



Interpellation

**Interpellation Reto Dudli: "Kundenbefragung der Sankt Galler Stadtwerke"; schriftlich**

Reto Dudli sowie 25 mit unterzeichnende Mitglieder des Stadtparlaments reichten am 13. Dezember 2005 die beiliegende Interpellation "Kundenbefragung der Sankt Galler Stadtwerke" ein.

Der Stadtrat beantwortet die Interpellation wie folgt:

Im Energie- und Wärmemarkt arbeiten die Sankt Galler Stadtwerke (sgsw) unter Wettbewerbsbedingungen. Um ihre Marktstellung zu behaupten und ihr langfristiges Bestehen zu sichern, müssen sie sich gezielt auf die Bedürfnisse ihrer Kundschaft ausrichten. Zu diesem Zweck wurden im Jahr 2005 zwei Kundenbefragungen durchgeführt.

In einer qualitativen Marktbefragung (Motivforschung) wurden 100 Geschäftskunden befragt, um deren Bedürfnisse im Produkt- und Dienstleistungsbereich sowie in der Kundenbetreuung auszuloten.

Mit der vom Interpellanten angesprochenen quantitativen Marktbefragung wurden bei 400 Kundinnen und Kunden die Zufriedenheit, eine Leistungsbeurteilung, Schwachstellen und Verbesserungspotentiale und das Image der sgsw erfragt. Bei dieser Befragung ging es insbesondere um das Setzen von Nullkoordinaten. Durch eine Wiederholung in regelmässigen Abständen - geplant ist, alle zwei Jahre eine Befragung durchzuführen - kann eruiert werden, wie sich die Haltung der Kundschaft den sgsw gegenüber verändert.

Die Resultate aus den beiden Befragungen erlauben es den sgsw, gezielte Massnahmen zu treffen, um das Leistungsangebot den Kundenbedürfnissen anzupassen und damit die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

Zu den einzelnen Fragen nimmt der Stadtrat wie folgt Stellung:

1. Die Kosten für die extern durchgeführten Befragungen betragen insgesamt CHF 66'000. Die quantitative Befragung kostete CHF 30'000 und die qualitative Befragung CHF 36'000.



2. Die Befragung richtete sich an verschiedene Zielgruppen, die von Mieterinnen und Mietern bis zu Grosskunden reichten. Erfragt wurde die Zufriedenheit mit den Leistungsträgern Wärme, Energie und Wasser. Konkret gefragt wurde nach bekannten und beanspruchten Produkten der sgsw, Kenntnissen über den Lieferanten, allgemeinem Eindruck von den sgsw, Zufriedenheit mit der Kundenbetreuung, mit der Produkt- und Servicequalität, mit der Kommunikations- und Informationspraxis und mit der Form der Rechnungsstellung. Ausgelotet wurden auch die potentielle Bereitschaft für einen Wechsel des Lieferanten und damit die Kundenloyalität. Statistische Fragen zu Alter, Schulbildung, Beruf, Einkommenskategorie, Anzahl beschäftigte Mitarbeitende und berufliche Funktion schlossen die Befragung ab.
3. Alternativen wurden geprüft. Aus Sicht der sgsw stellte die telefonische Befragung durch eine unabhängige Stelle jedoch die beste Methode dar, um aussagekräftige Resultate zu erhalten.
4. Bei der telefonischen Befragung durch ein Meinungsforschungsinstitut ist die Unvoreingenommenheit der Mitarbeitenden sichergestellt. Zudem kann man eher davon ausgehen, aussagekräftige Antworten zu erhalten, wenn die Befragten wissen, dass die sgsw zwischen den Interviewten und den Antworten keine Verbindung herstellen können. Ein Meinungsforschungsinstitut ist ferner darauf spezialisiert, Befragungen vorzunehmen und verfügt über die entsprechende Erfahrung und Infrastruktur, damit eine effiziente und professionelle Bearbeitung vor, während und nach der Umfrage gewährleistet ist. Die sgsw verfügen nicht über die personellen Ressourcen, um derartige Projekte mit der notwendigen Sorgfalt durchführen zu können.
5. Für eine telefonische Befragung muss je nach Art der Befragung rund das Acht- bis Zehnfache derjenigen Anzahl an Adressmaterial zur Verfügung gestellt werden, die für Interviews vorgesehen ist. Deshalb haben die sgsw rund 3'000 Adressen geliefert. Das Meinungsforschungsinstitut hat den sgsw empfohlen, die potenziellen Teilnehmenden vorgängig mit einem Brief über die geplante Befragung zu informieren. Erfahrungsgemäss erhöhe dies die Antwort-Quote wesentlich, was sich auch bestätigt hat, denn die Antwortquote lag um einiges höher als bei vergleichbaren Umfragen, die ohne Ankündigungsbrief durchgeführt worden waren. Die 3'000 Adressen wurden mittels Zufallsverfahren ausgewählt.
6. Weitere Kundenbefragungen sind nicht geplant. Selbstverständlich werden aber im Sinne der Qualitätskontrolle auch weiterhin Personen, die im konkreten Kontakt zu einzelnen Dienststellen standen, zur Zufriedenheit mit der erbrachten Dienstleistung befragt.

Der Stadtpräsident:  
Hagmann

Im Namen des Stadtrats  
Der Stadtschreiber-Stellvertreter:  
Venanzoni

Beilage:  
Interpellation vom 13. Dezember 2005

