



KUNDENFOCUS Bürger

Bürgerbefragung zu
Zufriedenheit und Leistungsbedarf

Ergebnisbericht
für
den Zweckverband Abfallwirtschaft
Region Hannover

16. April 2024

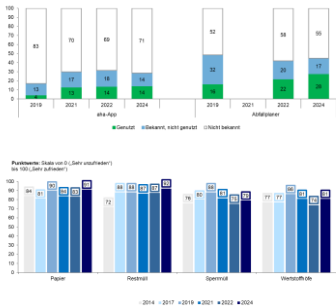
1. Hintergrund: Zielgruppe und Methodik

Wer?



- Einwohnerinnen und Einwohner ab 18 aus der Stadt Hannover sowie der Region Hannover
- Repräsentative Zufallsauswahl mit Quotierung nach amtlichen Bevölkerungsstatistiken
- Stichprobe n = 1.000

Was?



- Fragebogeninhalt:
 - Zufriedenheit mit dem Zweckverband Abfallwirtschaft Region Hannover
 - Zufriedenheit mit Entsorgung und Abfuhr
 - Besuche der Wertstoffhöfe
 - Zufriedenheit Mitarbeiterkontakt
 - Zukünftige Kontaktwege

Wie?



- Telefonbefragung (CATI = Computer Assisted Telephone Interviewing)
- Durchschnittliche Interviewdauer: ca. 13 Minuten
- Befragungszeitraum: 29.01 – 09.02.2024

Ergebnis

- Belastbares Stimmungsbild der Bevölkerung, Trend, Vergleich zu anderen Betrieben als Entscheidungsgrundlage für die Zukunft

1. Hintergrund: Ausgangssituation

Die repräsentative Befragung KUNDENFocus Bürger wird in der Region und Landeshauptstadt Hannover bereits zum sechsten Mal durchgeführt.

- Ziel der repräsentativen telefonischen Befragung in der Region und Landeshauptstadt Hannover ist die Ermittlung der Zufriedenheit der Bürgerinnen und Bürger mit dem Zweckverband Abfallwirtschaft Region Hannover (aha) und seinen Leistungen sowie dem Entsorgungskonzept.
- Bereits 2014, 2017, 2019, 2021 und 2022 wurde der KUNDENFocus Bürger in der Region Hannover durchgeführt. Die Debatte um das Entsorgungskonzept in der Region im Jahr 2014 schlug sich in den damaligen Befragungsergebnissen nieder, 2017 zeigte sich dann eine deutlich gestiegene Zufriedenheit der Bürgerinnen und Bürger mit dem Zweckverband Abfallwirtschaft Region Hannover, aber auch mit den Entsorgungsleistungen. 2022 blieb die Gesamtzufriedenheit weiterhin hoch, auch wenn sich leichte Abwärtsbewegungen in den Detailzufriedenheiten zeigen.
- 2024 konnte die Zufriedenheit in vielen Aspekten wieder deutlich gesteigert werden. Insbesondere in Bezug auf die Gesamtzufriedenheit und das Image erreicht aha Bestwerte. Auch die Zufriedenheit mit der Entsorgung lag bei vielen Fraktionen seit Beginn der Befragungen noch nie höher.

1. Hintergrund: Benchmark

In den aktuellen Benchmark fließen Ergebnisse aus 22 Studien der Jahre 2020 bis 2024 ein.

Städte:

- Aachener Stadtbetrieb
- Berliner Stadtreinigungsbetriebe (BSR)
- bonnorange AöR
- Entsorgungsbetriebe der Landeshauptstadt Wiesbaden
- Gesellschaft für Stadtreinigung und Abfallwirtschaft Krefeld (GSAK)
- Ingolstädter Kommunalbetriebe AöR (INKB)
- Stadtraumservice Mannheim
- Stadtreinigung Hamburg (SRH)
- Technisches Betriebszentrum Flensburg (TBZ)
- Technisches Betriebszentrum Neumünster (TBZ)

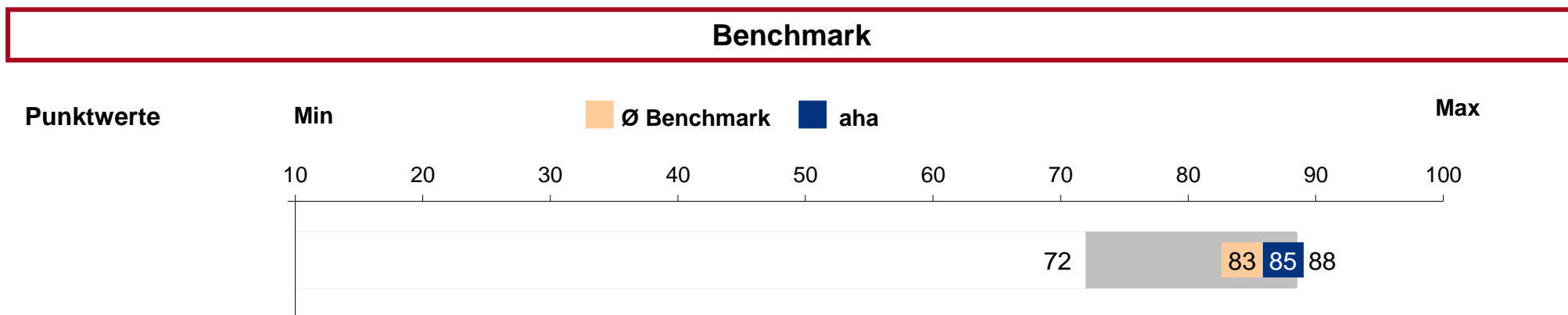
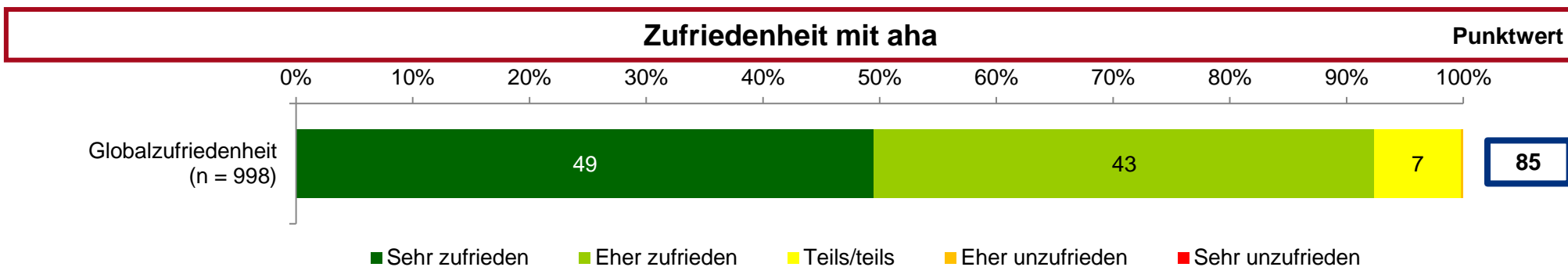
Landkreise:

- Abfallwirtschaftsbetrieb des Landkreises Alzey-Worms
- Abfallwirtschaftsbetrieb des Landkreises Augsburg
- Abfallwirtschaftsbetrieb des Landkreises Böblingen
- Abfallwirtschaftsbetrieb des Landkreises Fürstentfeldbruck (AWB)
- Abfallwirtschaftsbetrieb Landkreis Grafschaft Bentheim
- Abfallwirtschaftsgesellschaft Landkreis Vechta
- Abfallwirtschaft Landkreis Schaumburg (AWS)
- ESO Stadtservice GmbH Offenbach
- Kreiswerke Weimarer Land
- Landkreisbetriebe Neuburg-Schrobenhausen
- RSAG AöR
- Zweckverband Abfallwirtschaft Region Hannover (aha)



2. Gesamteindruck: Zufriedenheit mit aha Region Hannover

Die Gesamtzufriedenheit mit aha ist hoch und liegt über dem Niveau des kommunalen Vergleichs.

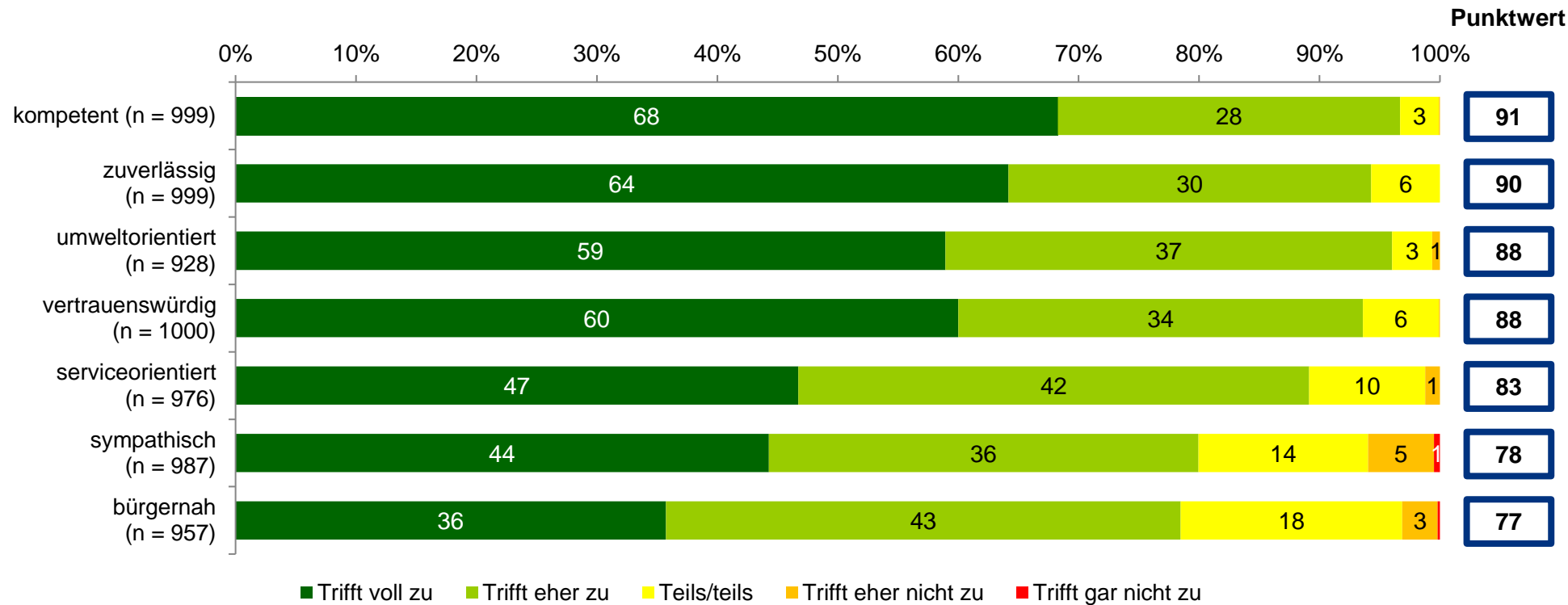


Frage 2: Wie zufrieden sind Sie mit "aha" alles in allem?

2. Gesamteindruck: Image im Detail

Die hohe Zufriedenheit spiegelt sich auch in den einzelnen Imagezuschreibungen wider. Besonders die Attribute „kompetent“, „zuverlässig“ und „umweltorientiert“ werden mit aha in Verbindung gebracht.

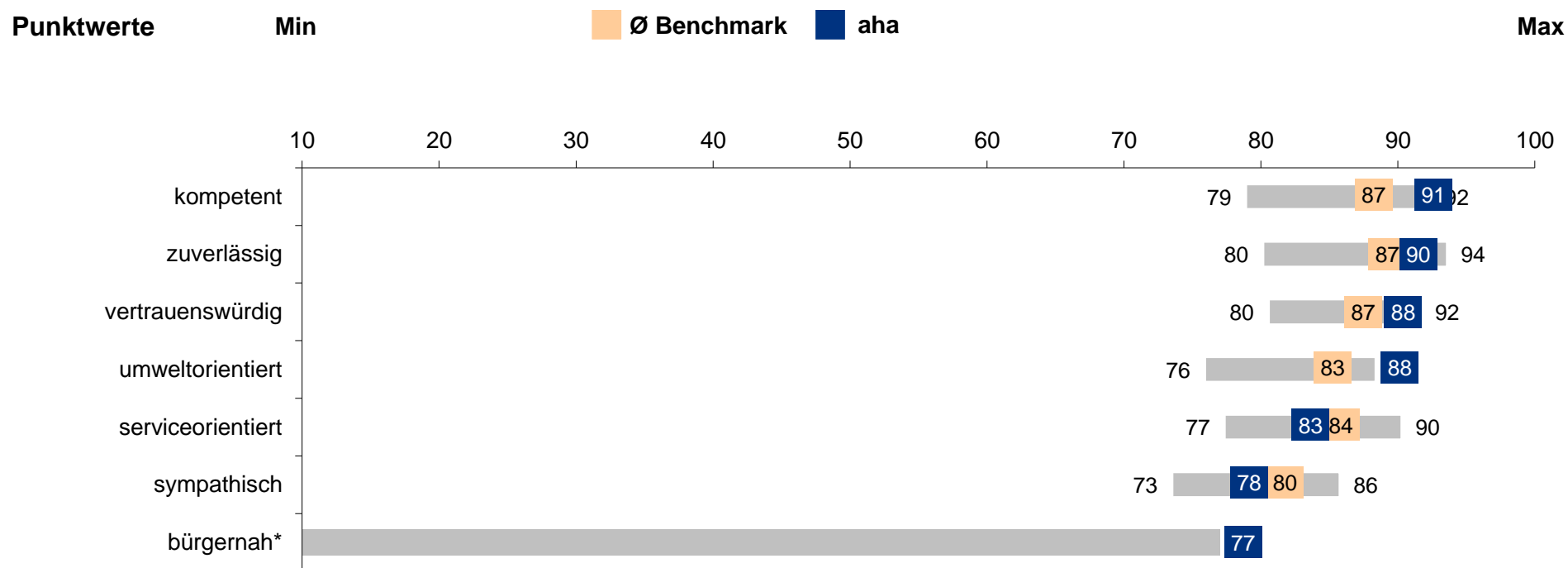
Zufriedenheit mit aha



Frage 3: Ich lese Ihnen jetzt ein paar Eigenschaften vor und möchte von Ihnen wissen, inwieweit sie auf "aha" zutreffen.

2. Gesamteindruck: Image – im kommunalen Vergleich

Im kommunalen Vergleich liegt aha teils deutlich über dem Durchschnitt; bei dem Imagewert „umweltorientiert“ erreicht man sogar den Bestwert. Serviceorientiertheit und die Einschätzung von aha als sympathisch liegen leicht unter dem Benchmark.



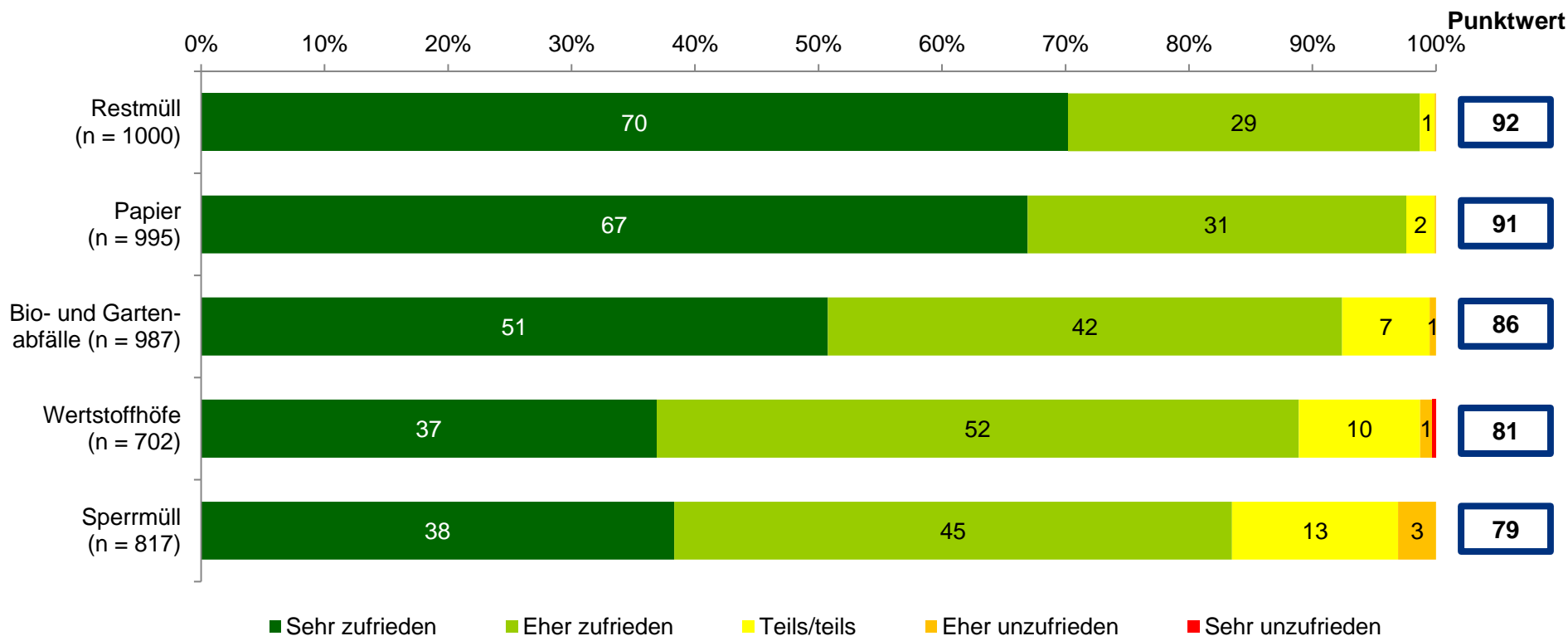
* Nicht genügend Vergleichswerte vorhanden

Frage 3: Ich lese Ihnen jetzt ein paar Eigenschaften vor und möchte von Ihnen wissen, inwieweit sie auf "aha" zutreffen.

3. Entsorgung: Zufriedenheit im Detail

Die Zufriedenheit mit der Entsorgung der einzelnen Abfallfraktionen ist jeweils hoch. Am ehesten kritisch werden die Wertstoffhöfe und die Sperrmüllabholung gesehen, wobei auch hier keine dezidierte Unzufriedenheit vorliegt.

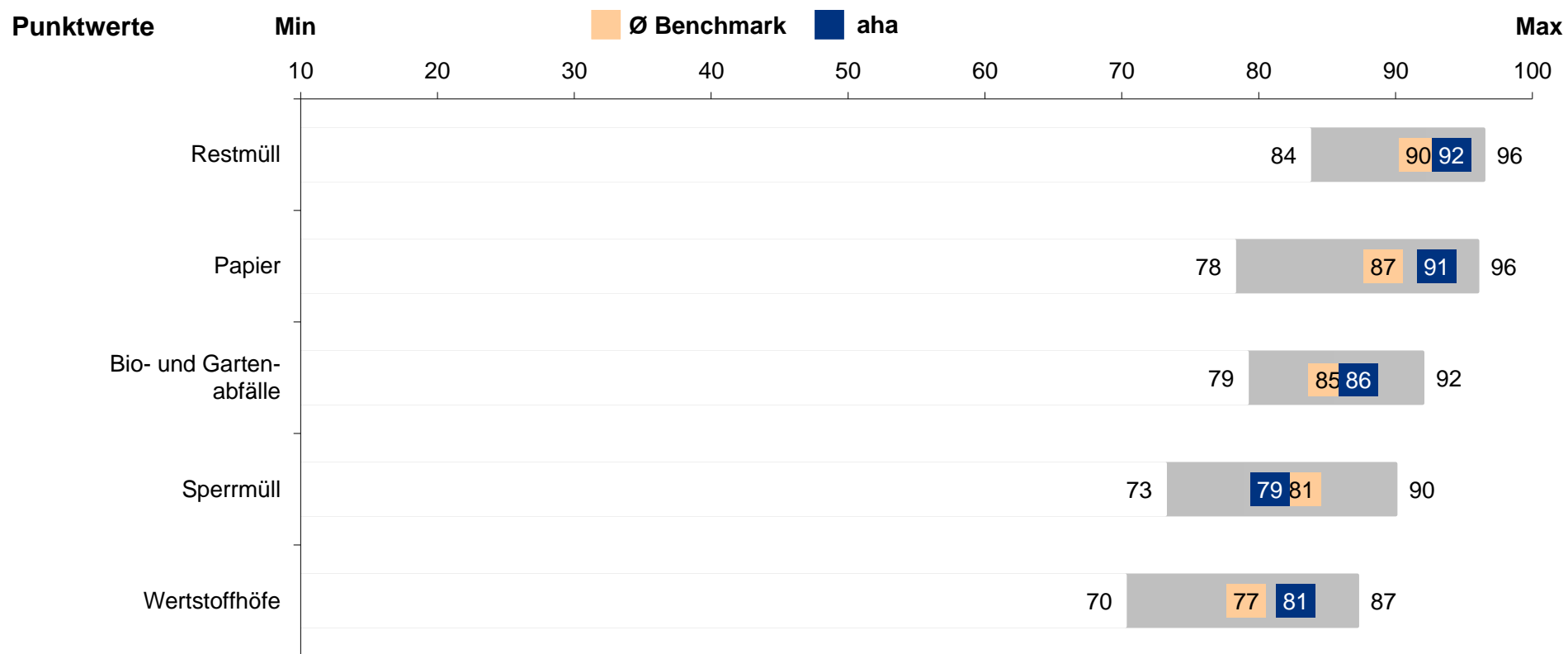
Zufriedenheit mit der Entsorgung im Detail



Frage 4: Lassen Sie uns jetzt über Ihre Zufriedenheit speziell mit der Entsorgung sprechen. Wie zufrieden sind Sie ganz allgemein mit...?

3. Entsorgung: Zufriedenheit – im kommunalen Vergleich

Im kommunalen Vergleich erreicht aha bei allen Fraktionen überdurchschnittliche Zufriedenheitswerte. Lediglich bei der Zufriedenheit mit der Sperrmüllabholung liegt man knapp unter dem Benchmark.

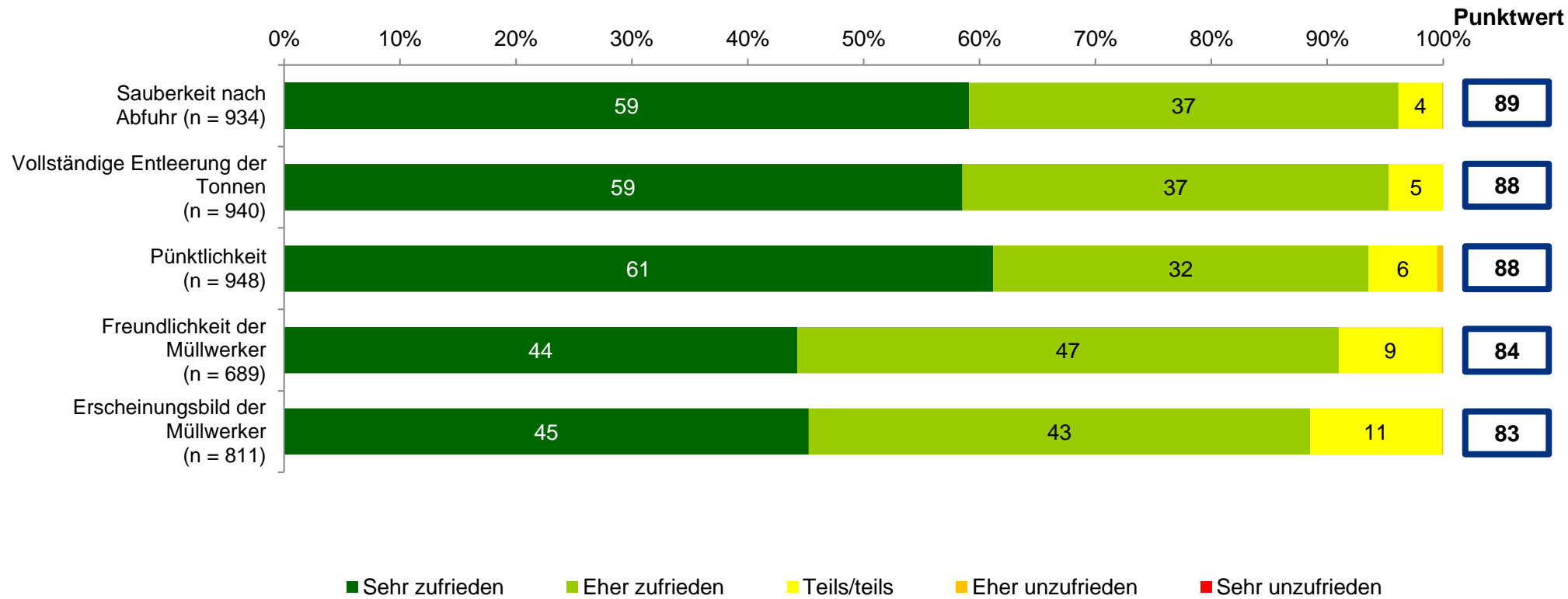


Frage 4: Lassen Sie uns jetzt über Ihre Zufriedenheit speziell mit der Entsorgung sprechen. Wie zufrieden sind Sie ganz allgemein mit...?

4. Abfuhr: Zufriedenheit im Detail

Die einzelnen Aspekte der Abfuhr werden über alle Punkte hinweg positiv beurteilt. Es liegt keinerlei Unzufriedenheit vor.

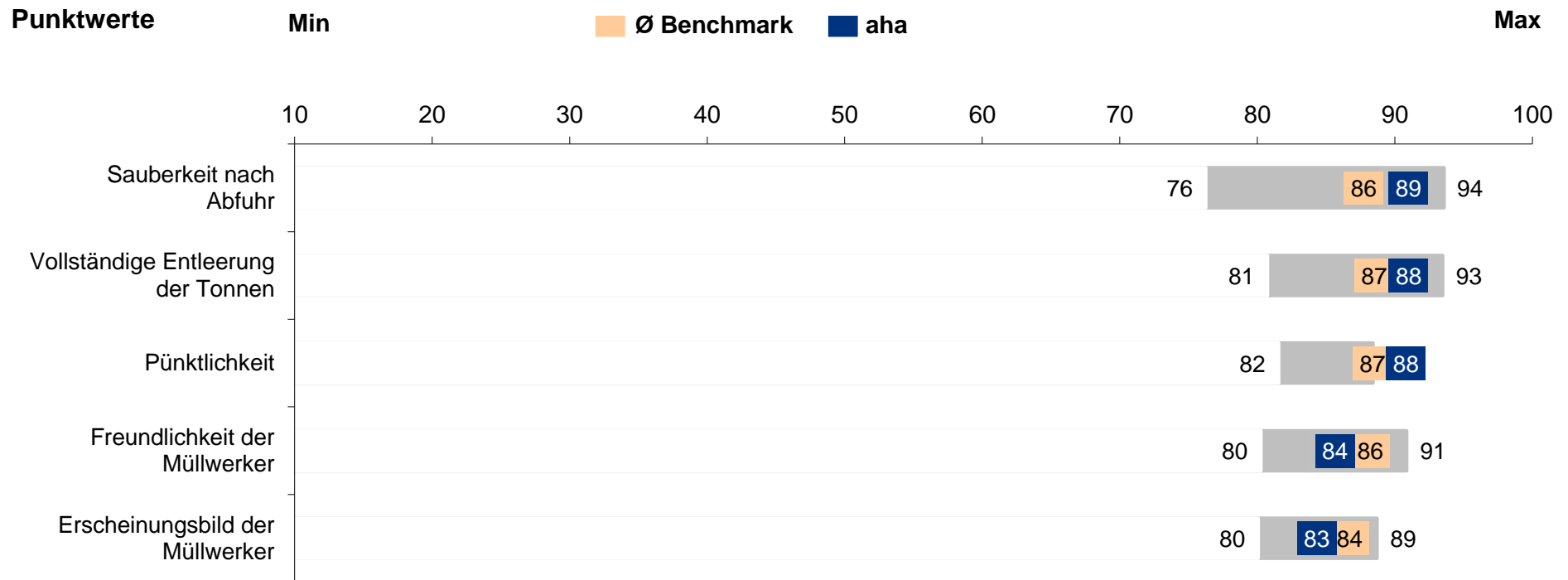
Zufriedenheit mit der Abfuhr im Detail



Frage 5: Und nun zur Abfuhr der Müllbehälter. Wie zufrieden sind Sie da mit...?

4. Abfuhr: Zufriedenheit – im kommunalen Vergleich

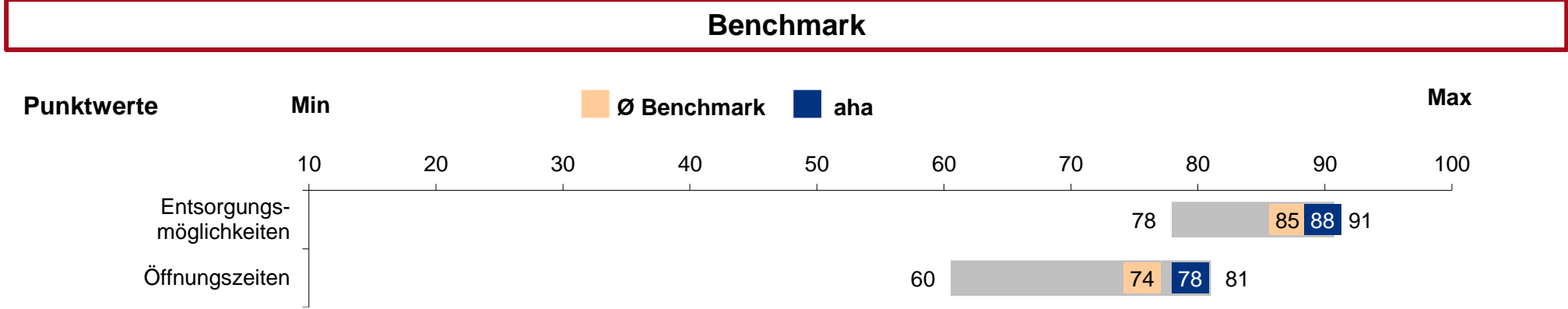
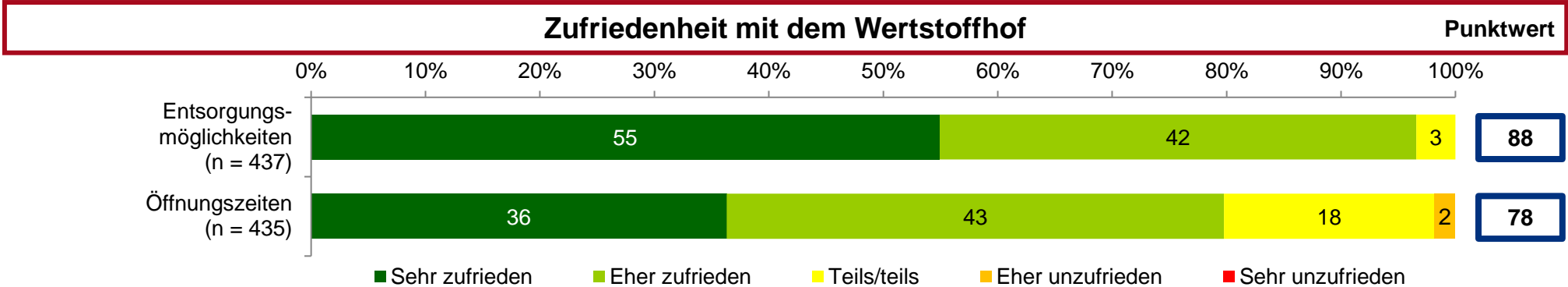
Der sehr gute kommunale Benchmark wird von aha in den „harten“ Aspekten der Sauberkeit, Entleerung und Pünktlichkeit übertroffen, bei letzterer erreicht man sogar den Bestwert im kommunalen Vergleich. Die Zufriedenheit mit Freundlichkeit und Erscheinungsbild der Müllwerker liegt jeweils lediglich knapp unter dem Vergleichswert.



Frage 5: Und nun zur Abfuhr der Müllbehälter. Wie zufrieden sind Sie da mit...?

5. Wertstoffhof: Zufriedenheit

Die Befragten sind mit den Wertstoffhöfen bezüglich der Entsorgungsmöglichkeiten überwiegend sehr zufrieden. Die Öffnungszeiten hingegen werden typischerweise kritischer bewertet, gleichwohl liegt die Zufriedenheit auch hier über dem kommunalen Benchmark.

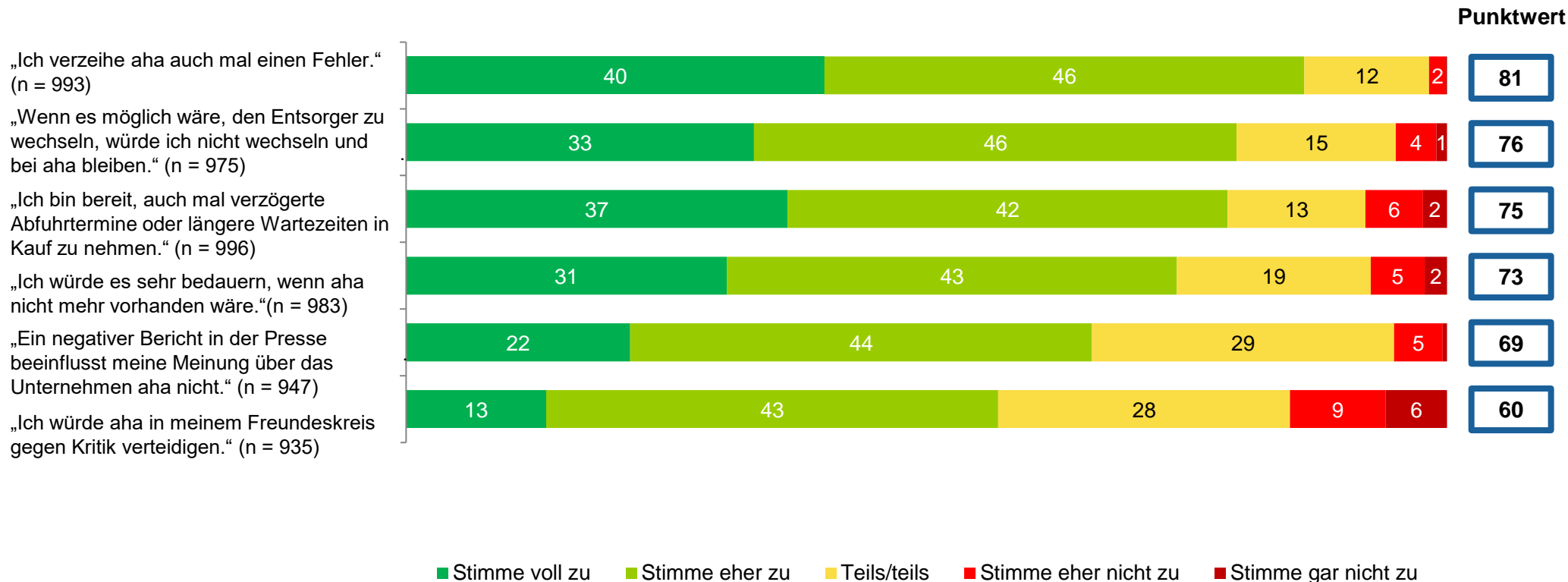


Frage 7: Jetzt geht es um Ihre Zufriedenheit mit dem Wertstoffhof. Wie zufrieden sind Sie mit...?

6. Loyalität und Zufriedenheit

Insbesondere die Aussagen, dass man auch mal Fehler verzeihen würde und auch bei gebotener Gelegenheit nicht den Entsorger wechseln würde, stoßen auf Zustimmung unter den Befragten. Im Freundeskreis gegen Kritik verteidigen würden aha mehr als die Hälfte.

Loyalität

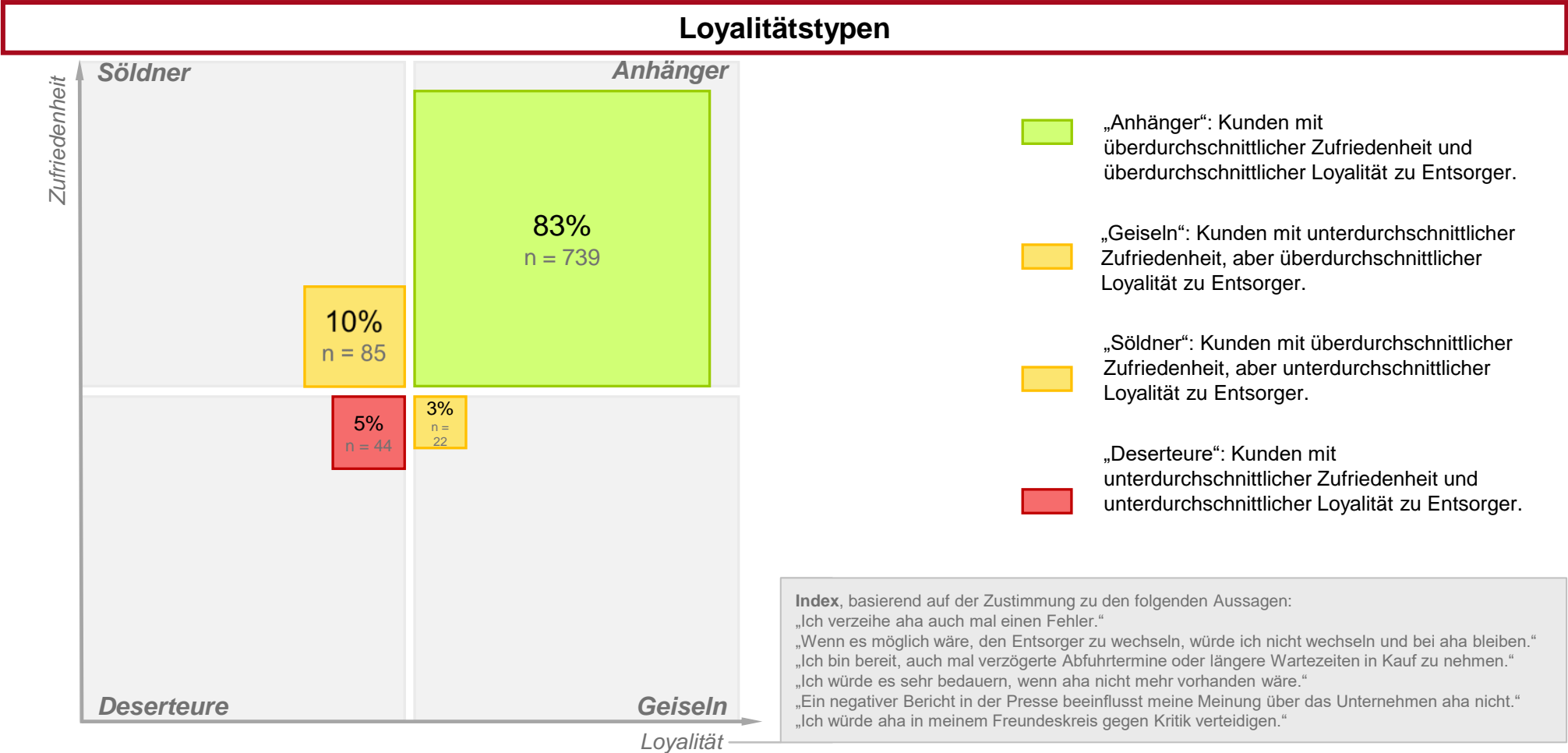


Frage 11: Ich lese Ihnen jetzt ein paar Aussagen zu Ihrem Entsorgungsanbieter "aha" vor. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage, inwieweit Sie ihr zustimmen.



6. Loyalität und Zufriedenheit: Loyalitätstypen (I)

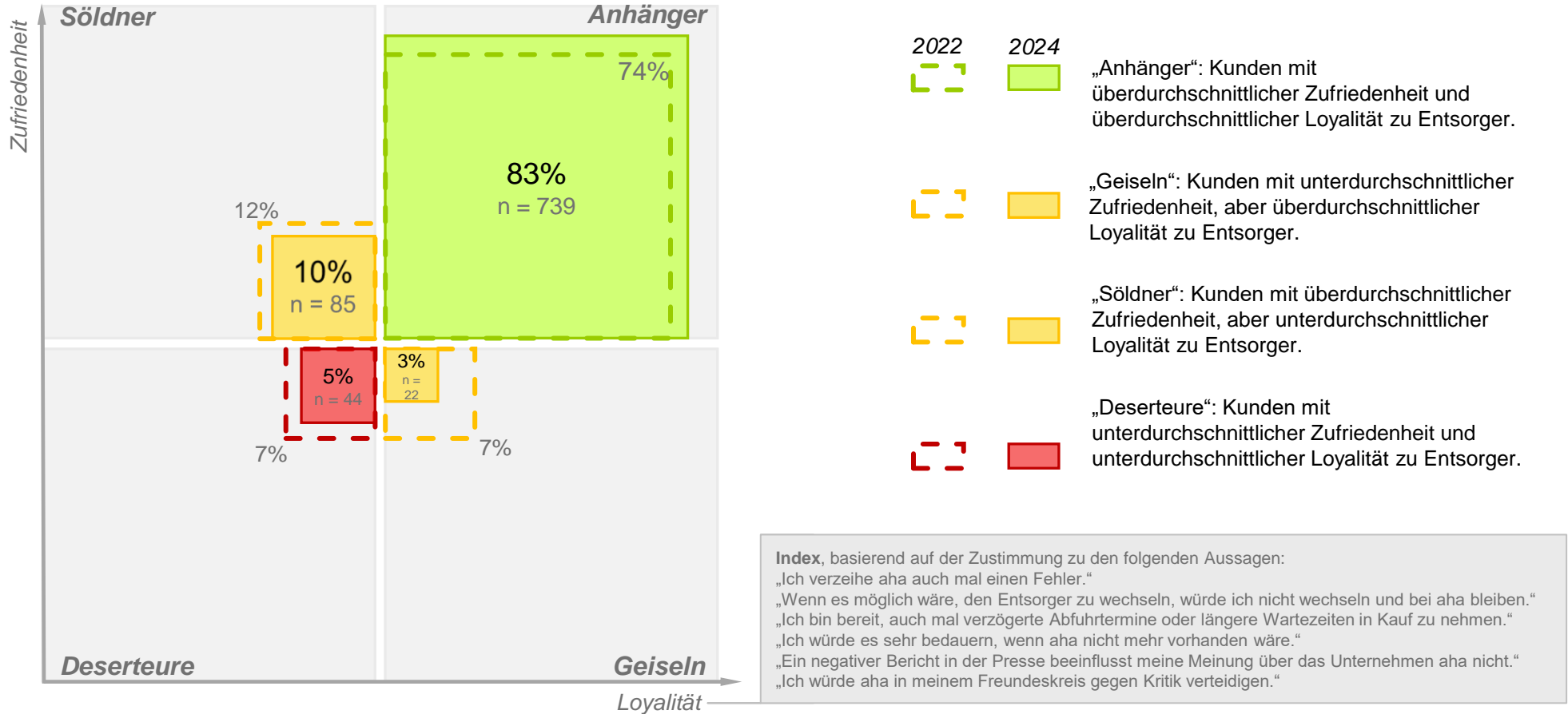
Unter den Befragten, die alle Loyalitätsfragen beantworten konnten, finden sich 83% Anhänger von aha. Weitere 10% gelten als Söldner, also Bürger mit einer hohen Zufriedenheit aber einer geringen Loyalität. 5% entfallen auf die Gruppen der Deserteure, 3% auf die der Geiseln. Insgesamt weist diese Verteilung ein hervorragendes Loyalitätsniveau aus.



6. Loyalität und Zufriedenheit: Loyalitätstypen (II)

Der Anteil an Anhängern konnte im Vergleich zu 2022 sogar noch gesteigert werden.

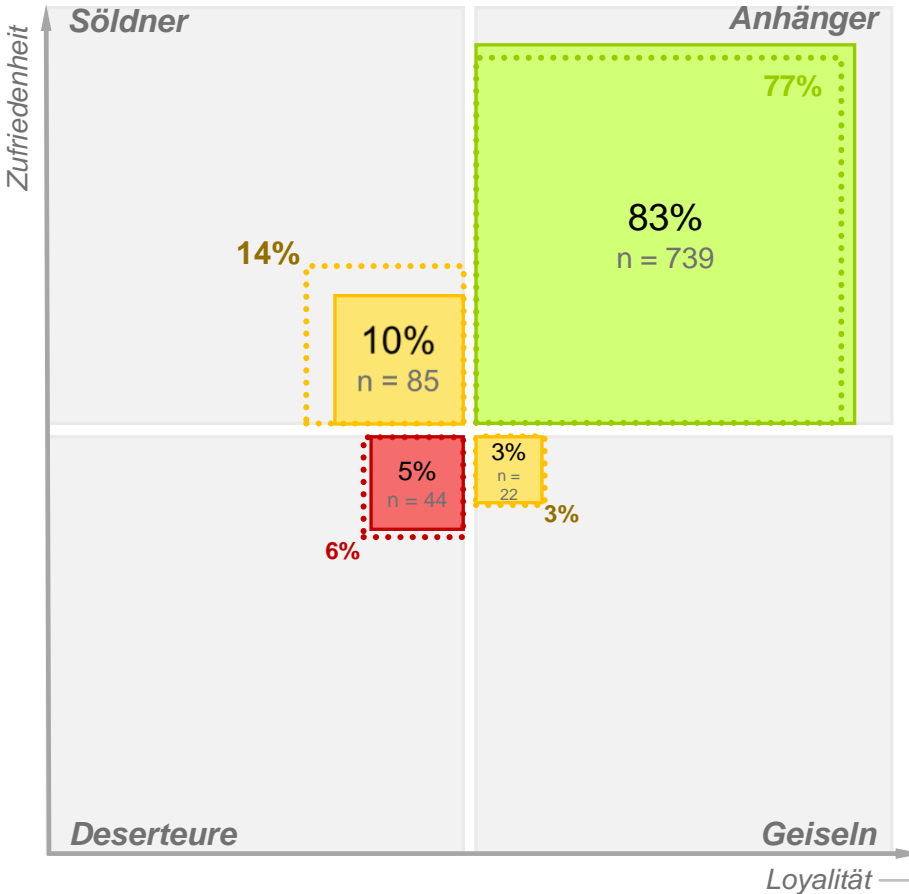
Loyalitätstypen – Zeitvergleich



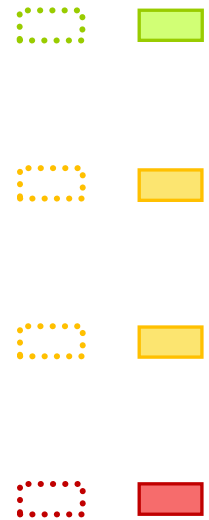
6. Loyalität und Zufriedenheit: Loyalitätstypen (III)

Auch im Vergleich mit anderen Kommunen sticht aha hervor: unter den Kunden von aha befinden sich mehr Anhänger sowie weniger Deserteure und Söldner als in anderen Kommunen.

Loyalitätstypen – Kommunaler Vergleich



Vergleichskommunen aha



- „Anhänger“: Kunden mit überdurchschnittlicher Zufriedenheit und überdurchschnittlicher Loyalität zu Entsorger.
- „Geiseln“: Kunden mit unterdurchschnittlicher Zufriedenheit, aber überdurchschnittlicher Loyalität zu Entsorger.
- „Söldner“: Kunden mit überdurchschnittlicher Zufriedenheit, aber unterdurchschnittlicher Loyalität zu Entsorger.
- „Deserteure“: Kunden mit unterdurchschnittlicher Zufriedenheit und unterdurchschnittlicher Loyalität zu Entsorger.

Index, basierend auf der Zustimmung zu den folgenden Aussagen:
 „Ich verzeihe aha auch mal einen Fehler.“
 „Wenn es möglich wäre, den Entsorger zu wechseln, würde ich nicht wechseln und bei aha bleiben.“
 „Ich bin bereit, auch mal verzögerte Abfuhrtermine oder längere Wartezeiten in Kauf zu nehmen.“
 „Ich würde es sehr bedauern, wenn aha nicht mehr vorhanden wäre.“
 „Ein negativer Bericht in der Presse beeinflusst meine Meinung über das Unternehmen aha nicht.“
 „Ich würde aha in meinem Freundeskreis gegen Kritik verteidigen.“

6. Loyalität und Zufriedenheit: Nachhaltigkeit

Den Befragten ist eine umweltgerechte Entsorgung wichtig. Gleichzeitig schätzen die meisten der Befragten aha als eher in der Lage ein, diese zu gewährleisten.

Nachhaltigkeit

Punktwert



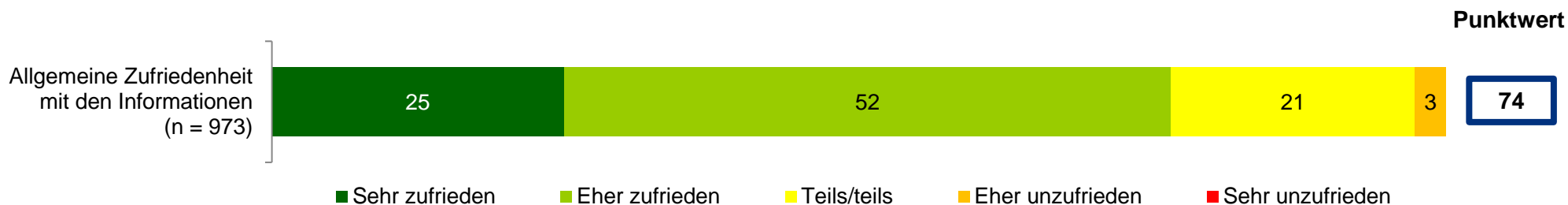
■ Stimme voll zu ■ Stimme eher zu ■ Teils/teils ■ Stimme eher nicht zu ■ Stimme gar nicht zu

Frage 11: Ich lese Ihnen jetzt ein paar Aussagen zu Ihrem Entsorgungsanbieter "aha" vor. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage, inwieweit Sie ihr zustimmen.

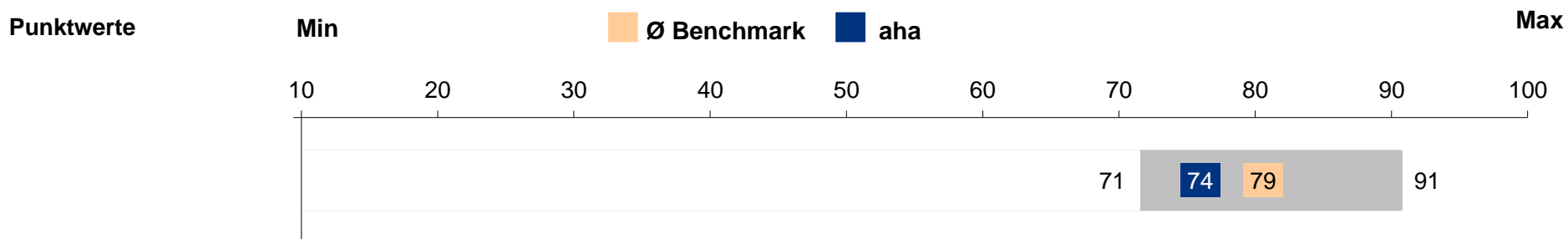
7. Informationsangebote: Zufriedenheit

Der überwiegende Teil der Befragten ist mit den Informationsangeboten von aha zufrieden. Im kommunalen Vergleich liegt aha etwas unter dem Durchschnitt.

Zufriedenheit mit Informationsangeboten



Benchmark

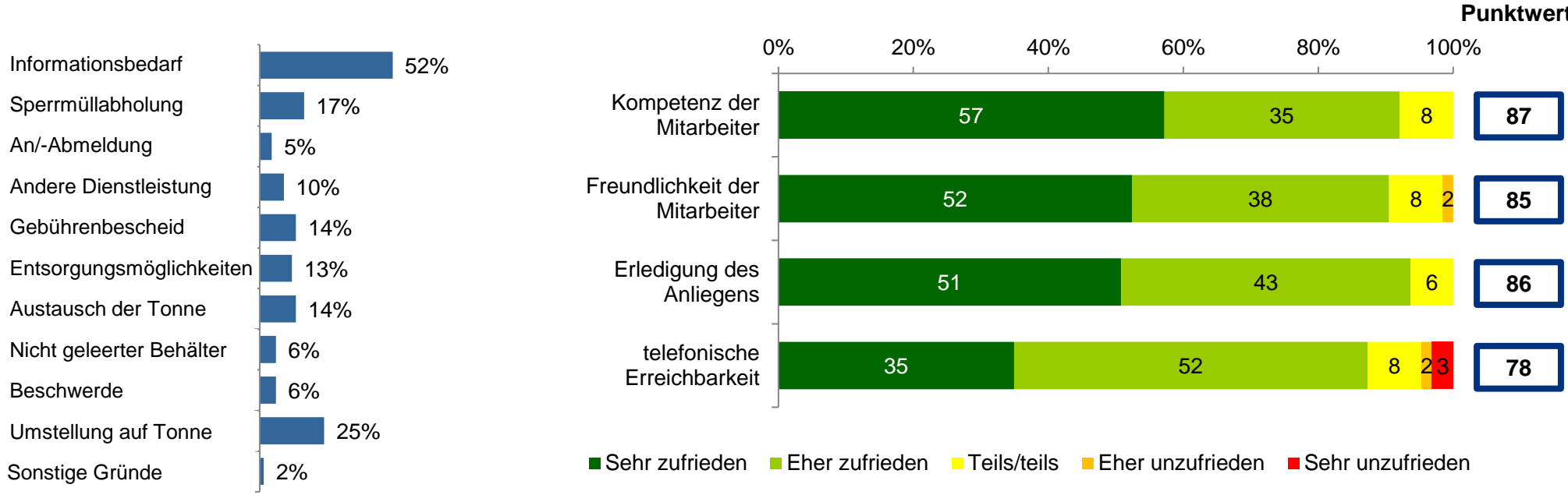


Frage 12: Wie zufrieden sind Sie ganz allgemein mit den Informationsangeboten von "aha"?

8. Kontakt: Grund des Telefonkontakts und Zufriedenheit

Der häufigste Grund, warum Befragte aha kontaktiert haben, war der Bedarf an Informationen, gefolgt von dem Thema „Umstellung auf Tonne“, welches ein Viertel der Kontaktierenden als Grund angab. Die Zufriedenheit mit dem Telefonkontakt ist durchweg positiv, einzig die telefonische Erreichbarkeit wird etwas kritischer bewertet.

Grund für Kontakt	Zufriedenheit mit Kontakt
-------------------	---------------------------



n = 63

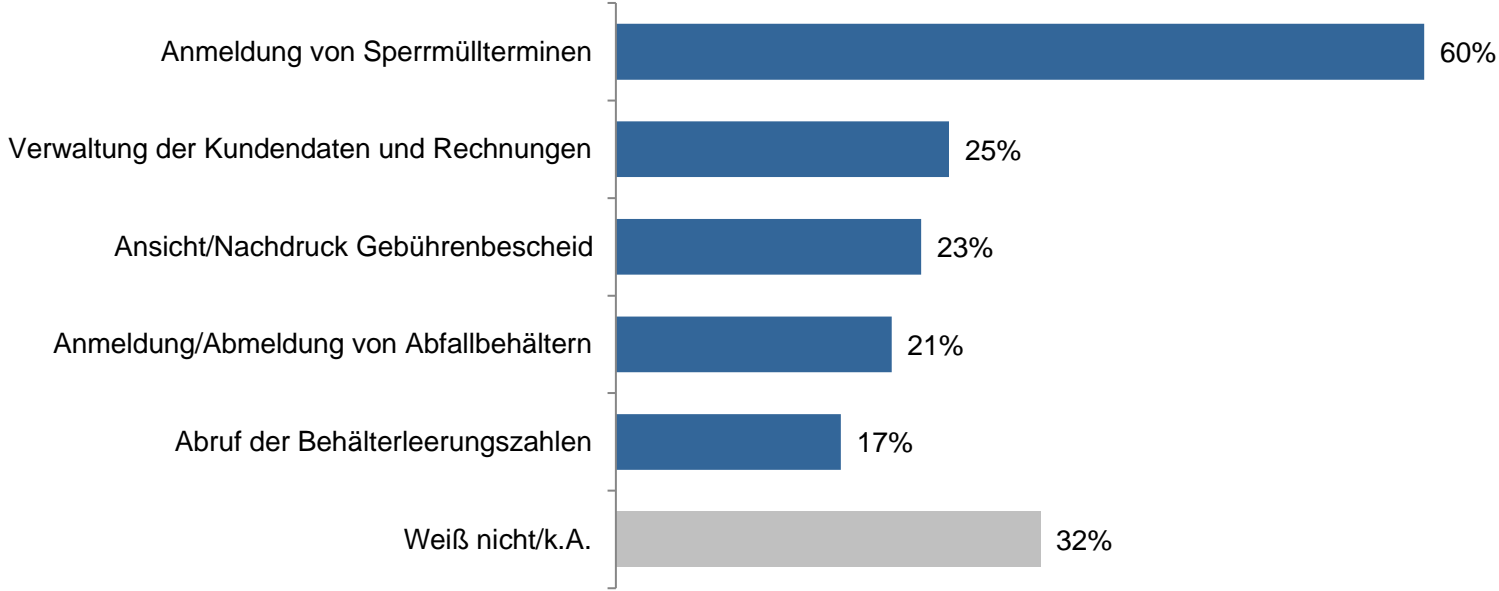
n = 63

Frage 19: Wenn Sie jetzt an das letzte Telefonat denken, aus welchem Grund hatten Sie "aha" angerufen?
 Frage 20: Und wie zufrieden waren Sie da... ?

8. Kontakt: Gewünschte Online-Angebote

Die Anmeldung von Sperrmüllterminen ist das meistgewünschte Online-Angebot. Tiefergehende Möglichkeiten, wie die Verwaltung von Kundendaten oder die Einsicht in Gebührenbescheide wären für immerhin bis zu einem Viertel der Befragten von Interesse.

Gewünschte Online-Angebote


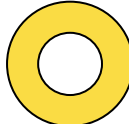


n = 1.000

Frage 23: Welche der folgenden Angebote würden Sie über das Internet nutzen?




Mehrfachantworten möglich


11. Fazit

- 
- In Bezug auf viele Aspekte erreicht aha Bestwerte in der Zufriedenheit der Bürger. Dies gilt sowohl für die Gesamtzufriedenheit als auch das wahrgenommene Image, sowie für einen Großteil der Entsorgungsleistungen der einzelnen Abfallfraktionen.
 - Insbesondere die Wahrnehmung als serviceorientiert, bürgernah und umweltorientiert konnte seit Beginn der Befragungen deutlich gesteigert werden.
 - Die meisten Bürgerinnen und Bürger würden aha auch mal einen Fehler verzeihen und würden auch nicht den Entsorger wechseln, selbst wenn sie die Möglichkeit dazu hätten.
 - Der Anteil der Anhänger von aha konnte gesteigert werden. Es liegen sowohl im Zeit- als auch im kommunalen Vergleich hervorragende Loyalitätswerte vor.
-
- 
- Lediglich die Zufriedenheiten mit der Entsorgung von Sperrmüll und auf den Wertstoffhöfen liegen etwas unter denen der anderen Fraktionen. Hier besteht noch Ausbaupotential.
 - Die Zufriedenheit mit den Informationsangeboten lag in der Vergangenheit bereits höher und liegt nun etwas unter dem kommunalen Durchschnitt. Allerdings konnten die vermehrten Anrufe zum Thema der Umstellung von Sack auf Tonne zur Zufriedenheit der Befragten erledigt werden.

Bei steigender Gesamtzufriedenheit mit aha sind die Bürgerinnen und Bürger auch mit Teilaspekten teilweise deutlich zufriedener als bei den vorherigen Befragungen. Zufriedenheits- und Loyalitätswerte liegen auf hervorragenden Niveaus. Potential für Verbesserungen zeigt sich noch in einigen wenigen Teilaspekten, wie dem Informationsangebot und der Sperrmüllabholung. Die Umstellung von Sack auf Tonne scheint bislang ohne größere Probleme von Statten gegangen zu sein.

Kontakt

 Sebastian Bauer
Geschäftsführer
 L·Q·M Marktforschung GmbH
Augustinergäßchen 6
 55116 Mainz
Tel.: 06131/97 212-16
Fax: 06131/97 212-10
E-Mail: sebastian.bauer@L-Q-M.de

 Yannick Sprinke
Projektleiter
 L·Q·M Marktforschung GmbH
Augustinergäßchen 6
 55116 Mainz
Tel.: 06131/97 212-17
Fax: 06131/97 212-10
E-Mail: yannick.sprinke@L-Q-M.de

www.L-Q-M.de