

**BETRIEBSVEREINBARUNG
gem. § 96a Abs. 1 Z. 1 ArbVG**

betreffend
Kundenzufriedenheits-Befragung im Filialnetz

abgeschlossen zwischen dem
Vorstand der Österreichischen Post AG und dem
Zentralausschuss der Bediensteten der Österreichischen Post AG

Soweit personenbezogene Bezeichnungen nur in männlicher/weiblicher Form angeführt sind, beziehen sie sich auf Frauen und Männer in gleicher Weise. Bei der Anwendung auf bestimmte Personen ist die jeweils geschlechtsspezifische Form zu verwenden.

1. Geltungsbereich

Diese Vereinbarung gilt

- fachlich für alle eigenbetriebenen Post-Geschäftsstellen der Österreichischen Post AG
- persönlich für jene MitarbeiterInnen der Österreichischen Post AG, die in der Division Filialnetz tätig sind
- räumlich für das gesamte Bundesgebiet der Republik Österreich.

2. Zweck

Es wird mehrmals im Jahr eine Kundenzufriedenheitsanalyse in sämtlichen eigenbetriebenen Post-Geschäftsstellen der Österreichischen Post AG durchgeführt, um die Meinung möglichst vieler Kunden pro Standort in Hinblick auf die Kunden- und Serviceorientierung zu erfassen.

Die Ergebnisse der Befragung bieten eine wertvolle Grundlage für die kontinuierliche Verbesserung der Performance der Filiale im Sinne einer optimalen Kunden- und Serviceorientierung. Lob und Anerkennung durch die Kunden und die interne Orientierung an den Besten im Gesamtfeld fördern die Motivation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Die Durchführung der Kundenzufriedenheitsanalyse zielt darauf ab, eine Grundlage für die Weiterentwicklung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, vor allem in Hinblick auf die Kunden- und Serviceorientierung, zu schaffen.

Weiters dienen die Befragungsergebnisse als Parameter für die Erreichung eines Teilziels im Rahmen des Prämiensystems für Filialleiter 2011 (für die Folgejahre wird ein allfälliges Prämiensystem für Filialleiter gesondert publiziert).

3. Ziele

Die Kundenzufriedenheit für alle eigenbetriebenen Post-Geschäftsstellen der Österreichischen Post AG wird erhoben in Bezug auf:

- POS-Gestaltung
- Serviceleistung
- Beratung
- Mitarbeiter (Freundlichkeit, Kompetenz)
- Verkaufsaktivitäten
- Positives Kundenempfinden
- Verbesserungspotenziale

Der Kunde nimmt Bezug auf den jeweils aktuellen Einkauf und zur besuchten Filiale.

4. Methodik

Online Befragung über die Plattform eines externen Marktforschungs-Instituts mittels Fragebogen lt. Anlage.

Technik:

- Jede Rechnungs- oder Kartennummer kann nur einmal als Einstiegslink verwendet werden
- Unterbrechung und Wiedereinstieg durch nochmaliges Einloggen ist unmöglich
- Das Marktforschungs-Institut stellt die Plausibilisierung des Datenmaterials im Hinblick auf missbräuchliche Verwendung sicher.
- Die laufende technische Kontrolle erfolgt durch das Marktforschungs-Institut.

5. Befragungsabläufe

Interviewteilnehmer:

Österreichweit Kunden von eigenbetriebenen Post-Geschäftsstellen der Österreichischen Post AG.

Ablauf

Die Befragung erfolgt mehrmals jährlich für die Dauer von jeweils ca. 14 Tagen in Form eines Online-Fragebogens lt. Anlage in Hinblick auf die Thematik der Kunden- und Serviceorientierung in der eigenbetriebenen Post-Geschäftsstelle.

Einladung zur Befragung:

Aktive Einladung aller Kunden im Befragungszeitraum - auf jeder Rechnung sind ein Zugangscode und die Adresse einer Website angeführt.

Alternativ: Aktive Abgabe von Kärtchen mit univalem Code (für Kunden, welche keinen Kaufabschluss tätigen) mit Stempel der eigenbetriebenen Post-Geschäftsstelle.

6. Datenschutz – Datensicherheit

Anonymität

- Die Rechnungsnummer bzw. die Nummer auf dem Teilnahme-Kärtchen dient ausschließlich als uniquer Zugangscodes auf die Plattform des Marktforschungs-Instituts. Es findet keinerlei Verknüpfung dieser Zugangscodes mit einem konkreten Mitarbeiter statt.
- Das Marktforschungs-Institut erhält keine Mitarbeiterdaten von der Österreichischen Post AG.
- Es erfolgt keine Auswertung, welcher Mitarbeiter, welche Kunden, wann betreut hat.
- Für Ein-Mann-Filialen erfolgt keine Auswertung auf Filialebene, sondern pro Verkaufsbereich als kumulierte Auswertung aller in diesem Verkaufsbereich ansässigen Ein-Mann-Filialen.
- Das Marktforschungsinstitut stellt der Post AG Ergebnisberichte auf Basis einer aggregierten Filialebene (Ein-Mann-Filialen siehe oben) zur Verfügung.
- Die Post hat keinen Zugriff auf Rohdaten. Diese liegen gesichert beim Marktforschungs-Institut.

7. Ergebnisberichte

Ergebnisse je Befragung und in kumulierter Form pro Standort werden online folgendem Personenkreis zur Verfügung gestellt:

- Divisionsleitung, Informationsmanagement & Servicequalität, Performancemanagement; auch kumulierte Berichte (österreichweit, Ost-West-Ergebnisse, Vertriebstyp).
- Vertriebsdirektor für den jeweiligen Zuständigkeitsbereich
- Verkaufsleiter für den jeweiligen Zuständigkeitsbereich
- Filialleiter für die jeweilige Filiale (für Ein-Mann-Filialen kumulierte Auswertung pro Verkaufsbereich)
- Im Hinblick auf die Transparenz der positiven Rückmeldungen der Kunden wird eine Ergebnisreihung der Top 100 eigenbetriebenen Post-Geschäftsstellen in einem internen online Kommunikationsmedium publiziert.

8. Löschung der Daten

Im Hinblick auf die Verjährungsfristen für die Geltendmachung von Ansprüchen von MitarbeiterInnen der Österreichischen Post AG, für die die Befragungsergebnisse als Parameter für die Erreichung eines Teilziels im Rahmen des Prämiensystems für Filialleiter dienen, und Rückforderungsansprüchen der Österreichischen Post AG für irrtümlich geleistete Entgelte auf Grund des Prämiensystems für Filialleiter, werden sämtliche Daten 3 Jahre (§ 1486 Z5 ABGB, § 13b GG 1956) nach Ablauf des Befragungsjahres gelöscht.

9. Paritätische Kommission

Zum Zwecke der Einhaltung der Bestimmungen dieser Betriebsvereinbarung wird eine paritätische Kommission eingesetzt. Diese setzt sich aus jeweils 2 Vertretern/Vertreterinnen der Dienstgeber-Seite und des ZA zusammen.

In dieser paritätischen Kommission werden die Befragungen quartalsweise in kumulierter Form je Region, Bundesland besprochen.

10. Geltungsdauer

Diese Betriebsvereinbarung gilt ab 01. April 2011 befristet bis 31.03.2012 und verlängert sich automatisch jeweils für ein weiteres Jahr, sofern nicht einer der beiden Vertragspartner dem jeweils anderen Vertragspartner die Ablehnung der Weiterverlängerung spätestens 2 Monate vor Ablauf der Befristung nachweislich zur Kenntnis bringt.

Angemerkt wird, dass Fragestellungen betreffend Kundenverhalten und Marktdaten im Online-Fragebogen (Anlage) jederzeit unternehmensseitig ergänzt bzw. verändert werden können. Darüber ist jedoch vorher mit dem Zentralausschuss Übereinstimmung zu erzielen.

Wien, am 9. Mai 2011

Für die Österreichische Post AG:


Für den Zentralausschuss der Bediensteten der Österreichischen Post AG



DI Dr. Georg Pölzl
Generaldirektor



Helmut Köstinger
Vorsitzender



DI Dr. Herbert Götz
Vorstandsdirektor

Anlage 1: Fragebogen

Fragebogen: POS-Befragung – Post-Filialen

Mai 2011

Sample: Kunden der Post (Rekrutierung in Post-Filialen)

Fragebogen, Version 1.0:

Block A: Zufriedenheit mit der Postfiliale

1. **Herzlich willkommen!**

Wenn Sie an Ihren letzten Filialbesuch denken, **wie zufrieden** waren Sie alles in allem mit der von Ihnen **besuchten Filiale**? (Einfach-Nennung, Mittelwert)
 - a. Sehr zufrieden
 - b. Eher zufrieden
 - c. Weder noch
 - d. Eher weniger zufrieden
 - e. Überhaupt nicht zufrieden

2. **Wie zufrieden** waren Sie mit der zuletzt von Ihnen besuchten **Postfiliale** in Bezug auf die folgenden **Aspekte**? Bitte beurteilen Sie auf einer Skala von „sehr zufrieden“ bis „überhaupt nicht zufrieden“, dazwischen können Sie fein abstufen. (5-stufige Matrix-Frage, rotierende Antwort-Items)
 - a. Öffnungszeiten
 - b. Atmosphäre/ Erscheinungsbild der Filiale
 - c. Übersichtlichkeit in den einzelnen Bereichen (Schalter, Regale etc.)
 - d. Produktangebot
 - e. Wartezeit

Matrix-Labels:

- sehr zufrieden
 - eher zufrieden
 - weder noch
 - eher weniger zufrieden
 - überhaupt nicht zufrieden
 - kann ich nicht beurteilen
3. Würden Sie **diese Postfiliale** einem guten Freund/Bekanntem **weiterempfehlen**? (Einfach-Nennung)
 - a. Ja
 - b. Eher ja
 - c. Teils/teils
 - d. Eher nein
 - e. nein

 4. Was war der **Grund für Ihren letzten Filialbesuch**? Warum haben Sie diese Postfiliale aufgesucht? (Mehrfach-Nennung)
 - a. Brief-/ Paketaufgabe
 - b. Brief-/ Paketabholung
 - c. Einholung einer Auskunft
 - d. Bankgeschäft
 - e. Einkauf von Telekommunikationsprodukten
 - f. Einkauf von Büroartikeln
 - g. Sonstiges, und zwar ... (Begründungsfunktion)

Block B: Servicequalität und Auftreten/ Mitarbeiter

5. Bitte denken Sie nun an die **Mitarbeiter in der von Ihnen zuletzt besuchten Postfiliale**. Wie empfanden Sie das **persönliche Auftreten**? (5-stufige Matrix-Frage)
- von jenem Mitarbeiter, zu dem Sie Kontakt hatten
 - aller anwesenden Mitarbeiter gesamt

Matrix-Labels:

- sehr ansprechend
- eher ansprechend
- weder noch
- eher unansprechend
- sehr unansprechend
- kann ich nicht beurteilen

6. Wurden Sie **aktiv begrüßt** ... (3-stufige Matrix-Frage)
- beim Betreten der Filiale bzw. beim Schalter
 - beim Verlassen bzw. am Ende Ihres Besuchs

Matrix-Labels:

- ja
- nein
- kann mich nicht erinnern

7. Wenn Sie nun konkret an jenen **Mitarbeiter** denken, **der Sie persönlich betreut hat**, inwieweit treffen die folgenden **Eigenschaften** auf diesen Mitarbeiter? Bitte beurteilen Sie auf einer Skala von „trifft voll und ganz zu“ bis „trifft überhaupt nicht zu“, dazwischen können Sie fein abstufen. (5-stufige Matrix-Frage, rotierende Antwort-Items)
- Freundlich/ höflich/ zuvorkommende Art
 - Engagiert/ hilfsbereit
 - Kompetent
 - Vertrauenswürdig
 - Geht auf meine Anliegen ein/ ist lösungsorientiert
 - Nimmt sich ausreichend Zeit für meine Anliegen
 - Arbeitet kundenorientiert

Matrix-Labels:

- trifft voll und ganz zu
- trifft eher zu
- weder noch
- trifft eher weniger zu
- trifft überhaupt nicht zu
- kann ich nicht beurteilen

8. Wenn Sie ganz allgemein an die **Bearbeitung Ihres Anliegens am Schalter** denken, wurde Ihr Anliegen bestmöglich bearbeitet bzw. wurden Sie **optimal betreut**? Haben Sie sich dabei wohlgefühlt? (Einfach-Nennung, Mittelwert)
- Ich habe mich sehr gut betreut gefühlt
 - Ich habe mich eher schon gut betreut gefühlt
 - Weder noch
 - Ich habe mich eher weniger gut betreut gefühlt
 - Ich habe mich überhaupt nicht gut betreut gefühlt

Block C: Aktives Produktangebot/ Beratung und Kaufabschluss

9. **Haben Sie aktiv** (ohne dass Sie danach fragen mussten) etwas **angeboten bekommen?** (Mehrfach-Nennung, rotierende Antwort-Items)
- Ja, ein Brieflos, Rubbellos
 - Ja, ein Telekommunikationsprodukt
 - Ja, CD, DVD
 - Ja, Produktflyer, Handzettel
 - Ja, sonstiges, und zwar ... (Begründungsfunktion)
 - Nein, ich habe nichts angeboten bekommen
 - Kann mich nicht erinnern
10. Haben Sie bei Ihrem letzten Postfilialbesuch ein **Beratungsgespräch in Anspruch genommen?** (Mehrfach-Nennung, rotierende Antwort-Items)
- Ja, zu einem Telekommunikationsprodukt
 - Ja, zu einem technischen Gerät
 - Ja, zu einer Postdienstleistung
 - Brief/Massensendung
 - Paket/EMS
 - Postfach, Urlaubsfach, sonstiges
 - Ja, zu sonstigem, und zwar ... (Begründungsfunktion)
 - Nein, ich habe keine Beratung in Anspruch genommen (weiter zu Frage 19)
11. Wie waren Sie **alles in allem mit dem Beratungsgespräch** bzw. mit der erhaltenen Beratung **zufrieden?** (Einfach-Nennung)
- Sehr zufrieden
 - Eher zufrieden
 - Weder noch
 - Eher weniger zufrieden
 - Überhaupt nicht zufrieden
12. **Wie zufrieden** waren Sie mit dem **Beratungsgespräch** in Bezug auf die folgenden **Aspekte?** Bitte beurteilen Sie auf einer Skala von „trifft voll und ganz zu“ bis „trifft überhaupt nicht zu“, dazwischen können Sie fein abstufen. (5-stufige Matrix-Frage, rotierende Antwort-Items)
- Produkt wurde verständlich erklärt
 - Berater war kompetent und hat über gute Produktkenntnisse verfügt
 - Berater ging auf meine Fragen und Argumente ein
 - Alle meine Anliegen konnten geklärt werden

Matrix-Labels:

- trifft voll und ganz zu
- trifft eher zu
- weder noch
- trifft eher weniger zu
- trifft überhaupt nicht zu
- kann ich nicht beurteilen

13. Wurden Sie am Ende des Beratungsgesprächs gefragt, ob Sie das **Produkt kaufen/bestellen** möchten, oder ob der Berater Sie in dieser Angelegenheit **nochmals kontaktieren** darf? (Einfach-Nennung)
- Ja
 - Nein
14. Haben Sie das Produkt, zu dem Sie beraten wurden, **gekauft bzw. bestellt?** (Einfach-Nennung)
- Ja
 - Nein (weiter zu Frage 18)

15. **Warum** haben Sie dieses Produkt **gekauft bzw. bestellt?** (Offene Frage)

- a. <offene Frage, freie Texteingabe>

weiter zu Frage 19

16. **Warum** haben Sie dieses Produkt **nicht gekauft bzw. bestellt?** (Offene Frage)

- a. <offene Frage, freie Texteingabe>

Block D: Stärken und Potenziale

17. Wenn Sie nun nochmals konkret an die von Ihnen zuletzt besuchte Postfiliale denken, **was mögen Sie besonders gerne an dieser Postfiliale**, wo sehen Sie die Stärken, was funktioniert dort besonders gut? (Offene Frage)

- a. <offene Frage, freie Texteingabe>

18. Und **wo sehen Sie Verbesserungsmöglichkeiten** bei der von Ihnen zuletzt besuchten Filiale? (Offene Frage)

- a. <offene Frage, freie Texteingabe>

Block E: Statistik

19. Zum Abschluss bitten wir Sie noch um einige Angaben für statistische Zwecke. Bitte beachten Sie: sämtliche Angaben werden streng anonym behandelt und ausgewertet. Ein Rückschluss zwischen Umfragedaten und personenbezogenen Daten ist nicht möglich.

Sie sind...? (Einfach-Nennung, Break)

- a. männlich
b. weiblich

20. **Wie alt** sind Sie? (Einfach-Nennung, Break)

- a. Unter 14 Jahre
b. 14 bis 19 Jahre
c. 20 bis 29 Jahre
d. 30 bis 39 Jahre
e. 40 bis 49 Jahre
f. 50 bis 59 Jahre
g. 60 bis 69 Jahre
h. 70 Jahre oder älter

21. Welche ist Ihre höchste abgeschlossene **Schulbildung**? (Einfach-Nennung, Break)

- a. Pflichtschule
b. Lehre/ Fachschule
c. AHS/BHS
d. Hochschulverwandte Ausbildung
e. Universität/ Fachhochschule

22. Sind Sie derzeit ...? (Einfach-Nennung, Break)

- a. voll berufstätig
b. teilzeitbeschäftigt
c. in Ausbildung (Schüler, Student, Lehrling)
d. Zivil- oder Präsenzdienstler
e. Pensionist
f. im Haushalt tätig (Hausfrau, Hausmann)
g. nicht berufstätig
h. Sonstiges

Gewinnspiel