



Kundenbefragung für die Wirtschaftsförderung Dortmund

Ergebnisse der Kundenbefragung 2016

Auftraggeber: Wirtschaftsförderung Dortmund

Stadt Dortmund
Wirtschaftsförderung



Hintergrund und Zielsetzung

Die Wirtschaftsförderung Dortmund fördert unternehmerisches Engagement. Unternehmen werden gezielt gefördert und Gründungen unterstützt.

Ziel der Kundenbefragung ist es, ein genaueres Bild über die **Anforderungen und Wünsche** der Kunden der Wirtschaftsförderung Dortmund zu erhalten. Als Kunden werden sowohl Unternehmen als auch Privatpersonen oder der wissenschaftliche Bereich definiert.

Mithilfe der Kundenbefragung soll herausgefunden werden, was aus Kundensicht bereits heute als **wertvoll und relevant** erlebt wird, wo **Defizite** liegen bzw. wo das Angebot nicht die Bedürfnisse der Kunden trifft, was explizit gewünscht wird und wo **Verbesserungsbedarf** besteht.

Die Erhebung soll einen repräsentativen Einblick in die **Kundenvorstellungen insgesamt** hinsichtlich der aktuellen Angebote und Anforderungen geben. Darüber hinaus sind aber auch **vertiefte Erkenntnisse der Kundenstruktur** zu gewinnen. Diese beziehen sich sowohl auf den Hintergrund der Unternehmen als auch der Person und umfassen neben beruflichen Angaben auch persönliche Einstellungen.

Studiendesign

Studiendesign - Überblick

Ziel: Anforderungen und Wünsche der Kunden, Stärken und Schwächen

Grundgesamtheit: Kunden der Wirtschaftsförderung Dortmund

Stichprobengröße: 924 Kunden der Wirtschaftsförderung Dortmund

Erhebungsmethode: Computergestützte telefonische Interviews (CATI) mit der Option der Onlineteilnahme

Erhebungszeitraum: 8. Juni bis 26. Juli 2016

Fragebogendauer: Durchschnittlich 14 Minuten

Studienergebnisse

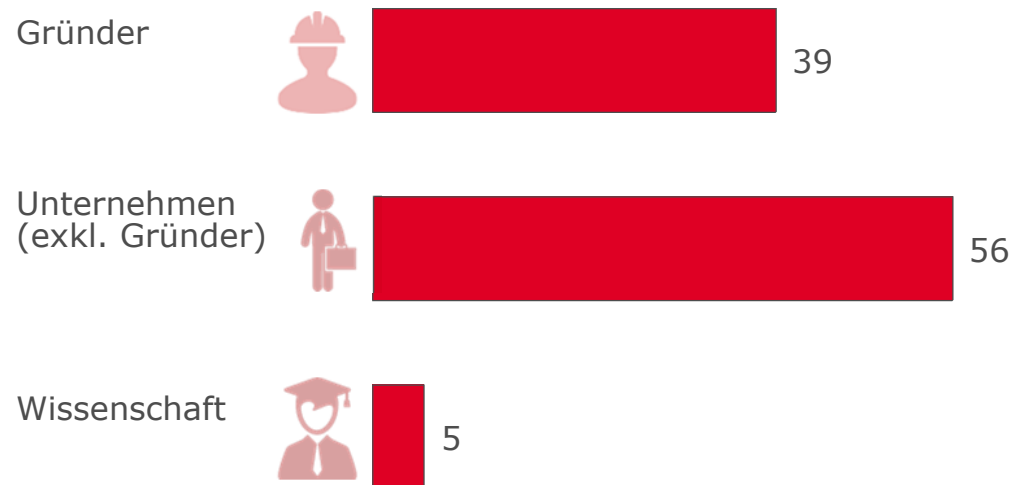
Welche Kunden wurden befragt?



Kundenbefragung

Kundendefinition für die Ergebnisse

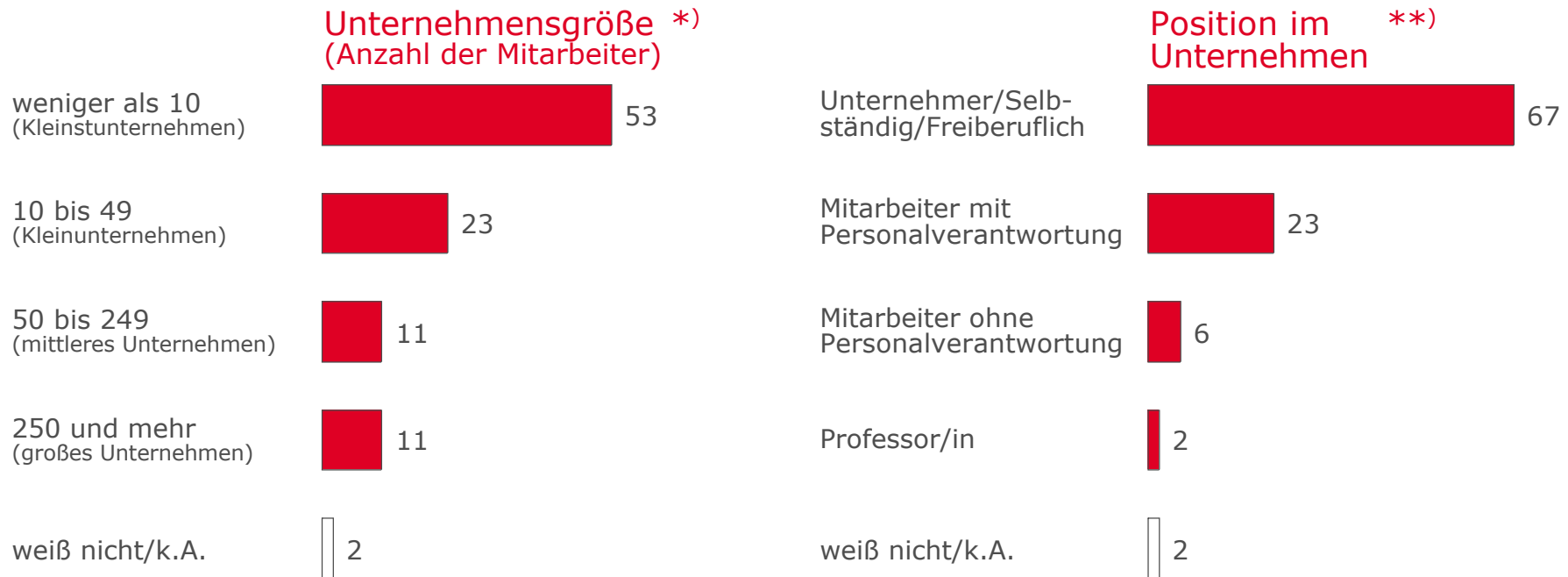
Die Stichprobe der befragten Personen setzt sich zusammen aus....



Basis: 924 Befragte

Zusammensetzung der Gruppen auf Basis der Stichprobe in Kombination mit den Fragen 14 und 16

Unternehmensgröße und Position im Unternehmen



*) Basis: 877 Gründer und Unternehmen

***) Basis: 924 Befragte

Frage 54: „Wie viele Mitarbeiter hat das Unternehmen, in dem Sie tätig sind?“

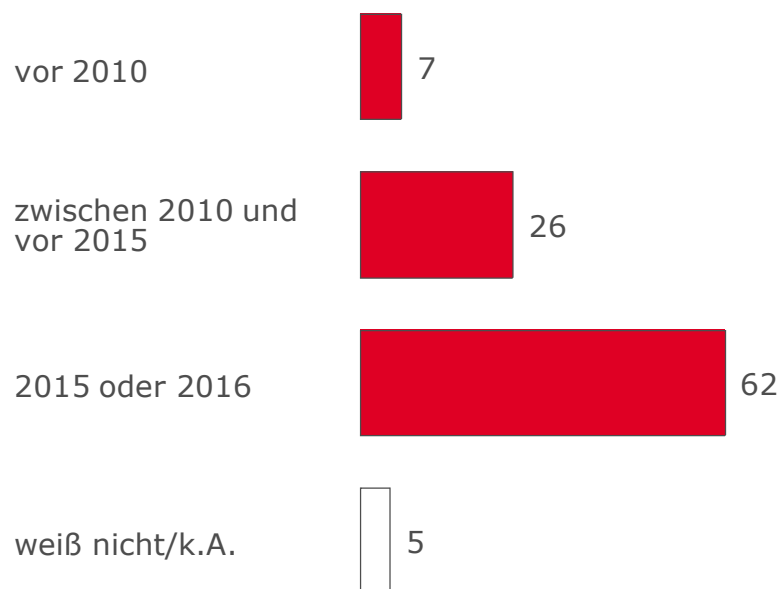
Frage 63: „Nun möchte ich gerne kurz von Ihnen wissen, was Ihre Position im Unternehmen ist.“



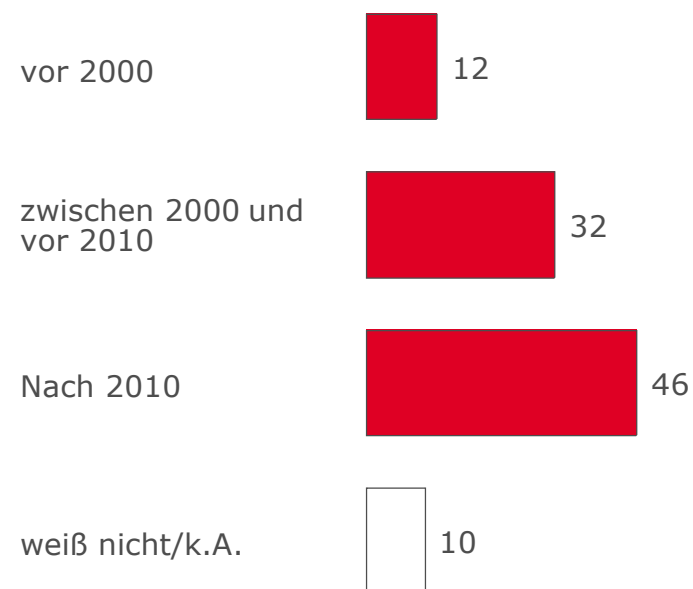
Kontaktzeitraum

62% der Befragten hatten innerhalb der letzten zwei Jahre Kontakt zur Wirtschaftsförderung Dortmund.

Der **letzte** Kontakt mit der Wirtschaftsförderung Dortmund war ...



Der **erste** Kontakt mit der Wirtschaftsförderung Dortmund war ...

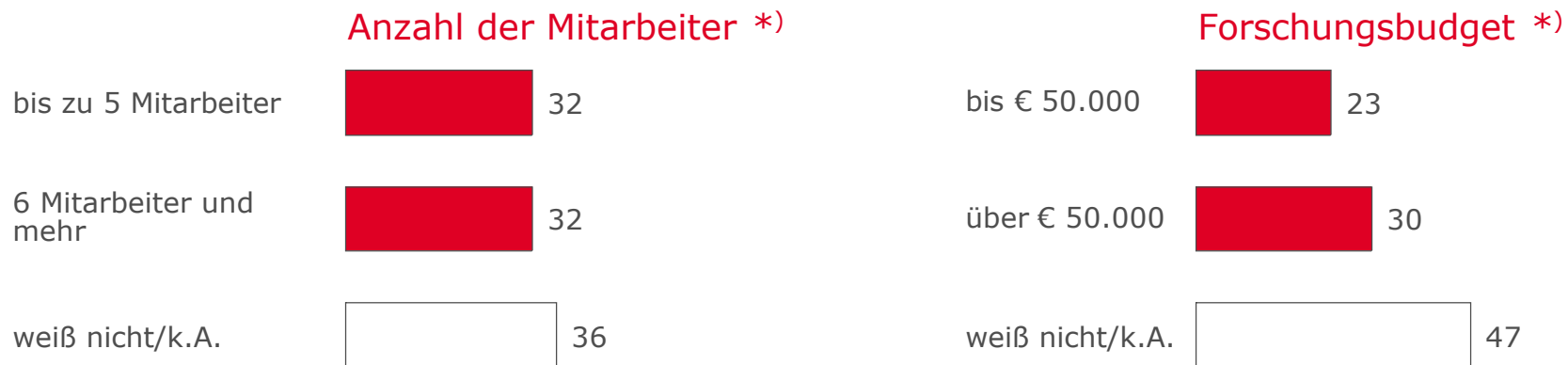


Basis: 924 Befragte

Frage 10: „Zu Beginn würden wir gern von Ihnen wissen, wann Sie **zuletzt** Kontakt mit der Wirtschaftsförderung hatten?“

Frage 11: „Und wann hatten Sie **zum ersten Mal** Kontakt mit der Wirtschaftsförderung Dortmund?“

Größe der wissenschaftlichen Forschungsprojekte



*) geringe Basis

Basis: 47 Wissenschaftler

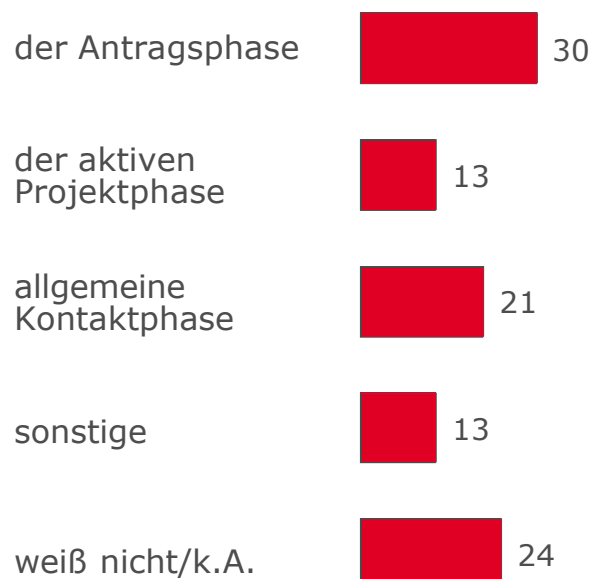
Frage 64: „Eine Frage zu Ihrem Forschungsprojekt, um die Größe einzuschätzen: Wie viele Mitarbeiter arbeiten in diesem Projekt und wie hoch ist das Forschungsbudget in etwa?“



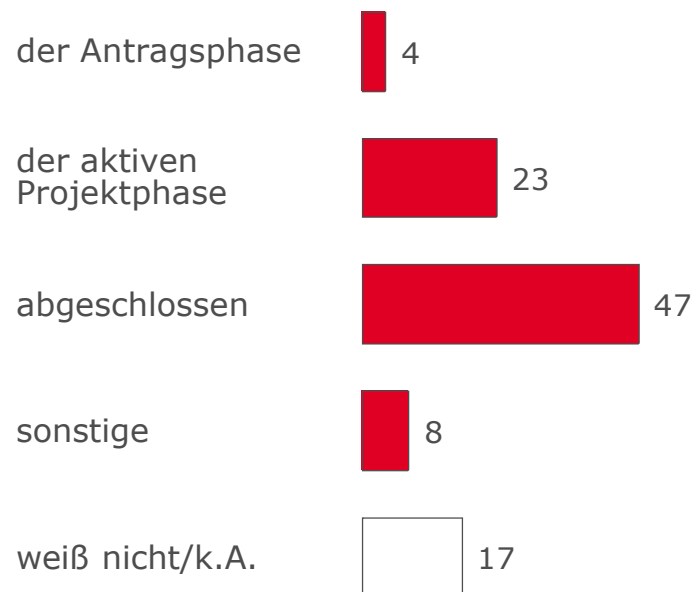
Phase des wissenschaftlichen Projektes *)

30% der Befragten Wissenschaftler befanden sich beim Erstkontakt in der Antragsphase für ein wissenschaftliches Forschungsprojekt.

Beim **ersten** Kontakt mit der Wirtschaftsförderung Dortmund befanden sich die Unternehmen in ...



Beim **letzten** Kontakt mit der Wirtschaftsförderung Dortmund befanden sich die Unternehmen in ...



*) **geringe Basis**

Basis: 47 befragte Wissenschaftler

Frage 15: „In welcher Phase des wissenschaftlichen Forschungsprojektes befanden Sie sich damals, als Sie die Wirtschaftsförderung kontaktiert haben?“

Frage 17: „Und in welcher Phase befindet sich das Forschungsprojekt aktuell?“



Studienergebnisse

Erwartungen, Zufriedenheit, Mehrwert und Weiterempfehlung



Kundenbefragung

Erwartungen an die Wirtschaftsförderung Dortmund



*) offene Frage, Mehrfachnennungen möglich; aufgeführt sind alle Nennungen ab 2 %

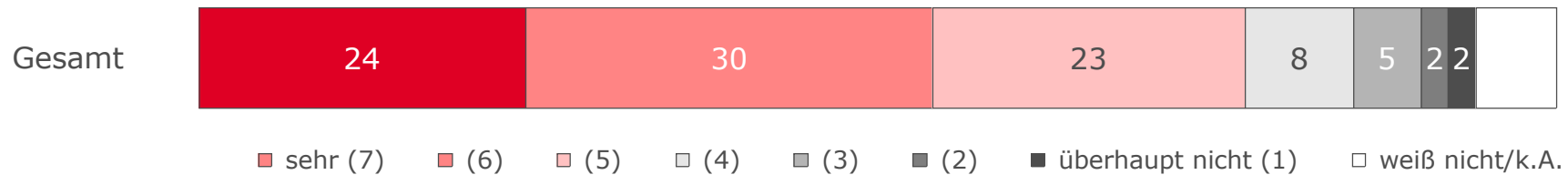
Basis: 924 Befragte

Frage 22: „Mit welchen Erwartungen haben Sie sich an die Wirtschaftsförderung Dortmund gewandt?“

Zufriedenheit mit der Wirtschaftsförderung

Mehr als die Hälfte der Befragten ist insgesamt sehr zufrieden mit dem Service der Wirtschaftsförderung Dortmund. Nur 2 Prozent sind überhaupt nicht zufrieden.

Mit der Wirtschaftsförderung waren insgesamt zufrieden ...



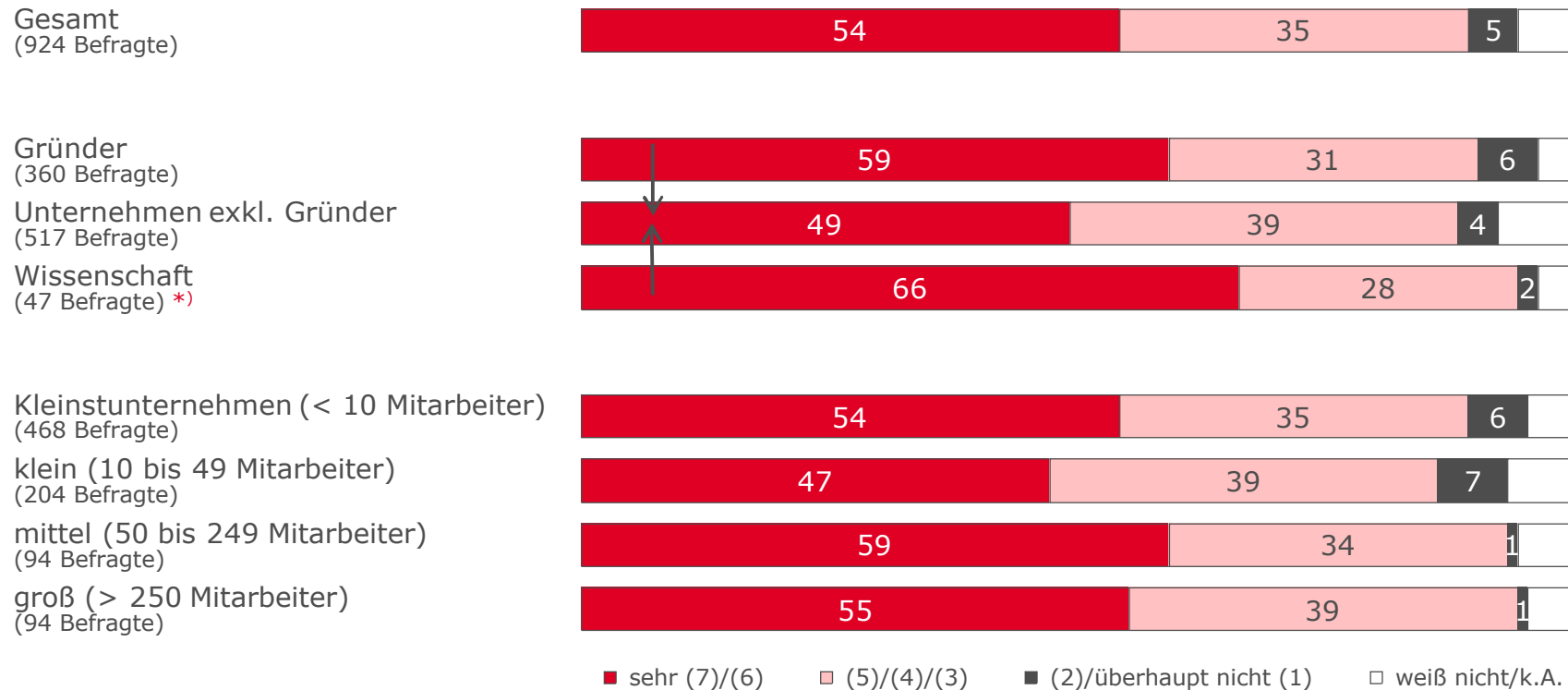
Basis: 924 Befragte

Frage 20: „Wenn Sie an den Service der Wirtschaftsförderung (...) insgesamt denken, wie zufrieden sind oder waren Sie da. (...) Verwenden Sie (...) bitte eine Skala von 1 bis 7. 1 bedeutet, dass Sie (...) überhaupt nicht zufrieden sind/waren und 7, dass Sie mit dem Service sehr zufrieden sind oder waren. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstimmen.“

Zufriedenheit mit der Wirtschaftsförderung

Gründer sowie Befragte aus der Wissenschaft sind signifikant häufiger sehr zufrieden mit dem Service der Wirtschaftsförderung als Befragte aus Unternehmen.

Mit der Wirtschaftsförderung waren zufrieden ...



*) geringe Basis

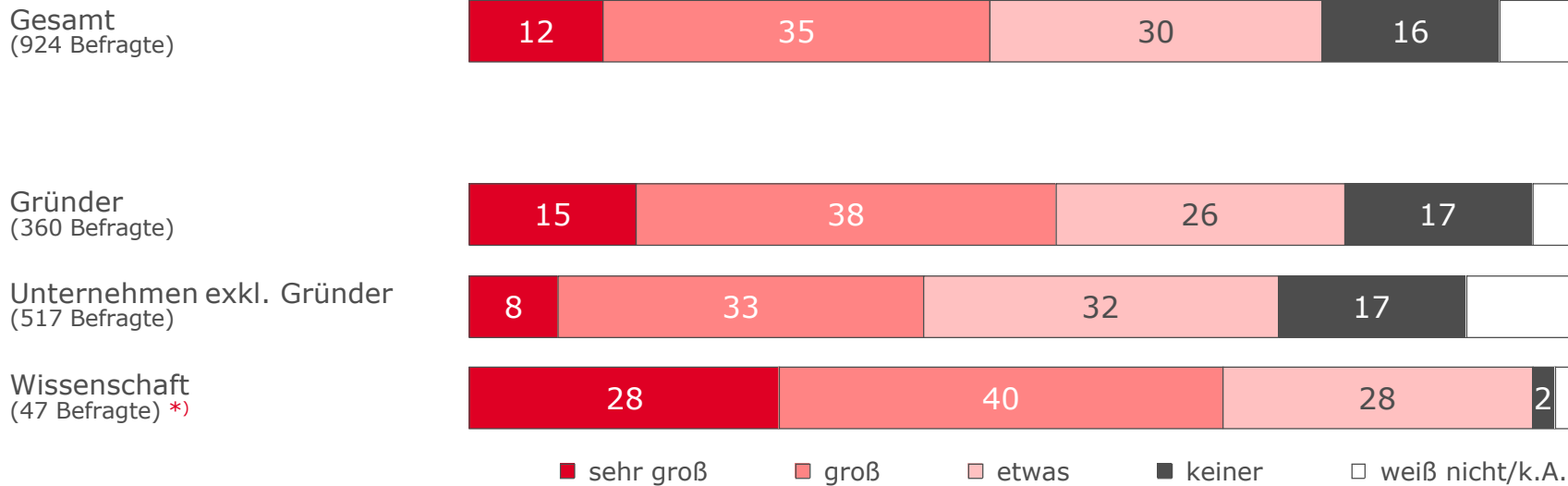
Basis: 924 Befragte

Frage 20: „Wenn Sie an den Service der Wirtschaftsförderung (...) insgesamt denken, wie zufrieden sind oder waren Sie da. (...) Verwenden Sie (...) bitte eine Skala von 1 bis 7. 1 bedeutet, dass Sie (...) überhaupt nicht zufrieden sind/waren und 7, dass Sie mit dem Service sehr zufrieden sind oder waren. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstimmen.“

Mehrwert durch die Zusammenarbeit

Besonders Gründer und Personen aus der Wissenschaft sehen einen sehr großen Mehrwert in der Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung Dortmund.

Der Mehrwert wird eingeschätzt als ...



*) geringe Basis

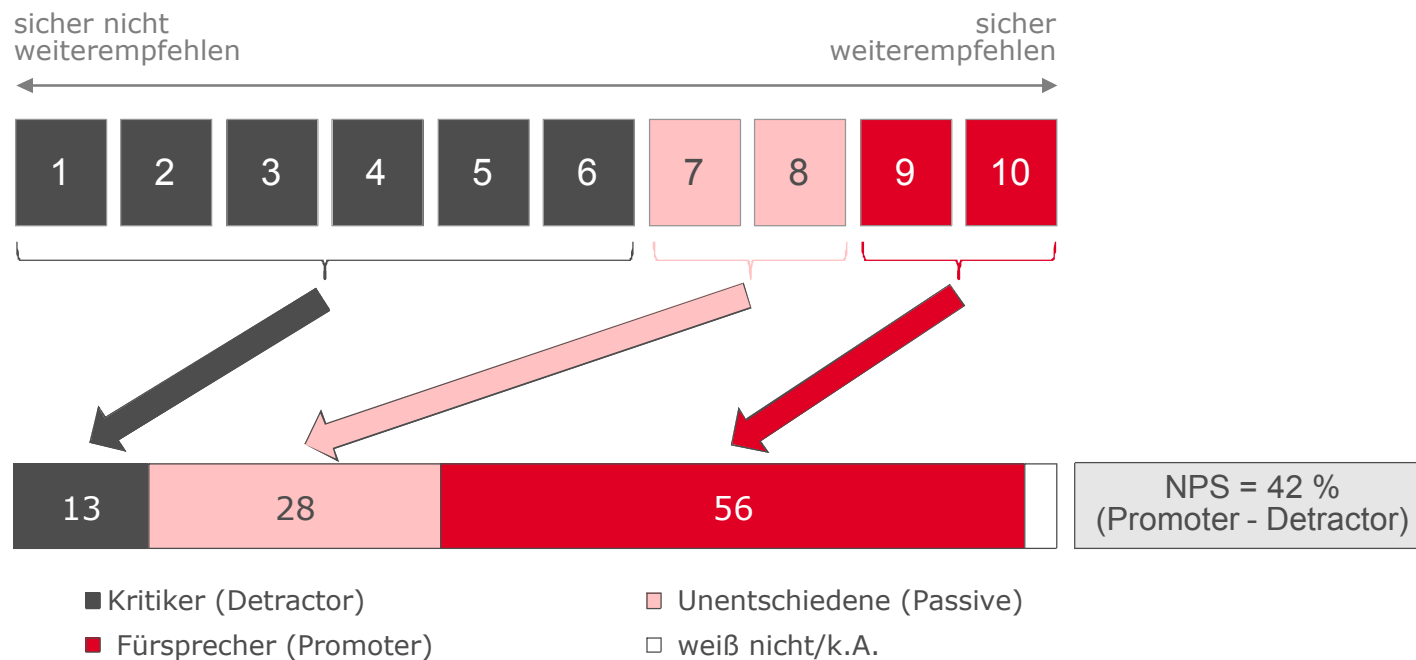
Basis: 924 Befragte

Frage 24: „Wenn Sie nun an die Leistungen der Wirtschaftsförderung, die Sie in Anspruch genommen haben, zurück denken: Wie hoch schätzen Sie den Mehrwert für ihr Unternehmen durch diese Leistungen insgesamt ein?“

Der Net Promoter Score (NPS)

Über die Hälfte der Befragten gelten als Fürsprecher der Wirtschaftsförderung.

Der NPS, integriert in den Gesamtkontext einer Zufriedenheitsanalyse, zeigt den aktuellen Anteil loyaler Kunden.

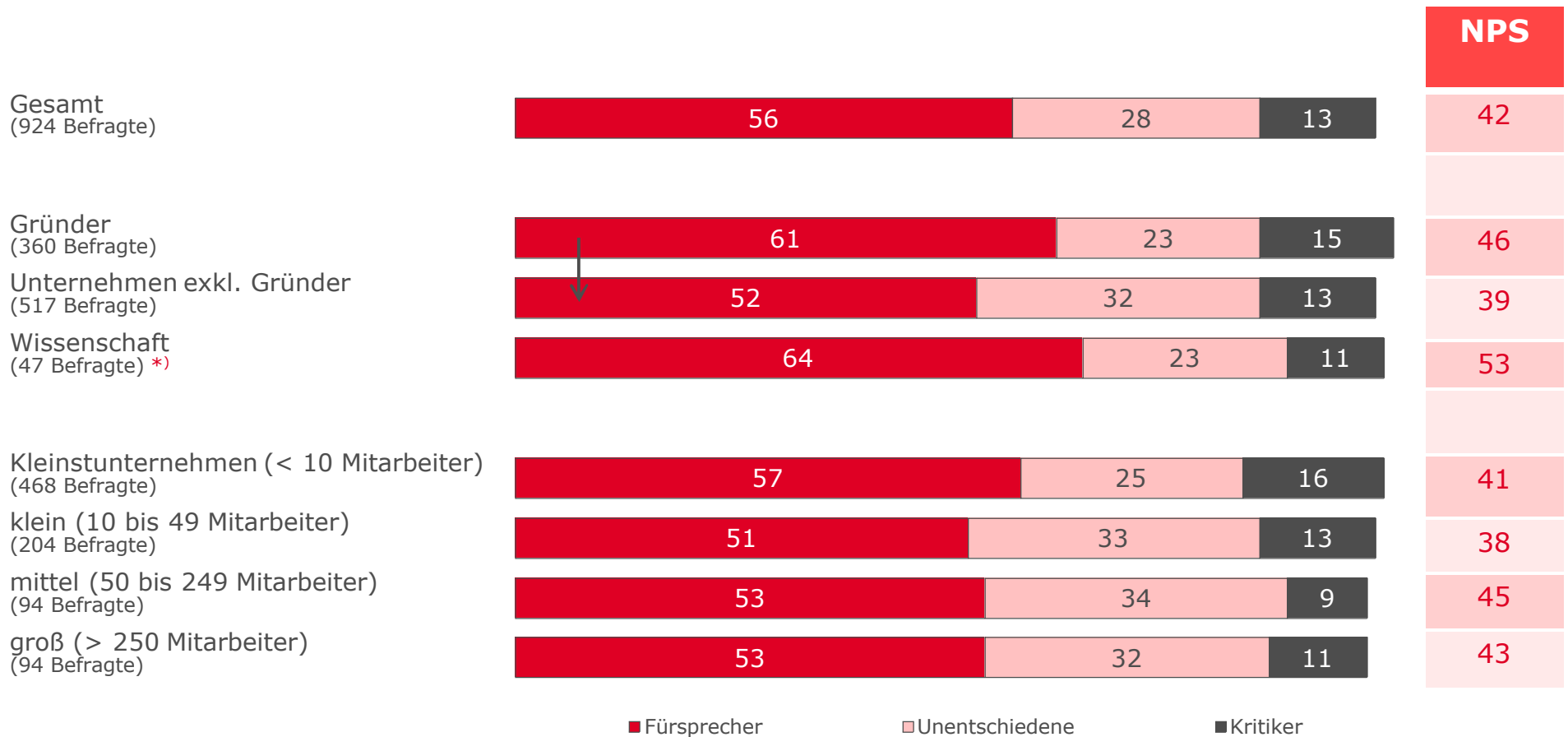


Basis: 924 Befragte

Frage 28: „Würden Sie die Wirtschaftsförderung Dortmund weiterempfehlen?“

Der Net Promoter Score (NPS)

Unter den Gründern befinden sich signifikant mehr Fürsprecher als unter den Unternehmen.



Basis: 924 Befragte

Frage 28: „Würden Sie die Wirtschaftsförderung Dortmund weiterempfehlen?“

Studienergebnisse

Stärken und Schwächen



Kundenbefragung

Stärken der Wirtschaftsförderung Dortmund



offene Fragen, Mehrfachnennungen möglich

Basis: 924 Befragte

Frage 26: „Welche Stärken hat die Wirtschaftsförderung aus Ihrer Sicht? (...)?“

Stärken „O-Töne“

„lokale Vernetzung“

„Dass man normal sprechen kann, dass man nichts schönreden muss, offene Kommunikation.“

„Sehr offene Kommunikation!“

„Die regionalen Veranstaltungen finde ich sehr förderlich.“

„Die sind immer nett und freundlich.“

„Grundgerüst des Start to grow Wettbewerbs war für uns Druck zu starten.“

„Das kritische Hinterfragen war super, das hat gezeigt dass sie Interesse haben.“

„Freundliche Verbindlichkeit, Service, Verlässlichkeit.“

„Ich hatte mit einem jungen Team zu tun, was mich sehr begeistert hat.“

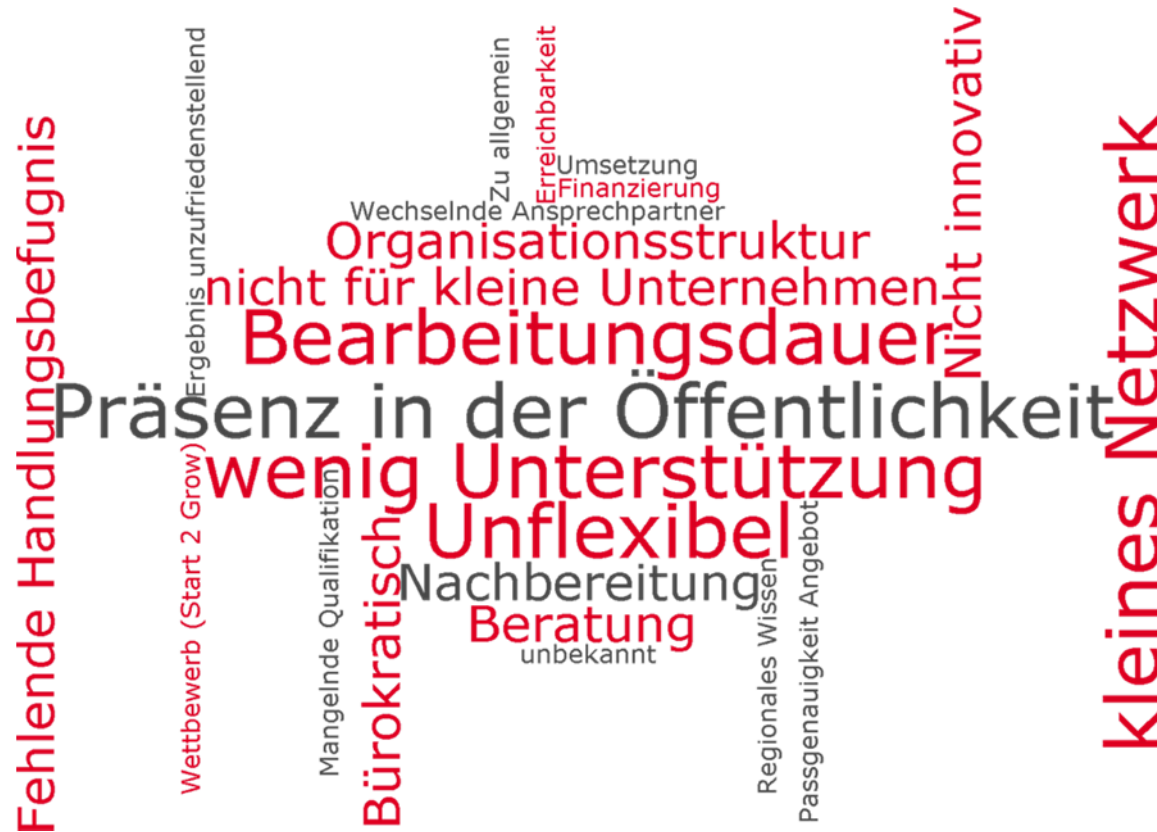
„Hatte den Eindruck, dass Mitarbeiter engagiert sind, dass es mehr ein Dienstleister als Behörde ist.“

„Fachkompetente Leute, gute Einschätzungen, erklären wirtschaftliche Fremdwörter.“

Basis: 924 Befragte

Frage 26: „Welche Stärken hat die Wirtschaftsförderung aus Ihrer Sicht? (...)?“

Schwächen der Wirtschaftsförderung



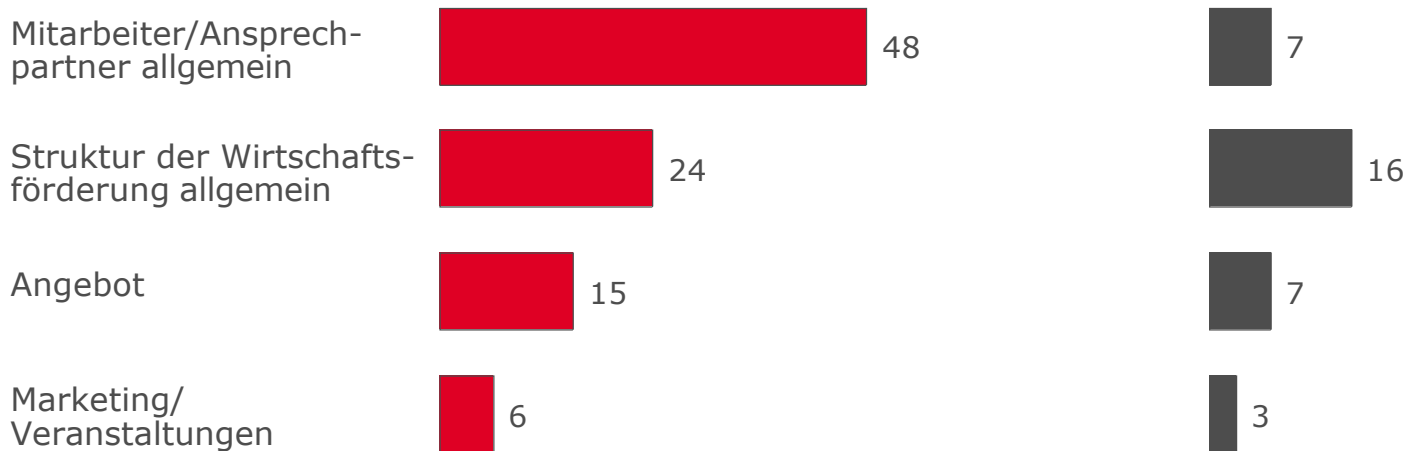
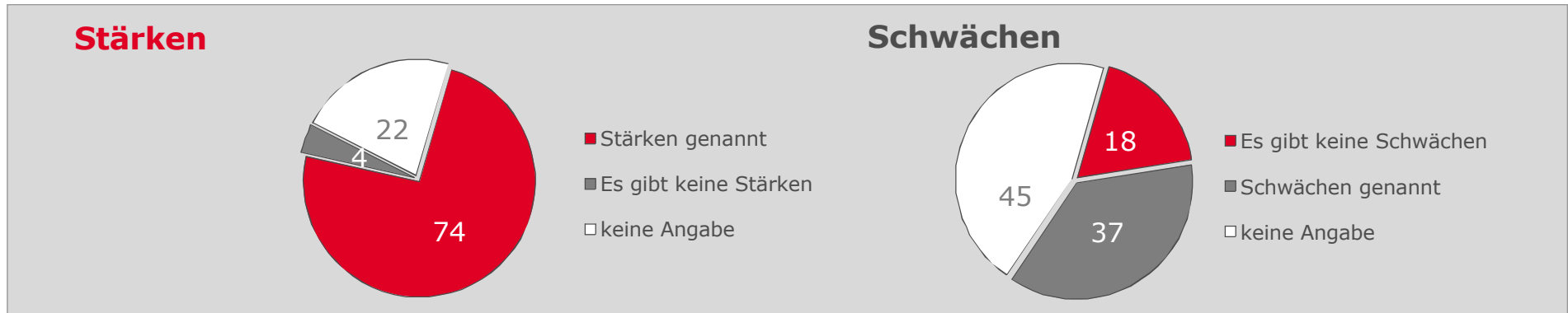
*) offene Fragen, Mehrfachnennungen möglich

Basis: 924 Befragte

Frage 27: „Und welche Schwächen hat die Wirtschaftsförderung Dortmund aus Ihrer Sicht? (...)?“

Stärken und Schwächen der Wirtschaftsförderung Dortmund - Übersicht

Die Mitarbeiter werden insgesamt als Stärke der Wirtschaftsförderung gesehen. Kritik bezieht sich vor allem auf die Struktur der Wirtschaftsförderung allgemein.



offene Fragen, Mehrfachnennungen möglich
Basis: 924 Befragte

Frage 26: „Welche Stärken hat die Wirtschaftsförderung aus Ihrer Sicht? (...)?“

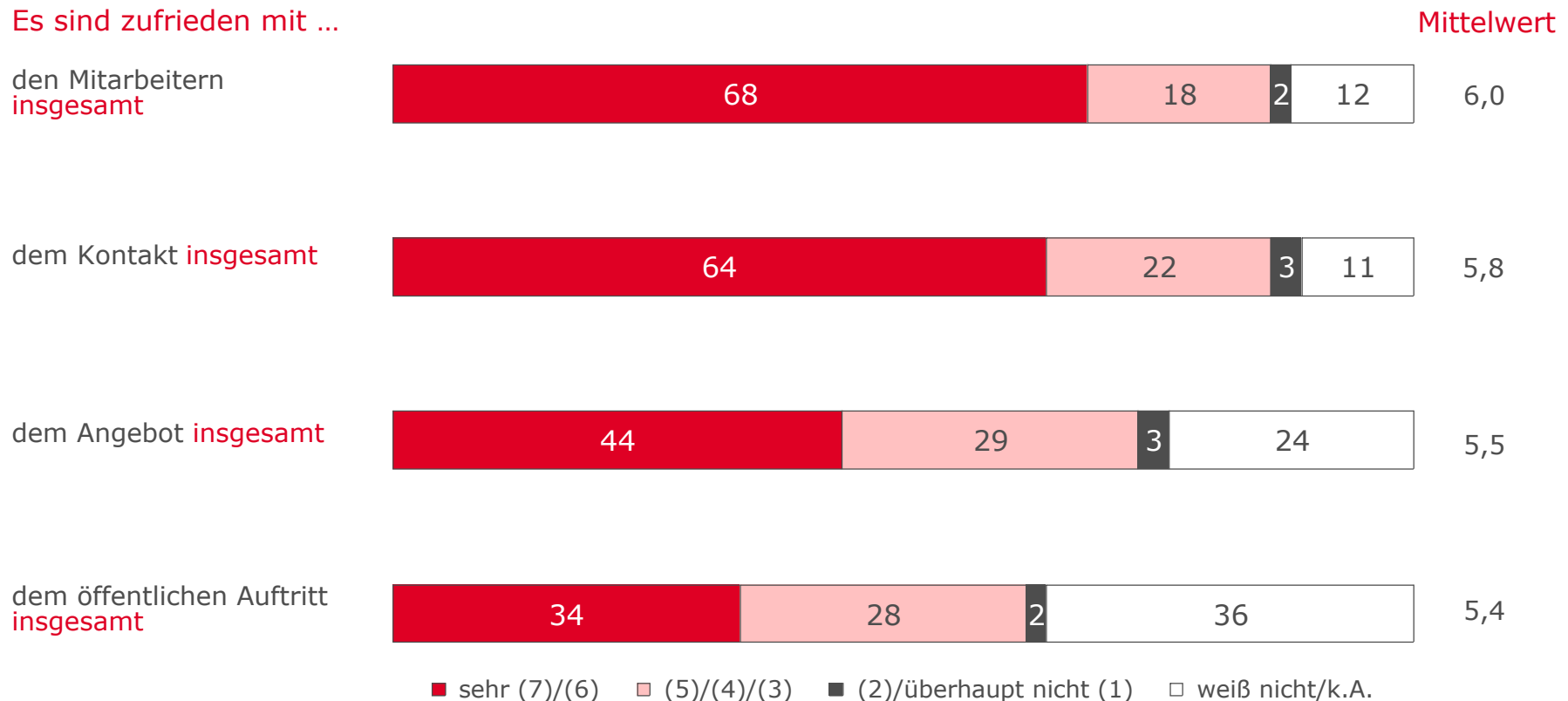
Frage 27: „Und welche Schwächen hat die Wirtschaftsförderung Dortmund aus Ihrer Sicht? (...)?“

Studienergebnisse

Zufriedenheit mit den Servicebereichen und Einflussnahme auf die Gesamtzufriedenheit

Zufriedenheit mit den Einzelbereichen

Unter der betrachteten Bereichen ist die Zufriedenheit mit den Mitarbeitern im Vergleich am höchsten.

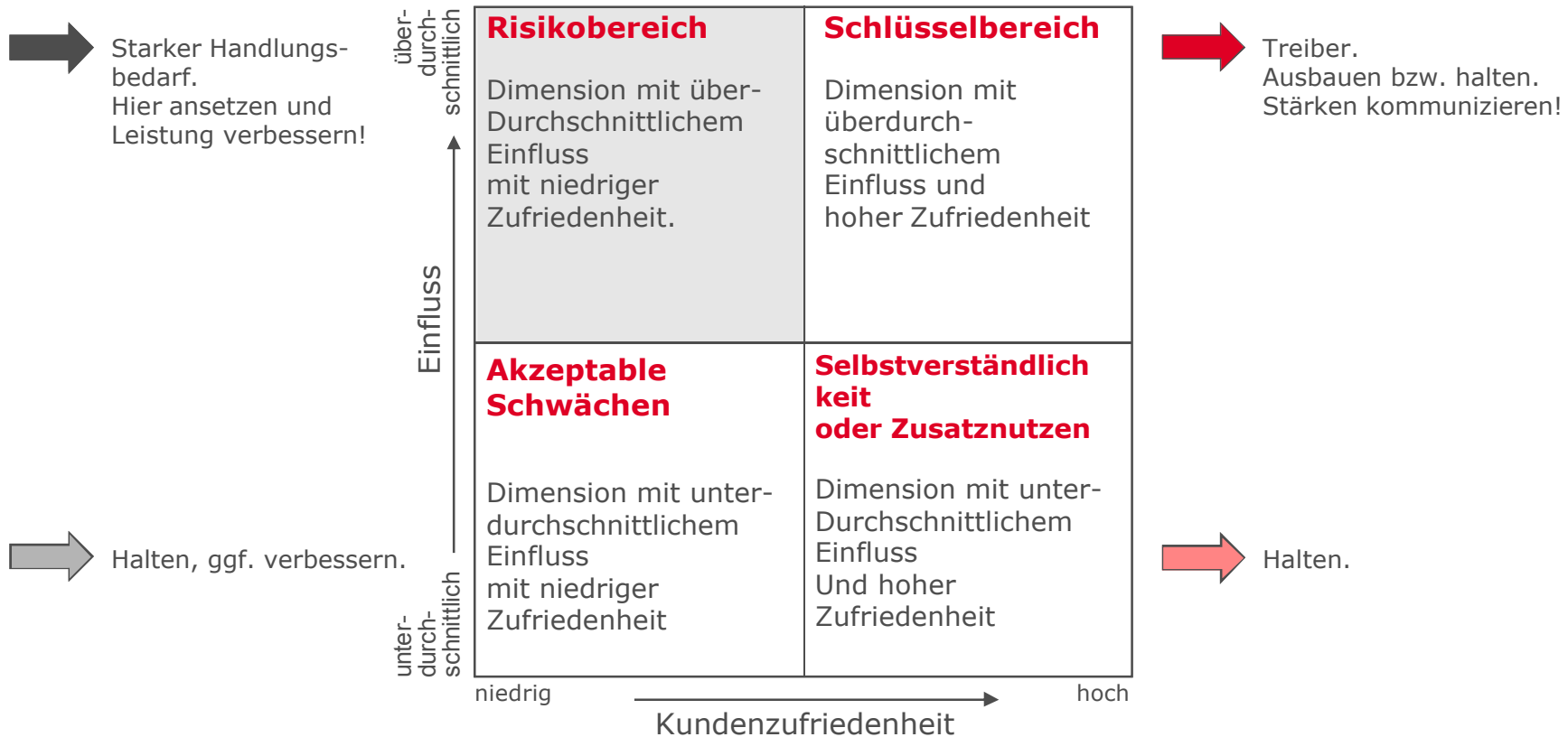


Basis: 924 Befragte

Frage 30: „Im Folgenden lese ich Ihnen eine Liste mit verschiedenen Servicebereichen vor. Bitte bewerten Sie die einzelnen Bereiche dahingehend, wie zufrieden Sie mit diesem Service sind/waren. Wenn Sie zu einzelnen Bereichen keine Aussage treffen können, geben Sie dies bitte an? Zunächst geht es um die Zufriedenheit mit den **Mitarbeitern**.“

Handlungsportfolio

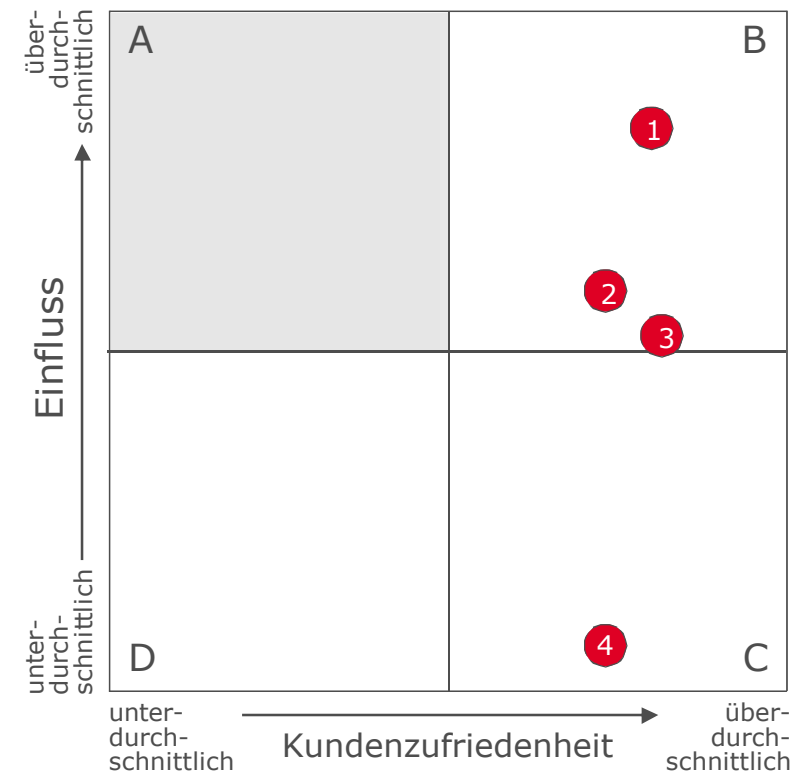
Mithilfe des Portfolios ist Handlungsbedarf direkt ableitbar.



Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit

Auf der gesamten Skala gesehen ist die Zufriedenheit mit allen Bereichen hoch. Die Zufriedenheit mit dem Kontakt hat den größten Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit.

- 1 Zufriedenheit mit dem Kontakt
- 2 Zufriedenheit mit dem Angebot
- 3 Zufriedenheit mit den Mitarbeitern
- 4 Zufriedenheit mit dem öffentlichen Auftritt



Methodische Information: Berechnung des Einflusses auf Basis multivariater linearer Regression. $R^2_{\text{korr.}} = 48\%$, d.h. 48 % der Gesamtvarianz der Gesamtzufriedenheit wird durch die einbezogenen Einzelzufriedenheiten erklärt. Fehlende Werte wurden durch eine Mittelwertimputation ersetzt. Test auf Multikollinearität negativ.

Skaleninformation: Die Darstellung der horizontalen Achse (Kundenzufriedenheit) erfolgt auf Basis der gesamten Skala (1-7)

Basis: 924 Befragte

Studienergebnisse

Zufriedenheit mit den Mitarbeitern



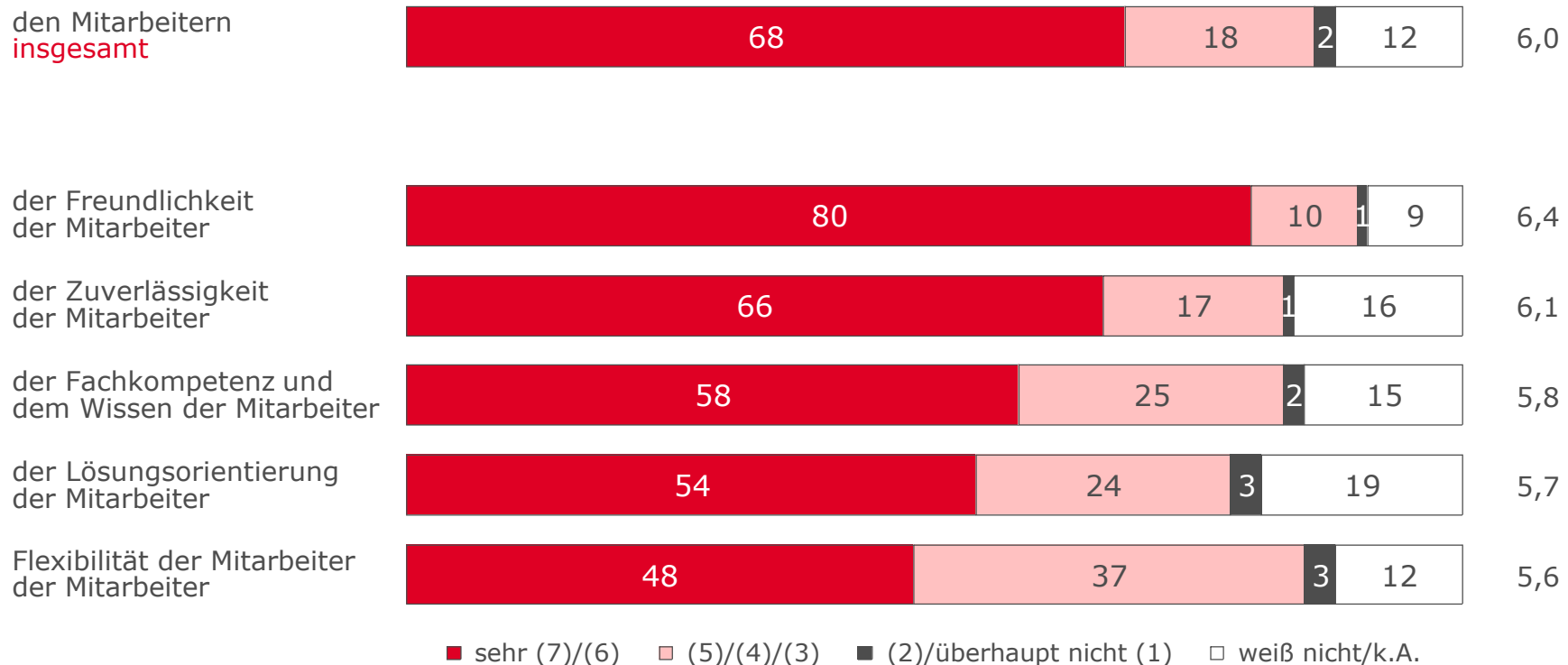
Kundenbefragung

Zufriedenheit mit den Mitarbeitern

Besonders die Freundlichkeit der Mitarbeiter wird durch die befragten Kunden sehr gut bewertet.

Es sind zufrieden mit ...

Mittelwert



Basis: 924 Befragte

Frage 30: „Im Folgenden lese ich Ihnen eine Liste mit verschiedenen Servicebereichen vor. Bitte bewerten Sie die einzelnen Bereiche dahingehend, wie zufrieden Sie mit diesem Service sind/waren. Wenn Sie zu einzelnen Bereichen keine Aussage treffen können, geben Sie dies bitte an? Zunächst geht es um die Zufriedenheit mit den **Mitarbeitern**.“

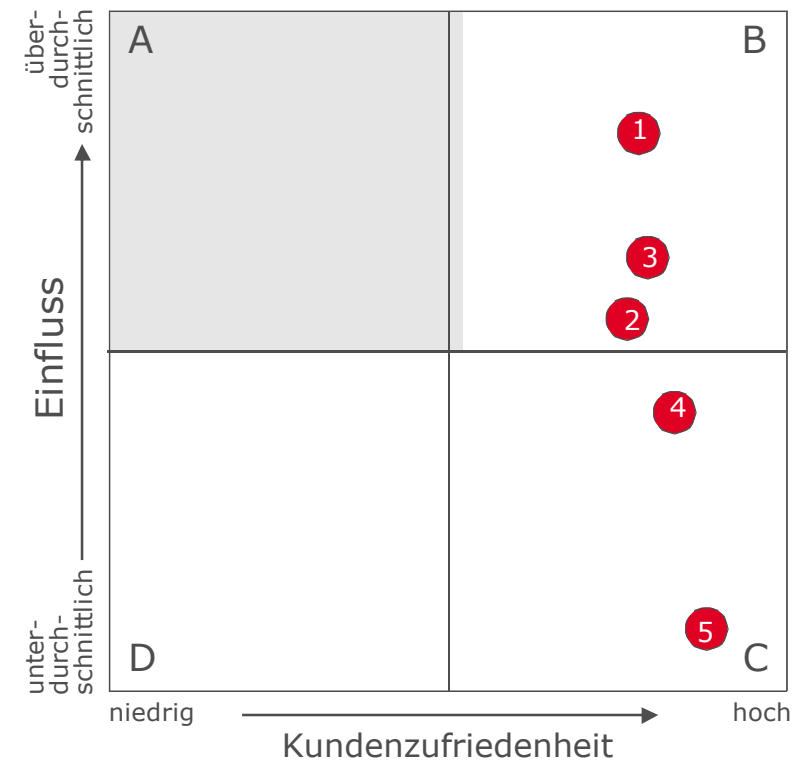
Einfluss auf die Zufriedenheit mit den Mitarbeitern

Die Lösungsorientiertheit ist der größte Treiber in Hinblick auf die Zufriedenheit mit den Mitarbeitern.

- 1 Lösungsorientiertheit der Mitarbeiter
- 2 Flexibilität der Mitarbeiter
- 3 Fachkompetenz und Wissen der Mitarbeiter
- 4 Zuverlässigkeit gegenüber dem Kunden
- 5 Freundlichkeit der Mitarbeiter

Methodische Information: Berechnung des Einflusses auf Basis multivariater linearer Regression. $R^2_{\text{korr.}} = 75\%$, d.h. 75 % der Gesamtvarianz der Gesamtzufriedenheit wird durch die einbezogenen Einzelzufriedenheiten erklärt. Fehlende Werte wurden durch eine Mittelwertimputation ersetzt. Test auf Multikollinearität negativ.

Skaleninformation: Die Darstellung der horizontalen Achse (Kundenzufriedenheit) erfolgt auf Basis der gesamten Skala (1-7)



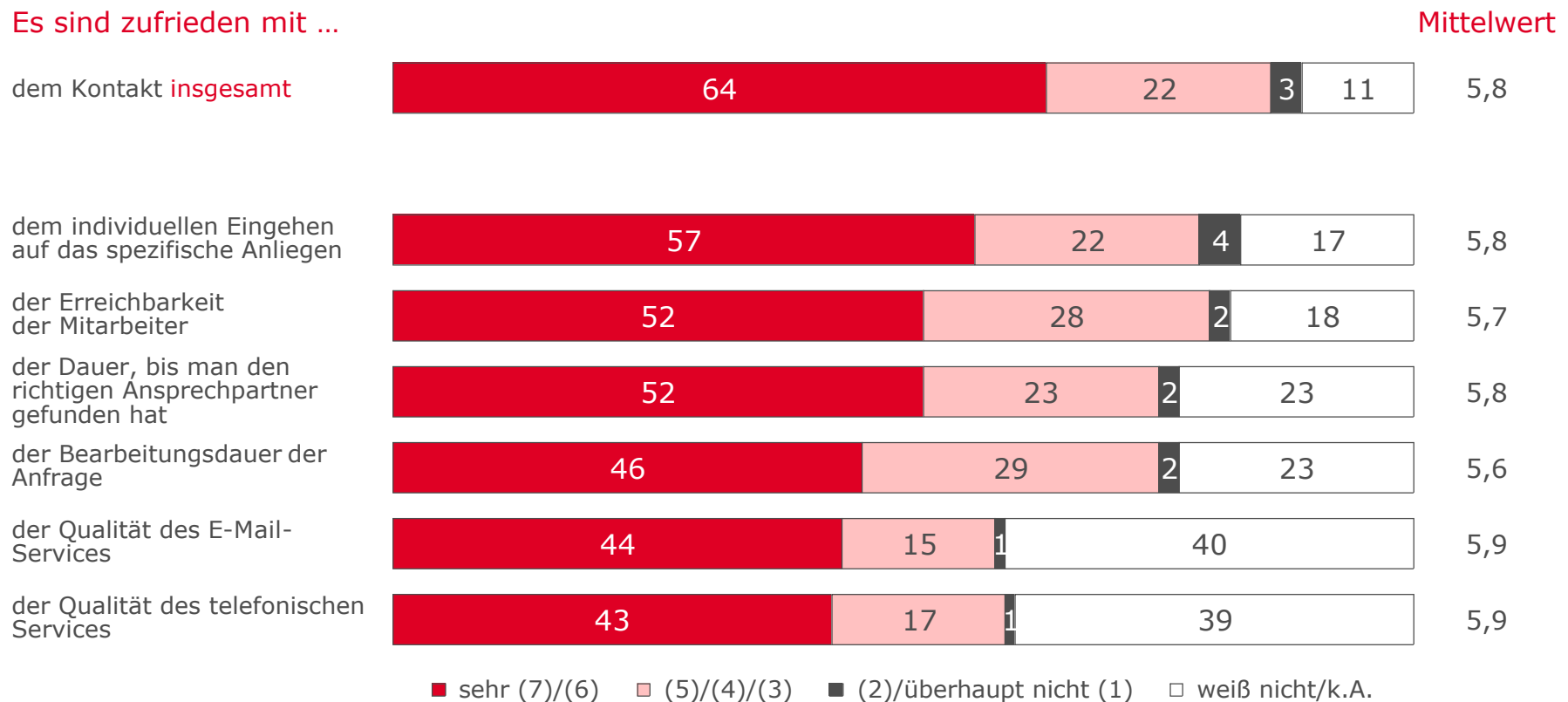
Basis: 875 Befragte

Studienergebnisse

Zufriedenheit mit dem Kontakt

Zufriedenheit mit dem Kontakt

Die befragten Kunden sind sehr zufrieden damit, dass auf die spezifischen Anliegen individuell eingegangen wird.



Basis: 924 Befragte

Frage 30: „Im Folgenden lese ich Ihnen eine Liste mit verschiedenen Servicebereichen vor. Bitte bewerten Sie die einzelnen Bereiche dahingehend, wie zufrieden Sie mit diesem Service sind/waren. Wenn Sie zu einzelnen Bereichen keine Aussage treffen können, geben Sie dies bitte an? Nun geht es um die Zufriedenheit mit dem **Kontakt**.“

Einfluss auf die Zufriedenheit mit dem Kontakt

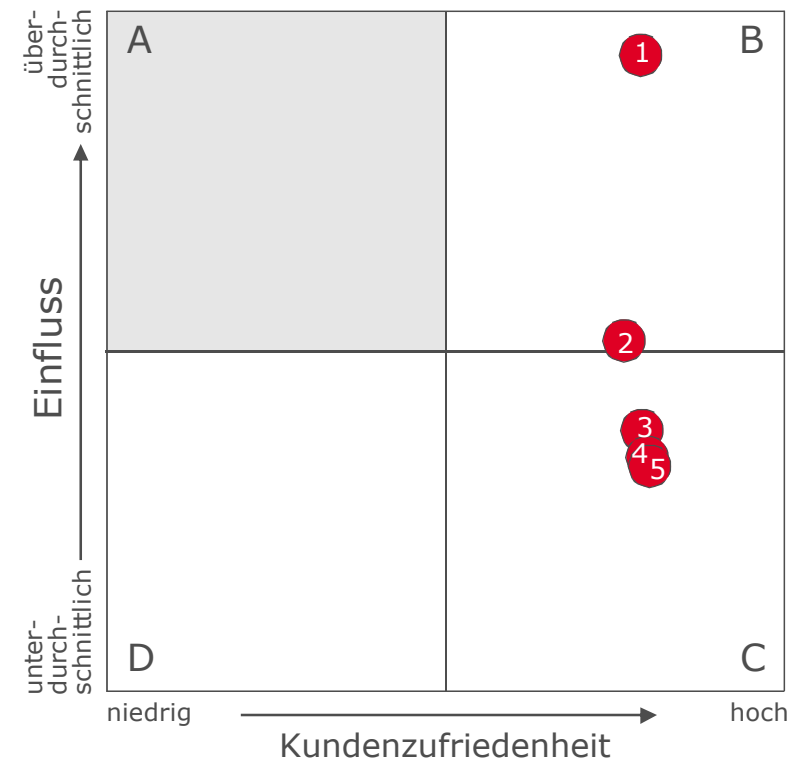
Individualität im Kundenkontakt hat den mit Abstand größten Einfluss auf die allgemeine Zufriedenheit im Kundenkontakt.

- 1 Individuelles Eingehen auf das spezielle Anliegen
- 2 Bearbeitungsdauer der Anfrage
- 3 Dauer, bis man den richtigen Ansprechpartner gefunden hat
- 4 Qualität des telefonischen Services
- 5 Qualität des E-Mail-Services
- 6 Erreichbarkeit der Mitarbeiter *)

Methodische Information: Berechnung des Einflusses auf Basis multivariater linearer Regression. $R^2_{\text{korr.}} = 65\%$, d.h. 65 % der Gesamtvarianz der Gesamtzufriedenheit wird durch die einbezogenen Einzelzufriedenheiten erklärt. Fehlende Werte wurden durch eine Mittelwertimputation ersetzt. Test auf Multikollinearität negativ.

Skaleninformation: Die Darstellung der horizontalen Achse (Kundenzufriedenheit) erfolgt auf Basis der gesamten Skala (1-7)

*) Ausschluss aus der Analyse wegen Multikollinearität mit Merkmal 3
Basis: 886 Befragte



Studienergebnisse

Zufriedenheit mit dem Angebot



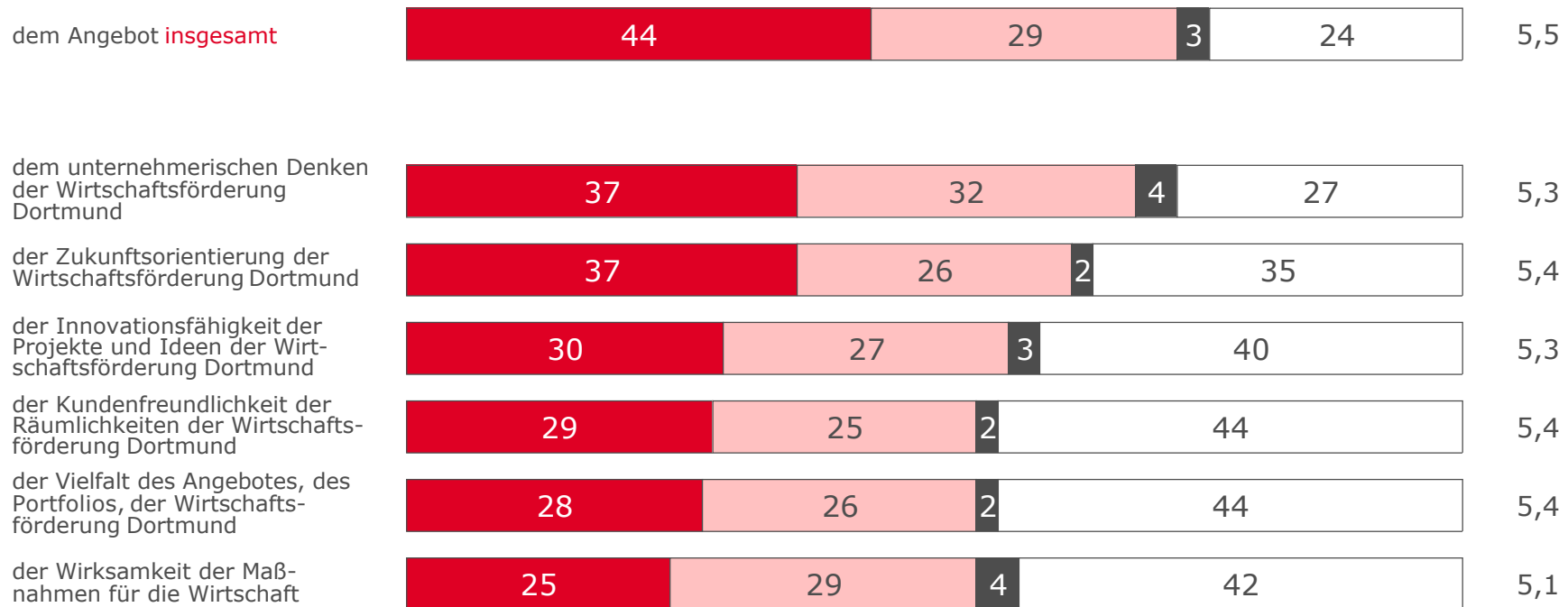
Kundenbefragung

Zufriedenheit mit dem Angebot

Vor allem das unternehmerische Denken und die Zukunftsorientierung wird am Angebot der Wirtschaftsförderung gelobt.

Es sind zufrieden mit ...

Mittelwert



■ sehr (7)/(6) □ (5)/(4)/(3) ■ (2)/überhaupt nicht (1) □ weiß nicht/k.A.

Basis: 924 Befragte

Frage 30: „Im Folgenden lese ich Ihnen eine Liste mit verschiedenen Servicebereichen vor. Bitte bewerten Sie die einzelnen Bereiche dahingehend, wie zufrieden Sie mit diesem Service sind/waren. Wenn Sie zu einzelnen Bereichen keine Aussage treffen können, geben Sie dies bitte an? Nun geht es um die Zufriedenheit mit dem **Angebot der Wirtschaftsförderung Dortmund.**“

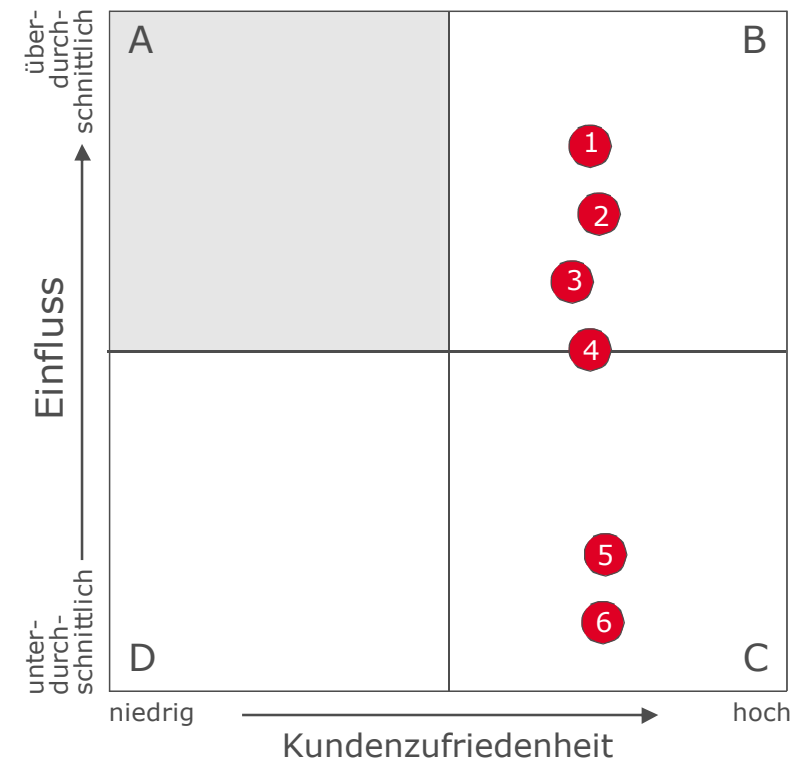
Einfluss auf die Zufriedenheit mit dem Angebot

Unternehmerisches Denken und die Vielfalt des Angebot haben den größten Einfluss auf die allgemeine Zufriedenheit mit dem Angebot.

- 1 Unternehmerisches Denken
- 2 Vielfalt des Angebotes/Portfolios
- 3 Wirksamkeit der Maßnahmen
- 4 Innovationsfähigkeit
- 5 Zukunftsorientierung
- 6 Kundenfreundlichkeit der Räumlichkeiten

Methodische Information: Berechnung des Einflusses auf Basis multivariater linearer Regression. $R^2_{\text{korr.}} = 58\%$, d.h. 58 % der Gesamtvarianz der Gesamtzufriedenheit wird durch die einbezogenen Einzelzufriedenheiten erklärt. Fehlende Werte wurden durch eine Mittelwertimputation ersetzt. Test auf Multikollinearität negativ.

Skaleninformation: Die Darstellung der horizontalen Achse (Kundenzufriedenheit) erfolgt auf Basis der gesamten Skala (1-7)



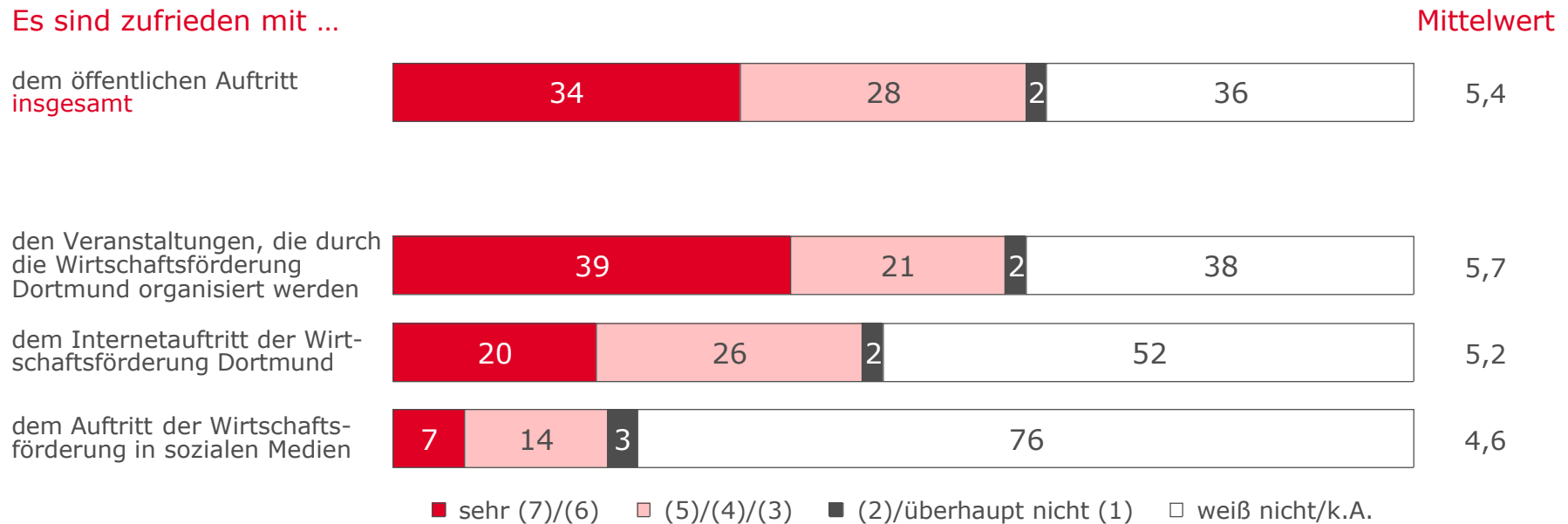
Basis: 853 Befragte

Studienergebnisse

Zufriedenheit mit dem öffentlichen Auftritt

Zufriedenheit mit dem öffentlichen Auftritt

Auf Basis derjenigen, die den öffentlichen Auftritt der Wirtschaftsförderung kennen, wird dieser insgesamt sehr gut beurteilt.



Basis: 924 Befragte

Frage 30: „Im Folgenden lese ich Ihnen eine Liste mit verschiedenen Servicebereichen vor. Bitte bewerten Sie die einzelnen Bereiche dahingehend, wie zufrieden Sie mit diesem Service sind/waren. Wenn Sie zu einzelnen Bereichen keine Aussage treffen können, geben Sie dies bitte an? Nun geht es noch um die Zufriedenheit mit dem **öffentlichen Auftritt**.“

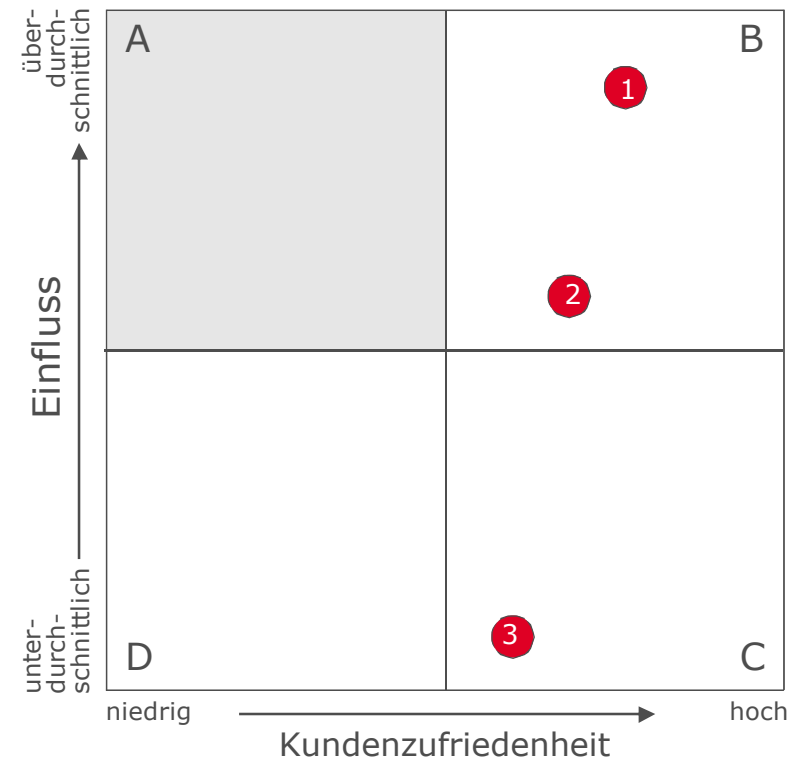
Einfluss auf die Zufriedenheit mit dem öffentlichen Auftritt

Veranstaltungen sind aktuell der größte Treiber im Bereich öffentlicher Auftritt.

- 1 Veranstaltungen der Wirtschaftsförderung Dortmund
- 2 Internetauftritt der Wirtschaftsförderung Dortmund
- 3 Auftritt der Wirtschaftsförderung Dortmund in sozialen Medien

Methodische Information: Berechnung des Einflusses auf Basis multivariater linearer Regression. $R^2_{\text{korr.}} = 49\%$, d.h. 49 % der Gesamtvarianz der Gesamtzufriedenheit wird durch die einbezogenen Einzelzufriedenheiten erklärt. Fehlende Werte wurden durch eine Mittelwertimputation ersetzt. Test auf Multikollinearität negativ.

Skaleninformation: Die Darstellung der horizontalen Achse (Kundenzufriedenheit) erfolgt auf Basis der gesamten Skala (1-7)



Basis: 747 Befragte

Studienergebnisse

Außenwirkung

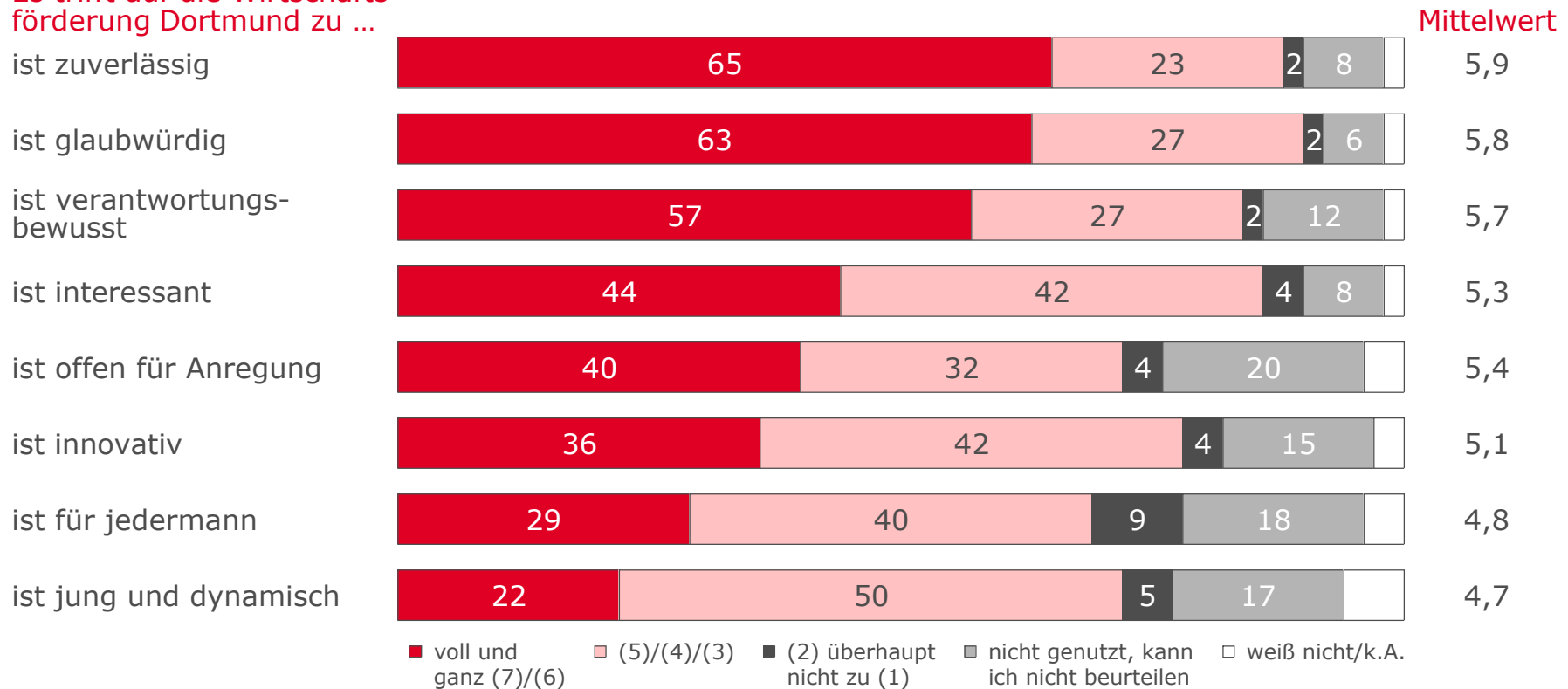


Kundenbefragung

Außenwirkung

Die Wirtschaftsförderung Dortmund wird vor allem als zuverlässig und glaubwürdig wahrgenommen, jedoch weniger als jung und dynamisch.

Es trifft auf die Wirtschaftsförderung Dortmund zu ...

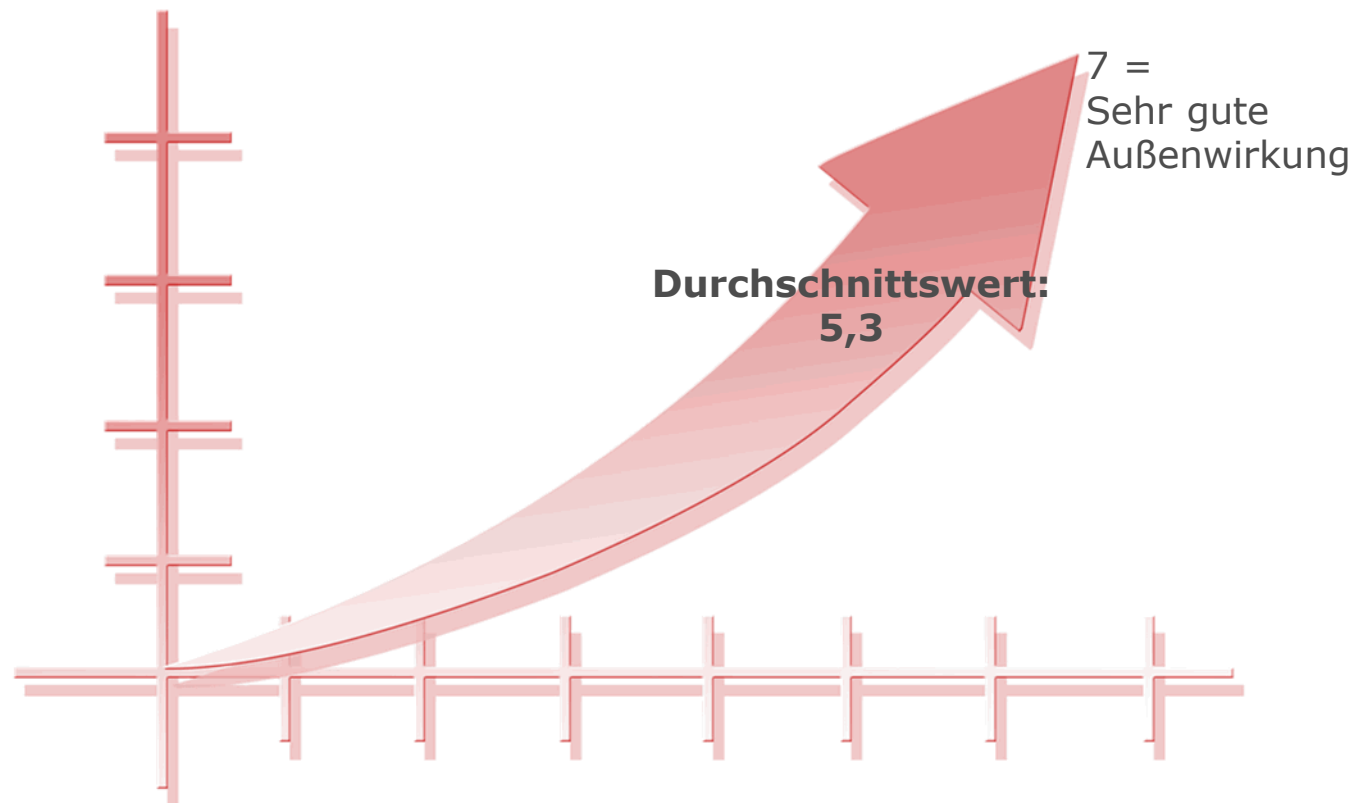


Basis: 924 Befragte

Frage 40: „(...) Bitte beurteilen Sie, wie sehr die folgenden Eigenschaften auf die Wirtschaftsförderung Dortmund zutreffen. Nutzen Sie dazu die Skala von 1 bis 7, bei der 1 bedeutet "trifft überhaupt nicht zu" und 7 "trifft voll und ganz zu". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstimmen. Bitte urteilen Sie ganz aus Ihrem Gefühl heraus. Die Wirtschaftsförderung Dortmund

Indexbildung „Außenwirkung“

Auf Basis der einzelnen Image-Statements wurde ein Index berechnet, der die Außenwirkung der Wirtschaftsförderung in einem Wert erfasst.



Bildquelle: Pixabay

Basis: 924 Befragte

Frage 40: „(...) Bitte beurteilen Sie, wie sehr die folgenden Eigenschaften auf die Wirtschaftsförderung Dortmund zutreffen. Nutzen Sie dazu die Skala von 1 bis 7, bei der 1 bedeutet "trifft überhaupt nicht zu" und 7 "trifft voll und ganz zu". Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen. Bitte urteilen Sie ganz aus Ihrem Gefühl heraus. Die Wirtschaftsförderung Dortmund

Wir freuen uns auf Ihre Fragen.

Dr. Helen Lauff, Dr. Frederik Funke

forsa.main
Marktinformationssysteme GmbH
Schaumainkai 85
60596 Frankfurt am Main

Telefon: 069.75 65-6500
E-Mail: helen.lauff@forsa.de



Kundenbefragung