



Wirtschaftsförderung
Uelzen *aktiv*

Land  **ukunft**

L·Q·M Marktforschung

Ergebnisbericht

GEWERBE**Monitor**

• 2011

Unternehmensbefragung zu Situation und Zufriedenheit mit dem Unternehmensstandort Landkreis Uelzen

unter Schirmherrschaft und
mit Unterstützung des



11. November 2011

Inhalt:

1. Hintergrund	2
2. Unternehmen im Fokus	6
3. Globalzufriedenheit	11
4. Standortfaktoren	12
5. Leistungen der Kreisverwaltung	16
6. Leistungen der Wirtschaftsförderung und Verbesserungswünsche	19
8. Image des Landkreises	22
9. Standortloyalität	25
10. Standortentwicklung	31
11. Zusammenfassung	32
Anhang	

2. Hintergrund: Teilnehmer GEWERBEMonitor im Überblick



Benchmark Teilnehmer 2010 / 2011

<u>Teilnehmer</u>	<u>Einwohnerzahl</u>
1 Barnstorf	5.864 Einwohner
2 Bernau	36.338 Einwohner
3 Cottbus	102.091 Einwohner
4 Gotha	45.593 Einwohner
5 Hanau	88.637 Einwohner
6 Isenbüttel	6.119 Einwohner
7 Lkr. Pfaffenhofen	117.454 Einwohner
8 St. Ingbert	37.195 Einwohner
9 Rüsselsheim	60.294 Einwohner
10 Babenhausen	15.958 Einwohner
11 Lkr. Uelzen	97.000 Einwohner

Hintergrund: Zielsetzung des GEWERBEMonitors 2011

Der GEWERBEMonitor 2011 misst die Zufriedenheit der Unternehmen im Landkreis Uelzen mit dem Standort und den Leistungen der Kreisverwaltung.

Inhalte:

- Messung der Standortzufriedenheit und Loyalität der Uelzener Unternehmen
- Ermittlung des Images des Landkreises und Bewertung der Standortfaktoren aus Sicht der Gewerbebetriebe
- Erstellung von individualisierten Einzelberichten der Unternehmen
- Aufnahme von Anmerkungen und Verbesserungsvorschlägen der Unternehmen an die Kreisverwaltung Uelzen und die Wirtschaftsförderung
- Erhebung der Unternehmen, die sich für den Landkreis Uelzen mehr engagieren möchten
- Aufnahme von Kontaktwünschen der Unternehmen mit dem Landkreis bzw. der Wirtschaftsförderung
- Analyse der wahrgenommenen Stärken und Schwächen des Wirtschaftsstandorts Uelzen
- Vergleich der Befragungsergebnisse mit den anonymisierten Vergleichswerten aus anderen Kommunen (Benchmark)

Hintergrund: Methodik der Studie

Nach einem Anschreiben durch die Wirtschaftsförderung und den Landkreis Uelzen wurden die Unternehmen telefonisch befragt.

Methodik:



- Durch ein persönliches Anschreiben der Wirtschaftsförderung im Oktober 2011 wurden die Unternehmen zur Teilnahme an der Befragung eingeladen.
- Zusätzlich wurde die Umfrage in der Presse und auf der Internetseite des Landkreises angekündigt.
- Circa eine Woche nach Versenden der Anschreiben wurden die Interviews durch die L-Q-M Marktforschung GmbH telefonisch durchgeführt.
- Insgesamt enthielt der Fragebogen 27 geschlossene und 3 offene Fragen plus die Möglichkeit zur Individualisierung und Aufnahme eines Kontaktwunsches.
- Feldzeit: 12.10. - 19.10.2011
- Durchschnittliche Interviewdauer: 14 min.
- Befragungsteilnehmer:
76 Führungskräfte von im Landkreis Uelzen ansässigen Unternehmen, davon 47 Unternehmen, die zu den TOP-100 des Landkreises zählen.

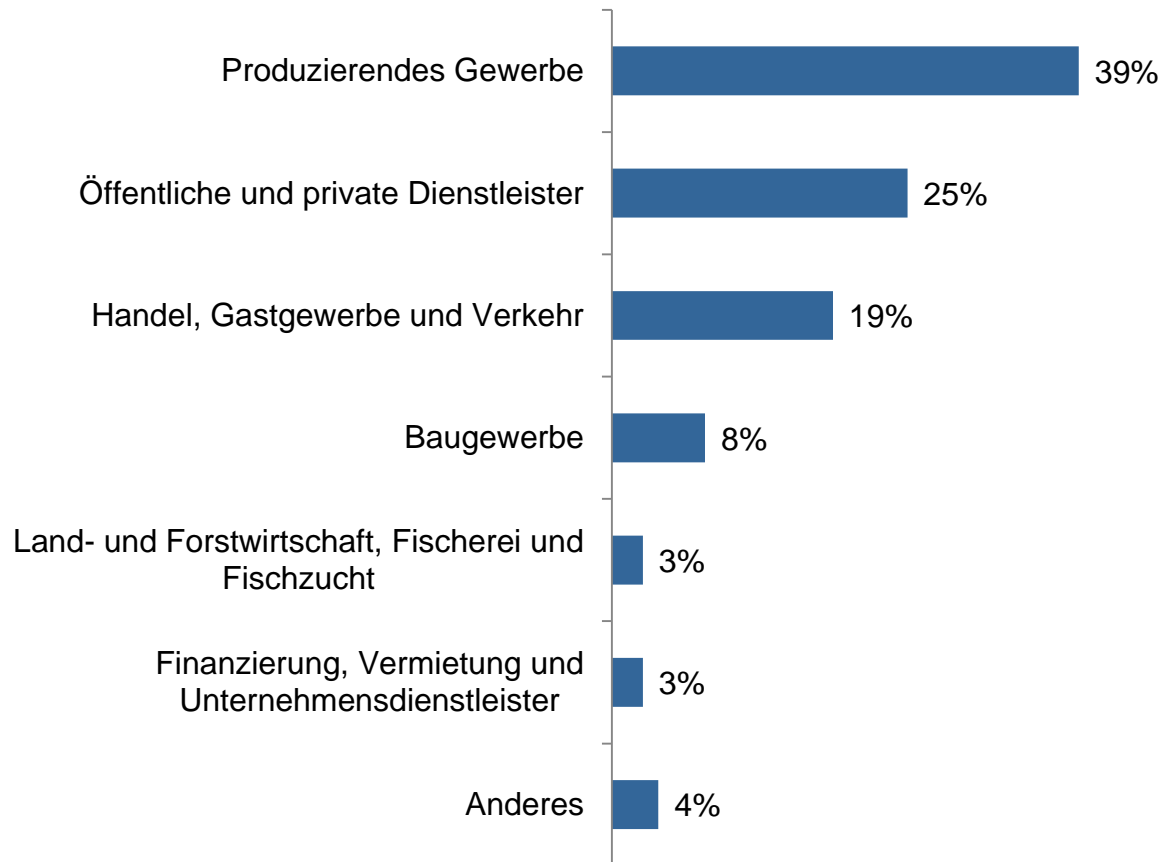
1. Hintergrund: Interviewstatistik

Jedes zweite Unternehmen konnte für die Umfrage gewonnen werden.

Lkr. Uelzen 2011	
Anzahl Adressen Top-100	87
Verweigert / Keine Zeit / Nimmt generell nicht teil an Umfragen	16
Nicht erreicht: Urlaub / Krankheit / Keine Zeit	24
Erfolgreiche Interviews mit Top-100 Unternehmen	n=47
Anzahl weitere Adressen	204
Davon kontaktiert	109
Erfolgreiche Interviews	n=29
Erfolgreiche Interviews insgesamt	n=76
Davon Zustimmung zur Individualisierung	n=51
Davon Anzahl Kontaktwünsche	n=12
Davon Unternehmen, die sich künftig mehr in konkreten Projekten engagieren wollen	n=38

2. Unternehmen im Fokus: Branche

Die meisten der befragten Unternehmen kommen aus dem produzierenden Gewerbe oder sind als Dienstleister im öffentlichen und privaten Sektor tätig.

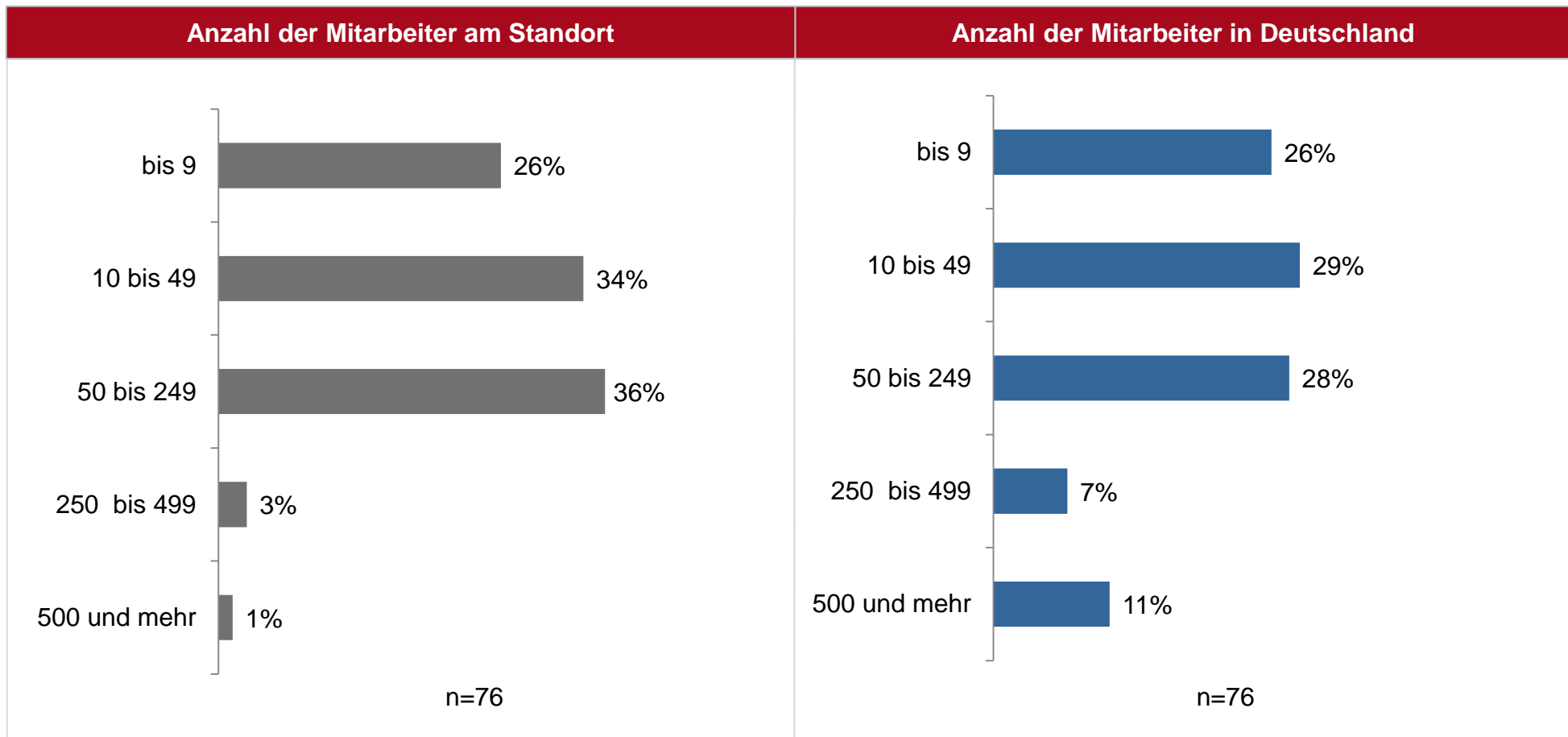


Frage 14: „Dann noch ein paar Angaben für die Statistik. Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen?“ [Mehrfachnennungen möglich]

Basis:
n=76 Befragte

2. Unternehmen im Fokus: Anzahl der Mitarbeiter

Über ein Drittel der befragten Unternehmen beschäftigen mindestens 50 Mitarbeiter und mehr am Standort.

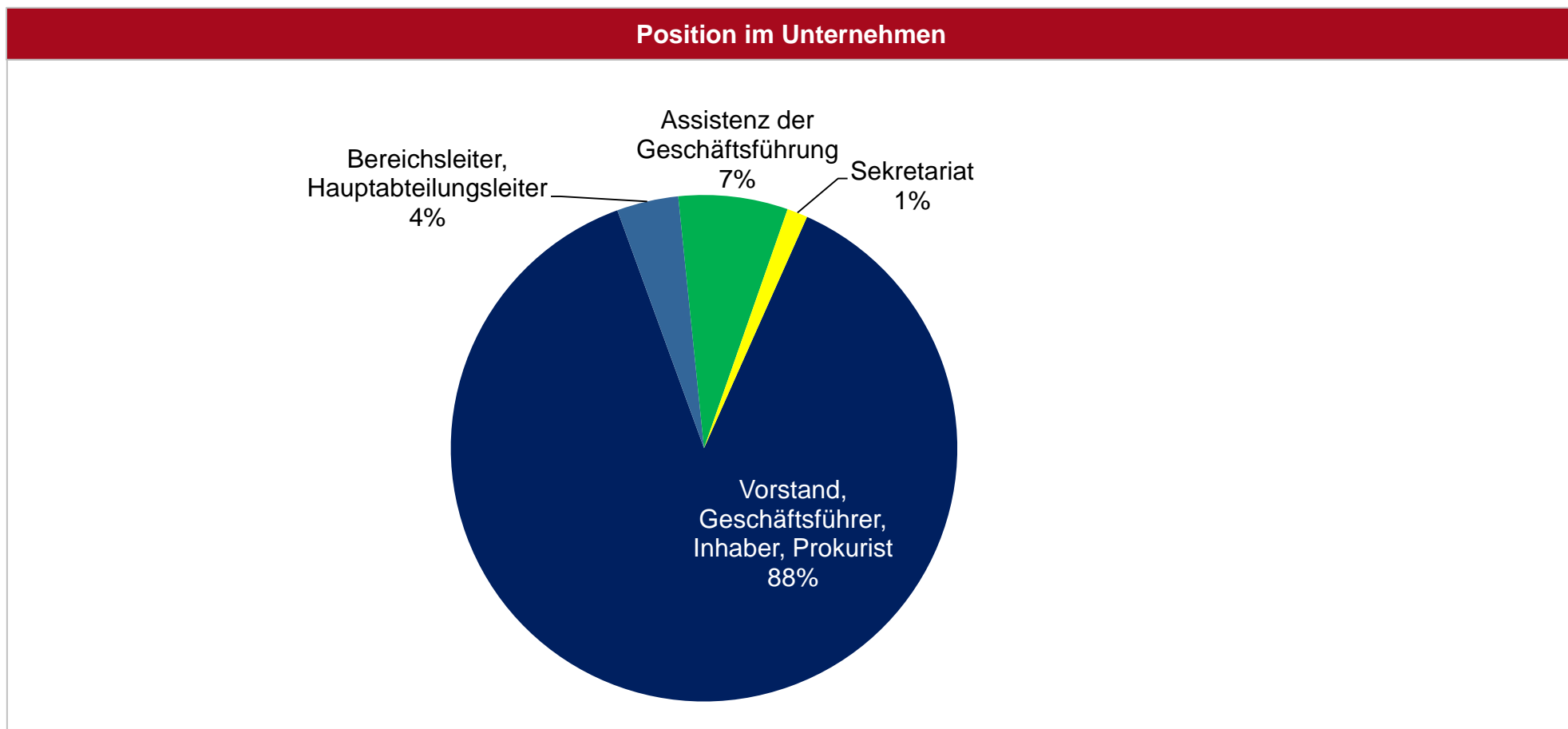


Frage 16: „Und wie viele Mitarbeiter hat Ihr Unternehmen am Standort?“

Frage 20: „Wie viele Mitarbeiter hat Ihr Unternehmen in Deutschland insgesamt?“

2. Unternehmen im Fokus: Position im Unternehmen

Die Befragungsteilnehmer nehmen in ihrem Unternehmen leitende Positionen ein.



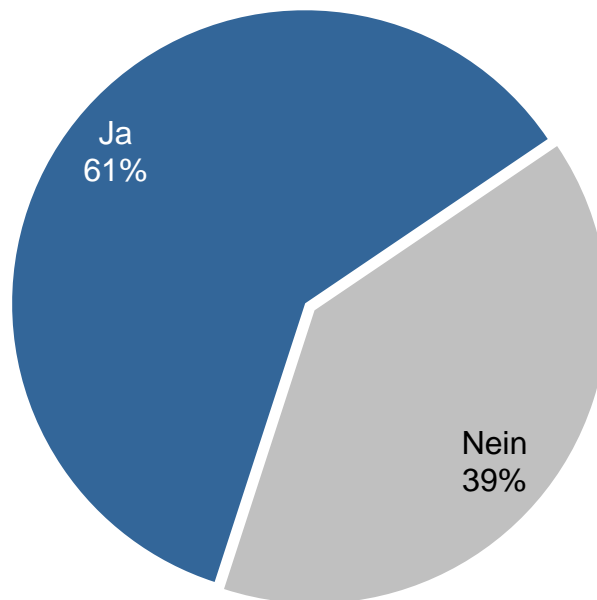
Frage 29: „Welche Position nehmen Sie in Ihrem Unternehmen ein?“

Basis:
n=76 Befragte

2. Unternehmen im Fokus: Kontakt

61% der befragten Unternehmen hatten in den letzten 12 Monaten Kontakt zur Wirtschaftsförderung des Landkreises Uelzen.

Kontakt zur Wirtschaftsförderung

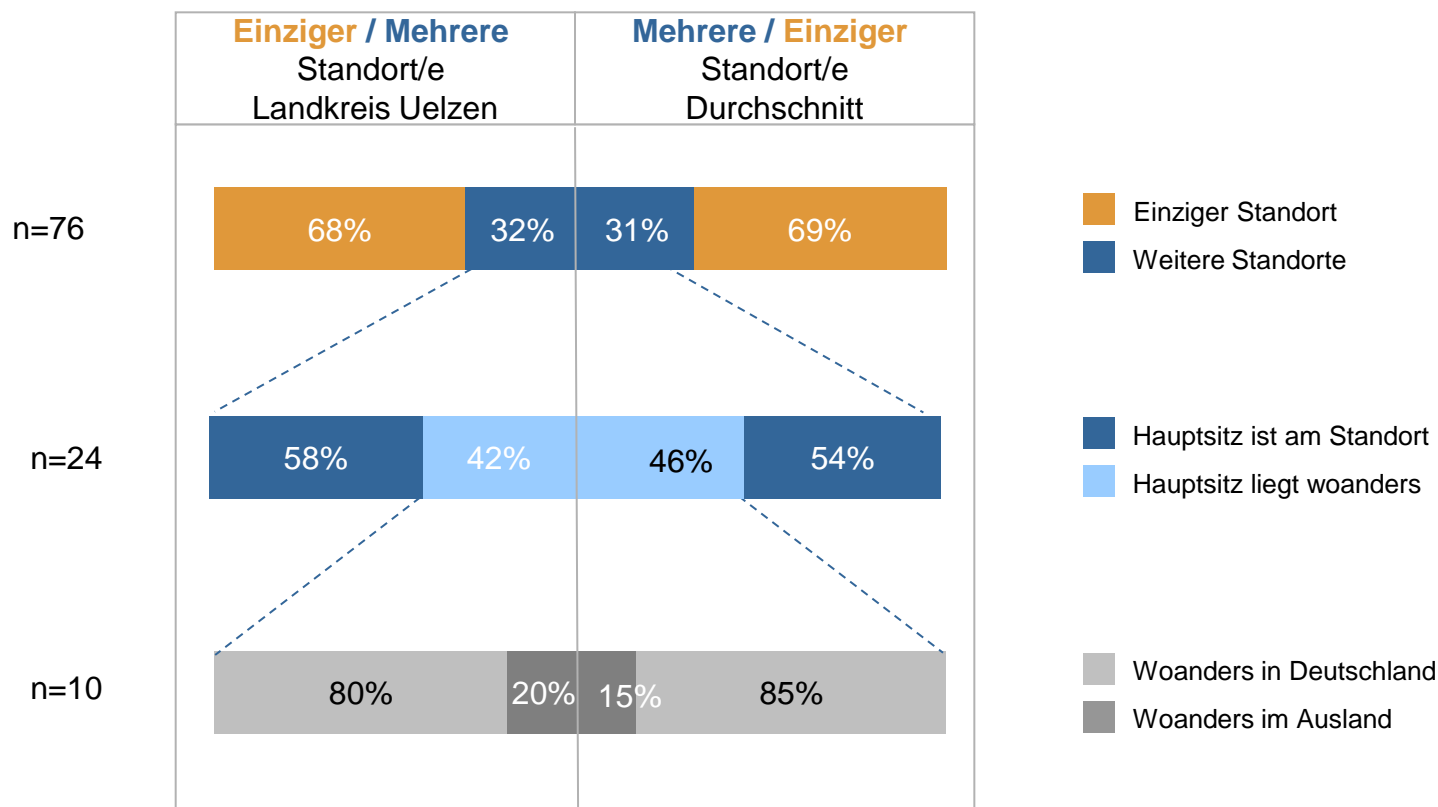


Frage Z9a: „Hatten Sie persönlich in den letzten 12 Monaten Kontakt, oder wissen Sie, ob Ihr Unternehmen Kontakt hatte zur Wirtschaftsförderung?“

Basis:
n=76 Befragte

2. Unternehmen im Fokus: Standort

Ein Drittel der befragten Unternehmen im Landkreis Uelzen hat mindestens einen weiteren Standort.



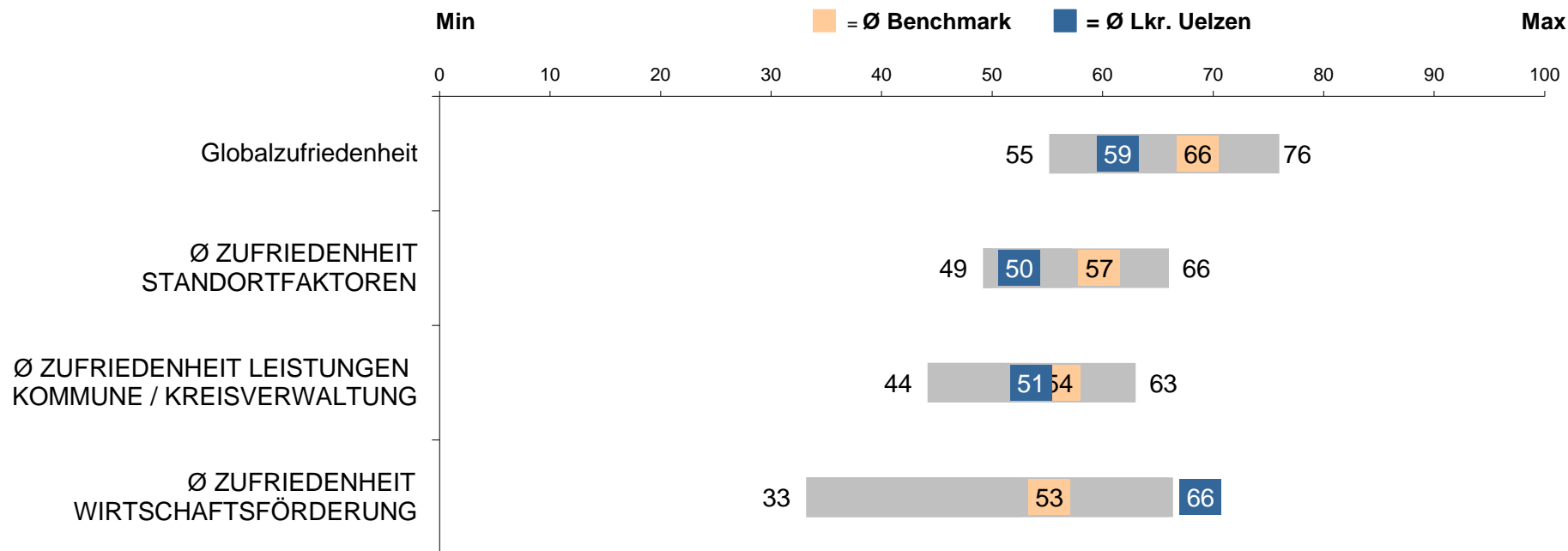
Frage 17: „Und ist das der einzige Standort oder gibt es noch weitere Standorte?“

Frage 18: „Und ist der Landkreis Uelzen der Hauptsitz des Unternehmens oder liegt der Hauptsitz woanders?“

Frage 19: „... in Deutschland oder im Ausland?“

3. Globalzufriedenheit: Übersicht

Die Standortfaktoren insgesamt werden von den Unternehmen im Landkreis Uelzen eher kritisch betrachtet, mit den Leistungen der Wirtschaftsförderung ist man zufriedener.



Globalzufriedenheit ->Fr. 1: „Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Ihrem Unternehmensstandort?“

Ø Zufriedenheit Standortfaktoren->Fr. 5: „...Verkehrsanbindung / qualifizierte Arbeitskräfte / Gewerbesteuerhebesatz ...“

Ø Zufriedenheit Leistungen der Kreisverwaltung->Fr. 6: „Bearbeitungsgeschwindigkeit / Telefonische Erreichbarkeit / Kompetenz der Ansprechpartner / Außendarstellung des Kreises / Öffnungszeiten Kreisverwaltung / Transparenz von Genehmigungsverfahren“

Ø Zufriedenheit Wirtschaftsförderung:

->Fr. 7: „Wie zufrieden sind Sie mit der Arbeit der Wirtschaftsförderung insgesamt?“

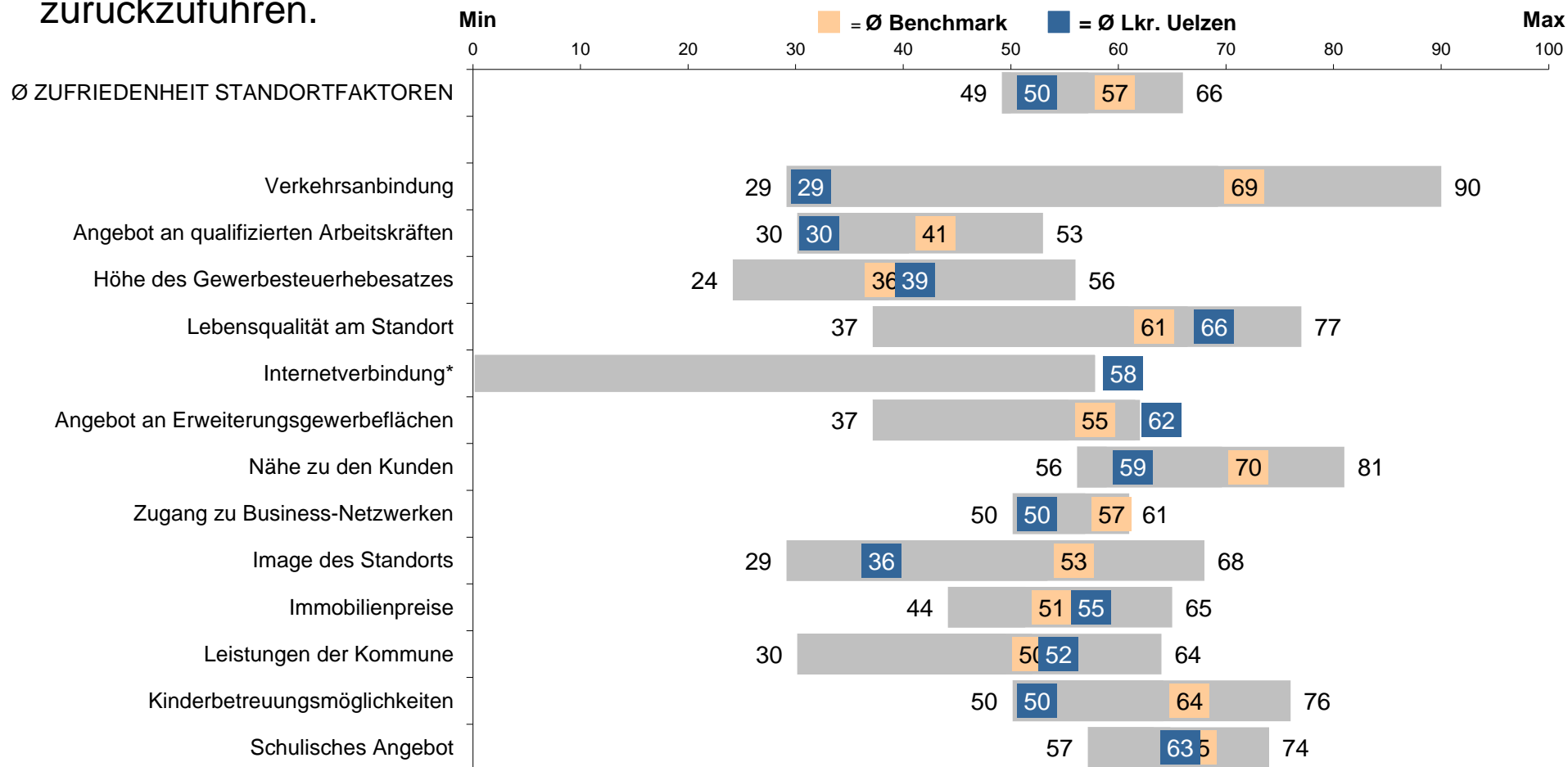
->Fr. 8: „Bereitstellung von Informationen / Telefonische Erreichbarkeit / Kompetenz der Ansprechpartner / Informationen zu Fördermöglichkeiten / Hilfe bei der Suche nach Betriebsgrundstücken und Büroflächen / Vermittlung von Kontakten / Bearbeitungsgeschwindigkeit“

Basis:

Gültige Antworten von n=33 bis n=76

4. Standortfaktoren: Zufriedenheit (I)

Die mangelnde Zufriedenheit mit dem Standort ist auf Unzufriedenheit mit der Verkehrsanbindung, dem Angebot an Arbeitskräften und dem Image des Standortes zurückzuführen.



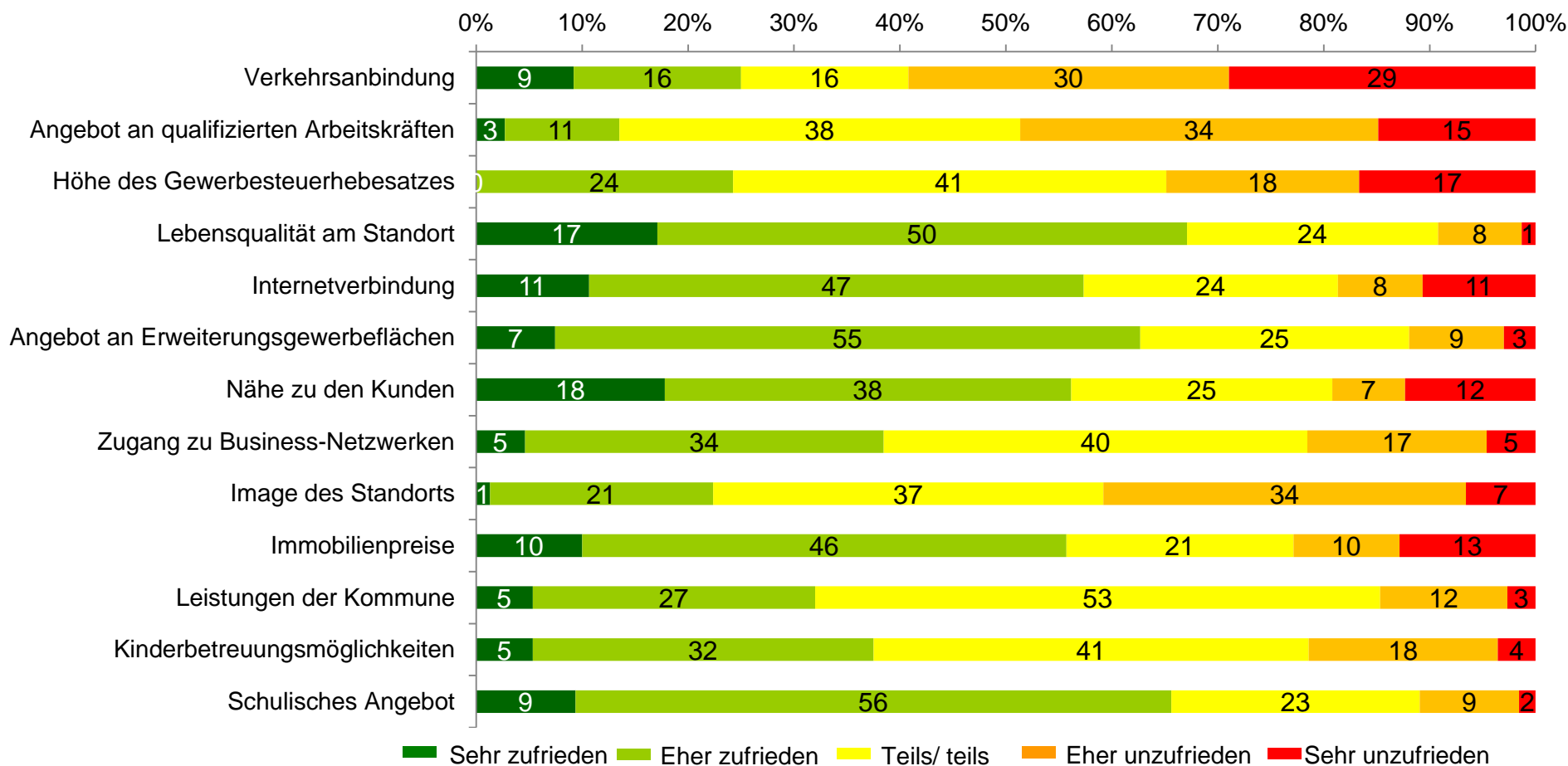
*Frage wurde nur im Lkr. Uelzen gestellt

Frage 5: „Jetzt geht es um Ihre Zufriedenheit mit den Standortfaktoren im Landkreis Uelzen.“

Basis:
Gültige Antworten
von n=56 bis n=76

4. Standortfaktoren: Zufriedenheit (II)

Die Lebensqualität, das schulische Angebot, Angebot an Gewerbeflächen, Nähe zu Kunden und Immobilienpreise zählen zu den Stärken des Standortes.

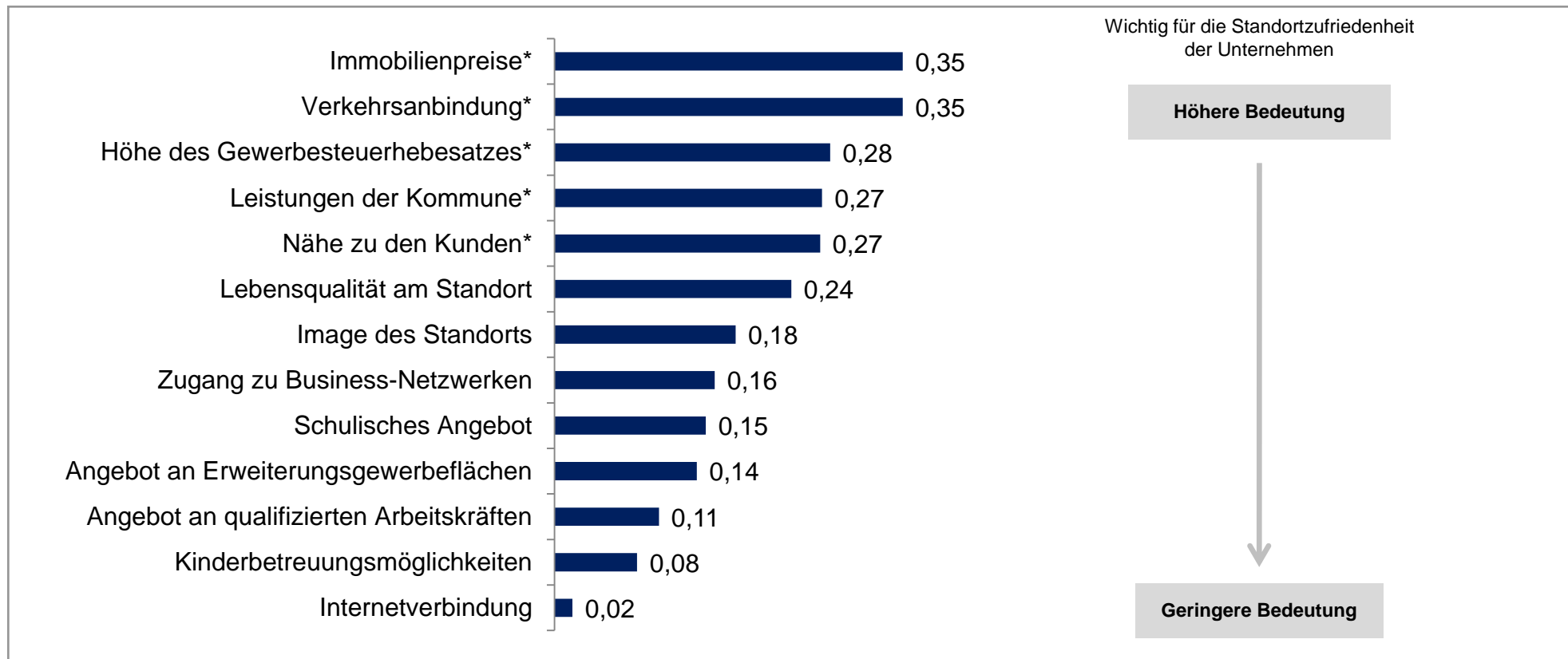


Frage 5: „Jetzt geht es um Ihre Zufriedenheit mit den Standortfaktoren im Landkreis Uelzen.“

Basis:
Gültige Antworten von
n=56 bis n=76

4. Standortfaktoren: Wichtigkeit

Vor allem die Verkehrsanbindung und die Immobilienpreise sind für die Unternehmen im Landkreis Uelzen von großer Wichtigkeit für die Standortzufriedenheit.

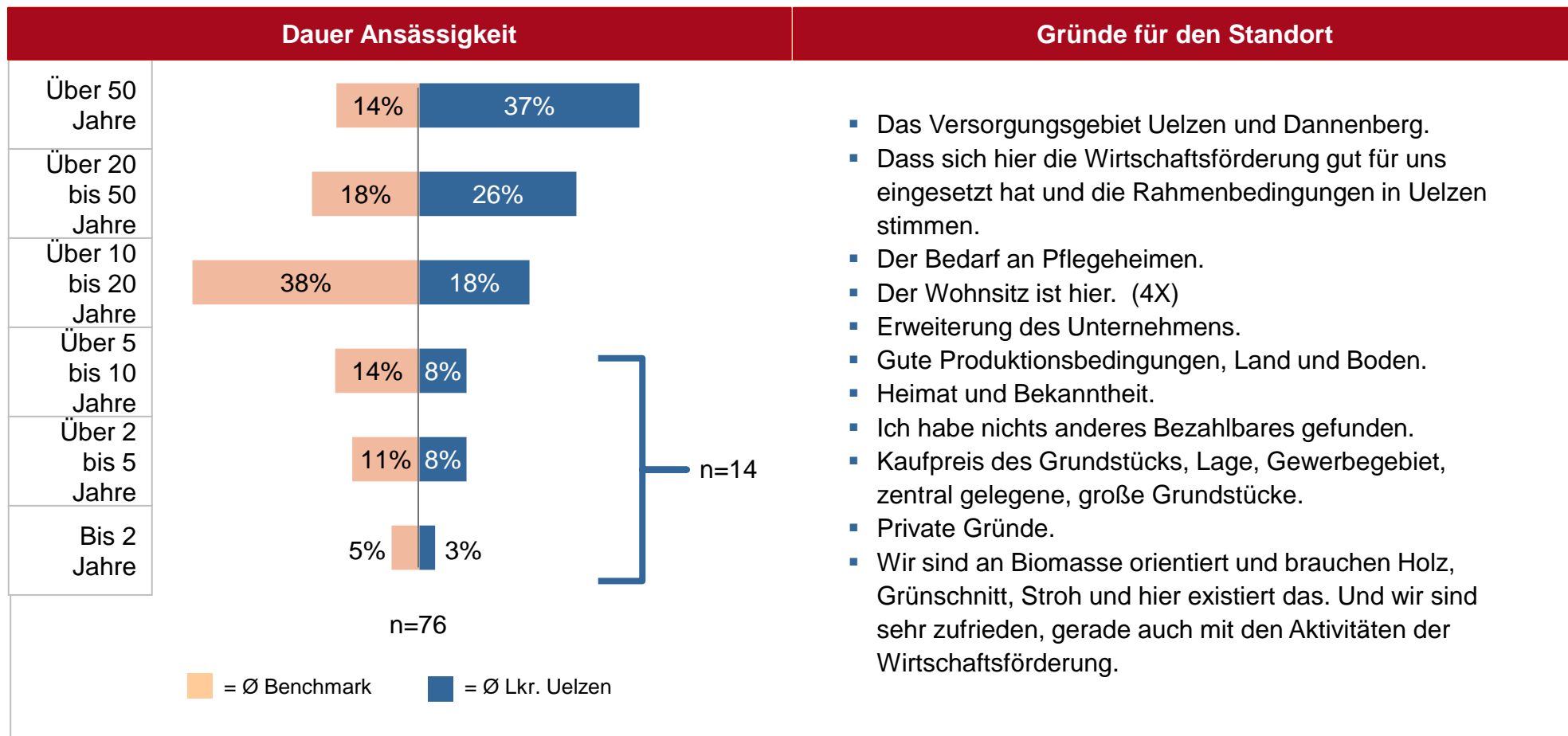


^{*)} Signifikante Faktoren und Leistungen.

Die tatsächliche Wichtigkeit der Standortfaktoren ergibt sich aus den Korrelationen zwischen der Globalzufriedenheit und den Zufriedenheiten mit den verschiedenen Standortfaktoren. Korrelationskoeffizienten können einen Wert von 0 bis 1 annehmen, wobei 0 keinen messbaren Zusammenhang anzeigt, 1 den größtmöglichen, perfekten Zusammenhang.

4. Standortfaktoren: Dauer der Ansässigkeit

Über die Hälfte der befragten Unternehmen ist seit mehr als 20 Jahren im Landkreis Uelzen ansässig.

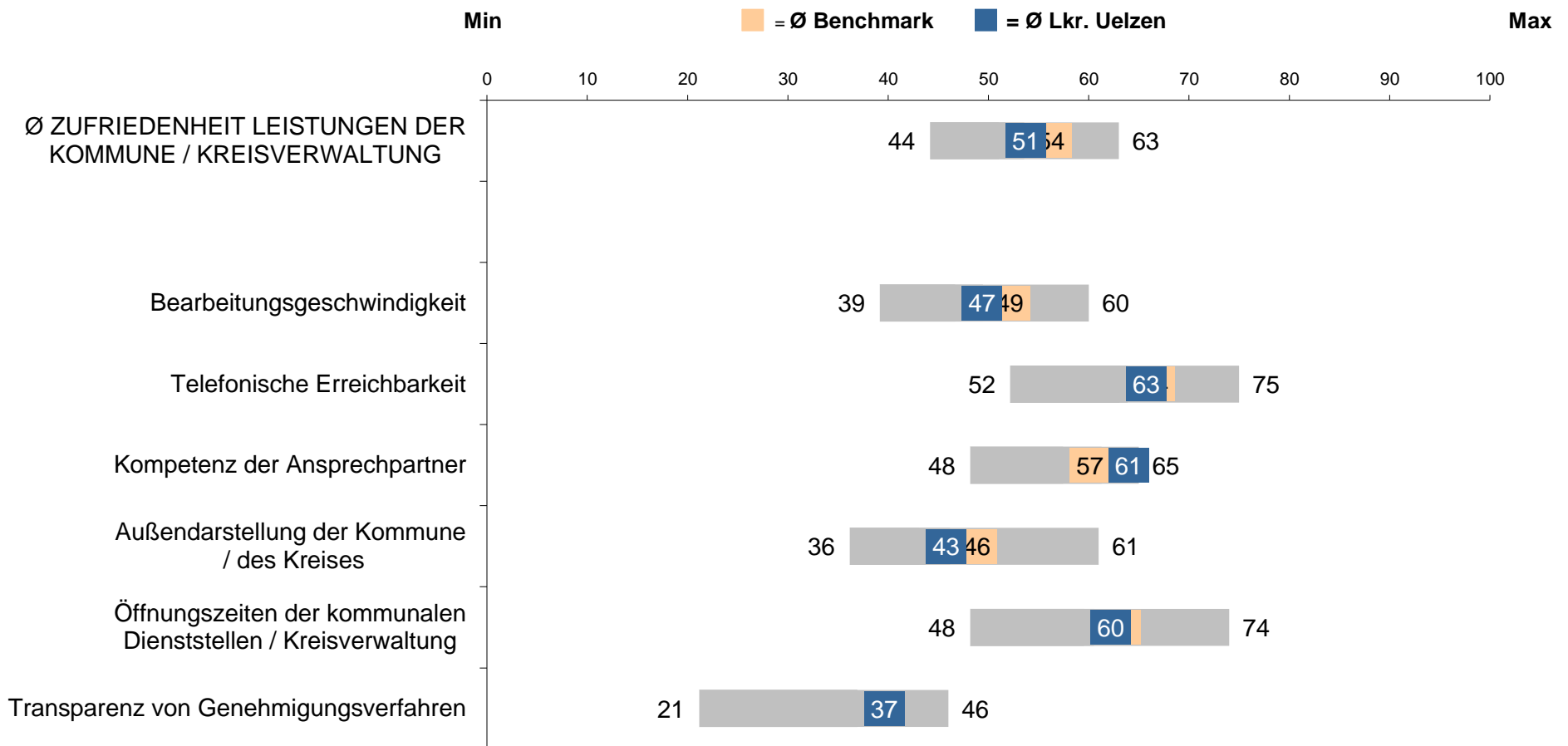


Frage 3: „Wie lange ist Ihr Unternehmen schon im Landkreis Uelzen ansässig?“

Frage 4: „Was war der Hauptgrund für Ihre Standortwahl?“

5. Leistungen der Kreisverwaltung: Zufriedenheit (I)

Die telefonische Erreichbarkeit, die Kompetenz der Ansprechpartner und die Öffnungszeiten sind die Leistungen, mit denen die Unternehmen zufriedener sind.

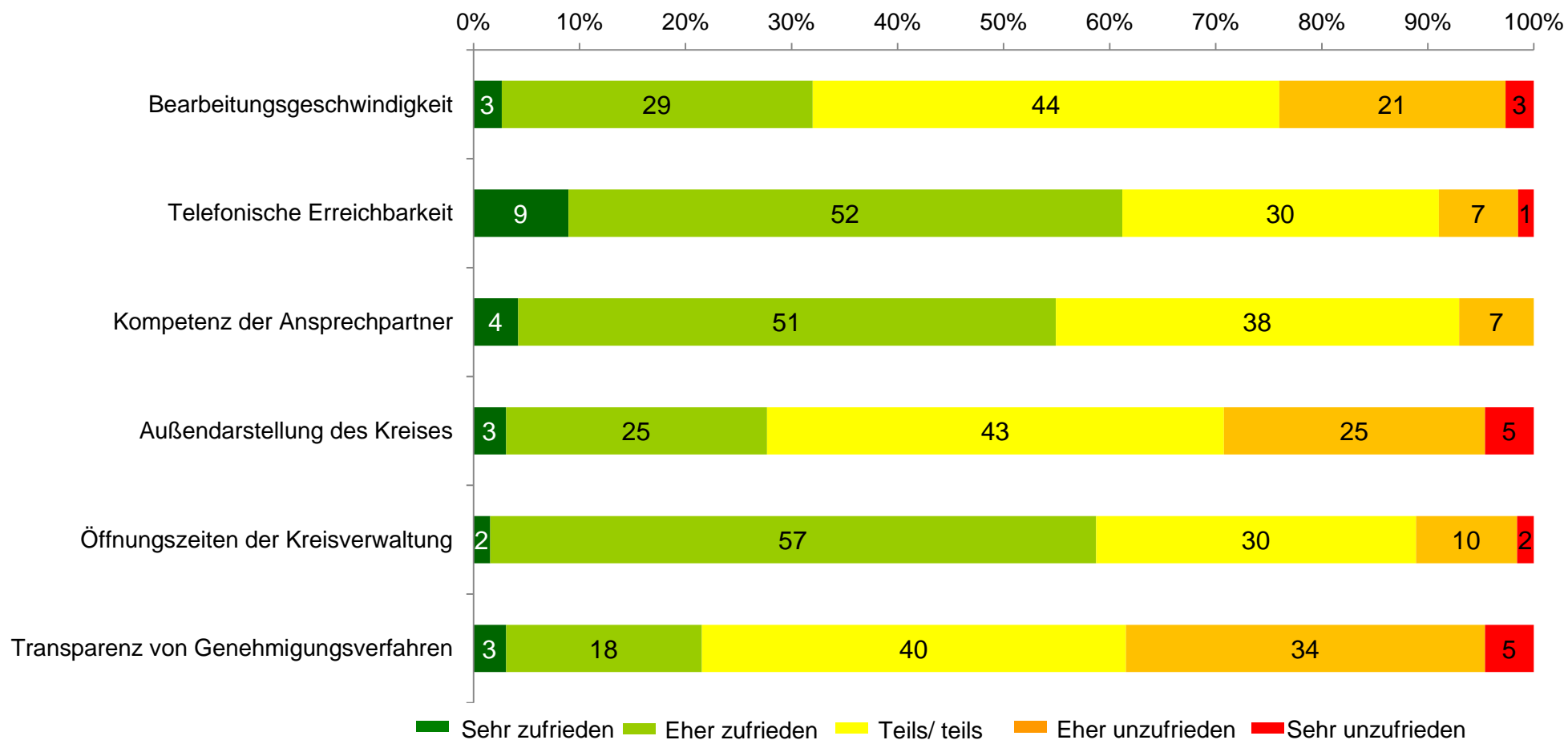


Frage 6: „Lassen Sie uns noch etwas genauer über die Leistungen der Kreisverwaltung sprechen. Wie zufrieden sind Sie ...?“

Basis:
Gültige Antworten
von n=63 bis n=75

5. Leistungen der Kreisverwaltung: Zufriedenheit (II)

Vor allem die Transparenz von Genehmigungsverfahren und die Außendarstellung des Kreises werden kritisch betrachtet.

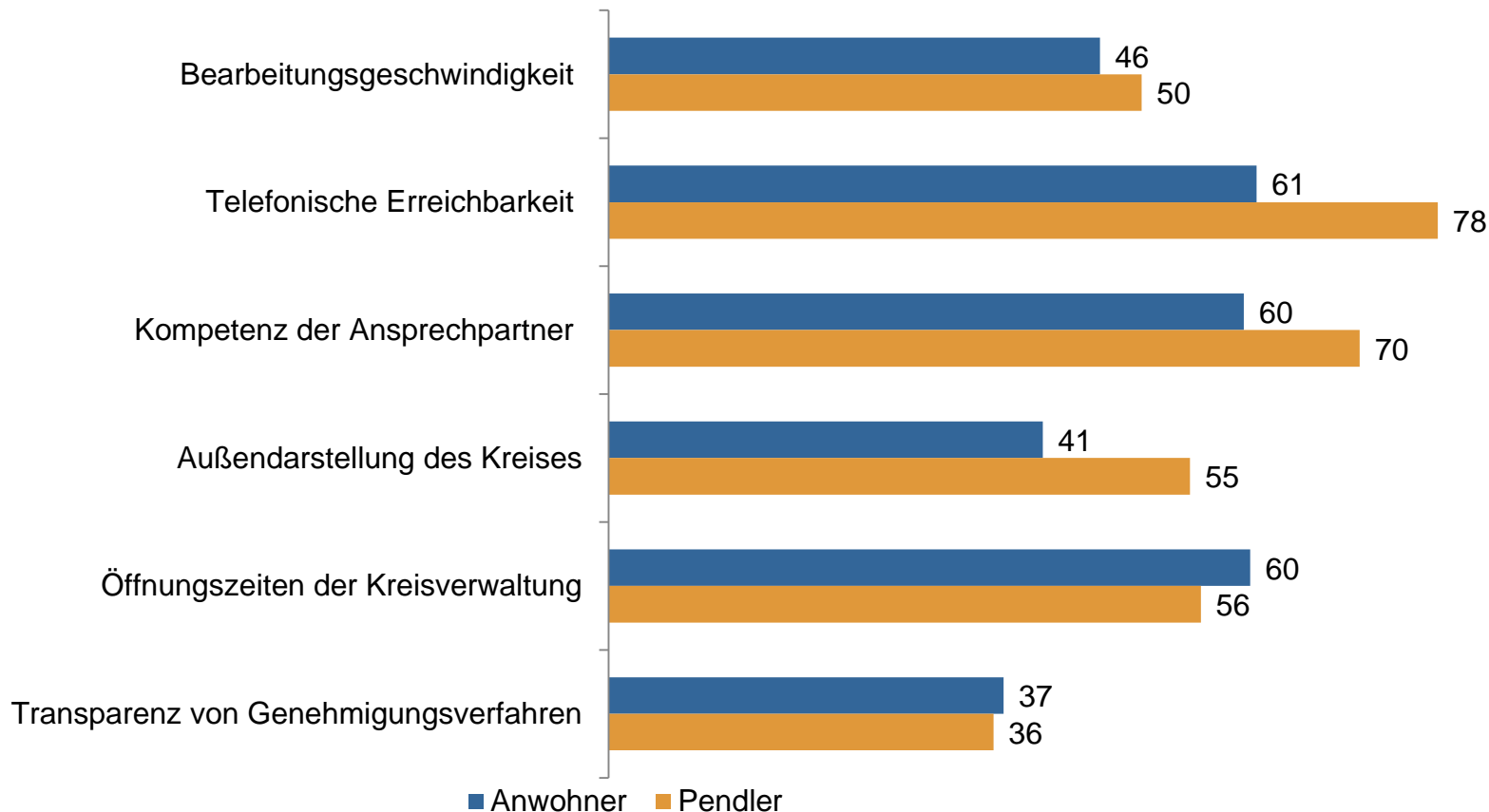


Frage 6: „Lassen Sie uns noch etwas genauer über die Leistungen der Kreisverwaltung sprechen. Wie zufrieden sind Sie ...?“

Basis:
Gültige Antworten von
n=63 bis n=75

5. Leistungen der Kreisverwaltung: Zufriedenheit Anwohner vs. Pendler

Die befragten Unternehmer, die auch am Standort wohnen, sind etwas weniger zufrieden als die Pendler.



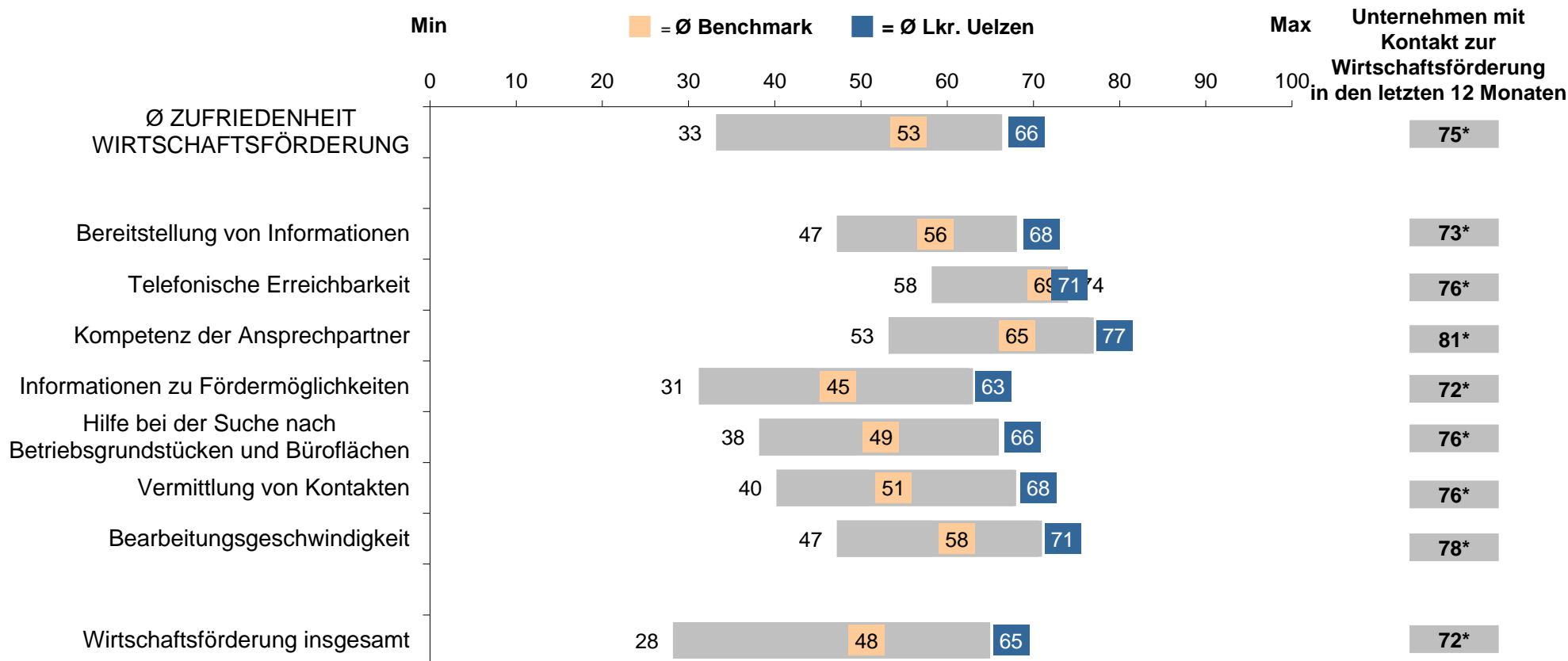
Frage 11: „Wohnen Sie selbst im Landkreis Uelzen oder pendeln Sie von außerhalb zu Ihrem Arbeitsplatz?“

Frage 6: „Lassen Sie uns noch etwas genauer über die Leistungen der Kommune sprechen. Wie zufrieden sind Sie ...?“

Basis:
Gültige Antworten
von n=63 bis n=75

6. Leistungen der Wirtschaftsförderung: Zufriedenheit (I)

Unternehmen, die in den letzten 12 Monaten Kontakt zur Wirtschaftsförderung Uelzen hatten, sind deutlich zufriedener als diejenigen ohne Kontakt. Im Benchmarkvergleich liegt die Zufriedenheit auf einem überdurchschnittlich hohen Niveau.



**) Unterschiede zwischen Unternehmen mit bzw. ohne Kontakt zur Wirtschaftsförderung sind signifikant.*

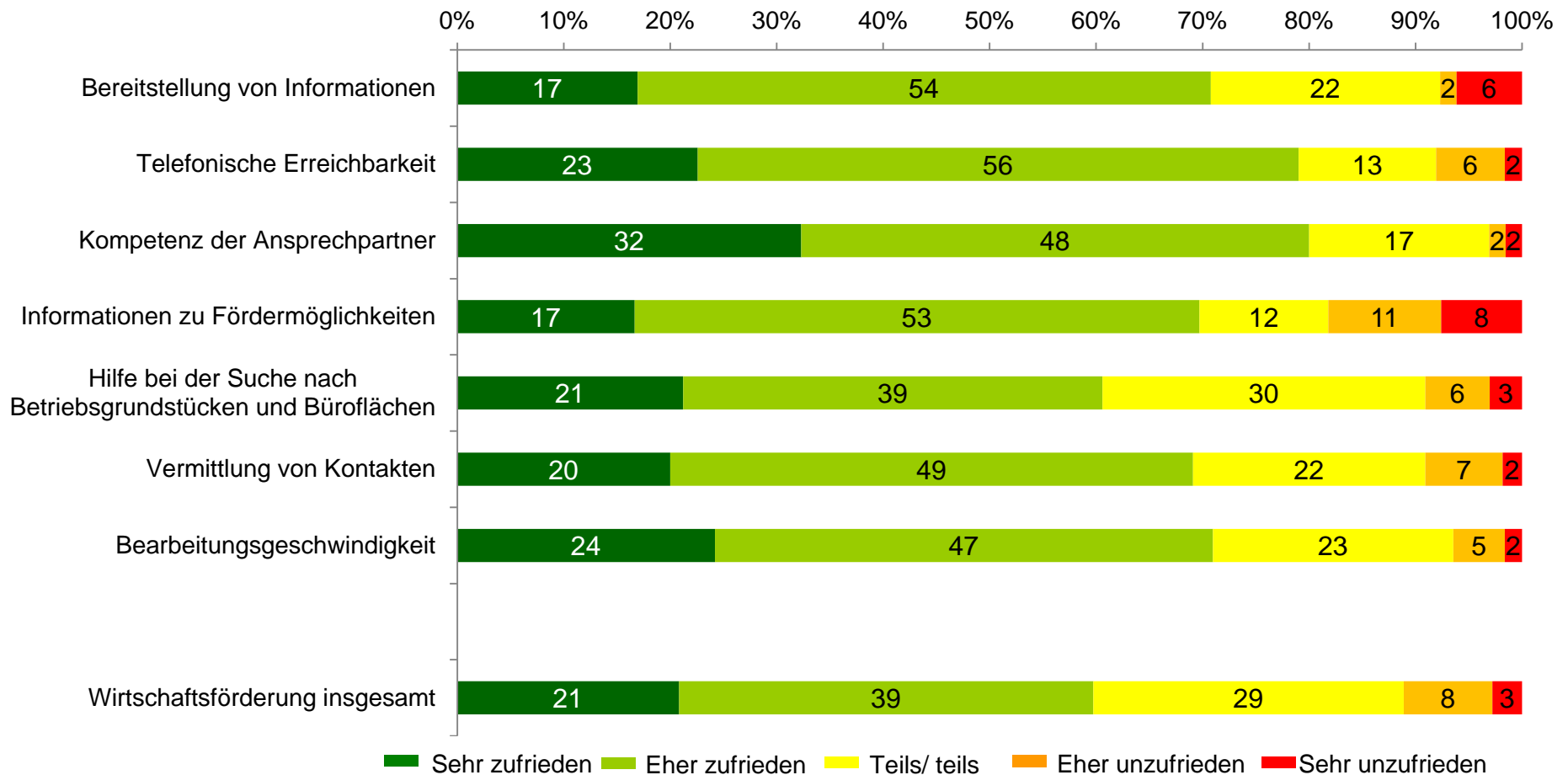
Frage 8: „Und wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen der Wirtschaftsförderung im Einzelnen?“

Frage 7: „Kommen wir nun zur Wirtschaftsförderung an Ihrem Standort. Wie zufrieden sind Sie mit der Arbeit der Wirtschaftsförderung insgesamt?“

Basis:
Gültige Antworten von n=33 bis n=72

6. Leistungen der Wirtschaftsförderung: Zufriedenheit (II)

Potenzial wird in der Bereitstellung von Informationen zu Fördermöglichkeiten und Finanzierungswegen gesehen.



Frage 8: „Und wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen der Wirtschaftsförderung im Einzelnen?“

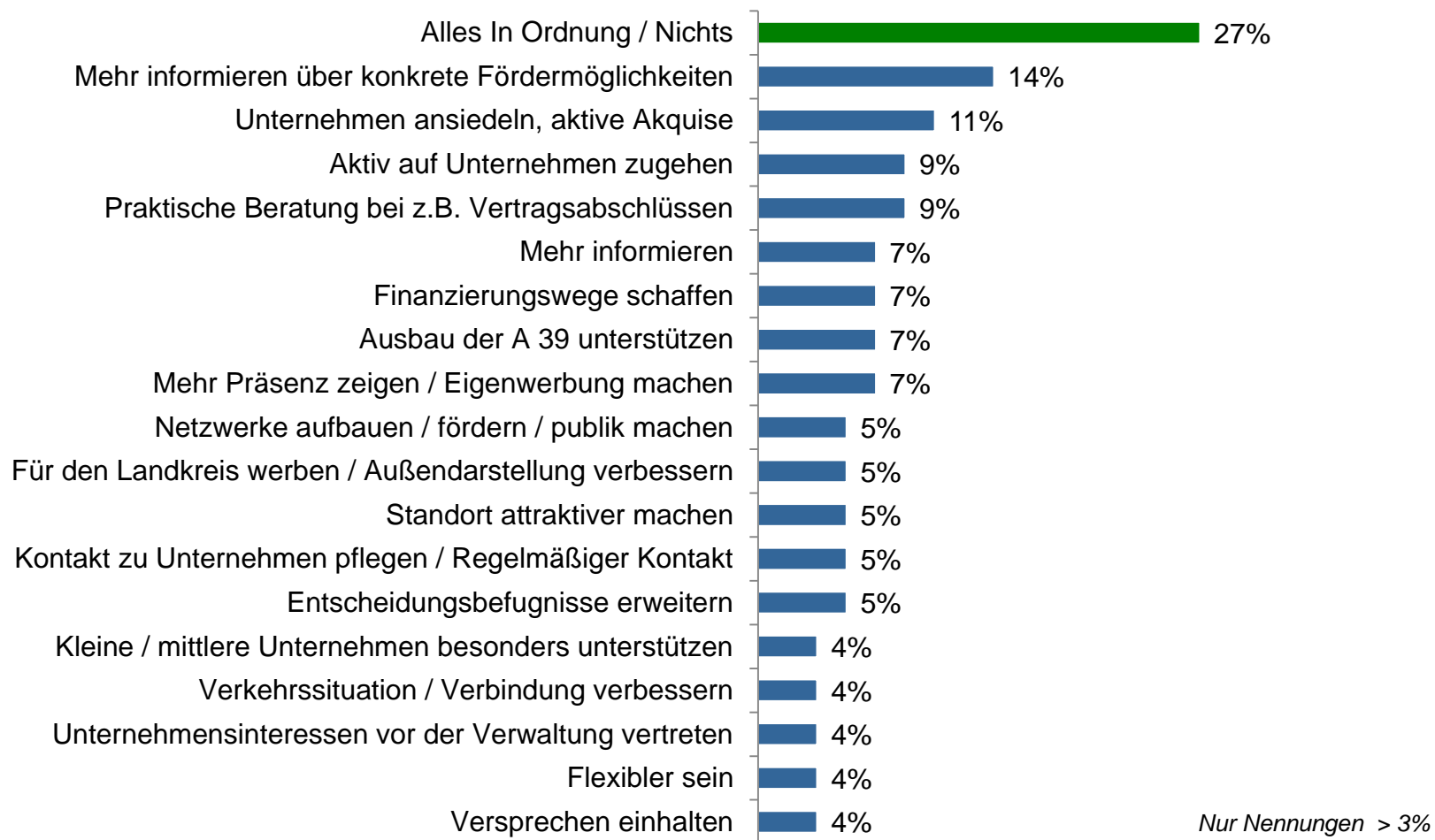
Frage 7: „Kommen wir nun zur Wirtschaftsförderung an Ihrem Standort. Wie zufrieden sind Sie mit der Arbeit der Wirtschaftsförderung insgesamt?“

Basis:

Gültige Antworten von
n=33 bis n=72

6. Leistungen der Wirtschaftsförderung: Verbesserungswünsche

Die Unternehmen wünschen sich mehr Information, Präsenz und aktive Kontaktaufnahme.

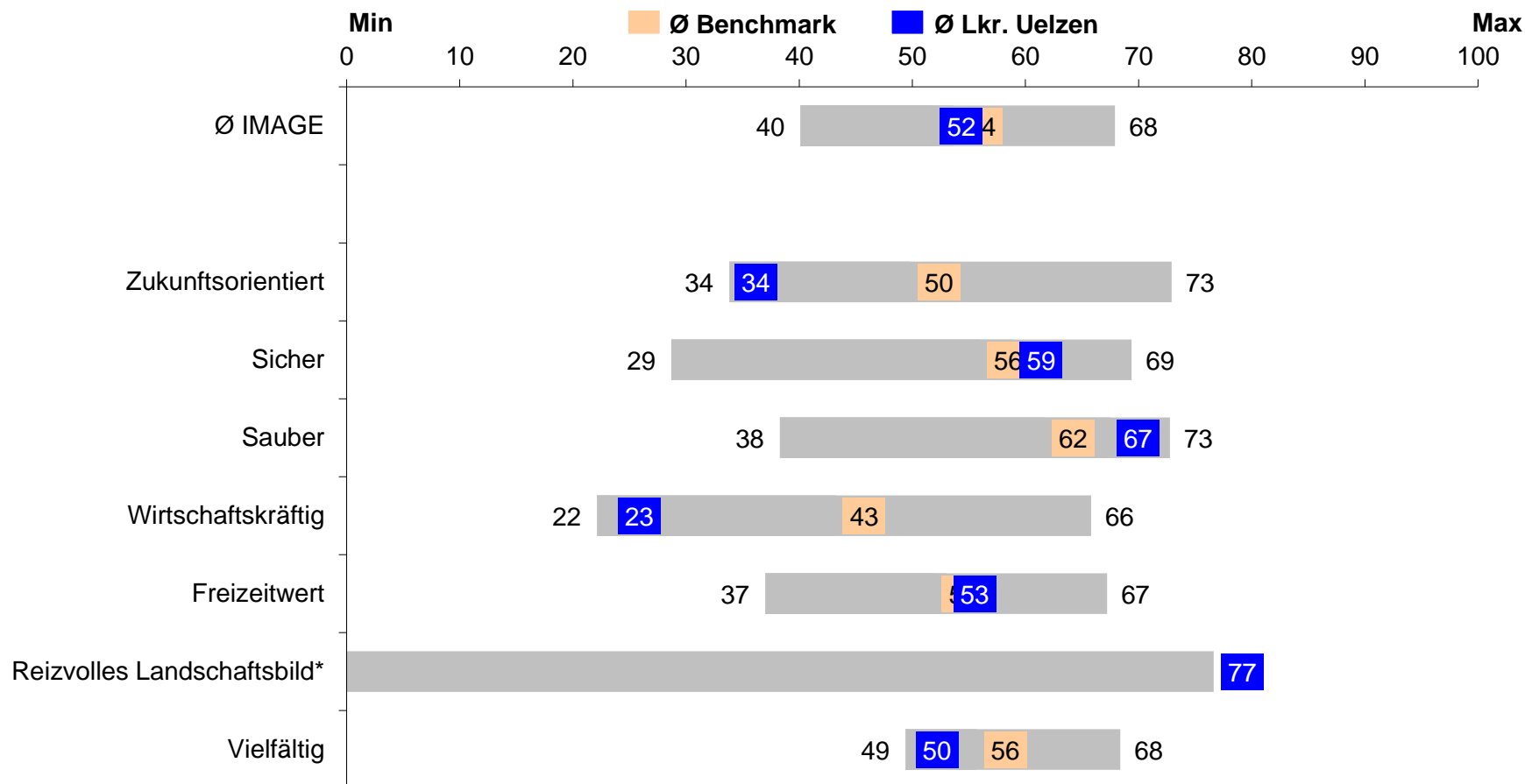


Frage 9: „Was könnte die Wirtschaftsförderung an Ihrem Standort besser machen?“

Basis:
Gültige Antworten
n=56 Befragte

8. Image des Landkreises (I)

Vor allem das reizvolle Landschaftsbild des Landkreises Uelzen wird von den befragten Unternehmen als positiv bewertet.



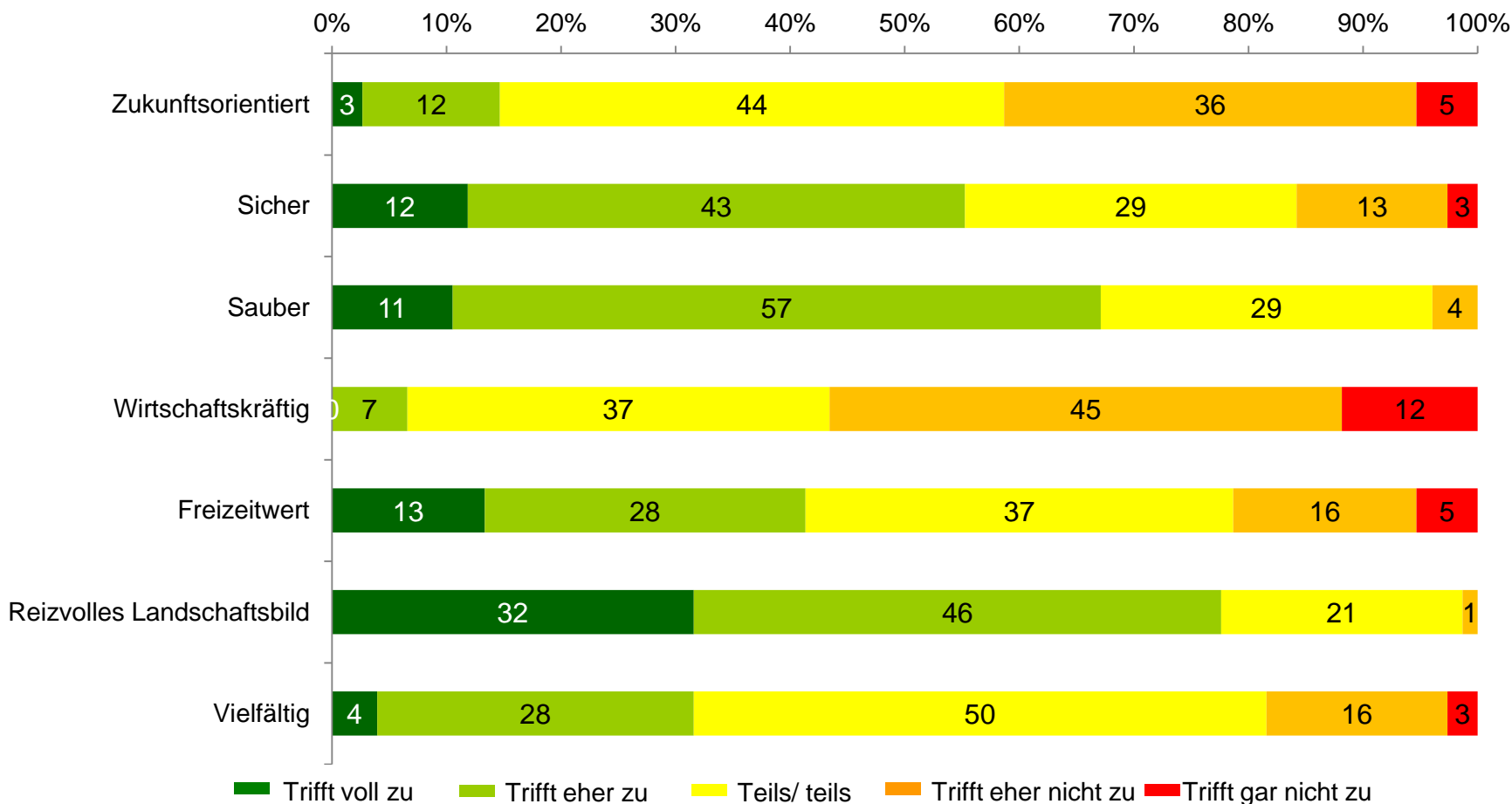
*Frage wurde nur im Lkr. Uelzen gestellt

Frage 10: „Jetzt ganz allgemein zum Lkr. Uelzen. Was würden Sie sagen, inwieweit treffen die folgenden Eigenschaften auf den Lkr. Uelzen zu?“

Basis:
Gültige Antworten von
n=75 bis n=76

8. Image des Landkreises (II)

Der Landkreis Uelzen wird von den meisten Unternehmen als weniger wirtschaftskräftig eingeschätzt.

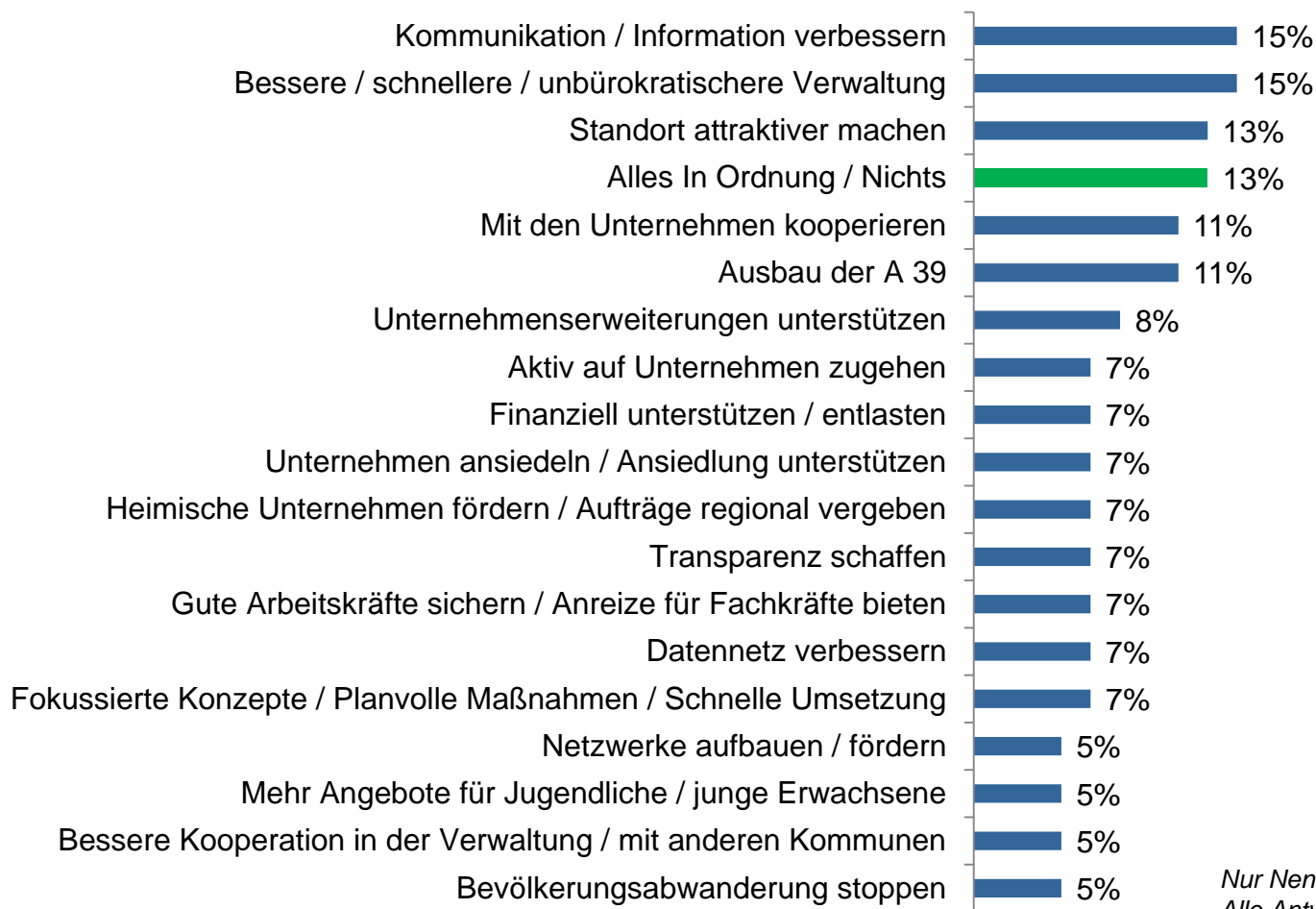


Frage 10: „Jetzt ganz allgemein zum Lkr. Uelzen. Was würden Sie sagen, inwieweit treffen die folgenden Eigenschaften auf den Lkr. Uelzen zu?“

Basis:
Gültige Antworten von
n=75 bis n=76

8. Image: Verbesserungsvorschläge für den Landkreis

Mehr Kommunikation und unbürokratische Verwaltung sind die häufigsten Wünsche der Unternehmen an den Landkreis. Den Ausbau der A 39 nennen 11%.



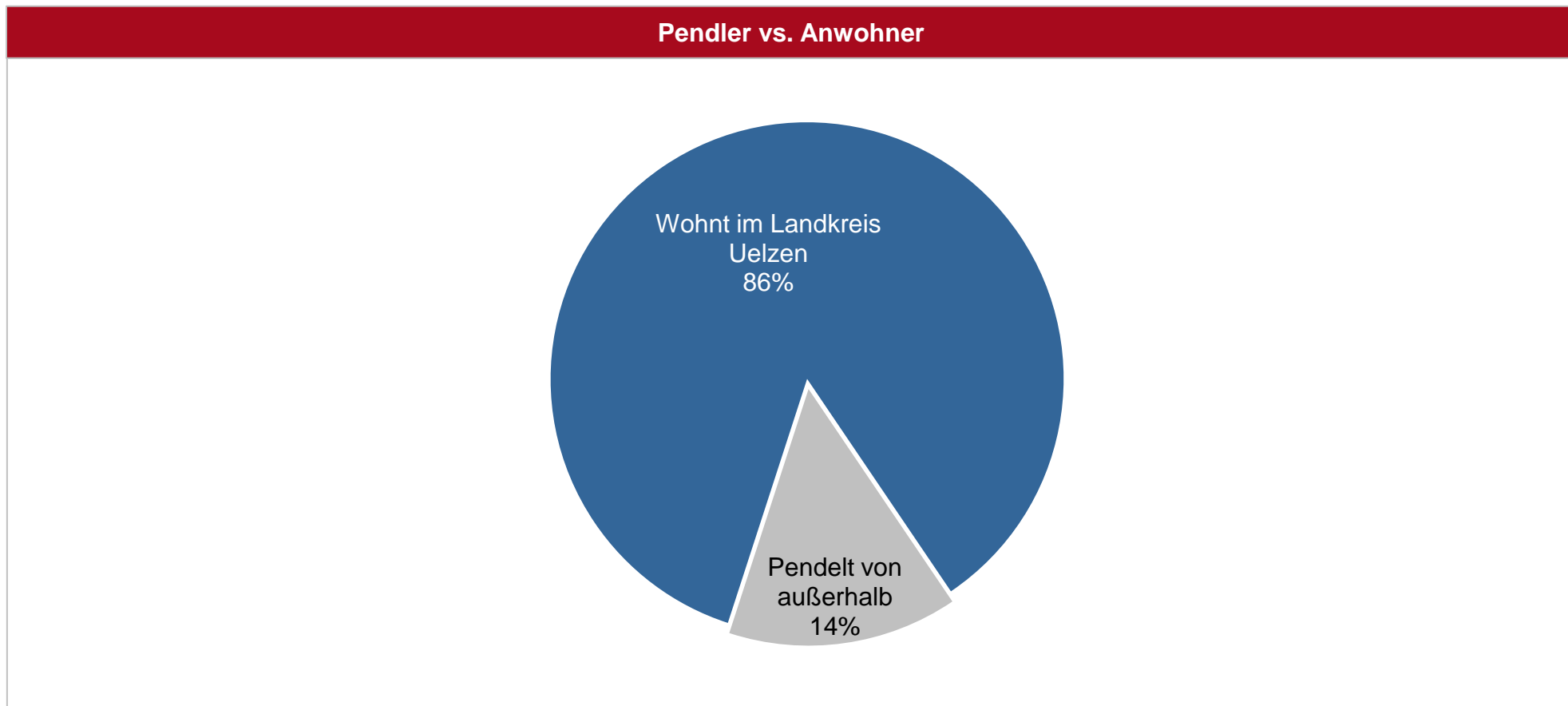
Nur Nennungen > 4%
Alle Antworten im Detail siehe Anhang

Frage 30: „Zum Abschluss noch einmal ganz allgemein gefragt: Was könnte der Lkr. Uelzen aus Sicht Ihres Unternehmens besser machen?“

Basis:
n=61 Befragte

9. Standortloyalität: Leben und arbeiten

Die meisten befragten Unternehmer wohnen auch im Landkreis Uelzen.

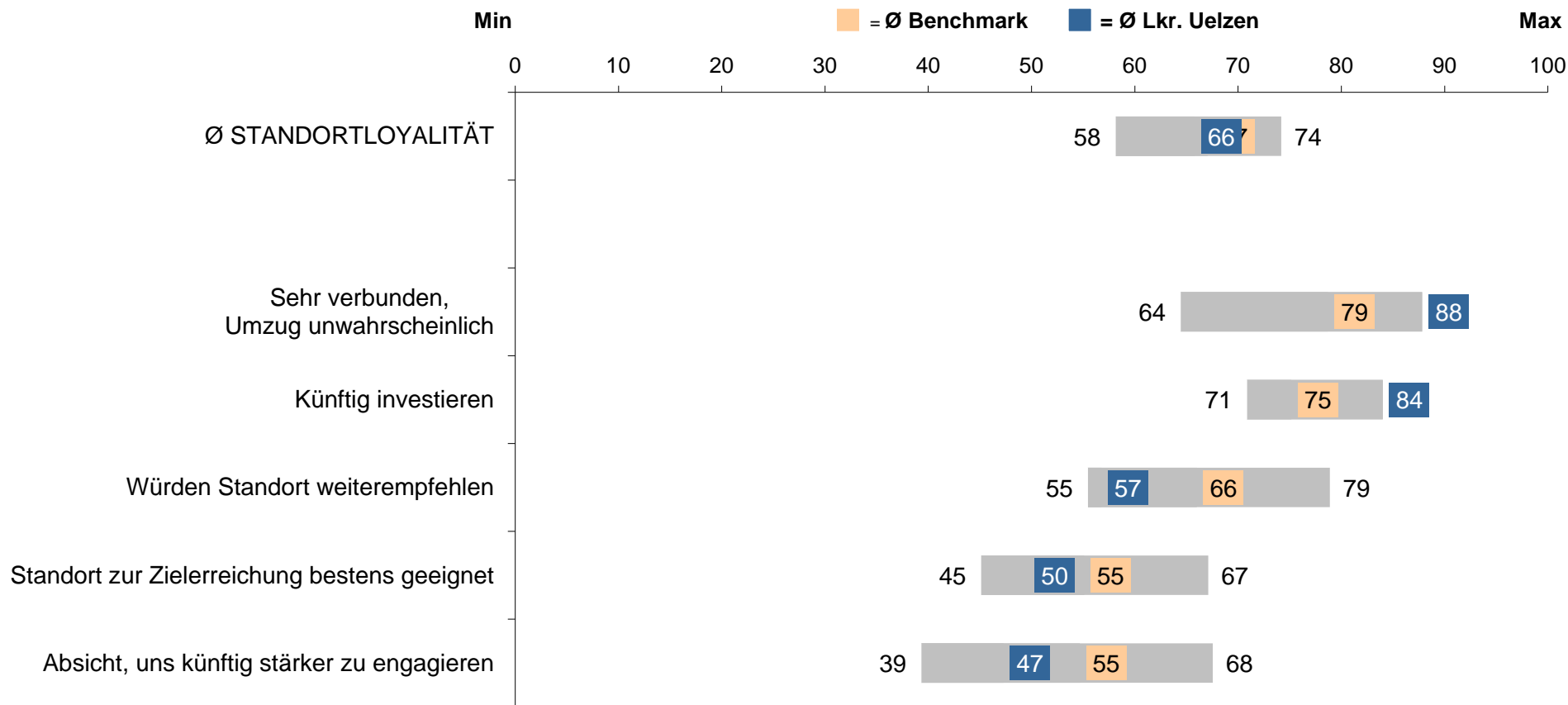


Frage 11: „Wohnen Sie selbst im Landkreis. Uelzen oder pendeln Sie von außerhalb zu Ihrem Arbeitsplatz?“

Basis:
n=76 Befragte

9. Standortloyalität: Zukunft (I)

Die Loyalität zum Standort liegt im Benchmarkvergleich. Die Verbundenheit ist sehr hoch, man möchte künftig investieren, sieht den Standort aber als weniger geeignet an.

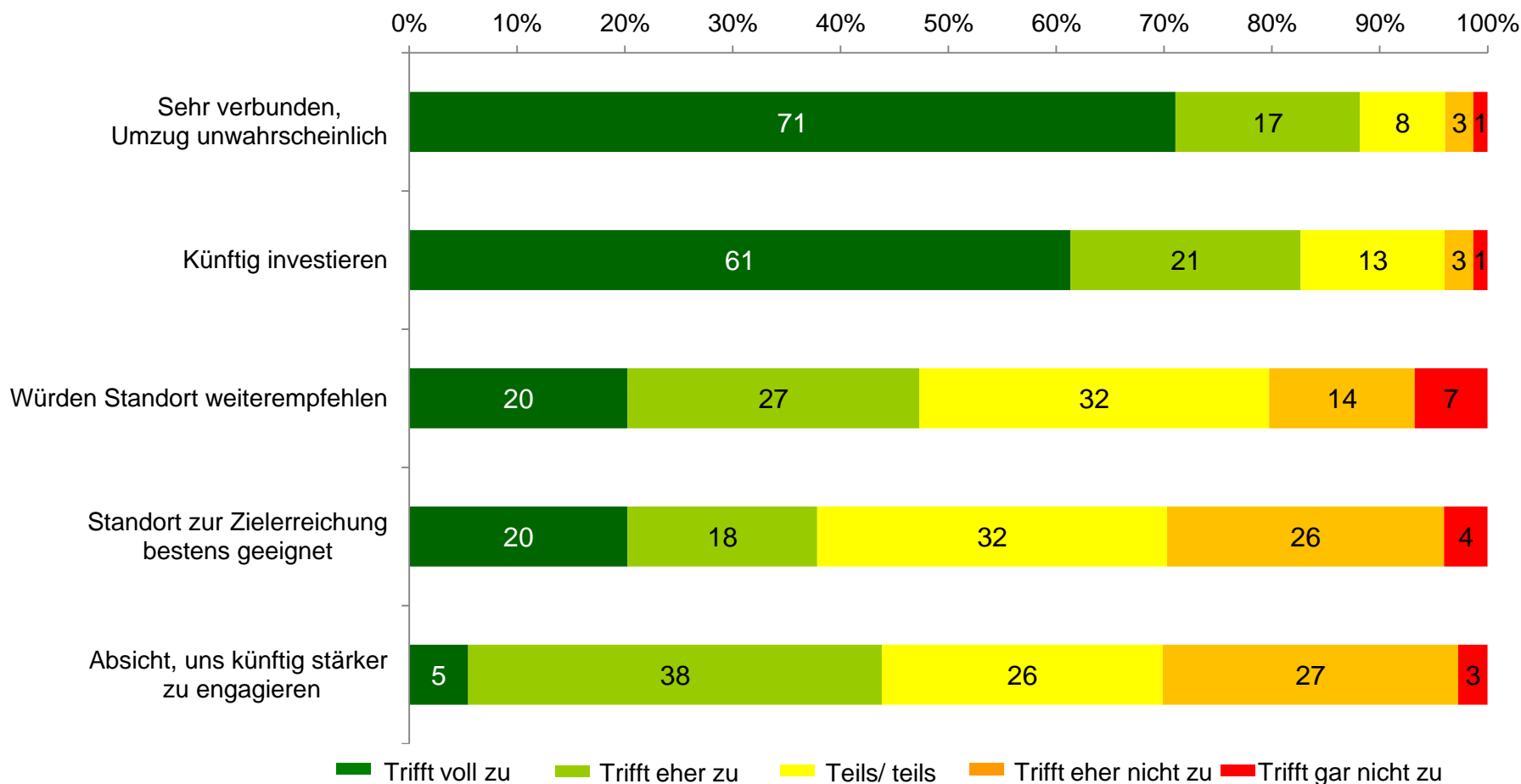


Frage 13: „Ich lese Ihnen jetzt mal ein paar Aussagen zum Lkr. Uelzen vor. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage, inwieweit Sie ihr zustimmen.“

Basis:
Gültige Antworten
von n=73 bis n=76

9. Standortloyalität: Zukunft (I)

Über 70% der befragten Unternehmen sind trotz aller Kritik mit dem Standort sehr verbunden und denken nicht an einen Umzug.

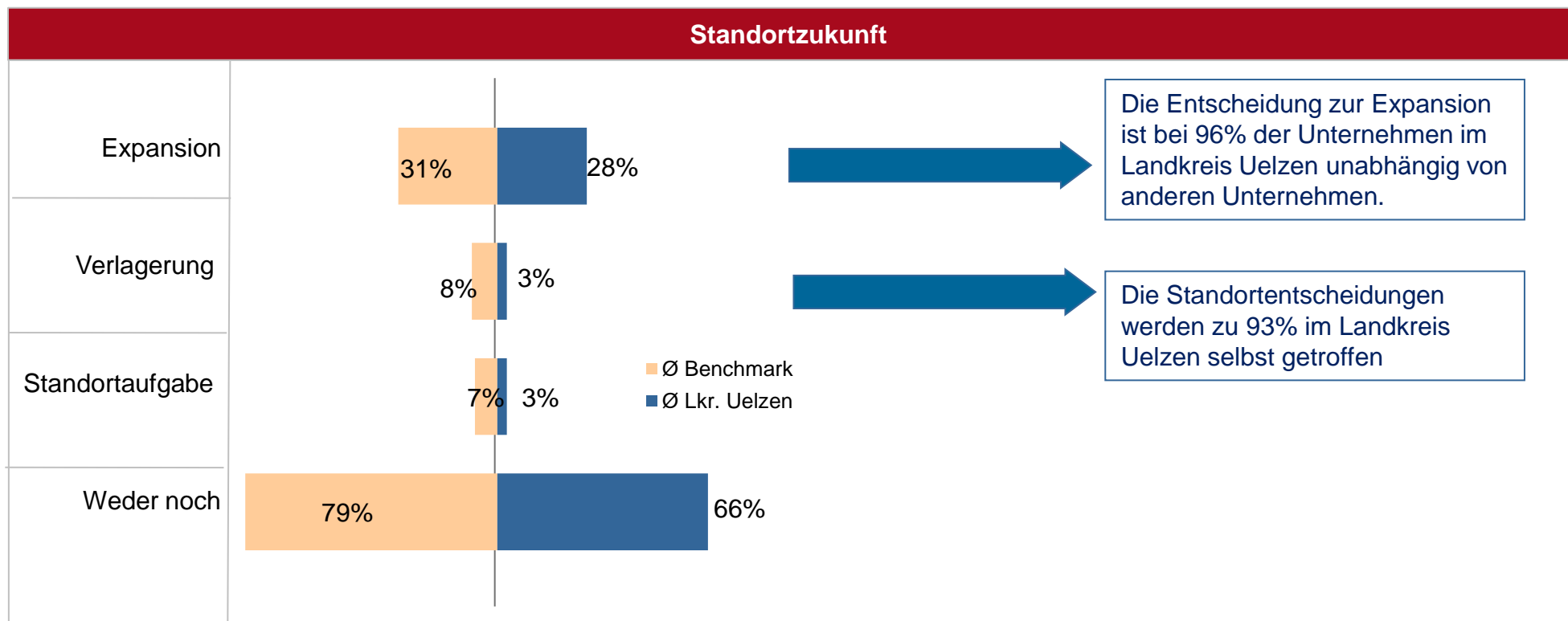


Frage 13: „Ich lese Ihnen jetzt mal ein paar Aussagen zum Landkreis Uelzen vor. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage, inwieweit Sie ihr zustimmen.“

Basis:
Gültige Antworten von
n=73 bis n=76

9. Standortloyalität: Zukunft

Ein Fünftel der Unternehmen gibt an, am Standort expandieren zu wollen.



Die Entscheidung zur Expansion ist bei 96% der Unternehmen im Landkreis Uelzen unabhängig von anderen Unternehmen.

Die Standortentscheidungen werden zu 93% im Landkreis Uelzen selbst getroffen

Frage 24: „Wird Ihr Unternehmen in den nächsten fünf Jahren im Standort expandieren, Teile an andere Standorte verlagern oder den Standort ganz aufgeben?“

Frage 26: „Wo werden Standortentscheidungen getroffen, am Standort selbst oder woanders?“

Frage 28: „Und ist eine Expansion oder Standortverlagerung abhängig von einem anderen Unternehmen an Ihrem Standort oder in dessen Umgebung?“

Basis:
Gültige Antworten
F24: n=76
F26: n=74
F28: n=71

9. Standortloyalität

Genannte Gründe für einen Standortwechsel

Gründe für Standortwechsel

- *Die Expansion findet außerhalb von Uelzen statt - im Ausland, wegen der geringeren Lohnspanne. Also aus Kostengründen. Es ist zu teuer, hier zu produzieren.*
- *Die Lukrativität anderer Standorte nimmt zu, die Kundennähe zu Großkonzernen ist ein Einflussfaktor.*
- *Ein Standort wird aufgegeben. Grund ist, dass das Unternehmen verkauft wird.*
- *Einige Standorte sind zu kostenintensiv geworden, dafür werden aber höhere Investitionen in andere Standorte im Landkreis geplant.*

Frage 25: „Aus welchen Gründen wird der Standortwechsel erwogen?“

Basis:

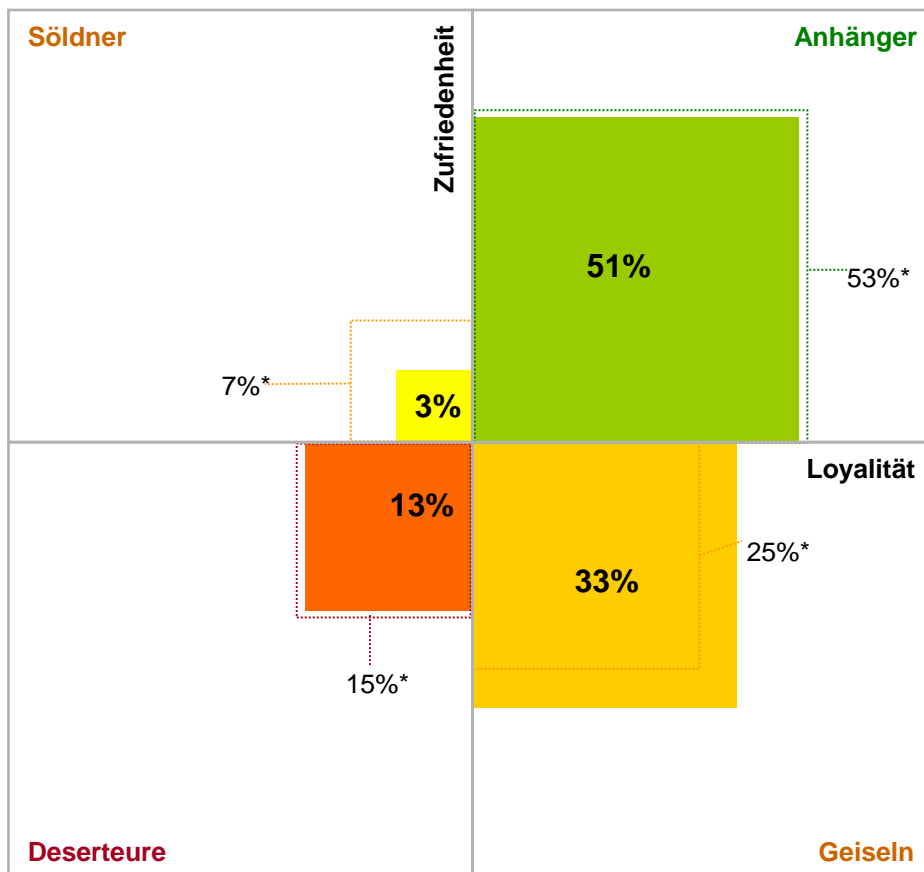
Unternehmen, die Teile Ihres Standorts verlagern oder den Standort ganz aufgeben möchten (n=4)

9. Standortloyalität

Knapp die Hälfte der befragten Unternehmen sind stabil, jeder Fünfte könnte abwanderungsgefährdet sein.

Söldner, davon: **	Stand- ort	Ø
Expansion	0%	5%
Keine Änderung	50%	81%
Teilweise Verlagerung	0%	5%
Aufgabe Standort	50%	10%

Deserteure, davon: **	Stand- ort	Ø
Expansion	38%	15%
Keine Änderung	50%	59%
Teilweise Verlagerung	25%	15%
Aufgabe Standort	0%	19%



Anhänger, davon: **	Stand- ort	Ø
Expansion	32%	23%
Keine Änderung	68%	73%
Teilweise Verlagerung	0%	3%
Aufgabe Standort	0%	1%

Geiseln, davon: **	Stand- ort	Ø
Expansion	17%	20%
Keine Änderung	78%	75%
Teilweise Verlagerung	0%	3%
Aufgabe Standort	4%	3%

** Mehrfachantworten waren möglich;
Angaben bzgl. „Weiß nicht/ Keine Angabe“ wurden herausgerechnet

* Benchmark

„Söldner“: Unternehmen mit überdurchschnittlicher Zufriedenheit, aber unterdurchschnittlicher Loyalität zum Standort.

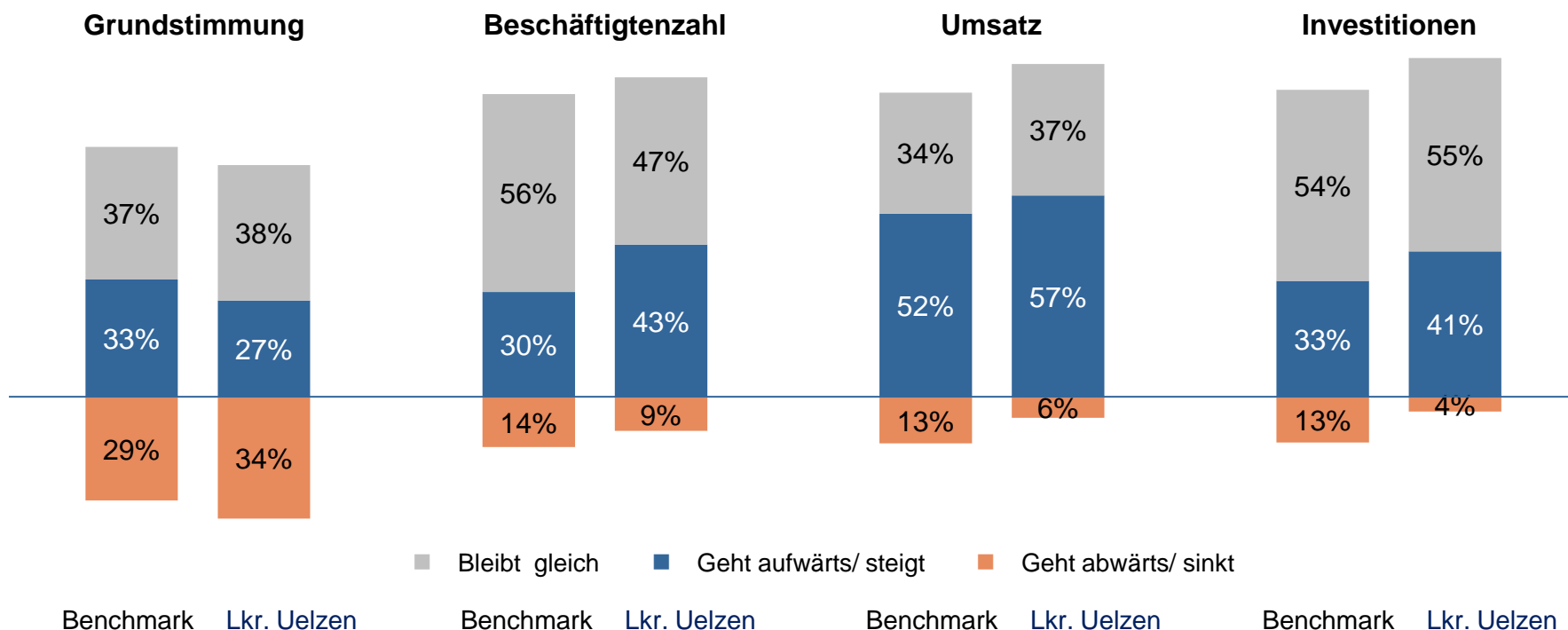
„Deserteure“: Unternehmen mit unterdurchschnittlicher Zufriedenheit und unterdurchschnittlicher Loyalität zum Standort.

„Anhänger“: Unternehmen mit überdurchschnittlicher Zufriedenheit und überdurchschnittlicher Loyalität zum Standort.

„Geiseln“: Unternehmen mit unterdurchschnittlicher Zufriedenheit, aber überdurchschnittlicher Loyalität zum Standort.

10. Standortentwicklung

Vergleichsweise viele Unternehmen im Landkreis Uelzen rechnen mit einer Steigerung der Beschäftigtenzahlen.



Frage 2: „Geht es denn Ihrer Meinung nach mit dem Unternehmensstandort Lkr. Uelzen aufwärts oder abwärts?“
Frage 21: „Welche Unternehmensentwicklung erwarten Sie für die nächsten fünf Jahre? Wird die Anzahl der Beschäftigten in Lkr. Uelzen gleich bleiben, sinken oder steigen?“
Frage 22: „Und der Umsatz, wird der in den nächsten fünf Jahren gleich bleiben, sinken oder steigen?“
Frage 23: „Werden die Investitionen in den Unternehmensstandort in den nächsten fünf Jahren gleich bleiben, abnehmen oder zunehmen?“

Basis:
 Gültige Antworten von n=70 bis=75




11. Zusammenfassung




- Die Ergebnisse der Unternehmensbefragung zeigen eine differenzierte Standortbewertung der befragten Unternehmen. Man fühlt sich dem Landkreis und dem Standort eng verbunden, auch wenn man ihn sehr kritisch wahrnimmt.
- Wichtigster Kritikpunkt der Unternehmen ist das aus ihrer Sicht zu verbessernde Image des Landkreises Uelzen. Die Befragungsteilnehmer sehen ihren Landkreis weder als zukunftsorientiert noch wirtschaftskräftig noch vielfältig. Aus diesem Grund würden sie den Standort in der Regel auch nicht weiterempfehlen.
- Im Detail bemängeln die befragten Unternehmen vor allem die Verkehrsanbindung, das Angebot an qualifizierten Arbeitskräften und die Höhe des Gewerbesteuerhebesatzes. Nur zum Teil zufrieden sind sie auch mit dem Zugang zu Business-Netzwerken, Kinderbetreuungsangeboten und den Leistungen der Kreisverwaltung.
- Positiv wird die Lebensqualität im Landkreis Uelzen gesehen: Ein reizvolles Landschaftsbild, ein hoher Freizeitwert, Sicherheit und Sauberkeit wiegen manchen Mangel auf.
- Ein besonders hervorzuhebendes Ergebnis ist das im kommunalen Vergleich überdurchschnittlich gute Abschneiden der Wirtschaftsförderung. Insgesamt ist man mit den Leistungen der Wirtschaftsförderung eher zufrieden, wobei Unternehmen, die in den letzten 12 Monaten Kontakt zur Wirtschaftsförderung hatten, bei sämtlichen Fragen eine signifikant höhere Zufriedenheit aufweisen.
- Die wenigen kritischen Anmerkungen zur Wirtschaftsförderung beziehen sich in der Regel auf den Informationsfluss zwischen Wirtschaftsförderung und Unternehmen. Hinsichtlich konkreter Maßnahmen erwarten sich die Unternehmen mehr Informationen über Fördermöglichkeiten und mehr Unterstützung bei der Suche nach Erweiterungsflächen oder Immobilien.

11. Zusammenfassung

- Mit den Leistungen der Kreisverwaltung ist man weniger zufrieden. Vor allem die Kommunikation, insbesondere bei der Transparenz von Genehmigungsverfahren, die Außendarstellung des Kreises sowie die Bearbeitungsgeschwindigkeit erfüllen nicht die Erwartungen der befragten Unternehmen.
- Die offenen Kommentaren lassen den Wunsch nach einer Zukunftsperspektive erkennen. Dazu gehört nicht nur die Verkehrsanbindung, speziell der Ausbau der A 39, den immerhin 11% spontan genannt haben, sondern die allgemeine Erwartungshaltung, „dass sich wieder etwas tut im Landkreis“.
- Die Unternehmen wünschen sich von Politik und Landkreis eine stärkere Vernetzung der Wirtschaft und die überregionale Anbindung. Die Außendarstellung des Landkreises soll gestärkt werden.
- Dennoch verbreiten die befragten Unternehmen für ihre individuelle Zukunftsperspektive ein positives Bild: Sie wollen bleiben und sie wollen investieren. Hier gilt es, zukunftsfähige Visionen aufzuzeigen, damit die Unternehmen den Standort weiterempfehlen und damit ebenfalls zur positiveren Außendarstellung ihren Beitrag leisten werden.
- Weiterhin zeigen sich die befragten Unternehmen sehr interessiert, ihr fachspezifisches Wissen, weiterzugeben und sich aktiv für den Landkreis Uelzen zu engagieren. Auch der Fürspruch zum Engagement in Projekten der Wirtschaftsförderung ist sehr hoch.

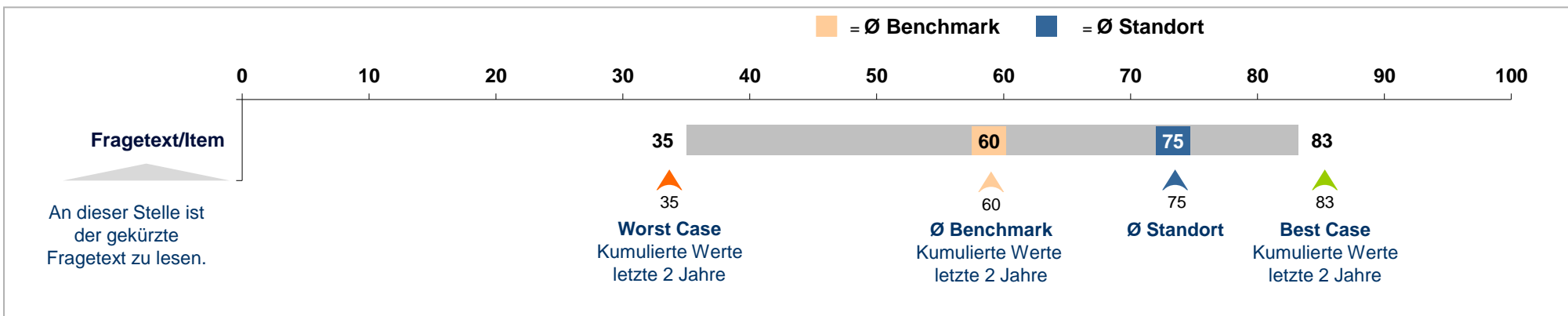
Ihre Ansprechpersonen

 Ute Kerber
Geschäftsführerin
 L·Q·M Marktforschung GmbH
Ritterstraße 16
 55131 Mainz
Tel.: 06131/97 212-16
Fax: 06131/97 212-10
E-Mail: ute.kerber@l-q-m.de

 Barbara Heinrich
Senior Research Consultant
 L·Q·M Marktforschung GmbH
Ritterstraße 16
 55131 Mainz
Tel.: 06131/97 212-15
Fax: 06131/97 212-10
E-Mail: barbara.heinrich@l-q-m.de

Anhang: Methodik der Auswertung

Für die meisten Fragen wurden aus den 5-er Skalen Punktwerte berechnet, um die Lesbarkeit zu erleichtern.



Die Skalen der Befragung (Schulnotensystem von 1 – 5) wurden in Punktwerte umgerechnet. Beispielsweise wurde die Bewertung *sehr zufrieden* (1) auf den Wert 100, *eher unzufrieden* (4) und *sehr unzufrieden* (5) auf den Wert 0 (etc.) umgerechnet. Die Berechnung der Punktwerte erleichtert die Lesbarkeit und Interpretation der Stärken und Schwächen.

Be- rech- nung der Punkt- werte	Punktwert Zufriedenheitsskala		Punktwert Loyalitätsfragen-Skala, z.B. Weiterempfehlung		Punktwert Imagefragen-Skala	
	Sehr zufrieden (1)	100	Stimme voll zu (1)	100	Trifft voll zu (1)	100
	Eher zufrieden (2)	75	Stimme eher zu (2)	75	Trifft eher zu (2)	75
	Teils/ teils (3)	50	Teils/ teils (3)	50	Teils/ teils (3)	50
	Eher unzufrieden (4)	0	Stimme eher nicht zu (4)	0	Trifft eher nicht zu (4)	0
	Sehr unzufrieden (5)	0	Stimme gar nicht zu (5)	0	Trifft gar nicht zu (5)	0