



**Kanton Zürich
Statistisches Amt**

Kundenbefragung 2014 Handelsregisteramt Kanton Zürich



Statistisches Amt des Kantons Zürich, Direktion der Justiz und des Innern

Silvia Würmli

silvia.wuermli@statistik.ji.zh.ch

Handelsregisteramt Kanton Zürich, Direktion der Justiz und des Innern

Jacqueline Schwarz

jacqueline.schwarz@ji.zh.ch

Inhaltsverzeichnis

Management Summary	1
1 Einleitung – Zielsetzung der Befragung	2
2 Methode, Datengrundlage und Darstellung der Resultate	2
3 Ergebnisse	7
3.1 Gesamtzufriedenheit	7
3.2 Ist-Leistung: Bewertung der Servicequalität	8
3.3 Soll-Leistung: Erwartungen an die Servicequalität	9
3.4 Vergleich der Erwartung und der Bewertung	11
3.5 Nutzungshäufigkeit Website	14
3.6 KEF-Indikator: Kundenzufriedenheit	14
Anhang 1: Fragebogen	16

Management Summary

Neun von zehn Kundinnen und Kunden des Handelsregisteramts Kanton Zürich sind alles in allem mit den Dienstleistungen des Handelsregisteramts sehr zufrieden oder zufrieden. Die Gesamtzufriedenheit erreicht damit einen sehr guten Wert.

Besonders zufrieden ist die Kundschaft mit der Fachkompetenz, der Freundlichkeit sowie der Reaktionszeit der Mitarbeitenden. Diese werden sehr gut bewertet. Alle restlichen Qualitätsfaktoren erhalten eine gute Note. Am schlechtesten – aber immer noch gut – wird die Dauer bis zur Eintragung bewertet.

Vor allem in Bezug auf die Website und die Freundlichkeit werden die Erwartungen klar erfüllt. Handlungsbedarf besteht am ehesten bei der Verständlichkeit der Informationen und bei der Kundenorientierung. Für das Kundensegment der Treuhänder und Anwältinnen zeigt sich auch bei der Dauer bis zur Eintragung allfälliges Verbesserungspotential. Bei diesen Punkten besteht ein klarer Unterschied zwischen Zufriedenheit und Wichtigkeit.

Treuhänderinnen und Anwälte bewerten das Handelsregisteramt mehrheitlich gleich wie die restliche Kundschaft. Mit der Dauer bis zur Eintragung sind sie aber signifikant seltener zufrieden. Ihnen ist auch die Verständlichkeit der Informationen signifikant weniger wichtig und die Reaktionszeit der Mitarbeitenden dafür signifikant wichtiger als den übrigen Kundinnen und Kunden. Sie besuchen zudem die Website des Handelsregisteramts signifikant häufiger als andere Kundinnen und Kunden.

Der KEF-Indikator «Zufriedenheit, Gesamtwertung» erreicht mit 91% einen sehr guten Wert. Der KEF-Indikator «Beratungsqualität», der sich aus der Verständlichkeit der Informationen und der Fachkompetenz zusammensetzt, liegt mit 84% einen Prozentpunkt unter der Grenze einer sehr guten Bewertung.

Die schriftliche Befragung fand vom 26. September bis zum 10. Oktober statt. Von den 1100 angeschriebenen Kunden und Kundinnen haben 425 den Fragebogen ausgefüllt. Dies entspricht einem Rücklauf von 39%.

1 Einleitung – Zielsetzung der Befragung

Die Kundenbefragung dient dazu, die Servicequalität zu überprüfen und langfristig zu verbessern. Die Resultate dieser Befragung bieten die notwendige Grundlage für die Planung solcher Handlungsmaßnahmen.

Kundenbefragungen haben beim Handelsregisteramt Tradition. Sie werden seit 1996 in regelmässigen Abständen durchgeführt. Die letzte Befragung fand 2011 statt. Für die aktuelle Befragung wurde erstmals das Statistische Amt beauftragt.

2 Methode, Datengrundlage und Darstellung der Resultate

Fragebogen

Der Fragebogen der Kundenbefragung 2011 wurde in einem zweiteiligen Workshop stark überarbeitet. Am Workshop teilgenommen hat die Geschäftsleitung des Handelsregisteramts, moderiert wurde er vom Statistischen Amt. Die Vorgabe war, dass der Fragebogen auf einer A4-Seite Platz haben sollte.

Der Fragebogen ist nach dem Confirmation-Disconfirmation-Modell aufgebaut. Erfasst wurde die wahrgenommene Leistung (Ist-Leistung) und die Erwartung an die Leistung (Soll-Leistung). Die Ist-Leistung wurde anhand der Zustimmung verschiedener Aussagen gemessen, die Soll-Leistung mittels der Wichtigkeit.

Im Workshop wurden zuerst die wichtigsten Qualitätsfaktoren der Servicequalität definiert. Danach wurden für diese Qualitätsindikatoren entwickelt, wie Fachkompetenz, Kundenorientierung, Reaktionszeit.

Die Bewertung und Wichtigkeit der Indikatoren wurden mittels einer sechsstufigen, bipolaren Skala erhoben. Der Fragebogen ist im Anhang abgebildet.

Durchführung der Befragung

Statistisches Amt Kanton Zürich

Befragungszeitraum

26.09.2014 bis 10.10.2014

Grundgesamtheit

Sämtliche Kunden des Handelsregisteramtes, insbesondere Unternehmen sowie Treuhänder und Rechtsanwältinnen. Von der Befragung ausgeschlossen wurden Kunden mit Adressen im Ausland und solche, die zum Zeitpunkt der Befragung Gegenstand eines amtlichen Verfahrens waren, wie zum Beispiel Konkursverfahren oder Domizilverlust.

Stichprobenziehung

Damit der letzte Kontakt mit dem Handelsregisteramt nicht zu weit zurück lag, wurde die Stichprobe per Rechnungs-Stichtag gezogen (18.09.2014). Befragt wurden jene 1100 Kunden, die ab diesem Tag zuletzt eine Rechnung für eine beim Handelsregisteramt bezogene Dienstleistung erhalten haben.

Datenerhebung

Da ein E-Mail-Verzeichnis fehlt, wurde die Befragung schriftlich durchgeführt. Die zur Befragung ausgewählten Kunden wurden vom Handelsregisteramt angeschrieben. Dem Schreiben waren der Fragebogen und ein frankiertes Rückantwortcouvert des Statistischen Amtes beigelegt. Ein Erinnerungsschreiben wurde nicht verschickt.

Auf dem schriftlichen Fragebogen wurde darauf hingewiesen, dass der Fragebogen auch online ausgefüllt werden kann. Dieses Angebot nutzten 14% der Kundschaft, die an der Befragung teilgenommen haben.

Rücklauf

Von den 1100 angeschriebenen Kunden und Kundinnen nahmen 425 an der Befragung teil. Dies entspricht einem Rücklauf von 39%. Angesichts der Tatsache, dass kein Erinnerungsschreiben verschickt wurde, entspricht dies einem guten Rücklauf.

Zusammensetzung der befragten Kundinnen und Kunden

Die Hälfte der Befragten ist in einem Mikrounternehmen tätig, drei von zehn in einem kleinen, einer von zehn in einem mittleren und etwas weniger als einer von zehn in einem grossen Unternehmen.

Tabelle 1 **Zusammensetzung der Stichprobe nach Betriebsgrösse**

«Wie viele Personen sind in Ihrem Betrieb tätig?»	Häufigkeit	Prozent
1 - 9 Personen	228	54%
10 - 49 Personen	113	27%
50 - 249 Personen	47	11%
250 oder mehr Personen	30	7%
Gesamt	418	98%
Weiss nicht/keine Antwort	7	2%
Gesamt inklusive weiss nicht/keine Antwort	425	100%

14% der Befragten sind Treuhänder oder Anwältinnen. Insgesamt sind drei von vier Befragten im Dienstleistungssektor angestellt, 8% in der Industrie und 9% in einem Handwerksunternehmen.

Tabelle 2 Zusammensetzung der Stichprobe nach Branche und Kundentyp

«In welcher der genannten Branchen bzw. Berufsgruppen sind Sie tätig?»	Häufigkeit	Prozent
Dienstleistungsbranche		
Anwalt/Rechtsanwaltskanzlei	13	3%
Revision/Treuhand	45	11%
Versicherung/Banken/Finanzinstitute	27	6%
Handel	61	14%
andere Dienstleistungsbetriebe	182	43%
Gewerbe und andere Branchen/Berufsgruppen		
Handwerk	37	9%
Industrie	33	8%
Andere	9	2%
Gesamt	407	96%
Weiss nicht/keine Antwort	18	4%
Gesamt inklusive weiss nicht/keine Antwort	425	100%

Analyse und Darstellung der Ergebnisse

Die Daten wurden deskriptiv ausgewertet, grafisch aufbereitet und verbal zusammengefasst. Unterschieden wird nach zwei Kundensegmenten: den Treuhändern oder Rechtsanwältinnen und den restlichen Kundinnen und Kunden.

Bei der Interpretation der Ergebnisse muss berücksichtigt werden, dass nicht alle Kundinnen und Kunden des Handelsregisteramts befragt wurden. Das vorgefundene Resultat kann deswegen vom «wahren» Resultat abweichen. Um aufzuzeigen, wie gross diese Abweichungen sein können, wurde das 95%-Vertrauensintervall berechnet. Bei 425 Befragten liegt das 95%-Vertrauensintervall im ungünstigsten Fall bei $\pm 5\%$. Das heisst, wenn zum Beispiel 50% der Befragten angeben mit der Website zufrieden zu sein, dann liegt der wahre Wert mit sehr grosser Sicherheit zwischen 45% und 55%. Je weiter eine Prozentzahl von 50% abweicht, umso kleiner wird das Vertrauensintervall. Die Intervallsbreite nimmt mit abnehmender Fallzahl zu. Tabelle 3 weist die maximale Intervallsbreite für die verschiedenen Kundensegmente aus.

Tabelle 3 95%-Vertrauensintervall nach Kundensegment

	Prozent- zahl	Anzahl Befragter	unterer Bereich 95%-Vertrauensintervall	oberer Bereich 95%-Vertrauensintervall
sämtliche Kundschaft	50%	425	45%	55%
Treuhänder/Anwältinnen	50%	58	37%	63%
restliche Kundschaft	50%	367	45%	55%

Die exakten Vertrauensintervalle für Binominalverteilungen werden in diesem Bericht mit der Clopper-Pearsons-Methode berechnet. Sie werden in den Balkengrafiken mit einer schwarzen Linie abgebildet (siehe Abbildung 1).

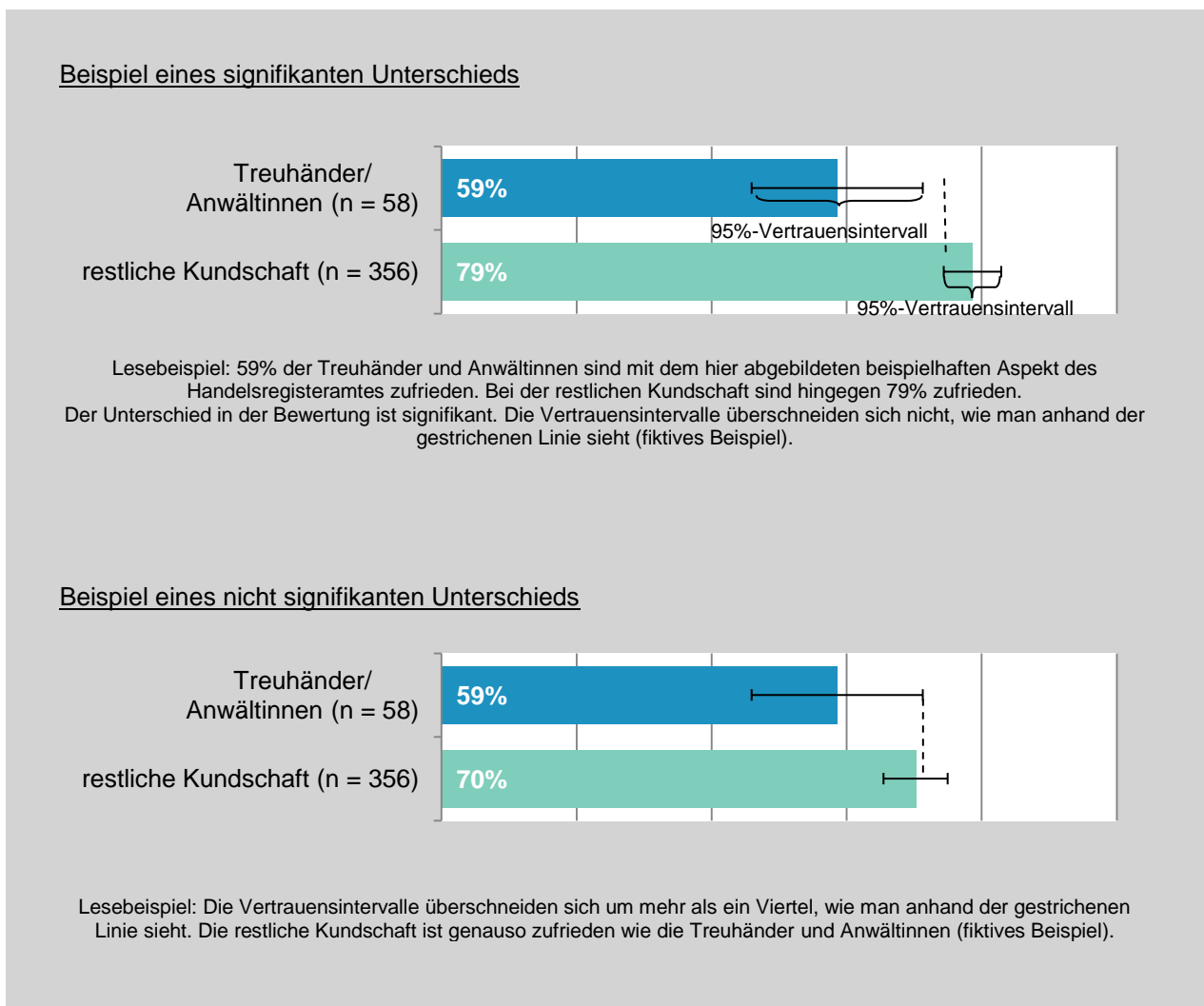


Die Vertrauensintervalle können auch herangezogen werden, um die statistische Signifikanz von Unterschieden nach Kundensegment festzustellen. So interessiert in diesem Bericht zum Beispiel, ob das Kundensegment der Treuhänder und Anwältinnen das Handelsregisteramt anders bewertet als die restliche Kundschaft.

Falls sich die Vertrauensintervalle der beiden Kundensegmente nicht oder nur wenig überschneiden, kann der Unterschied als signifikant angesehen werden. Die Signifikanz steht dabei für die Sicherheit, mit der ein in Stichproben gemessener Unterschied auch in der Grundgesamtheit zu finden ist. Dies ist im oberen Beispiel der Abbildung 1 der Fall. Die Zahlen sind fiktiv und dienen nur zu Darstellungszwecken.

Wenn sich zwei Vertrauensintervalle mehr als um ein Viertel des Intervalls überschneiden (wie in der Abbildung im unteren Beispiel), ist der Unterschied statistisch nicht signifikant.

Abbildung 1 Fiktive Beispiele eines Balkendiagramms mit 95%-Vertrauensintervall



Bewertungsgrundlagen – Excellence-Anteile

Die Bewertungsfragen wurden anhand einer zweipoligen sechsstufigen Bewertungs-Skala erhoben, wobei 1 die negativste und 6 die positivste Bewertung darstellt (1 = «trifft überhaupt nicht zu»/«sehr unzufrieden», 6 = «trifft völlig zu»/«sehr zufrieden»).

Zur Bewertung werden nur die Antwortanteile der beiden Bewertungen 5 und 6 herangezogen. Dies entspricht den Antworten «trifft zu» und «trifft völlig zu» beziehungsweise den Antworten «zufrieden» und «sehr zufrieden». Sie sind die aussagekräftigsten Antworten und damit die relevantesten. Sie werden in diesem Bericht als Excellence-Anteil bezeichnet.

Abbildung 2 Berechnung Excellence-Anteile

	1 trifft überhaupt nicht zu	2 trifft nicht zu	3 trifft eher nicht zu	4 trifft eher zu	5 trifft zu	6 trifft völlig zu
Die Mitarbeitenden informieren auf verständliche Weise.	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃	<input type="radio"/> O ₄	<input type="radio"/> O ₅	<input type="radio"/> O ₆
Die Mitarbeitenden sind stets freundlich.	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃	<input type="radio"/> O ₄	<input type="radio"/> O ₅	<input type="radio"/> O ₆
...						
	1 sehr unzufrie- den	2 unzufrie- den	3 eher unzufrie- den	4 eher zufrieden	5 zufrieden	6 sehr zufrieden
Wie zufrieden sind Sie alles in allem mit den Dienstleistungen des Handelsregisteramts?	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃	<input type="radio"/> O ₄	<input type="radio"/> O ₅	<input type="radio"/> O ₆

Aus den guten und sehr guten Beurteilungen ergibt sich der **Excellence-Anteil**

Diese Excellence-Anteile können mithilfe einer Klassifikation bewertet und interpretiert werden. Das Statistische Amt verwendet aufgrund langjähriger Erfahrungen mit Umfragen im Bereich des Qualitätsmanagements folgende Klassifikation für Excellence-Anteile (Tabelle 4).

Tabelle 4 Interpretationsschema der Resultate

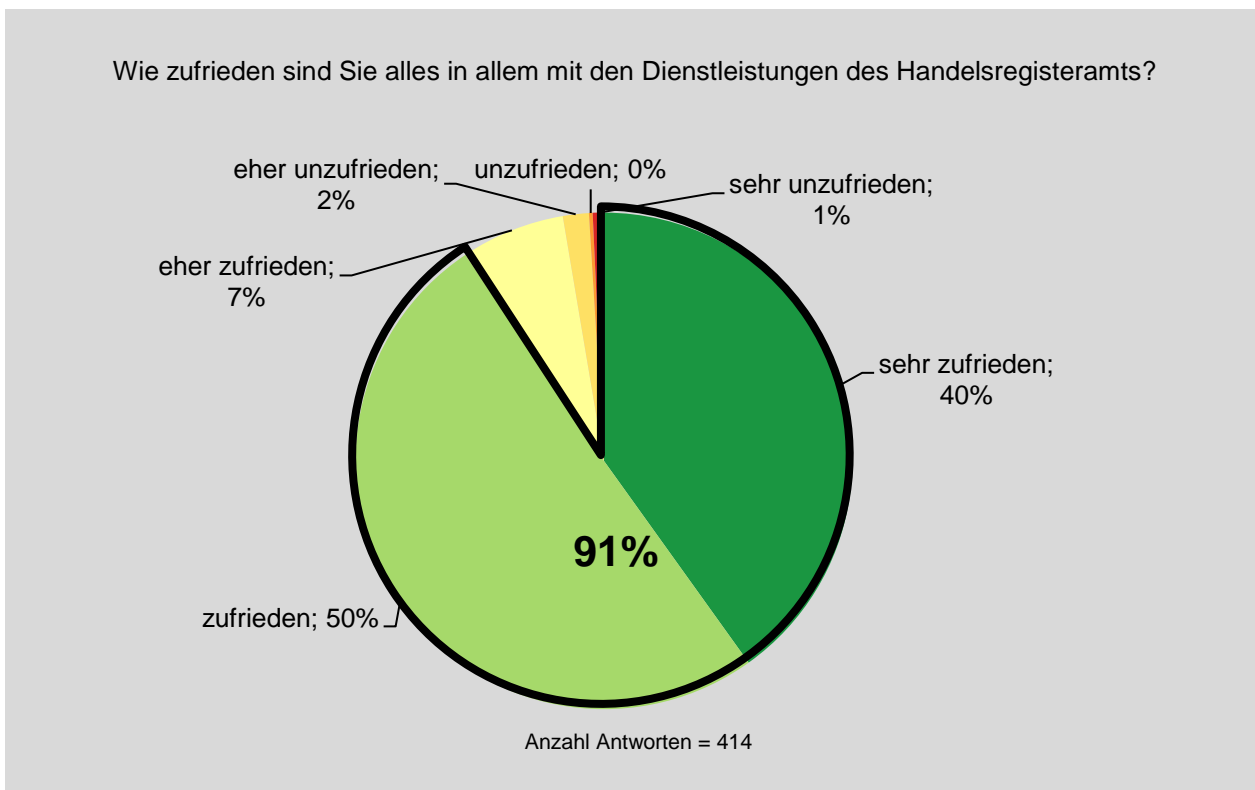
Excellence-Anteil	Bewertung
0% - 35%	ungenügend
35% - 59%	genügend
60% - 84%	gut
85% - 100%	sehr gut

3 Ergebnisse

3.1 Gesamtzufriedenheit

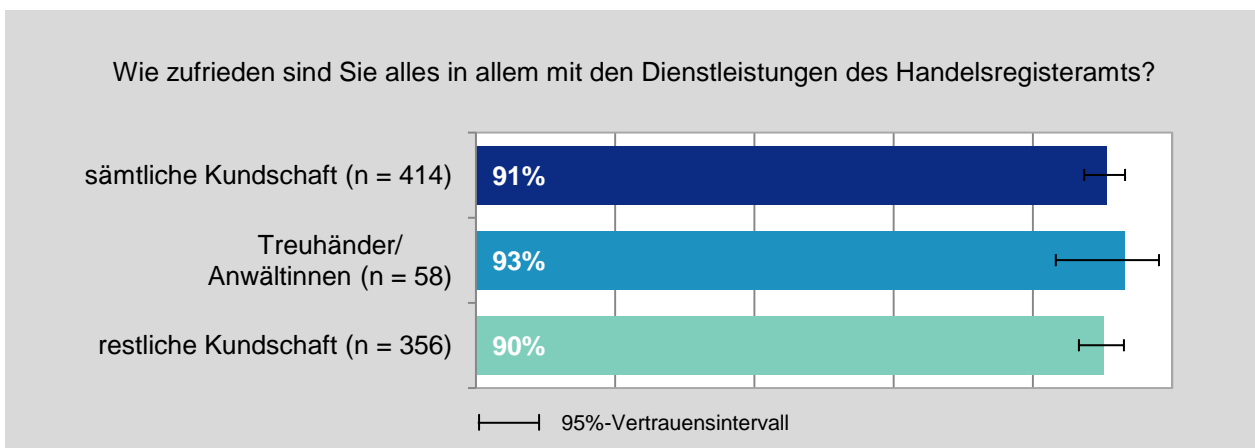
Die Hälfte der Befragten sind mit den Dienstleistungen des Handelsregisteramts alles in allem zufrieden und vier von zehn sogar sehr zufrieden. Dies ergibt einen sehr guten Excellence-Anteil von 91%. Eher unzufrieden bis sehr unzufrieden sind 3% der Befragten.

Abbildung 3 Gesamtzufriedenheit – Verteilung der Antworten



Treuhänderinnen und Anwälte sind dabei genau so zufrieden wie der Rest der Kundschaft. Das heisst, bei beiden Kundensegmenten wird eine sehr gute Gesamtzufriedenheit erzielt.

Abbildung 4 Gesamtzufriedenheit – Excellence-Anteile nach Kundensegment und insgesamt



3.2 Ist-Leistung: Bewertung der Servicequalität

Das sehr gute Resultat widerspiegelt sich bei der Bewertung der verschiedenen Faktoren der Servicequalität. Sehr gut bewertet werden die Fachkompetenz, die Freundlichkeit sowie die Reaktionszeit der Mitarbeitenden. Eine gute Note erhält das Handelsregisteramt für den Inhalt der Website, die Verständlichkeit der Informationen, die Kundenorientierung, die Benutzerführung der Website und für die Dauer bis zur Eintragung.

Innerhalb der Qualitätsfaktoren, die gut bewertet werden, gibt es aber Unterschiede. So wird zum Beispiel die Kundenorientierung besser bewertet als die Dauer bis zur Eintragung. Letztgenannter Faktor wird am schlechtesten bewertet. Der Anteil Unzufriedener ist bei diesem am grössten. So gibt einer von zehn Befragten an, dass die Eintragungen in der Regel nicht rasch erfolgen («trifft eher nicht zu» bis «trifft überhaupt nicht zu»).

Abbildung 5 Ist-Leistung – Bewertung der Servicequalität

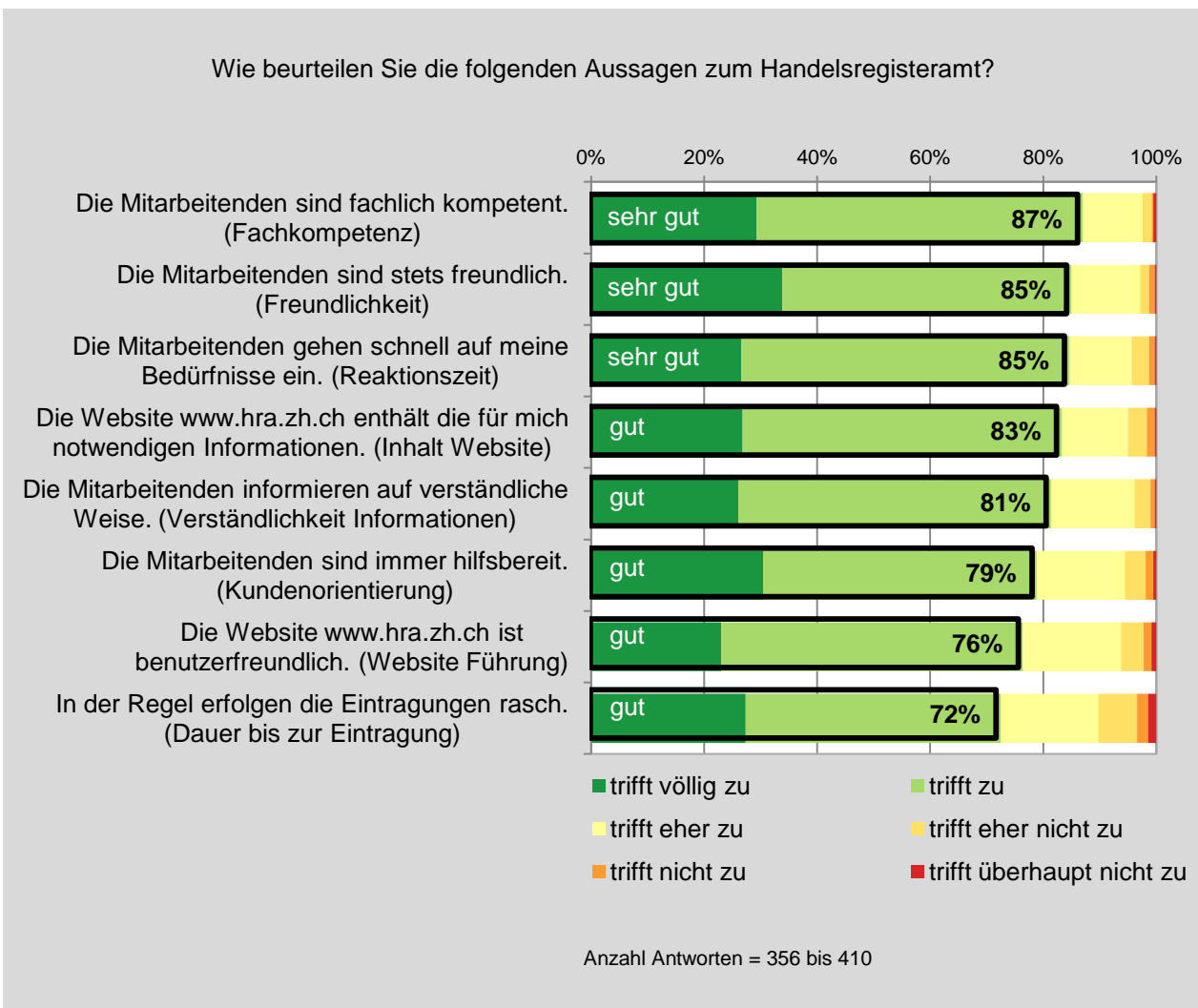
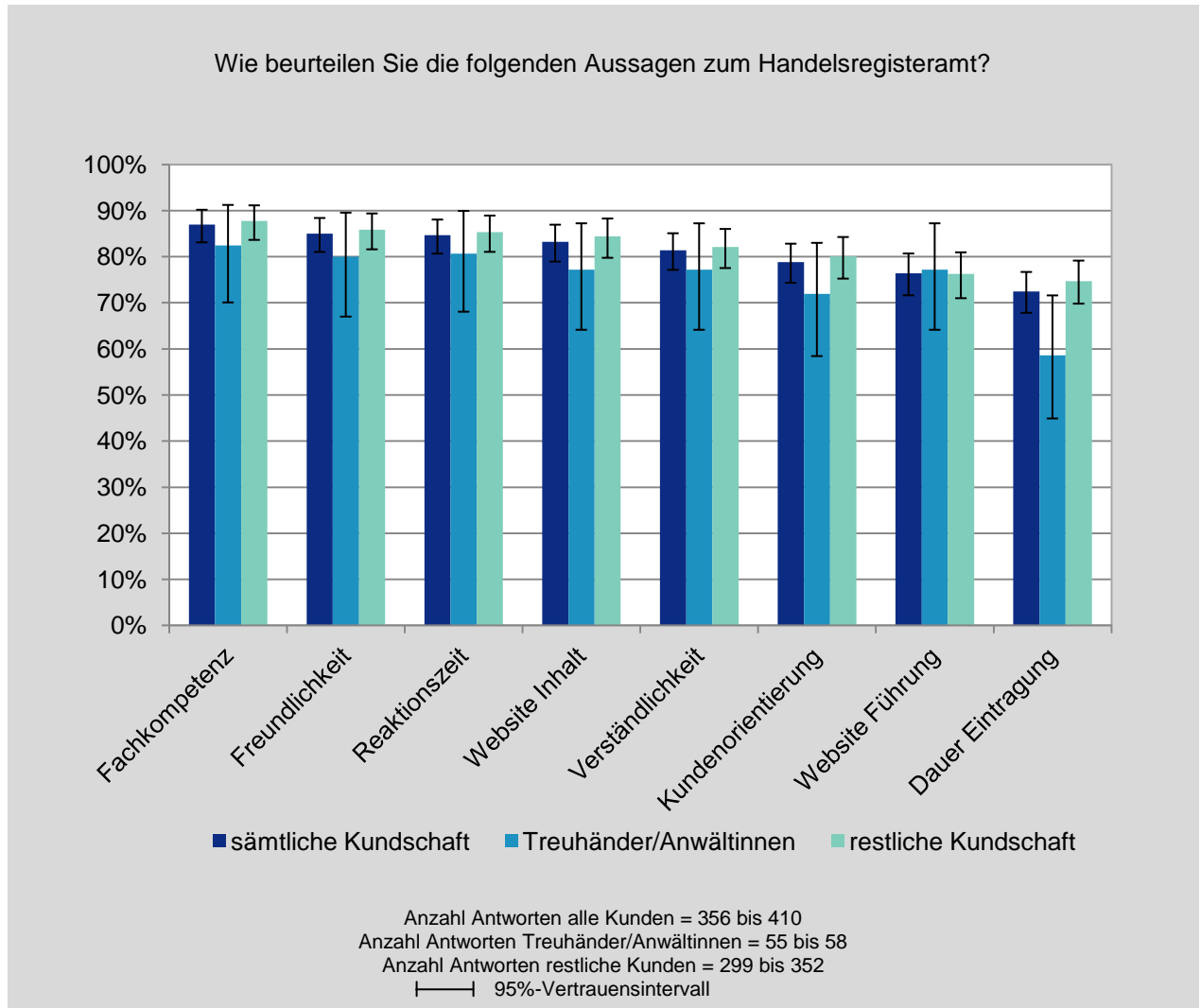


Abbildung 6 Ist-Leistung – Excellence-Anteile nach Kundensegment und insgesamt

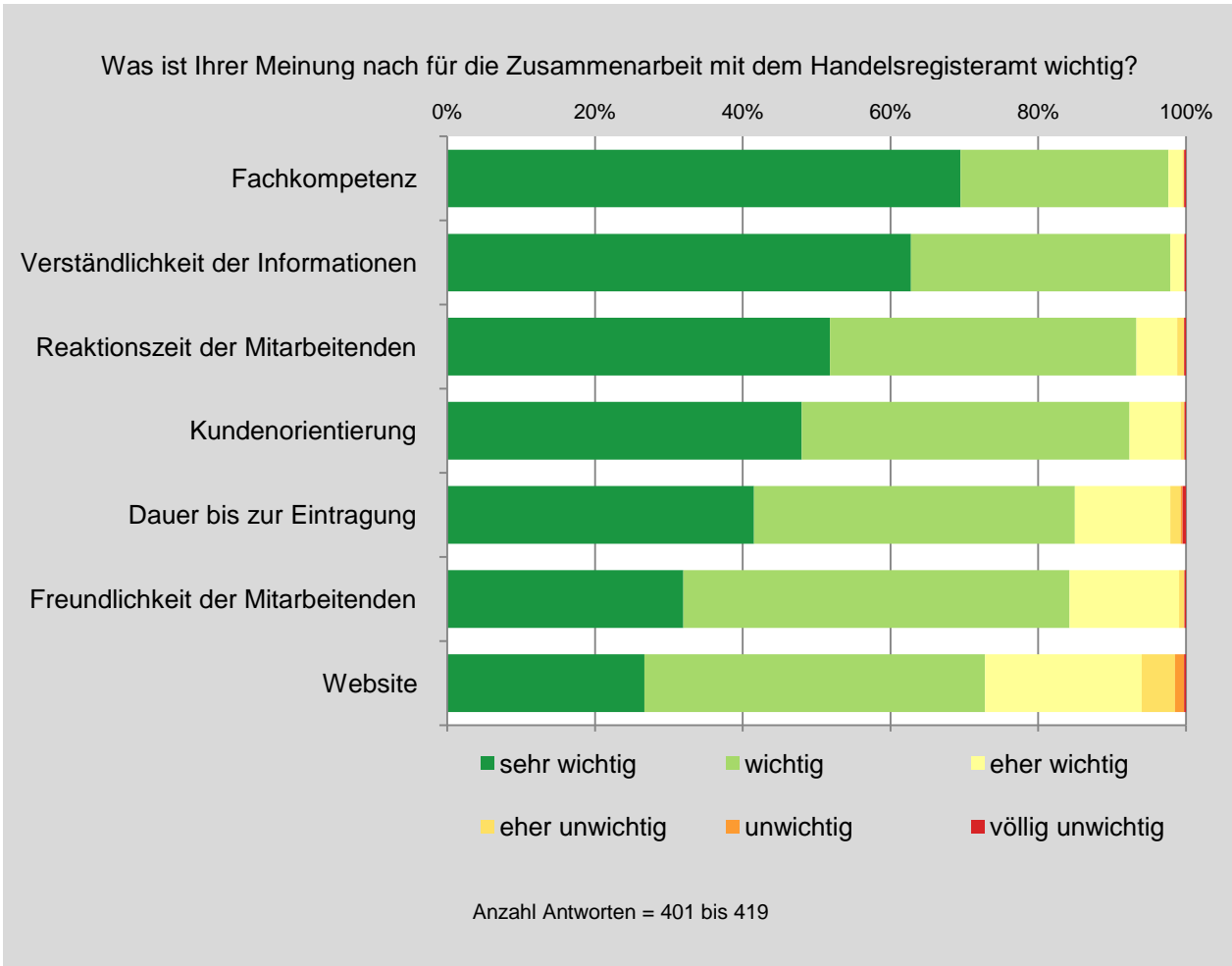


Beinahe sämtliche Qualitätsfaktoren werden von den beiden Kundensegmenten ähnlich bewertet. Nur die Dauer bis zur Eintragung wird von den Treuhänderinnen und Anwälten signifikant schlechter bewertet als von der restlichen Kundschaft. Diese erachten die Dauer bis zur Eintragung als genügend.

3.3 Soll-Leistung: Erwartungen an die Servicequalität

Die meisten der untersuchten Aspekte werden von der überwiegenden Mehrheit der Befragten als wichtig oder sehr wichtig eingestuft. Es zeigen sich dennoch Bewertungsunterschiede. Die Befragten bezeichnen die Fachkompetenz der Mitarbeitenden als den wichtigsten Punkt in der Zusammenarbeit mit dem Handelsregisteramt, gefolgt von der Verständlichkeit der Informationen. Die Reaktionszeit der Mitarbeitenden und die Kundenorientierung werden als gleich wichtig erachtet. Die Dauer bis zur Eintragung ist der viert und die Freundlichkeit der Mitarbeitenden der fünft wichtigste Punkt. Die Website wird als am wenigsten wichtig erachtet.

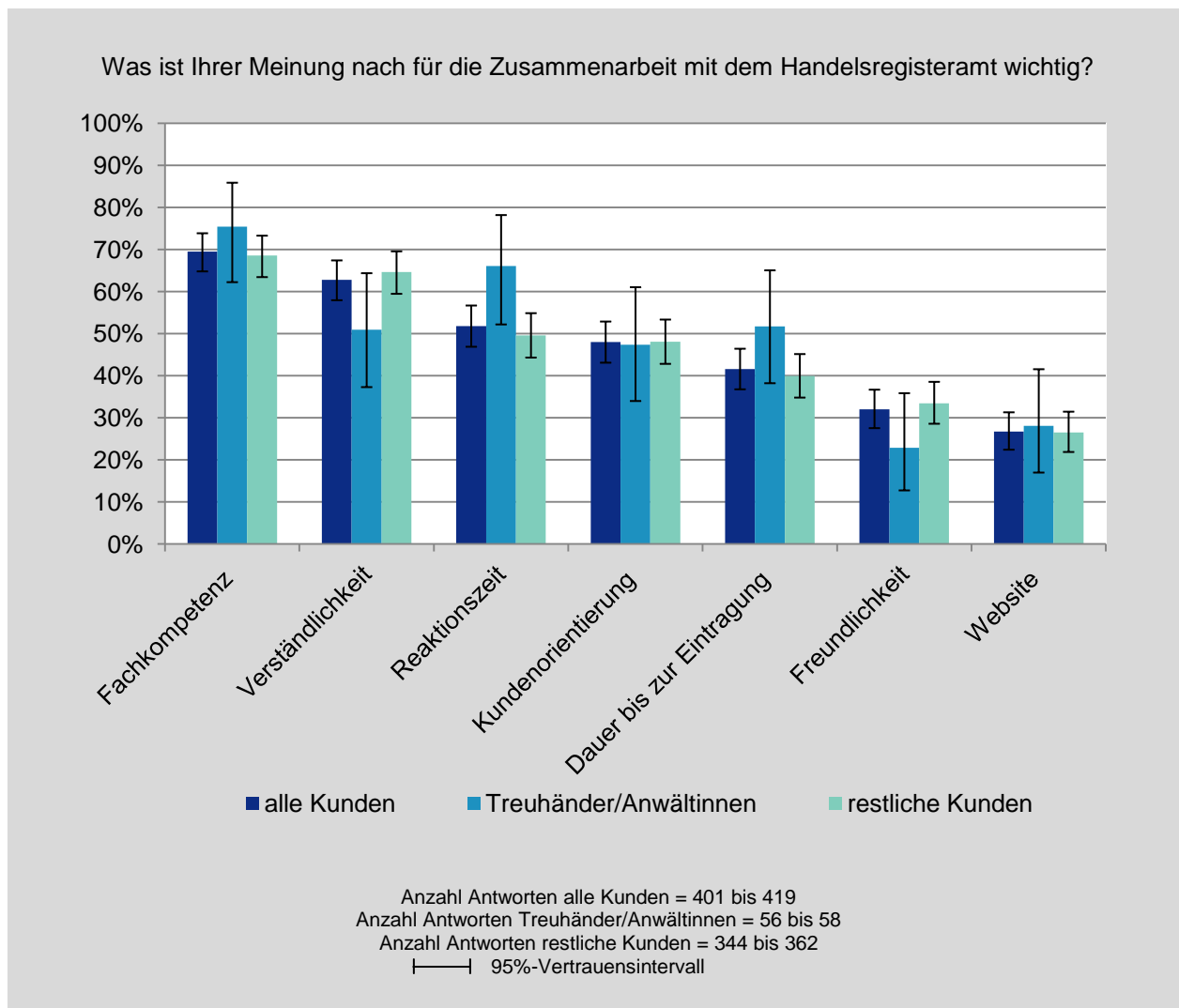
Abbildung 7 Soll-Leistung - Erwartungen an die Servicequalität



Da dem Grossteil der Befragten sämtliche Qualitätsfaktoren wichtig oder sehr wichtig sind, wird zur Analyse von Bewertungsunterschieden nach Kundensegment nur die Antwortkategorie «sehr wichtig» dargestellt.

Treuhänderinnen und Anwälten sind die meisten Qualitätsfaktoren ähnlich wichtig wie der restlichen Kundschaft. Die Verständlichkeit der Informationen ist ihnen aber signifikant weniger wichtig und die Reaktionszeit signifikant wichtiger als den übrigen Kundinnen und Kunden.

Abbildung 8 Soll-Leistung – Anteil «sehr wichtig» nach Kundensegment und insgesamt



Auch die Dauer bis zur Eintragung erachten sie als wichtiger. Die Anzahl befragter Treuhänderinnen und Anwälte ist aber zu gering, um mit Sicherheit von einem statistisch signifikanten Unterschied sprechen zu können. Dies gilt auch für die Freundlichkeit, die von Nicht-Treuhänderinnen und -Anwälten wichtiger eingestuft wird als vom erstgenannten Kundensegment.

3.4 Vergleich der Erwartung und der Bewertung

Kundinnen und Kunden sind dann zufrieden, wenn ihre Erwartungen erfüllt werden. Für die Gesamtzufriedenheit ist besonders wichtig, dass jene Qualitätsfaktoren gut bewertet werden, die der Kundschaft wichtig sind.

Die Erwartung wurde anhand der Wichtigkeit erhoben, die Bewertung anhand der Zufriedenheit. Berechnet man für jede Person die Differenz zwischen der Zufriedenheit und der Wichtigkeit, so wird ersichtlich, welche Qualitätsfaktoren, die Erwartungen nicht erfüllen. Da für die

Differenzberechnung ein ähnlicher Massstab verwendet werden soll, wird für die Zufriedenheit der Excellence-Anteil genommen, für die Wichtigkeit die Summe aus den Antworten «wichtig» und «sehr wichtig».

Tabelle 5 zeigt, wo diese Zufriedenheitslücke am grössten ist.

Tabelle 5 Zufriedenheitslücke

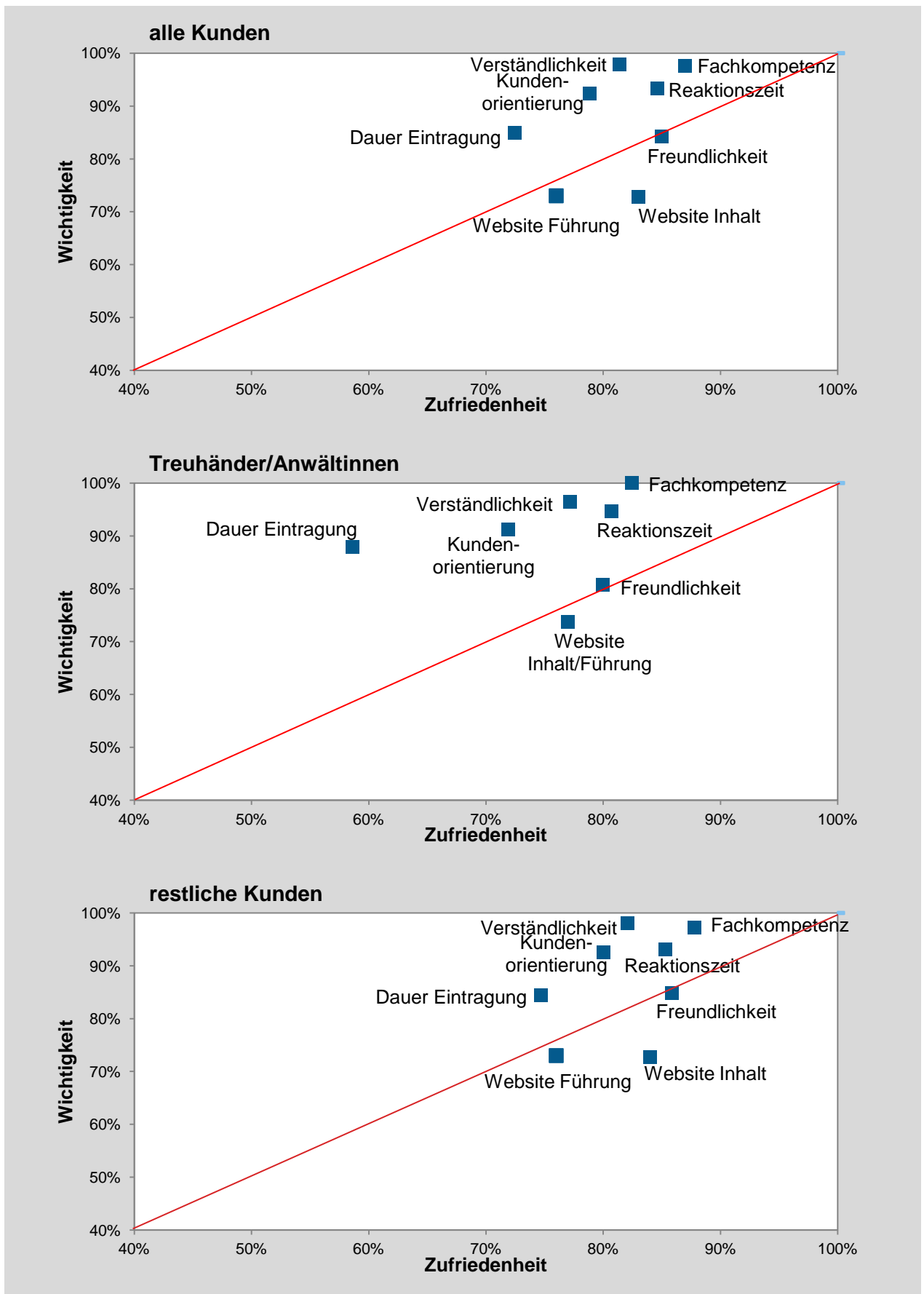
	alle Kunden	Treuhänder/ Anwältinnen	restliche Kunden
Verständlichkeit	-17%	-20%	-16%
Kundenorientierung	-14%	-19%	-13%
Dauer Eintragung	-13%	-29%	-11%
Fachkompetenz	-11%	-18%	-10%
Reaktionszeit	-8%	-14%	-7%
Freundlichkeit	1%	-4%	2%
Website Führung	1%	4%	1%
Website Inhalt	8%	4%	9%

Anmerkung: Mittelwert der individuellen Differenz zwischen Zufriedenheit und Wichtigkeit.

Beim Grossteil der Qualitätsfaktoren liegt die Zufriedenheitslücke im negativen Bereich. Die Erwartung liegt über der Bewertung. Ein Befund, der aufgrund einer hohen Anspruchshaltung sehr häufig ist. Bei der Website und der Freundlichkeit werden die Erwartungen hingegen leicht übertroffen. Am stärksten klappt die Zufriedenheitslücke beim Faktor Verständlichkeit, gefolgt von der Kundenorientierung. Bei den Treuhändern und Anwältinnen ist die Lücke besonders in Bezug auf die Dauer der Eintragung gross, gefolgt von der Verständlichkeit der Informationen, der Kundenorientierung und der Fachkompetenz.

Die Differenz zwischen Zufriedenheit und Wichtigkeit kann auch grafisch dargestellt werden. Auf den folgenden Abbildungen ist die Wichtigkeit auf der vertikalen Achse abgebildet, die Zufriedenheit auf der horizontalen Achse. Decken sich Wichtigkeit und Zufriedenheit, so liegen Qualitätsfaktoren auf der roten Linie. Übertrifft die Wichtigkeit die Zufriedenheit, befinden sich Qualitätsfaktoren oberhalb der roten Linie. Diese Faktoren sollten bei der Definierung von Handlungsmassnahmen Priorität haben. Bei Qualitätsfaktoren unterhalb der roten Linie liegt die Zufriedenheit über der Wichtigkeit. Die Erwartungen werden mehr als erfüllt.

Abbildung 9 Wichtigkeit-Zufriedenheits-Matrix – Gegenüberstellung der Wichtigkeit und der Zufriedenheit



Anmerkung: Wichtigkeit = Summe aus Anteil Antworten «wichtig» und «sehr wichtig»
 Zufriedenheit = Excellence-Anteil



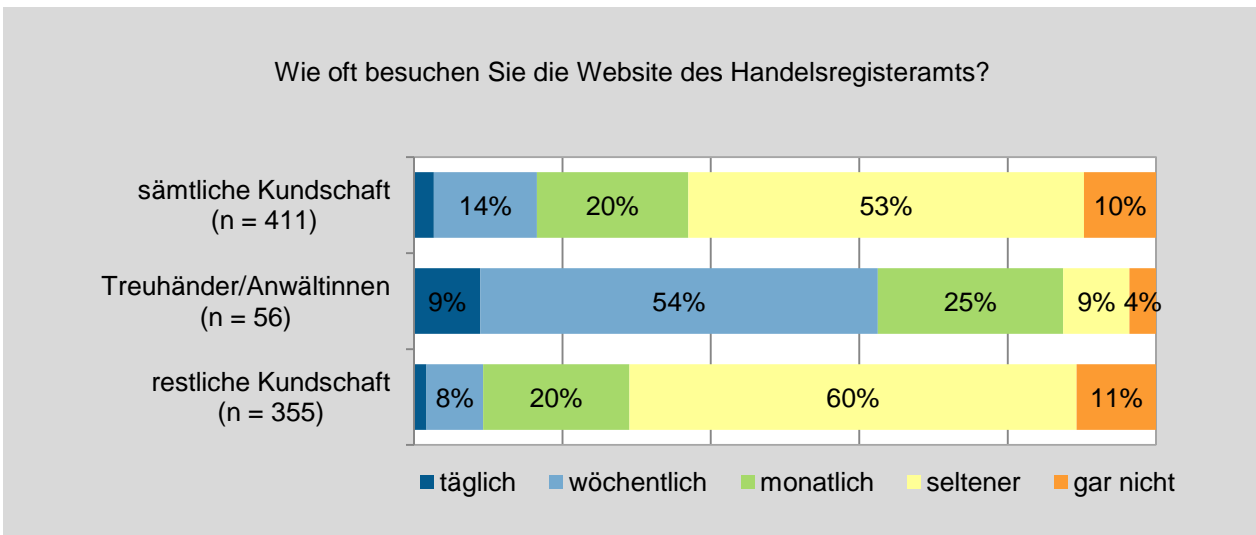
3.5 Nutzungshäufigkeit Website

Die Kundinnen und Kunden des Handelsregisteramts sind vor allem mit dem Inhalt, aber auch mit der Benutzerführung der Website www.hra.zh.ch zufrieden. Die Website ist ihnen aber für die Zusammenarbeit mit dem HRA nicht besonders wichtig. Doch wie häufig wird sie besucht?

Aus Abbildung 10 wird ersichtlich, dass die Website vor allem von den Treuhänderinnen und Anwälten besucht wird. Sechs von zehn nutzen die Website mindestens wöchentlich. Von den restlichen Kunden ruft nur einer von zehn die Website mit derselben Häufigkeit an.

Mit der Nutzungsfrequenz nimmt die Zufriedenheit mit der Website weder zu noch ab. Die Wichtigkeit steigt mit der Nutzungsfrequenz signifikant an, aber nur in sehr geringem Masse.

Abbildung 10 Nutzungshäufigkeit Website



3.6 KEF-Indikator: Kundenzufriedenheit

Aus den Resultaten der Kundenbefragung lassen sich zwei Indikatoren für den konsolidierten Entwicklungs- und Finanzplan (KEF) berechnen. Die Gesamtzufriedenheit ergibt den KEF-Indikator W2 «Zufriedenheit, 3-jährliche Gesamtwertung». Die Bewertungen der Verständlichkeit der Informationen und die Fachkompetenz ergeben zusammengenommen den KEF-Indikator W4 «Beratungsqualität».

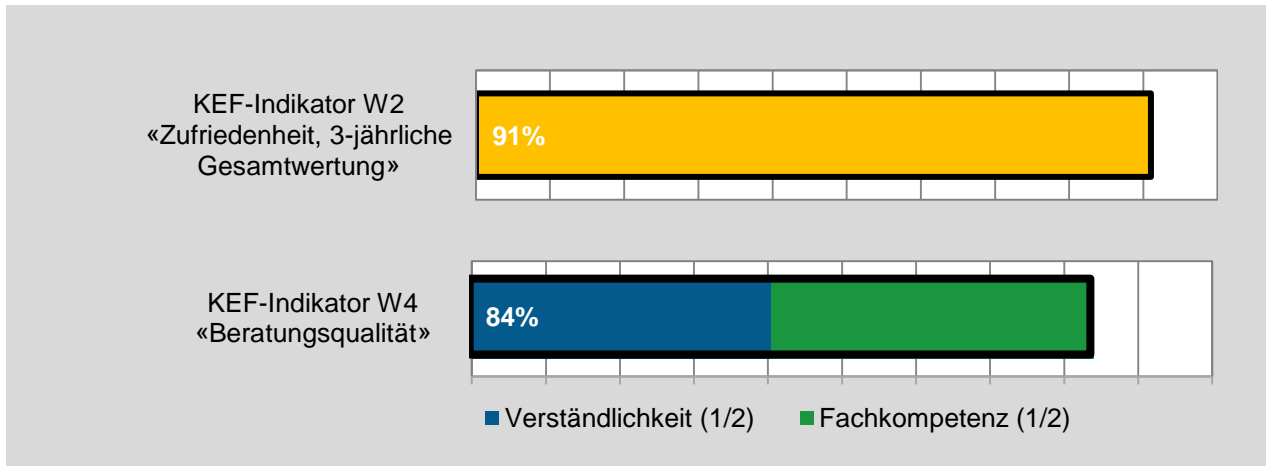
KEF-Indikator W2

«Zufriedenheit, 3-jährliche Gesamtwertung» = Gesamtzufriedenheit
 = 91%
 = sehr gut

KEF-Indikator W4

«Beratungsqualität» = (Verständlichkeit Information + Fachkompetenz)/2
 = (81% + 87%)/2
 = 84%
 = gut

Abbildung 11 KEF-Indikator: Kundenzufriedenheit





Anhang 1: Fragebogen

Kundenbefragung 2014 – Handelsregisteramt Kanton Zürich

Hinweise des Statistischen Amtes des Kantons Zürich zur Befragung

Dauer

Den Fragebogen haben Sie in etwa 5 Minuten ausgefüllt. Bitte senden Sie den ausgefüllten Fragebogen bis **10. Oktober 2014** an das Statistische Amt.

Online-Fragebogen

Sie können den Fragebogen auch online ausfüllen unter www.statistik.zh.ch/hra

Datenschutz und Anonymität

Wir garantieren Ihnen, dass sämtliche Angaben dieser Befragung vertraulich behandelt werden. Das Handelsregisteramt erhält von uns ausschliesslich anonymisierte Daten, welche keine Rückschlüsse auf Ihre Person zulassen. Für weitere Informationen zur Qualitätssicherung und zum Datenschutz konsultieren Sie bitte unsere Datenschutzrichtlinie unter:

<http://www.statistik.zh.ch/datenschutz>

Rückfragen und Hotline

Haben Sie allenfalls Fragen? Wir helfen Ihnen unter umfragen@statistik.ji.zh.ch oder unter 043 259 75 50.

Vielen Dank für Ihre Zeit.

Freundliche Grüsse

Statistisches Amt des Kantons Zürich

Wie beurteilen Sie die folgenden Aussagen zum Handelsregisteramt?	trifft überhaupt nicht zu	trifft nicht zu	trifft eher nicht zu	trifft eher zu	trifft zu	trifft völlig zu	keine Meinung
Die Mitarbeitenden gehen schnell auf meine Bedürfnisse ein.	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃	<input type="radio"/> O ₄	<input type="radio"/> O ₅	<input type="radio"/> O ₆	<input type="radio"/> O ₉
Die Mitarbeitenden sind stets freundlich.	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃	<input type="radio"/> O ₄	<input type="radio"/> O ₅	<input type="radio"/> O ₆	<input type="radio"/> O ₉
Die Mitarbeitenden informieren auf verständliche Weise.	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃	<input type="radio"/> O ₄	<input type="radio"/> O ₅	<input type="radio"/> O ₆	<input type="radio"/> O ₉
Die Mitarbeitenden sind fachlich kompetent.	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃	<input type="radio"/> O ₄	<input type="radio"/> O ₅	<input type="radio"/> O ₆	<input type="radio"/> O ₉
Die Mitarbeitenden sind immer hilfsbereit.	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃	<input type="radio"/> O ₄	<input type="radio"/> O ₅	<input type="radio"/> O ₆	<input type="radio"/> O ₉
In der Regel erfolgen die Eintragungen rasch.	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃	<input type="radio"/> O ₄	<input type="radio"/> O ₅	<input type="radio"/> O ₆	<input type="radio"/> O ₉
Die Website www.hra.zh.ch enthält die für mich notwendigen Informationen.	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃	<input type="radio"/> O ₄	<input type="radio"/> O ₅	<input type="radio"/> O ₆	<input type="radio"/> O ₉
Die Website www.hra.zh.ch ist benutzerfreundlich.	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃	<input type="radio"/> O ₄	<input type="radio"/> O ₅	<input type="radio"/> O ₆	<input type="radio"/> O ₉

Was ist Ihrer Meinung nach für die Zusammenarbeit mit dem Handelsregisteramt wichtig?	völlig unwichtig	unwichtig	eher unwichtig	eher wichtig	wichtig	sehr wichtig	keine Meinung
Reaktionszeit der Mitarbeitenden	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃	<input type="radio"/> O ₄	<input type="radio"/> O ₅	<input type="radio"/> O ₆	<input type="radio"/> O ₉
Freundlichkeit der Mitarbeitenden	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃	<input type="radio"/> O ₄	<input type="radio"/> O ₅	<input type="radio"/> O ₆	<input type="radio"/> O ₉
Verständlichkeit der Informationen	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃	<input type="radio"/> O ₄	<input type="radio"/> O ₅	<input type="radio"/> O ₆	<input type="radio"/> O ₉
Fachkompetenz	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃	<input type="radio"/> O ₄	<input type="radio"/> O ₅	<input type="radio"/> O ₆	<input type="radio"/> O ₉
Kundenorientierung	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃	<input type="radio"/> O ₄	<input type="radio"/> O ₅	<input type="radio"/> O ₆	<input type="radio"/> O ₉
Dauer bis zur Eintragung	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃	<input type="radio"/> O ₄	<input type="radio"/> O ₅	<input type="radio"/> O ₆	<input type="radio"/> O ₉
Website	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃	<input type="radio"/> O ₄	<input type="radio"/> O ₅	<input type="radio"/> O ₆	<input type="radio"/> O ₉

Wie zufrieden sind Sie <i>alles in allem</i> mit den Dienstleistungen des Handelsregisteramts?	sehr unzufrieden	unzufrieden	eher unzufrieden	eher zufrieden	zufrieden	sehr zufrieden	keine Meinung
	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃	<input type="radio"/> O ₄	<input type="radio"/> O ₅	<input type="radio"/> O ₆	<input type="radio"/> O ₉

Wie oft besuchen Sie die Website des Handelsregisteramts?	täglich	wöchentlich	monatlich	seltener	gar nicht
	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃	<input type="radio"/> O ₄	<input type="radio"/> O ₅

Haben Sie sonstige Anregungen oder Verbesserungsvorschläge?

.....

.....

.....

In welcher der genannten Branchen bzw. Berufsgruppen sind Sie tätig?

Dienstleistungsbranche

- O₁ Anwalt/Rechtsanwaltkanzlei
- O₂ Revision/Treuhand
- O₃ Versicherung/Banken/Finanzinstitute
- O₄ Handel
- O₅ andere Dienstleistungsbetriebe

Gewerbe und andere Branchen/Berufsgruppen

- O₆ Handwerk
 - O₇ Industrie
 - O₈ Andere, nämlich:
-

Wie viele Personen sind in Ihrem Betrieb tätig?

- O₁ 1 – 9 Personen
- O₂ 10 – 49 Personen
- O₃ 50 – 249 Personen
- O₄ 250 oder mehr Personen

Fragen, Anregungen, Kritik?

Silvia Würmli

Telefon: 043 259 75 54

E-Mail: silvia.wuermli@statistik.ji.zh.ch

Statistisches Amt des Kantons Zürich

Schöntalstrasse 5

8004 Zürich

www.statistik.zh.ch/befragungen

© 2015 Statistisches Amt des Kantons Zürich