

Die Kunden sagen, dass sie mit uns zufrieden sind

Im Jahr 2007 haben wir die Kundinnen und Kunden befragt. Es ging um die Qualität unserer Leistungen. Die Resultate zeigten mir, wo wir uns verbessern mussten. Im letzten Juni wollte ich wissen, ob unsere Qualität jetzt gut genug ist.

Text: Roger Aeschlimann **Illustration:** Christoph Barmettler

/// Im letzten Juli suchte ich 634 Kunden heraus, die uns Aufträge über 2 000 Franken gegeben hatten. So schrieb ich 634 Briefe, was ziemlich viel ist, und bat sie uns zu sagen, was wir besser tun könnten. Ich habe einen Fragebogen mitgeschickt. Obwohl ich weiss, dass unsere Kunden keine Fans von Fragebögen sind. Als Dankeschön legte ich einen Einfränkler dazu, mehr konnte ich nicht bezahlen.

Der Aufwand hat sich gelohnt! 267 Kunden füllten den Fragebogen aus. Das sind 43%. Die Meinungen unserer Kunden müssen natürlich anonym bleiben, deshalb hat die neutrale Marktforschungsfirma realitéS die Fragebögen ausgewertet. Sie zeigten und erklärten mir die Ergebnisse.

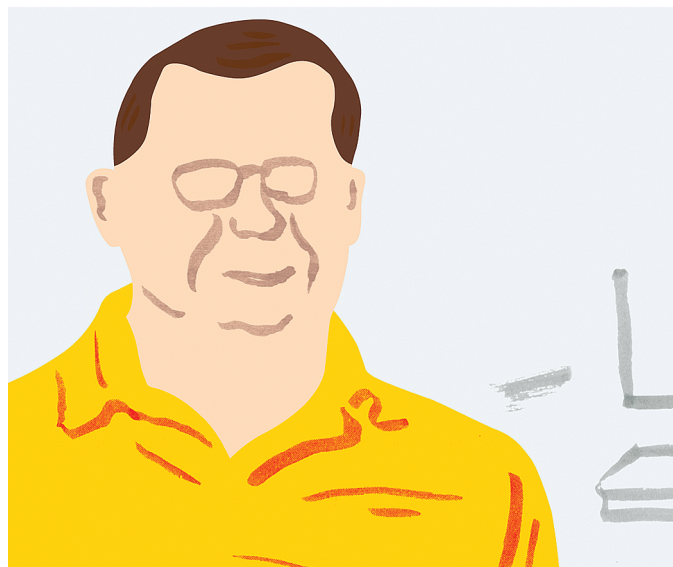
Jetzt weiss ich, dass ein Drittel unserer Kunden 1 bis 22 Mitarbeiter hat. Ein weiteres Drittel beschäftigt 23 bis 120 Mitarbeiter und der Rest hat mehr als 120 Mitarbeitende. Interessant ist, dass 70% der Kundinnen und Kunden nur 20 Kilometer von unseren AWB Unternehmen entfernt sind. Es ist also gut, dass wir im Kanton Luzern neun Standorte haben.

Was mich wirklich stolz macht: die Kunden erhielten genau die Produkte und Dienstleistungen, die sie bestellt hatten. Das zeigt der Zufriedenheitsindex mit 9 von 10 Punkten. Auch die Qualität stimmte, was natürlich ebenso wichtig ist. Über 9 Punkte erhielten wir für fehlerfreie Lieferungen. Die absolute Pünktlichkeit der Lieferungen wurde mit über 9 Punkten bewertet.

Ich weiss nun auch, was ein Bindungsindex ist. Wissen Sie es? Er misst, wie verbunden sich die Kunden mit der Stiftung Brändi fühlen. Kundenbindung entsteht durch unerwartete und begeisternde Erlebnisse im Kundenprozess, sagt mein Chef. Wir haben 8,8 von 10 Punkten erhalten. Der Wert ist auf unsere sehr guten Leistungen und auf die Begegnungen mit behinderten Menschen zurückzuführen. Besonders hat mich gefreut, dass fast die Hälfte der Kunden ein positives Ereignis ausführlich aufschrieb. Hingegen

meldeten nur 5% ein negatives Erlebnis. Dass man mit uns einfach in Kontakt treten kann und dass wir in Verhandlungen klar kommunizieren, hat unseren Kunden ebenfalls gut gefallen.

Ich nehme diese Rückmeldungen ernst. Verbessern muss ich unbedingt die Kommunikation bei der Qualitätskontrolle. Das heisst, wir sagen genauer, was wir kontrolliert haben. Die Stellvertretungen müssen wir ebenfalls besser regeln. Beides habe ich sofort angepackt. So werden unsere Kundinnen bestimmt noch zufriedener und geben uns irgendwann 10 von 10 Punkten. <



Theo Ott

THEO OTT >> Theo Ott ist eine Person, die wir erfunden haben. Theo verhält sich so, wie das viele behinderte Menschen mit Trisomie 21 tun. Theo Ott ist stolz auf seine Arbeit. Es ist für ihn wichtig, dass «seine Kunden» zufrieden sind. Er ist stolz, wenn er an nützlichen Produkten arbeiten kann. Qualität ist für ihn wichtig.