Kundenbefragung

Kategorie
- Umsetzungsgrundlage

Zielgruppe
- Bürgerinnen und Bürger
- Unternehmen

Projektphase
- Analyse
- Planung
- Evaluierung

Quelle: Bildkraftwerk / Zöhre Kurc

Was ist eine Kundinnen- und Kundenbefragung?

Eine Kundinnen- und Kundenbefragung ist eine Datenerhebungsmaßnahme, die sich direkt an potenzielle oder aktuelle Kundinnen und Kunden wendet. Sie dient als Grundlage weiterer Analysen, wie Bedarfsanalysen oder Analysen, die für die Weiterentwicklung von Mobilitätskonzepten empfehlenswert sind. Aus diesem Grund sollte die Kundinnen- und Kundenbefragung neben anderen Befragungen und Datenerhebungsmaßnahmen zu Beginn einer Konzeptionsphase durchgeführt werden.

Welche Vorteile bietet eine Kundenbefragung?

Mithilfe einer Kundinnen- und Kundenbefragung können kundenbezogene Informationen in den verschiedenen Zielgruppen erhoben werden, damit diese direkt in die Neu- oder Weiterentwicklung der Mobilitätsangebote einfließen. Die Teilnahme an der Befragung bietet der Bevölkerung die Möglichkeit, aktiv das Mobilitätsangebot mitzugestalten und die zuständige Verwaltung einer Region über Erreichbarkeitslücken, aktuelle Bedürfnisse, Probleme, Wünsche und Anforderungen an zukünftige Mobilitätsangebote zu informieren. Die Qualität des zu entwickelnden Angebots wird so deutlich erhöht.

Wie erfolgt die konkrete Umsetzung?

Für eine Kundinnen- und Kundenbefragung muss im ersten Schritt bestimmt werden, welches Ziel erreicht werden bzw. welche Frage mithilfe der erhobenen Daten beantwortet werden soll. Dabei sind die Themen speziell auf das Nutzungsverhalten, die Erwartungen, die Erfahrungen und/oder die Wünsche der Kundinnen und Kunden im Umgang mit der Mobilität im ländlichen Raum gerichtet. Beispielsweise können folgende Fragen gestellt werden:

- Zu welchen Anlässen und zu welchen Uhrzeiten wird der Öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) genutzt?
- Wie ist die Zufriedenheit mit dem ÖPNV-Angebot?

- Können alle relevanten Reiseziele gut mit dem ÖPNV erreicht werden?
- Gibt es zusätzliche Verkehrsmittel oder Mobilitätsangebote, die sich die Bevölkerung für die Mobilität im ländlichen Raum wünscht?

Im zweiten Schritt muss die Zielgruppe der Befragung in Abhängigkeit von der Zielstellung bestimmt werden (z. B. ältere Menschen, Beschäftigte, Schülerinnen und Schüler oder Gäste). Die verschiedenen Fragen werden den Kundinnen und Kunden innerhalb eines Telefonats, einer persönlichen Befragung oder mithilfe eines schriftlichen Fragebogens gestellt. Je nach Form der Ansprache werden detaillierte Interviewleitfäden oder Fragenkataloge eingesetzt, um die relevanten Informationen zu erfassen.

Die Kosten für eine Kundinnen- und Kundenbefragung sind abhängig vom Umfang der Befragung, der Erhebungsmethode und der Einbeziehung von externen Dienstleistern. Dabei stellen Online-Befragungen in der Regel die günstigere Alternative gegenüber telefonischen, schriftlichen und insbesondere persönlichen Befragungen dar. Die persönliche Befragung ist mit vergleichsweise hohen Kosten verbunden, bietet dafür in der Regel eine höhere Rücklaufquote und eine bessere Qualitätssicherung.

Herausforderungen bei der Umsetzung

Die Qualität der Kundinnen- und Kundenbefragung ist stark von den Rücklaufquoten der Befragung abhängig. Dabei ist zu beachten, dass eine hohe Rücklaufanzahl in der relevanten Zielgruppe benötigt wird, um belastbare Aussagen treffen zu können. Zusätzlich ist die Verwertbarkeit der Ergebnisse einer Kundenbefragung abhängig von der Qualität der Fragebögen bzw. der gestellten Fragen. Aus diesem Grund sind im Vorfeld Verständnistests mit Testpersonen hilfreich, um unklare Aussagen zu vermeiden.

Verwandte Beispiele aus der Praxis

Neukundengewinnung: „Unser Abo – Ganz wie Du“ (https://www.mobilikon.de/praxisbeispiel/neukundengewinnung-unser-abo-ganz-wie-du)

Weitere Hilfen zur Umsetzung

Beobachtung von Mobilitätsverhalten (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/beobachtung-von-mobilitaetsverhalten)
Bürgerbefragung (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/buergerbefragung)
Vorher-Nachher-Befragung (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/vorher-nachher-befragung)
Qualitätstests von Mobilitätsangeboten (https://www.mobilikon.de/umsetzungshilfe/qualitaetstests-von-mobilitaetsangeboten)

Weiterführende Informationen

Checkliste Kundenbefragung [abgerufen am 11.12.2023].

Quellen

Hochbaum, Barbara, 2020: Kundenbefragung. Der Kunde als Qualitätsbarometer. Zugriff: https://www.tuvsud.com/de-de, Wissen und Info, Newsletter, Value-Newsletter, Newsletter 1-2020, Kundenbefragung – Der Kunde als Qualitätsbarometer [abgerufen am 11.12.2023].