

Zeitschrift:	Schauplatz Spitex : Zeitschrift der kantonalen Spitex Verbände Zürich, Aargau, Glarus, Graubünden, Luzern, Schaffhausen, St. Gallen, Thurgau
Herausgeber:	Spitex Verband Kanton Zürich
Band:	- (2005)
Heft:	4
Artikel:	Studierende der Universität St. Gallen befragten Kundenschaft in Herisau
Autor:	Kühnis, Cornelia
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-822439

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 24.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Studierende der Universität St. Gallen befragten Kundenschaft in Herisau

Erfolgreich klopfte die Spitex Herisau für eine Kundenbefragung bei der Universität St. Gallen an. Nachfolgend fasst Cornelia Kühnis, Leiterin der Spitex Herisau, das Vorgehen und einige Resultate zusammen.

Nach dem Vorstandsschluss, eine Kundenbefragung in der Spitex Herisau durchzuführen, standen wir vor der Wahl, einen professionellen Anbieter zu verpflichten oder eine andere Lösung zu suchen. Nach unserer Anfrage bei der Universität St. Gallen wurden wir an das Institut für Marketing und Handel verwiesen, das im Rahmen des Kurses «Marktinformation: Datenerhebung, -analyse und -interpretation» immer wieder Projekte für die Studierenden sucht. Nach der Zusicherung der Universität, die Aufgabe gegen Unkostenersatz für Fahrt, Verpflegung und Kopien zu realisieren, nahmen wir die Herausforderung unsererseits an.

Erwartungen und Wünsche

In einem ersten Schritt formulierten wir folgende Erwartungen und Wünsche an eine Untersuchung:

- Konkrete Ansatzpunkte für die Verbesserung der Dienstleistungsqualität.
- Besondere Berücksichtigung der vorwiegend älteren Kundenschaft.
- Erforschung von heute noch nicht abgedeckten Bedürfnissen.
- Beurteilung der fachlichen und sozialen Kompetenz des Personals.

«Ich soll zur Spitzex auch Negatives erwähnen, aber beim besten Willen kommt mir nichts Negatives in den Sinn. Wenn die Spitzex kommt, geht die Sonne auf.»

- Bestimmung eines allgemeinen Stimmungsbildes/ Gesamtzufriedenheit.

Der wissenschaftliche Aspekt lag darin, für die Befragung eine Methodik zu wählen,

- die bei den Kunden die Erwartungen mit der persönlichen Erfahrung vergleicht,
- die objektive/quantifizierte Ergebnisse liefert,
- die für strategische und operative Entscheidungen Impulse liefert.

Zentrale Punkte des Projektes waren die Ermittlung einer Gesamtzufriedenheit sowie wichtige Teildimensionen davon und die Gruppenunterscheidung für die verschiedenen Servicebereiche. Das Projekt stand unter der Leitung von Prof. Dr. Sven Reinecke. An der Einführungsveranstaltung

stellte er fest, eine Kundenbefragung im Dienstleistungssektor mit vorwiegend älteren Menschen sei eine sehr anspruchsvolle und nicht einfach zu lösende Aufgabe.

Direkte Befragung

Erfreulicherweise entschied sich eine Gruppe von sechs Studenten für das Spitzex-Projekt. Im April wurden uns Konzept und Fragebogen zur Überprüfung vorgelegt. Die Studenten zogen eine direkte Befragung bei der Kundenschaft zu Hause einer telefonischen Untersuchung vor. Die zu befragenden Kundinnen und Kunden wurden nach dem Zufallsprinzip ausgewählt. Unsere Aufgabe war es, die Kundinnen und Kunden anzuhören, bzw. zu informieren und mit einer detaillierten Einsatzplanung einen reibungslosen Ablauf zu gewährleisten.

Am 24. und 25. Mai war es dann so weit. Frühmorgens erschienen die jungen Leute im Spitzex-Zentrum und gingen nach den nötigen Erläuterungen und ausgerüstet mit dem Herisauer Stadtplan selbstständig auf Tour. Im Spitzex-Büro war für Fragen und Probleme jederzeit jemand erreichbar. 77 Personen wurden besucht, was rund 50% unserer Kundenschaft entspricht.

Gespannt erwarteten wir die Abschlusspräsentation vom 4. Juli an der Uni St. Gallen. Von unserer Seite nahmen zwei Vorstandsmitglieder und die Spitzex-Leitung teil. Unsere Erwartungen an das Projekt wurden erfüllt. Die vorliegende Detailanalyse bescheinigt uns gesamthaft eine sehr hohe Kundenzufriedenheit. Sie zeigt uns aber auch auf, wo in Teilbereichen Veränderungsmassnahmen zu prüfen oder einzuleiten sind. Hier zusammengefasst zwei Fazits:

- Finanzen: Die häufigsten Einwände betreffen die Finanzkompetenz, werden doch die Stundenansätze in einigen Fällen als zu hoch empfunden. Es erstaunt hingegen, dass ein grosser Teil der Kundenschaft schlecht über Rückerstattungsmöglichkeiten Bescheid weiß und sich nicht bewusst ist, dass jede zusätzliche Arbeitsstunde ein Verlust bedeutet, der durch die öffentliche Hand getragen wird. In diesem Punkt besteht Informationsbedarf.
- Qualität: Diesbezüglich wird in einigen Fällen eine bessere Einhaltung des Zeitplans durch die Mitarbeiterin sowie die Vermeidung von häufigem Mitarbeiterinnenwechsel gewünscht. Vermisst wird auch eine Hotline, die 24 Stunden zur Verfügung steht. Demgegenüber werden Hilfsbereitschaft, Spontaneität, Flexibilität, Freundlichkeit, Zeitmanagement und gute Pflege gerühmt. □