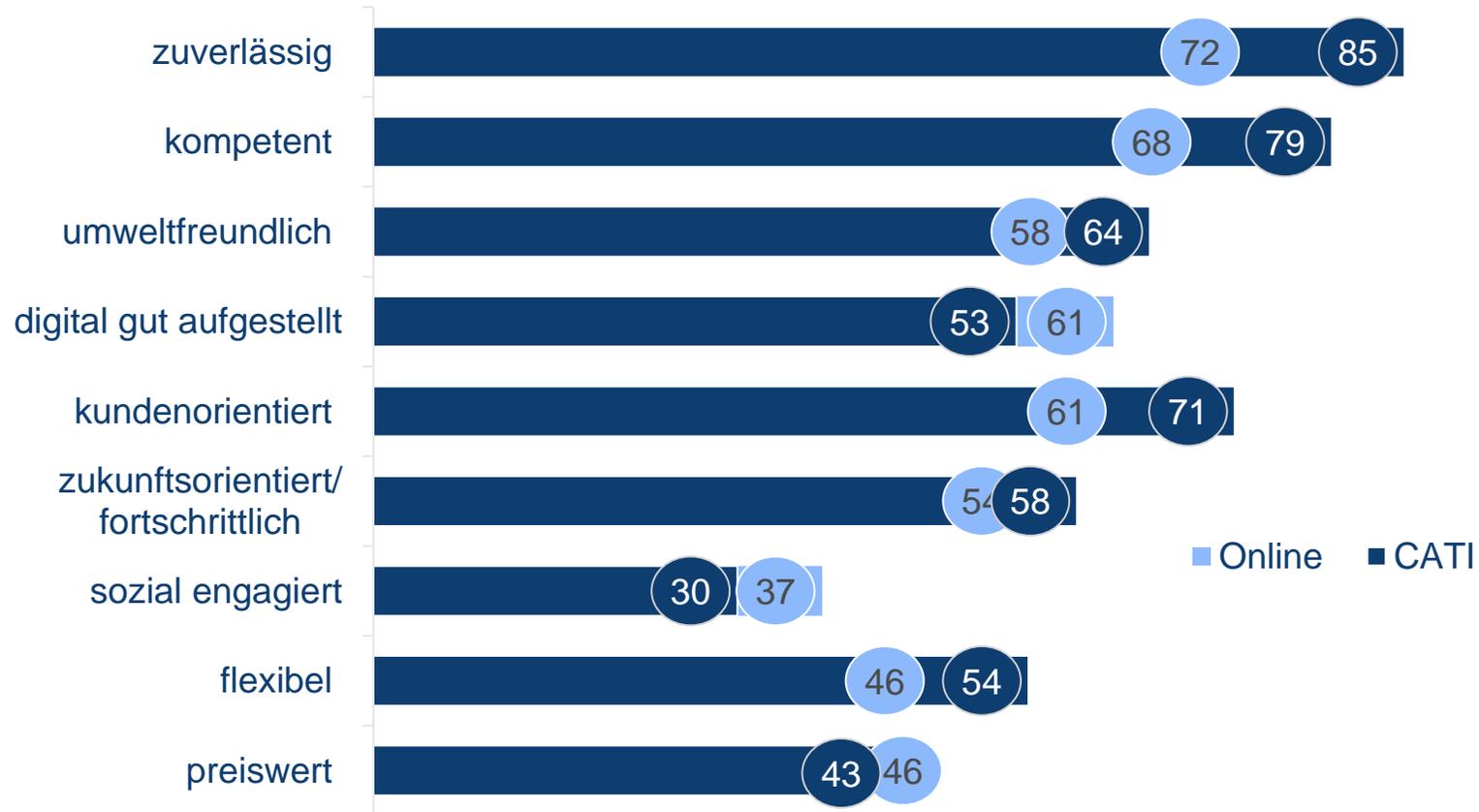
Image: Gesamt Skala: 1=Trifft voll zu,2,3,4,5,6=Trifft gar nicht zu)



Frage 3: Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zu? Skala von 1 -6:1=trifft voll zu,2,3,4,5,6=trifft gar nicht zu

# Online-Befragte sind generell kritischer in der Bewertung des Images der Abfallwirtschaften; Ausnahme sind digitale und soziale Themen.

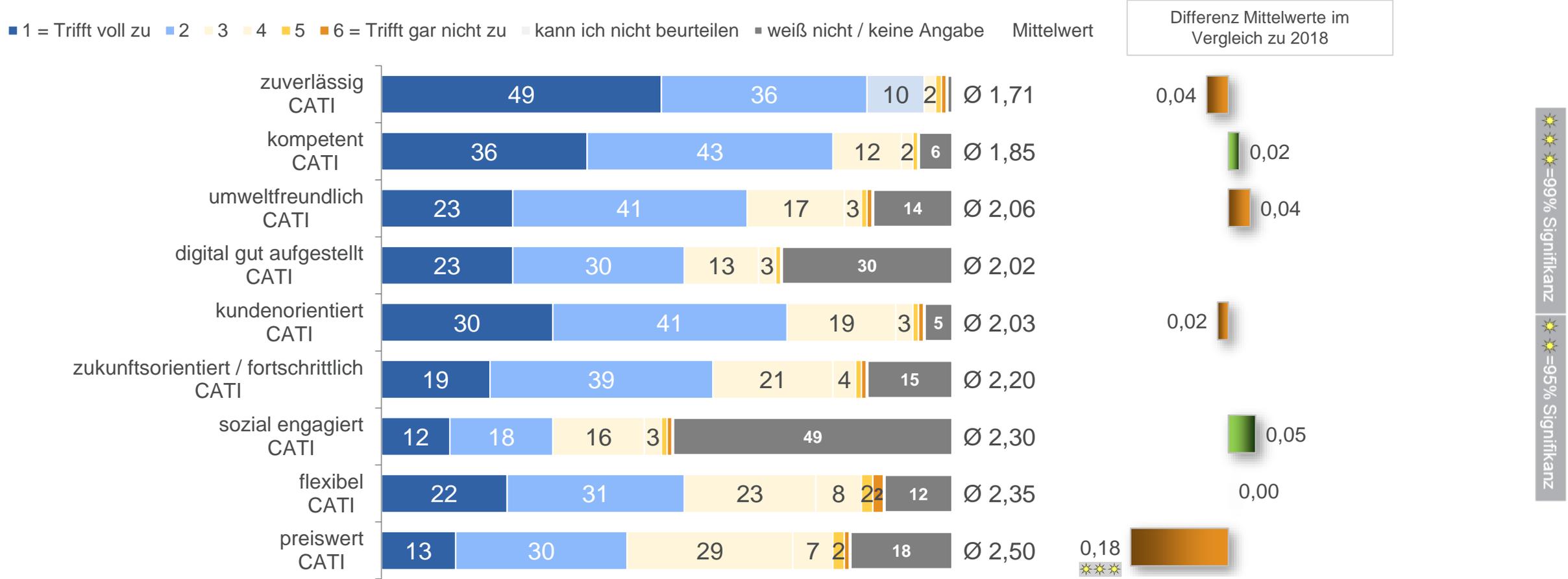
Image: Top2-Urteile (Note 1 oder 2 / Skala: 1=Trifft voll zu, 2,3,4,5,6=Trifft gar nicht zu)



Frage 3: 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 Kunden aus den CATI-Interviews sind der Meinung, dass das Preisniveau deutlich gestiegen ist.

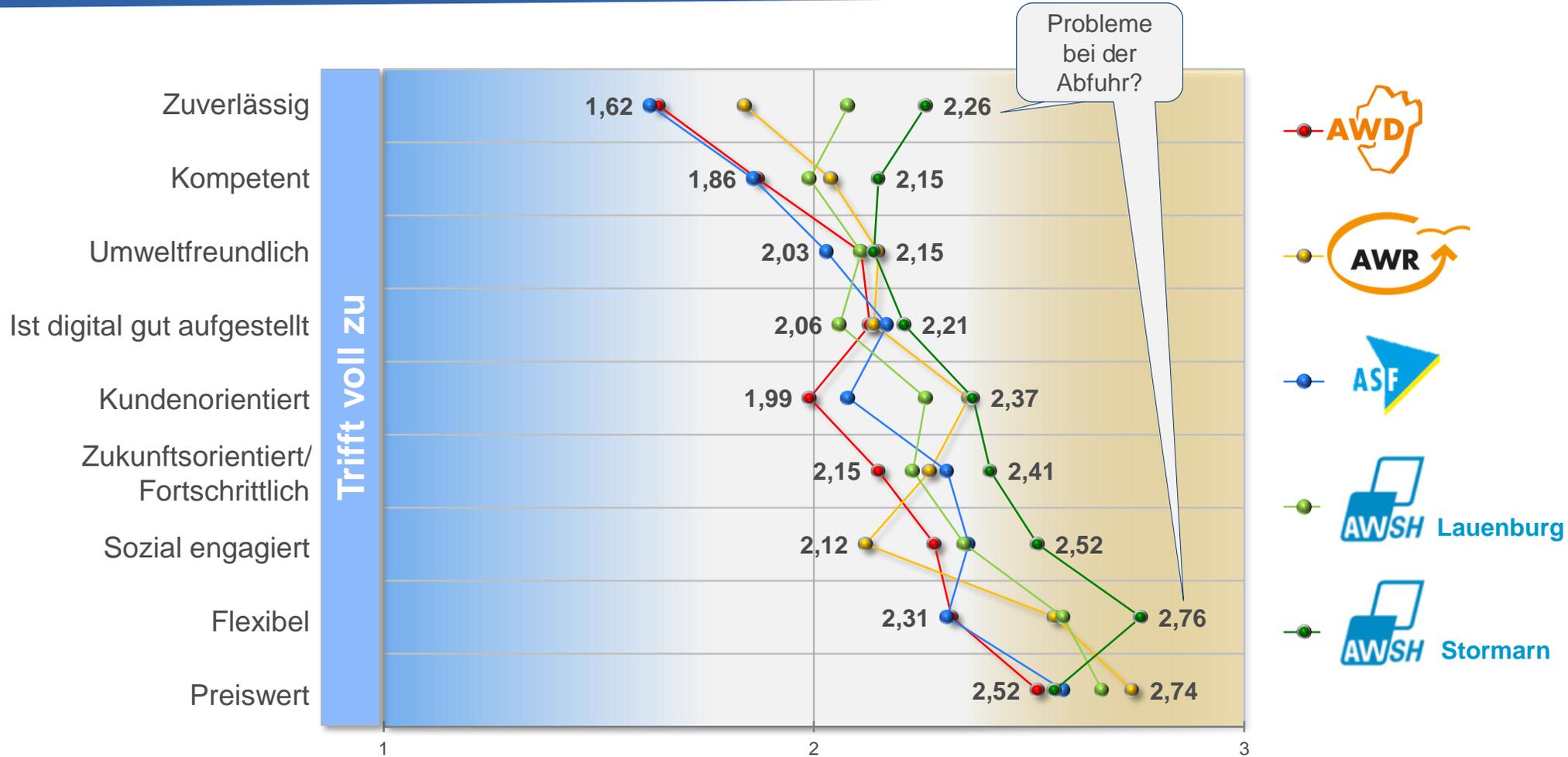
## Image gesamt CATI – Differenz zu 2018 (Gesamtmittelwert ohne WZV)



Frage 3: Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zu? Skala von 1 -6:1=trifft voll zu,2,3,4,5,6=trifft gar nicht zu

Das differenzierte Image zeigt, dass die AWD besonders kundenorientiert und zukunftsorientiert ist. Das soziale Engagement der AWR wird am positivsten bewertet. Die Kunden der AWSH Stormarn sind kritisch hinsichtlich ihrer Zuverlässigkeit und Flexibilität.

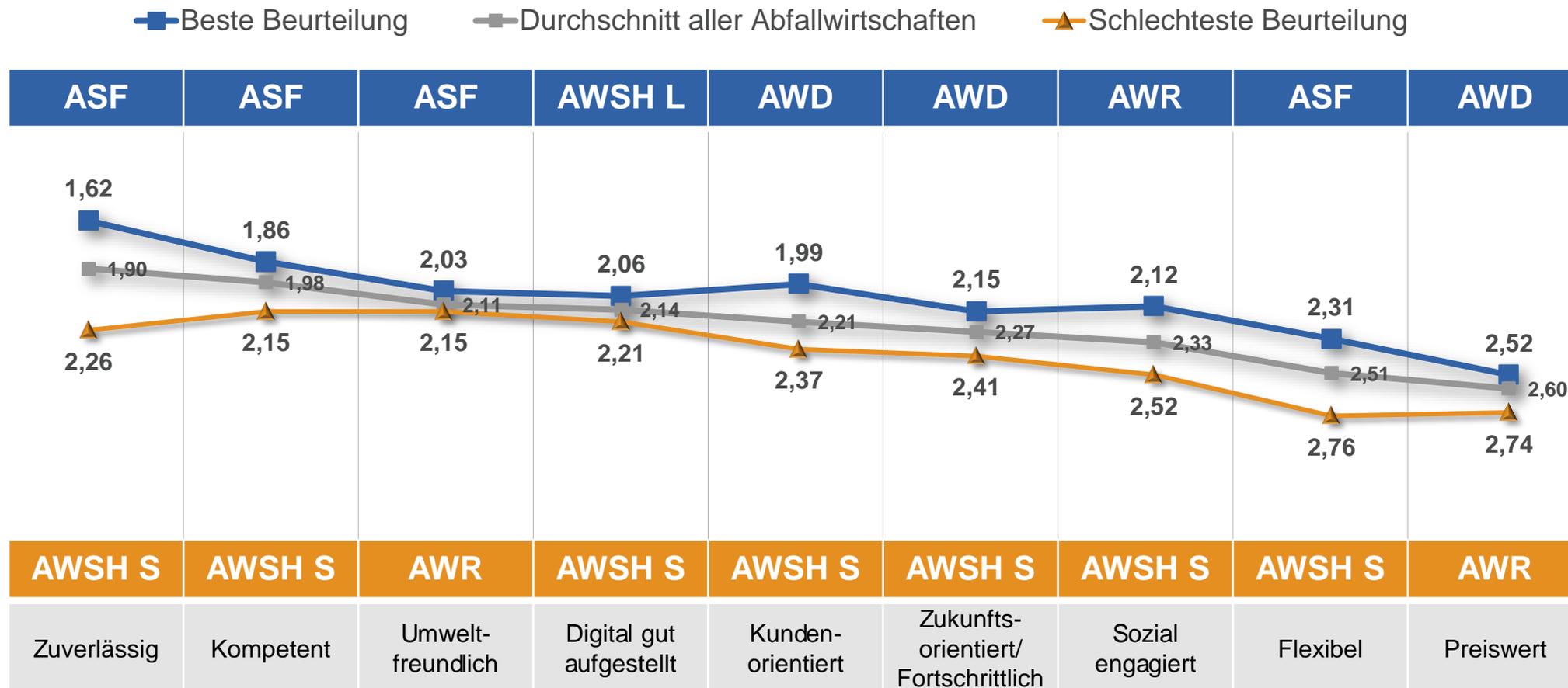
Image – differenziert nach Entsorger



Frage 3: Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zu? Skala von 1 -6:1=trifft voll zu,2,3,4,5,6=trifft gar nicht zu

# Im internen Vergleich erhält die ASF am häufigsten die besten Bewertungen. Die AWSH Stormarn kann ihre Kunden am wenigsten überzeugen.

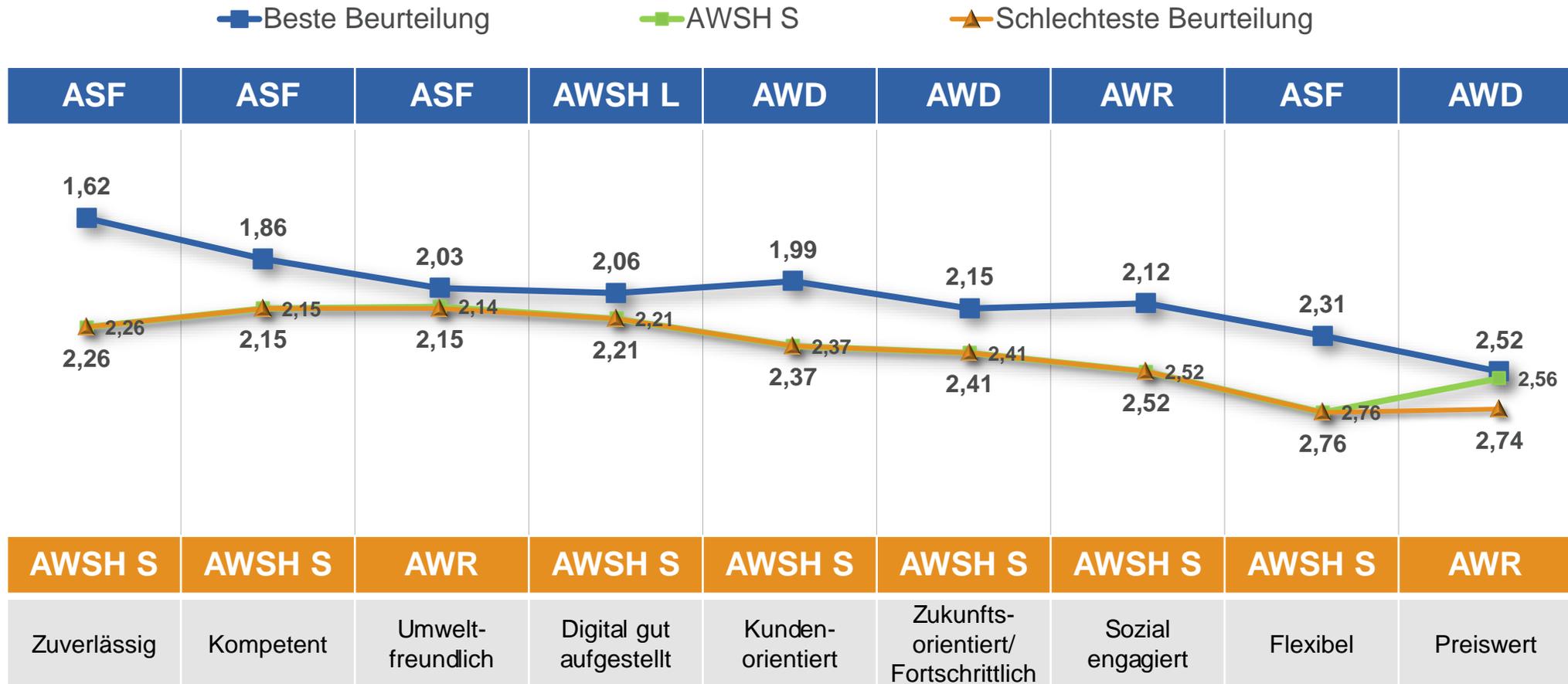
## Image – Internes Benchmarking



Frage 3: Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zu? Skala von 1 -6:1=trifft voll zu,2,3,4,5,6=trifft gar nicht zu

Die AWSH Stormarn hat im internen Vergleich deutliches Optimierungspotenzial. Gerade an der Zuverlässigkeit sollte gearbeitet werden.

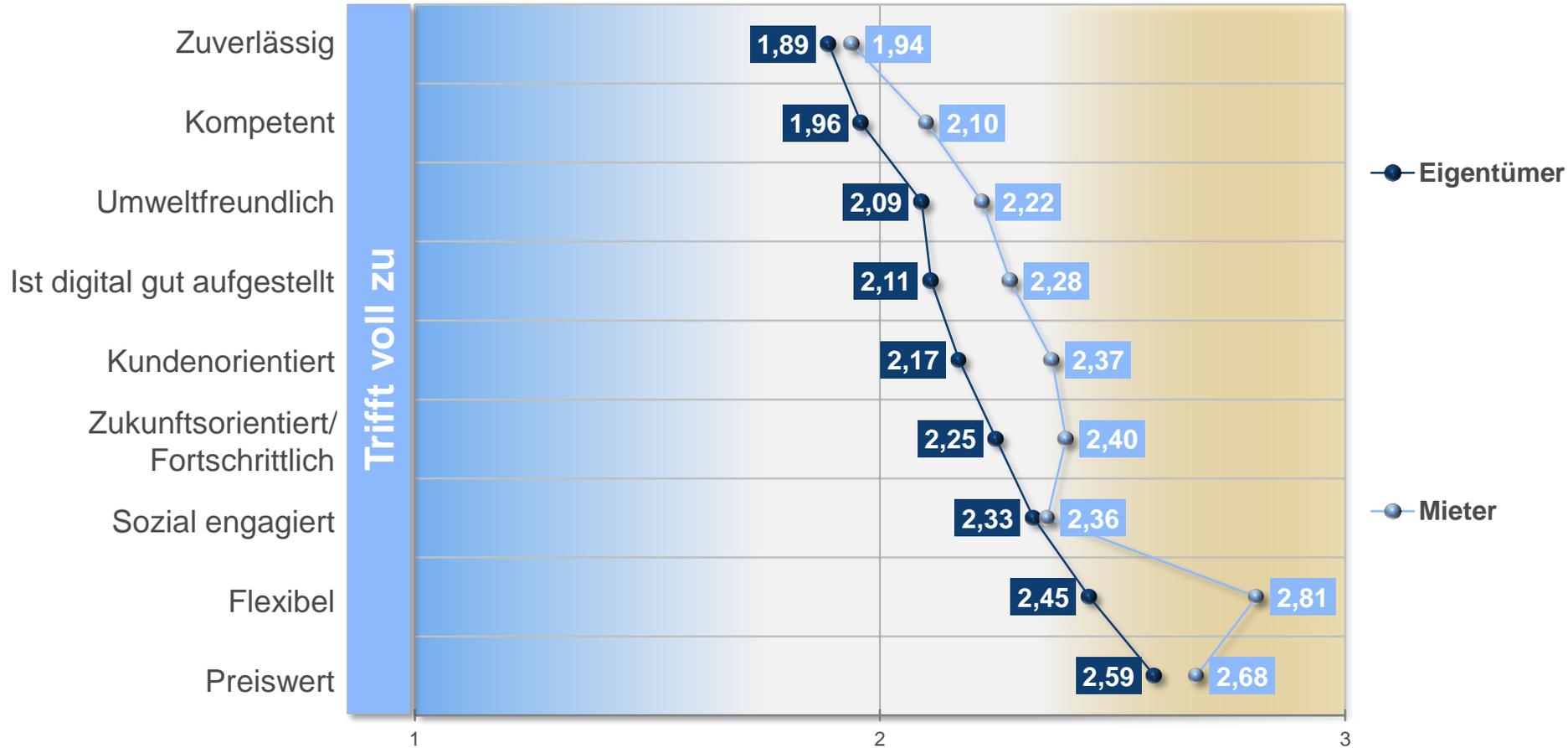
Image – Internes Benchmarking



Frage 3: Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zu? Skala von 1 -6:1=trifft voll zu,2,3,4,5,6=trifft gar nicht zu

# Die Mieter bewerten das Image der Abfallwirtschaften insgesamt negativer als die Eigentümer; dies trifft besonders auf die Flexibilität zu.

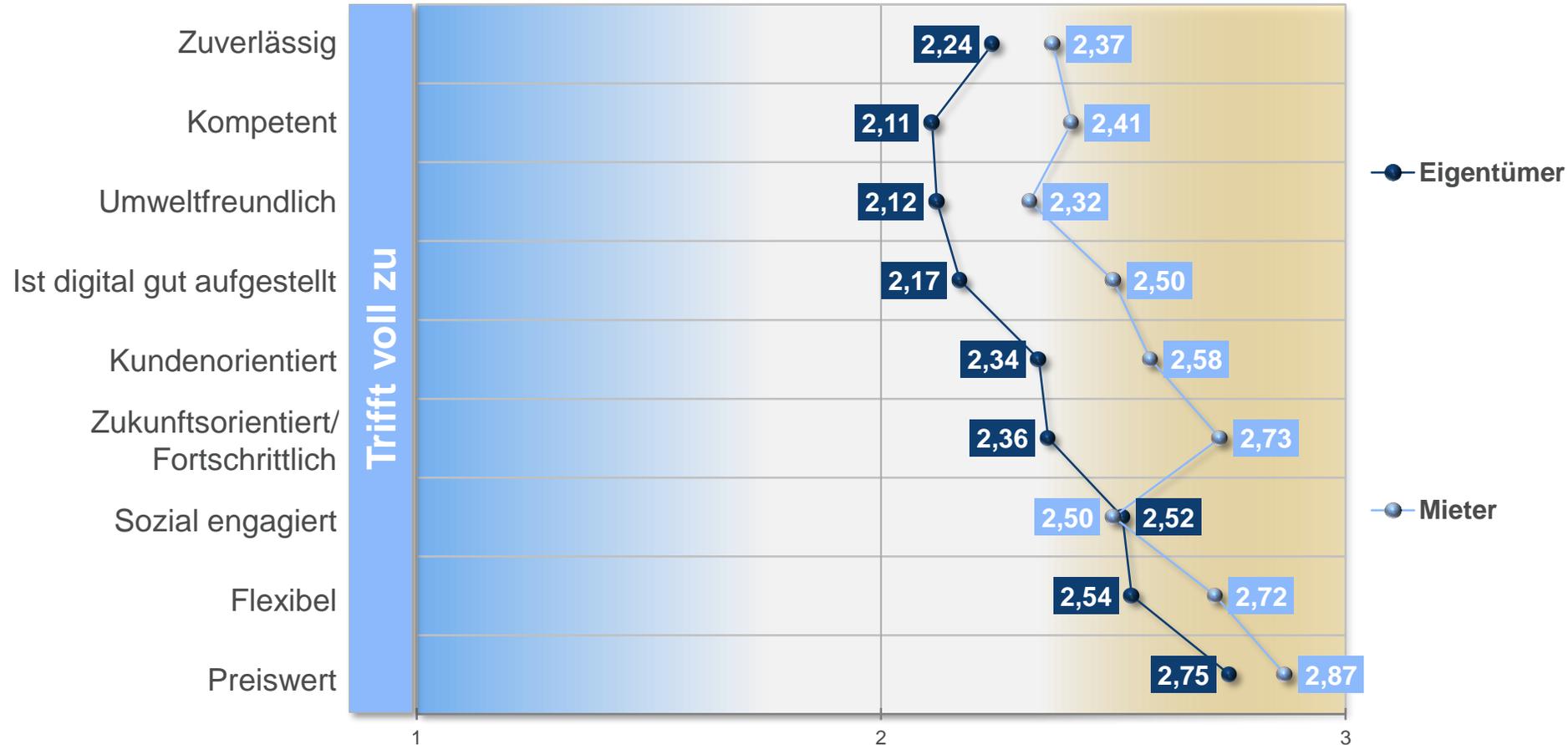
## Image – differenziert nach Eigentum und Miete



Frage 3: Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zu? Skala von 1 -6:1=trifft voll zu,2,3,4,5,6=trifft gar nicht zu

# Die Eigentümer sehen die AWSH Stormarn insgesamt positiver.

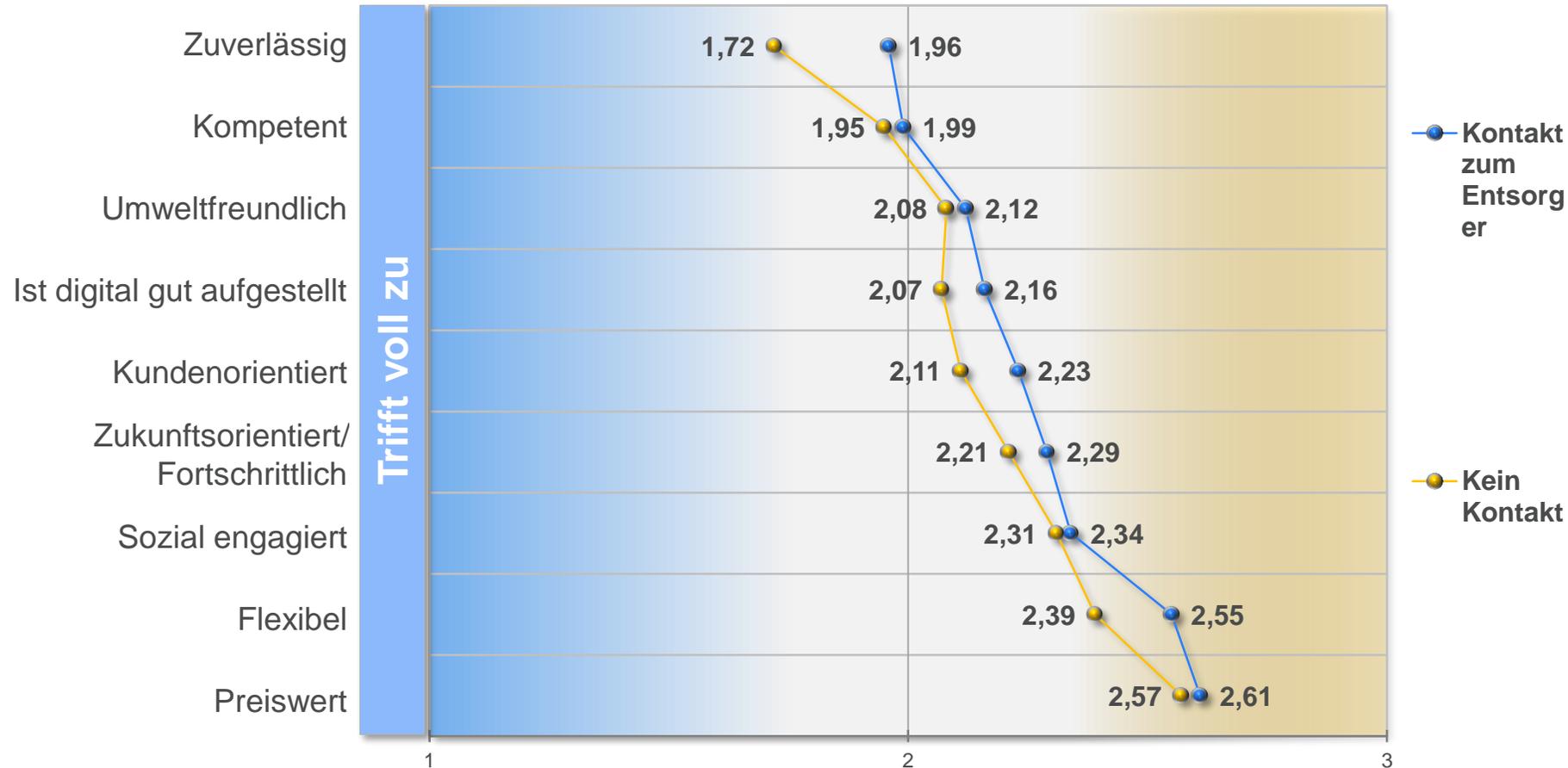
## Image – differenziert nach Eigentum und Miete



Frage 3: Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zu? Skala von 1 -6:1=trifft voll zu,2,3,4,5,6=trifft gar nicht zu

Kunden, die schon einmal Kontakt zu ihrer Abfallwirtschaft hatten, bewerten das Image etwas weniger gut. Gerade die Zuverlässigkeit und Flexibilität wird dann weniger gut beurteilt.

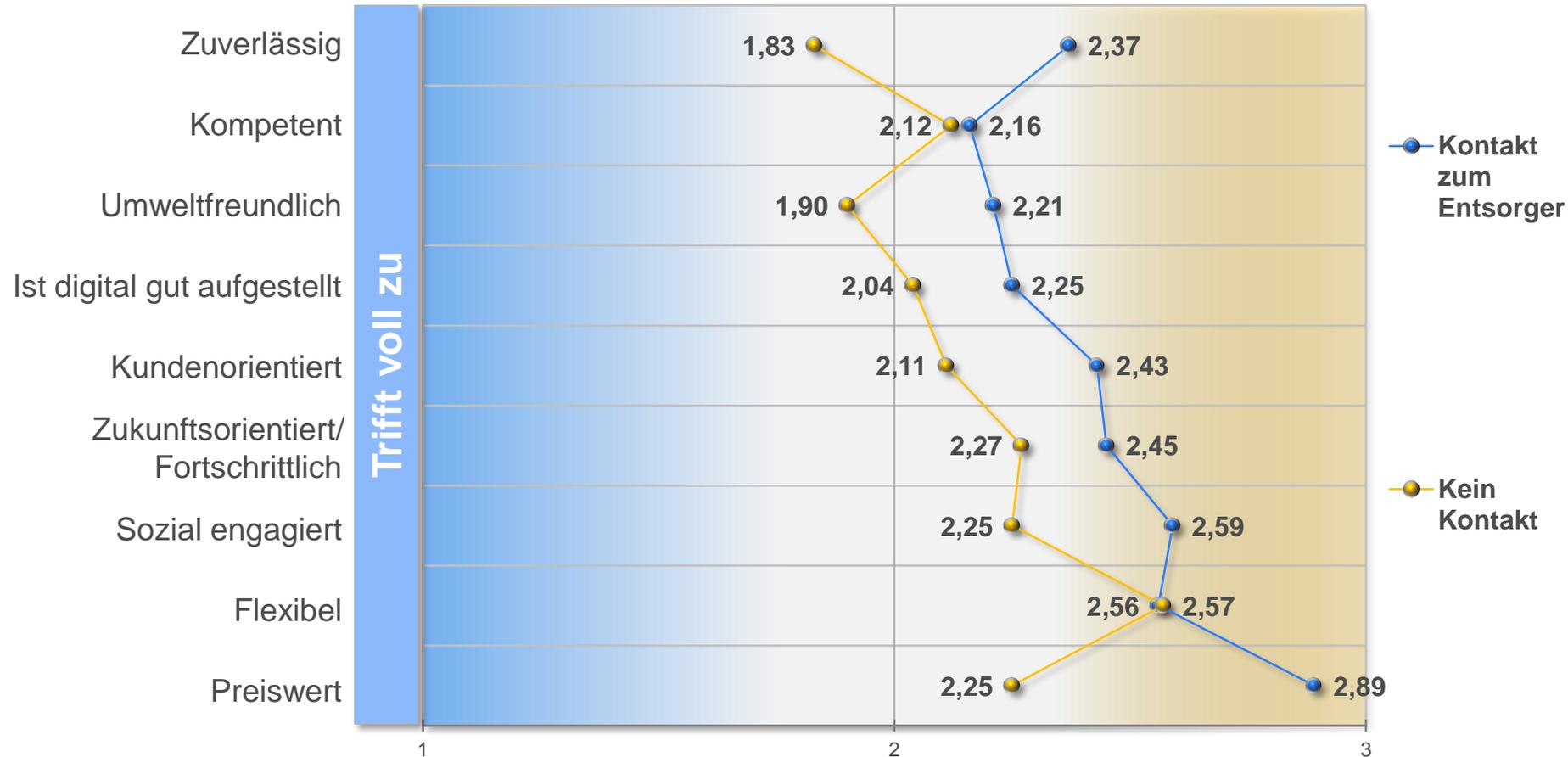
Image – differenziert nach Kontakt



Frage 3: Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zu? Skala von 1 -6:1=trifft voll zu,2,3,4,5,6=trifft gar nicht zu

# Kunden, die Kontakt zur AWSH Stormarn hatten, sehen das Image etwas negativer.

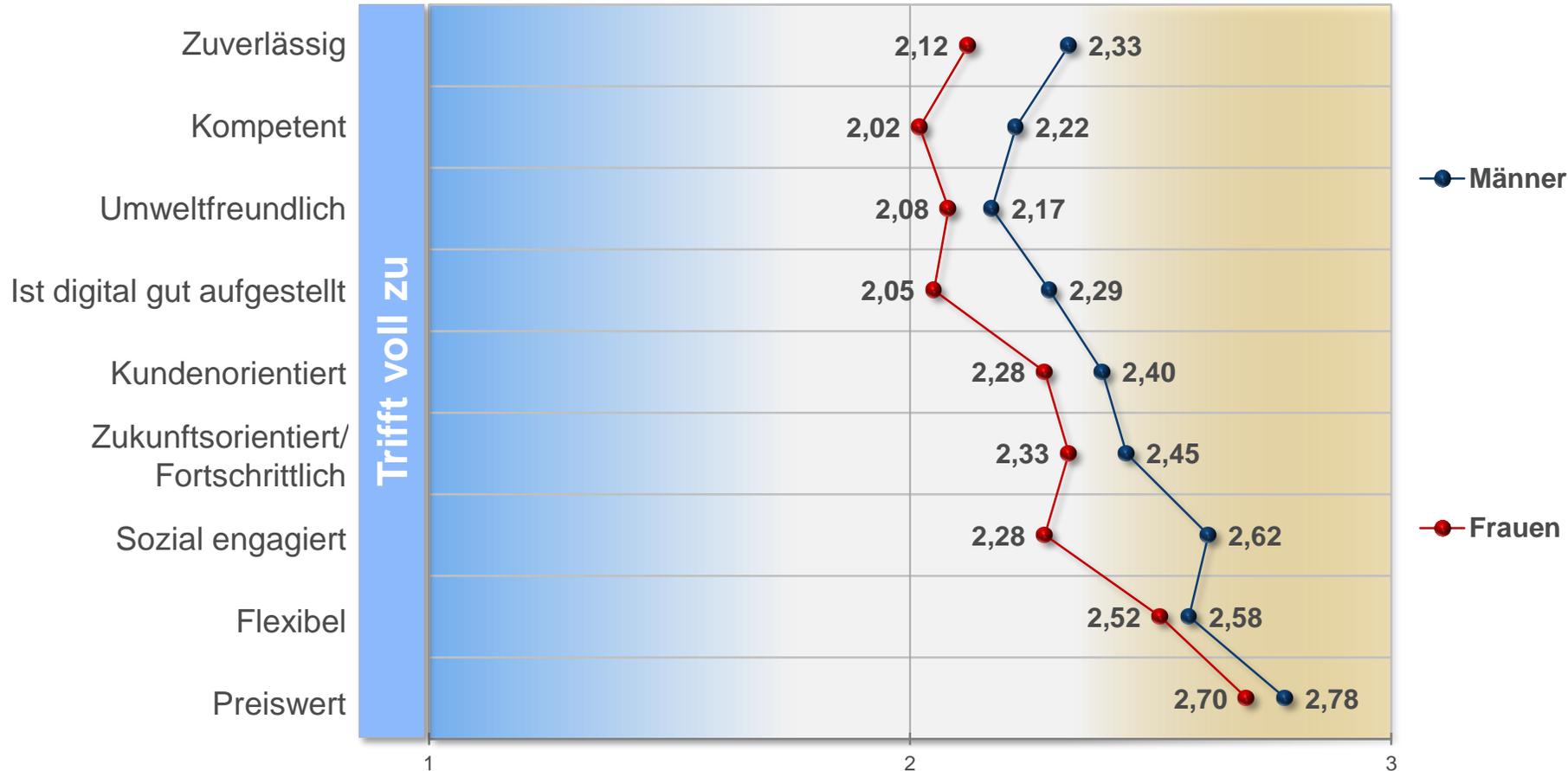
## Image – differenziert nach Kontakt



Frage 3: Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zu? Skala von 1 -6:1=trifft voll zu,2,3,4,5,6=trifft gar nicht zu

# Frauen bewerten vor allem das soziale Engagement der AWSH Stormarn besser.

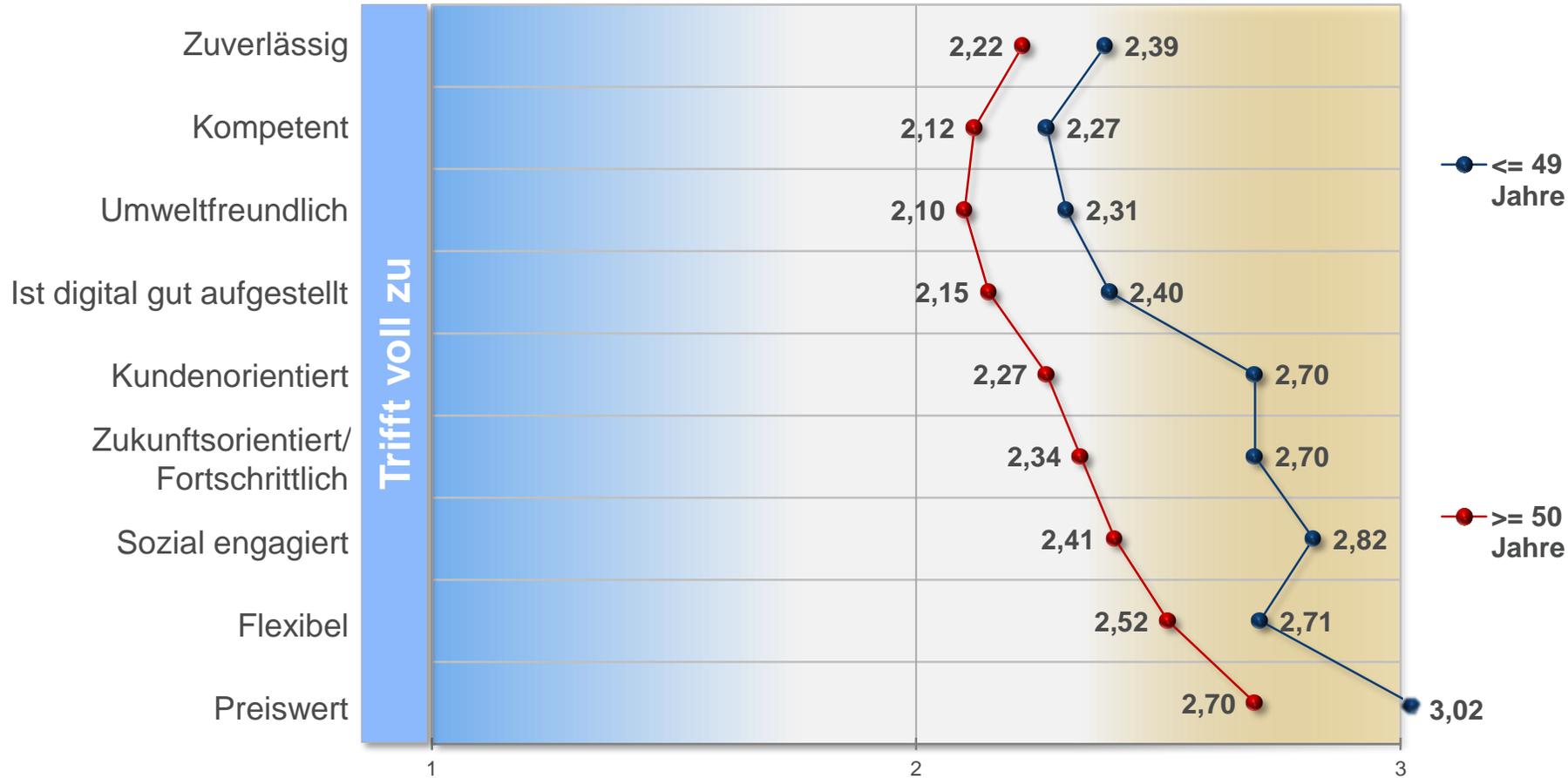
Image – differenziert nach Geschlecht



Frage 3: Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zu? Skala von 1 -6:1=trifft voll zu,2,3,4,5,6=trifft gar nicht zu

# Befragte unter 50 Jahren bewerten das Image der AWSH Stormarn kritischer als Ältere. Dies trifft besonders auf die Kundenorientierung, das soziale Engagement und das Preisniveau zu.

## Image – differenziert nach Alter



Frage 3: Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zu? Skala von 1 -6:1=trifft voll zu,2,3,4,5,6=trifft gar nicht zu

Die AWR hat stark in der Kundenorientierung verloren, die ASWH L bei der Zuverlässigkeit. Die AWD Stormarn wird aktuell deutlich hochpreisiger als noch 2018 bewertet. Die AWD hat deutlich an Kundenorientierung gewonnen.

Image – CATI Vergleich zu 2018: Differenz der Mittelwerte zu 2018



Anmerkung:  
Kein Vergleich der Items: „Digital gut aufgestellt“ (neu 2021) und „Zukunftsorientiert/Fortschrittlich“ (getrennte Abfrage 2018).

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

Frage 3: Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften auf Ihren Abfallentsorger, also auf die ... zu? Skala von 1 -6:1=trifft voll zu,2,3,4,5,6=trifft gar nicht zu

Hintergrund und Zielsetzung

Untersuchungsmethode, Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

## Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

- Globalzufriedenheit und Image
- Fehlende Dienstleistungen
- Optimierungspotenzial Services
- Produkt- und Dienstleistungsqualität
- Erinnernte Kampagnen
- Kontakt zur Abfallwirtschaft
- Servicequalität
- Preisgestaltung
- Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- Zusatzfragen
- Verbesserungsvorschläge

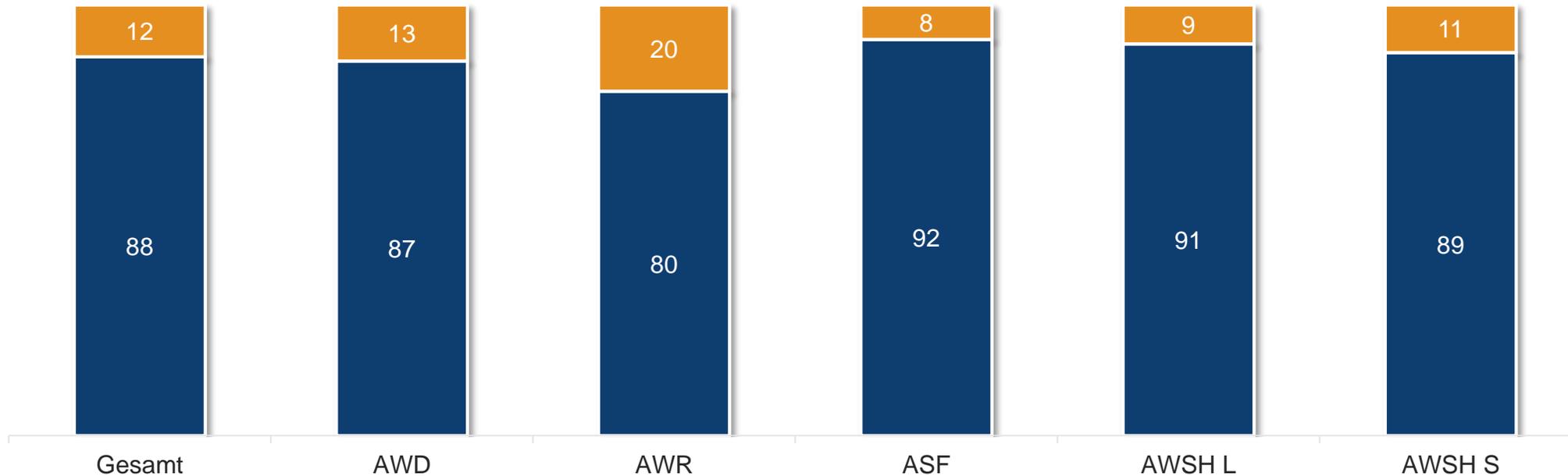
Zusammenfassung und Empfehlungen

- Der **Wunsch nach weiteren Dienstleistungen ist insgesamt gering und schwankt je nach Unternehmen**: Während sich nur **8%** der Befragten weitere Dienstleistungen von der **ASF** wünschen, sind es bei der **AWR 20%**, die eine Dienstleistung vermissen. Online-Befragte vermissen häufiger Dienstleistungen.
- Betrachtet man die Klartexte zu den fehlenden Dienstleistungen, fallen Schlagworte wie Abholung/ Entsorgung, (gelbe) Tonnen, Sperrmüll und Container am häufigsten.

- Nur jeder Zehnte wünscht sich weitere Dienstleistungen von der AWSH Stormarn. Online-Befragte und unter 50-Jährige wünschen sich etwas häufiger weitere Dienstleistungen.
- Es werden nur wenige Nennungen zu den fehlenden Dienstleistungen abgegeben. Dinge rund um die Abholung werden etwas häufiger genannt.

## Vorhandensein aller gewünschten Dienstleistungen

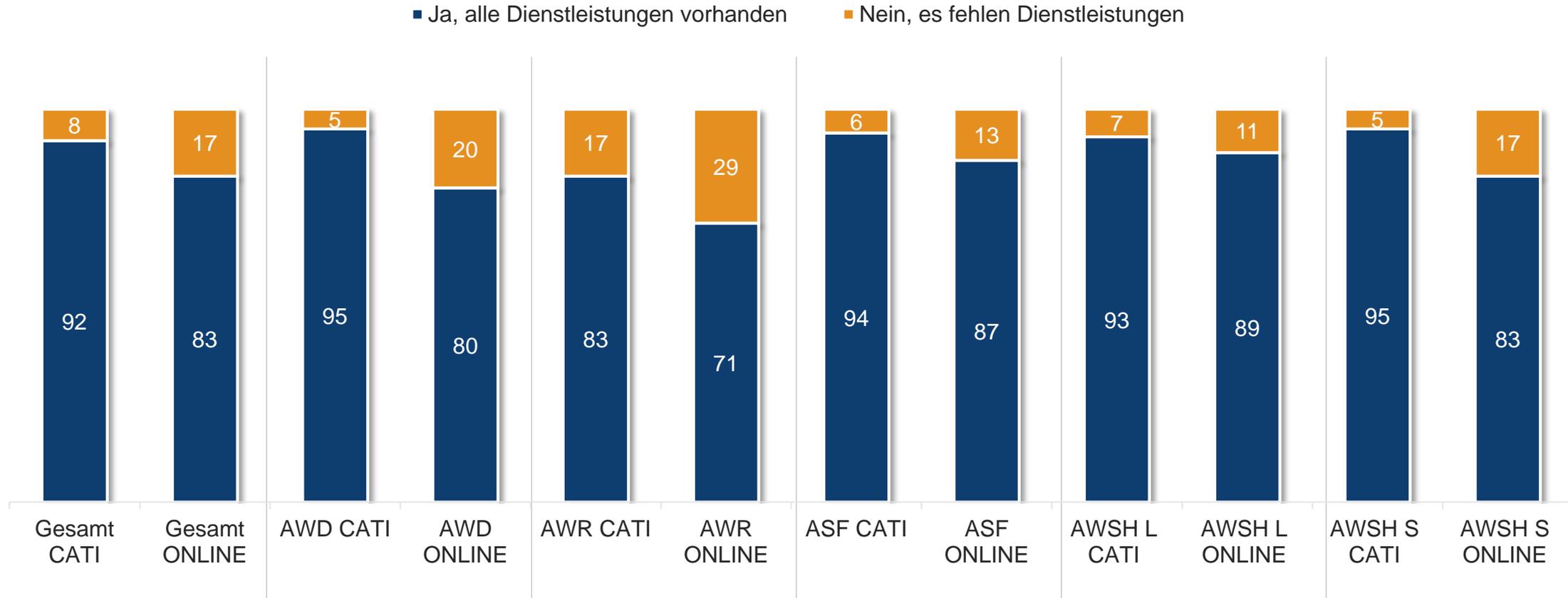
■ Ja, alle Dienstleistungen vorhanden ■ Nein, es fehlen Dienstleistungen



Frage 4. Bietet die ... alle Service- und Dienstleistungen an, die Sie benötigen?

# Auch hier sind es die Online-Befragten, denen mehr Service- und Dienstleistungen fehlen.

## Vorhandensein aller gewünschten Dienstleistungen – CATI vs. Online

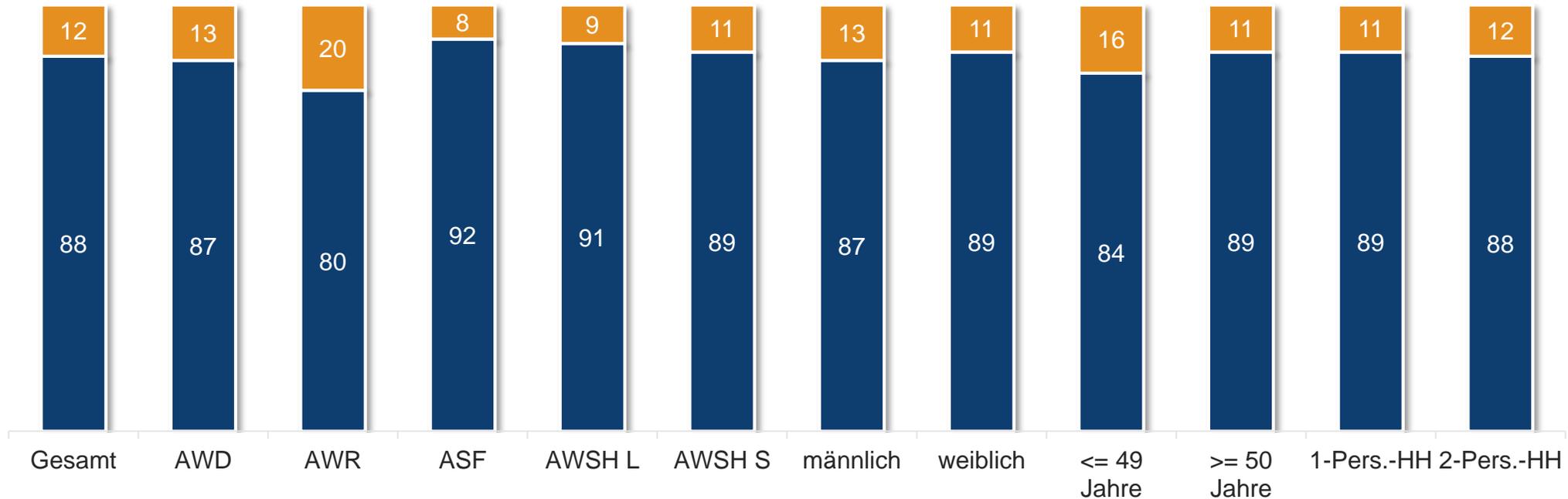


Frage 4. Bietet die ... alle Service- und Dienstleistungen an, die Sie benötigen?

# So gut wie alle sind der Meinung, dass die AWSH Stormarn alle Dienstleistungen anbietet.

## Vorhandensein aller gewünschten Dienstleistungen

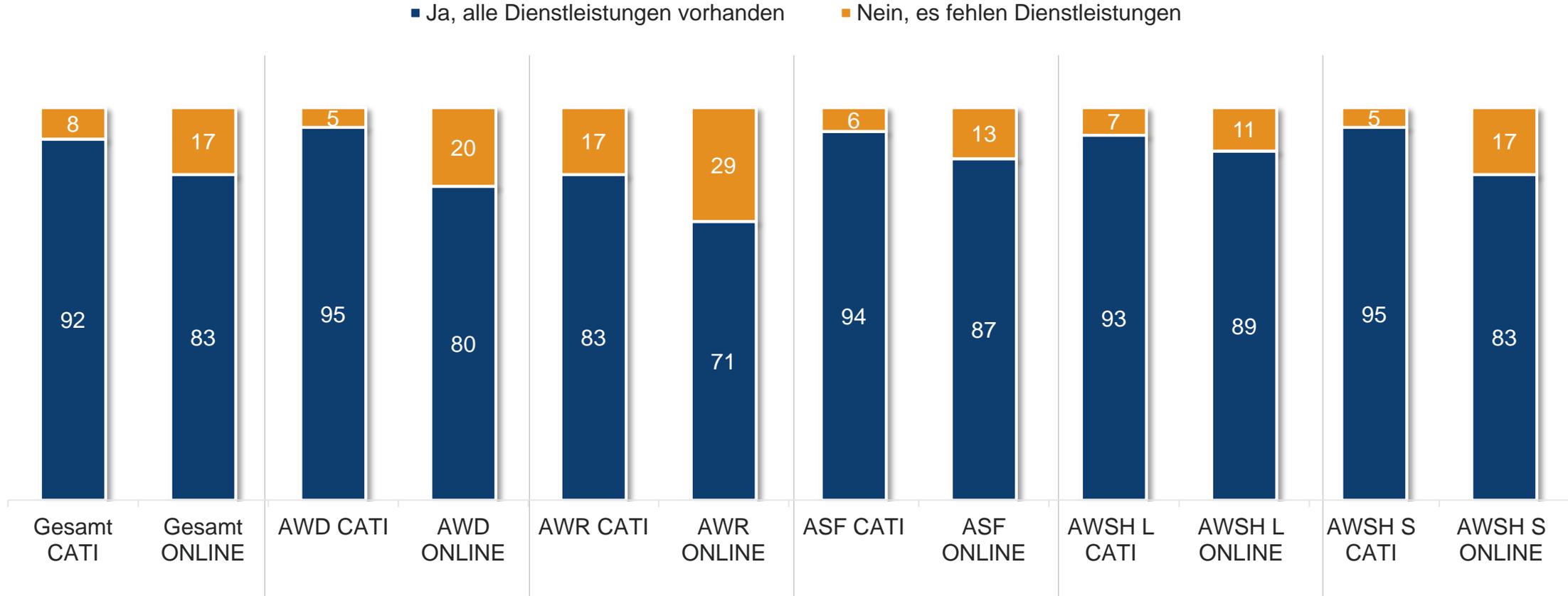
■ Ja, alle Dienstleistungen vorhanden ■ Nein, es fehlen Dienstleistungen



Frage 4. Bietet die ... alle Service- und Dienstleistungen an, die Sie benötigen?

# Bei den Online-Befragten wünscht sich knapp jeder Fünfte weitere Dienstleistungen.

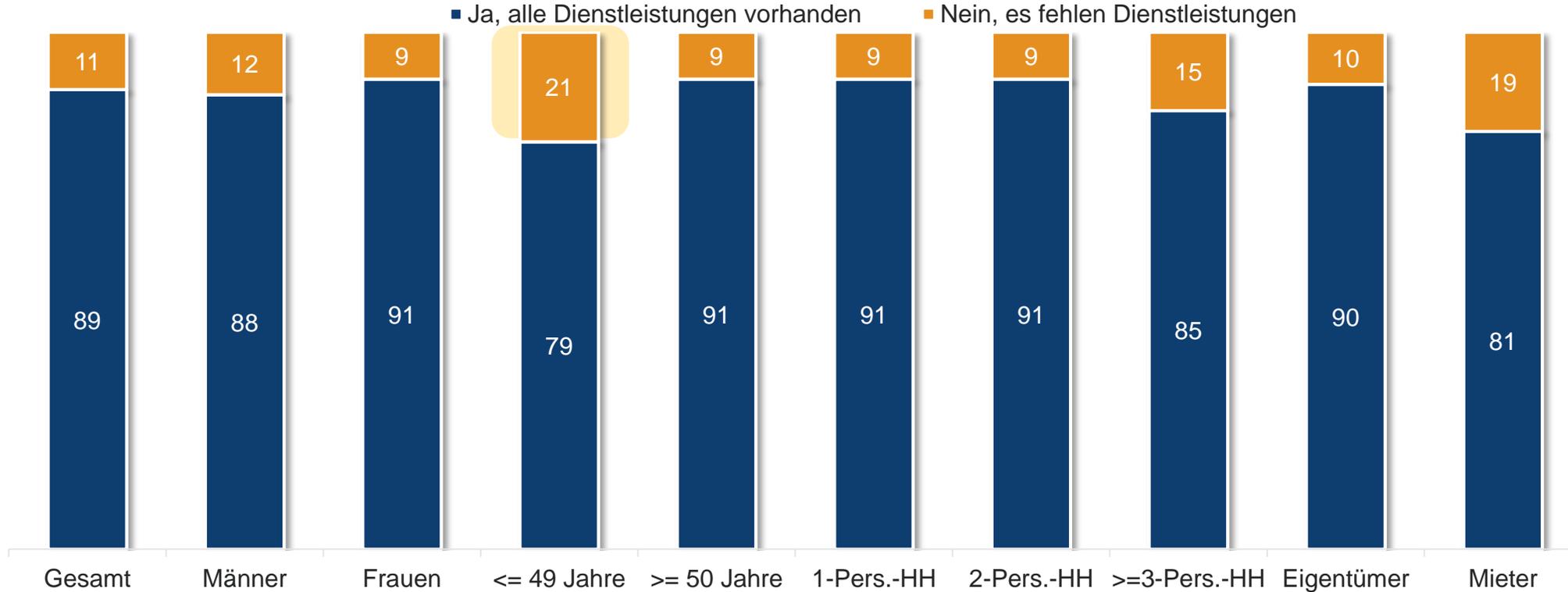
## Vorhandensein aller gewünschten Dienstleistungen – CATI vs. Online



Frage 4. Bietet die ... alle Service- und Dienstleistungen an, die Sie benötigen?

# Wenn, dann sind es die unter 50-Jährigen, die sich noch weitere Dienstleistungen wünschen.

## Vorhandensein aller gewünschten Dienstleistungen



Frage 4. Bietet die ... alle Service- und Dienstleistungen an, die Sie benötigen?



## AWSH Stormarn: Fehlende Dienstleistungen (alle Nennungen)

	AWSH S (n=35)
<b>TONNENENTLEERUNG/ ABFUHR ALLGEMEIN</b>	<b>n=10</b>
eigenständiges Holen/ Zurückstellen der Container	n=4
Abholung auf weitere Felder ausweiten/ haushaltsnahe Sammlungen allg.	n=2
bessere/ zuverlässige/ termingetreue Müllentsorgung/ kein Ausfall allg.	n=2
flexible Wählbarkeit der Tonnen-/ Containergröße/ Tonnenanzahl allg.	n=1
(regelmäßige) Tonnenreinigung anbieten	n=1
ausgefallene Abholung (schnell/ ohne langes Nachhaken) nachholen	n=1
Lösungen für enge Straßen (schmale Fahrzeuge)/ Sackgassen/ überfüllte Sammelplätze	n=1
vollständige Tonnenentleerung (keine Reste zurücklassen)	n=1
<b>SPERRMÜLL</b>	<b>n=7</b>
häufigere/ regelmäßige Sperrmüll-Abfuhrtermine (1 x pro Quartal)	n=3
flexible/ kurzfristige Sperrmülltermine/ Sperrmüll auf Abruf	n=2
kostenloser Sperrmüll	n=2
Verschenken von brauchbarem Sperrmüll/ spezielle Abgabe für Wiederverwertbares	n=1
unkompliziertere Sperrmüllbeantragung (ohne Karte/ Angabe von Sperrmüllstücken)	n=1
illegal abgestellten Sperrmüll (schneller) entsorgen	n=1
<b>WERTSTOFFCONTAINER</b>	<b>n=5</b>
Container für Elektroschrott/ -kleingeräte	n=1
(kleine/ mehr) Container aufstellen allg.	n=1
saisonale Container für Gartenabfälle (Frühling/ Herbst)	n=1
weniger vernachlässigte Container/ regelmäßig Müll aufsammeln	n=1
24h-Müll-Automat zur Annahme von (Haus-)Müll gegen Gebühr (bargeldlos über Kundenkonto)	n=1
saisonal Zusatzcontainer aufstellen (Papier an Weihnachten)	n=1
häufigere Entleerung der Papiercontainer	n=1
<b>PLASTIKMÜLL/ GELBE SÄCKE/ TONNE/ WERTSTOFFE</b>	<b>n=4</b>
Wählbarkeit der Tonnen-/ Containergröße bei Plastikmüll (kleiner)	n=3
120-Liter-Wertstofftonne anbieten	n=1

<b>BIO-MÜLL/ BRAUNE TONNE</b>	<b>n=3</b>
häufigere Entleerung der Bio-Tonne	n=2
flexiblere Buchung einer zweiten Bio-Tonne	n=1
<b>ABHOLUNG WEITERER WERTSTOFFE/ MÜLLARTEN</b>	<b>n=2</b>
Abholung von Sondermüll/ Schadstoffen	n=2
<b>PAPIER-MÜLL/ BLAUE TONNE</b>	<b>n=1</b>
Abholung von (größeren) Kartonage (mit dem Altpapier)	n=1
<b>KOMMUNIKATION/ INFORMATION ALLGEMEIN</b>	<b>n=2</b>
schneller reagieren bei Ausfällen/ Änderungen	n=1
Vor-Ort-Beratung bzgl. Müllmenge (bes. Bio)	n=1
<b>RECYCLING-/ WERTSTOFFHOF</b>	<b>n=2</b>
bessere/ längere/ flexiblere Öffnungszeiten auf dem Recyclinghof (24h mit Zugangskarte/ Wochenende)	n=1
kostenlose Entsorgung von Biomüll auf dem Recyclinghof	n=1
<b>ABRECHNUNG/ GEBÜHREN</b>	<b>n=1</b>
Gebühren nach Gewicht/ angefallener Menge/ Anzahl der Abholungen	n=1
<b>APP/ HOMEPAGE/ ONLINE-SERVICES</b>	<b>n=1</b>
Online-Bestellung von Services (Big Bag)	n=1
<b>KUNDENSERVICE ALLGEMEIN</b>	<b>n=1</b>
bessere/ längere Öffnungszeiten allg.	n=1
<b>WEITERE ASPEKTE</b>	<b>n=1</b>
mehr/ bessere Mülltrennung	n=1
sonstige Einzelnennungen	n=4
weiß nicht / keine Angabe	n=1

Frage 4. Bietet die ... alle Service- und Dienstleistungen an, die Sie benötigen?  
 Kundenzufriedenheitsuntersuchung 2021



Absolute Werte  
 Basis: n=35  
 CATI: n=8 / Online: n=27

Hintergrund und Zielsetzung

Untersuchungsmethode, Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

## Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

- Globalzufriedenheit und Image
- Fehlende Dienstleistungen
- Optimierungspotenzial Services
- Produkt- und Dienstleistungsqualität
- Erinnernte Kampagnen
- Kontakt zur Abfallwirtschaft
- Servicequalität
- Preisgestaltung
- Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- Zusatzfragen
- Verbesserungsvorschläge

Zusammenfassung und Empfehlungen

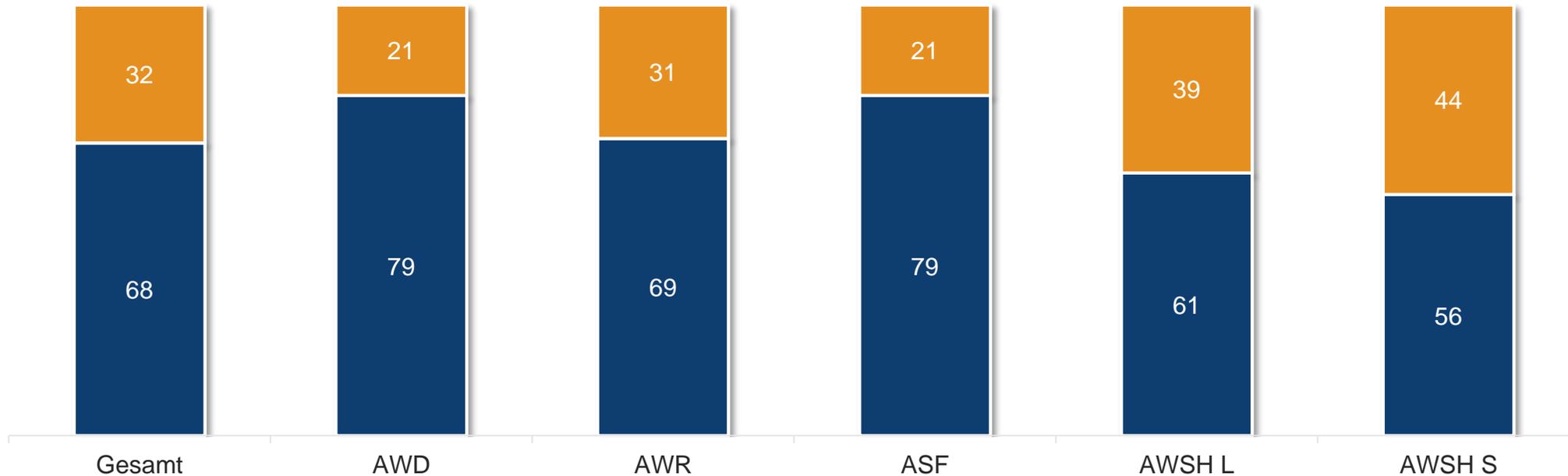
- In dem Optimierungspotenzial spiegelt sich das Ergebnis der Gesamtzufriedenheit wider: Während die **Unzufriedenheit** mit den genutzten Services bei **der AWD und AFS bei 21%** liegt, ist sie bei **der AWR mit 31%, der AWSH Lauenburg mit 39% und der AWSH Stormarn mit 44% deutlich höher.**
- Am häufigsten werden insgesamt Dinge rund um die Abfuhr von den mit den Dienstleistungen Unzufriedenen genannt.

- Im Vergleich aller befragten Unternehmen hat die AWSH Stormarn die meisten Kritiker an den Dienstleistungen oder Services. Knapp jeder Zweite war schon einmal unzufrieden.
- Unzufriedene finden sich am häufigsten bei den Online-Befragten, unter Männern und in der Altersgruppe unter 50 Jahren.
- Die Kunden sind hauptsächlich verärgert, weil die Abholung von Restabfall, Bio-Abfall und auch Sperrmüll aus ihrer Sicht unzuverlässig ist (ausgefallen, verspätet, Straße nicht gefunden oder wird nicht angefahren). Gebühren auf dem Recyclinghof sind ein weiteres Thema für die Unzufriedenheit (intransparent, warum Gebühren für Grünabfall?)
- Achtung: Es werden auch die Mitarbeiter im Kundenservice kritisiert.

Die AWSH hat die meisten Kunden, die Dienstleistungen oder Services bemängeln. Auch die AWR hat in dieser Hinsicht einen relativ hohen Anteil.

Unzufriedenheit mit Dienstleistungen oder Services

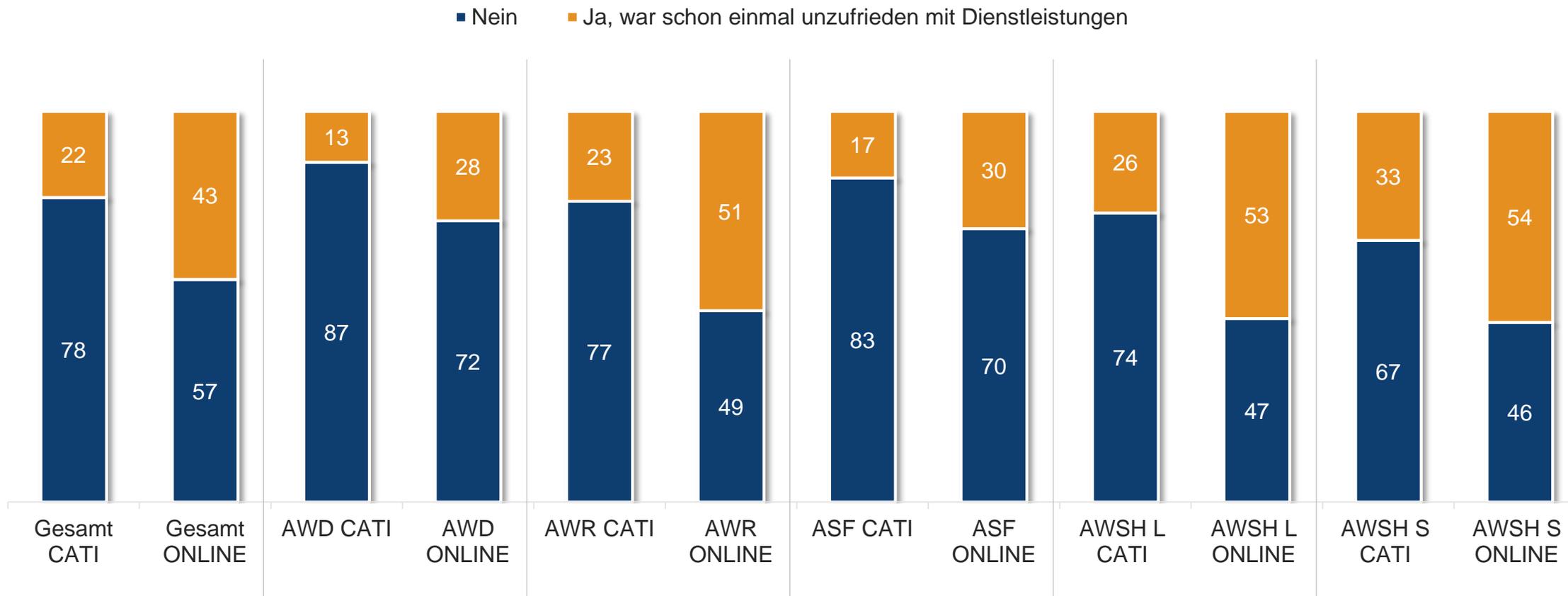
■ Nein    ■ Ja, war schon einmal unzufrieden mit Dienstleistungen



Frage 5. Gibt es Dienstleistungen oder Services von der ..., mit denen Sie schon einmal nicht zufrieden waren?

Knapp jeder zweite Online-Befragte hat an Dienstleistungen etwas zu bemängeln; bei den CATI-Befragten ist es gut jeder Fünfte.

Unzufriedenheit mit Dienstleistungen oder Services

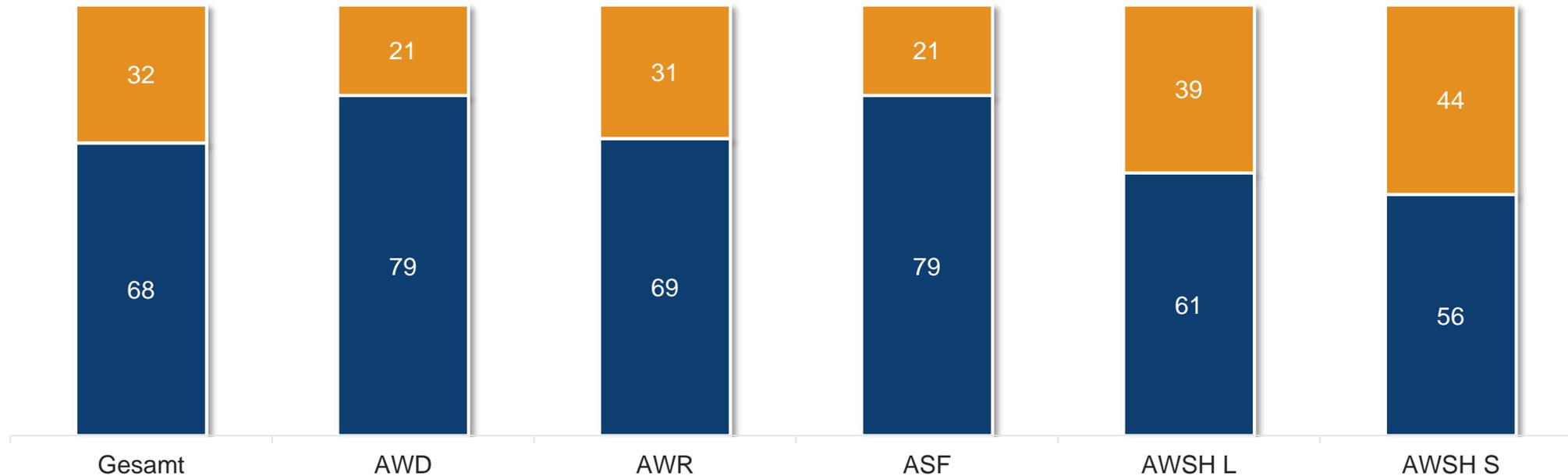


Frage 5. Gibt es Dienstleistungen oder Services von der ..., mit denen Sie schon einmal nicht zufrieden waren?

Die AWSH hat die meisten Kunden, die Dienstleistungen oder Services bemängeln. Knapp jeder zweite AWSH Stormarn-Kunde war schon einmal mit einer Dienstleistung unzufrieden.

Unzufriedenheit mit Dienstleistungen oder Services

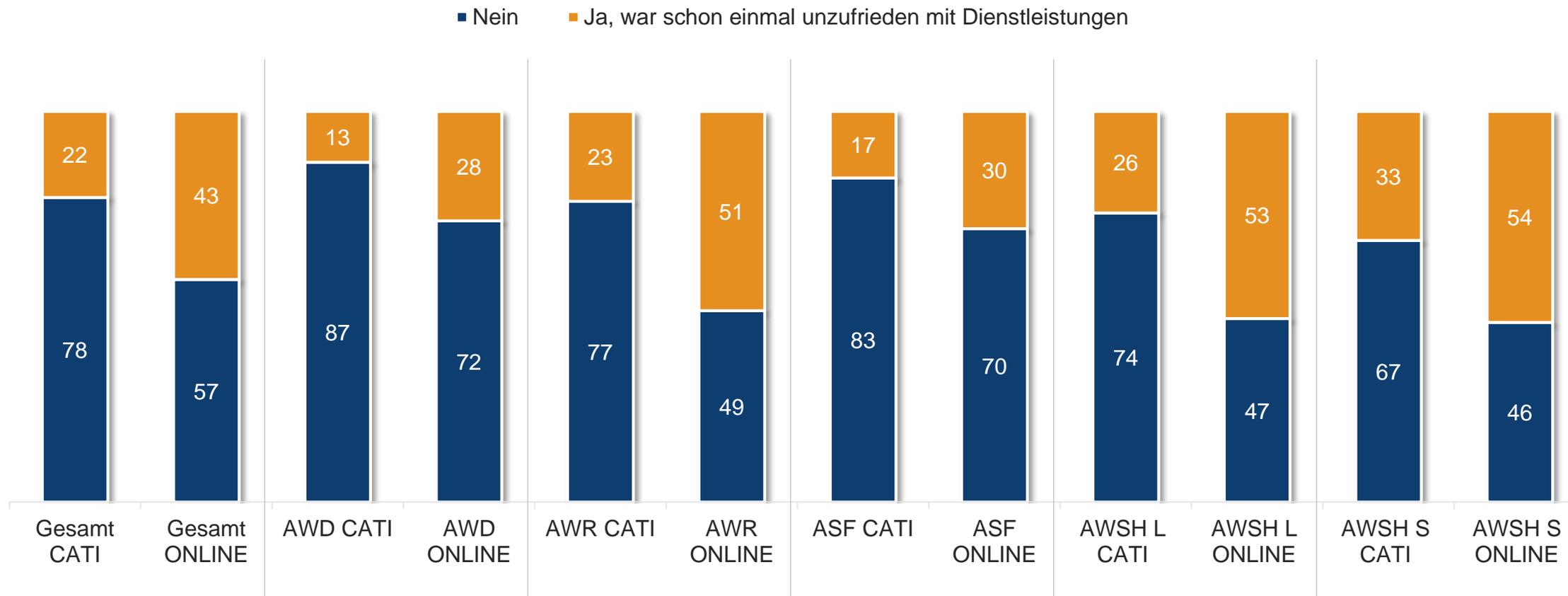
■ Nein    ■ Ja, war schon einmal unzufrieden mit Dienstleistungen



Frage 5. Gibt es Dienstleistungen oder Services von der ..., mit denen Sie schon einmal nicht zufrieden waren?

# Jeder dritte CATI-Befragte und 54% der online Befragten üben Kritik an den Dienstleistungen oder Services der AWSH Stormarn.

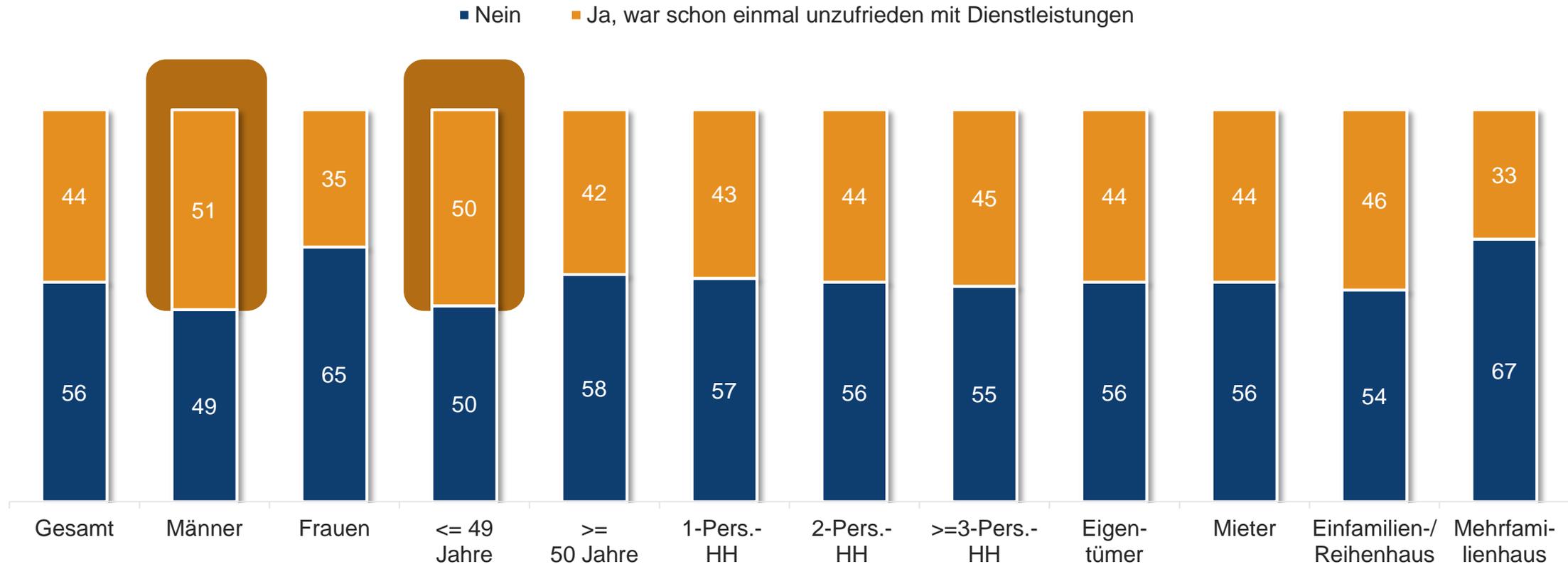
## Unzufriedenheit mit Dienstleistungen oder Services



Frage 5. Gibt es Dienstleistungen oder Services von der ..., mit denen Sie schon einmal nicht zufrieden waren?

Jeder zweite Mann und die Hälfte der unter 50-Jährigen war schon einmal mit einer Dienstleistung der AWSH Stormarn nicht zufrieden.

Unzufriedenheit mit Dienstleistungen oder Services



Frage 5. Gibt es Dienstleistungen oder Services von der ..., mit denen Sie schon einmal nicht zufrieden waren?

Themen rund um die Abholung werden als Grund für die Unzufriedenheit am häufigsten genannt.

AWSH S: Dienstleistungen, die zur Unzufriedenheit führten



F5. Gibt es Dienstleistungen oder Services von der ..., mit denen Sie schon einmal nicht zufrieden waren? Größe der Wörter entspricht der Häufigkeit ihrer Nennung | Farbgebung spielt keine Rolle  
 Falls Ja, genannte Dienstleistungen.  
 Kundenzufriedenheitsuntersuchung 2021



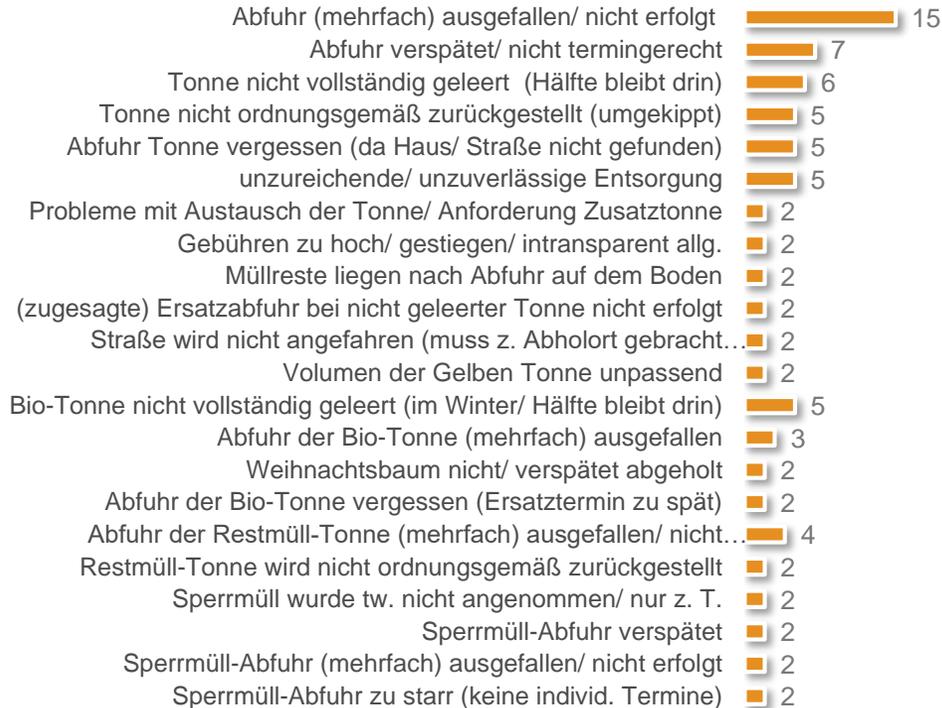
# Das größte Ärgernis ist eine ausgefallene oder verspätete Abfuhr.

## AWSH Stormarn: Dienstleistungen, die zur Unzufriedenheit führten – die häufigsten Nennungen

78



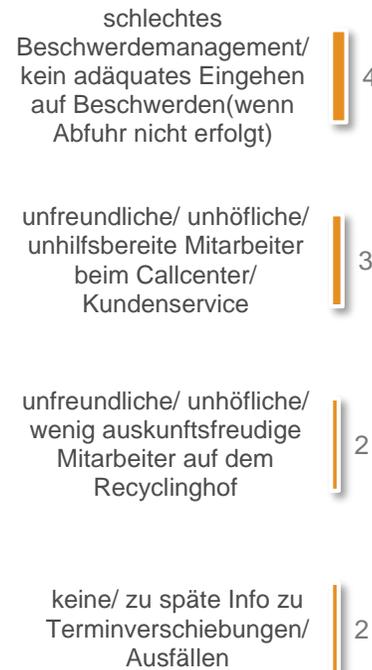
### MÜLLABFUHR



13



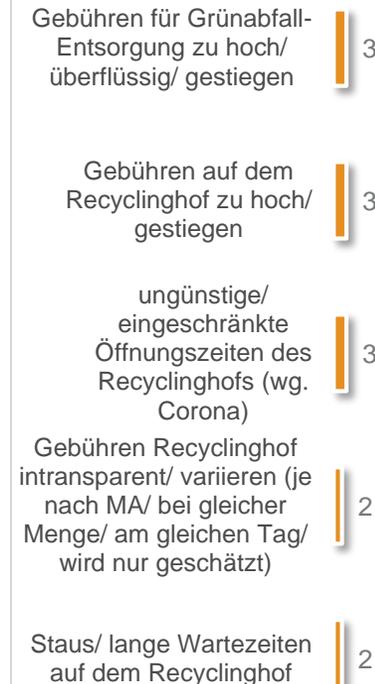
### KUNDENSERVICE/ KOMMUNIKATION ALLG.



9



### RECYCLINGHOF/ WERTSTOFFHOF



2



### APP/ HOMEPAGE/ ONLINE-SERVICES



F5. Gibt es Dienstleistungen oder Services von der ..., mit denen Sie schon einmal nicht zufrieden waren?  
 Falls Ja, genannte Dienstleistungen.  
 Kundenzufriedenheitsuntersuchung 2021

Hintergrund und Zielsetzung

Untersuchungsmethode, Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

## Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

- Globalzufriedenheit und Image
- Fehlende Dienstleistungen
- Optimierungspotenzial Services
- Produkt- und Dienstleistungsqualität
- Erinnernte Kampagnen
- Kontakt zur Abfallwirtschaft
- Servicequalität
- Preisgestaltung
- Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- Zusatzfragen
- Verbesserungsvorschläge

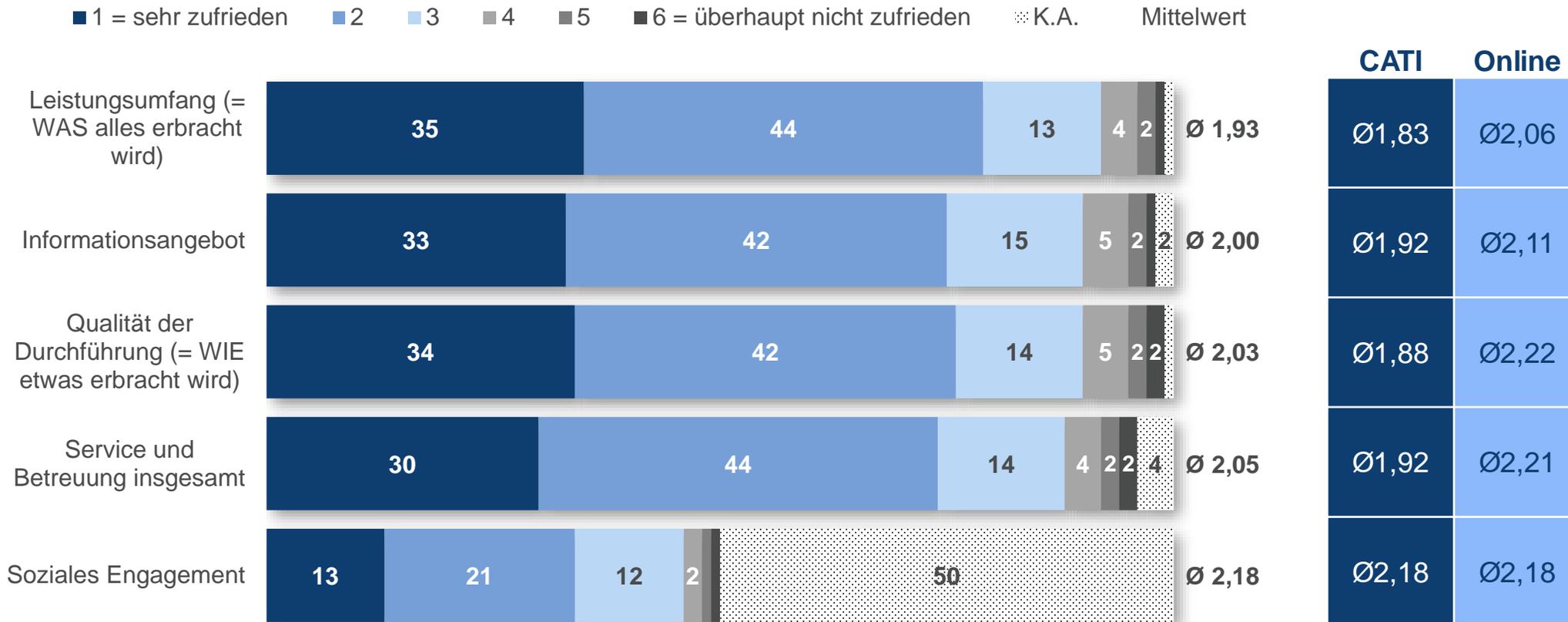
Zusammenfassung und Empfehlungen

- Das Niveau der Produkt- und Dienstleistungsqualität ist (sehr) gut.
- Mit dem **Leistungsumfang** sind die Kunden der Abfallwirtschaften **am zufriedensten**. Eine signifikante Verbesserung gab es insgesamt für das soziale Engagement. Tendenziell zeigt sich, dass **verstärkt auf die Qualität der Durchführung geachtet** werden sollte; dies trifft insbesondere auf die AWSH Stormarn zu.
- Wenn die **Kunden unzufrieden** mit dem **Service und der Betreuung** sind, üben sie vorrangig **Kritik an der Kommunikation mit den Unternehmen**.
  - Die Kunden wünschen sich zum Beispiel ein besseres Beschwerdemanagement und kundenorientiertere Mitarbeiter\*innen im Kundenservice. Auch die telefonische Erreichbarkeit und eine zeitnahe Reaktion auf Anfragen wird bemängelt. Generell sollte nach Meinung der Kunden der Kundenservice allgemein verbessert werden.
- Auch die **Tonnenentleerung** ist ein **Kritikpunkt** an dem **Service und der Betreuung**.
  - Hauptpunkte dafür sind: eine nicht termingetreue Entsorgung und die nicht vollständige Entleerung der Tonne.
- Mit dem **Informationsangebot Unzufriedene** begründen ihre Unzufriedenheit hauptsächlich damit, dass sie **zu wenig (aktuelle) Informationen** bekommen.
- Kritik an dem **sozialen Engagement** wird mit **fehlender Information bzw. mangelnder Präsenz** begründet.

- Am zufriedensten sind die Kunden mit dem Leistungsumfang der AWSH Stormarn. Die Qualität der Durchführung erhält unterdurchschnittliche Bewertungen.
- Im internen Bechmarking befindet sich die Zufriedenheit mit dem Leistungsumfang und dem Informationsangebot auf einem sehr guten Niveau. In den Bereichen Qualität der Durchführung und Service/Betreuung hingegen kann die AWSH Stormarn ihre Kunden am wenigsten zufriedenstellen. Kunden mit Kontakt zur AWSH Stormarn sind mit der Qualität der Durchführung weniger zufrieden.
- Im Wellenvergleich (nur CATI) gibt es keine signifikanten Veränderungen. Es zeigt sich eine leicht positive Tendenz für das soziale Engagement.
- Nach Meinung der mit dem Service unzufriedenen Kunden, sollte die AWSH Stormarn die Müllentsorgung zuverlässiger durchführen und die Tonnen vollständig leeren. Auch der direkte Kontakt mit dem Kunden wird häufiger kritisiert. Einige kritische Nennungen erfolgen zu der App.
- Mit dem Informationsangebot der AWSH Stormarn unzufriedene Kunden sind der Meinung, dass sie nicht genügend (aktuell) informiert werden. Auch hier werden Hinweise bezüglich Störungen oder fehlender Informationen in der App gegeben.
- Die Unzufriedenheit mit dem sozialen Engagement kann nur von gut jedem Zweiten begründet werden. Unzufriedene Kunden wünschen sich generell mehr (glaubwürdige) Informationen über das soziale Engagement.

# Am zufriedensten sind die Kunden mit dem Leistungsumfang der Abfallwirtschaften.

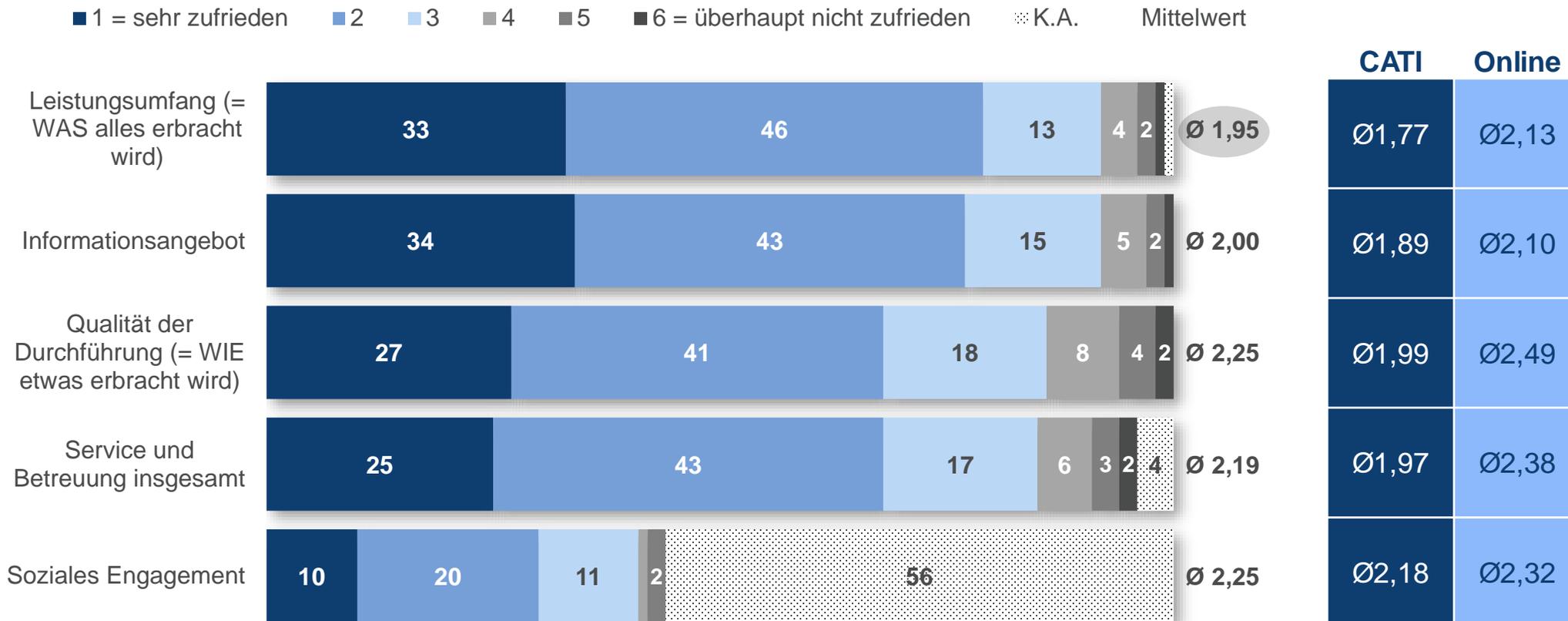
## Zufriedenheit von Produkt-/Dienstleistungsmerkmalen



Frage 6. Und wie zufrieden sind Sie mit den folgenden einzelnen Leistungsbereichen der ...? Skala von 1 -6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

Die Kunden der AWSH Stormarn sind am zufriedensten mit dem Leistungsumfang. Die Qualität der Durchführung erhält unterdurchschnittliche Bewertungen.

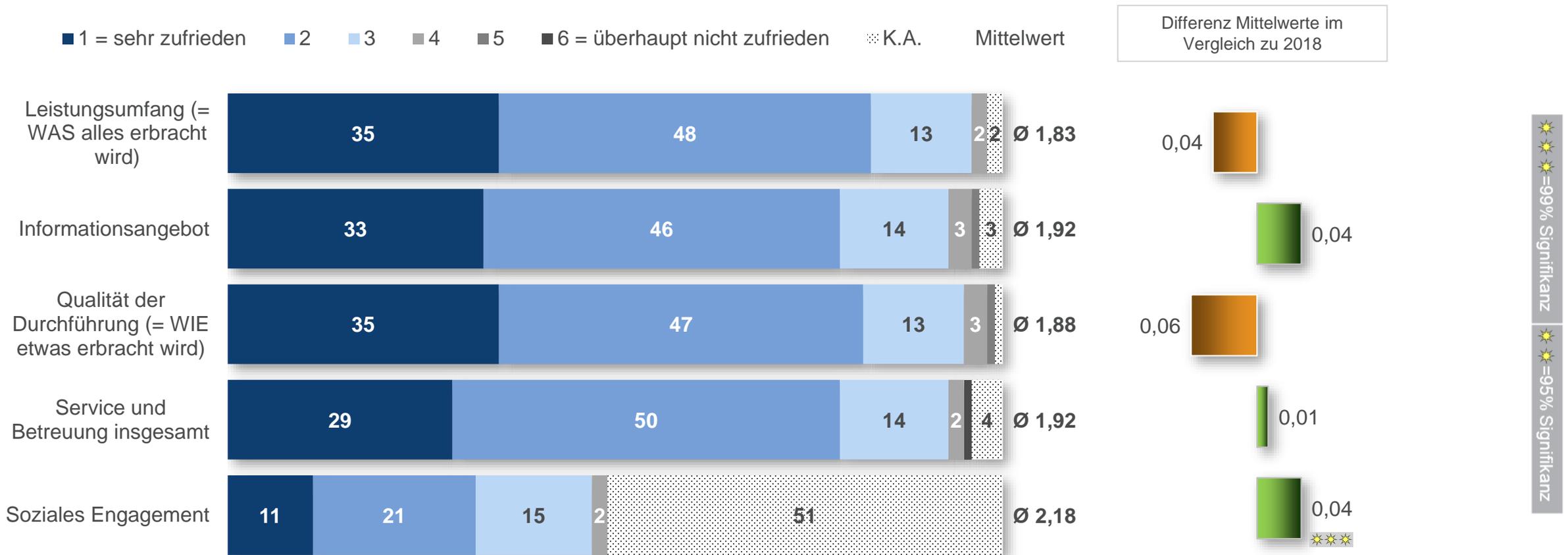
Zufriedenheit von Produkt-/Dienstleistungsmerkmalen



Frage 6. Und wie zufrieden sind Sie mit den folgenden einzelnen Leistungsbereichen der ...? Skala von 1 -6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

Das Informationsangebot und das soziale Engagement werden (leicht) besser als 2018 bewertet. Die Qualität der Durchführung hat tendenziell an Zufriedenheit verloren.

Zufriedenheit von Produkt-/Dienstleistungsmerkmalen – CATI im Vergleich zu 2018 (ohne WZV)

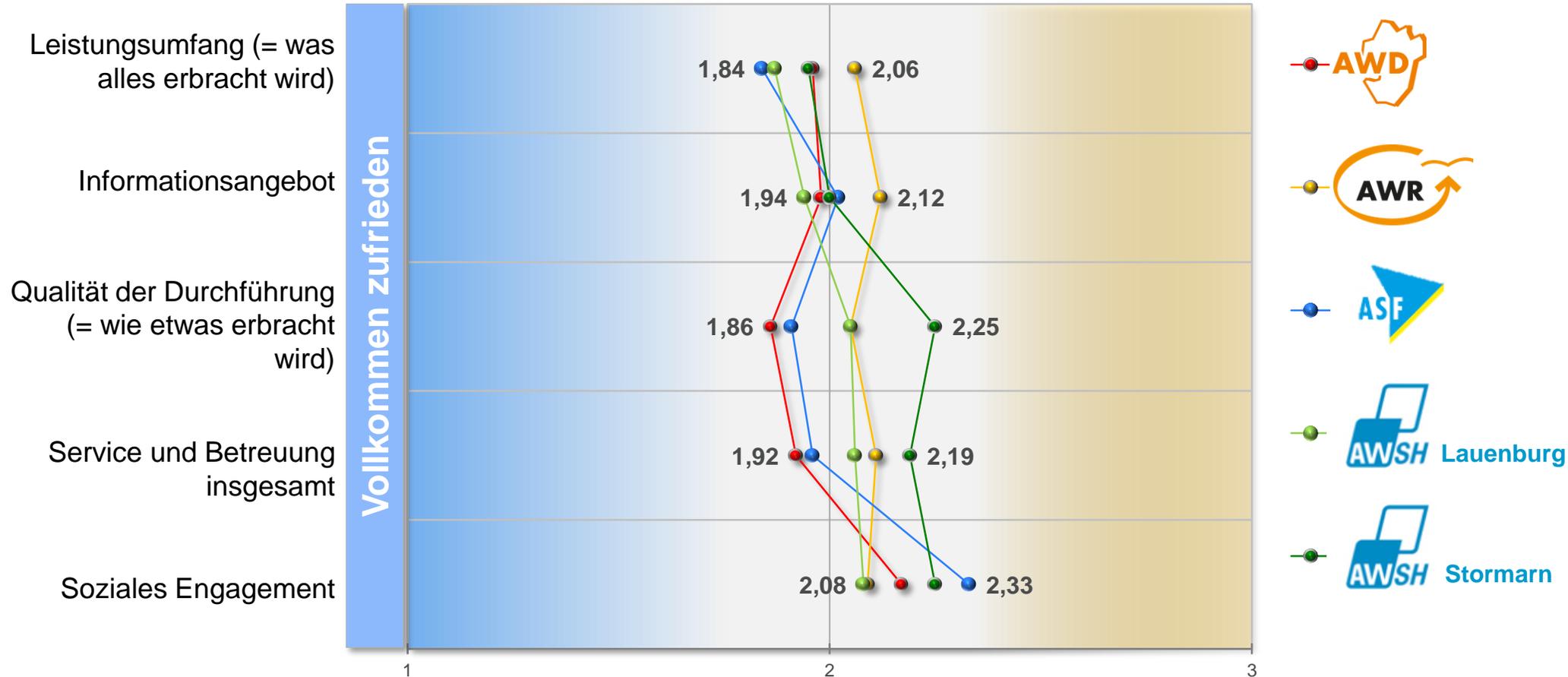


Frage 6. Und wie zufrieden sind Sie mit den folgenden einzelnen Leistungsbereichen der ...? Skala von 1 -6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

Angaben in %  
Basis: n=1.354  
CATI: n=750 / Online: n=604

Die AWR-Kunden sind im Vergleich am wenigsten zufrieden mit dem Leistungsumfang und dem Informationsangebot. Kunden der AWSH Stormarn bewerten die Qualität und den Service/ die Betreuung unterdurchschnittlich gut.

Zufriedenheit von Produkt-/Dienstleistungsmerkmalen



Frage 6. Und wie zufrieden sind Sie mit den folgenden einzelnen Leistungsbereichen der ...? Skala von 1 -6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

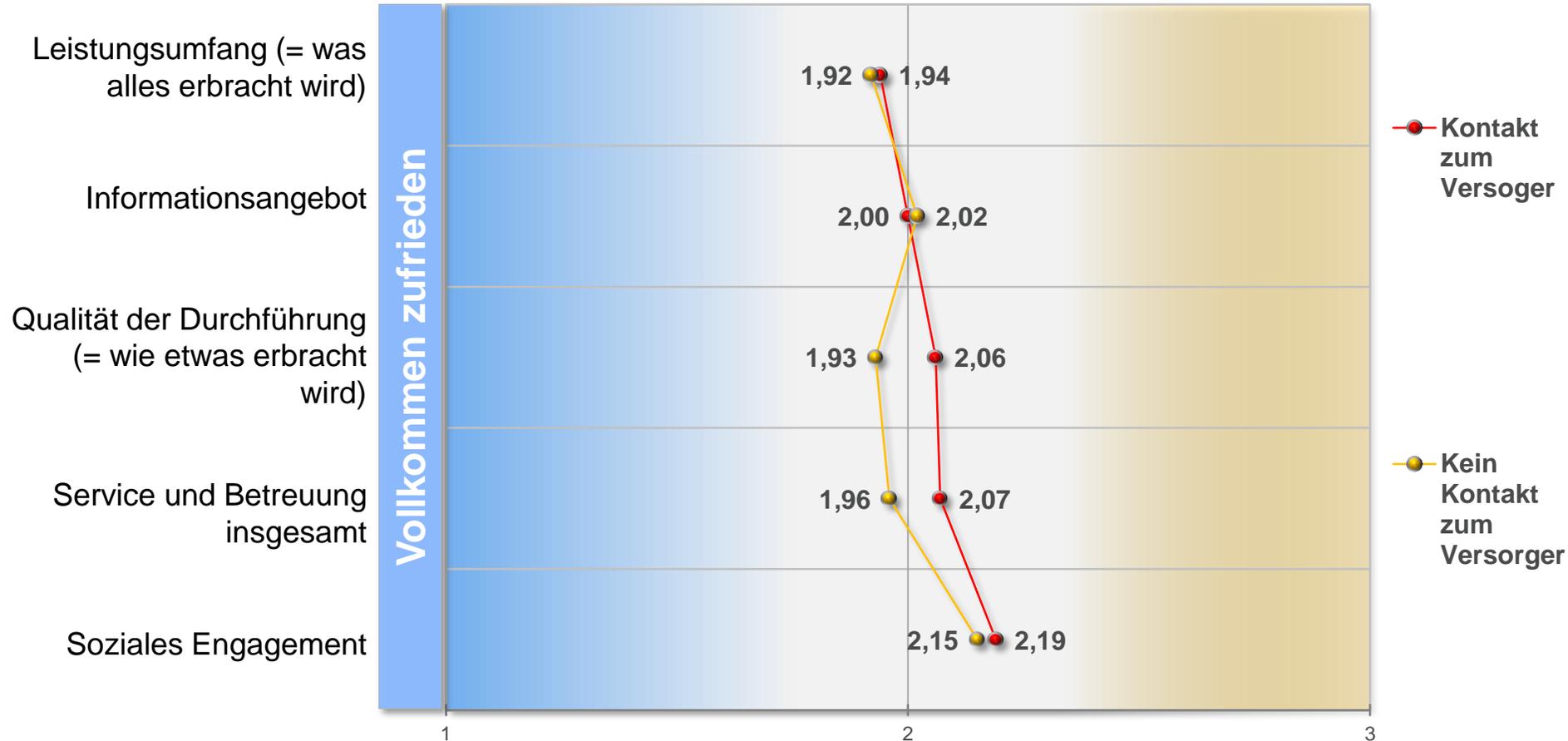
Mittelwerte

Basis: n=1.354

CATI: n=750 / Online: n=604

Wenn ein Kontakt zu einer Abfallwirtschaft stattgefunden hat, werden die Qualität der Durchführung und der Service/ die Betreuung etwas negativer bewertet.

Zufriedenheit von Produkt-/Dienstleistungsmerkmalen



Frage 6. Und wie zufrieden sind Sie mit den folgenden einzelnen Leistungsbereichen der ...? Skala von 1 -6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

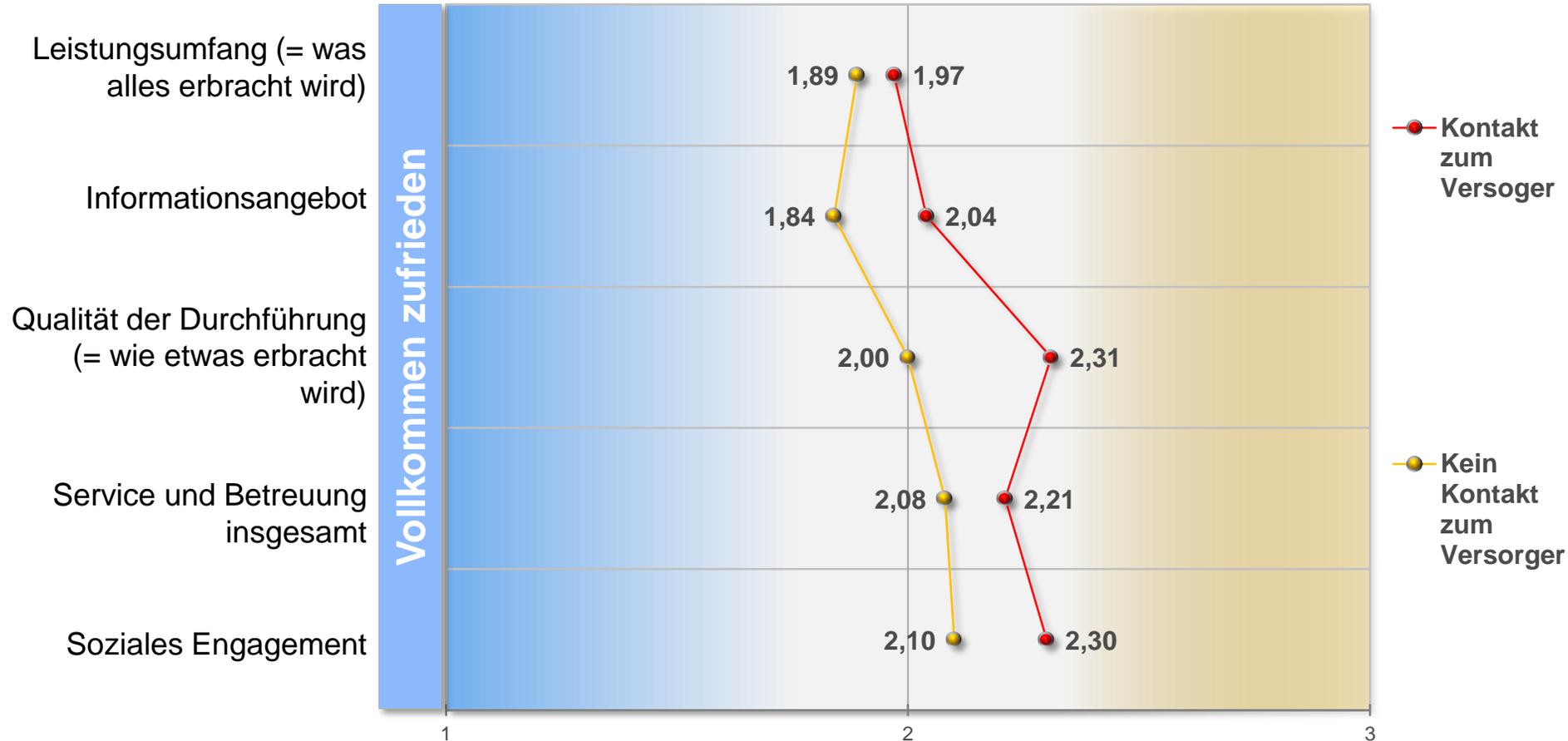
Mittelwerte

Basis: n=1.354

CATI: n=750 / Online: n=604

# Kunden mit Kontakt zu der AWSH Stormarn sind weniger zufrieden. Dies betrifft besonders die Qualität der Durchführung.

## Zufriedenheit von Produkt-/Dienstleistungsmerkmalen

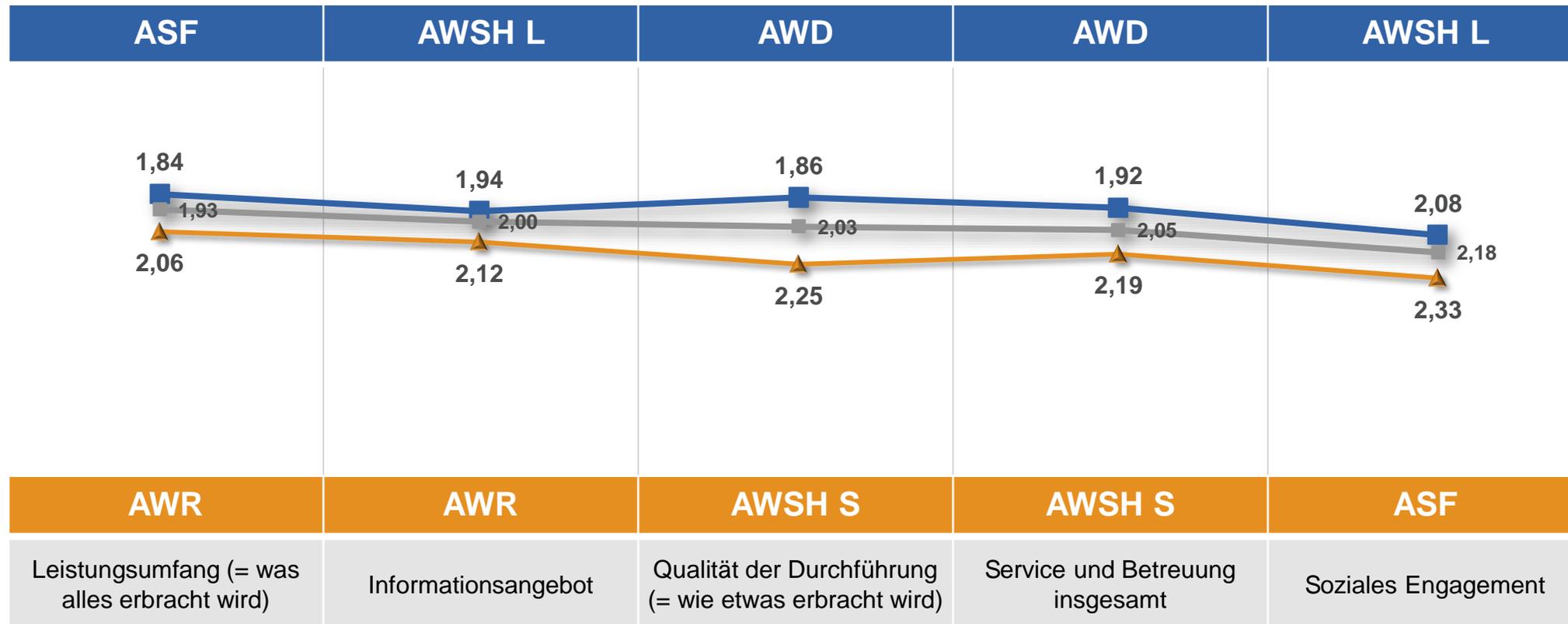


Frage 6. Und wie zufrieden sind Sie mit den folgenden einzelnen Leistungsbereichen der ...? Skala von 1 -6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

Die ASF kann im Leistungsumfang überzeugen, die AWSH Lauenburg im Informationsangebot und sozialem Engagement und die AWD in der Qualität der Durchführung und Service/ Betreuung.

Zufriedenheit von Produkt-/Dienstleistungsmerkmalen – Internes Benchmarking

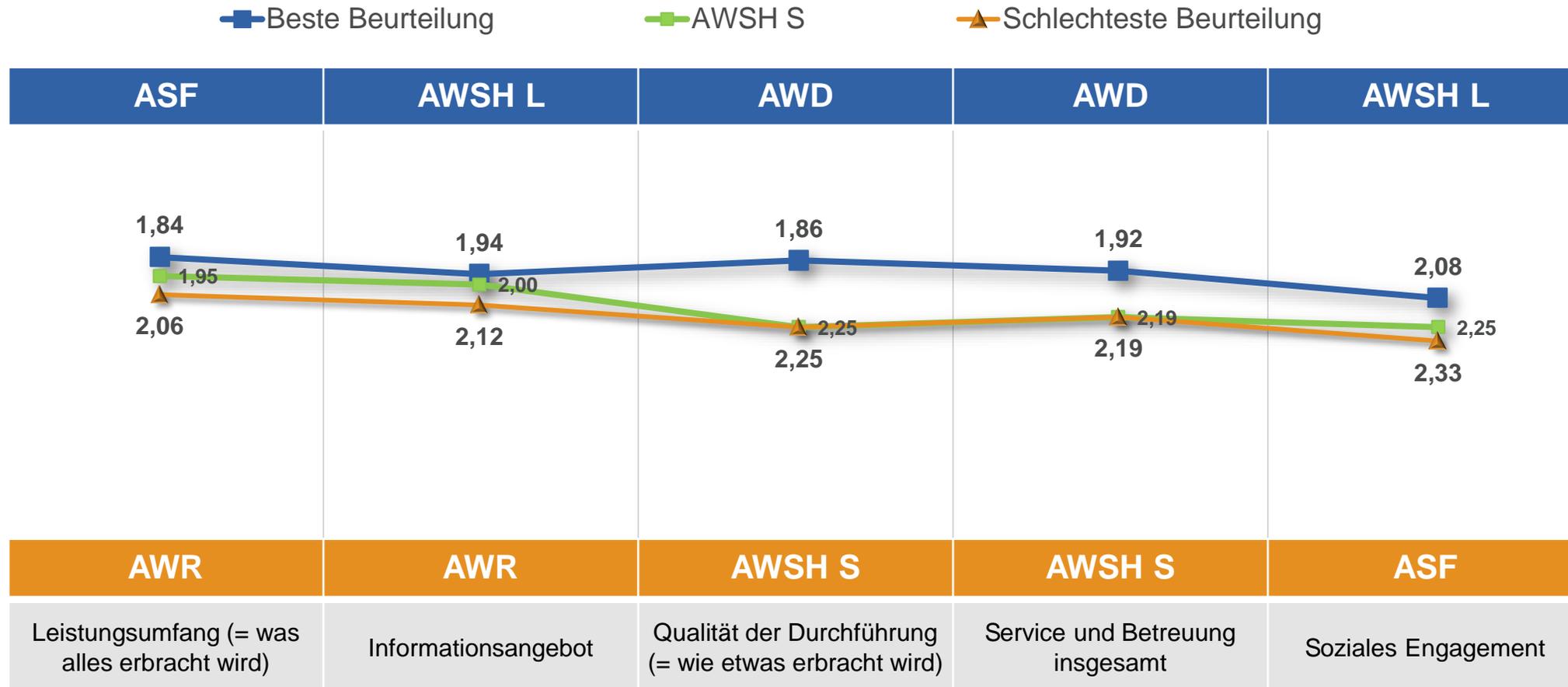
■ Beste Beurteilung    ■ Durchschnitt aller Abfallwirtschaften    ▲ Schlechteste Beurteilung



Frage 6. Und wie zufrieden sind Sie mit den folgenden einzelnen Leistungsbereichen der ...? Skala von 1 -6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

Im Vergleich zu den anderen Abfallwirtschaften kann die AWSH Stormarn ihre Kunden bei der Qualität der Durchführung und bei dem Service nicht überzeugen.

Zufriedenheit von Produkt-/Dienstleistungsmerkmalen – Internes Benchmarking



Frage 6. Und wie zufrieden sind Sie mit den folgenden einzelnen Leistungsbereichen der ...? Skala von 1 -6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

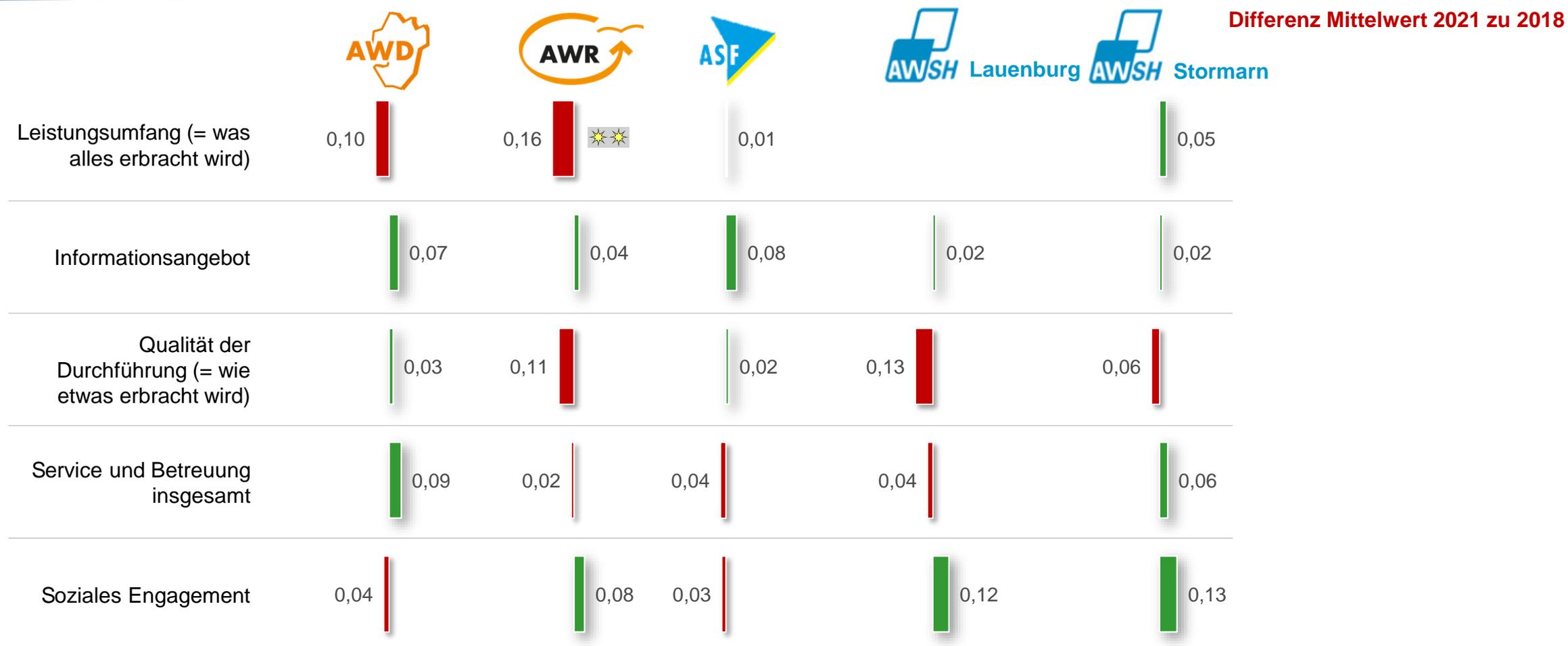
Mittelwerte

Basis: n=1.354

CATI: n=750 / Online: n=604

Der Leistungsumfang der AWR hat sich nach Meinung der CATI-Befragten signifikant verschlechtert. Bei der AWSH Lauenburg gibt es eine negative Entwicklung bei der Qualität der Durchführung und bei der AWD hinsichtlich des Leistungsumfangs.

Zufriedenheit von Produkt-/Dienstleistungsmerkmalen – CATI Vergleich zu 2018: Differenz der Mittelwerte zu 2018



= 99% Signifikanz  
 = 95% Signifikanz

Frage 6. Und wie zufrieden sind Sie mit den folgenden einzelnen Leistungsbereichen der ...? Skala von 1 -6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

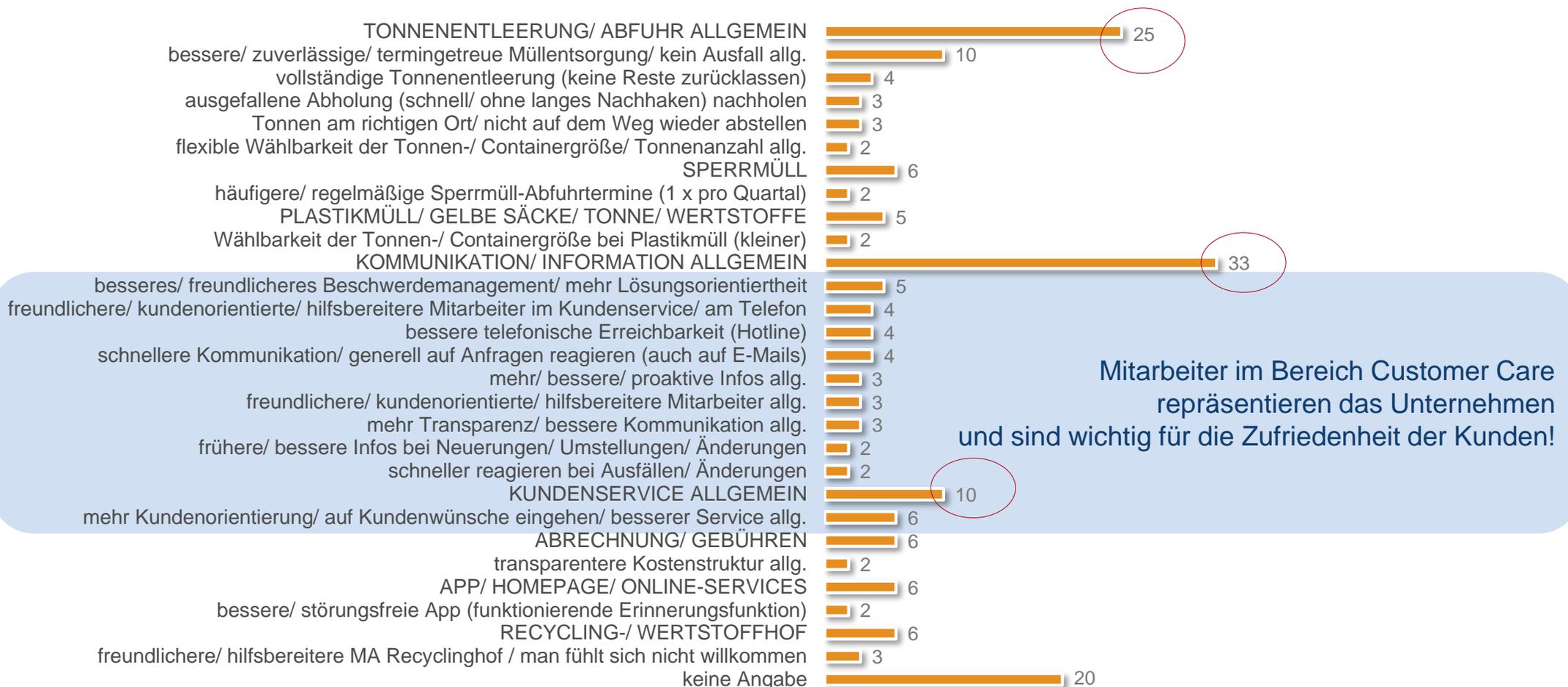
Mittelwerte

Basis: n=1.354

CATI: n=750 / Online: n=604

# Kritik an der Kommunikation, gefolgt von der Kritik an der Tonnenentleerung sind die Hauptpunkte für die Unzufriedenheit.

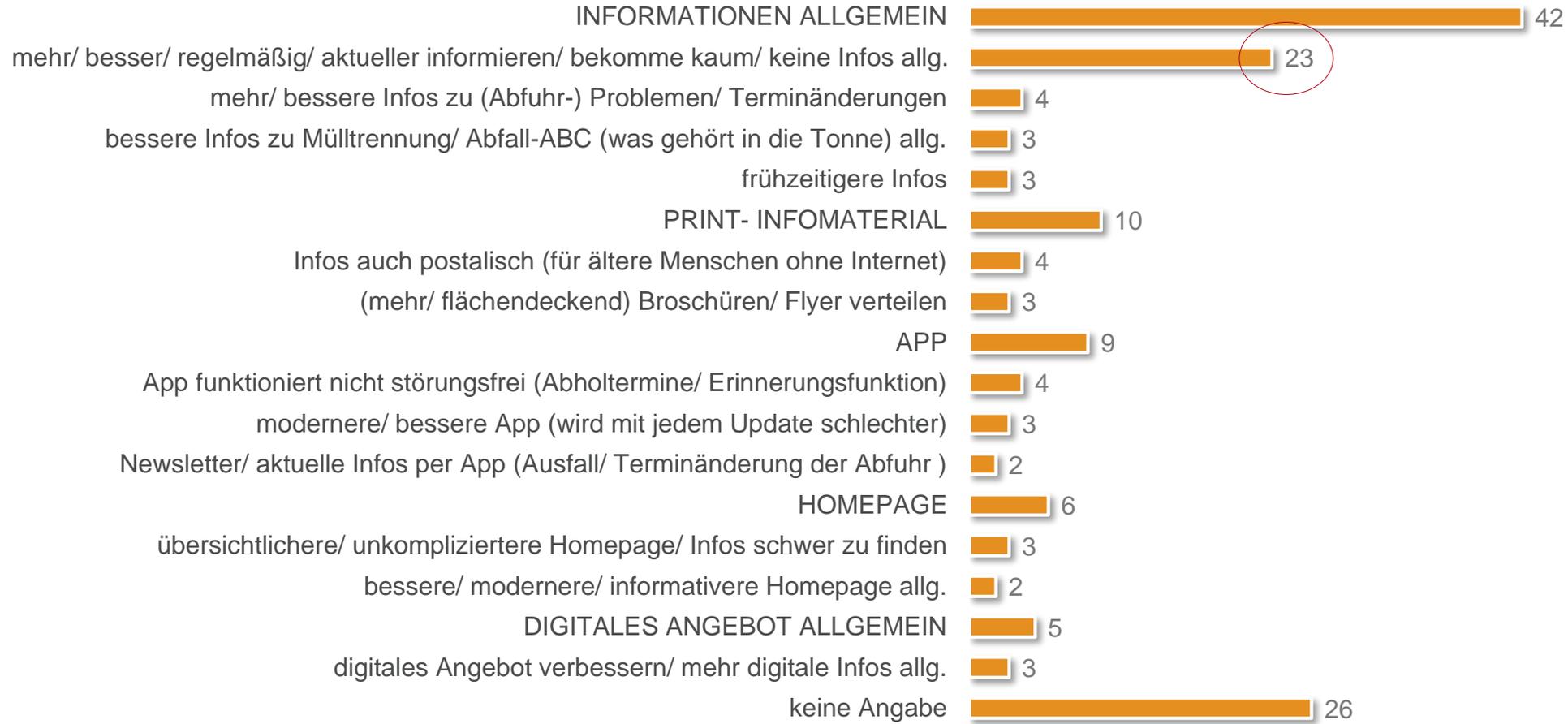
## Begründung Unzufriedenheit mit dem Service und der Betreuung insgesamt



Falls POS. 3,4,5,6 lt. Frage 6 bei 'Dem Service und der Betreuung insgesamt' / „mit dem Informationsangebot“ / „dem sozialen Engagement“ genannt  
 F7.1 Warum sind Sie mit ... der ... nicht (ganz) zufrieden? Was kann die ... hier besser machen?

# Die unzufriedenen Kunden sind der Meinung, generell nicht genügend (aktuelle) Informationen zu bekommen.

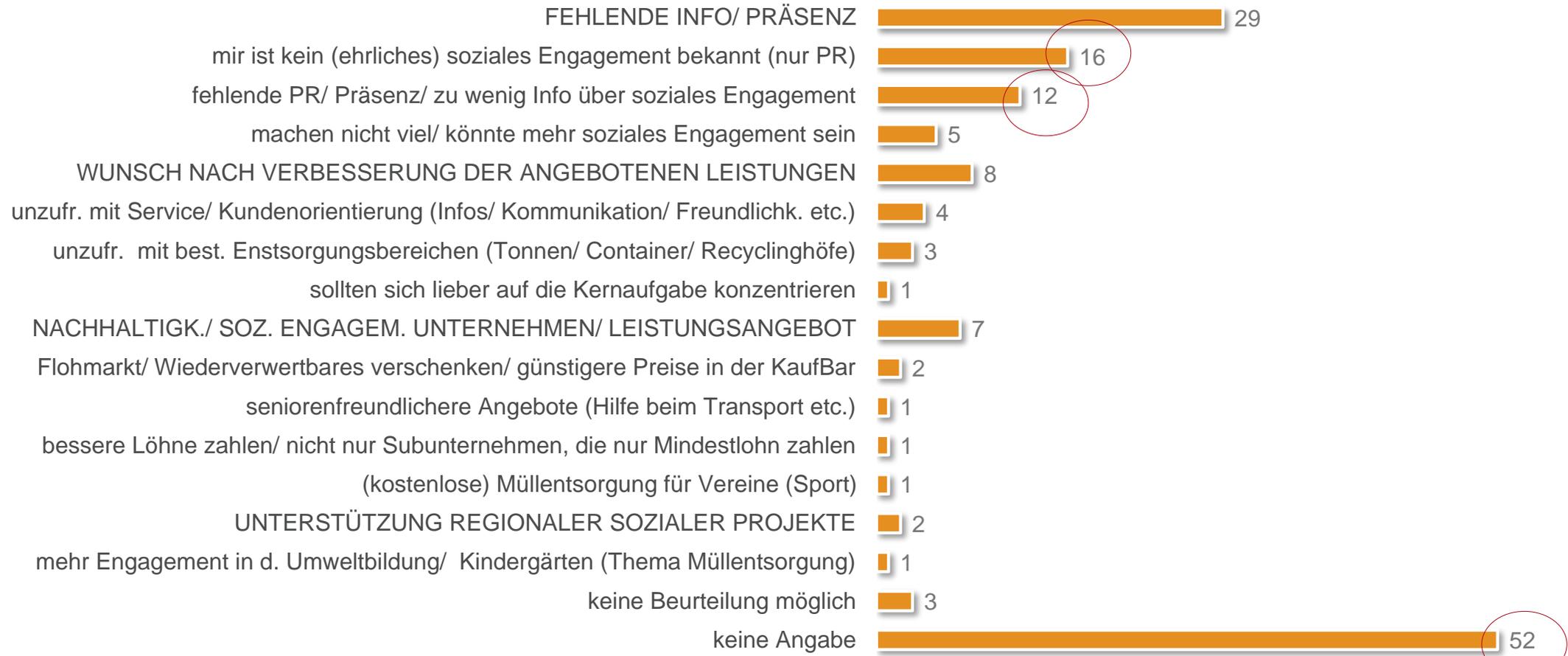
## Begründung Unzufriedenheit mit dem Informationsangebot



Falls POS. 3,4,5,6 lt. Frage 6 bei 'Dem Service und der Betreuung insgesamt' / „mit dem Informationsangebot“ / „dem sozialen Engagement“ genannt  
 F7.1 Warum sind Sie mit ... der ... nicht (ganz) zufrieden? Was kann die ... hier besser machen?

# Weniger als jeder Zweite kann seine Unzufriedenheit mit dem sozialen Engagement begründen. Hauptkritikpunkt sind fehlende Infos über soziales Engagement.

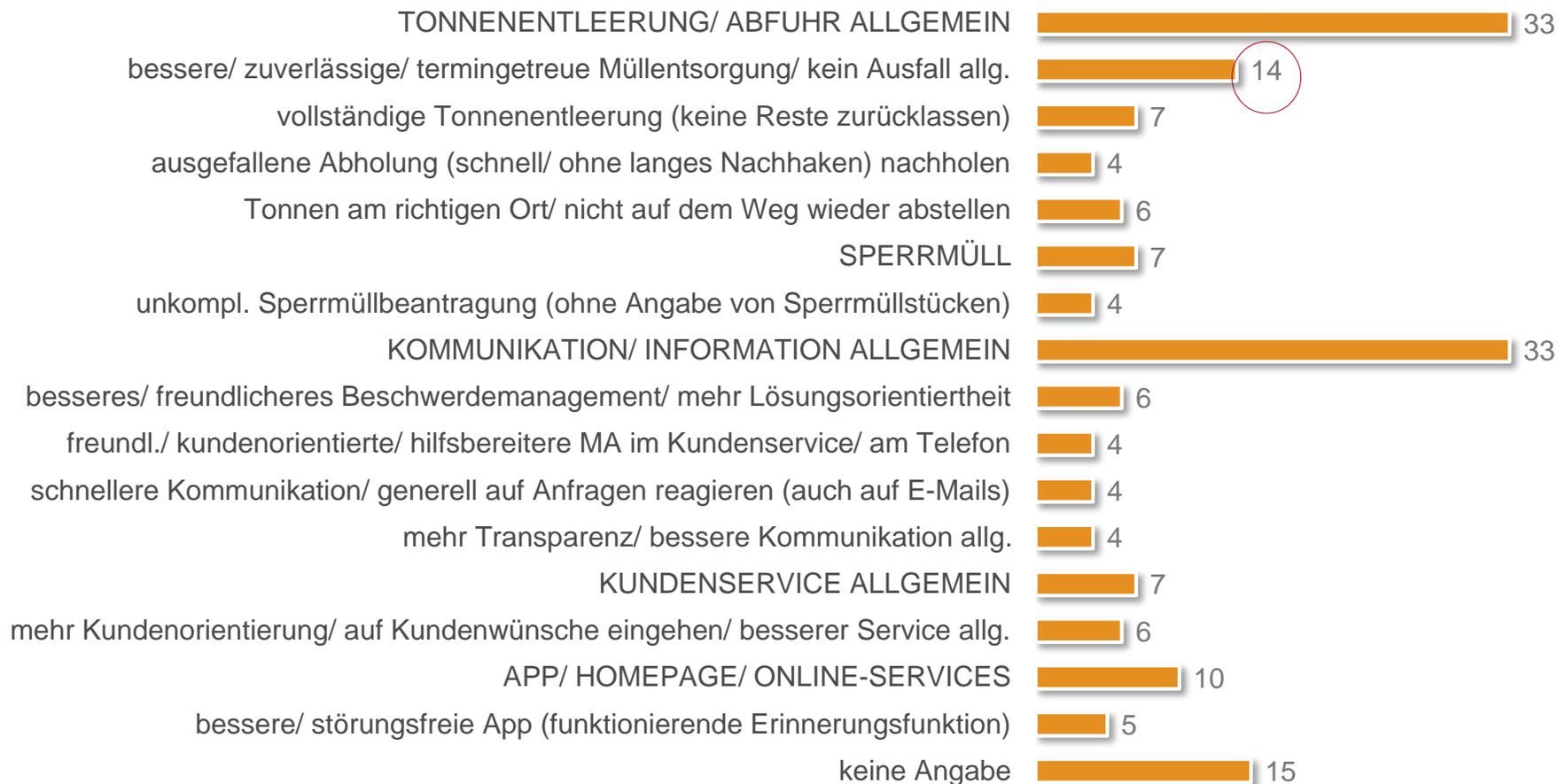
## Begründung Unzufriedenheit mit dem sozialen Engagement



Falls POS. 3,4,5,6 lt. Frage 6 bei 'Dem Service und der Betreuung insgesamt' / „mit dem Informationsangebot“ / „dem sozialen Engagement“ genannt  
 F7.1 Warum sind Sie mit ... der ... nicht (ganz) zufrieden? Was kann die ... hier besser machen?

Die mit dem Service unzufriedenen Kunden der AWSH Stormarn bemängeln am häufigsten die unzuverlässige Entsorgung. Auch der direkter Kontakt mit dem Kunden wird häufiger bemängelt.

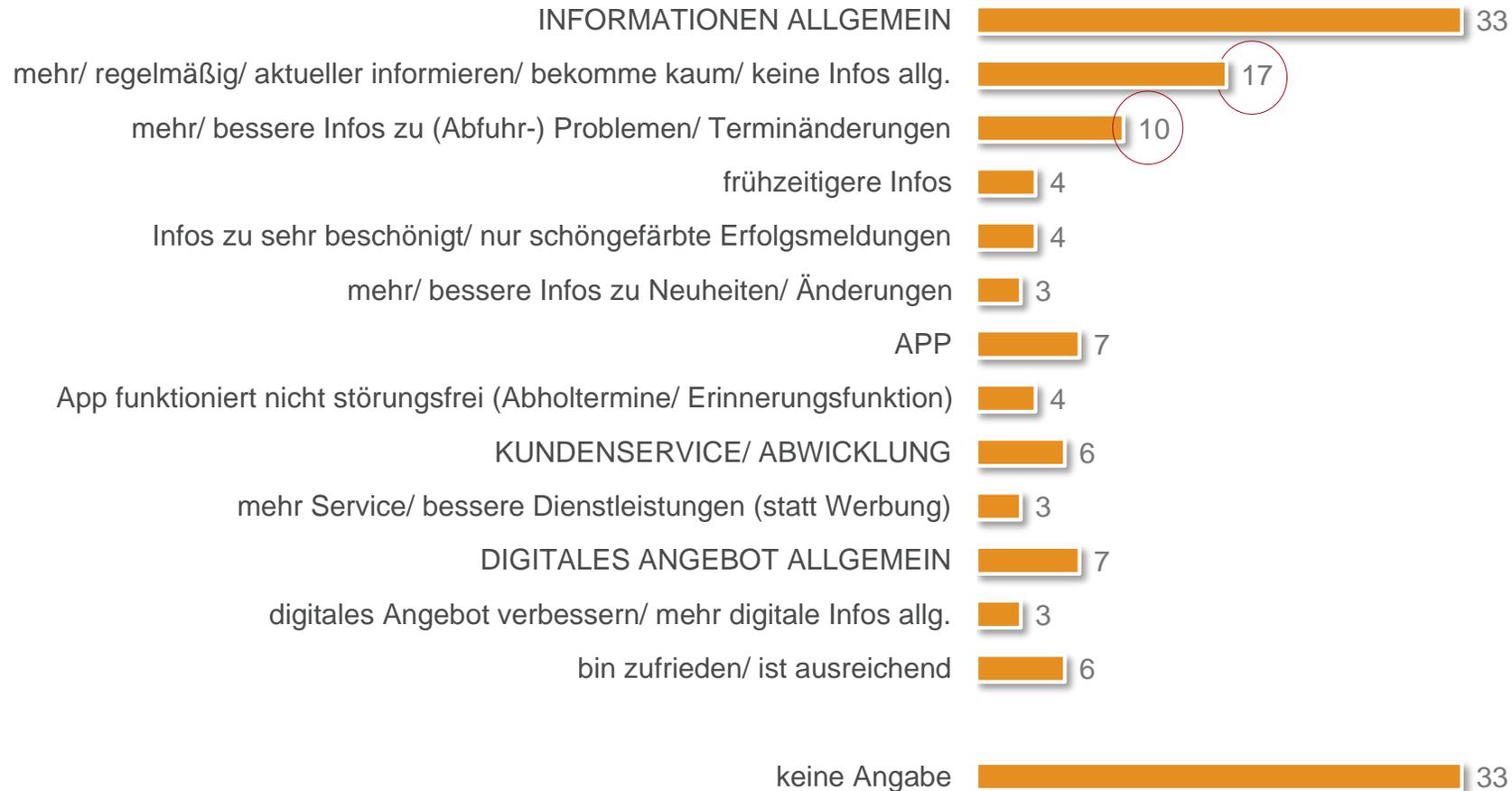
**AWSH Stormarn: Begründung Unzufriedenheit mit dem Service und der Betreuung insgesamt**



Falls POS. 3,4,5,6 lt. Frage 6 bei 'Dem Service und der Betreuung insgesamt' / „mit dem Informationsangebot“ / „dem sozialen Engagement“ genannt  
 F7.1 Warum sind Sie mit ... der ... nicht (ganz) zufrieden? Was kann die ... hier besser machen?

# Unzufriedene Kunden wünschen sich generell mehr (aktuelle) Informationen und bessere Informationen zu Terminänderungen.

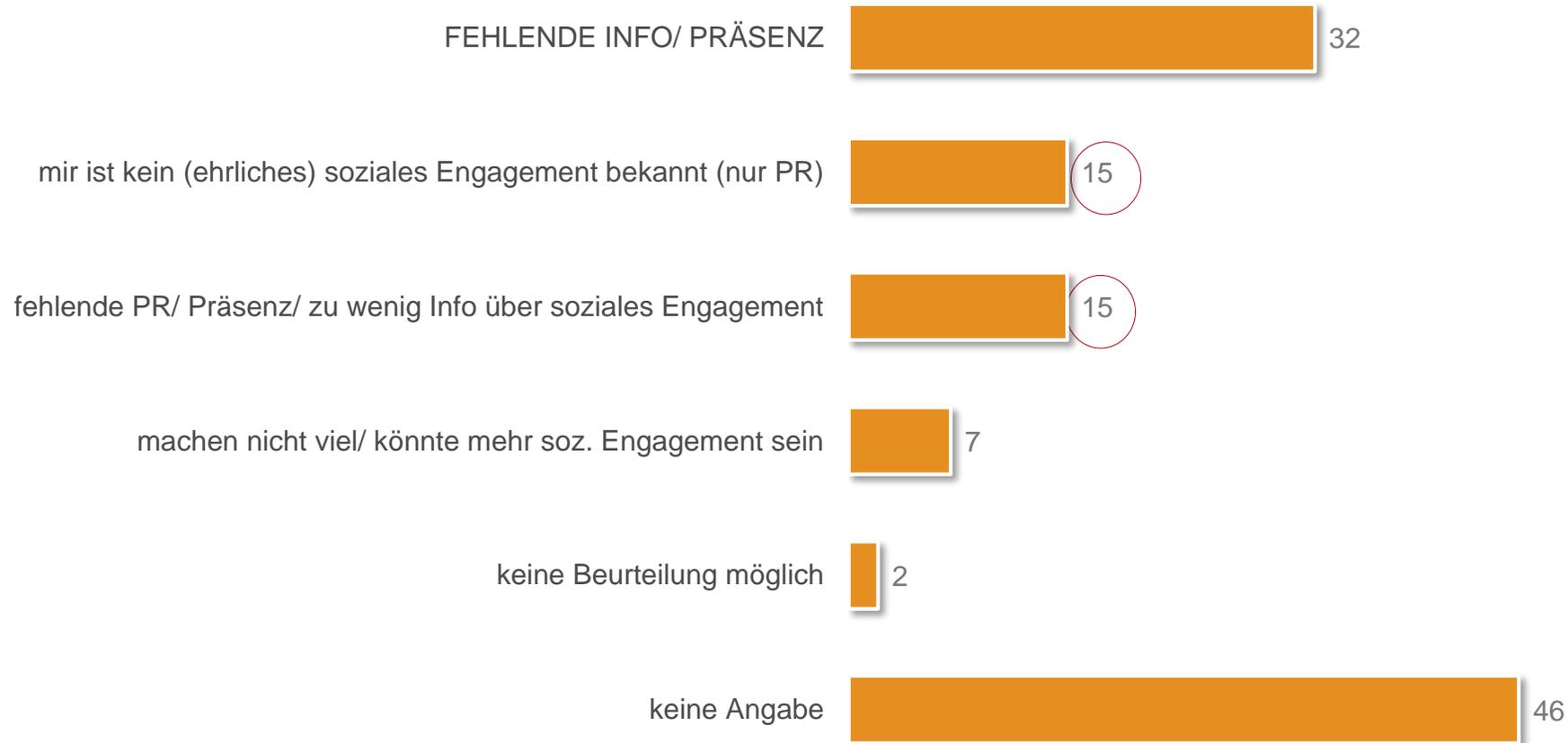
## AWSH Stormarn: Begründung Unzufriedenheit mit dem Informationsangebot



Falls POS. 3,4,5,6 lt. Frage 6 bei 'Dem Service und der Betreuung insgesamt' / „mit dem Informationsangebot“ / „dem sozialen Engagement“ genannt  
 F7.1 Warum sind Sie mit ... der ... nicht (ganz) zufrieden? Was kann die ... hier besser machen?

# Unzufriedene Kunden wünschen sich generell mehr (glaubwürdige) Informationen über das soziale Engagement.

## AWSH Stormarn: Begründung Unzufriedenheit mit dem sozialen Engagement



Falls POS. 3,4,5,6 lt. Frage 6 bei 'Dem Service und der Betreuung insgesamt' / „mit dem Informationsangebot“ / „dem sozialen Engagement“ genannt  
F7.1 Warum sind Sie mit ... der ... nicht (ganz) zufrieden? Was kann die ... hier besser machen?

Hintergrund und Zielsetzung

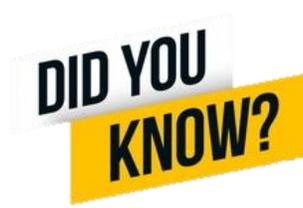
Untersuchungsmethode, Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

## Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

- Globalzufriedenheit und Image
- Fehlende Dienstleistungen
- Optimierungspotenzial Services
- Produkt- und Dienstleistungsqualität
- **Erinnerte Kampagnen**
- Kontakt zur Abfallwirtschaft
- Servicequalität
- Preisgestaltung
- Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- Zusatzfragen
- Verbesserungsvorschläge

Zusammenfassung und Empfehlungen

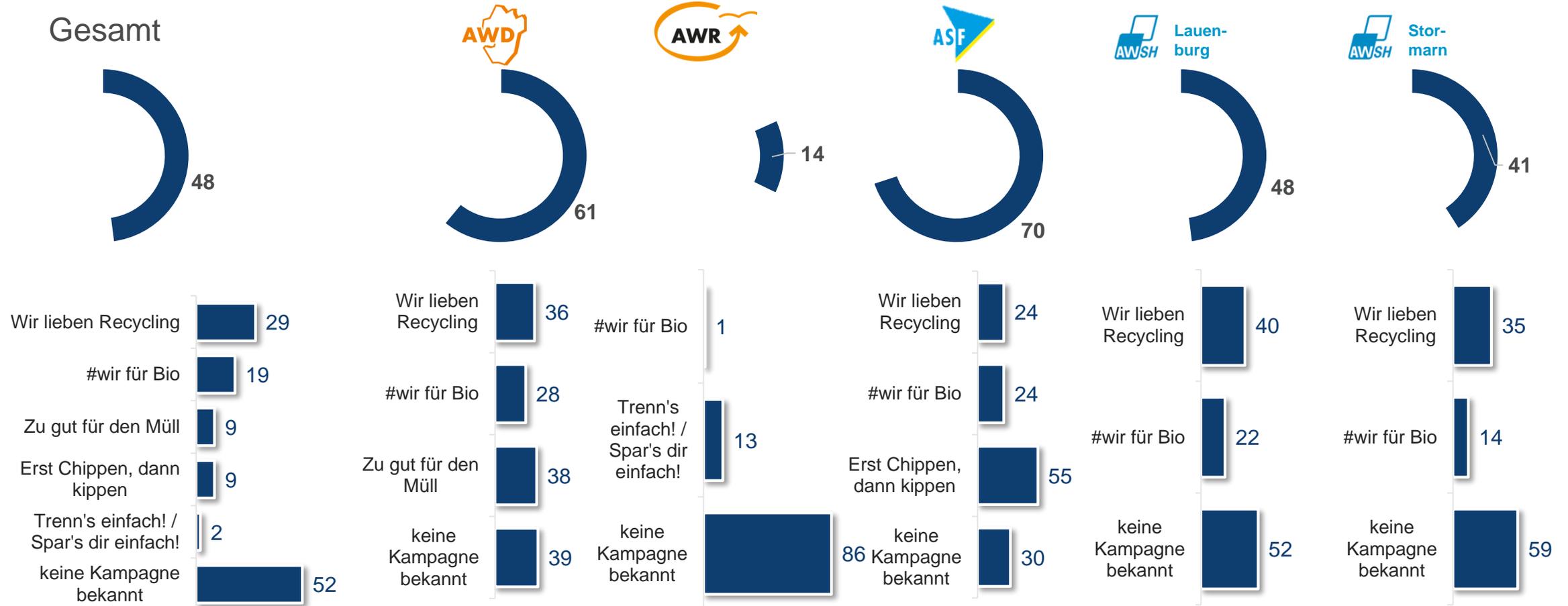
- Knapp **jeder Zweite kann sich an eine Kampagne** seiner Abfallwirtschaft **erinnern**.
  - Den höchsten Erinnerungswert erreichen Kampagnen der AWD und der ASF. Hier sind es **zwei Drittel, die sich an eine Kampagne von der ASF oder AWD erinnern**.
  - An **Kampagnen der AWSH (beide Kreise)** kann sich **mehr als jeder Zweite erinnern**.
  - Bei der **AWR** ist der Erinnerungswert am niedrigsten. **86%** geben an, dass ihnen **keine Kampagne bekannt ist**.



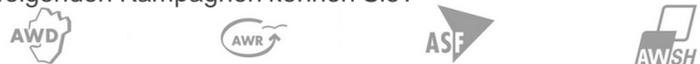
- 41% der Befragten sind Kampagnen der AWSH Stormarn noch präsent.
- Spontan ist die Erinnerung an die Einführung der gelben Tonne am höchsten. Insgesamt (auch auf Nachfrage) erinnern sich 35% an die Kampagne „Wir lieben Recycling“ und 14% an „#wir für Bio“.

Knapp die Hälfte der Befragten können sich an Kampagnen der Abfallwirtschaften erinnern. Für Kampagnen der AWD und der ASF ist der Erinnerungswert am höchsten.

Bekanntheit von Kampagnen insgesamt



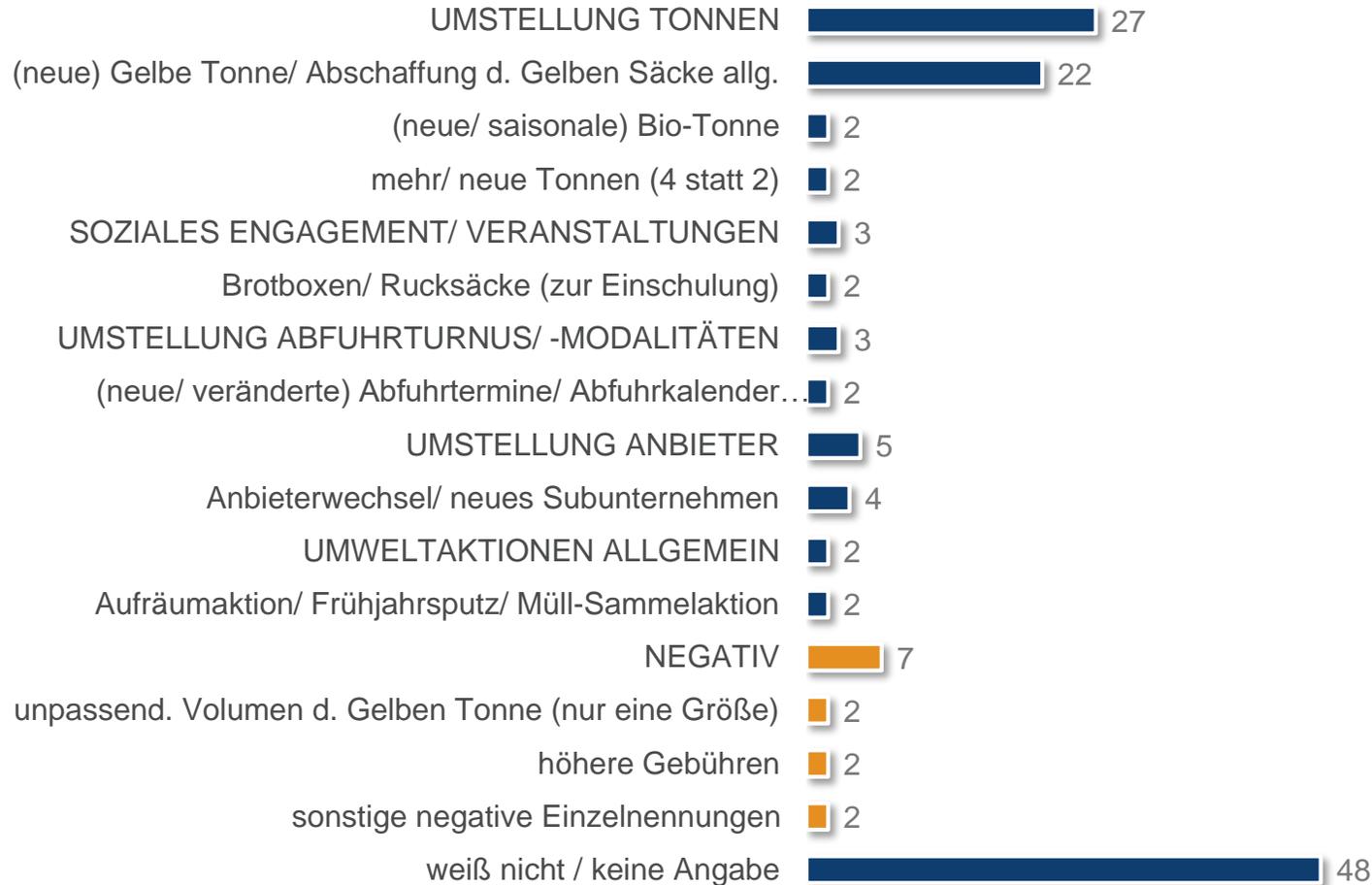
Frage 8. An welche Kampagnen oder Neuerungen der können Sie sich erinnern? Was ist Ihnen aufgefallen oder was ist neu bei der ... ?  
 Frage 8.1 Manchmal fällt einem ja nicht gleich alles ein. Welche der folgenden Kampagnen kennen Sie?  
 Kundenzufriedenheitsuntersuchung 2021



Angaben in %  
 Basis: n=1.354  
 CATI: n=750 / Online: n=604

Spontan ist die Erinnerung an die Einführung der gelben Tonne hoch. Insgesamt können sich 35% an die Kampagne „Wir lieben Recycling“ erinnern.

## AWSH Stormarn: Spontane Erinnerung Werbekampagnen



### Erinnerung vorgegebener Kampagnen insgesamt



Frage 8. An welche Kampagnen oder Neuerungen der können Sie sich erinnern? Was ist Ihnen aufgefallen oder was ist neu bei der ... ?  
 Frage 8.1 Manchmal fällt einem ja nicht gleich alles ein. Welche der folgenden Kampagnen kennen Sie?

Hintergrund und Zielsetzung

Untersuchungsmethode, Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

## Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

- Globalzufriedenheit und Image
- Fehlende Dienstleistungen
- Optimierungspotenzial Services
- Produkt- und Dienstleistungsqualität
- Erinnernte Kampagnen
- Kontakt zur Abfallwirtschaft
- Servicequalität
- Preisgestaltung
- Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- Zusatzfragen
- Verbesserungsvorschläge

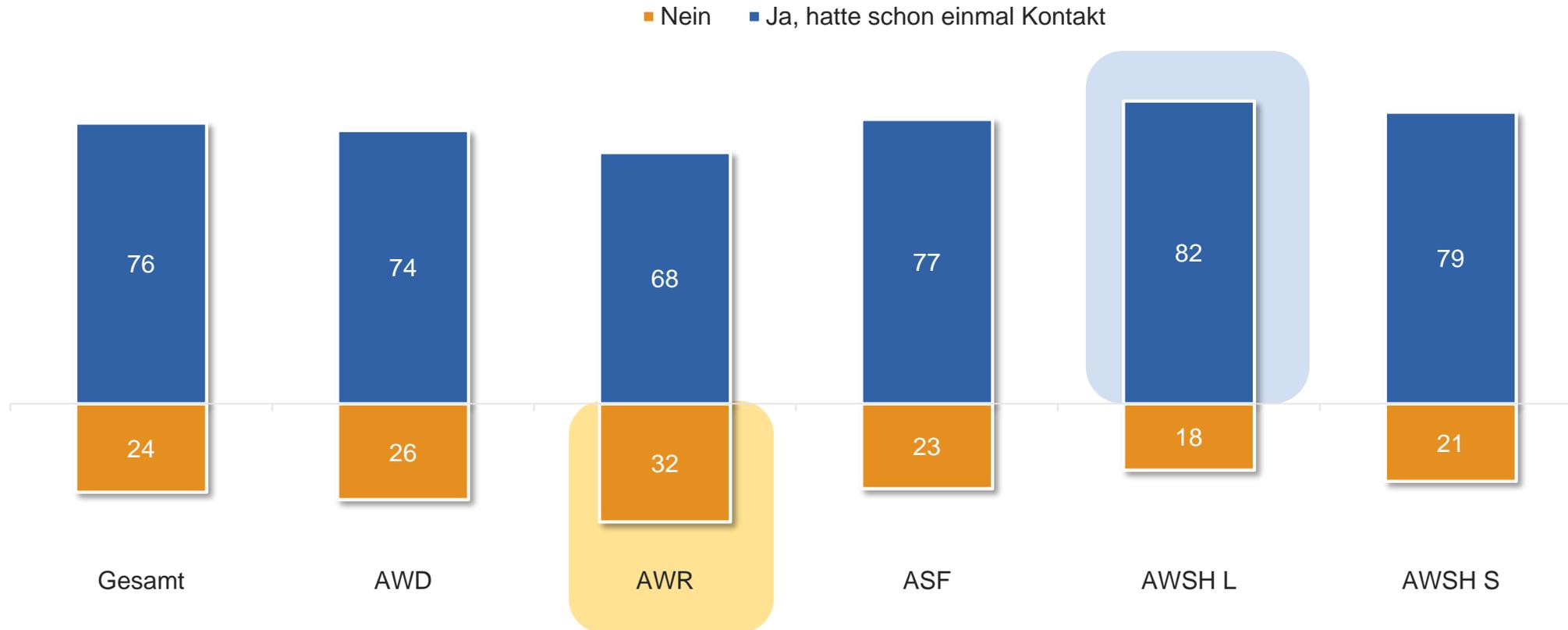
Zusammenfassung und Empfehlungen

- Generell suchen die Kunden **häufig** den **Kontakt** zu ihrer **Abfallwirtschaft**. Es zeigt sich, dass die Online-Befragten kontaktfreudiger als die CATI-Befragten sind.
- Der Vergleich der CATI-Befragten 2021 mit den CATI-Befragten 2018 zeigt, dass die Kontaktrate in dieser Gruppe gleich geblieben ist. Eine leichte Erhöhung lässt sich bei der AWR und ASF feststellen.
- Am häufigsten hatten die Befragten zu der AWSH Lauenburg Kontakt (82%). Die Kunden der AWR waren in dieser Hinsicht am zurückhaltendsten (68%).

- 79% der befragten Kunden haben den Kontakt zu der AWSH Stormarn aufgenommen. Das ist der zweithöchste Wert von den teilnehmenden Unternehmen.
- Größere Haushalte hatten den häufigsten Kontaktbedarf.
- Im Vergleich zu 2018 (CATI) ist die Kontaktrate konstant geblieben.

Am häufigsten hatten die Kunden der AWSH Lauenburg Kontakt zu ihrer Abfallwirtschaft. Die Kunden der AWR waren in dieser Hinsicht am zurückhaltendsten.

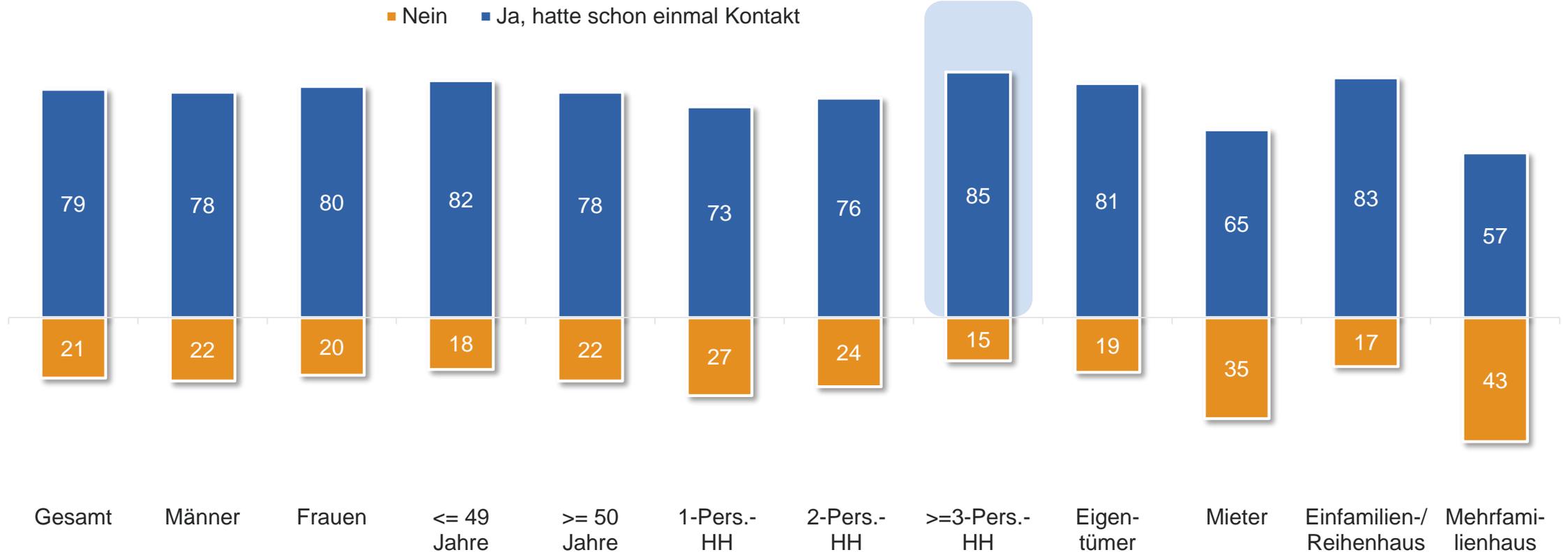
## Kontakt zu der Abfallwirtschaft



Frage 9. Hatten Sie schon einmal Kontakt zu Ihrem Entsorger?

# Große Haushalte hatten am häufigsten Kontakt zu der AWSH Stormarn.

## Kontakt zu der Abfallwirtschaft



Frage 9. Hatten Sie schon einmal Kontakt zu Ihrem Entsorger?

Kundenzufriedenheitsuntersuchung 2021

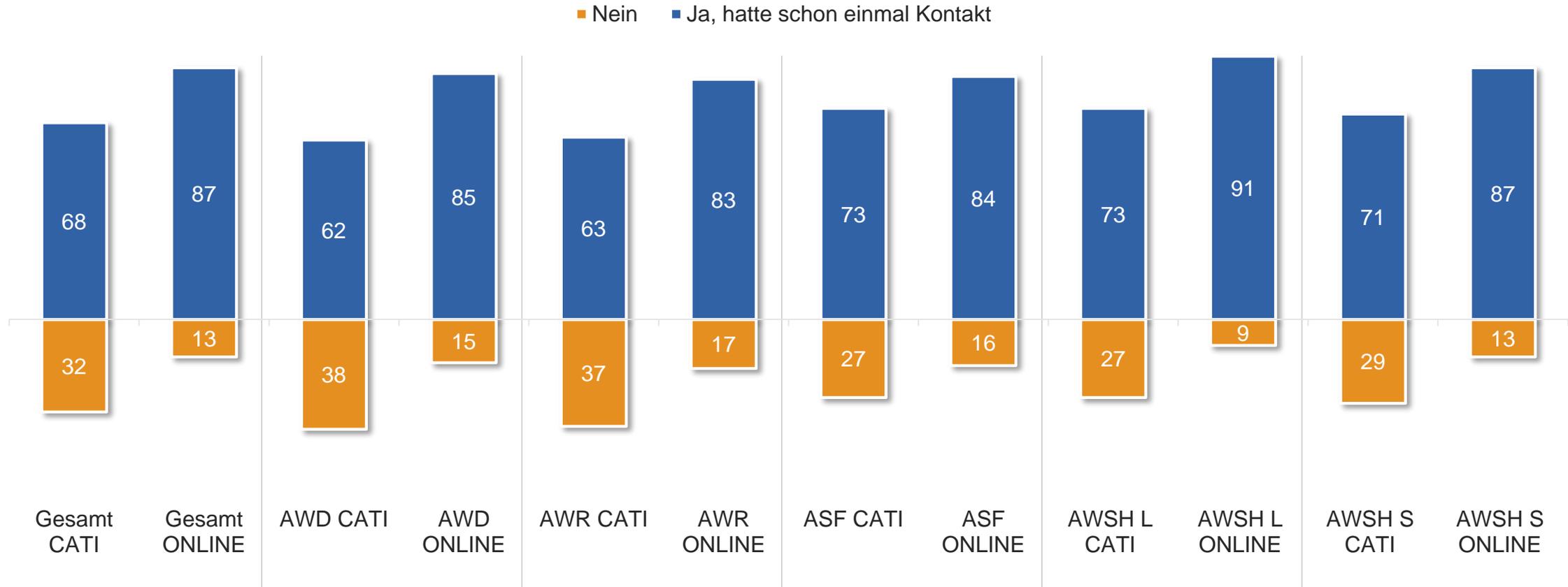


Mittelwerte  
 Basis: n=309  
 CATI: n=150 / Online: n=159

Mai 2021

92

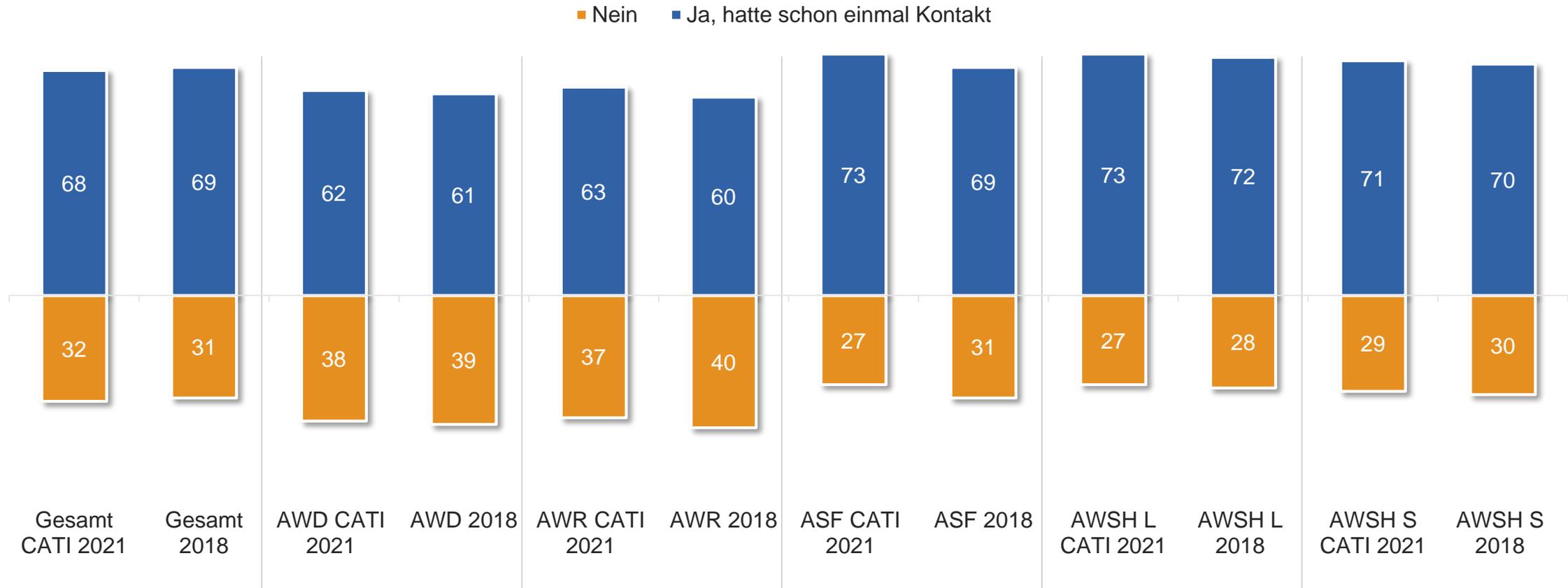
## Kontakt zu der Abfallwirtschaft



Frage 9. Hatten Sie schon einmal Kontakt zu Ihrem Entsorger?

Insgesamt ist die Kontaktrate im Vergleich zu 2018 konstant geblieben. Eine leichte Erhöhung lässt sich bei der AWR und ASF feststellen.

CATI: Kontakt zu der Abfallwirtschaft im Vergleich zu 2018



Frage 9. Hatten Sie schon einmal Kontakt zu Ihrem Entsorger?



Hintergrund und Zielsetzung

Untersuchungsmethode, Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

## Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

- Globalzufriedenheit und Image
- Fehlende Dienstleistungen
- Optimierungspotenzial Services
- Produkt- und Dienstleistungsqualität
- Erinnernte Kampagnen
- Kontakt zur Abfallwirtschaft
- Servicequalität
- Preisgestaltung
- Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- Zusatzfragen
- Verbesserungsvorschläge

Zusammenfassung und Empfehlungen

# Kurzfakten Servicequalität (bei Kontakt zum Abfallwirtschaftsbetrieb)

**DID YOU  
KNOW?**

- **Die Kunden schätzen die Freundlichkeit sowie Kompetenz der Mitarbeiter und das Einhalten der Termine/ die Zuverlässigkeit. Die Beschwerdeabwicklung hat Optimierungspotenzial.**
- Im internen Vergleich der Abfallwirtschaften wird die ASF in den meisten Merkmalen am besten beurteilt. Die AWD überzeugt durch die Reaktionszeit bei Aufträgen und durch die Beschwerdeabwicklung.
- Die AWR hat Verbesserungsbedarf bei den Informationen über Terminänderungen und die AWSH Stormarn in der Beschwerdeabwicklung sowie der Termineinhaltung/Zuverlässigkeit.
- Unter 50-Jährige bewerten alle abgefragten Eigenschaften der Servicequalität negativer.
- Der **Vergleich der CATI-Befragten zu 2018 zeigt signifikante positive Veränderungen:**
  - ASF: Verbesserungen bei der Freundlichkeit der Mitarbeiter, dem Einhalten der Termine und den Informationen über Terminänderungen
  - AWSH Lauenburg: Verbesserung bei der Reaktionszeit bei Aufträgen
  - AWSH Stormarn: Verbesserung in der Beschwerdeabwicklung
- Die **Beschwerdequote hat sich insgesamt bei allen Abfallwirtschaften erhöht. Besonders häufig** wurde sich bei der **AWSH Lauenburg, AWSH Stormarn** und der **AWR** beschwert.

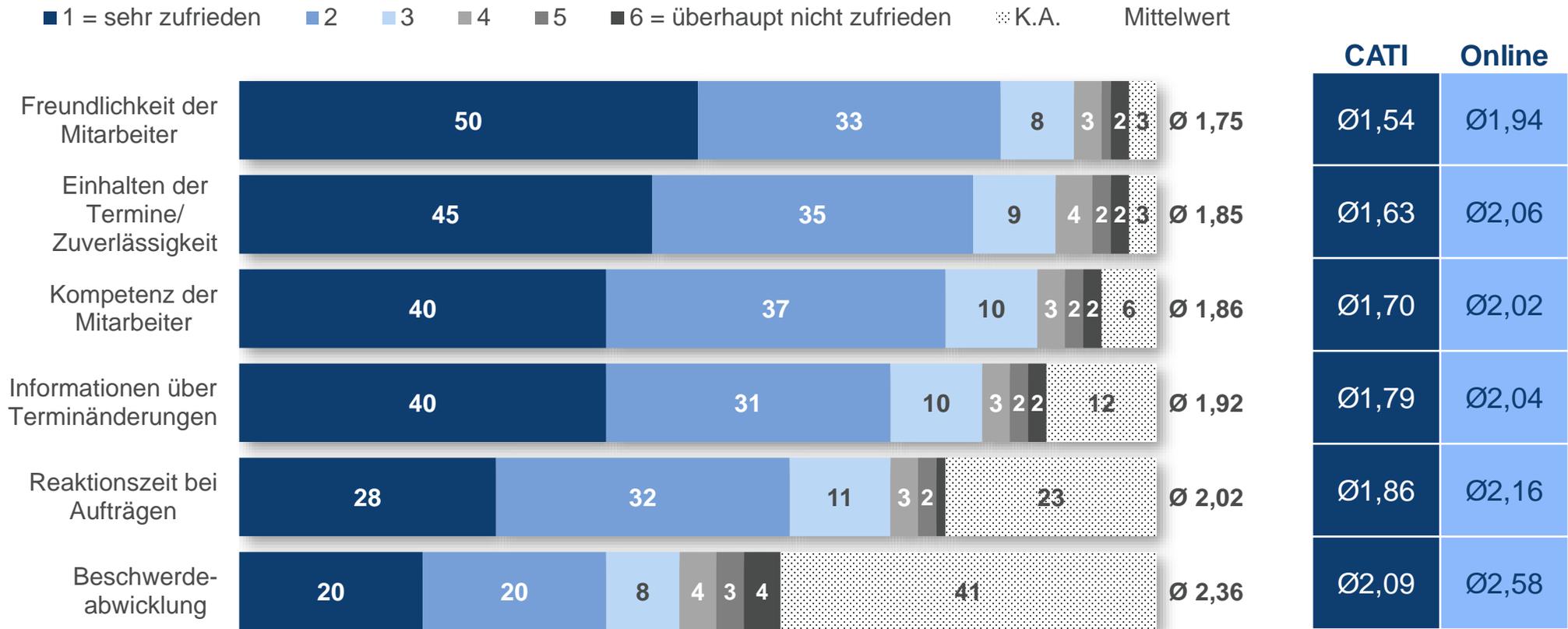
# Kurzfakten Servicequalität (bei Kontakt zum Abfallwirtschaftsbetrieb)

**DID YOU  
KNOW?**

- Kunden, die Kontakt zu der AWSH Stormarn hatten, sind am zufriedensten mit der Freundlichkeit und Kompetenz der Mitarbeiter. Die Beschwerdeabwicklung wird nicht so gut bewertet.
- Im internen Vergleich (Benchmarking) kann die AWSH Stormarn ihre Kunden am wenigsten zufriedenstellen.
- Jüngere (unter 50 Jahren) sind mit der Servicequalität zum Teil deutlich unzufriedener. Dies gilt insbesondere für das Einhalten der Termine/Zuverlässigkeit und die Beschwerdeabwicklung.
- Der Vergleich der CATI-Befragten zu 2018 zeigt eine signifikante positive Veränderung für die Beschwerdeabwicklung.
- Im Vergleich aller teilnehmenden Unternehmen ist die Beschwerdequote bei der AWSH (beide Kreise) am höchsten und seit 2018 am stärksten gestiegen.

Die Kunden mit einem Kontakt zu ihrem Entsorger, schätzen die Freundlichkeit sowie Kompetenz der Mitarbeiter und das Einhalten der Termine/ die Zuverlässigkeit. Die Beschwerdeabwicklung hat Optimierungspotenzial.

Servicequalität (Falls Kontakt zur Abfallwirtschaft)



Falls ein Kontakt stattgefunden hat: Frage 10. Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Servicemerkmalen? Skala von 1 -6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

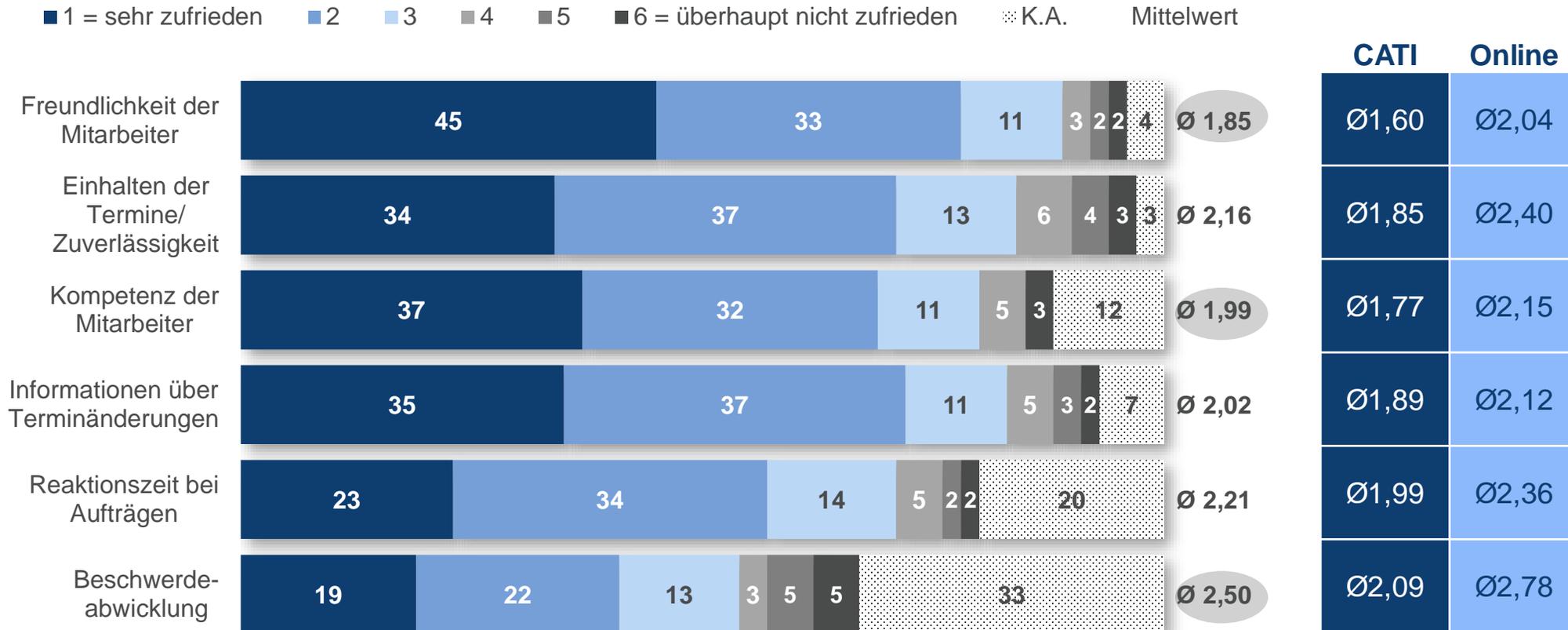
Werte in %

Basis: n=1.034

CATI: n=511 / Online: n=523

Kunden, die Kontakt zu der AWSH Stormarn hatten, sind am zufriedensten mit der Freundlichkeit und Kompetenz der Mitarbeiter. Die Beschwerdeabwicklung wird nicht so gut bewertet.

Servicequalität (Falls Kontakt zur Abfallwirtschaft)



Falls ein Kontakt stattgefunden hat: Frage 10. Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Servicemerkmalen? Skala von 1 -6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

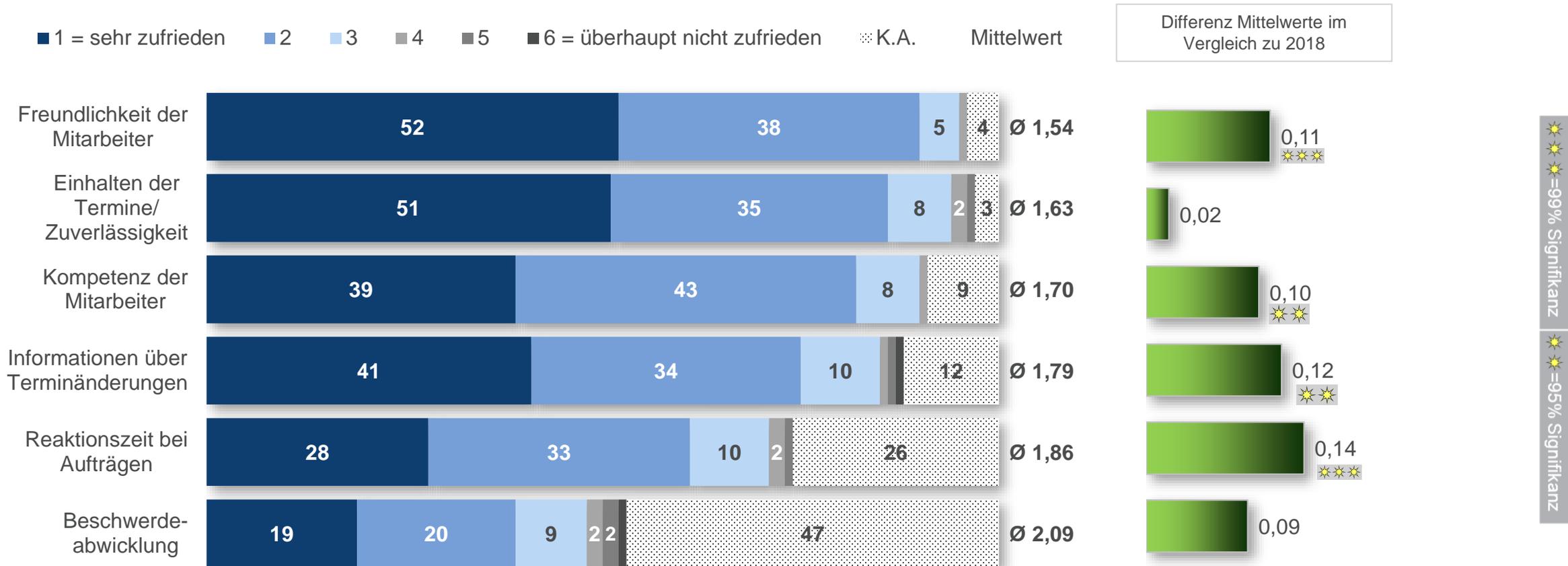
Angaben in %, Basis: n=244

CATI: n=106 / Online: n=138

# Die Abfallwirtschaften werden in der Servicequalität besser als in 2018 bewertet.

Signifikant positiv hat sich die Freundlichkeit der Mitarbeiter, die Kompetenz der MA, die Informationen über Terminänderungen und die Reaktionszeit bei Aufträgen entwickelt.

## CATI Servicequalität (Falls Kontakt zur Abfallwirtschaft) im Vergleich zu 2018 (ohne WZV)



Falls ein Kontakt stattgefunden hat: Frage 10. Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Servicemerkmalen? Skala von 1 -6: 1=vollkommen zufrieden, 2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

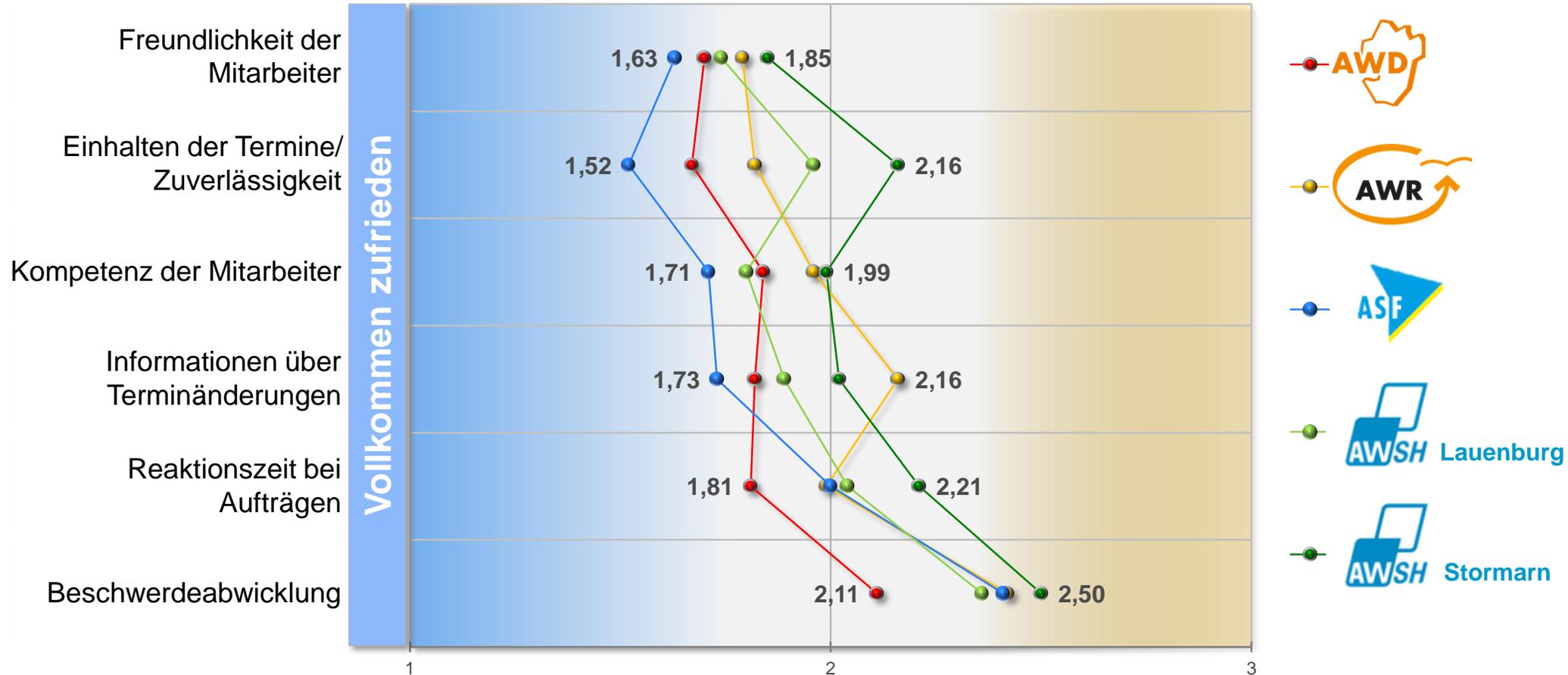
Werte in %

Basis: n=1.034

CATI: n=511 / Online: n=523

Die AWSH Stormarn konnte ihre Kunden in der Termineinhaltung/ Zuverlässigkeit und der Beschwerdeabwicklung am wenigsten überzeugen. Die AWR hat Verbesserungsbedarf bei den Informationen über Terminänderungen.

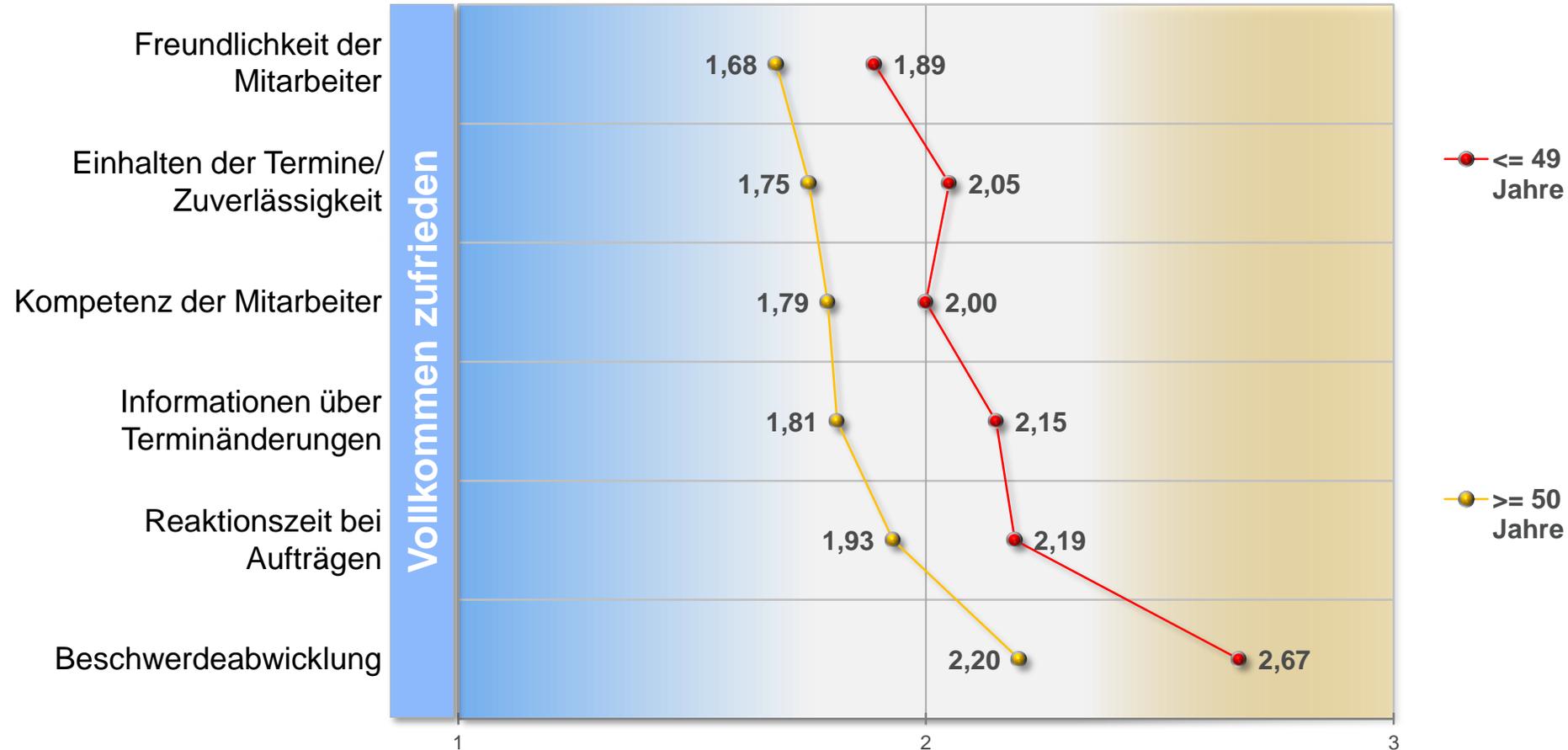
Servicequalität (Falls Kontakt zur Abfallwirtschaft)



Falls ein Kontakt stattgefunden hat: Frage 10. Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Servicemerkmalen? Skala von 1 -6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

Es sind die Befragten unter 50 Jahren, die die Servicequalität weniger gut bewerten.

Servicequalität (Falls Kontakt zur Abfallwirtschaft)



Falls ein Kontakt stattgefunden hat: Frage 10. Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Servicemerkmalen? Skala von 1 -6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

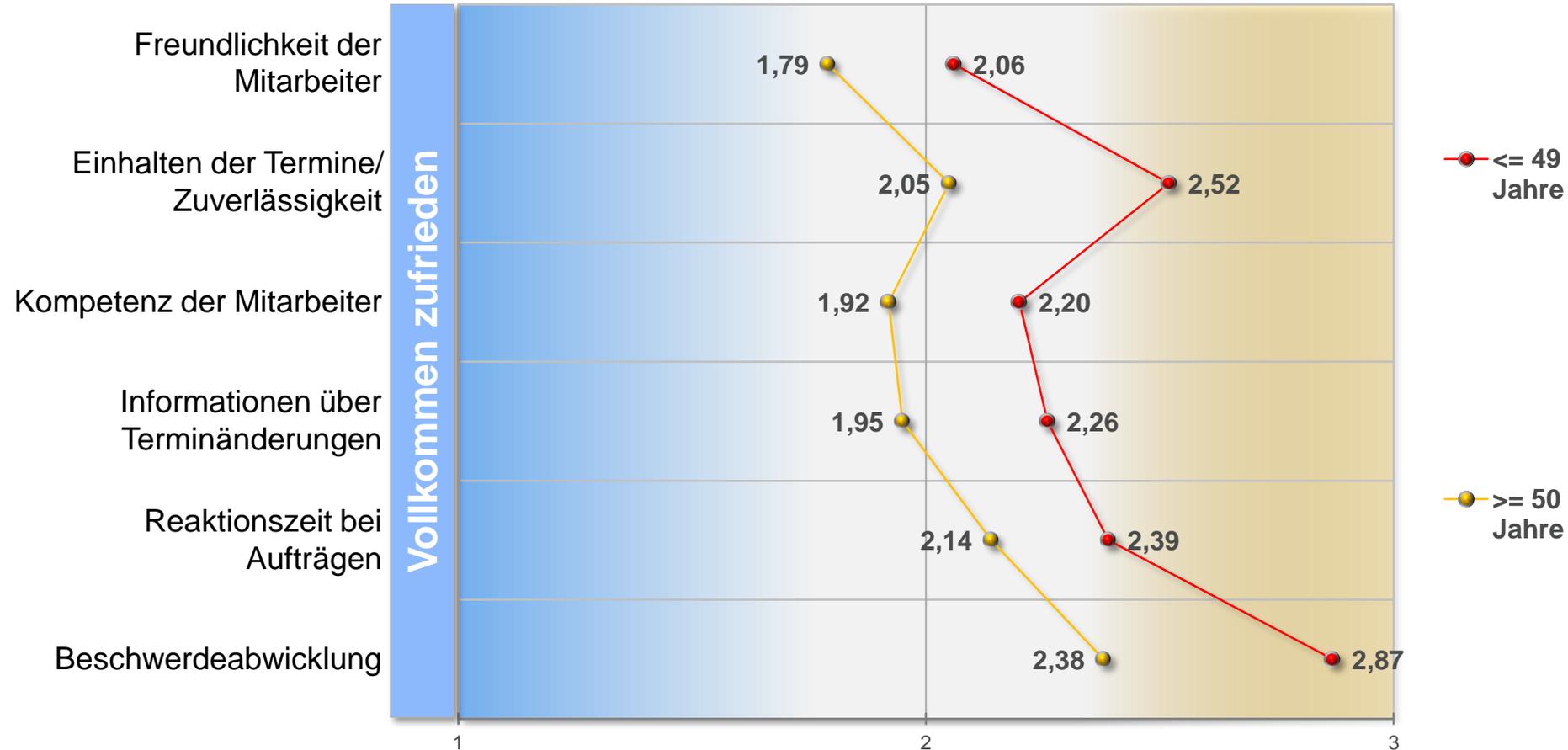
Werte in %

Basis: n=1.034

CATI: n=511 / Online: n=523

# Jüngere (unter 50 Jahren) sind mit der Servicequalität unzufriedener.

## Servicequalität (Falls Kontakt zur Abfallwirtschaft)

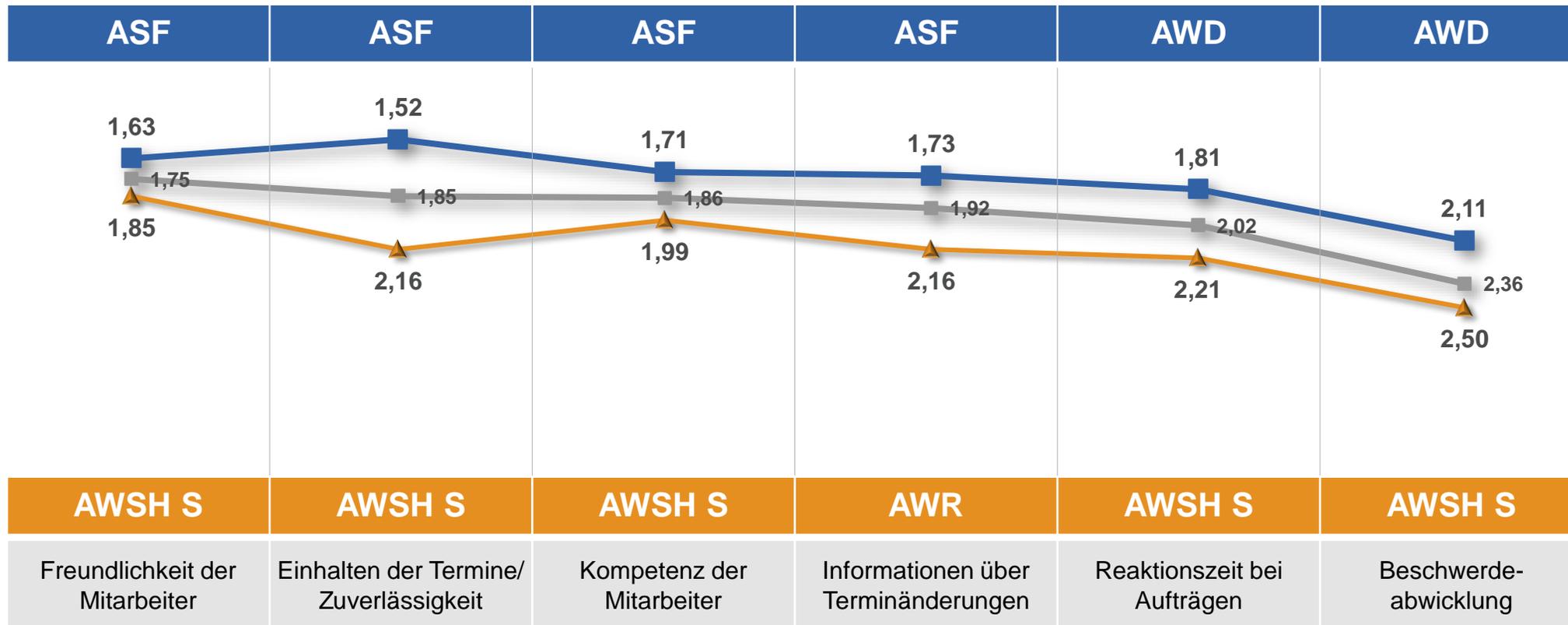


Falls ein Kontakt stattgefunden hat: Frage 10. Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Servicemerkmalen? Skala von 1 -6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

Im internen Vergleich der Abfallwirtschaften wird die ASF in den meisten Merkmalen am besten beurteilt. Die AWD überzeugt durch die Reaktionszeit bei Aufträgen und durch die Beschwerdeabwicklung.

Servicequalität (Falls Kontakt zur Abfallwirtschaft)

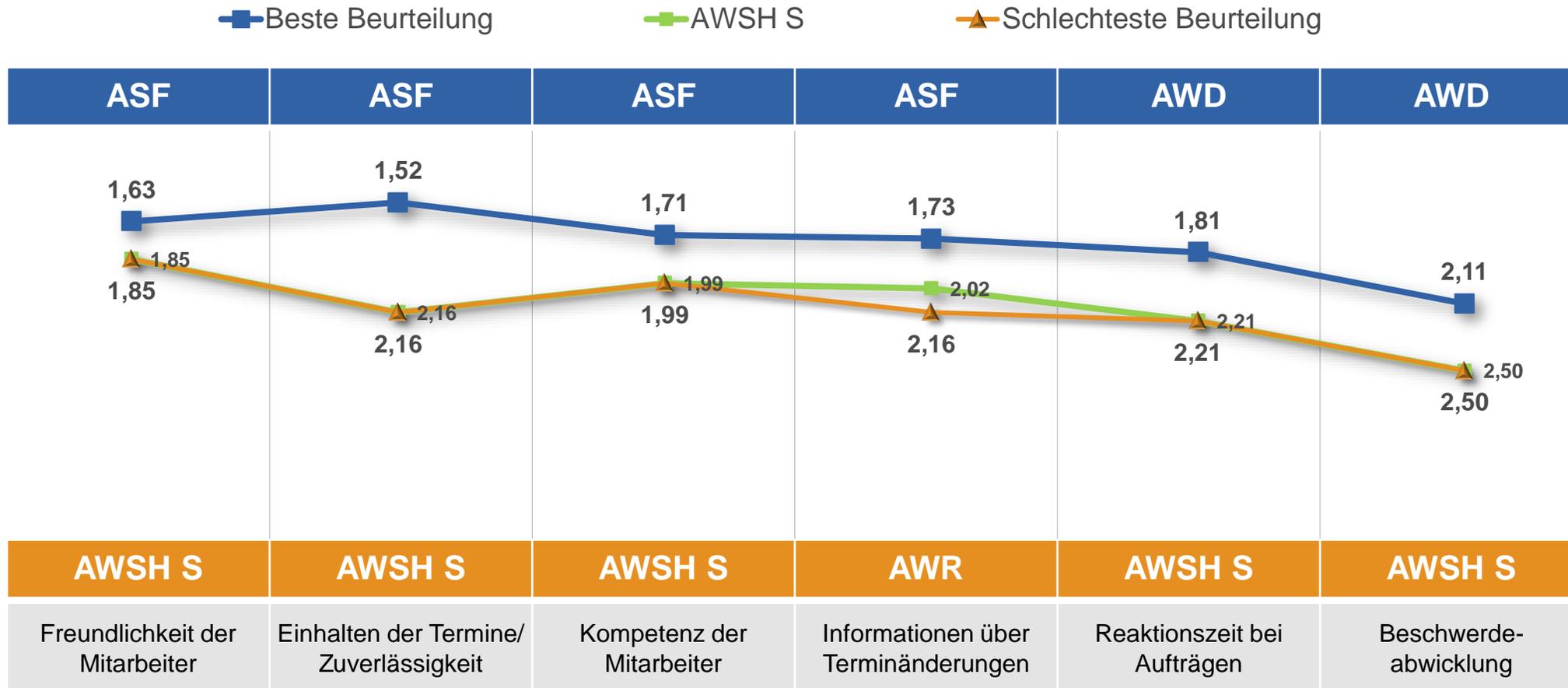
■ Beste Beurteilung    ■ Durchschnitt aller Abfallwirtschaften    ▲ Schlechteste Beurteilung



Falls ein Kontakt stattgefunden hat: Frage 10. Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Servicemerkmalen? Skala von 1 -6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

Von den untersuchten Abfallwirtschaften kann die AWSH Stormarn ihre Kunden am wenigsten überzeugen.

Servicequalität (Falls Kontakt zur Abfallwirtschaft)



Falls ein Kontakt stattgefunden hat: Frage 10. Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Servicemerkmalen? Skala von 1 -6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

Die ASF konnte sich den Bereichen Freundlichkeit MA, Einhalten der Termine und Informationen über Terminänderungen signifikant verbessern. Die AWSH Lauenburg ist dies bei der Reaktionszeit bei Aufträgen und der AWSH Stormarn in der Beschwerdeabwicklung gelungen.

Servicequalität (Falls Kontakt z. Abfallwirtschaft) – CATI Vergleich zu 2018: Differenz d. Mittelwerte zu 2018



Frage 6. Und wie zufrieden sind Sie mit den folgenden einzelnen Leistungsbereichen der ...? Skala von 1 -6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

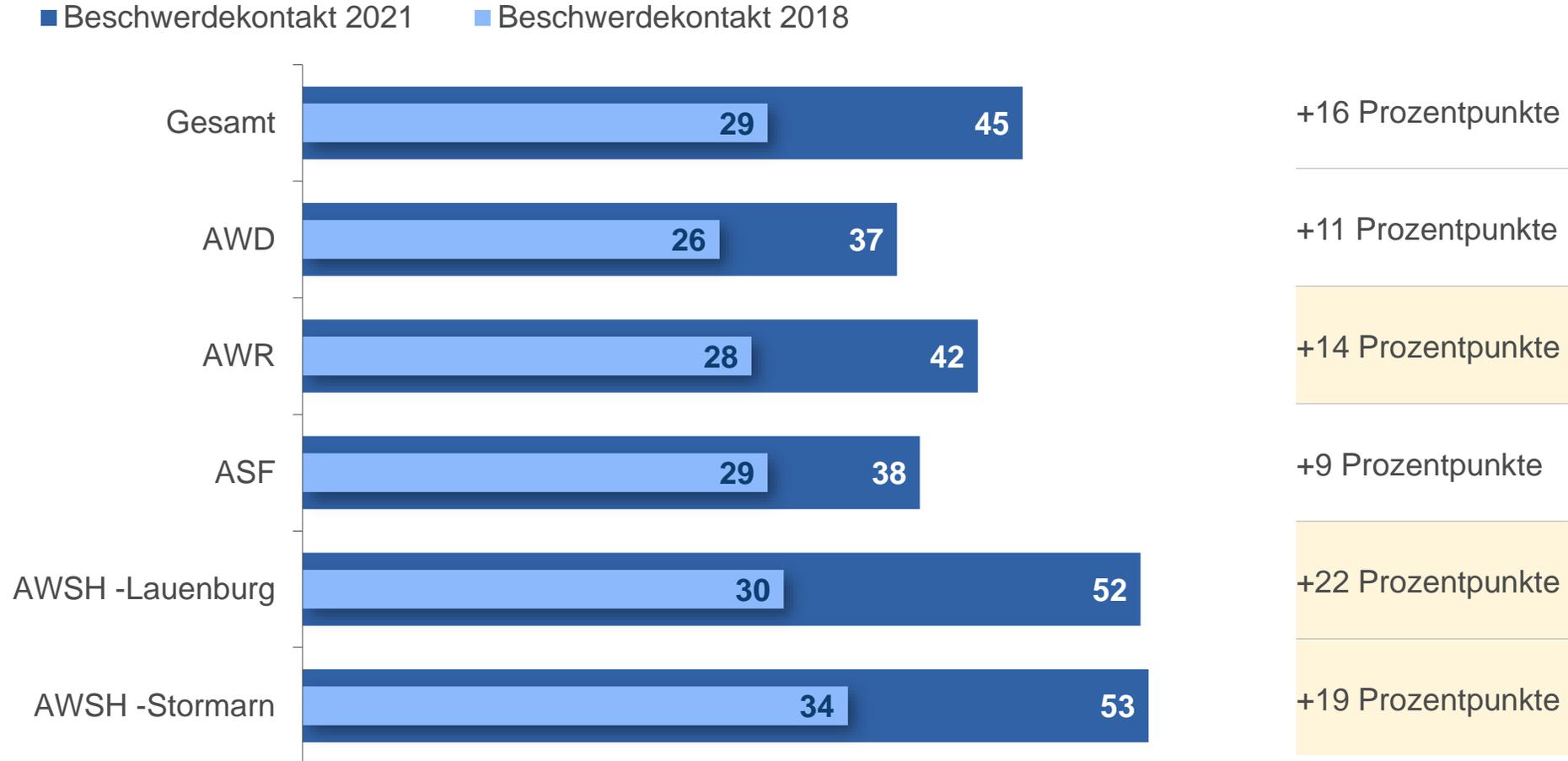
Mittelwerte

Basis: n=1.034

CATI: n=511 / Online: n=523

Die Beschwerdequote hat sich insgesamt bei allen Abfallwirtschaften erhöht.  
Besonders häufig wurde sich bei der AWSH Lauenburg, AWSH Stormarn und der AWR beschwert.

Servicequalität (Falls Kontakt zur Abfallwirtschaft) - Der Beschwerdeanteil nach Entsorger



Falls ein Kontakt stattgefunden hat: Frage 10. Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Servicemerkmalen? Skala von 1 -6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

Hintergrund und Zielsetzung

Untersuchungsmethode, Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

## Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

- Globalzufriedenheit und Image
- Fehlende Dienstleistungen
- Optimierungspotenzial Services
- Produkt- und Dienstleistungsqualität
- Erinnernte Kampagnen
- Kontakt zur Abfallwirtschaft
- Servicequalität
- Preisgestaltung
- Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- Zusatzfragen
- Verbesserungsvorschläge

Zusammenfassung und Empfehlungen

- Generell wird das **Preis- Leistungsverhältnis** als **zufriedenstellend** empfunden. Anders als bei den anderen abgefragten Bereichen dieser Untersuchung sind die Online-Befragten mit dem Preis- Leistungsverhältnis zufriedener als die CATI-Befragten.
- Es gibt eine signifikant negative Veränderung bei den CATI-Befragten: Sie sind mit dem Preis-/ Leistungsverhältnis der AWR und der AWSH Lauenburg unzufriedener als noch 2018.
- Auffällig ist, dass Mieter und Kunden, die keinen Kontakt zu den Unternehmen hatten, unzufriedener mit dem Preis- Leistungsverhältnis sind.
- **Durchschnittlich** geben die Befragten für das **monatliche Entgelt** einen Betrag von **19,88 €** an. Zwischen den einzelnen Kreisen ist die Höhe des Betrages sehr unterschiedlich:
  - Die höchsten Beträge werden für die AWSH Stormarn (21,54 €) und für die AWR (21,17 €) angegeben
  - Die niedrigsten Beträge werden für die AWSH Lauenburg (18,78 €) und AWD (18,69 €) vermerkt.

- Die Beurteilung des Preis- Leistungsverhältnisses der AWSH Stormarn wird am besten von allen befragten Abfallwirtschaften bewertet.
- Mieter und Befragte ohne Kontakt zu der AWSH Stormarn sind am unzufriedensten mit dem Preis- Leistungsverhältnis.
- Insgesamt geben die Kunden für die Abfallentsorgung ein monatliches Entgelt von durchschnittlich 21,54 € an. Verglichen mit den anderen Entsorgungsunternehmen ist das das höchste monatliche Entgelt.
  - CATI-Eigentümer geben ein monatliches Entgelt von 18,00 € an. Dies würde eine Steigerung von rund 2 € seit 2018 bedeuten.
  - Online-Eigentümer sind der Meinung, sie zahlen einen monatliches Entgelt in Höhe von 23,90 €.

Die Kunden der AWR sind in diesem Jahr unzufriedener als die Kunden der anderen Abfallwirtschaften. Online-Befragte sind mit dem Preis-/ Leistungsverhältnis zufriedener als die CATI-Befragten.

Preis-/ Leistungsverhältnis



Frage 11. Wie zufrieden sind Sie mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis Ihres Entsorgers insgesamt? Mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis bin ich ... / Skala von 1 -6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

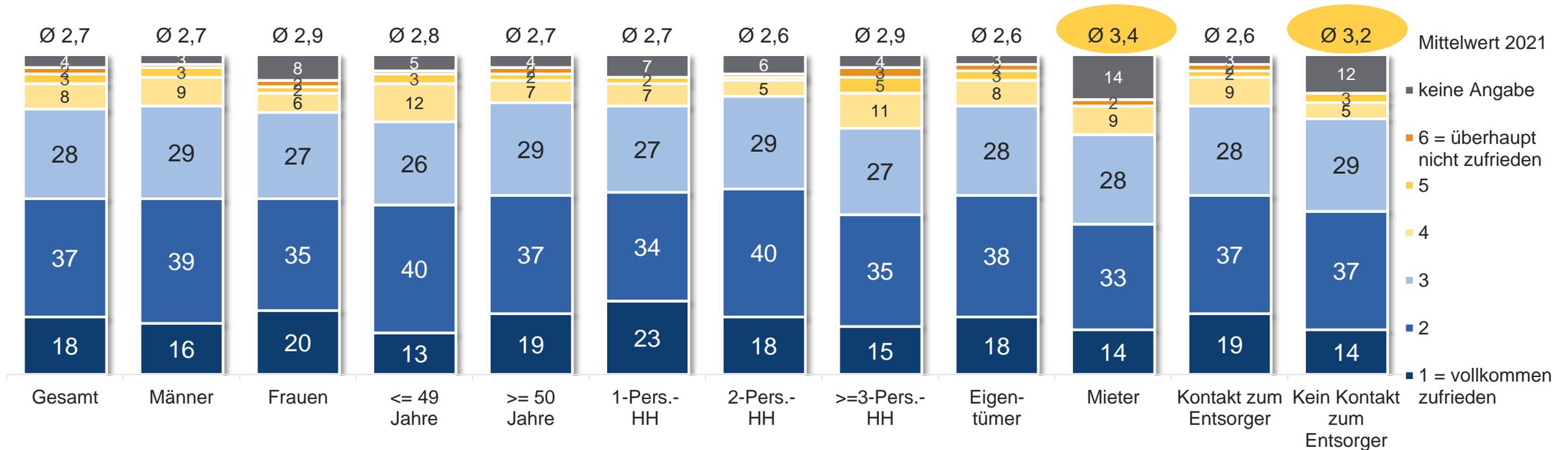
Kundenzufriedenheitsuntersuchung 2021



Angaben in %  
 Basis: n=1.354  
 CATI: n=750 / Online: n=604

# Mieter und Kunden ohne Kontakt zur der AWSH Stormarn sind mit dem Preis-/ Leistungsverhältnis unzufriedensten.

## Preis-/ Leistungsverhältnis

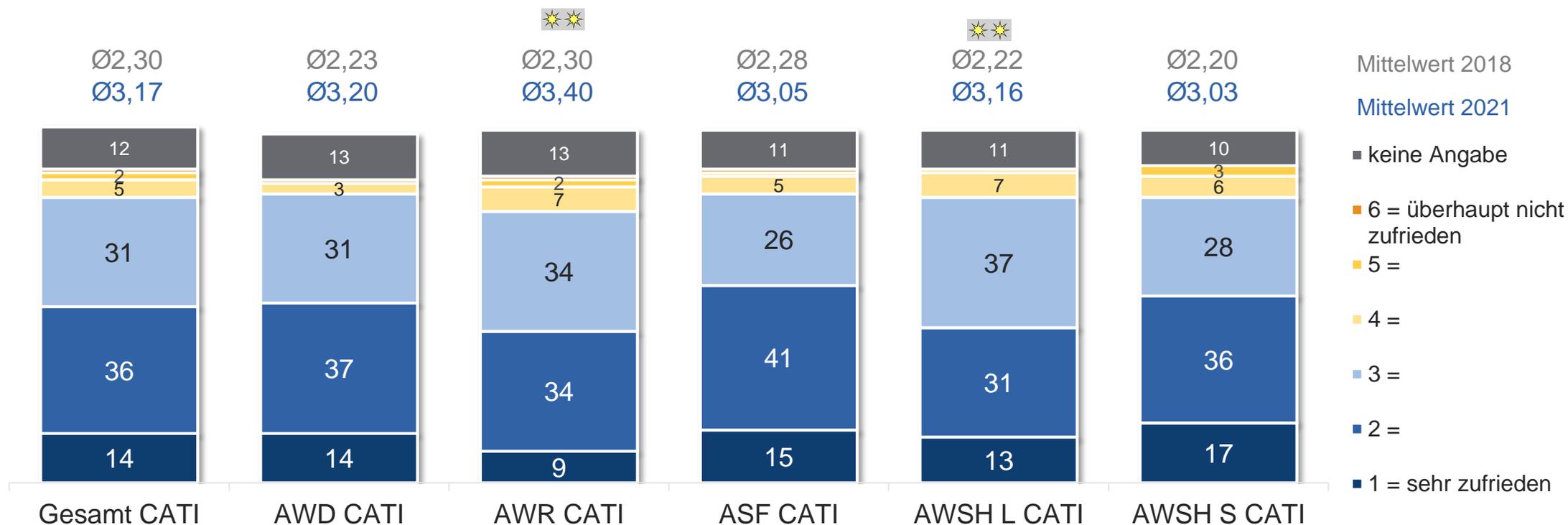


Frage 11. Wie zufrieden sind Sie mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis Ihres Entsorgers insgesamt? Mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis bin ich ... / Skala von 1 -6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

Kundenzufriedenheitsuntersuchung 2021

Die CATI-Befragten sind mit dem Preis-/ Leistungsverhältnis bei der AWR und der AWSH Lauenburg signifikant unzufriedener als noch 2018.

CATI: Preis-/ Leistungsverhältnis



Frage 11. Wie zufrieden sind Sie mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis Ihres Entsorgers insgesamt? Mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis bin ich ... / Skala von 1 -6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

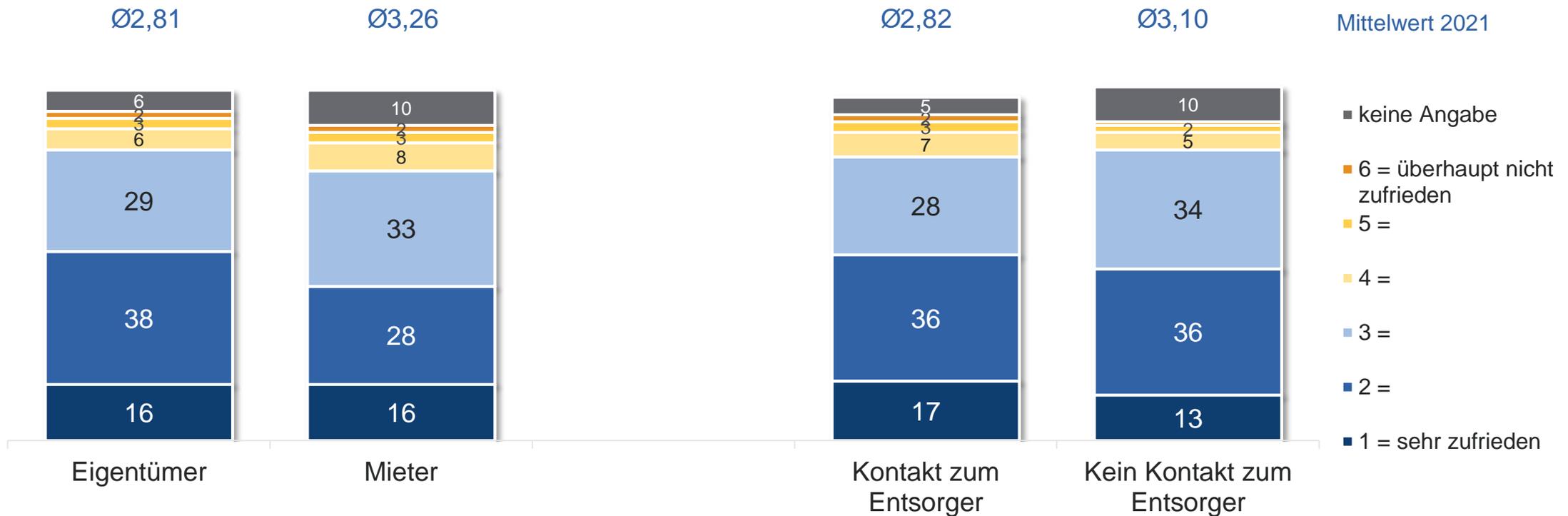
Kundenzufriedenheitsuntersuchung 2021



Angaben in %  
Basis: n=1.354  
CATI: n=750 / Online: n=604

Es ist auffällig, dass Mieter und Kunden, die keinen Kontakt hatten, unzufriedener mit dem Preis- Leistungsverhältnis sind. FORSCHUNGSGRUPPE **g/d/p**

## Preis-/ Leistungsverhältnis



Frage 11. Wie zufrieden sind Sie mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis Ihres Entsorgers insgesamt? Mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis bin ich ... / Skala von 1 -6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

Kundenzufriedenheitsuntersuchung 2021



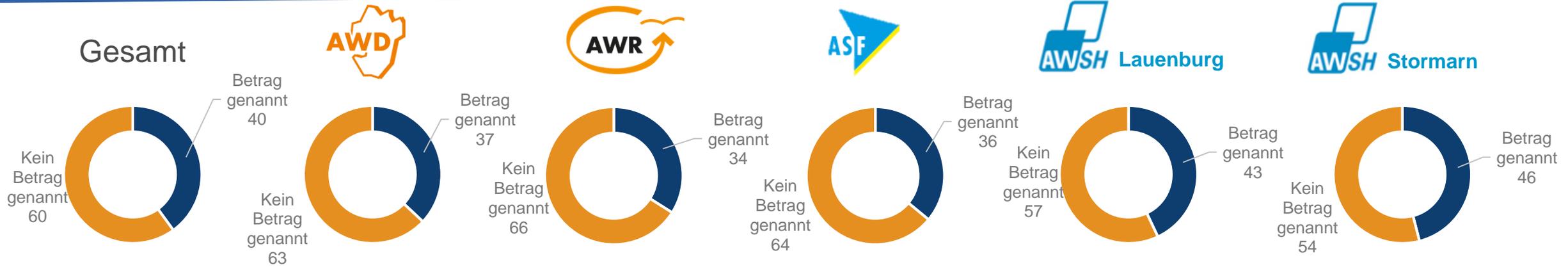
Angaben in %  
Basis: n=1.354  
CATI: n=750 / Online: n=604

Mai 2021

114

Die Kunden der AWSH haben die höchste Kenntnis über die monatlichen Gebühren. Die monatlichen Entgelte der AWSH Stormarn und der AWR werden am höchsten angegeben.

Monatliches Entgelt



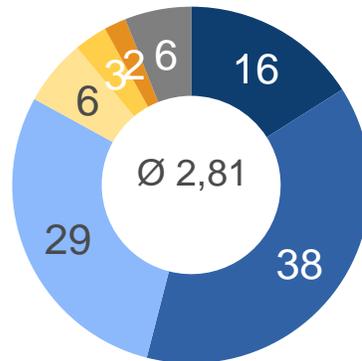
Frage 12. Wissen Sie, wie viel Sie etwa pro Monat für die Abfallentsorgung zahlen?

# Die Kunden geben das monatliche Entgelt durchschnittlich um drei Euro niedriger als in 2018 an.

## Monatliches Entgelt

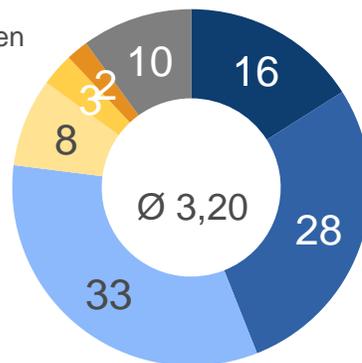
Zufriedenheit P/L

**Eigentümer**  
n=1112



- 1 = sehr zufrieden
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6 = überhaupt nicht zufrieden
- Keine Angabe

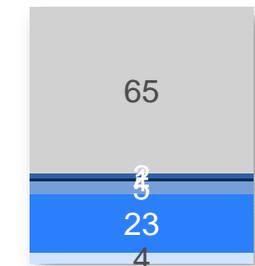
**Mieter**  
n=237



Monatl. Entgelt

Ø 19,8€

2018: 23,5 €  
2015: 21€



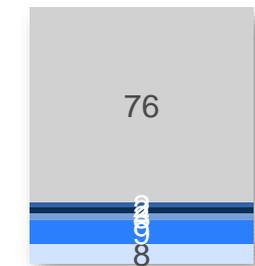
Eigentümer n=1112



- Keine Angabe
- Mehr als 40 Euro
- 31-40 EURO
- 21-30 EURO
- 11-20 EURO
- -10 EURO

Ø 20,4€

2018: 23,0 €  
2015: 21€



Mieter n=237

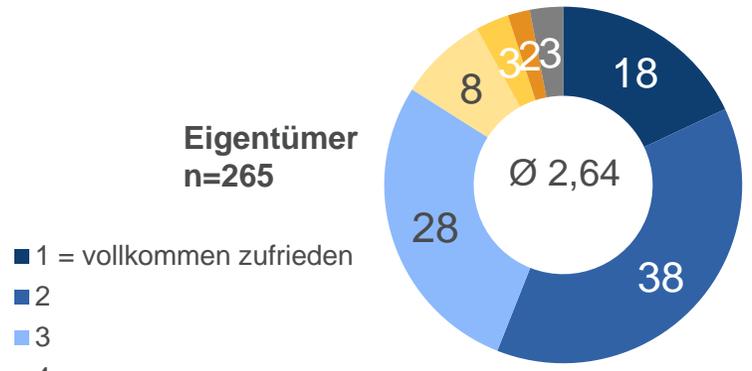


Frage 12. Wissen Sie, wie viel Sie etwa pro Monat für die Abfallentsorgung zahlen?

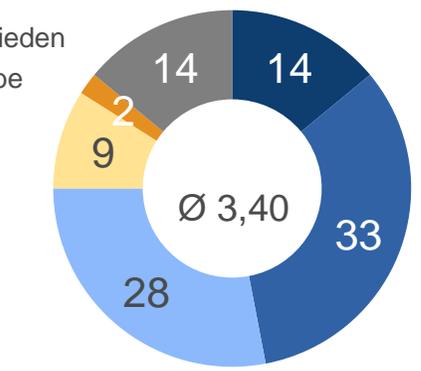
Eigentümer sind der Meinung, dass sich die monatlichen Gebühren der AWSH Stormarn um rund 4 € seit 2018 erhöht haben.

Monatliches Entgelt

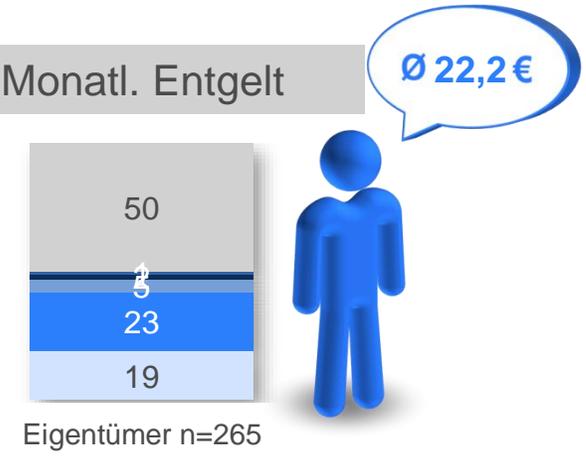
Zufriedenheit P/L



- 1 = vollkommen zufrieden
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6 = überhaupt nicht zufrieden
- weiß nicht / keine Angabe

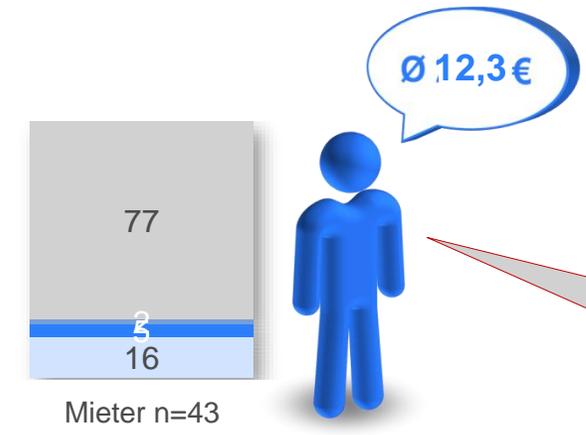


Monatl. Entgelt



CATI 2021: 18,0 €  
 ONLINE 2021: 23,9 €  
 CATI 2018: 16,3 €  
 CATI 2015: 19,8 €

- Keine Angabe
- Mehr als 40 Euro
- 31-40 EURO
- 21-30 EURO
- 11-20 EURO
- -10 EURO



CATI 2018: 15,3 €  
 CATI 2015: 23,3 €

Anteil von Personen mit Angabe zu gering. Keine Interpretation möglich!

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

Hintergrund und Zielsetzung

Untersuchungsmethode, Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

## Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

- Globalzufriedenheit und Image
- Fehlende Dienstleistungen
- Optimierungspotenzial Services
- Produkt- und Dienstleistungsqualität
- Erinnernte Kampagnen
- Kontakt zur Abfallwirtschaft
- Servicequalität
- Preisgestaltung
- Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- Zusatzfragen
- Verbesserungsvorschläge

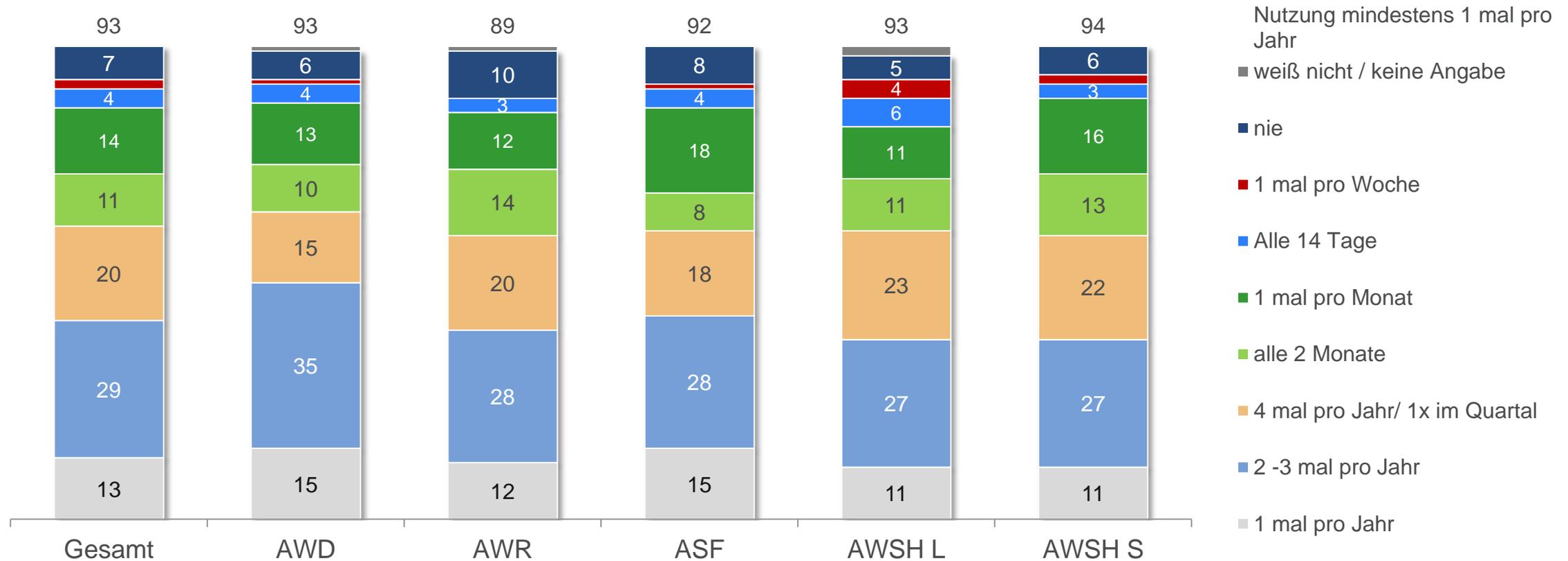
Zusammenfassung und Empfehlungen

- **So gut wie alle Befragten nutzen einen Recyclinghof mindestens einmal im Jahr. Mehr als zwei Drittel** sind mit dem von ihnen hauptsächlich genutzten Recyclinghof **hoch zufrieden**.
- Die ASF und AWR verzeichnen die höchste Zufriedenheit.
- Auch die **Weiterempfehlungsbereitschaft** des Recyclinghofes ist mit 88% auf einem **guten Niveau**. Die AWR wird hier leicht unterdurchschnittlich bewertet.
- **Größter Kritikpunkt an den Recyclinghöfen sind die Gebühren** (insbesondere bei der AWD). Auch die **Verkehrssituation** (gerade bei der AWSH Stormarn) und die **Öffnungszeiten** (besonders bei der AWD) können die Kunden nur bedingt zufriedenstellen.
- Nach Verbesserungsvorschlägen befragt, werden am häufigsten Schlagworte wie Container, Öffnungszeiten, Preise und Mitarbeiter genannt.

- So gut wie alle Befragten nutzen einen Wertstoffhof der AWSH Stormarn.
- 65% der Kunden sind mit den Recyclinghöfen der AWSH Stormarn vollkommen oder sehr zufrieden und 87% würden sie weiterempfehlen. Die Zufriedenheit mit den Recyclinghöfen liegt auf einem mittleren Niveau, dennoch ist die Weiterempfehlungsbereitschaft hoch.
- Im Vergleich mit den anderen Entsorgungsunternehmen sind die Kunden der Recyclinghöfe der AWSH Stormarn am zufriedensten mit der Freundlichkeit und Kompetenz der Mitarbeiter. Auch die Übersichtlichkeit trägt zu der Zufriedenheit bei. Weniger gut werden die Verkehrssituation und die Gebühren für die Abgaben bewertet.
- Dementsprechend findet man in den Verbesserungsvorschlägen für die Recyclinghöfe der AWSH Stormarn auch häufiger Nennungen zu der Anfahrt und den Gebühren. Die Gebühren insgesamt und speziell für Grünabfall werden kritisiert.

# Die überwiegende Mehrheit nutzt einen Recyclinghof der Entsorgungsunternehmen mindestens einmal im Jahr.

## Nutzungsfrequenz Recyclinghöfe



Frage 12a. Nun geht es speziell um die Recycling-/ Wertstoffhöfe von der ... . Wie häufig nutzen Sie einen Recycling-/ Wertstoffhof?

Mehr als zwei Drittel sind mit denen von ihnen genutzt Recyclinghöfen hoch zufrieden. Die ASF und die AWR verzeichnen die höchste Zufriedenheit.

Zufriedenheit mit den genutzten Recyclinghöfen



Frage Falls Nutzung mindestens '1-mal pro Jahr' lt. Frage 12a: F12.b Alles in allem, wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen des Recycling-/ Wertstoffhofes von der ..., den Sie vorrangig nutzen, insgesamt? Skala von 1 -6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

Die Zufriedenheit mit den genutzten Recyclinghöfen der AWSH Stormarn befindet sich im Vergleich zu den anderen Abfallwirtschaften auf einem niedrigen Niveau.

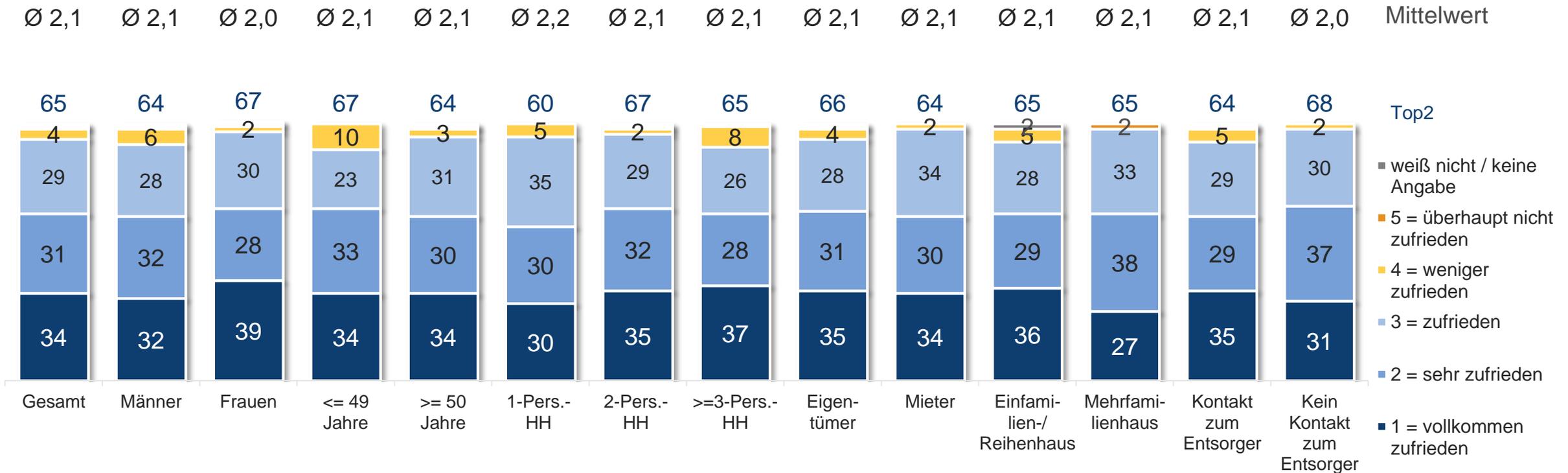
Zufriedenheit mit den genutzten Recyclinghöfen



Falls Nutzung mindestens '1-mal pro Jahr' lt. Frage 12a: Frage 12.b Alles in allem, wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen des Recycling-/ Wertstoffhofes von der ..., den Sie vorrangig nutzen, insgesamt? Skala von 1 -6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

# Die Analysegruppen sind in ihren Bewertungen der AWSH Stormarn-Recyclinghöfe homogen.

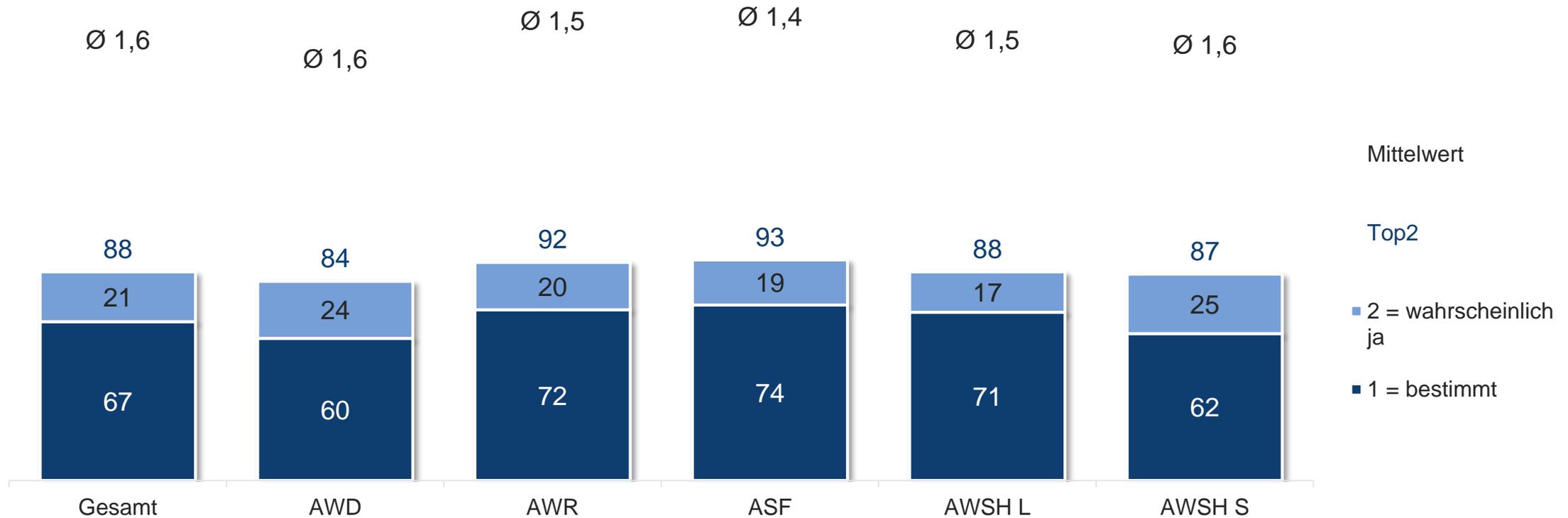
## Zufriedenheit mit den genutzten Recyclinghöfen



Falls Nutzung mindestens '1-mal pro Jahr' lt. Frage 12a: Frage 12.b Alles in allem, wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen des Recycling-/ Wertstoffhofes von der ..., den Sie vorrangig nutzen, insgesamt? Skala von 1 -6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden

Insgesamt liegt die Weiterempfehlungsbereitschaft der Recyclinghöfe mit 88% FORSCHUNGSGRUPPE g/d/p in einem gutem Niveau. Für die AWR und ASF ist sie am höchsten, die AWD ist hier leicht unterdurchschnittlich.

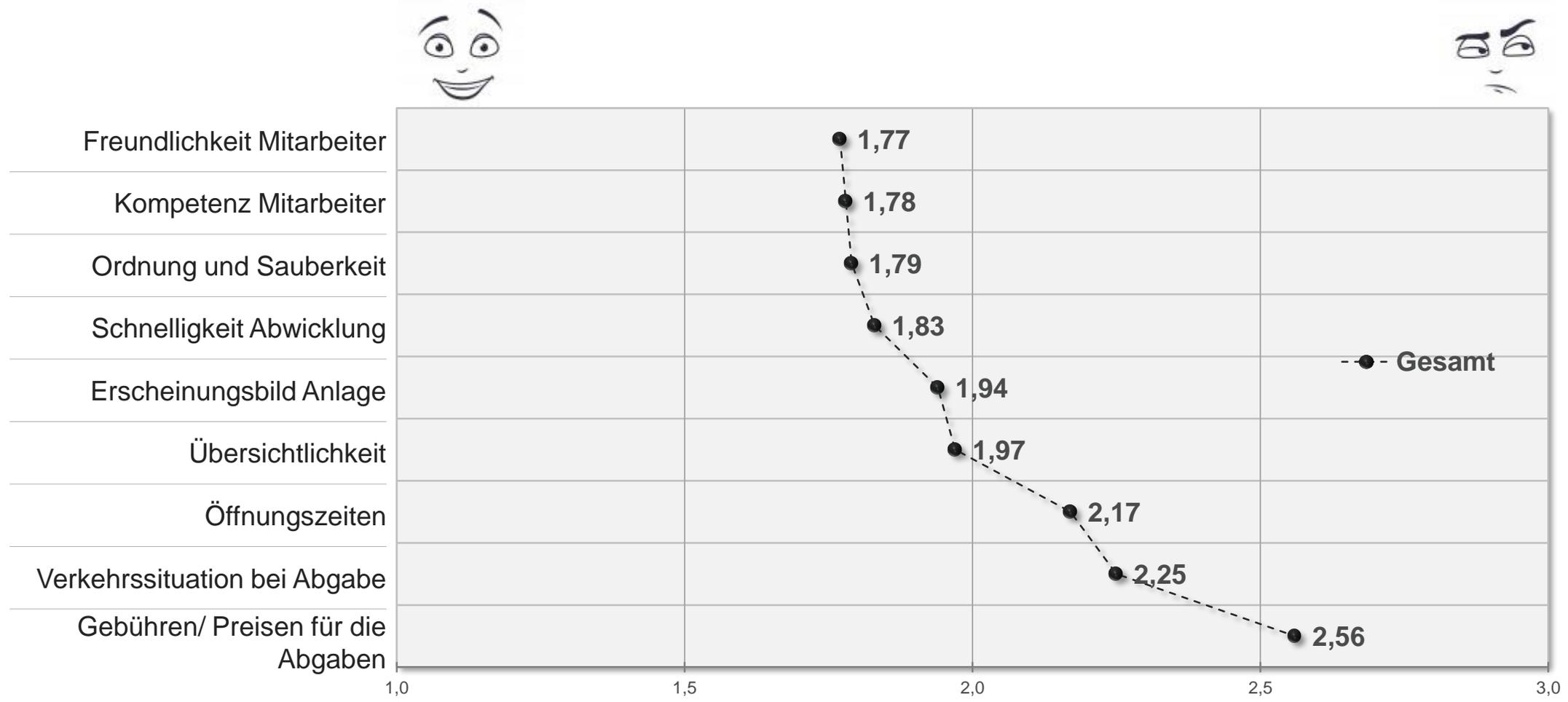
Weiterempfehlungsbereitschaft für den vorrangig genutzten Recyclinghof



Frage Falls Nutzung mindestens '1-mal pro Jahr' lt. Frage 12a: F12.c Würden Sie den Recycling-/ Wertstoffhof von der ... an Freunde und Verwandte weiterempfehlen? Skala:1 = bestimmt, 2 = wahrscheinlich ja, 3 = eventuell, 4 = wahrscheinlich nicht, 5 = bestimmt nicht

# Größter Kritikpunkt an den Recyclinghöfen sind die Gebühren. Auch die Verkehrssituation und die Öffnungszeiten können die Kunden nur bedingt zufriedenstellen.

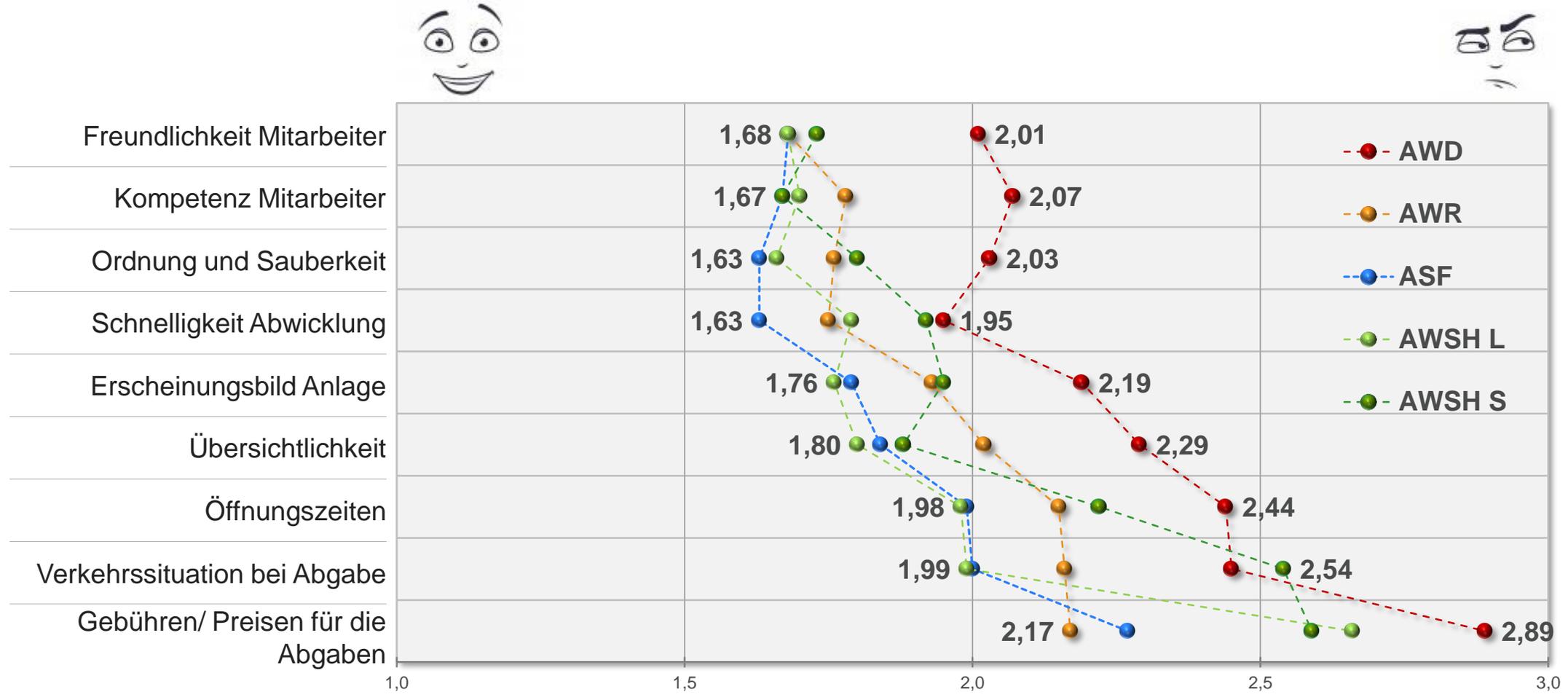
Zufriedenheit mit vorgegebenen Leistungsmerkmalen für den vorrangig genutzten Recyclinghof



Falls Nutzung mindestens '1-mal pro Jahr' lt. Frage 12a: F12.d Im Folgenden geht es um Ihre Zufriedenheit mit einzelnen Aspekten des Recycling-/ Wertstoffhofes der ... (Skala von 1 - 6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden)

# Die Gebühren der AWD auf dem Recyclinghof gefallen den Befragten am wenigsten. Die ASF punktet mit der Schnelligkeit der Abwicklung.

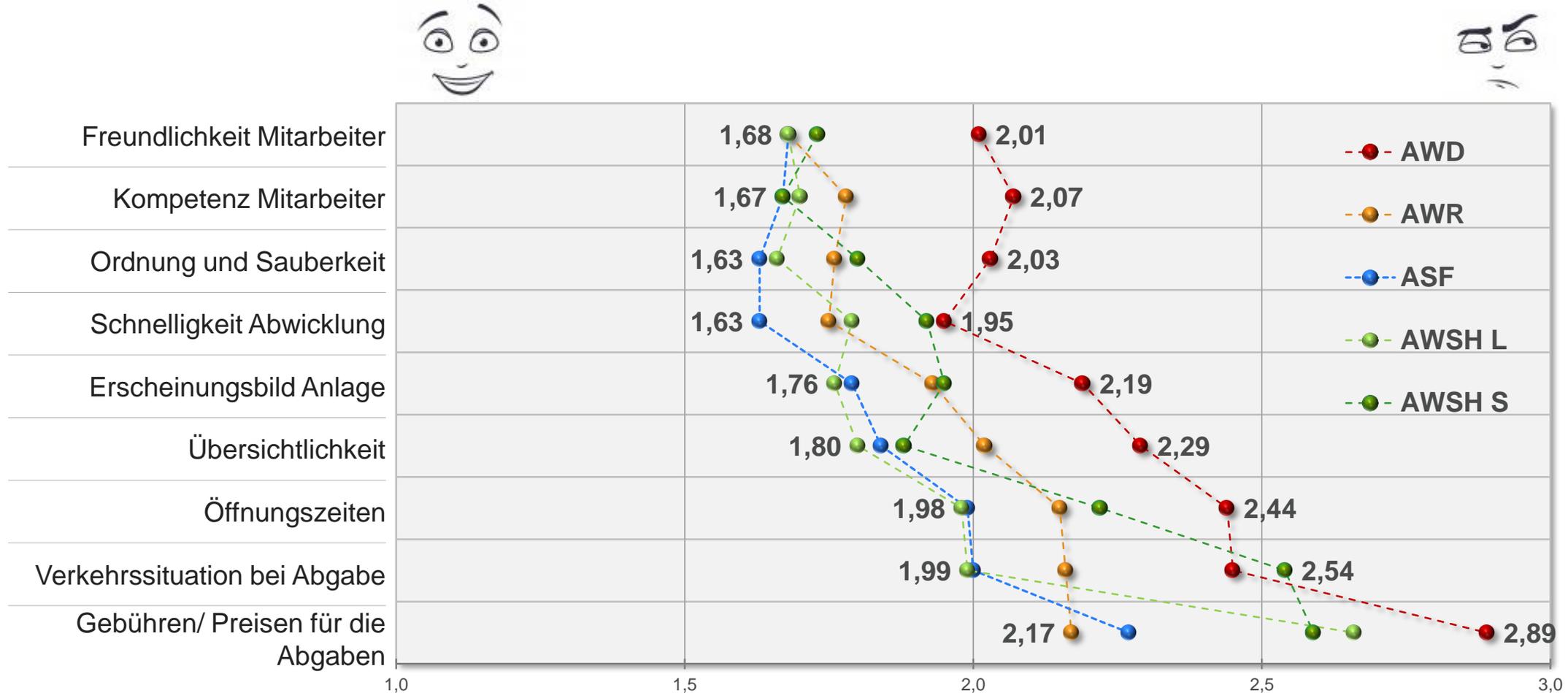
Zufriedenheit mit vorgegebenen Leistungsmerkmalen für den vorrangig genutzten Recyclinghof



Falls Nutzung mindestens '1-mal pro Jahr' lt. Frage 12a: F12.d Im Folgenden geht es um Ihre Zufriedenheit mit einzelnen Aspekten des Recycling-/ Wertstoffhofes der ... (Skala von 1 - 6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden)

Im Vergleich mit den anderen Entsorgungsunternehmen schätzen die Kunden an den Recyclinghöfen der AWSH Stormarn die Freundlichkeit und Kompetenz der Mitarbeiter. Weniger gut ist die Verkehrssituation bei der Abgabe.

Zufriedenheit mit vorgegebenen Leistungsmerkmalen für den vorrangig genutzten Recyclinghof



Falls Nutzung mindestens '1-mal pro Jahr' lt. Frage 12a: F12.d Im Folgenden geht es um Ihre Zufriedenheit mit einzelnen Aspekten des Recycling-/ Wertstoffhofes der ... (Skala von 1 - 6:1=vollkommen zufrieden,2,3,4,5,6=überhaupt nicht zufrieden)

In Verbindung mit Verbesserungsvorschlägen für die Recyclinghöfe wurden am häufigsten die Öffnungszeiten genannt.

AWSH Stormarn: Verbesserungsvorschläge Recyclinghöfe



Falls Nutzung mindestens '1-mal pro Jahr' lt. Frage 12a: F12.e Haben Sie noch Verbesserungsvorschläge für den Recycling-/ Wertstoffhof der ... ?

Kundenzufriedenheitsuntersuchung 2021

Größe der Wörter entspricht der Häufigkeit ihrer Nennung | Farbgebung spielt keine Rolle

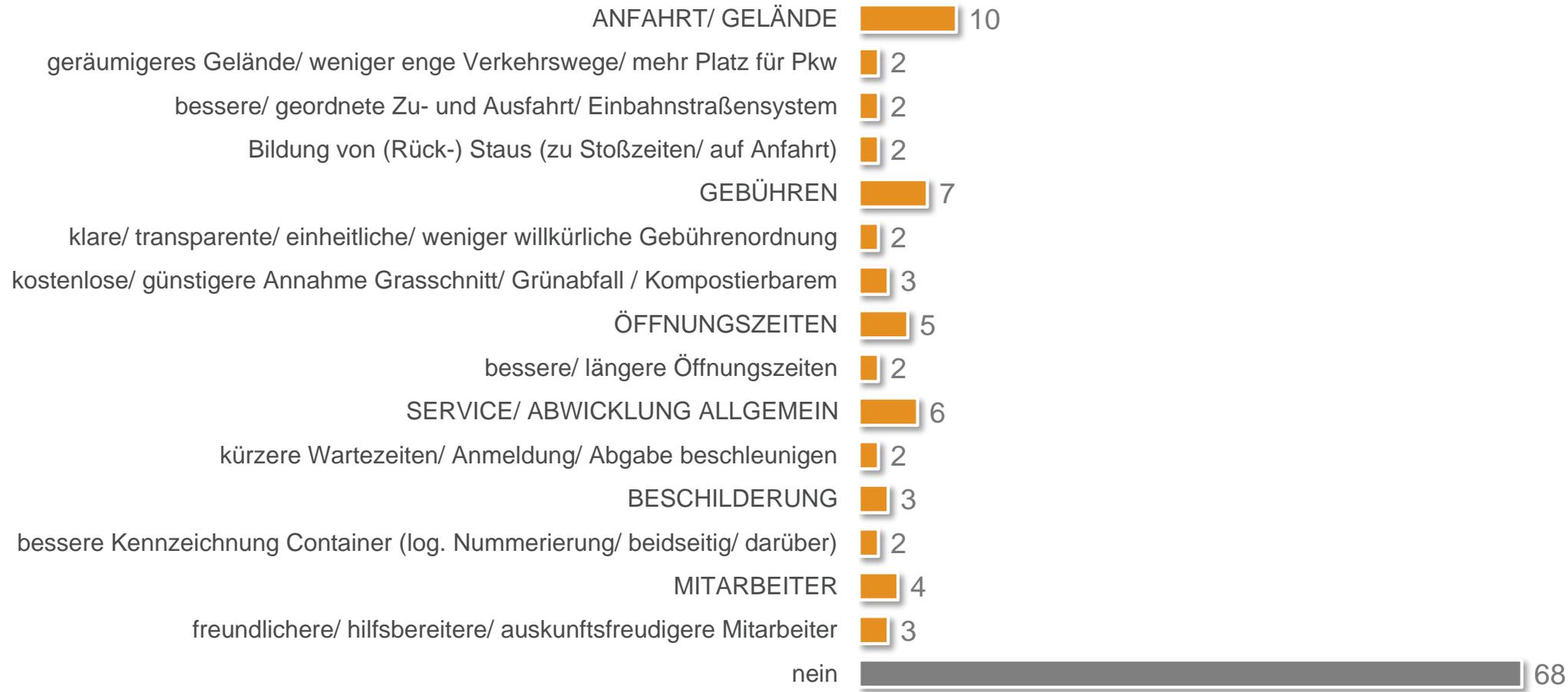
Basis: n=290

CATI: n=138 / Online: n=152



Vorschläge kommen am häufigsten zu dem Gelände bzw. der Verkehrsführung. Auch die Gebühren sind ein Thema, zu dem häufiger Verbesserungsvorschläge genannt werden.

## AWSH Stormarn: Verbesserungsvorschläge Recyclinghöfe



Falls Nutzung mindestens '1-mal pro Jahr' lt. Frage 12a: F12.e Haben Sie noch Verbesserungsvorschläge für den Recycling-/ Wertstoffhof der ... ?

Hintergrund und Zielsetzung

Untersuchungsmethode, Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

## Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

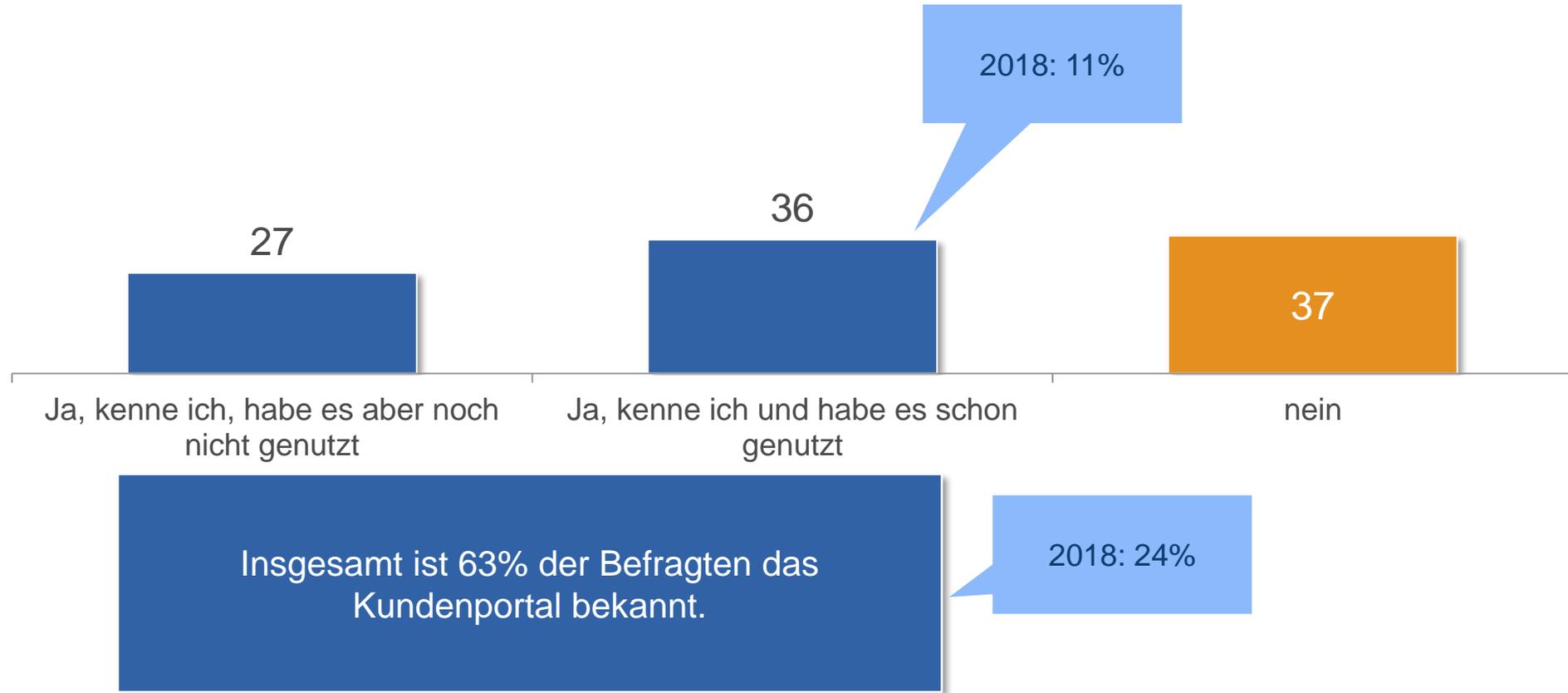
- Globalzufriedenheit und Image
- Fehlende Dienstleistungen
- Optimierungspotenzial Services
- Produkt- und Dienstleistungsqualität
- Erinnernte Kampagnen
- Kontakt zur Abfallwirtschaft
- Servicequalität
- Preisgestaltung
- Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- Zusatzfragen
- Verbesserungsvorschläge

Zusammenfassung und Empfehlungen

- Das Kundenportal der AWSH Stormarn wird immer mehr angenommen. Die Bekanntheit ist seit 2018 um 39 Prozentpunkte gestiegen und liegt aktuell bei 63%.
- 36% der Befragten nutzen das Portal. Dieser Wert hat sich in den letzten 3 Jahren verdreifacht.
- So gut wie alle Nutzer bewerten das Kundenportal auch als (sehr) nützlich.
- Das Kundenportal ist vor allen Dingen verständlich, hilfreich und einfach zu bedienen.
  
- Gut jeder Zweite nutzt die App AWSH – Wertvolle Termine und bewertet sie als überaus nützlich.
- Mieter, Single-Haushalte sowie Befragte ohne Kontakt zur AWSH Stormarn nutzen die App deutlich weniger.
- Gründe für die Ablehnung der App-Nutzung sind mangelnder Bedarf, mangelnde Technikaffinität, eine generelle Ablehnung von Apps oder mangelnde Bekanntheit der App.
- App-Nutzer empfinden AWSH - Wertvolle Termine als hilfreich, einfach zu bedienen und verständlich.

Das Kundenportal der AWSH Stormarn wird immer mehr angenommen.  
Mehr als jeder dritte Kunde hat es schon genutzt.

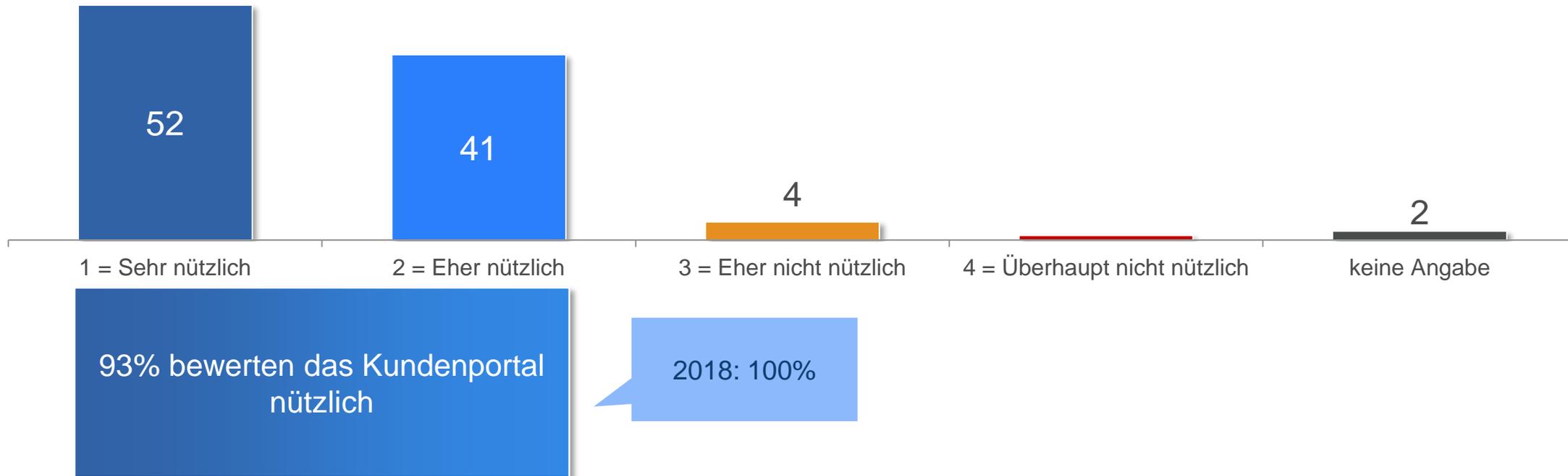
## Bekanntheit des Kundenportals der AWSH



Frage 16.c Kennen Sie das Kundenportal der AWSH?

# Die Nutzer des Kundenportals sind überzeugt von der Zweckmäßigkeit.

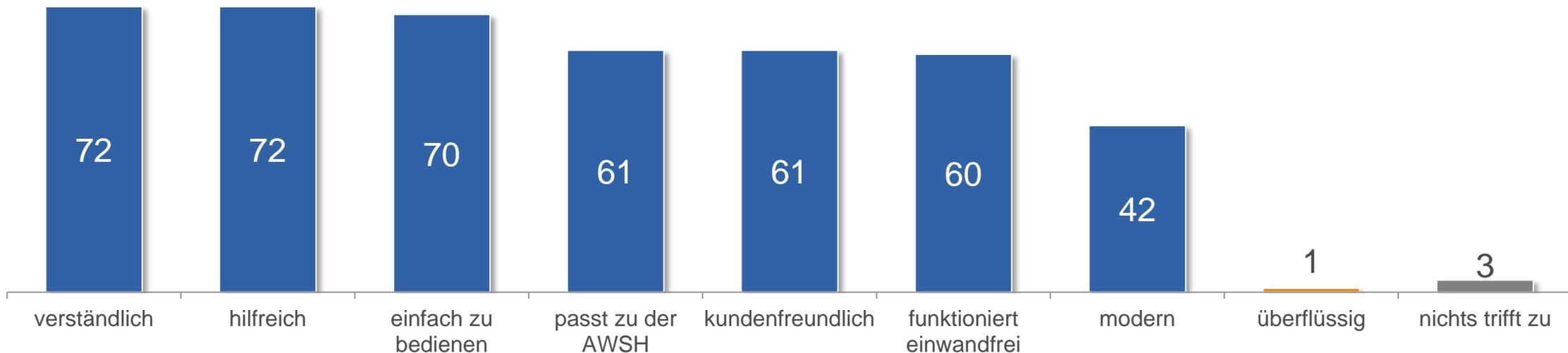
## Nützlichkeit des Kundenportals der AWSH



Falls bekannt und Nutzung (Code 2) lt. F16.c: Frage 16.d Wie bewerten Sie das Kundenportal der AWSH?

# Das Kundenportal ist vor allen Dingen verständlich, hilfreich und einfach zu bedienen.

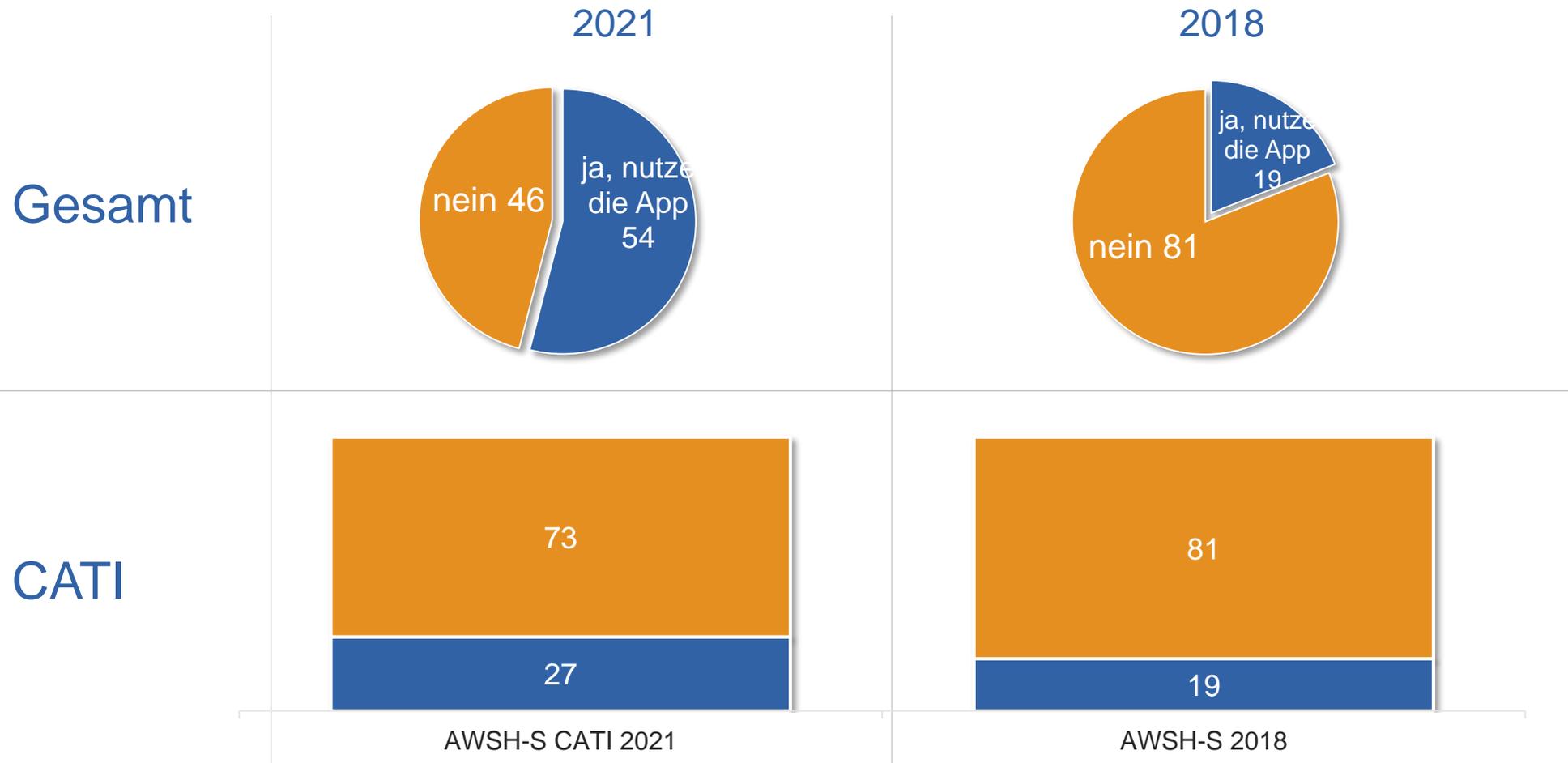
## Eigenschaften des Kundenportals der AWDH



Falls bekannt und Nutzung (Code 2) lt. F16.c: Frage F16.e Welche der folgenden Eigenschaften treffen auf das Kundenportal der AWDH zu?

# Der Anteil der App-Nutzer AWSH – Wertvolle Termine ist gegenüber 2018 unter den CATI-Befragten um 8 Prozentpunkte gestiegen.

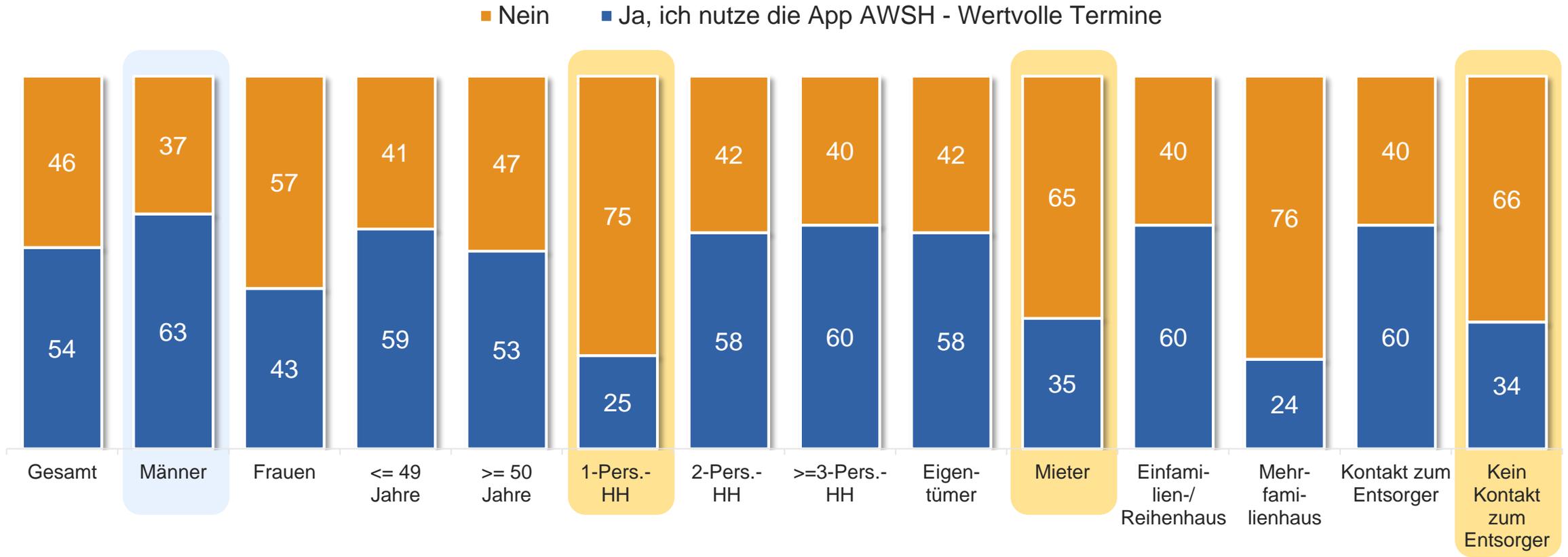
## Nutzung der App AWSH – Wertvolle Termine



F16.1 Nutzen Sie die APP AWSH - Wertvolle Termine?

Unter den Nutzern der App finden sich häufiger Männer. Mieter, Single-Haushalte und Befragte ohne Kontakt zur AWSH Stormarn nutzen sie weniger.

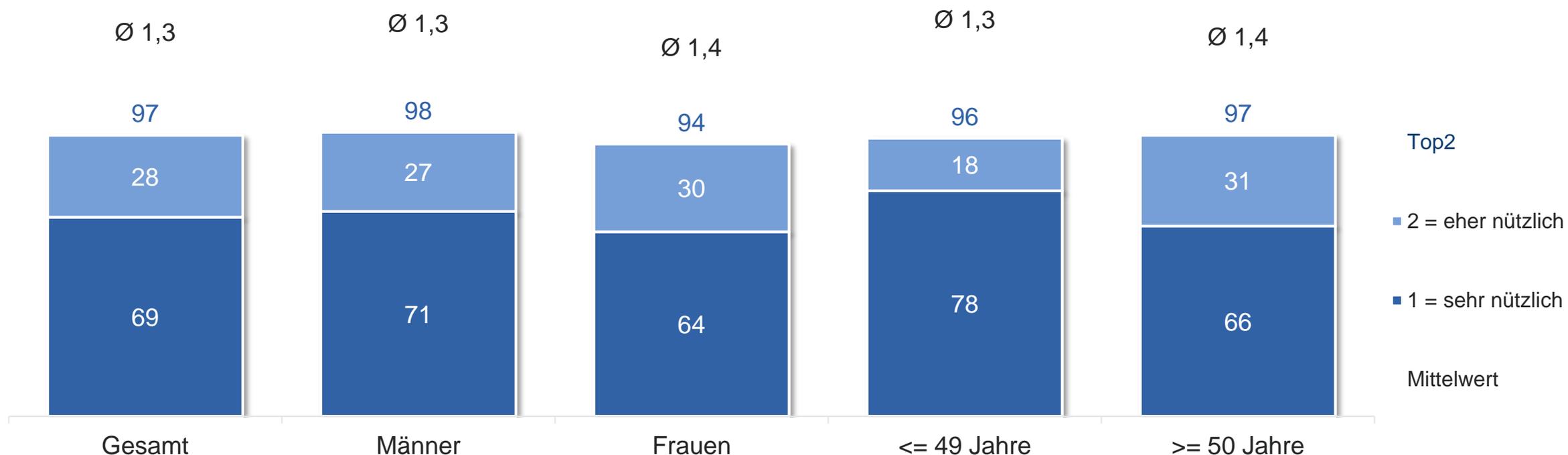
Nutzung der App AWSH – Wertvolle Termine



F16.1 Nutzen Sie die APP AWSH - Wertvolle Termine?

Die Nutzer empfinden die APP AWSH-Wertvolle Termine als überaus nützlich.

Nützlichkeit der App AWSH-Wertvolle Termine



Falls Nutzung lt. F16.1: F16.3 Wie nützlich ist die APP AWSH - Wertvolle Termine für Sie?

# Wichtigste Ablehnungsgründe sind mangelnder Bedarf, mangelnde Technikaffinität, generelle Ablehnung von Apps oder mangelnde Kenntnis über die App.

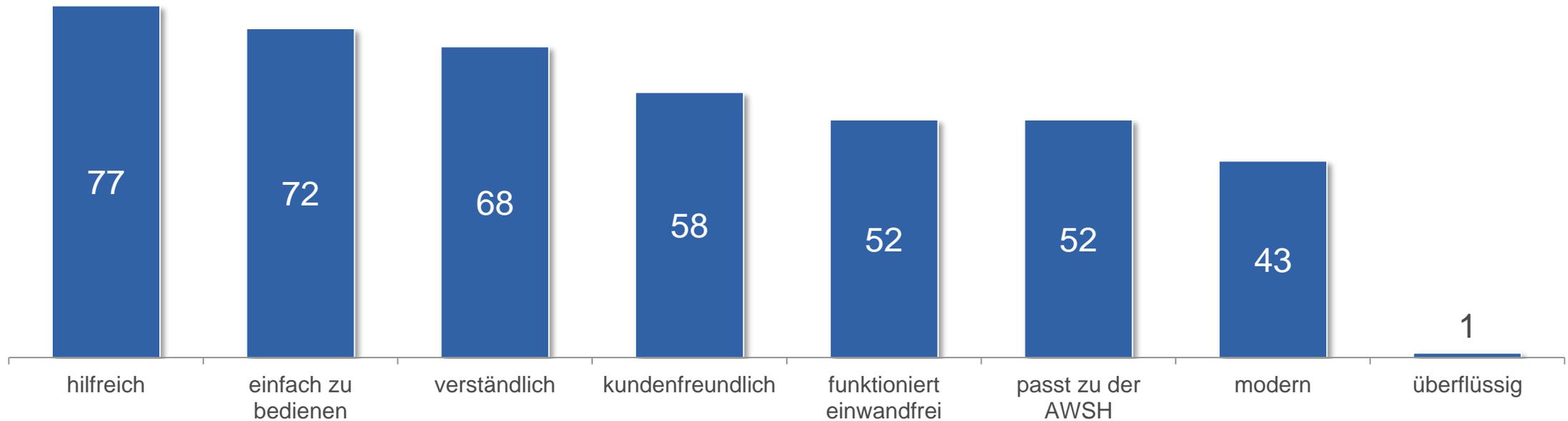
## Ablehnungsgründe der App AWSH – Wertvolle Termine



Falls Nichtnutzer der App: F16.2 Warum nutzen Sie die APP AWSH - Wertvolle Termine nicht? Welche Gründe gibt es dafür?

Die App AWSH - Wertvolle Termine wird aus Sicht der Nutzer als hilfreich, einfach zu bedienen und verständlich angesehen.

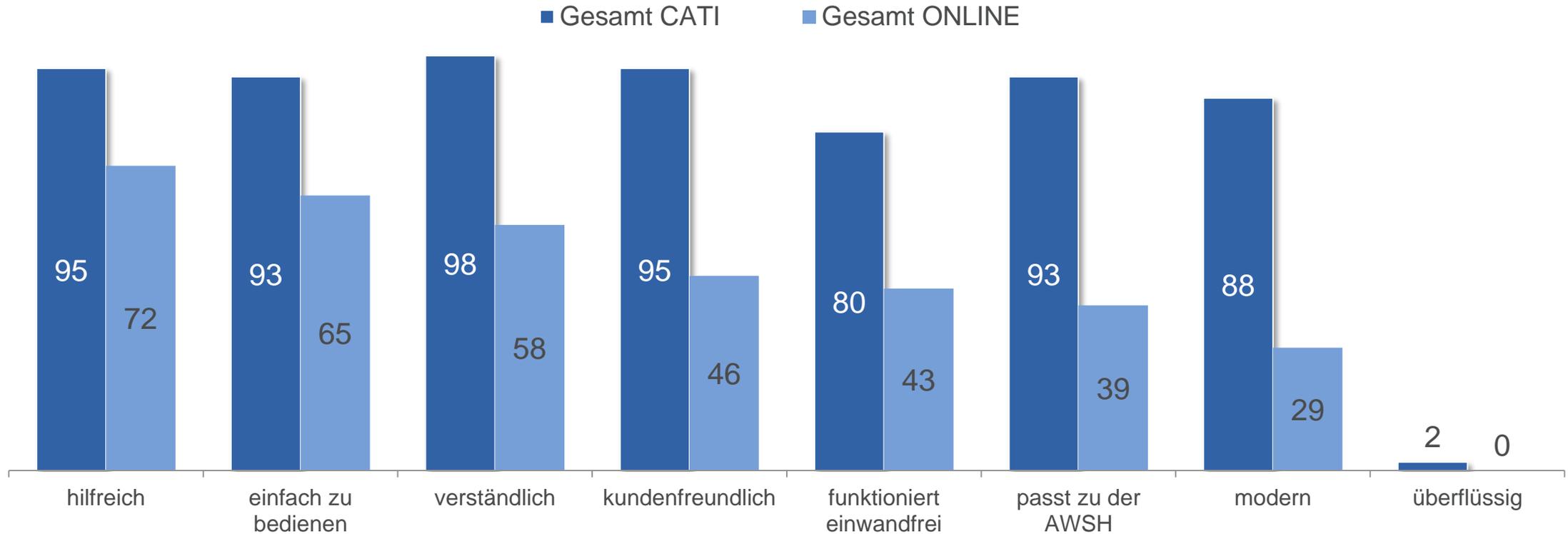
## Bewertung der App AWSH-Wertvolle Termine



Falls Nutzung lt. F16.1: F16.4 Welche der folgenden Eigenschaften treffen auf die APP AWSH - Wertvolle Termine zu?

# Die positiven Eigenschaften der App AWSH - Wertvolle Termine loben besonders die CATI-Befragten.

## Bewertung der App AWSH-Wertvolle Termine



Falls Nutzung lt. F16.1: F16.4 Welche der folgenden Eigenschaften treffen auf die APP AWSH - Wertvolle Termine zu?

Hintergrund und Zielsetzung

Untersuchungsmethode, Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

## Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

- Globalzufriedenheit und Image
- Fehlende Dienstleistungen
- Optimierungspotenzial Services
- Produkt- und Dienstleistungsqualität
- Erinnernte Kampagnen
- Kontakt zur Abfallwirtschaft
- Servicequalität
- Preisgestaltung
- Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- Zusatzfragen
- Verbesserungsvorschläge

Zusammenfassung und Empfehlungen

# Die Verbesserungsvorschläge betreffen vorrangig die Gebühren und die Wertstoffabholung. Es gibt auch Lob.

## Verbesserungsvorschläge

<b>KOSTEN/ GEBÜHREN/ ABRECHNUNG</b>	<b>4</b>	<b>VORGEHEN BEI DER ABHOLUNG</b>	<b>2</b>
• Gebühren senken/ besseres Preis-Leistungsverhältnis	1	Tonnen dort abstellen, wo sie vorher standen (nicht auf Gehweg/ Fahrbahn)	1
• kostenlose/ preiswertere Gartenabfall-/ Strauchschnittentsorgung	1	vollständige Abholung/ Entleerung/ nichts zurücklassen (heruntergefallenen/ heruntergedrückter Müll)	1
• kostenlose/ preiswertere Nutzung von Recyclinghöfen/ Annahmestellen (Biomüll)	1	mehr auf Sauberkeit achten/ ggf. Straße kehren	1
<b>DIGITALISIERUNG/ HOMEPAGE/ APP</b>	<b>2</b>	<b>ANLIEFERUNG AUF WERTSTOFF-/ RECYCLINGHOF</b>	<b>2</b>
• mehr Funktionen über die App (Sperrmülltermin/ Preisübersicht/ Anfragen)	1	verbesserte/ breitere Zufahrt auf dem Recycling-Hof (kein Rückstau/ Sackgasse)	1
<b>INFORMATIONEN</b>	<b>2</b>	bessere/ längere Öffnungszeiten der Recyclinghöfe/ Annahmestellen (Schadstoffe/ Biomüll/ für Berufstätige auch abends/ 24h-Öffnung mit Zugangskarte)	1
• mehr/ bessere Infos zur Mülltrennung/ was wohin kommt	1	<b>TONNEN/ MÜLLBEHÄLTER</b>	<b>2</b>
<b>SERVICE/ KUNDENORIENTIERUNG ALLGEMEIN</b>	<b>1</b>	Tonnenreinigung/ -desinfizierung anbieten (Gestank im Sommer)	1
• mehr/ besserer Service/ kundenfreundlicher allg.	1	<b>POSITIVE NENNUNGEN</b>	<b>4</b>
<b>GELBE SÄCKE/ TONNE/ PLASTIKMÜLL</b>	<b>3</b>	nichts/ bin zufrieden/ klappt prima/ weiter so! allg.	3
• kleinere gelbe Tonne anbieten	2	Lob/ Dank für die gute Arbeit an die Mitarbeiter (arbeiten bei jedem Wetter/ trotz Corona)	1
<b>SPERRMÜLL</b>	<b>1</b>	freundliche/ hilfsbereite Mitarbeiter (Müllwagen/ Recyclinghof)	1
• kein Sperrmüll auf Abruf/ regelmäßige Sperrmülltermine anbieten/ beibehalten	1	<b>SONSTIGES</b>	<b>2</b>
<b>ALTPAPIER</b>	<b>1</b>	Sonstige Anregungen/ Kritik	2
• Altpapiercontainer überfüllt/ häufiger leeren	1	keine Verbesserungsvorschläge	71
<b>GARTENABFÄLLE/ STRAUCHSCHNITT/ WEIHNACHTSBÄUME</b>	<b>1</b>		
• (saisonal) zusätzliche Tonne für Strauchschnitt/ Gartenabfall/ Grasschnitt	1		
<b>VORGEHEN BEI DER ABHOLUNG</b>	<b>2</b>		
• Tonnen dort abstellen, wo sie vorher standen (nicht auf Gehweg/ Fahrbahn)	1		
• vollständige Abholung/ Entleerung/ nichts zurücklassen (heruntergefallenen/ heruntergedrückter Müll)	1		
• mehr auf Sauberkeit achten/ ggf. Straße kehren	1		

S7. Gibt es noch etwas, was Sie Ihrem Entsorger mitteilen möchten? Was könnte Ihr Entsorger besser machen?

Kundenzufriedenheitsuntersuchung 2021



Angabe in %  
 Basis: n=309  
 CATI: n=150 / Online: n=159

Mai 2021

143

## Hintergrund und Zielsetzung

## Untersuchungsmethode, Untersuchungssteckbrief und Stichprobe

## Generelle Insights zu den Abfallwirtschaften

- Globalzufriedenheit und Image
- Fehlende Dienstleistungen
- Optimierungspotenzial Services
- Produkt- und Dienstleistungsqualität
- Erinnernte Kampagnen
- Kontakt zur Abfallwirtschaft
- Servicequalität
- Preisgestaltung
- Nutzung/ Bewertung Recyclinghöfe
- Zusatzfragen
- Verbesserungsvorschläge

## Zusammenfassung und Empfehlungen

## Globalzufriedenheit

- Die Globalzufriedenheit ist in diesem Jahr heterogen. Während die Kunden die AWD und die ASF auf einem sehr hohen Niveau zufrieden sind, liegt die Zufriedenheit mit der AWR und der AWSH (beide Kreise) auf einem mittleren Niveau. Die AWD konnte sich im Wellenvergleich (nur CATI) signifikant verbessern und die ASF verzeichnet eine Steigerung um 10 Prozentpunkte in der Gesamtzufriedenheit. Die Kunden der AWR sind signifikant unzufriedener.
- Dies zeigt sich auch im externen Benchmark: Hier werden die AWR und die AWSH Stormarn sowohl bei den Online-Interviews als auch bei den CATI-Interviews unterdurchschnittlich bewertet.

## Image

- Die Abfallwirtschaften sind aus Sicht ihrer Kunden zuverlässig und kompetent. Wie für kommunale Unternehmen gängig, haben sie nicht das Image flexibel und preiswert zu sein. Im Vergleich zu 2018 (nur CATI) empfinden die Befragten das Preisniveau signifikant weniger gut. Im internen Vergleich erhält die ASF am häufigsten die besten Beurteilungen (Zuverlässigkeit, Kompetenz, Umweltfreundlichkeit und Flexibilität). Die AWD kann in den Bereichen Kundenorientierung und Zukunftsorientierung am stärksten punkten und die AWSH Lauenburg in der digitalen Aufstellung. Auffällig ist, dass Kunden, die schon einmal Kontakt zu ihrer Abfallwirtschaft hatten und Befragte unter 50 Jahren das Image etwas weniger gut beurteilen. Im Vergleich zu 2018 (nur CATI) gibt es signifikante Änderungen: Die AWD konnte ihre Kundenorientierung deutlich steigern, während die AWR in diesem Bereich deutlich verloren hat. Die AWSH Lauenburg ist weniger zuverlässig und AWSH Stormarn hochpreisiger.

## Fehlende Dienstleistungen

- Insgesamt sagt gut jeder zehnte Befragte, dass ihm Dienstleistungen fehlen; bei der AWR ist es sogar jeder fünfte. Es werden Themen rund um die Abholung, (gelbe) Tonnen, Sperrmüll und Container am häufigsten genannt.

## Optimierungspotenzial Services

- Während bei der AWD und der ASF jeder fünfte Kunde an in Anspruch genommenen Dienstleistungen oder Services etwas zu bemängeln hat, ist es bei der AWSH Stormarn knapp jeder zweite. Auch die AWR und die AWSH L haben einen relativ hohen Anteil an Unzufriedenen.
- Dinge rund um die Abholung werden häufigsten von den Unzufriedenen erwähnt.

## Zufriedenheit von Produkt-/Dienstleistungsmerkmalen

- Am zufriedensten sind die Kunden mit dem Leistungsumfang der Abfallwirtschaften. 79% vergeben für den Leistungsumfang die Top Noten 1 oder 2. Nur jeder Zweite fühlt sich in der Lage das soziale Engagement zu beurteilen. Im Vergleich zu 2018 (nur CATI) hat die Qualität der Durchführung tendenziell verloren, während das soziale Engagement signifikant gewonnen hat. Die ASF kann im Leistungsumfang am meisten überzeugen, die AWSH Lauenburg im Informationsangebot und sozialem Engagement und die AWD in der Qualität der Durchführung und Service/ Betreuung. Der Leistungsumfang der AWR hat sich nach Meinung ihrer Kunden signifikant verschlechtert. Bei der AWSH (beide Kreise) gibt es eine negative Tendenz bei der Qualität der Durchführung und bei der AWD hinsichtlich des Leistungsumfangs.

## Begründung Unzufriedenheit von Produkt-/Dienstleistungsmerkmalen

- In dem Bereich Service- und Betreuung betreffen die Hauptkritikpunkte der Kunden die Kommunikation/ Information und die Tonnenentleerung. Als Begründung für die Kritik an der Kommunikation wird häufiger der Wunsch nach einem besseren, freundlicheren Beschwerdemanagement, freundlichen Mitarbeitern sowie schnellere proaktive Information genannt. Hinsichtlich der Tonnenentleerung ist der Hauptwunsch eine „bessere/ zuverlässige/ termingetreue Müllentsorgung/ kein Ausfall allg.“.
- Die Hauptschwachstelle in der Informationspolitik ist die Übermittlung von aktuellen, regelmäßigen und häufigeren Informationen.
- Das soziale Engagement ist den Befragten zu wenig bekannt.

## Bekanntheit von Kampagnen der Abfallwirtschaften

- Der Erinnerungswert der vorgegebenen Kampagnen schwankt zwischen den Unternehmen erheblich. Während sich in etwa zwei von drei Kunden der ASF und AWD an die Kampagnen erinnern, sind es bei der AWR lediglich 14%, die sich an Kampagnen erinnern.
- Spontan erinnern sich die Kunden der AWD, AWR und AWSH am häufigsten an die Einführung der Wertstofftonne und die Kunden der ASF an die Einführung des Chips an den Tonnen.

## Kontakt zu den Abfallwirtschaften

- Insgesamt haben drei Viertel schon einmal eins der Unternehmen kontaktiert. Am häufigsten hatten die Kunden der AWSH Lauenburg Kontakt zu ihrer Abfallwirtschaft. Die Kunden der AWR waren in dieser Hinsicht am zurückhaltendsten.
- Die Kontaktrate generell ist im Vergleich zu 2018 (nur CATI) konstant geblieben. Eine leichte Erhöhung lässt sich bei der AWR und ASF feststellen.
- Nur ASF: Das Internet wird als Kontaktmedium immer wichtiger. Insbesondere Jüngere (unter 50 Jahren) suchen über das Internet (zusätzlichen) den Kontakt zu der ASF. Knapp jeder Zehnte hatte auch schon Kontakt über die App.

## Servicequalität

- Kunden mit einem Kontakt zu ihrem Entsorger schätzen die Freundlichkeit der Mitarbeiter und das Einhalten der Termine/ die Zuverlässigkeit. Nach wie vor erhält die Beschwerdeabwicklung im Zufriedenheitsranking den letzten Platz und hat das meiste Optimierungspotenzial. Auch die Reaktionszeit bei Aufträgen hat in der Zufriedenheit noch Verbesserungsbedarf.
- Im Vergleich zu 2018 (nur CATI) zeigt sich, dass sich die Freundlichkeit der Mitarbeiter, die Kompetenz der Mitarbeiter, die Informationen über Terminänderungen und die Reaktionszeit bei Aufträgen signifikant positiv entwickelt hat. Jedoch sind es die Befragten unter 50 Jahren, die die Servicequalität insgesamt weniger gut bewerten.

## Servicequalität

- Im internen Vergleich der Unternehmen wird die ASF in vier von sechs Ausprägungen am besten bewertet. Die AWD überzeugt bei der Reaktionszeit bei Aufträgen und bei der Beschwerdeabwicklung. Die AWR wird am wenigsten gut hinsichtlich den Informationen über Terminänderungen bewertet und die AWSH Stormarn kann in den restlichen fünf Qualitätsmerkmalen am wenigsten zufriedenstellen.
- Der Vergleich zu 2018 (nur CATI) zeigt signifikant positive Veränderungen bei der ASF in den Merkmalen Freundlichkeit der Mitarbeiter, Einhalten der Termine/ Zuverlässigkeit und Informationen über Terminänderungen. Die AWSH Lauenburg konnte sich signifikant bei der Reaktionszeit bei Aufträgen verbessern und die AWSH Stormarn hinsichtlich der Beschwerdeabwicklung.
- Die Beschwerdequote hat sich insgesamt bei allen Abfallwirtschaften erhöht. Besonders häufig wurde sich bei der AWSH Lauenburg, AWSH Stormarn und der AWR beschwert.

## Preis- Leistungsverhältnis

- In diesem Jahr sind die Kunden der AWR bezüglich des Preis- Leistungsverhältnisses erheblich unzufriedener als die Kunden der anderen Abfallwirtschaften. Bemerkenswert ist, dass Online-Befragte generell zufriedener mit dem Preis- Leistungsverhältnis sind als CATI-Befragte.
- Eine signifikante negative Veränderung im Vergleich zu 2018 (nur CATI) ist bei der AWR und AWSH Lauenburg festzustellen.

## Monatliches Entgelt

- Die Kunden der Abfallwirtschaften (auch CATI) geben an, dass die monatlichen Gebühren rund drei Euro niedriger sind als 2018. Das durchschnittliche monatliche Entgelt wird mit 20 € angegeben.

## Recyclinghöfe

- So gut wie alle Befragten nutzen einen Recyclinghof mindestens einmal im Jahr und mehr als zwei Drittel sind mit dem von ihnen vorrangig genutzten Recyclinghof auch hoch zufrieden. Die Recyclinghöfe der ASF und der AWR verzeichnen die höchste Zufriedenheit.
- Größter Kritikpunkt an den Recyclinghöfen sind die Gebühren. Auch die Verkehrssituation und die Öffnungszeiten können die Kunden nur bedingt zufriedenstellen. Die Kunden der AWD sind am wenigsten zufrieden mit den auf dem Recyclinghof erhobenen Gebühren. Die ASF erhält die zufriedensten Befragten bei der Schnelligkeit der Abwicklung.

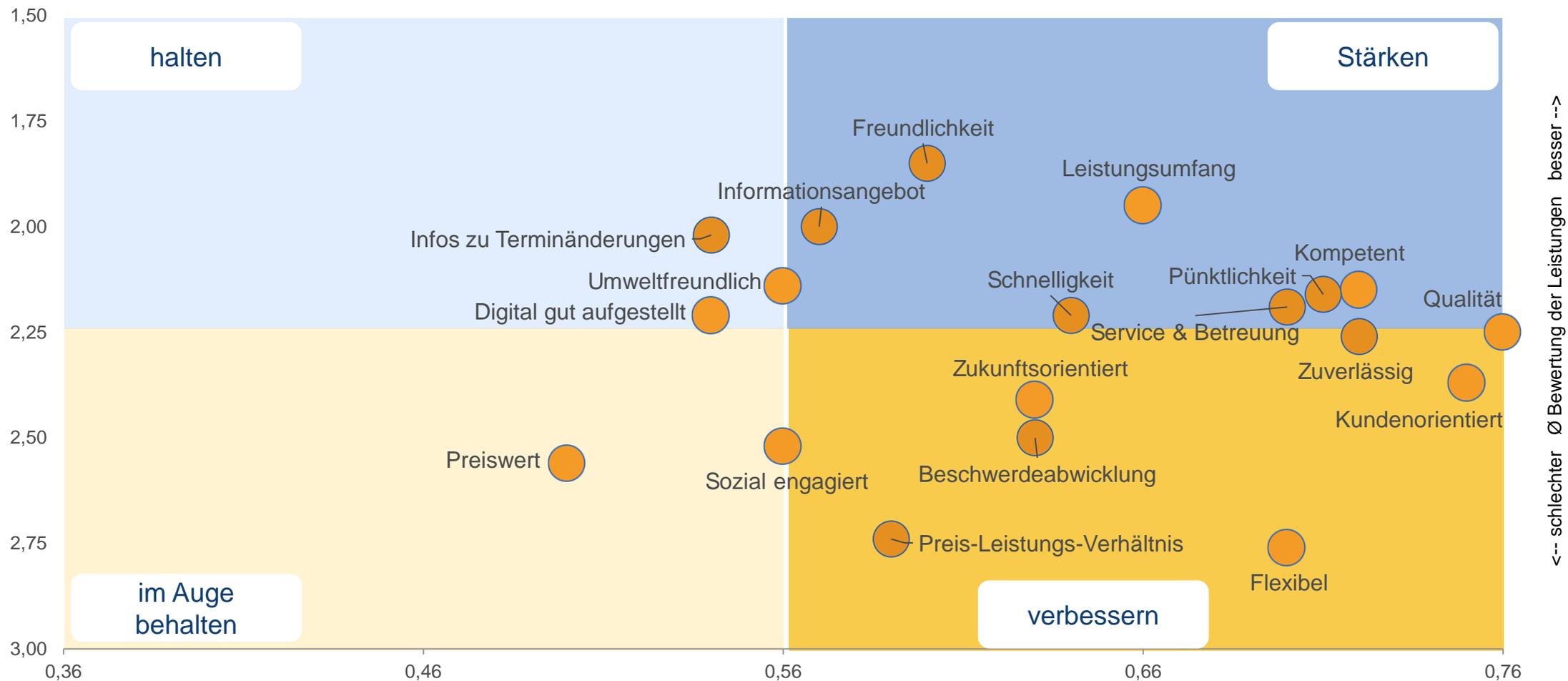
- Die befragten Kunden der teilnehmenden Unternehmen sind generell sehr zufrieden. Das Niveau der Zufriedenheit variiert je nach Abfallwirtschaft. Die AWR und die AWSH (beide Kreise) haben im Vergleich mit der ASF und der AWD Verbesserungsbedarf. Dies zeigt sich auch im externen kommunalen Benchmark: Die AWR und AWSH Stormarn werden unterdurchschnittlich bewertet.
- Das Niveau des Images ist in diesem Jahr auf Grund der neu hinzugekommenen Online-Interviews leicht niedriger als in den Jahren zuvor, ist jedoch dennoch als gut zu bewerten. Befragte unter 50 Jahren sind kritischer. Insgesamt verbinden die Kunden die Abfallwirtschaftsunternehmen mit Zuverlässigkeit und Kompetenz. Kunden, die Kontakt zu den Unternehmen hatten, sind insbesondere bei den Eigenschaften „flexibel“ und „zuverlässig“ etwas negativer. Das soziale Engagement ist zu wenig bekannt. Im internen Vergleich erhält die ASF am häufigsten die besten Beurteilungen (Zuverlässigkeit, Kompetenz, Umweltfreundlichkeit und Flexibilität). Die AWD kann in den Bereichen Kundenorientierung und Zukunftsorientierung am stärksten punkten und die AWSH Lauenburg in der digitalen Aufstellung. Im Vergleich zu 2018 (nur CATI) gibt es signifikante Änderungen: Die AWD konnte ihre Kundenorientierung deutlich steigern, während die AWR in diesem Bereich deutlich verloren hat. Die AWSH Lauenburg ist weniger zuverlässig und AWSH Stormarn hochpreisiger.
- Die angebotenen Dienstleistungen der Unternehmen sind aus Sicht der Kunden ausreichend. Die große Mehrheit wünscht sich keine weiteren Dienstleistungen. Werden die angebotenen Dienstleistungen in Anspruch genommen, gibt es zum Teil auch Kritik daran (am häufigsten bei der AWSH Stormarn). Es sind Dinge rund um die Abholung, die die Kunden verärgern.
- Der Leistungsumfang der Abfallwirtschaftsbetriebe wird dementsprechend am besten bewertet. Allerdings hat sich Leistungsumfang der AWR hat sich nach Meinung ihrer Kunden (CATI) signifikant verschlechtert. Achtung: Die Qualität der Durchführung hat tendenziell verloren. Erfreulich: das soziale Engagement wird signifikant besser als 2018 bewertet (insbesondere bei der AWR und der AWSH Lauenburg).
- Unzufriedenheit mit dem Service und der Betreuung entsteht am häufigsten durch die Kommunikation mit den Kunden und die Tonnenentleerung.
- Kritiker des Informationsangebotes wünschen sich mehr (aktuelle) Informationen und Unzufriedene mit dem sozialen Engagement fühlen sich nicht genug über das soziale Engagement informiert bzw. sehen das soziale Engagement nur als PR.
- Der Erinnerungswert der gefahren Kampagnen schwankt zwischen den Unternehmen. Den höchsten Erinnerungswert erreichen Kampagnen bei der AWD und der ASF, bei der AWR ist der Erinnerungswert am niedrigsten. Die überregionale Kampagne „wir lieben Recycling“ wird durchschnittlich von 29% wahrgenommen (nicht AWR) und „wir für Bio“ von 19% (AWR 1%).

- Generell suchen die Kunden häufig den Kontakt zu ihrer Abfallwirtschaft. Es zeigt sich, dass die Online-Befragten kontaktfreudiger als die CATI-Befragten sind.
- In der Servicequalität hat sich die Beschwerdequote insgesamt erhöht. Besonders häufig wurde sich bei der AWSH Lauenburg, AWSH Stormarn und der AWR beschwert. Die Kunden mit Kontakt zu ihrer Abfallwirtschaft schätzen die Freundlichkeit und Kompetenz der Mitarbeiter sowie das Einhalten der Termine/ die Zuverlässigkeit. Die ASF wird in den meisten Servicemerkmalen am besten beurteilt. Die AWD überzeugt durch die Reaktionszeit bei Aufträgen und durch die Beschwerdeabwicklung. Die AWSH Stormarn konnte ihre Kunden in der Termineinhaltung/ Zuverlässigkeit und der Beschwerdeabwicklung am wenigsten zufriedenstellen. Die AWR hat Verbesserungsbedarf bei den Informationen über Terminänderungen. Achtung: die Beschwerdeabwicklung sollte bei allen Unternehmen im Auge behalten werden.
- Das Preis- Leistungsverhältnis wird als zufriedenstellend empfunden. Hier sind Online-Befragten zufriedener als die CATI-Befragten. Auffällig ist, dass Mieter und Kunden, die keinen Kontakt zu den Unternehmen hatten, unzufriedener mit dem Preis- Leistungsverhältnis sind.
- Durchschnittlich geben die Befragten für das monatliche Entgelt einen Betrag von 19,88 € an. Zwischen den einzelnen Kreisen ist die Höhe des Betrages sehr unterschiedlich.
- Die Mehrheit ist mit den genutzten Recyclinghöfen hoch zufrieden. Größter Kritikpunkt an den Recyclinghöfen sind die Gebühren (insbesondere bei der AWD). Auch die Verkehrssituation (gerade bei der AWSH Stormarn) und die Öffnungszeiten (besonders bei der AWD) können die Kunden nur bedingt zufriedenstellen. Nach Verbesserungsvorschlägen befragt, werden am häufigsten Schlagworte wie Container, Öffnungszeiten, Preise und Mitarbeiter genannt.

Besonders wichtig für die Kundenzufriedenheit sind eine gute Kundenorientierung, Qualität der Leistungen, Kompetenz der Mitarbeiter sowie Service und Betreuung.

Treiber für die Globalzufriedenheit der Kunden sind die Qualität, Kundenorientierung, Kompetenz und Zuverlässigkeit.

Treiber für die Globalzufriedenheit – AWSH Stormarn



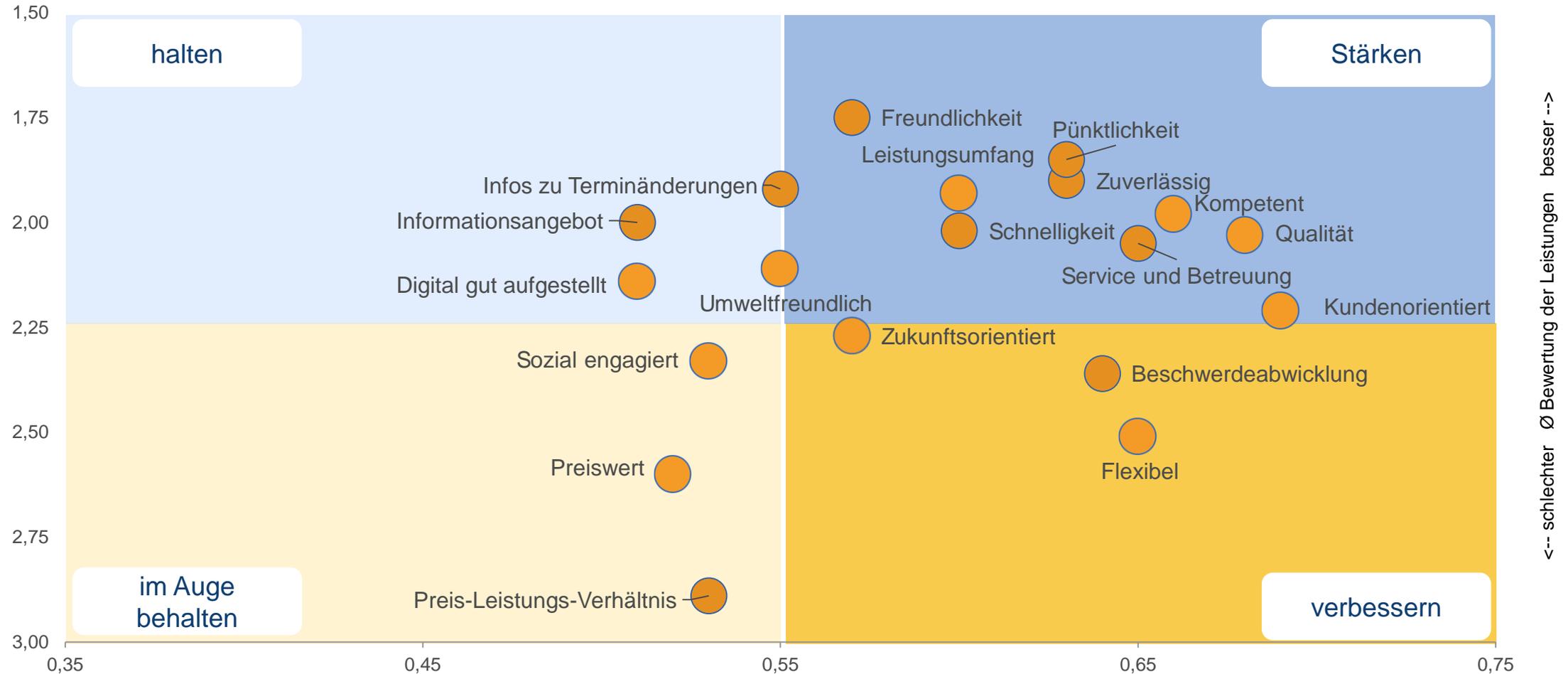
\*\*) Statistische Korrelation nach Pearson

<-- niedriger Bedeutung für die Globalzufriedenheit \*\* höher -->

- Die Mitarbeiter der Abfallwirtschaften repräsentieren das Unternehmen und sind häufig der einzige Kontaktpunkt. Durch Schulung der Mitarbeiter sollte der Umgang mit den Kunden weiter optimiert werden. Gerade in der Beschwerdeabwicklung können so weitere Ärgernisse der Kunden vermieden werden.
- E-Mails sollten sehr zeitnah beantwortet werden.
- Das soziale Engagement sichtbarer machen und/ oder verstärkt regionale soziale Tätigkeiten aufnehmen (Beispiel AWR, AWSH Lauenburg und AWSH Stormarn).
- Informationen über (Termin-) Änderungen regelmäßig und zeitnah veröffentlichen.
- Die Tonnenentleerung zuverlässig und ohne Verzögerung durchführen. Bei Problemen mit der termingetreuen Entleerung sollte dies sehr zeitnah kommuniziert werden. Das „Stehenlassen“ von Tonnen führt zu extremer Verärgerung, hier sollte sehr schnell nachgebessert werden. Tonnen möglichst ohne Reste entleeren.
- Die Umstellung auf die Wertstofftonne bedarf noch einer Gewöhnungsphase. Die Kunden wünschen sich verschiedene Behältergrößen.
- Auch an die Umstellung der Sperrmüllabfuhr müssen sich die Kunden noch gewöhnen.
- Die Container auf den Recyclinghöfen – wenn möglich - ohne Treppen zugänglich machen, ansonsten stabile Treppen aufstellen. Nach wie vor sind die Gebühren für die abgegebenen Mengen intransparent und variieren je nach Mitarbeiter. Hier sollte eine Transparenz hergestellt werden. Die Öffnungszeiten sollten für Berufstätige angepasst werden.
- Weiterhin soziale Medien und die Apps pflegen, modernisieren und stabilisieren. Gerade für die nachwachsenden jüngeren Kunden werden diese Medien in Zukunft der wichtigste Kontaktpunkt zu den Abfallwirtschaften sein.

Besonders wichtig für die Kundenzufriedenheit sind eine gute Kundenorientierung, Qualität der Leistungen, Kompetenz der Mitarbeiter sowie Service und Betreuung.

Treiber für die Globalzufriedenheit – Alle Befragten



\*\*) Statistische Korrelation nach Pearson

<-- niedriger Bedeutung für die Globalzufriedenheit \*\* höher -->

## Ihre Ansprechpartnerin

**Christine Steiner**  
Senior Research Consultant

☎: +49 (0) 40 - 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](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)

Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass die in dieser Präsentation dargestellten Ideen, Inhalte, Konzepte, Grafiken und empfohlene Tools dem Urheberrecht unterliegen. Es bleibt geistiges Eigentum der g/d/p und darf ohne unsere ausdrückliche vorherige Genehmigung weder ganz oder teilweise vervielfältigt noch Dritten zugänglich gemacht werden.

**Vorsprung durch Wissen**