



# Befragung der Kundinnen und Kunden der Stadtverwaltung Hannover zur Verbesserung der Kundenorientierung



**Andreas Martin**

**Landeshauptstadt Hannover  
Fachbereich Steuerung, Personal  
und Zentrale Dienste  
Bereich Wahlen und Statistik (18.8)**



## Gliederung

- **Einleitung**
- Definition/Ziele
- Wer sind unsere Kunden?
- Rahmenkonzept
- Rolle der Statistikstelle
- Die Einführung des Instruments
- Pilotbereiche
- Befragungsmethoden
- Fragebogen
- Fragen
- Ergebnisse
- Aktuelle Befragungen in 2009

## Die systematisierte Kundenbefragung – Einleitung

- Kundenbefragungen werden in Hannover seit etwa 1998 regelmäßig durchgeführt, u. a.
  - im Fachbereich Recht und Ordnung
  - in der Stadtbibliothek
  - im Fachbereich Soziales
- 2006 Kommunalwahlen / OB-Wahl
- Eine Ist-Analyse 2007 ergab, dass eine Koordinierung der zahlreichen Befragungen bis zu diesem Zeitpunkt nicht erfolgt ist. Eine Beteiligung der Stadtentwicklung, des Datenschutzbeauftragten oder der Statistikstelle erfolgte in unterschiedlicher Intensität.



## Gliederung

- Einleitung
- **Definition/Ziele**
- Wer sind unsere Kunden?
- Rahmenkonzept
- Rolle der Statistikstelle
- Die Einführung des Instruments
- Pilotbereiche
- Befragungsmethoden
- Fragebogen
- Fragen
- Ergebnisse
- Aktuelle Befragungen in 2009

## Definitionen und Ziele

- „flächendeckende“ Kundenbefragung =  
verwaltungswweit alle Bereiche mit externen und internen Kundenkontakten sollen ihre Kunden befragen
- „systematisierte“ Kundenbefragung =
  - Einheitliches Rahmenkonzept
  - Standardfragebogen und einheitliches Auswertungsraster
  - Zentrale Koordinierungsstelle und strukturierte Einführung
  - Zentrales Berichtswesen
- Die Kundenbefragung ist somit nicht nur ein wichtiges Instrument im Rahmen des Qualitätsmanagements, sondern wird zu einem Steuerungsinstrument



## Gliederung

- Einleitung
- **Definition/Ziele**
- Wer sind unsere Kunden?
- Rahmenkonzept
- Rolle der Statistikstelle
- Die Einführung des Instruments
- Pilotbereiche
- Befragungsmethoden
- Fragebogen
- Fragen
- Ergebnisse
- Aktuelle Befragungen in 2009

## Definitionen und Ziele

- Laut KGSt erforschen Kundenbefragungen „...die subjektiven Einschätzungen, Meinungen und Einstellungen von Bürgerinnen und Bürgern in der Folge eines unmittelbaren Kontaktes zwischen Verwaltung und Bürgerinnen und Bürgern. Sie sind somit anders als allgemeine Bürgerbefragungen an eine unmittelbare Leistungsbeziehung geknüpft.



## Gliederung

- Einleitung
- Definition/Ziele
- **Wer sind unsere Kunden?**
- Rahmenkonzept
- Rolle der Statistikstelle
- Die Einführung des Instruments
- Pilotbereiche
- Befragungsmethoden
- Fragebogen
- Fragen
- Ergebnisse
- Aktuelle Befragungen in 2009

## Wer sind unsere Kundinnen/Kunden?

- EinwohnerInnen, die zur Klärung eines Anliegens, zur Antragsstellung, Beratung usw. Kontakt zu einer städtischen Dienststelle suchen.
- LeistungsbezieherInnen/KlientInnen
- Nutzerinnen und Nutzer städtischer Angebote und Einrichtungen (z.B. Stadtbibliotheken, Musikschule, Bäder, Parks usw.)
- MitarbeiterInnen bzw. andere Fachbereiche, die interne Dienstleistungen in Anspruch nehmen (=interne Kunden)



## Gliederung

- Einleitung
- Definition/Ziele
- Wer sind unsere Kunden?
- **Rahmenkonzept**
- Rolle der Statistikstelle
- Die Einführung des Instruments
- Pilotbereiche
- Befragungsmethoden
- Fragebogen
- Fragen
- Ergebnisse
- Aktuelle Befragungen in 2009

## Das Rahmenkonzept

- Auf der Grundlage der Ist-Analyse und den bisherigen Erfahrungen hat eine dezernatsübergreifende AG-Kundenbefragung ein Rahmenkonzept zur Einführung der „flächendeckenden“ und systematisierten Kundenbefragung entwickelt (2007)
- Das Rahmenkonzept basiert auf dem Ansatz, dass die Fachbereiche die Kundenbefragungen mit eigenen Ressourcen durchführen.
- Hierfür werden den Fachbereichen modulare Arbeitshilfen bereitgestellt: Ablaufschema, Standardfragebogen, statistische Musterauswertung und Maßnahmenkatalog.



## Gliederung

- Einleitung
- Definition/Ziele
- Wer sind unsere Kunden?
- Rahmenkonzept
- **Rolle der Statistikstelle**
- Die Einführung des Instruments
- Pilotbereiche
- Befragungsmethoden
- Fragebogen
- Fragen
- Ergebnisse
- Aktuelle Befragungen in 2009

## Unterstützung durch die Statistikstelle

- Die Statistikstelle nimmt die Aufgabe einer zentralen Koordinationsstelle wahr und ...
- berät die FB hinsichtlich **Methodik und Durchführung**
- **stellt Kontakte zu den zu beteiligten Stellen her** (Datenschutzbeauftragter, Presse und Öffentlichkeitsarbeit, Hausdruckerei, Postwesen usw.)
- **unterstützt** bei der Organisation, Durchführung und statistischen Auswertungen
- stellt **Erfassungsmasken** und **Erfassungskräfte**
- fasst die **Ergebnisse für den OB** zusammen.
- unterrichtet die LG Verwaltungsentwicklung/ Haushaltssicherung und den OPA über die Ergebnisse



## Gliederung

- Einleitung
- Definition/Ziele
- Wer sind unsere Kunden?
- Rahmenkonzept
- Rolle der Statistikstelle
- **Die Einführung des Instruments**
- Pilotbereiche
- Befragungsmethoden
- Fragebogen
- Fragen
- Ergebnisse
- Aktuelle Befragungen in 2009

## Die verwaltungsweite Einführung des Instruments Kundenbefragung erfolgt in Stufen

- 1. Stufe – Pilotphase:  
2008 wurde je Dezernat eine Befragung durchgeführt
- 2. Stufe – Erweiterung des Rahmenkonzepts:  
Im Anschluss wurde das Rahmenkonzept auf der Grundlage der methodischen Erkenntnisse aus der Pilotphase erweitert (Kommunikationswege und Berichtswesen)
- 3. Stufe – Einführungsphase:  
2009 – 2011 werden jährlich in sechs neuen Fachbereichen mit externen Kunden Befragungen durchgeführt + einem Bereich mit internen Kunden
- Bis 2012 haben alle Fachbereiche (erste) Erfahrungen mit dem Instrument sammeln können. Start von Wiederholungsbefragungen



## Gliederung

- Einleitung
- Definition/Ziele
- Wer sind unsere Kunden?
- Rahmenkonzept
- Rolle der Statistikstelle
- Die Einführung des Instruments
- **Pilotbereiche**
- Befragungsmethoden
- Fragebogen
- Fragen
- Ergebnisse
- Aktuelle Befragungen in 2009

Pilotbereich	Zielgruppe	Methode	Befragungs-zeitraum	Anzahl der Interviews
Dez. I: Bürgerbüro (OE 15.33)	alle KundInnen vor Ort, per Telefon, Brief und per E-mail	Selbstausfüller; alle Kommunika- tionswege	Februar bis Juli 2008	129
Dez. II: Gewerberecht u. -überwachung (OE 32.221)	alle KundInnen vor Ort	Selbstausfüller	3. - 7. März 2008	264
Dez. III: FB Soziales (OE 50.1)	Stichprobe aus allen EmpfängerInnen von HLU u. Grundsicherung (N = 3.500)	Postalische Befragung; Selbstausfüller	Versand Mitte April 2008	1.021
Dez. IV: Stadtbibliothek (OE 42)	alle NutzerInnen der Hauptstelle sowie von vier Nebenstellen	Selbstausfüller	im April 2008	1.618
Dez. V: Stadtpark (OE 67)	alle BesucherInnen	Selbstausfüller und Interviewer	2. Woche im Mai 2008	1.750
Dez. VI: Stadterneuerung (OE 61.4)	alle KundInnen in der Hauptstelle Sallstr. und der Nebenstelle Vahrenheide	Selbstausfüller und Interviewer	im April 2008	517
<b>Insgesamt</b>				<b>5.299</b>



## Gliederung

- Einleitung
- Definition/Ziele
- Wer sind unsere Kunden?
- Rahmenkonzept
- Rolle der Statistikstelle
- Die Einführung des Instruments
- Pilotbereiche
- **Befragungsmethoden**
- Fragebogen
- Fragen
- Ergebnisse
- Aktuelle Befragungen in 2009

## Die Befragungsmethoden

Die Art des Kundenkontaktes und örtliche Gegebenheiten bestimmen die Befragungsmethode:

- Auslegen der Fragebögen oder Aushändigung durch MitarbeiterInnen – Befragte füllen den Fragebogen selbst aus
- Einsatz von „Ausfüllhelfern“ oder Interviewern
- Postalische Befragungen – Fragebogen wird einem Antwortschreiben beigelegt/Fragebogen wird an einen ausgewählten Kundenkreis versandt (Datenschutz!)
- Online-Befragung – Durch die Zusendung einer PIN in einer Antwortmail wird gewährleistet, dass nur Kunden Zugang erhalten (Datenschutz!)



## Gliederung

- Einleitung
- Definition/Ziele
- Wer sind unsere Kunden?
- Rahmenkonzept
- Rolle der Statistikstelle
- Die Einführung des Instruments
- Pilotbereiche
- Befragungsmethoden
- **Fragebogen**
- Fragen
- Ergebnisse
- Aktuelle Befragungen in 2009

## Der Fragebogen

- Einsatz eines Standardfragebogen, der für den jeweiligen Einsatz durch zielgruppen- und fachspezifische Fragen in begrenztem Umfang ergänzt wird (Vergleichbarkeit)
- Fragebogenbeispiele
  - Bürgerbüro
  - Gewerberecht/Gewerbeüberwachung
  - Fachbereich Soziales
  - Stadtbibliothek / Stadtteilbibliotheken
  - Stadtpark
  - Stadterneuerung/Wohnen



## Gliederung

- Einleitung
- Definition/Ziele
- Wer sind unsere Kunden?
- Rahmenkonzept
- Rolle der Statistikstelle
- Die Einführung des Instruments
- Pilotbereiche
- Befragungsmethoden
- Fragebogen
- **Fragen**
- Ergebnisse
- Aktuelle Befragungen in 2009

## Die Fragen

- Zufriedenheit mit verschiedenen Faktoren des Kundenkontaktes (z.B. Freundlichkeit, Bearbeitungszeit, Ausschilderung, Verständlichkeit der Formulare usw.)
  - Aspekte in Abhängigkeit von MitarbeiterInnen
  - Mitarbeiterunabhängige Faktoren
- Fragen nach Merkmalen des Kundenkontaktes
  - Art des Kontaktes (Besuch, Telefon, Brief, E-Mail)
  - Besuchshäufigkeit, Aufenthaltsdauer
- Fragen nach Kundenwünschen
  - Öffnungszeiten
  - Erledigung weiterer Angelegenheiten
  - Allgemeine Wünsche
- Fragen zur Ermittlung der Kundenstruktur



## Gliederung

- Einleitung
- Definition/Ziele
- Wer sind unsere Kunden?
- Rahmenkonzept
- Rolle der Statistikstelle
- Die Einführung des Instruments
- Pilotbereiche
- Befragungsmethoden
- Fragebogen
- Fragen
- **Ergebnisse**
- Aktuelle Befragungen in 2009

## Die Ergebnisse der Pilotbefragungen

- Jeder Fachbereich erhält eine ausführliche statistische Auswertung der Befragungsergebnisse
- Präsentation der Ergebnisse werden auf Wunsch im Fachbereich präsentiert
- Zusätzlich wird eine Zusammenfassung der statistischen Ergebnisse für den OB, die LG Verwaltungsentwicklung/ Haushaltssicherung erstellt
- Fachbereichsintern werden die statistischen Befragungsergebnisse bewertet und Maßnahmen zur Verbesserung der Kundenorientierung erarbeitet



### Bürgerbüro (OE 15.33)

der Kundenfreundlichkeit insgesamt

1,5

den mitarbeiterabhängigen Aspekten

1,4

den mitarbeiterunabhängigen Aspekten

1,5

### Gewerberecht/-überwachung (OE 32.221)

der Bearbeitung des Anliegens insgesamt

1,2

den mitarbeiterabhängigen Aspekten

1,1

den mitarbeiterunabhängigen Aspekten

1,9

### Fachbereich Soziales (OE 50.1)

Kundenfreundlichkeit insgesamt

2,1

den mitarbeiterabhängigen Aspekten

2,2

den mitarbeiterunabhängigen Aspekten

2,3

### Stadtbibliothek (OE 42)

den mitarbeiterabhängigen Aspekten

1,6

den mitarbeiterunabhängigen Aspekten

2,1

### Stadtpark (OE 67)

Stadtpark insgesamt

1,4

### Stadterneuerung/Wohnen (OE 61.4)

den mitarbeiterabhängigen Aspekten

1,8

den mitarbeiterunabhängigen Aspekten

2,2



Datum

Dezernat:

Kund/innenbefragung vom /  
Befragungszeitraum:

Fachbereich / Amt / Betrieb:

Verantwortliche/r:

OE / Standort:

### Ergebnisse der Kund/innenbefragungen - Maßnahmenkatalog

Thema	Ergebnis / Bewertung	Verbesserungsvorschläge und Maßnahmen	Verantwortlich / Bearbeitung durch	Priorität	Art der Erledigung		Erledigung bis	Sachstand		
					eigene Erledigung	unter Beteiligung von		in Planung	in Bearbeitung	erledigt
abgefragte/untersuchte Merkmale	festgestellte Anregungen / Mängel usw.		OE / Sachbearbeiter/in							



## Gliederung

- Einleitung
- Definition/Ziele
- Wer sind unsere Kunden?
- Rahmenkonzept
- Rolle der Statistikstelle
- Die Einführung des Instruments
- Pilotbereiche
- Befragungsmethoden
- Fragebogen
- Fragen
- Ergebnisse
- **Aktuelle Befragungen in 2009**

## Aktuelle Befragungen 2009

- 2009 – 2011 werden jährlich in sechs Fachbereichen mit externen Kunden Befragungen durchgeführt und in einem Bereich mit internen Kunden
- Für 2009 sind das die Fachbereiche
  - Recht und Ordnung – Standesamt
  - Jugend und Familie – Beistandschaften, Elterngeld, Unterhaltsvorschuss, Beurkundungen
  - Wirtschaft – Besucherinnen und Besucher der Wochenmärkte sowie Marktbeschicker
  - Planen und Stadtentwicklung – Bauordnung
  - Feuerwehr – Rettungsdienst
  - Musikschule
  - Steuerung, Personal und Zentrale Dienste – Arbeitsrecht (interner Kundenkreis)



# **Befragung der Kundinnen und Kunden der Stadtverwaltung Hannover zur Verbesserung der Kundenorientierung**

## **Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit**