

Geschäftsjahr 2015

ivl führte Kundenzufriedenheitsbefragung durch

► **Die Informationsverarbeitung Leverkusen GmbH (ivl) hat im Geschäftsjahr 2015 eine Kundenzufriedenheitsmessung durchführen lassen. Die ivl ist der IT-Dienstleister für die Energieversorgung Leverkusen und die Stadt Leverkusen sowie für andere öffentliche Einrichtungen.**

Inspiriert durch einen Bericht in „Vita-ko intern“ vom Dezember 2014 hatte sich die ivl entschieden, erstmalig eine Kundenzufriedenheitsanalyse bei ihren Gesellschafter-Kunden durchzuführen. Die Befragung wurde zusammen mit der in der Branche bekannten Firma Hiestermann & Frömchen GmbH konzipiert und durchgeführt. Das Projekt – von der Konzeption über die Durchführung bis zur Abschlusspräsentation – konnte frist- und budgetgerecht bereits nach weniger als sechs Monaten abgeschlossen werden.

ZIELSETZUNG UND METHODIK

Die wesentlichen Ziele der Kundenzufriedenheitsbefragung waren:

- Messung und differenzierte Analyse der Zufriedenheit mit der ivl
- Herausarbeitung des Verbesserungsbedarfs aus Sicht der verschiedenen Zielgruppen und Ableitung von Handlungsempfehlungen
- Beurteilung der strategischen Entwicklung der ivl durch das Management der Gesellschafter.

Die Befragung von IT-Verbindungsmitarbeitern, Fachbereichs- und Bereichsleitern sowie Endanwendern wurde mit auf die jeweiligen Zielgruppen abgestimmten, aber in wesentlichen Teilen identischen Fragebögen online-gestützt durchgeführt. Die Verwendung identischer Fragestellungen stellte sicher, dass bei verschiedenen Leistungsparametern ein direkter Vergleich der Ergebnisse in diesen Zielgruppen durchgeführt werden konnte. Die Messung der Zufriedenheiten erfolgte dabei anhand einer 10-er-Skala (von 1 = schlechtester Wert bis 10 = bester Wert).

Parallel zu diesen Onlineerhebungen wurden von der Hiestermann & Frömchen GmbH mit dem Management („Entscheider“) der Kunden persönliche Gespräche auf Basis eines Gesprächsleitfadens geführt, bei denen vor allem strategische Aspekte rund um die Entwicklung der ivl im Vordergrund standen.

ERGEBNISSE

Insgesamt waren 1.400 Personen zur Online-Umfrage eingeladen, die Rücklaufquote betrug knapp 60 Prozent. So erfreulich wie diese hohe Rücklaufquote ist auch der Gesamtzufriedenheitswert über alle Zielgruppen, der bei knapp unter acht Punkten liegt und damit sowohl für eine Erstbefragung als auch im Vergleich mit anderen kommunalen IT-Dienstleistern einen guten Wert darstellt. Viele Einzelwerte liegen dabei auf einem guten bis sehr guten Niveau. Auch die Analyse der Gespräche mit dem Management der Gesellschafter bekräftigt das Geschäftsmodell der ivl und drückt eine hohe Verbundenheit sowie ein hohes Vertrauen in ihren IT-Dienstleister aus.

DIE „MARKE IVL“

Trotz der grundsätzlich vorhandenen Zufriedenheit mit den Leistungen der ivl ließen sich auch einige wichtige Ansätze herausarbeiten, bei denen es aus Sicht der Kunden Verbesserungsbedarf gibt.

So erkennen viele Befragte grundlegende Defizite im Zusammenhang mit dem Image der ivl. Es herrscht zum Teil Unklarheit darüber, wohin sich die „Marke ivl“ entwickeln will beziehungsweise soll. Während Aspekte wie „Zuverlässigkeit“ und „Vertrauenswürdigkeit“ sehr wohl mit der ivl assoziiert werden, fallen andere Aspekte wie „Innovativität“, „moderner Dienstleister“ oder „transparent“ deutlich ab.

Interessant sind auch verschiedene Zusammenhänge, die nachgewiesen werden konnten. So fallen die Urteile über die ivl umso besser aus, je stärker die ivl als transparent wahrgenommen wird, je besser sich die Befragten über die ivl informiert fühlen und je besser der persönliche Kontakt zur ivl ist.



Axel Groß, Geschäftsführer der Informationsverarbeitung Leverkusen (ivl)

Die umfangreichen operativen Analysen aus der Befragung ergaben eine Reihe weiterer Anknüpfungspunkte für Verbesserungsmöglichkeiten, die nun auch unverzüglich angegangen werden. Zu nennen sind hier:

- Schärfung des Images als moderner, innovativer Dienstleister
- Verbesserung der Informiertheit über die ivl und Steigerung der wahrgenommenen Transparenz
- Erhöhung der Transparenz in der Preisbildung
- Proaktive Bearbeitung von neuen Themen/ Innovationen
- Verbesserung der Ticketbearbeitung durch qualifizierte Rückmeldungen

FAZIT

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Ergebnisse aus der Befragung der ivl viele wertvolle Hinweise zur besseren strategischen und operativen Positionierung geliefert haben. Hervorzuheben ist darüber hinaus, dass die Befragung von den Kunden als Form der Wertschätzung der ivl sehr positiv aufgenommen wurde. Zudem wurde eine Basis für die kontinuierliche Erhebung der Kundenzufriedenheit geschaffen – eine Wiederholung ist spätestens im Jahr 2018 vorgesehen.

AUTOREN: AXEL GROSS, IVL
LUTZ HIESTERMANN, HIESTERMANN &
FRÖMCHEN GMBH