



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Hauptabteilung Mehrwertsteuer Partnerbefragung 2012

Auswertungsbericht

November 2012

Anschrift



AG für Personal- und Marktforschung
Patrick Rösli, Adrian Krummenacher
Langmauerweg 12
Postfach 299
CH-3000 Bern 7

Tel. +41 31 318 86 06
www.empiricon.ch
info@empiricon.ch

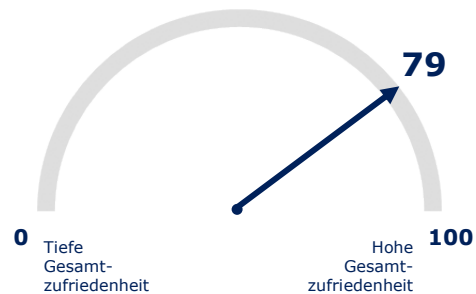
A	Einleitung	3
	- Stichwortverzeichnis - Cockpit - Aufbau des Berichts - Executive Summary - Legende - Ausgangslage/Zielsetzung - Rücklauf / Ausschöpfung / Datenbasis - Analysemodell	
B	Partnerzufriedenheit	14
C	Themenübersicht	27
D	Resultate pro Thema	29
E	Stärken/Verbesserungspotenziale	79
F	Anhang	81



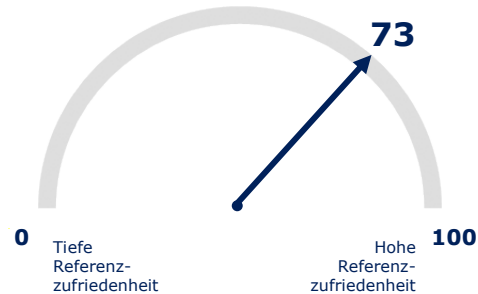
A		H		R	
Aufbau des Berichts	6	Homepage	45	Rücklauf / Ausschöpfung / Datenbasis	12
Ausgangslage / Zielsetzungen	11	... nach Kantonsgruppen	46	Referenzzufriedenheit	19
Administrative Kosten	57	... nach Abrechnungsmethode	47	... nach Kantonsgruppen	20
... nach Kantonsgruppen	58	I		... nach Abrechnungsmethode	21
... nach Abrechnungsmethode	59	Informationsbroschüren	49	S	
Ablauf von Kontrollen	74	... nach Kantonsgruppen	50	Steuerdeklaration	54
... nach Kantonsgruppen	75	... nach Abrechnungsmethode	51	... nach Kantonsgruppen	55
... nach Abrechnungsmethode	76	Interpretation der Ergebnisse	82	... nach Abrechnungsmethode	56
Ä, B		J		Steuerabrechnung online	60
C		K		... nach Kantonsgruppen	61
Cockpit	5	Kontaktaufnahme	34	... nach Abrechnungsmethode	62
D		Kompetenz	40	Stärken / Verbesserungspotenziale	80
Dokumente in englisch auf der MWST-HP	44	... nach Kantonsgruppen	41	T	
E		... nach Abrechnungsmethode	42	U	
Executive Summary	7	L		Umgang bei Kontrollen	70
Erreichbarkeit	36	Legende	10	... nach Kantonsgruppen	71
... nach Kantonsgruppen	37	M		... nach Abrechnungsmethode	72
... nach Abrechnungsmethode	38	MWST-Kontrollen	69	Ü	
Externe Beratung für die Steuerdeklaration	63	Methodik	85	Übersicht Themen	28
F		N, O, Ö		V	
Freundlichkeit	30	P		Verwendung der Informationsbroschüren	52
... nach Kantonsgruppen	31	Partnerzufriedenheitsindex... Aufbau des	15	W	
... nach Abrechnungsmethode	32	Partnerzufriedenheitsindex	22	Wertepaare	78
G		... nach Kantonsgruppen	23	X, Y	
Gesamtzufriedenheit	16	... nach Abrechnungsmethode	24	Z	
... nach Kantonsgruppen	17	Portfolio	25	Zahlungswesen	65
... nach Abrechnungsmethode	18	Persönliche E-Mail-Adresse der Kontaktperson	35	... nach Kantonsgruppen	66
		Q		... nach Abrechnungsmethode	67



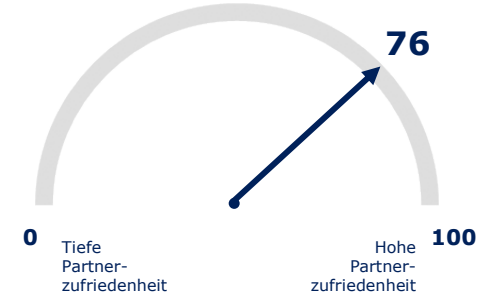
Gesamt-zufriedenheit



Referenz-zufriedenheit



Partner-zufriedenheitsindex

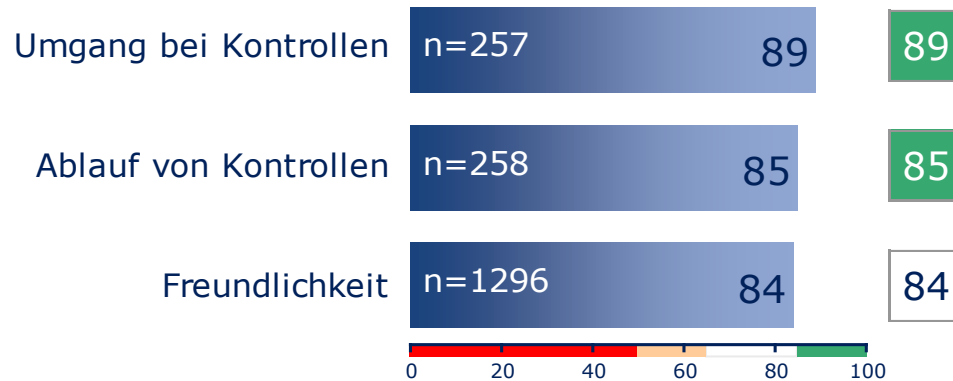


Rücklauf

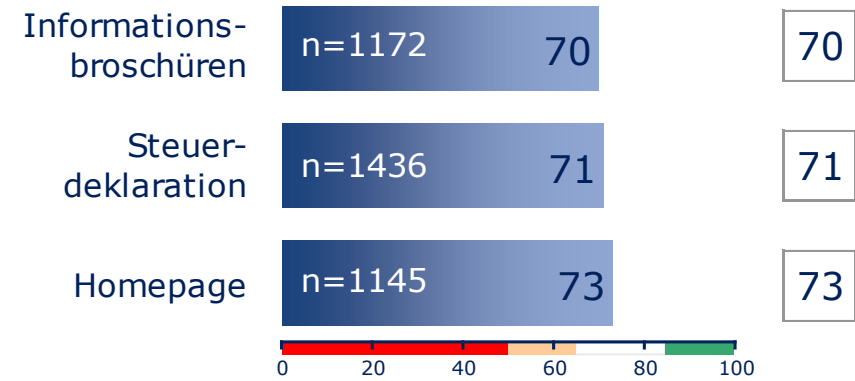
Hauptabteilung
Mehrwertsteuer:

n=1488
45.6%

Höchste Werte



Tiefste Werte



- Das **Executive Summary** zeigt einen Überblick der zentralen Ergebnisse der Befragung.
- In der **Legende** sind Hinweise zum Umgang mit den Daten gegeben. Weiter ist zu Beginn des Berichtes eine **Beschreibung der Ausgangslage** und der **Zielsetzungen** der Befragung vorhanden.
- Um einen Überblick über die Zusammensetzung der Stichprobe zu erhalten, sind Angaben zur **Datenbasis** und zum **Rücklauf** gegeben.
- Das **Analysemodell** zeigt den Zusammenhang zwischen Einzelthemen und Gesamtzufriedenheitsfragen sowie den kurz-, mittel- und langfristigen Handlungsebenen.
- Die Auswertung der **Gesamtzufriedenheit** und der **Referenzzufriedenheit** legt den Fokus einerseits auf die Bewertung der allgemeinen Zufriedenheit mit der Hauptabteilung Mehrwertsteuer bzw. einer idealtypischen Referenzzufriedenheit, andererseits werden in übersichtlicher Weise die Einflussfaktoren auf den **Partnerzufriedenheitsindex** aufgezeigt. Daraus lassen sich die zentralen Stärken und Schwächen erkennen (Portfolio).
- Im Abschnitt **Übersicht der Themengebiete** sind alle berechneten Indices aufgeführt. Sie zeigen die einzelnen Themengebiete der Befragung und deren Beurteilung durch die Befragten. Ein Themengebiet entspricht jeweils einer Gruppe von Einzelfragen.
- Der Inhaltsblock **Resultate pro Themengebiet** enthält alle Ergebnisse bis zur Stufe der Einzelfrage. Dabei sind Einzelfragen aus dem Fragebogen, sofern inhaltlich sinnvoll, in einem Thema zusammengefasst. Dieser Block bildet den Hauptteil der Resultate ab. Jedes Thema wird auf drei Seiten behandelt, zuerst nach seinen Einzelfragen, dann aufgebrochen nach Kantonsgruppe und nach Abrechnungsmethode.
- Im Anhang finden sich einige Hinweise zum Vorgehen bei der **Interpretation der Ergebnisse** sowie zur Methodik der durchgeführten Erhebung.
- Als separates Dokument wird eine **Übersichtsmatrix** mit den Resultaten zu allen Indices und Einzelfragen geliefert. Sie zeigt im Überblick alle Resultate. Diese sind gegliedert nach den erhobenen Strukturmerkmalen (z. B. Kantonsgruppe, Anzahl Mitarbeitende der steuerpflichtigen Unternehmen etc.).
- Ebenfalls in einem separaten Dokument geliefert wurde eine **Zusammenstellung aller offenen Kommentare** der Befragten (Bericht offene Bemerkungen). Diese sind gegliedert nach Fragenummer und nach Sprache.



- Für die Partnerbefragung 2012 wurden insgesamt 3'300 in der Schweiz mehrwertsteuerpflichtige Firmen und Körperschaften brieflich angeschrieben (Stichprobenerhebung). Alle Angeschriebenen hatten die Möglichkeit, mittels eines personalisierten Zugangscode die Befragung online auszufüllen oder den schriftlichen Fragebogen auszufüllen und per Antwortkuvert an empiricon zu retournieren. Die Feldarbeit fand **vom 6. September 2012 bis zum 19. Oktober 2012** statt.
- Von den 3'300 angeschriebenen Firmen und Körperschaften wünschten deren 29 explizit, nicht an der Befragung teilzunehmen. Weitere 10 schickten einen leeren Fragebogen zurück. Diese werden von der Stichprobe abgezogen. Die neue Basis liegt dadurch bei 3'261 Befragungsteilnehmenden. Insgesamt trafen **1'488 Fragebogen** ein, was einen **Gesamtrücklauf von 45.6%** ergibt.
- Die Beschreibung der Datenbasis auf Seite 12 zeigt die **Aufteilung der eingegangenen Antworten** nach den unterschiedlichen Strukturvariablen. Über die verschiedenen Kantonsgruppen ist der Rücklauf ziemlich ausgeglichen verteilt und erlauben über alle Gruppen hinweg eine detaillierte Analyse der Mittelwerte. Aufgeteilt nach der Abrechnungsmethode variiert der Rücklauf zwar, die absoluten Werte der zurückerhaltenen Fragebogen erlauben jedoch auch hier eine fundierte Auswertung. Beide Strukturvariablen werden im vorliegenden Bericht für jedes Thema ausgewertet.
- Die Bewertung der Fragen und Themen wird mit einem Mittelwert* zwischen 0 und 100 Punkten angegeben (siehe dazu die *Methodik* auf Seite 85).
- Die **Gesamtzufriedenheit** mit der Hauptabteilung Mehrwertsteuer («Mit der Arbeit der Hauptabteilung Mehrwertsteuer bin ich über alles gesehen zufrieden.») wird gesamthaft mit 79 Punkten bewertet (auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten).
- Die **Referenzzufriedenheit** beträgt über alle Befragten hinweg 73 Punkte. Sie ist ein Zusammenzug der beiden Fragen *Erwartungserfüllung* («Inwiefern erfüllt die Hauptabteilung Mehrwertsteuer Ihre Erwartungen an eine effiziente Abwicklung der Mehrwertsteuer?») und *Ideal einer Steuerverwaltung* («Wenn Sie an das Ideal einer Steuerverwaltung denken, inwiefern entspricht die Hauptabteilung Mehrwertsteuer diesem Ideal?»).
- Der Zusammenzug von Gesamtzufriedenheit und Referenzzufriedenheit ergibt den **Partnerzufriedenheitsindex**. Dieser aggregierte Wert ist eine zentrale Kenngrösse zur Einschätzung, wie zufrieden die MWST-Partner mit ihrer Beziehung zur Hauptabteilung Mehrwertsteuer sind. Bei der vorliegenden Befragung erhält der Partnerzufriedenheitsindex über alle Befragten hinweg einen Wert von 76 Punkten. Diese Bewertung entspricht einer guten Einschätzung durch die Befragten.

* Der Mittelwert (MW) ist der gewichtete Grad der Zustimmung bzw. Ablehnung zu einzelnen Fragen oder Indices mit dem Minimalwert 0 und dem Maximalwert 100. Grundsätzlich sind alle Fragen und Indices, wenn nicht anders vermerkt, als Mittelwert ausgewiesen.

- Die **besten Ergebnisse** resultieren in den Themen Umgang bei Kontrollen, Ablauf von Kontrollen und Freundlichkeit (84 Punkte oder mehr). Die **tiefsten Werte** weisen die Themen Informationsbroschüren, Steuerdeklaration und Homepage aus (73 Punkte oder weniger).
- Das Thema **Freundlichkeit** erreicht sehr gute 84 Punkte und gehört zu den drei am besten bewerteten Themen. Die Befragten geben sehr einheitlich an, dass die Mitarbeitenden der Hauptabteilung Mehrwertsteuer freundlich sind und die Anliegen ernst nehmen.
- Das Thema **Erreichbarkeit** fällt mit 75 Punkten in den mittleren positiven Bewertungsbereich. Insbesondere gut bewertet wird die Einzelfrage, ob auf Anfragen innert angemessener Frist Rückmeldung gegeben wird (81 Punkte). Hingegen erhält die Frage, ob die Befragten stets wissen, an welche Person oder Abteilung sie sich wenden können, mit 68 Punkten einen vergleichsweise tiefen Wert.
- Eine sehr gute Bewertung erreicht mit 81 Punkten das Thema **Kompetenz**. Die drei zu diesem Thema gehörenden Einzelfragen (Items) weichen wenig voneinander ab.
- Einen eher tieferen Gesamtwert findet sich beim Thema **Homepage** (73 Punkte), wobei er immer noch in den mittleren positiven Bereich fällt. Insbesondere die Frage, ob die Befragten sich auf der Homepage der Hauptabteilung Mehrwertsteuer gut zurecht finden, fällt mit 66 Punkten noch knapp in den mittleren positiven Bereich. Bei einem Punktwert von 65 Punkten läge die Bewertung im tieferen positiven Bereich.
- Den tiefsten Wert aller Themen weisen die **Informationsbroschüren** auf (70 Punkte). Gemäss den Befragten bringen diese zwar das Wichtigste auf den Punkt (72 Punkte) und sind aktuell (76 Punkte), sie sind aber nicht immer einfach zu verstehen (63 Punkte). Die Frage nach dem Verständnis weist über alle Auswertungsgruppen hinweg eine konstant tiefere Bewertung auf als die zwei anderen Einzelfragen zum Thema Informationsbroschüren.
- Das Thema **Steuerdeklaration** wird insgesamt mit 71 Punkten bewertet. Die beiden Fragen, ob die Deklaration mit den verwendeten Computersystemen problemlos durchführbar sei und ob die administrativen Kosten für die Deklaration der Mehrwertsteuer angemessen seien, werden mit 69 und 68 Punkten immer noch positiv, jedoch vergleichsweise tief beurteilt.
- Das **Zahlungswesen** wird sehr gut bewertet und erhält 81 Punkte. Die Befragten geben an, dass für sie die verfügbaren Zahlungsarten ausreichend (85 Punkte) und die Möglichkeiten zur Zahlungsvereinbarung angemessen seien (81 Punkte). Die Frage nach dem logischen und verständlichen Aufbau der Kontoauszüge fällt demgegenüber etwas ab (75 Punkte), liegt aber immer noch im mittleren positiven Bereich.



- Topwerte erhalten die beiden Themen nach den Mehrwertsteuerkontrollen. Das Thema **Umgang bei Kontrollen** erhält sehr hohe 89 Punkte. Die Befragten geben an, dass ihre Angaben vorurteilsfrei geprüft und sie mit dem nötigen Respekt behandelt wurden.
- Ebenfalls einen sehr guten Wert erhält das Thema **Ablauf von Kontrollen** (85 Punkte). Alle vier dazugehörenden Einzelfragen weisen hohe Werte von 83 Punkten oder mehr auf.
- Bei jedem der einzelnen Themen wurde der **Einfluss auf den Partnerzufriedenheitsindex** statistisch errechnet. Hier zeigt sich, dass vor allem vier Themen wichtig für die Partnerzufriedenheit sind und daher besonders im Auge behalten werden müssen: Freundlichkeit, Kompetenz, Steuerdeklaration und Zahlungswesen.
- Die Verknüpfung von Einfluss und Bewertungshöhe führt zum **Handlungspotenzial**. Bei Themen mit hohem Einfluss und gleichzeitig tiefer Bewertung wird (im Sinne der Fokussierung) empfohlen, diese prioritär anzugehen. Die Themenübersicht auf Seite 28 zeigt, dass das Thema Steuerdeklaration am meisten Handlungspotenzial aufweist und das Thema Informationsbroschüren vertieft analysiert werden sollte. Es ist aber ersichtlich, dass sämtliche Bewertungen auf mittlerem bis hohem Niveau liegen und sich bei keinem der bewerteten Themen ein dringender Handlungsbedarf abzeichnet.

Fazit

Die Bewertungen, welche die Mehrwertsteuer Partnerbefragung 2012 ergeben hat, fallen mehrheitlich in den weissen und grünen, d.h. in einen mittleren positiven bis hohen positiven Bewertungsbereich. Ein paar orange (tiefe positive Bewertung) sowie vereinzelte rote Werte (negative Beurteilung mit weniger als 50 Punkten) sind zwar vorhanden, aber selten und konzentrieren sich auf wenige Einzelfragen. Die «grünen» Bereiche umfassen die Schwerpunkte Freundlichkeit, Umgang bei Kontrollen, Ablauf von Kontrollen sowie die Themen Kompetenz und Zahlungswesen. Aus dieser Sicht lässt sich ein positives Fazit ziehen.

Positiv zu beurteilen ist nicht nur das allgemein hohe Wertenniveau, sondern auch der Umstand, dass diese Werte über alle erhobenen Strukturvariablen insgesamt einheitlich ausfallen. Es sind keine Gruppen, Branchen oder Regionen auszumachen, für die signifikant unterdurchschnittliche Werte zu verzeichnen wären. Die Hauptabteilung Mehrwertsteuer agiert mit den steuerpflichtigen Partnerunternehmen schweizweit auf einheitlich hohem Level.



Die Bewertungen werden als Punktwerte zwischen 0 und 100 (Mittelwert) ausgewiesen. Sie kennzeichnen den Grad der Zustimmung zu einer Aussage. Als Lesehilfe sind die Werte farblich wie folgt hinterlegt:

 Hohe positive Beurteilung
(absolute Beurteilung von 85 oder mehr).

 Mittlere positive Beurteilung
(absolute Beurteilung von 65 bis 84).

 Geringe positive Beurteilung
(absolute Beurteilung von 50 bis 64).

 Geringe bis hohe negative Beurteilung
(absolute Beurteilung von weniger als 50).

Der Benchmark weist den Mittelwert der drei Kantonsgruppen mit den höchsten Ergebnissen aus („Top 3 der Kantonsgruppen“).

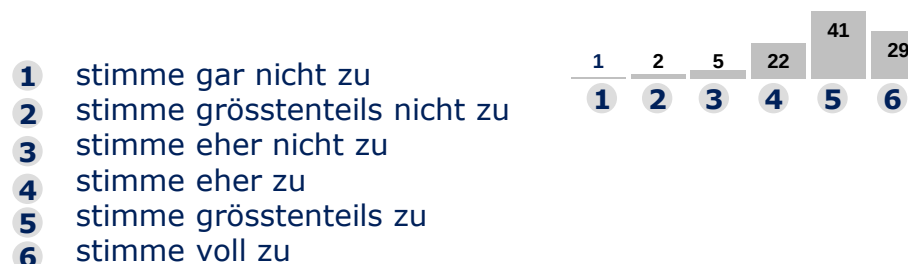
Der Einfluss auf die Partnerzufriedenheit (bzw. die Wirkung/Wichtigkeit in Bezug auf die Partnerzufriedenheit) wird in vier Stufen angegeben.

Bedeutung der Werte:

- 0: Kein statistisch signifikanter Einfluss
- 1: Geringer, signifikanter Einfluss
- 2: Mittlerer, signifikanter Einfluss
- 3: Hoher, signifikanter Einfluss

n: Anzahl Nennungen

Wo möglich, ist die prozentuale Verteilung der Antworten angegeben. Von links nach rechts gelten die folgenden Ausprägungen:



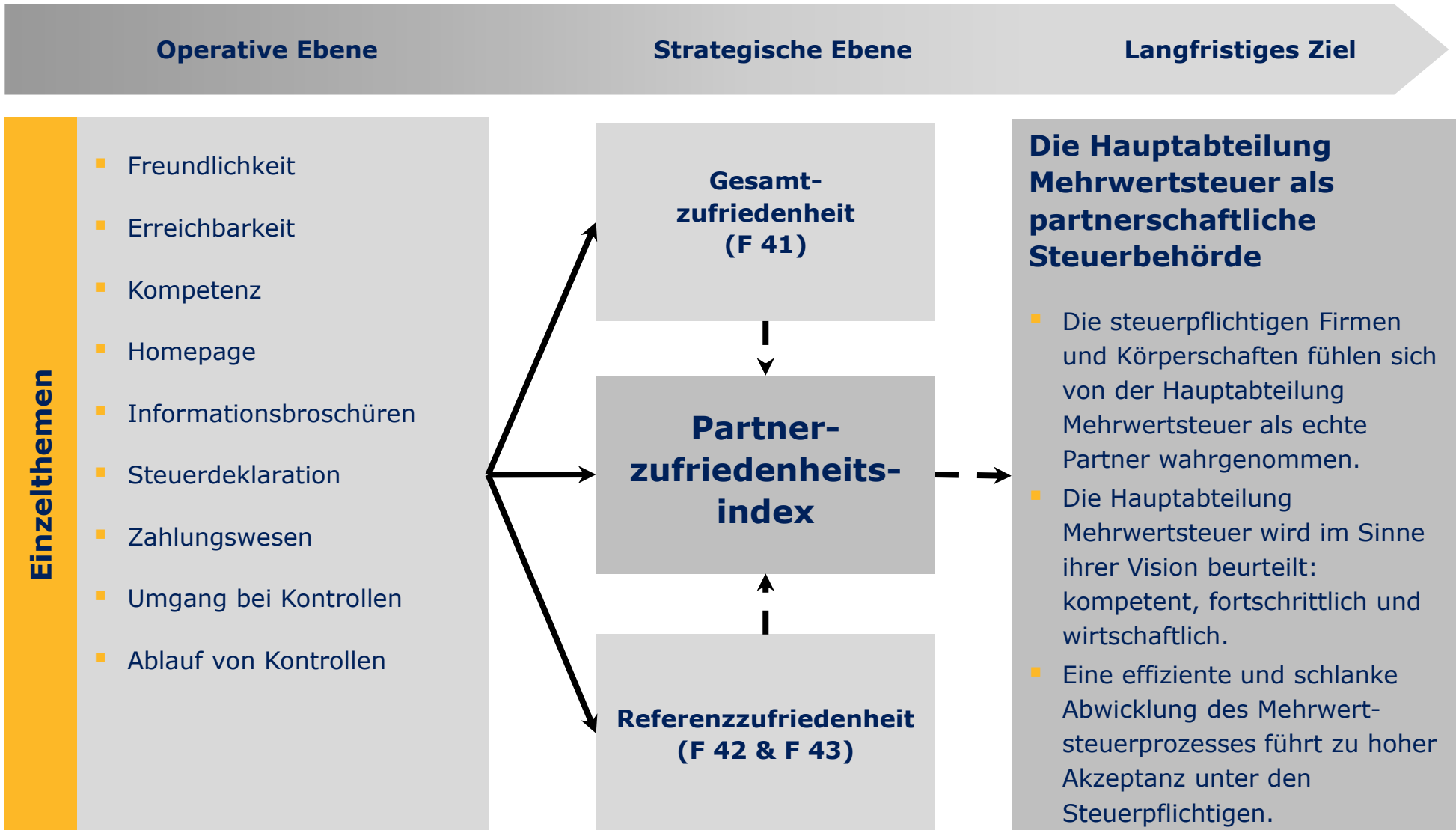
- Die Hauptabteilung Mehrwertsteuer hat 2012 eine Kundenumfrage durchführen lassen, um die Zufriedenheit der steuerpflichtigen Partnerunternehmen mit der Arbeit der Hauptabteilung Mehrwertsteuer zu eruieren. Es wurden **insgesamt 3'300 steuerpflichtige Firmen, Vereine und öffentliche Körperschaften** repräsentativ über die gesamte Schweiz verteilt angeschrieben. Der Rücklauf betrug 45.6%.
- In einem gemeinsamen Erarbeitungs- und Vernehmlassungsprozess entwickelten die Hauptabteilung Mehrwertsteuer und empiricon einen umfassenden **Fragebogen** mit Befragungsinhalten zu den relevanten Themen wie Freundlichkeit, Erreichbarkeit, Steuerdeklaration, Zahlungswesen und Homepage auf der einen und Fragen zur allgemeinen Gesamtzufriedenheit und zum Image auf der anderen Seite.
- Die Befragung fand als **kombinierte Online-Papier-Befragung** statt. Die Befragungsteilnehmenden erhielten neben dem Papierfragebogen auch einen Online-Link mit personalisiertem Zugangscode zugeschickt und hatten dadurch die Wahl in der Art ihrer Befragungsteilnahme.
- Die Befragung wurde in den Sprachen **Deutsch, Französisch und Italienisch** durchgeführt (Original in Deutsch, Übersetzung des Fragebogens und der Erhebungsunterlagen ins Französische und Italienische).
- Als Adressmaterial wurden von der Hauptabteilung Mehrwertsteuer insgesamt rund 33'000 Adressen (10% der Gesamtmenge der steuerpflichtigen Subjekte) zufällig gezogen und an empiricon übergeben. empiricon zog daraus eine zufallsbasierte Stichprobe von **insgesamt 3'300 Befragungsteilnehmenden**, wobei die für die Hauptabteilung Mehrwertsteuer besonders relevanten Gruppen von Spezialfirmen in der Stichprobe überproportional berücksichtigt wurden.
- Um gute Voraussetzungen für einen hohen Rücklauf zu schaffen, erhielten alle Befragten zwei Wochen nach dem Hauptanschreiben ein **Erinnerungsschreiben** (Reminder) zugestellt. Für ausgewählte Kantonsgruppen mit geringerem Rücklauf wurde überdies gegen Schluss der Befragung ein zweites Erinnerungsschreiben verschickt.
- Die Feldarbeit mit Versand und Hotline-Betrieb startete am **6. September 2012** und endete am 19. Oktober 2012.

Rücklauf/Ausschöpfung			
Datenbasis	versandt	erhalten	
■ Grundgesamtheit (Anzahl verschickte Fragebogen)	3300		
■ wollten explizit nicht teilnehmen	-29		
■ leer zurückgeschickt	-10		
neue Basis	3261		
zurück erhalten		abs.	in %
Deutschschweiz:			
■ BS, SO, TG, UR	289	106	36.7%
■ BL, GL, SZ, GR	291	120	41.2%
■ BE, SG, FR, VS *	557	218	39.1%
■ ZH *	643	249	38.7%
■ LU, NW, OW, ZG	344	116	33.7%
■ AG, AI, AR, SH	257	105	40.9%
Italienische Schweiz:			
■ GR, TI	179	81	45.3%
Westschweiz:			
■ VD	241	90	37.3%
■ BE, FR, VS, NE	195	77	39.5%
■ GE, JU *	304	123	40.5%
ohne Angabe der Organisationseinheit		203	
Rücklaufquote	3261	1488	45.6%

Datenbasis			
Abrechnungsmethode	abs.	in %	
■ effektive Abrechnungsmethode	850	69%	
■ Saldosteuersatz (vereinfachte Abrechnung)	235	19%	
■ Pauschalsteuersatz (öffentl. Körperschaften, Gemeinwesen)	152	12%	

Datenbasis (Fortsetzung)		
Stellung ggü. Hauptabt. MWST	abs.	in %
■ MWST-Verantwortliche eines Unternehmens/einer Org.	1080	75%
■ Steuervertreter	194	13%
■ Anderes	173	12%
Im Schweizer MWST-Register eingetragen ...		
■ seit 6 Monaten oder weniger	17	1%
■ länger als 6 Monate	1255	99%
Branche		
■ Finanzbereich/Versicherungswesen	89	7%
■ Transportwesen/Luftverkehr	82	6%
■ Telekommunikation/elektr. Dienstleistungen	34	3%
■ Gemeinwesen	168	13%
■ Gesundheitswesen	102	8%
■ Sport und Kultur	41	3%
■ Baugewerbe	191	15%
■ Liegenschaftsverwaltung/Immobilien	101	8%
■ Weitere Dienstleistungen	119	9%
■ Bildung/Forschung/Entwicklung	11	1%
■ Hotel- und Gastgewerbe	27	2%
■ Urproduktion (Landwirtschaft etc.)	16	1%
■ Detailhandel	76	6%
■ Anderes	208	16%
Umsatzkategorie		
■ bis und mit CHF 250'000.--	339	28%
■ über CHF 250'000.-- bis CHF 1 Mio.	335	27%
■ über CHF 1 Mio. bis CHF 5 Mio.	241	20%
■ über CHF 5 Mio. bis CHF 10 Mio.	47	4%
■ über CHF 10 Mio. bis CHF 50 Mio.	111	9%
■ über CHF 50 Mio. bis CHF 100 Mio.	27	2%
■ über CHF 100 Mio.	122	10%
■ Das Unternehmen/die Org. wurde erst 2012 gegründet.	8	1%
Anzahl Mitarbeitende		
■ 1-4 Mitarbeitende	679	47%
■ 5-9 Mitarbeitende	249	17%
■ 10-49 Mitarbeitende	243	17%
■ 50-249 Mitarbeitende	139	10%
■ 250-999 Mitarbeitende	68	5%
■ 1'000 und mehr Mitarbeitende	65	5%

* An die Befragungsteilnehmenden der Kantonsgruppen Zürich, deutschsprachiges Freiburg und deutschsprachiges Wallis sowie Genf und Jura wurde wegen unterdurchschnittlicher Rücklaufzahlen während der Befragung ein **zweites Erinnerungsschreiben** versandt.



A Einleitung

B Partnerzufriedenheit

- Gesamtzufriedenheit
- Referenzzufriedenheit
- Partnerzufriedenheitsindex
- Portfolio

C Themenübersicht

D Resultate pro Thema

E Stärken/Verbesserungspotenziale

F Anhang

B Aufbau des Partnerzufriedenheitsindexes

Gesamtzufriedenheit: Seiten 16 - 18
 Referenzzufriedenheit: Seiten 19 - 21
 Partnerzufriedenheitsindex: Seiten 22 - 24

Erwartungserfüllung

hm bm

Inwiefern erfüllt die
 Hauptabteilung
 Mehrwertsteuer Ihre
 Erwartungen an eine
 effiziente Abwicklung der
 Mehrwertsteuer? (F 42)

75 79

Ideal einer Steuerverwaltung

hm bm

Wenn Sie an das Ideal einer
 Steuerverwaltung denken,
 inwiefern entspricht die
 Hauptabteilung
 Mehrwertsteuer diesem
 Ideal? (F 43)

70 73

Gesamtzufriedenheit

hm bm

Mit der Arbeit der Hauptabteilung
 Mehrwertsteuer bin ich über alles
 gesehen zufrieden (F 41).

79 82

Referenzzufriedenheit

hm bm

73 76

Partnerzufriedenheitsindex

hm bm

76 79



hm

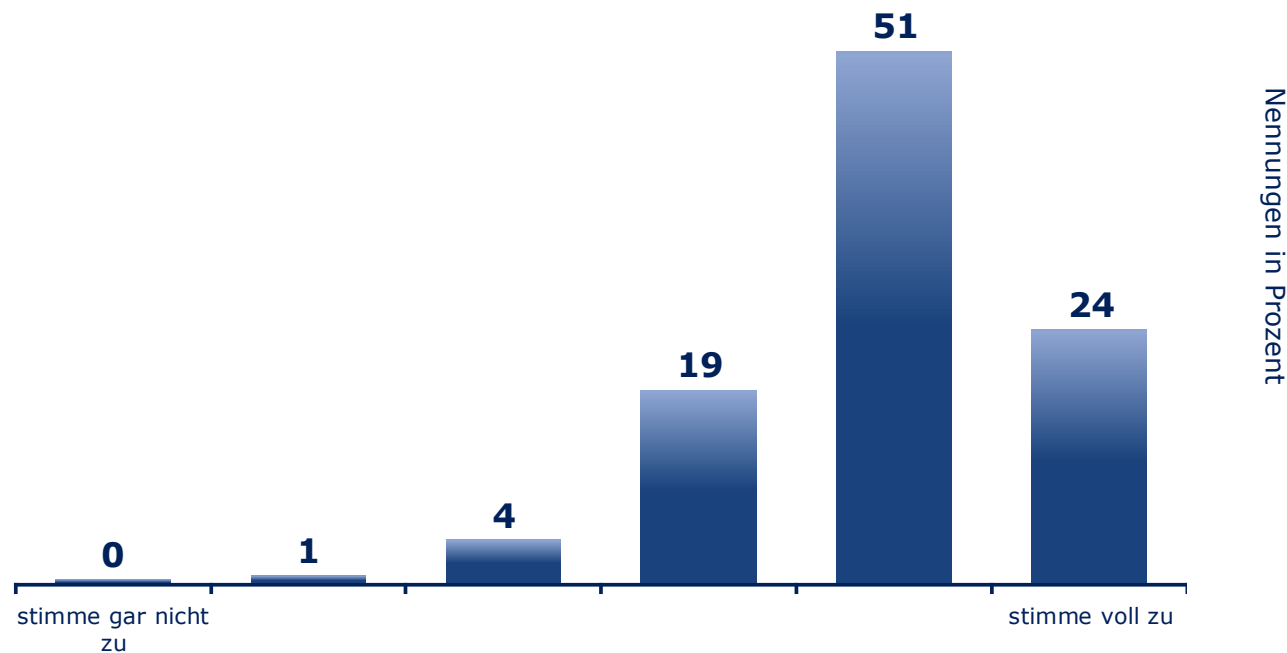
Hauptabteilung Mehrwertsteuer

bm

Benchmark

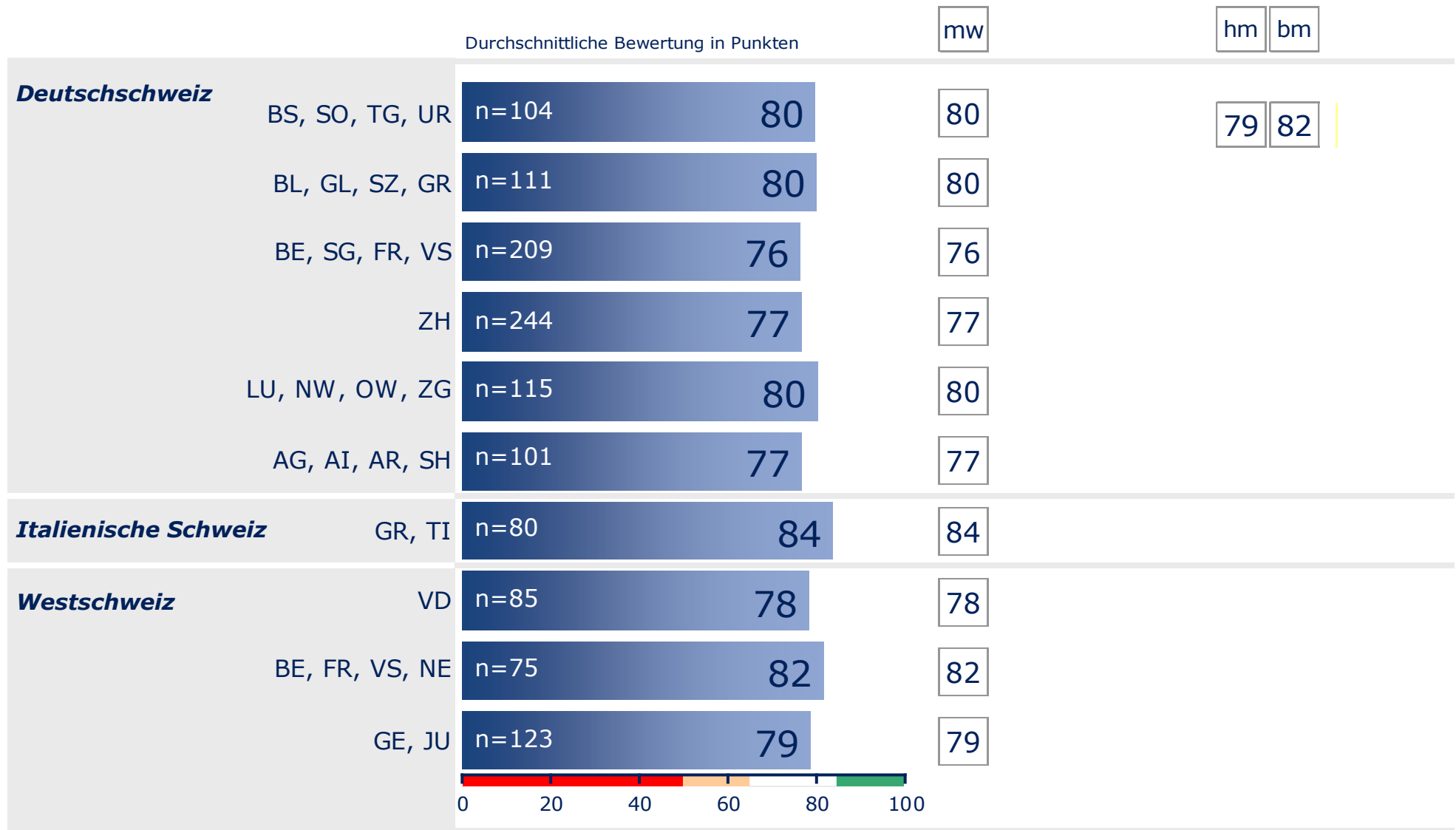
B Gesamtzufriedenheit

Mit der Arbeit der Hauptabteilung Mehrwertsteuer bin ich über alles gesehen zufrieden (F 41).



Mittelwert	79
Benchmark	82
n=	1438

B Gesamtzufriedenheit, nach Kantonsgruppen

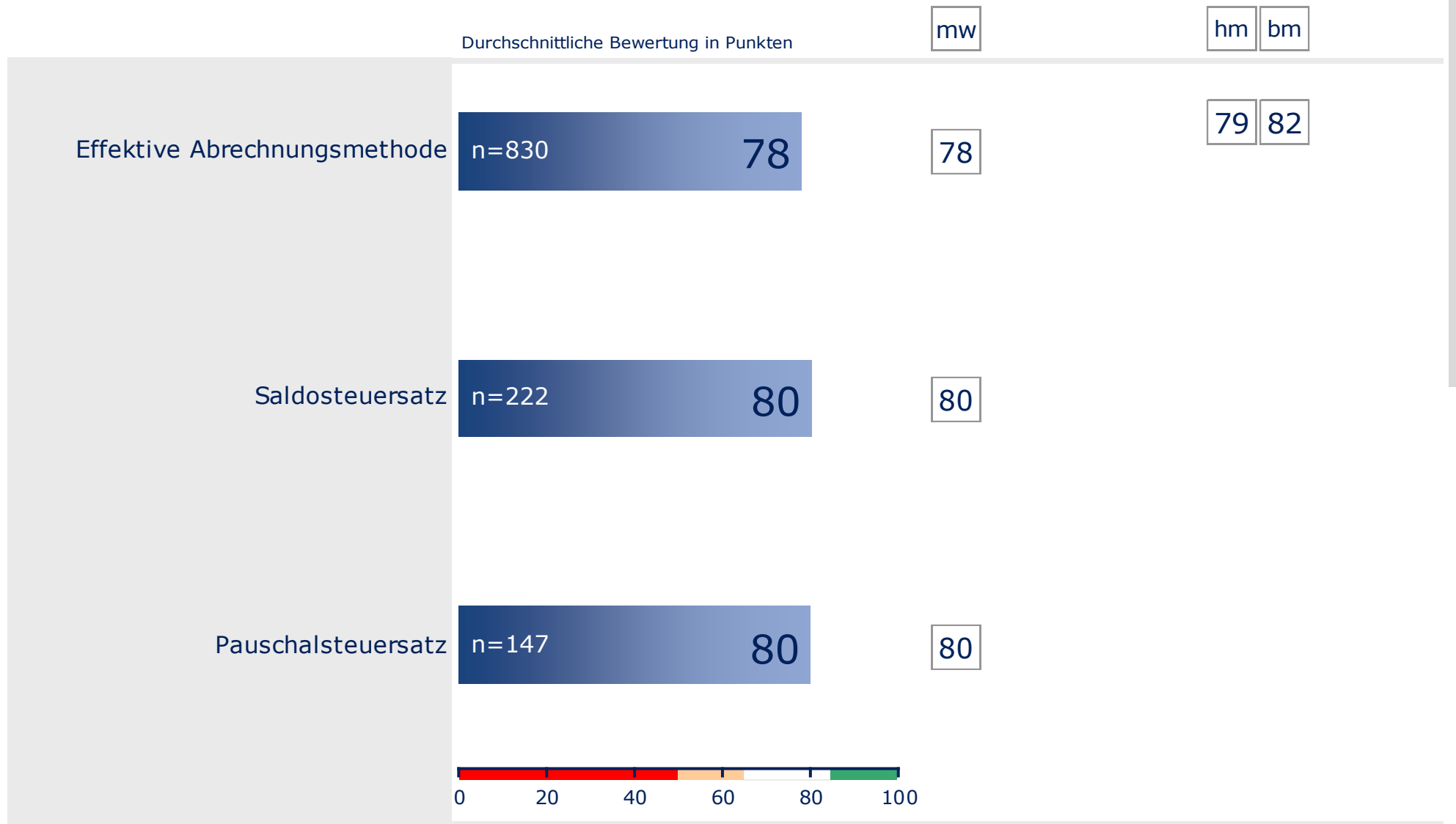


mw Mittelwert

hm Hauptabteilung Mehrwertsteuer

bm Benchmark

B Gesamtzufriedenheit, nach Abrechnungsmethode



mw Mittelwert

hm Hauptabteilung Mehrwertsteuer

bm Benchmark

B Referenzzufriedenheit

Durchschnittliche Bewertung in Punkten

hm bm

Verteilung der Antworten in %

Referenzzufriedenheit

n=1426

73

73 76

Inwiefern erfüllt die Hauptabteilung Mehrwertsteuer Ihre Erwartungen an eine effiziente Abwicklung der Mehrwertsteuer? (F 42)

n=1423

75

75 79



Wenn Sie an das Ideal einer Steuerverwaltung denken, inwiefern entspricht die Hauptabteilung Mehrwertsteuer diesem Ideal? (F 43)

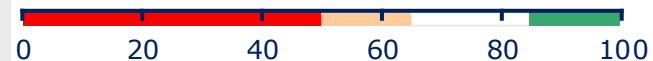
n=1411

70

70 73



keine Zustimmung volle Zustimmung



B Referenzzufriedenheit, nach Kantonsgruppen

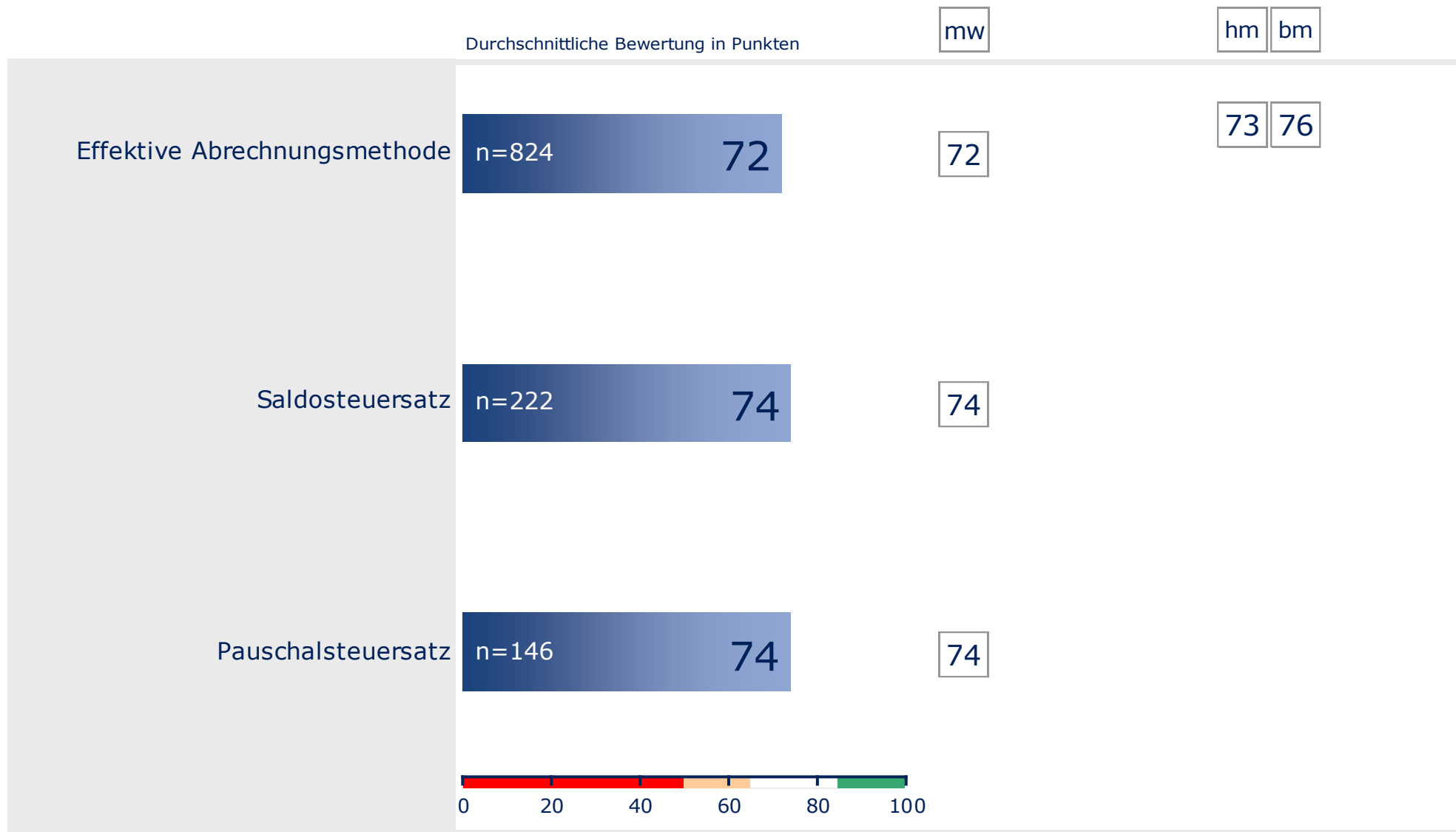


mw Mittelwert

hm Hauptabteilung Mehrwertsteuer

bm Benchmark

B Referenzzufriedenheit, nach Abrechnungsmethode



mw Mittelwert

hm Hauptabteilung Mehrwertsteuer

bm Benchmark

B Partnerzufriedenheitsindex

Durchschnittliche Bewertung in Punkten

hm

bm

Partnerzufriedenheitsindex

n=1439

76

76

79

Referenzzufriedenheit

n=1426

73

73

76

Mit der Arbeit der Hauptabteilung
Mehrwertsteuer bin ich über alles
gesehen zufrieden. (F 41).

n=1438

79

79

82

Verteilung der Antworten in %



keine
Zustimmung

volle
Zustimmung



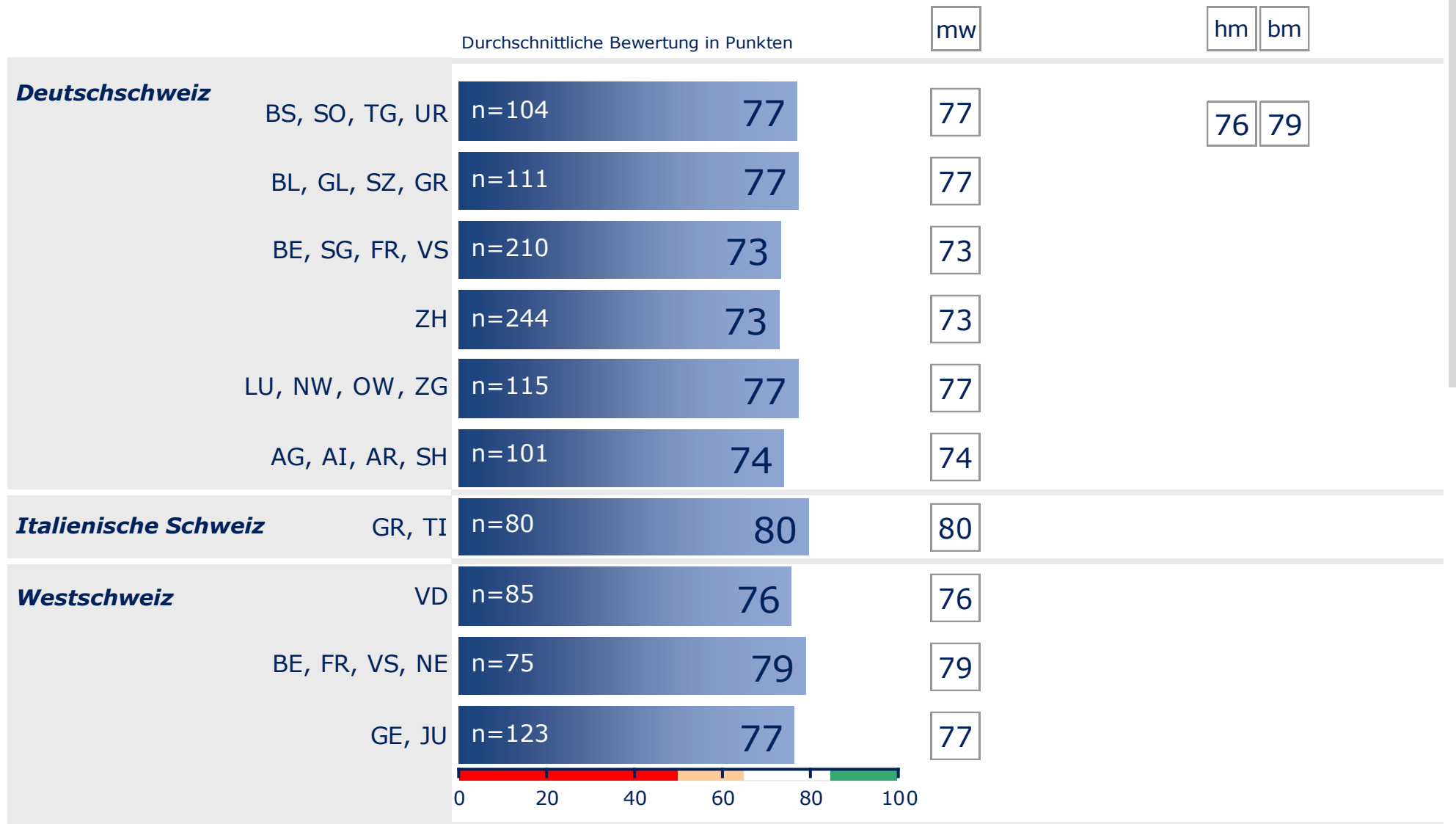
hm

Hauptabteilung Mehrwertsteuer

bm

Benchmark

B Partnerzufriedenheitsindex, nach Kantonsgruppen

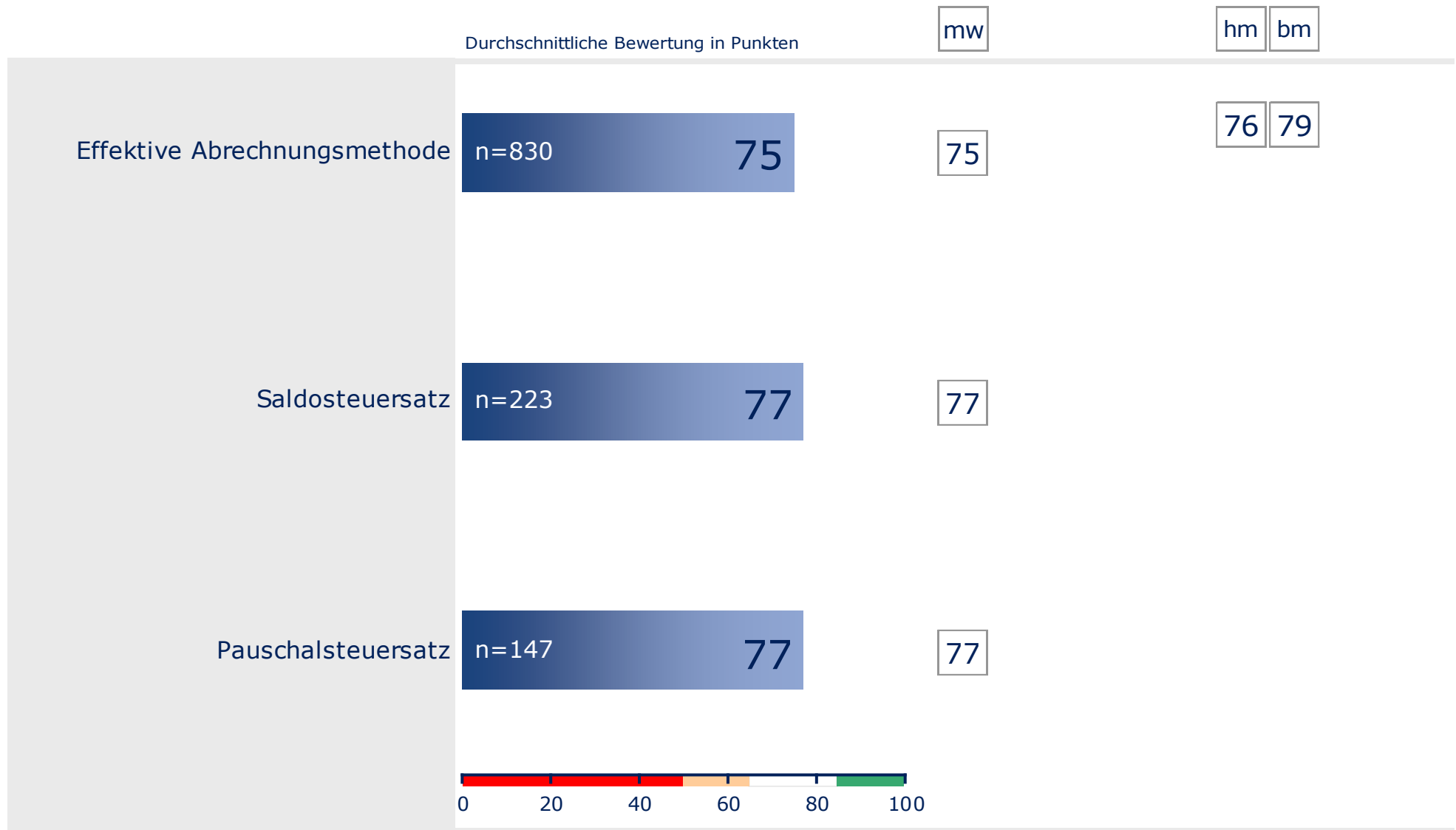


mw Mittelwert

hm Hauptabteilung Mehrwertsteuer

bm Benchmark

B Partnerzufriedenheitsindex, nach Abrechnungsmethode



mw Mittelwert

hm Hauptabteilung Mehrwertsteuer

bm Benchmark

B Partnerzufriedenheitsindex: Portfolio

Die **Partnerzufriedenheit** hängt für die Partner der Hauptabteilung Mehrwertsteuer vor allem von den folgenden **Faktoren** ab (multiple Regression).

Diese Faktoren haben einen hohen signifikanten, d. h. systematischen Einfluss auf den Partnerzufriedenheitsindex, welcher durch den Beta-Koeffizienten beschrieben wird.

Einflussfaktoren:

Beta:

Kompetenz

0.321

Steuerdeklaration

0.296

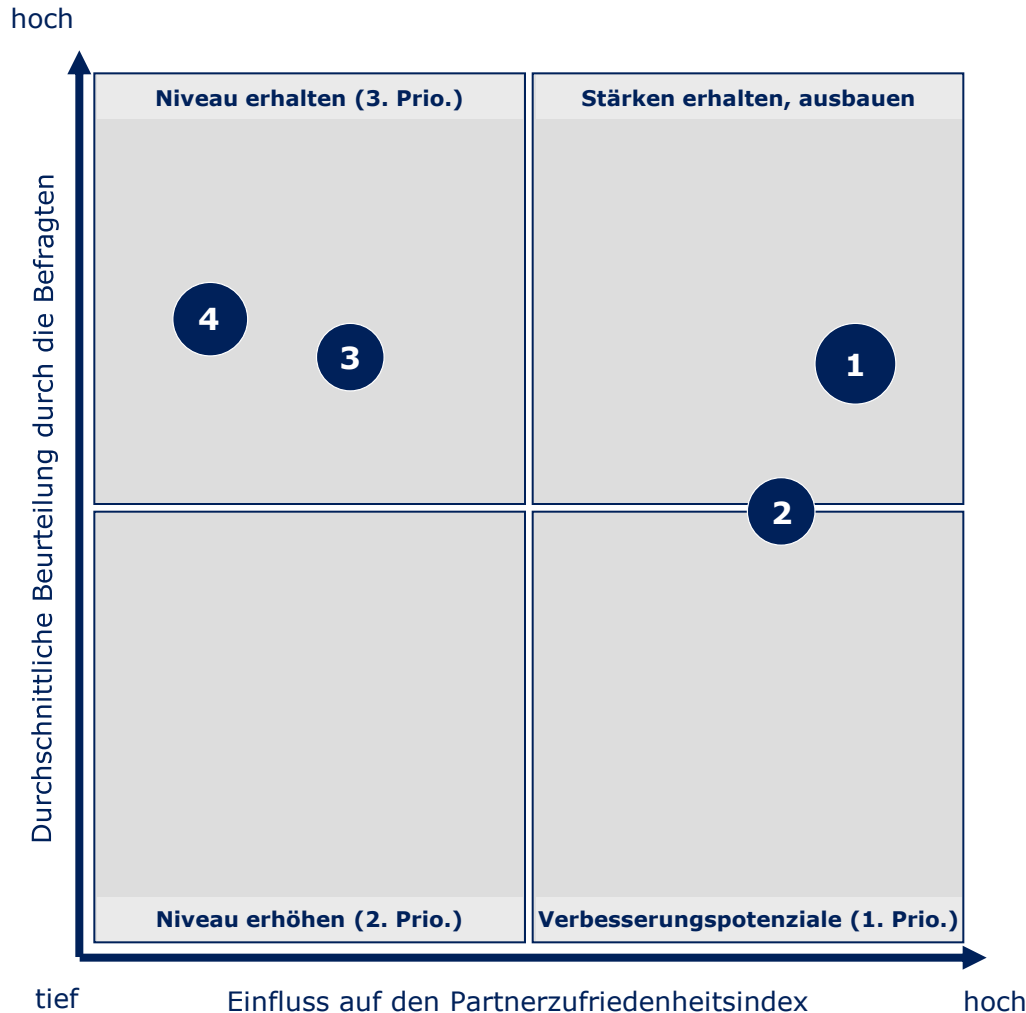
Zahlungswesen

0.177

Freundlichkeit

0.135

Einfluss auf den
Partnerzufrieden-
heitsindex



Handlungsbedarf

Die zur Steuerung des Partnerzufriedenheitsindex notwendigen Faktoren müssen identifiziert und deren Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge aufgezeigt werden.

Berechnet werden hierzu die Einflüsse der befragten Themen auf den Partnerzufriedenheitsindex.

Die Einflüsse zeigen die Wirkung (Hebel) einer Massnahme zum entsprechenden Thema auf den Partnerzufriedenheitsindex.

Handlungsbedarf besteht dort, wo eine kritische Beurteilung besteht (z.B. 50 Punkte) und ein grosser Einfluss errechnet wird.

Die Kreisgrösse zeigt das Potenzial einer Massnahme auf. Das Potenzial errechnet sich aus der Differenz zwischen der Beurteilung durch die Befragten und dem Benchmark.

- 1: Kompetenz (81 / 0.321)
- 2: Steuerdeklaration (71 / 0.296)
- 3: Zahlungswesen (81 / 0.177)
- 4: Freundlichkeit (84 / 0.135)



Thema 1
(70 / 0.300)
Punktwert der Beurteilung
Regressionskoeffizient (Stärke des Einflusses)

A Einleitung

B Partnerzufriedenheit

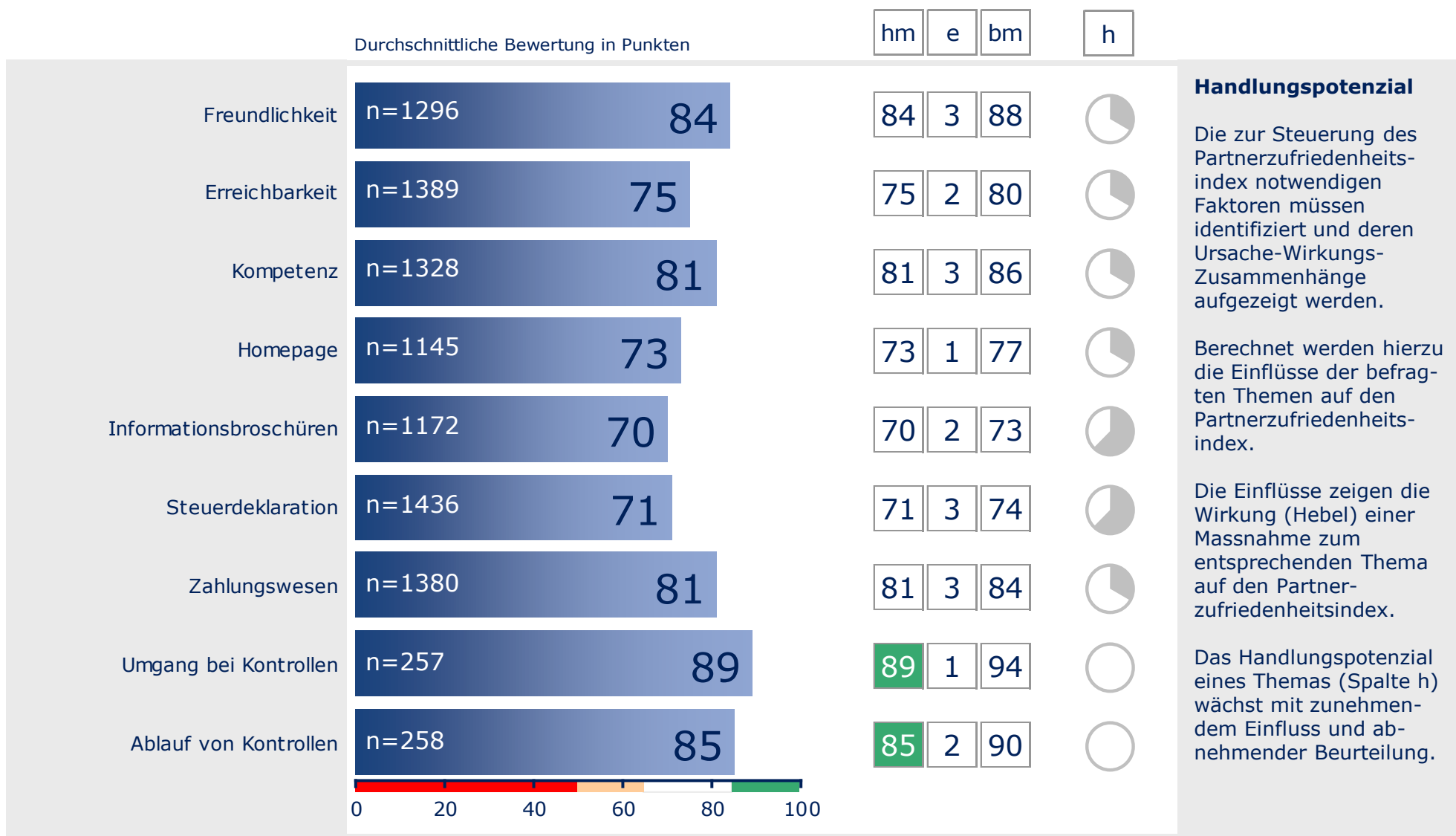
C Themenübersicht

D Resultate pro Thema

E Stärken/Verbesserungspotenziale

F Anhang

C Übersicht Themen



D Inhaltsübersicht

A Einleitung

B Partnerzufriedenheit

C Themenübersicht

D Resultate pro Thema

- **Freundlichkeit**
- Erreichbarkeit
- Kompetenz
- Homepage
- Informationsbroschüren
- Steuerdeklaration
- Zahlungswesen
- Umgang bei Kontrollen
- Ablauf von Kontrollen
- Wertepaare

E Stärken/Verbesserungspotenziale

F Anhang

Durchschnittliche Bewertung in Punkten

hm e bm

Verteilung der Antworten in %

Freundlichkeit

n=1296

84

84 3 88

Die Mitarbeitenden der Hauptabteilung
Mehrwertsteuer sind freundlich (F 1).

n=1283

85

85 3 88



Die Mitarbeitenden der Hauptabteilung
Mehrwertsteuer nehmen meine
Anliegen ernst (F 4).

n=1245

84

84 3 88



keine Zustimmung volle Zustimmung



hm

Hauptabteilung Mehrwertsteuer

e

Einfluss

bm

Benchmark

D Freundlichkeit, nach Kantonsgruppen



mw Mittelwert

hm Hauptabteilung Mehrwertsteuer

e Einfluss

bm Benchmark

D Freundlichkeit, nach Abrechnungsmethode



mw

Mittelwert

hm

Hauptabteilung Mehrwertsteuer

e

Einfluss

bm

Benchmark

empiricon

D Inhaltsübersicht

A Einleitung

B Partnerzufriedenheit

C Themenübersicht

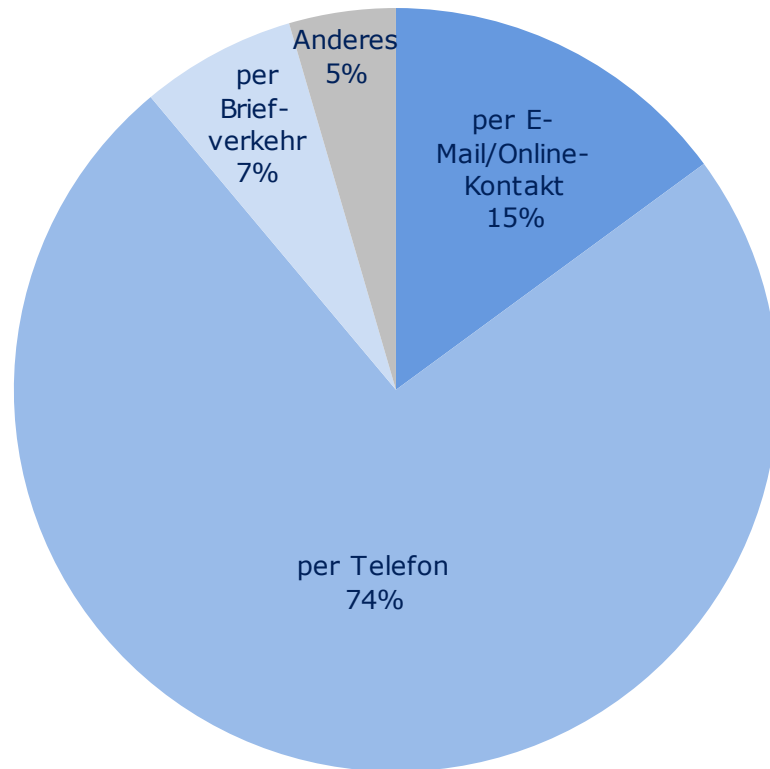
D Resultate pro Thema

- Freundlichkeit
- **Erreichbarkeit**
- Kompetenz
- Homepage
- Informationsbroschüren
- Steuerdeklaration
- Zahlungswesen
- Umgang bei Kontrollen
- Ablauf von Kontrollen
- Wertepaare

E Stärken/Verbesserungspotenziale

F Anhang

Kontakt mit der Hauptabteilung Mehrwertsteuer (Fragen, Unklarheiten, Reklamationen etc.) nehme ich hauptsächlich auf ... (F 6)



n = 1307

Hauptabteilung MWST	per E-Mail/ Online-Kontakt	per Telefon	per Briefverkehr	Anderes
Zeilen-%	195 15%	967 74%	86 7%	59 5%
Nach Kantonsgruppe				
BS, SO, TG, UR	18%	71%	7%	4%
BL, GL, SZ, GR	11%	72%	8%	10%
BE, SG, FR, VS (Deutschschweiz)	15%	70%	10%	5%
ZH	24%	62%	8%	6%
LU, NW, OW, ZG	14%	81%	3%	2%
AG, AI, AR, SH	16%	74%	6%	4%
GR, TI	9%	85%	5%	1%
VD	12%	74%	7%	8%
BE, FR, VS, NE (Westschweiz)	15%	76%	7%	1%
GE, JU	10%	79%	5%	6%
Nach Abrechnungsmethode				
Effektive Abrechnungsmethode	16%	74%	6%	4%
Saldosteuersatz	13%	71%	10%	7%
Pauschalsteuersatz	15%	70%	11%	4%

D Persönliche E-Mail-Adresse der Kontaktperson

Wünschen Sie sich für die Zukunft eine persönliche E-Mail-Adresse Ihrer Kontaktperson bei der Hauptabteilung Mehrwertsteuer? (F 11)



n = 1451

Hauptabteilung MWST

Zeilen-%

ja	nein	weiss ich nicht / kann ich nicht beurteilen
925 64%	309 21%	217 15%

Nach Kantonsgruppe

BS, SO, TG, UR	52%	34%	14%
BL, GL, SZ, GR	50%	34%	16%
BE, SG, FR, VS (Deutschschweiz)	58%	26%	16%
ZH	65%	21%	14%
LU, NW, OW, ZG	60%	25%	15%
AG, AI, AR, SH	69%	18%	13%
GR, TI	62%	19%	19%
VD	64%	14%	21%
BE, FR, VS, NE (Westschweiz)	68%	14%	17%
GE, JU	73%	11%	16%

Nach Abrechnungsmethode

Effektive Abrechnungsmethode	65%	20%	16%
Saldosteuersatz	50%	34%	16%
Pauschalsteuersatz	69%	19%	12%

Durchschnittliche Bewertung in Punkten

hm e bm

Verteilung der Antworten in %

Erreichbarkeit

n=1389

75

75 2 80

Die Mitarbeitenden der Hauptabteilung Mehrwertsteuer sind gut erreichbar (F 3).

n=1267

71

71 2 77



Die Informationen zur Kontaktaufnahme (Telefonnummern, E-Mail-Adressen, Postadressen) sind einfach zu finden (F 7).

n=1363

78

78 1 82



Ich erhalte innert angemessener Frist Rückmeldung zu meinen Anfragen (F 8).

n=1273

81

81 3 84



Ich weiss stets, an welche Person/welche Abteilung innerhalb der Hauptabteilung Mehrwertsteuer ich mich wenden kann (F 10).

n=1256

68

68 1 74



keine Zustimmung volle Zustimmung

hm

Hauptabteilung Mehrwertsteuer

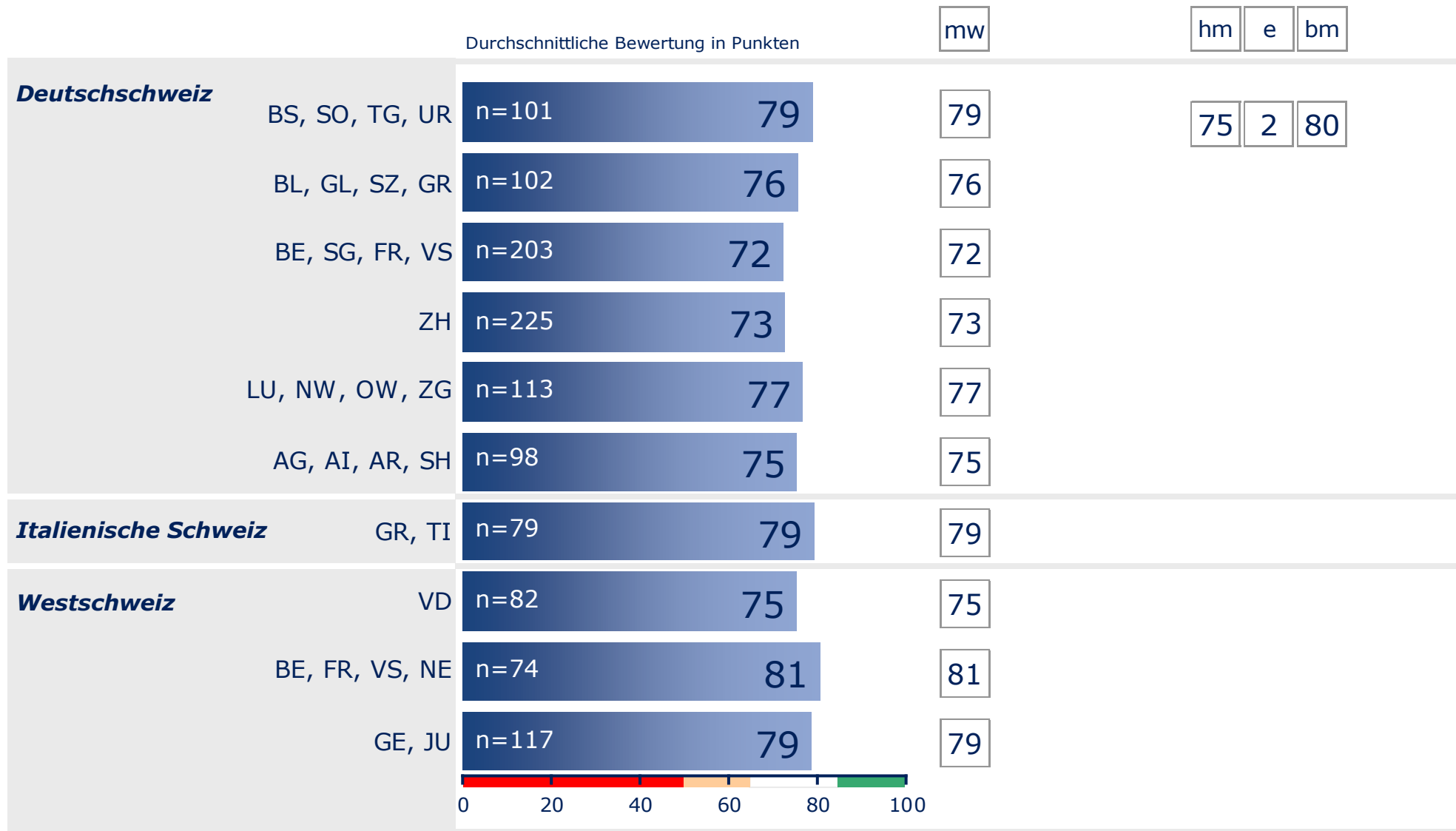
e

Einfluss

bm

Benchmark

D Erreichbarkeit, nach Kantonsgruppen



mw

Mittelwert

hm

Hauptabteilung Mehrwertsteuer

e

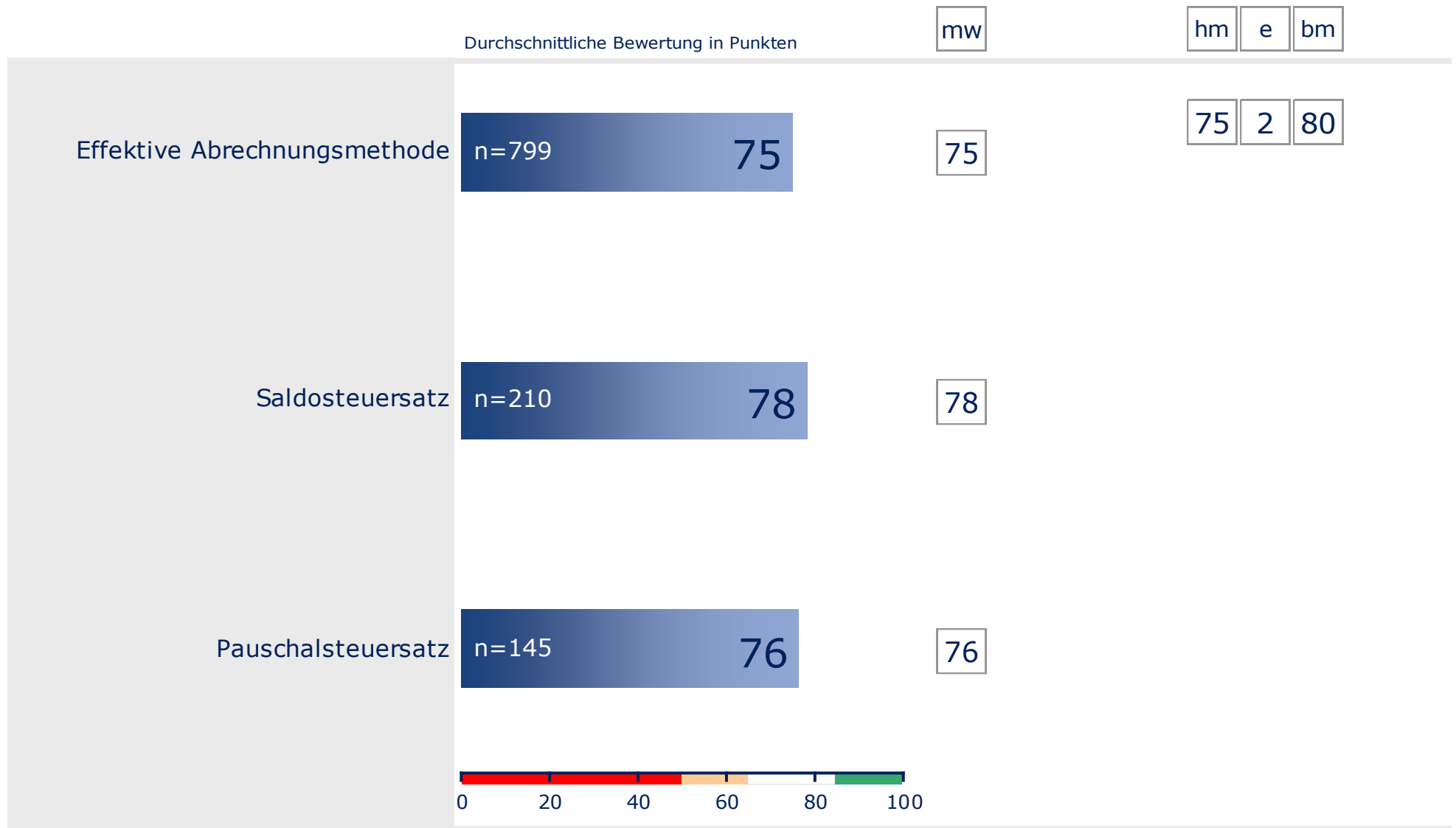
Einfluss

bm

Benchmark

empiricon

D Erreichbarkeit, nach Abrechnungsmethode



mw Mittelwert

hm Hauptabteilung Mehrwertsteuer

e Einfluss

bm Benchmark

empiricon

D Inhaltsübersicht

A Einleitung

B Partnerzufriedenheit

C Themenübersicht

D Resultate pro Thema

- Freundlichkeit
- Erreichbarkeit
- **Kompetenz**
- Homepage
- Informationsbroschüren
- Steuerdeklaration
- Zahlungswesen
- Umgang bei Kontrollen
- Ablauf von Kontrollen
- Wertepaare

E Stärken/Verbesserungspotenziale

F Anhang

Durchschnittliche Bewertung in Punkten

hm e bm

Verteilung der Antworten in %

Kompetenz

n=1328

81

81 3 86

Die Mitarbeitenden der Hauptabteilung Mehrwertsteuer sind kompetent (F 2).

n=1262

83

83 3 88



Die Mitarbeitenden der Hauptabteilung Mehrwertsteuer geben eine fundierte Antwort (F 5).

n=1255

81

81 3 86



Die Auskünfte der Hauptabteilung Mehrwertsteuer sind konsistent (einheitlich) (F 9).

n=1075

78

78 3 83



keine Zustimmung volle Zustimmung



hm

Hauptabteilung Mehrwertsteuer

e

Einfluss

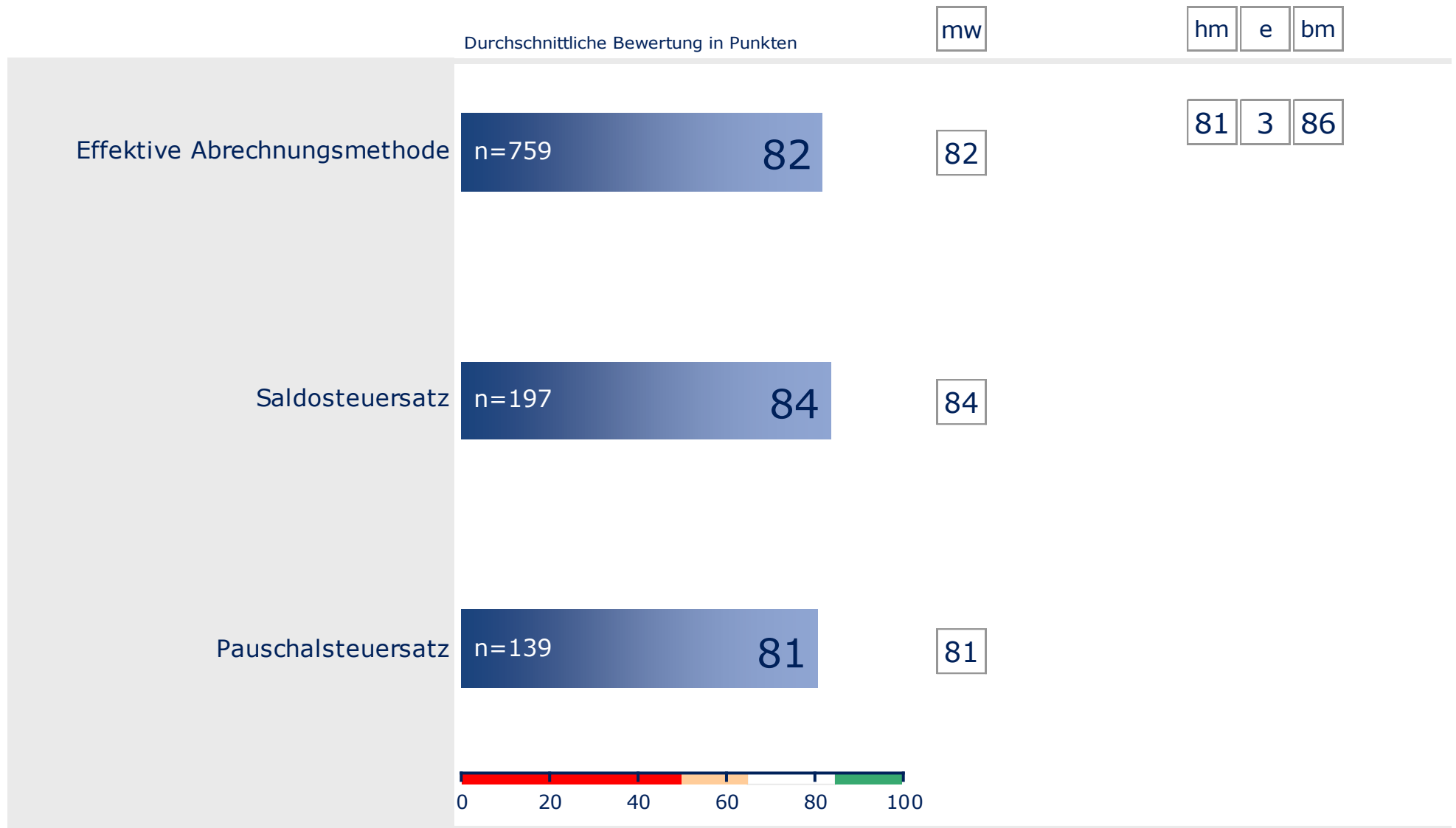
bm

Benchmark

D Kompetenz, nach Kantonsgruppen



D Kompetenz, nach Abrechnungsmethode



mw

Mittelwert

hm

Hauptabteilung Mehrwertsteuer

e

Einfluss

bm

Benchmark

empiricon

D Inhaltsübersicht

A Einleitung

B Partnerzufriedenheit

C Themenübersicht

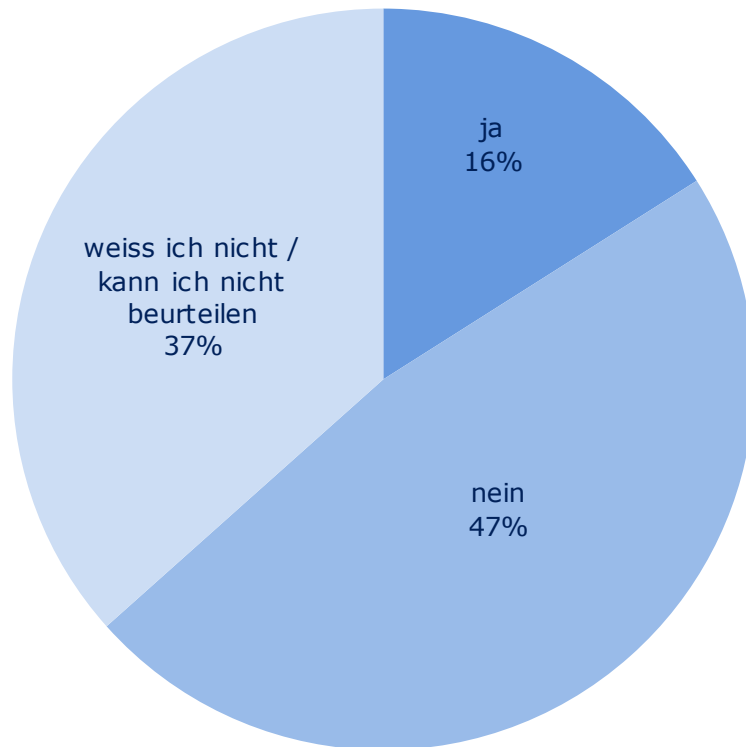
D Resultate pro Thema

- Freundlichkeit
- Erreichbarkeit
- Kompetenz
- **Homepage**
- Informationsbroschüren
- Steuerdeklaration
- Zahlungswesen
- Umgang bei Kontrollen
- Ablauf von Kontrollen
- Wertepaare

E Stärken/Verbesserungspotenziale

F Anhang

Sollten die Dokumente und Texte auf der Homepage der Hauptabteilung Mehrwertsteuer auch in Englischer Sprache verfügbar sein? (F 15)



n = 1437

Hauptabteilung MWST		ja	nein	weiss ich nicht / kann ich nicht beurteilen
Zeilen-%		230 16%	681 47%	526 37%
Nach Kantonsgruppe				
BS, SO, TG, UR		14%	49%	37%
BL, GL, SZ, GR		6%	55%	39%
BE, SG, FR, VS (Deutschschweiz)		9%	54%	37%
ZH		16%	50%	34%
LU, NW, OW, ZG		23%	51%	26%
AG, AI, AR, SH		6%	55%	39%
GR, TI		10%	64%	26%
VD		23%	37%	40%
BE, FR, VS, NE (Westschweiz)		9%	32%	59%
GE, JU		27%	28%	45%
Nach Abrechnungsmethode				
Effektive Abrechnungsmethode		19%	48%	34%
Saldosteuersatz		7%	50%	43%
Pauschalsteuersatz		5%	51%	44%



Durchschnittliche Bewertung in Punkten

hm e bm

Verteilung der Antworten in %

Homepage

n=1145

73

73 1 77

Auf der Homepage der Hauptabteilung Mehrwertsteuer finde ich mich gut zurecht (F 12).

n=1128

66

66 1 70



Auf der Homepage der Hauptabteilung Mehrwertsteuer sind genügend Informationen vorhanden (F 13).

n=1098

74

74 2 78



Auf der Homepage der Hauptabteilung Mehrwertsteuer sind alle wichtigen Dokumente und Texte in der von mir verwendeten Sprache (Deutsch, Französisch oder Italienisch) verfügbar (F 14).

n=1084

81

81 1 84



keine Zustimmung volle Zustimmung

hm

Hauptabteilung Mehrwertsteuer

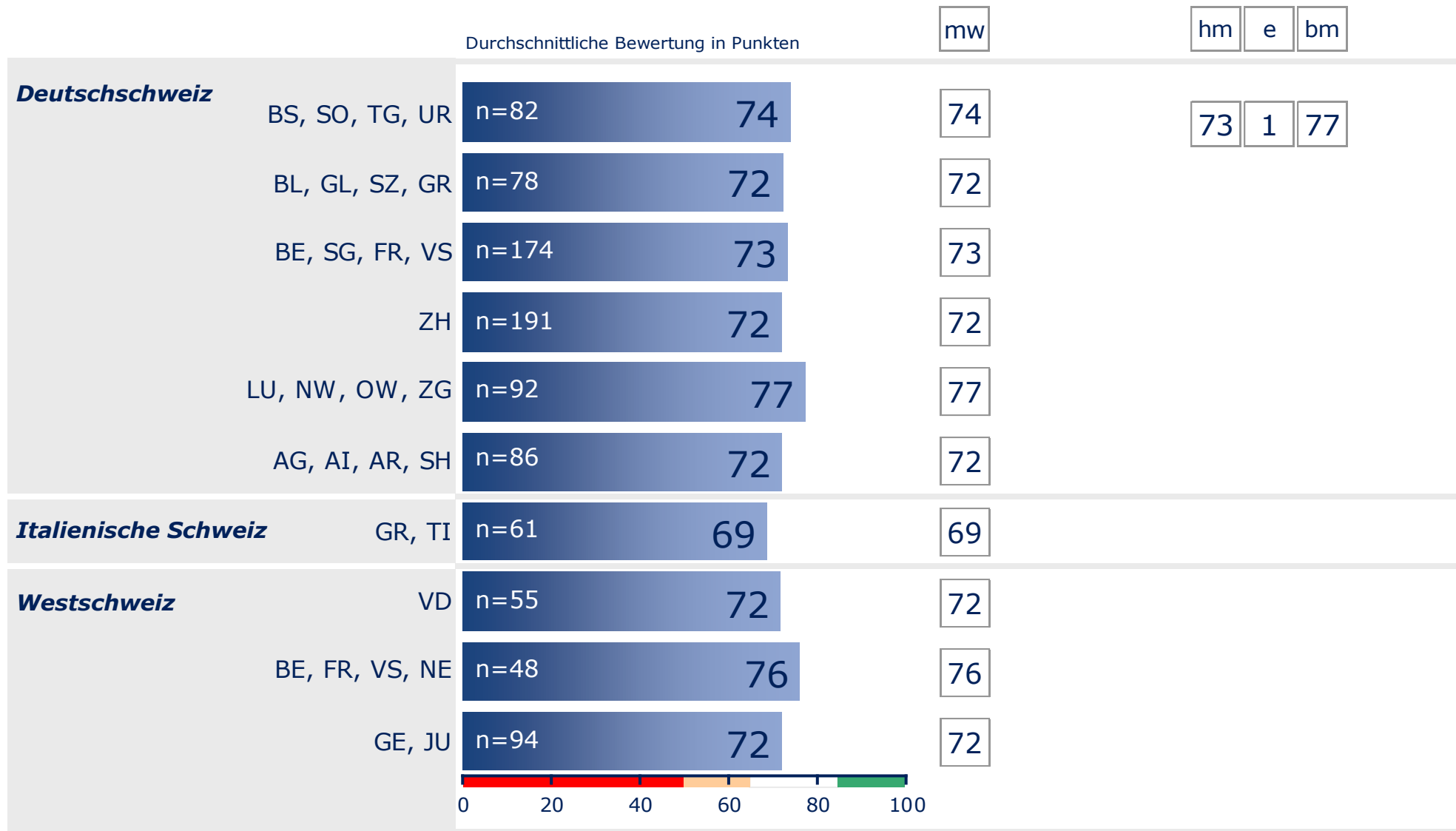
e

Einfluss

bm

Benchmark

D Homepage, nach Kantonsgruppen



mw Mittelwert

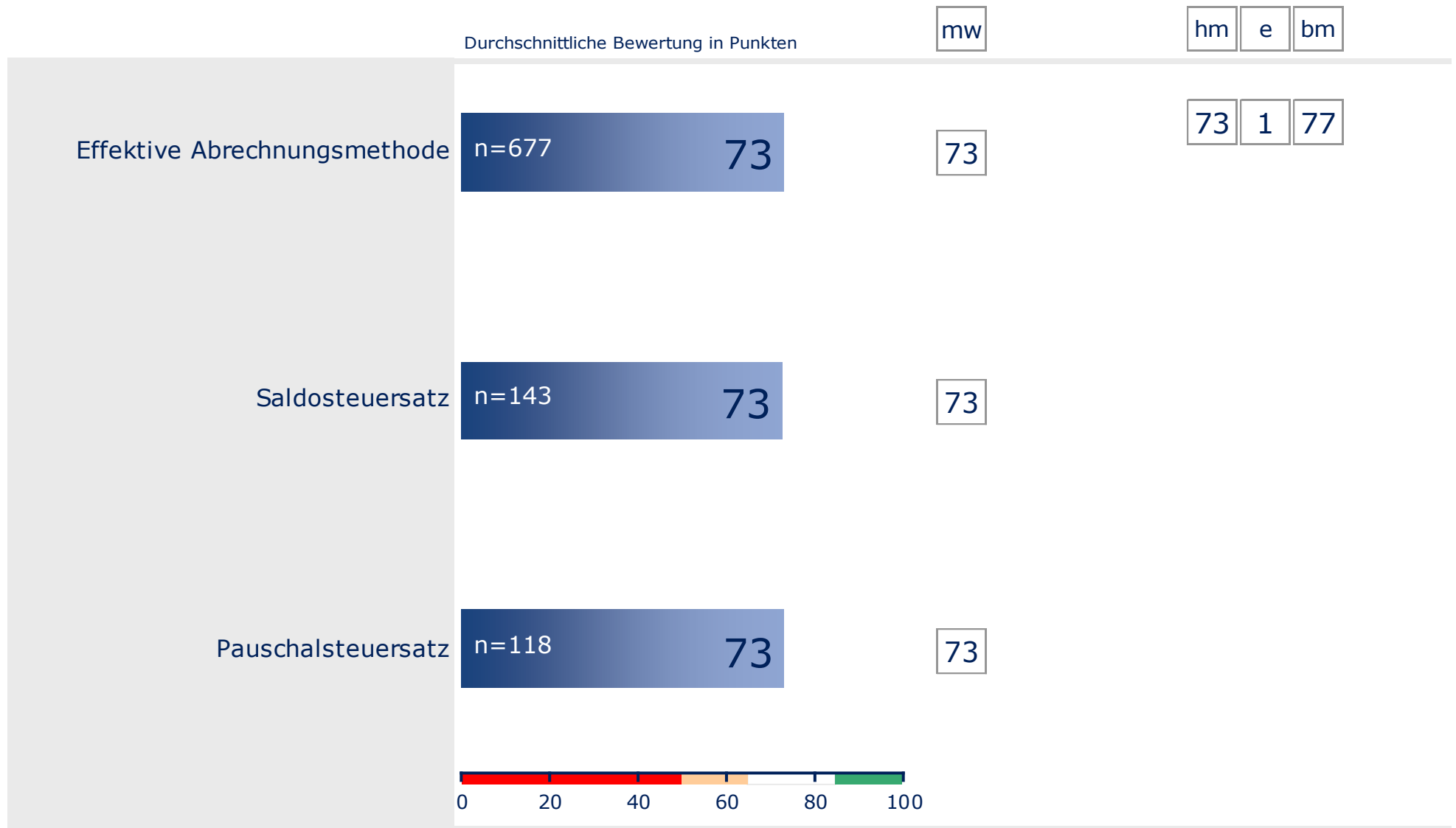
hm Hauptabteilung Mehrwertsteuer

e Einfluss

bm Benchmark

empiricon

D Homepage, nach Abrechnungsmethode



mw

Mittelwert

hm

Hauptabteilung Mehrwertsteuer

e

Einfluss

bm

Benchmark

empiricon

D Inhaltsübersicht

A Einleitung

B Partnerzufriedenheit

C Themenübersicht

D Resultate pro Thema

- Freundlichkeit
- Erreichbarkeit
- Kompetenz
- Homepage
- **Informationsbroschüren**
- Steuerdeklaration
- Zahlungswesen
- Umgang bei Kontrollen
- Ablauf von Kontrollen
- Wertepaare

E Stärken/Verbesserungspotenziale

F Anhang

Durchschnittliche Bewertung in Punkten

hm e bm

Verteilung der Antworten in %

Mehrwertsteuer Partnerbefragung 2012

Informationsbroschüren

n=1172

70

70 2 73

Die Informationsbroschüren der Hauptabteilung Mehrwertsteuer sind einfach zu verstehen (F 17).

n=1167

63

63 1 68

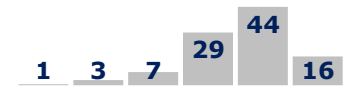


Die Informationsbroschüren der Hauptabteilung Mehrwertsteuer bringen das Wichtige zur Sprache (F 18).

n=1137

72

72 2 77



Die Informationsbroschüren der Hauptabteilung Mehrwertsteuer sind aktuell (F 19).

n=1059

76

76 2 80



keine Zustimmung volle Zustimmung

hm

Hauptabteilung Mehrwertsteuer

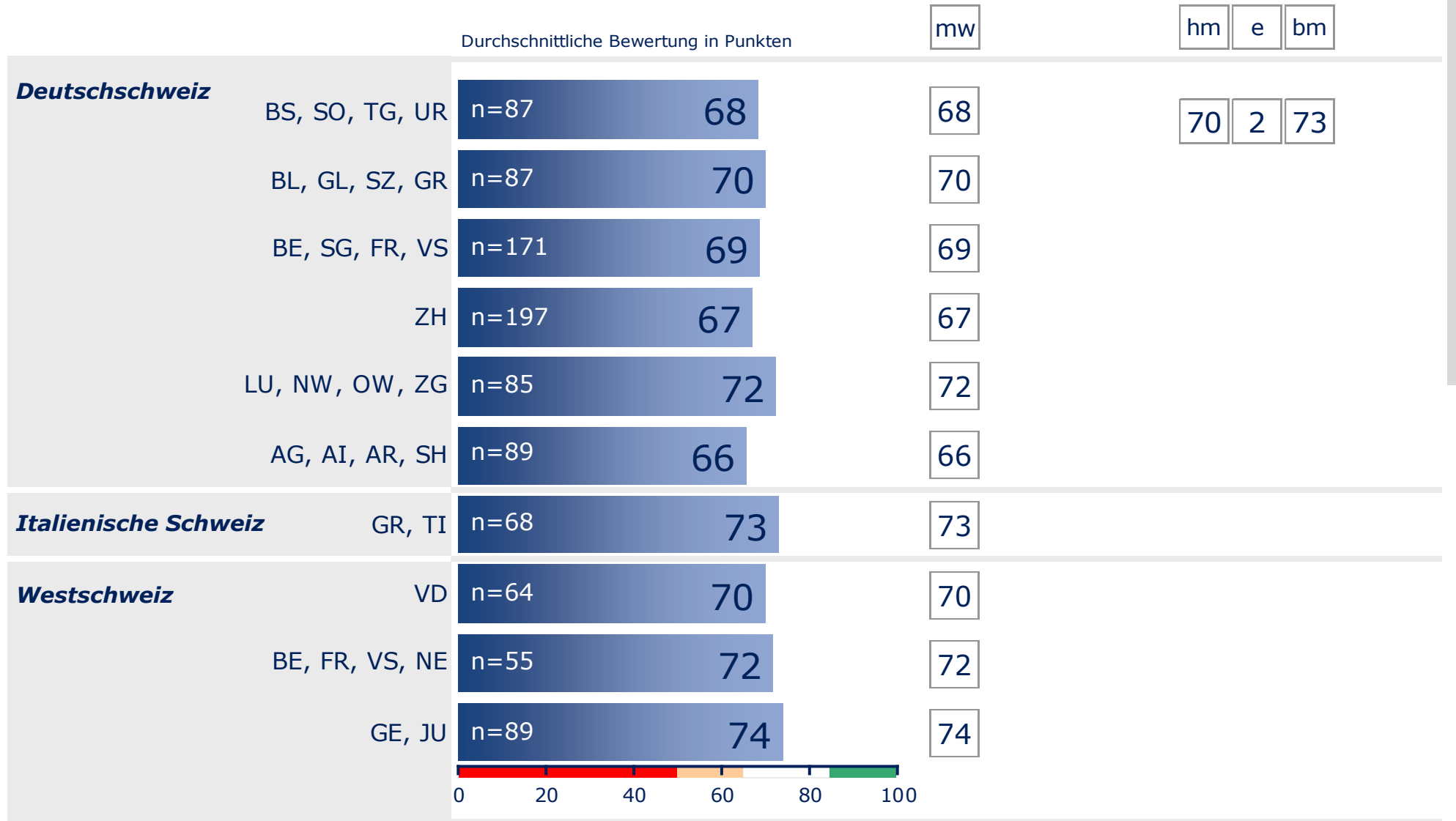
e

Einfluss

bm

Benchmark

D Informationsbroschüren, nach Kantonsgruppen



mw

Mittelwert

hm

Hauptabteilung Mehrwertsteuer

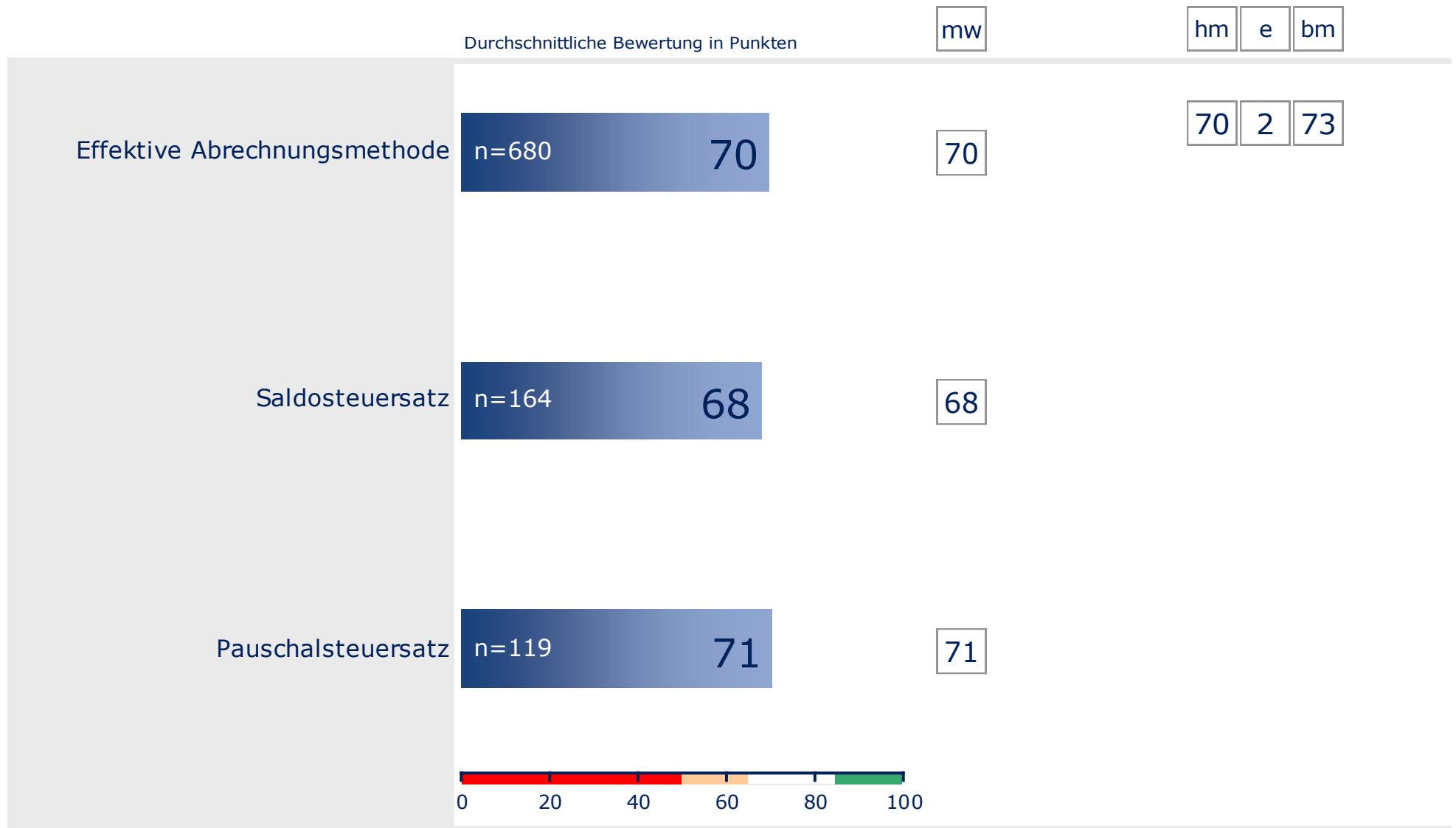
e

Einfluss

bm

Benchmark

D Informationsbroschüren, nach Abrechnungsmethode



mw

Mittelwert

hm

Hauptabteilung Mehrwertsteuer

e

Einfluss

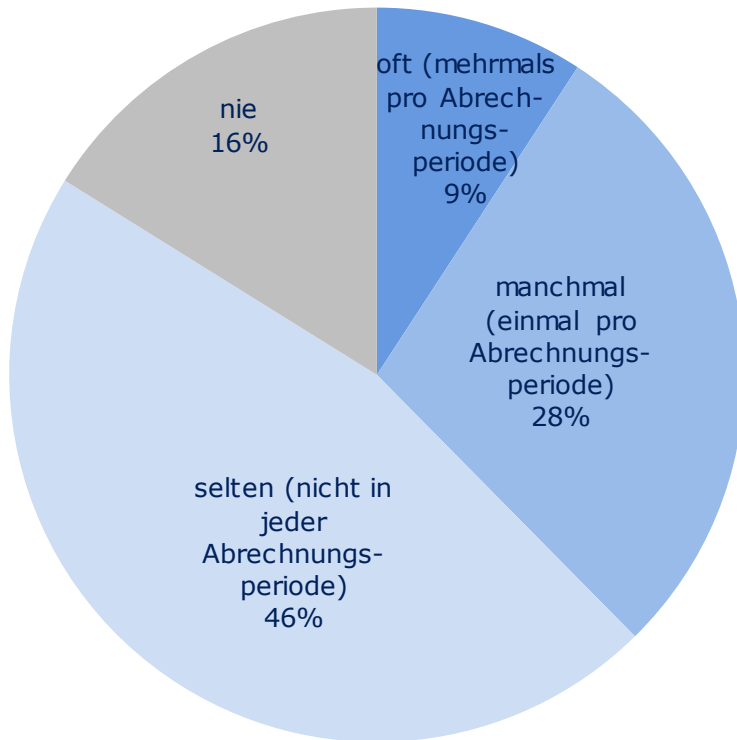
bm

Benchmark

empiricon

D Verwendung der Informationsbroschüren

Die Informationsbroschüren der Hauptabteilung Mehrwertsteuer („MWST-Infos“ und „MWST-Brancheninfos“) verwende ich ... (F 16)



n = 1457

Hauptabteilung MWST		oft (mehrmals pro Abrechnungsperiode)	manchmal (einmal pro Abrechnungsperiode)	selten (nicht in jeder Abrechnungsperiode)	nie
Zeilen-%		134 9%	414 28%	674 46%	235 16%
Nach Kantonsgruppe					
BS, SO, TG, UR		11%	15%	60%	13%
BL, GL, SZ, GR		3%	31%	43%	22%
BE, SG, FR, VS (Deutschschweiz)		10%	31%	42%	17%
ZH		10%	27%	46%	17%
LU, NW, OW, ZG		4%	35%	43%	18%
AG, AI, AR, SH		7%	25%	57%	11%
GR, TI		11%	36%	40%	13%
VD		9%	24%	44%	23%
BE, FR, VS, NE (Westschweiz)		5%	18%	59%	17%
GE, JU		5%	30%	42%	23%
Nach Abrechnungsmethode					
Effektive Abrechnungsmethode		10%	27%	48%	15%
Saldosteuersatz		4%	27%	44%	25%
Pauschalsteuersatz		6%	33%	45%	15%

D Inhaltsübersicht

A Einleitung

B Partnerzufriedenheit

C Themenübersicht

D Resultate pro Thema

- Freundlichkeit
- Erreichbarkeit
- Kompetenz
- Homepage
- Informationsbroschüren
- **Steuerdeklaration**
- Zahlungswesen
- Umgang bei Kontrollen
- Ablauf von Kontrollen
- Wertepaare

E Stärken/Verbesserungspotenziale

F Anhang

Durchschnittliche Bewertung in Punkten

hm e bm

Verteilung der Antworten in %

Steuerdeklaration

n=1436

71

71 3 74

Die Deklaration der Mehrwertsteuer ist mit angemessenem Zeitaufwand möglich (F 20).

n=1407

75

75 3 80



Mit den von mir verwendeten Computersystemen lässt sich die Deklaration der Mehrwertsteuer problemlos durchführen (Vorarbeit elektronisch, danach nur noch die Deklaration ausdrucken) (F 21).

n=1183

69

69 2 75



Alles in allem sind meine administrativen Kosten für die Deklaration der Mehrwertsteuer (zeitlicher Aufwand, externe Beratung, Verwaltungsaufwand) angemessen (F 23).

n=1389

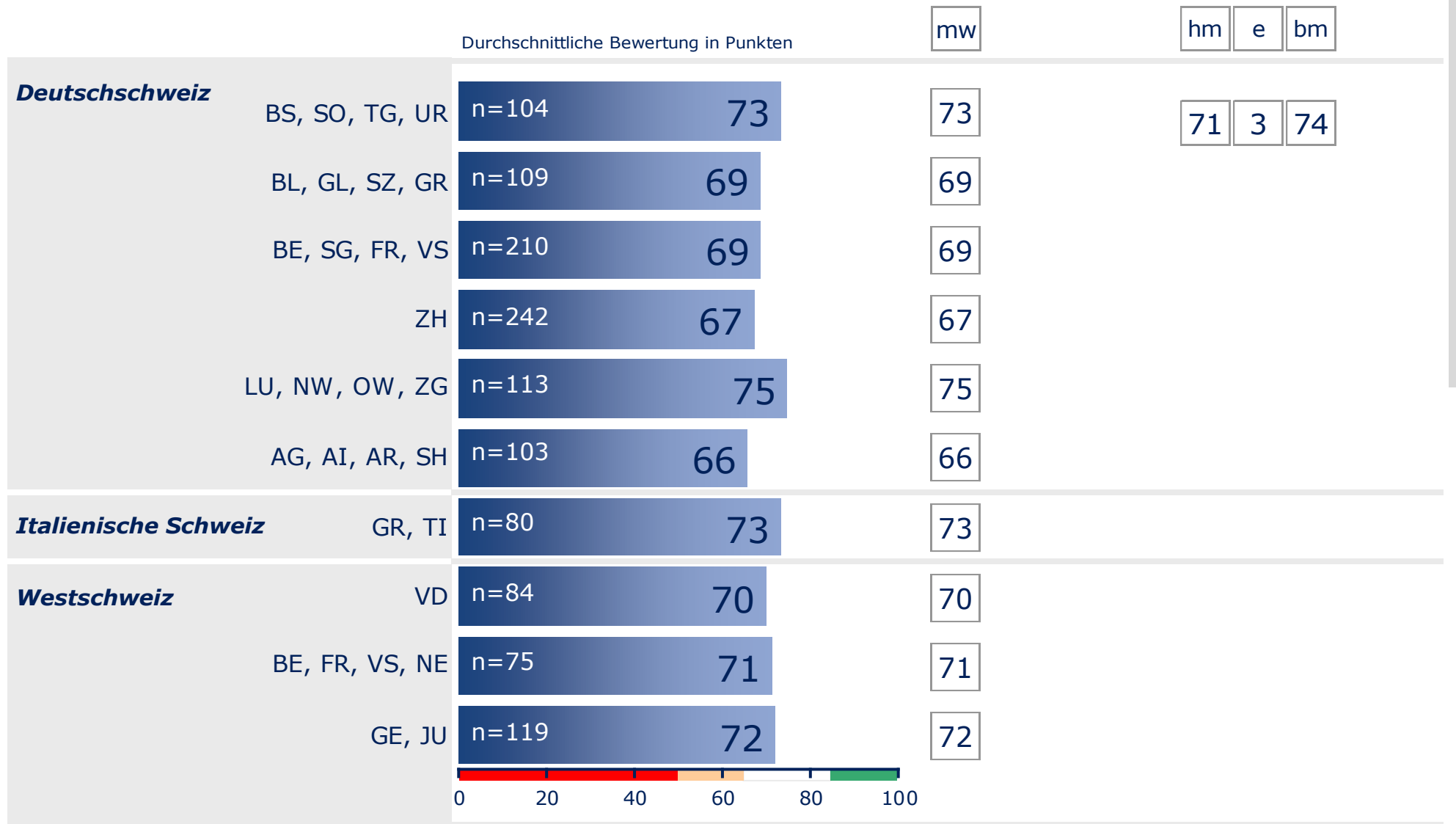
68

68 3 71

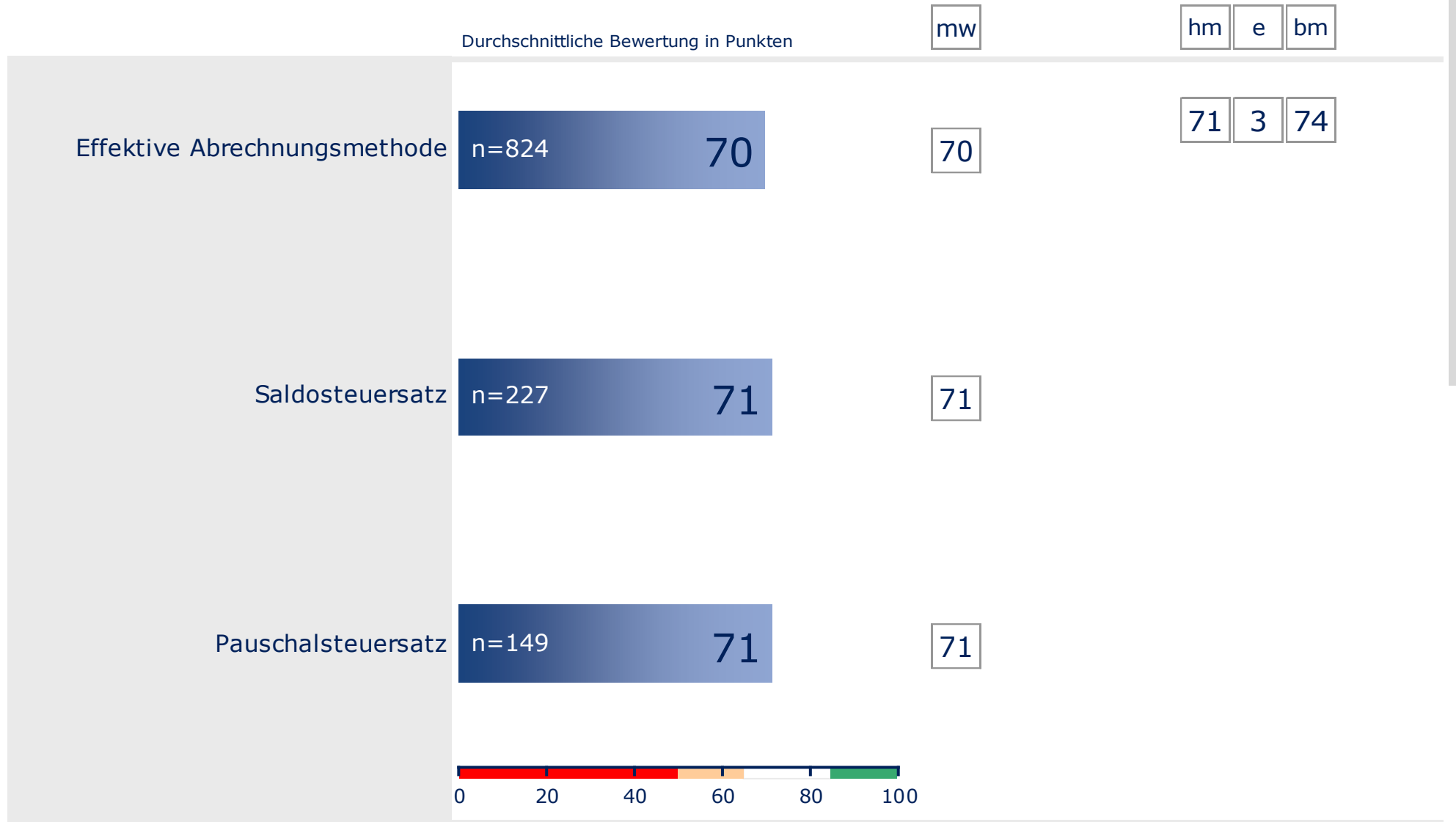


keine Zustimmung volle Zustimmung

D Steuerdeklaration, nach Kantonsgruppen



D Steuerdeklaration, nach Abrechnungsmethode



mw

Mittelwert

hm

Hauptabteilung Mehrwertsteuer

e

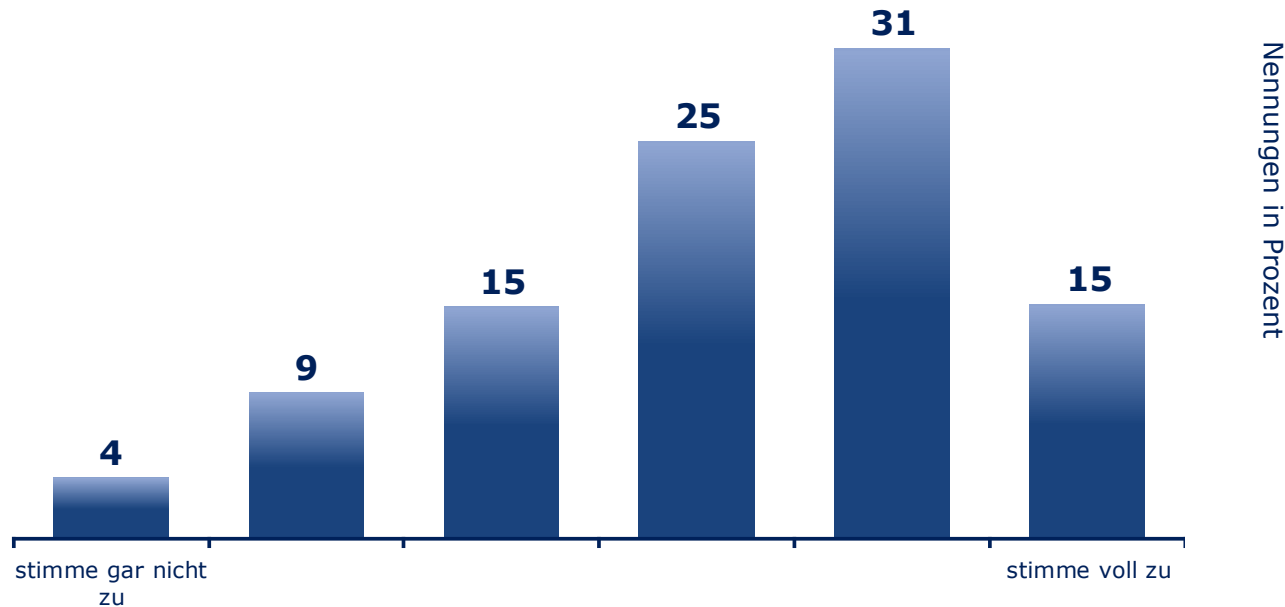
Einfluss

bm

Benchmark

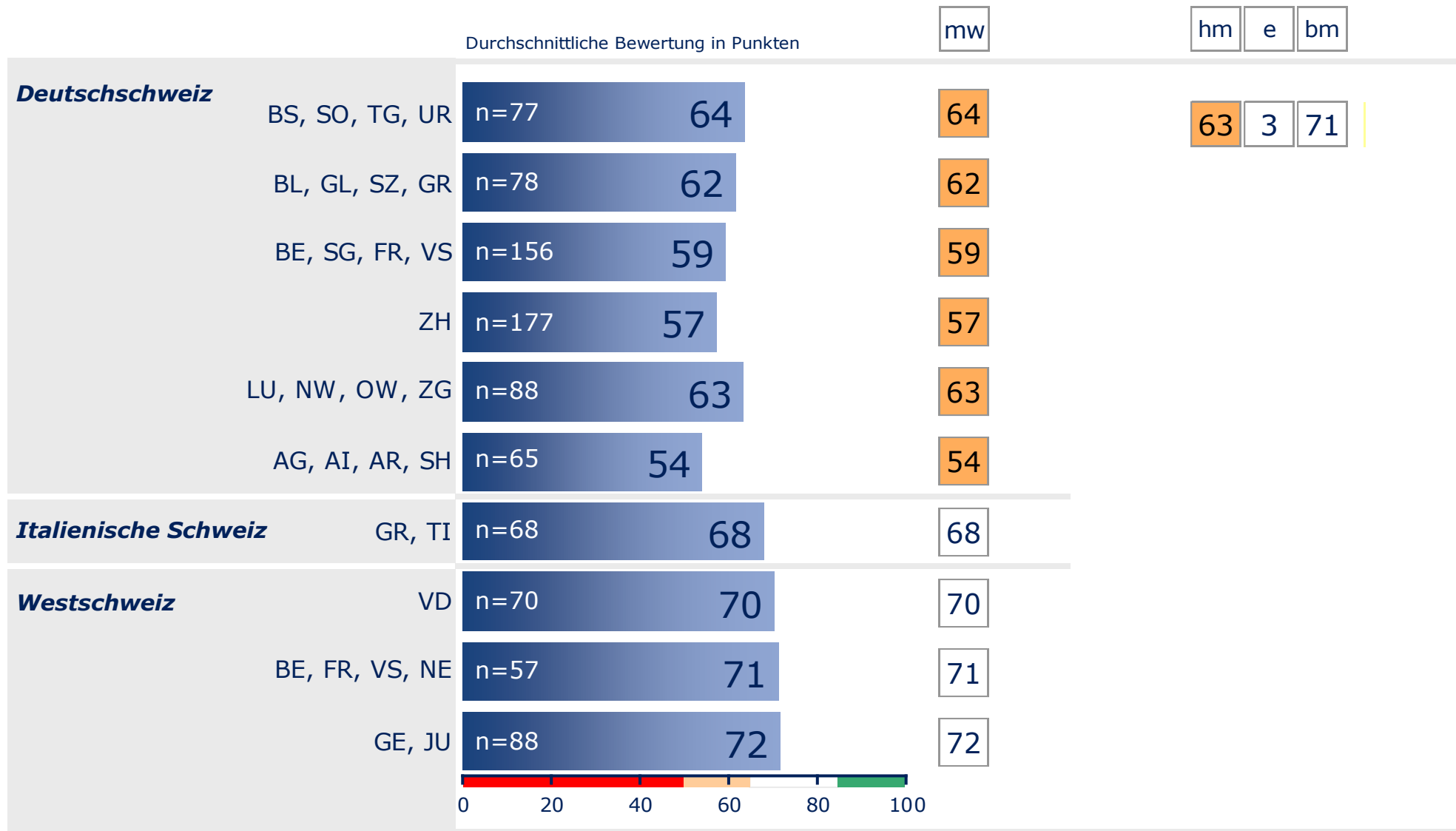
D Administrative Kosten

Die Hauptabteilung Mehrwertsteuer unternimmt meiner Meinung nach alles, um die administrativen Kosten der Steuerpflichtigen zu minimieren (F 24).



Mittelwert	63
Einfluss	3
Benchmark	71
n=	1099

D Administrative Kosten, nach Kantonsgruppen



mw Mittelwert

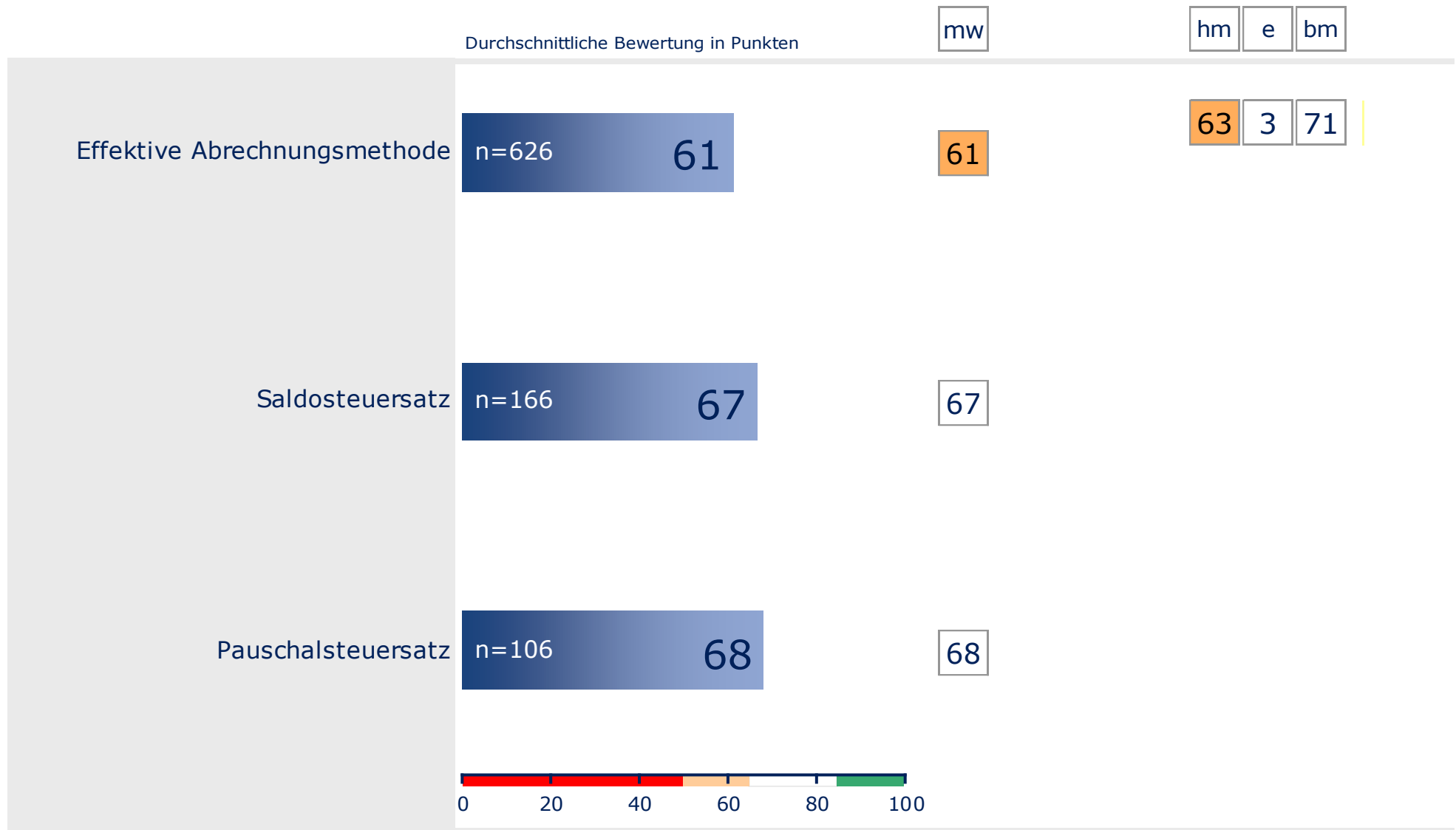
hm Hauptabteilung Mehrwertsteuer

e Einfluss

bm Benchmark

empiricon

D Administrative Kosten, nach Abrechnungsmethode



mw

Mittelwert

hm

Hauptabteilung Mehrwertsteuer

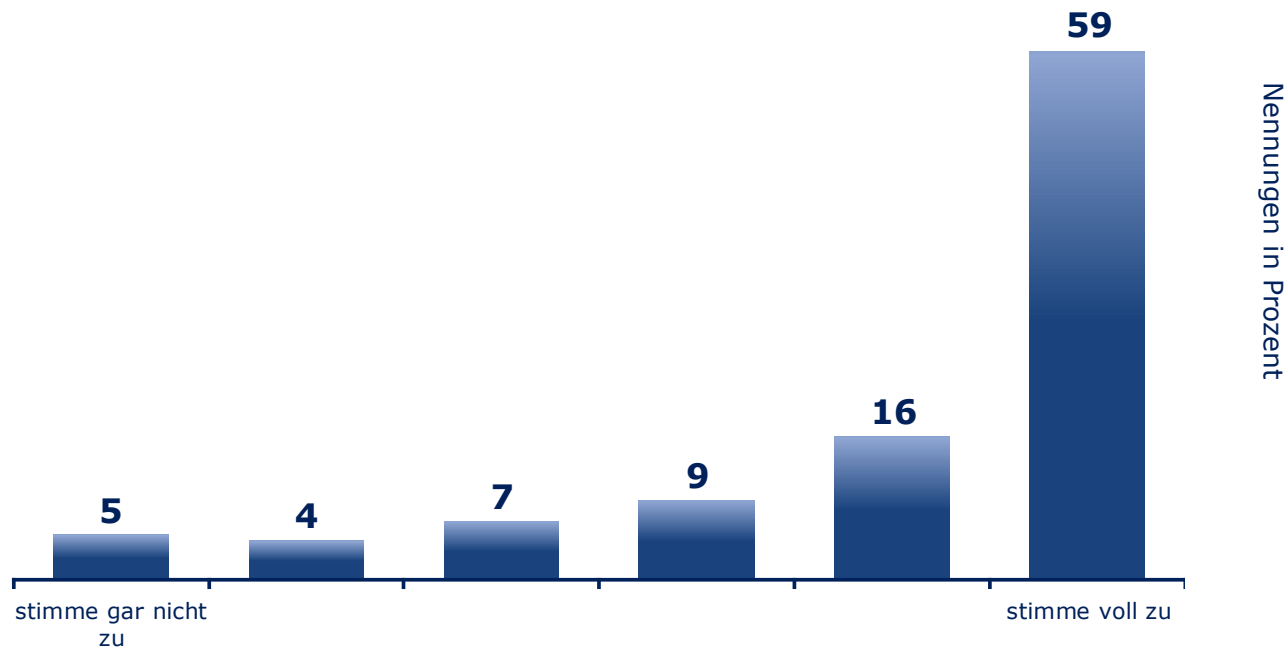
e

Einfluss

bm

Benchmark

Ich würde es begrüßen, wenn die Mehrwertsteuerabrechnung auch online möglich wäre (medienbruchfreie Abrechnung) (F 22).



Mittelwert	81
Einfluss	1
Benchmark	86
n=	1268

D Steuerabrechnung online, nach Kantonsgruppen



mw Mittelwert

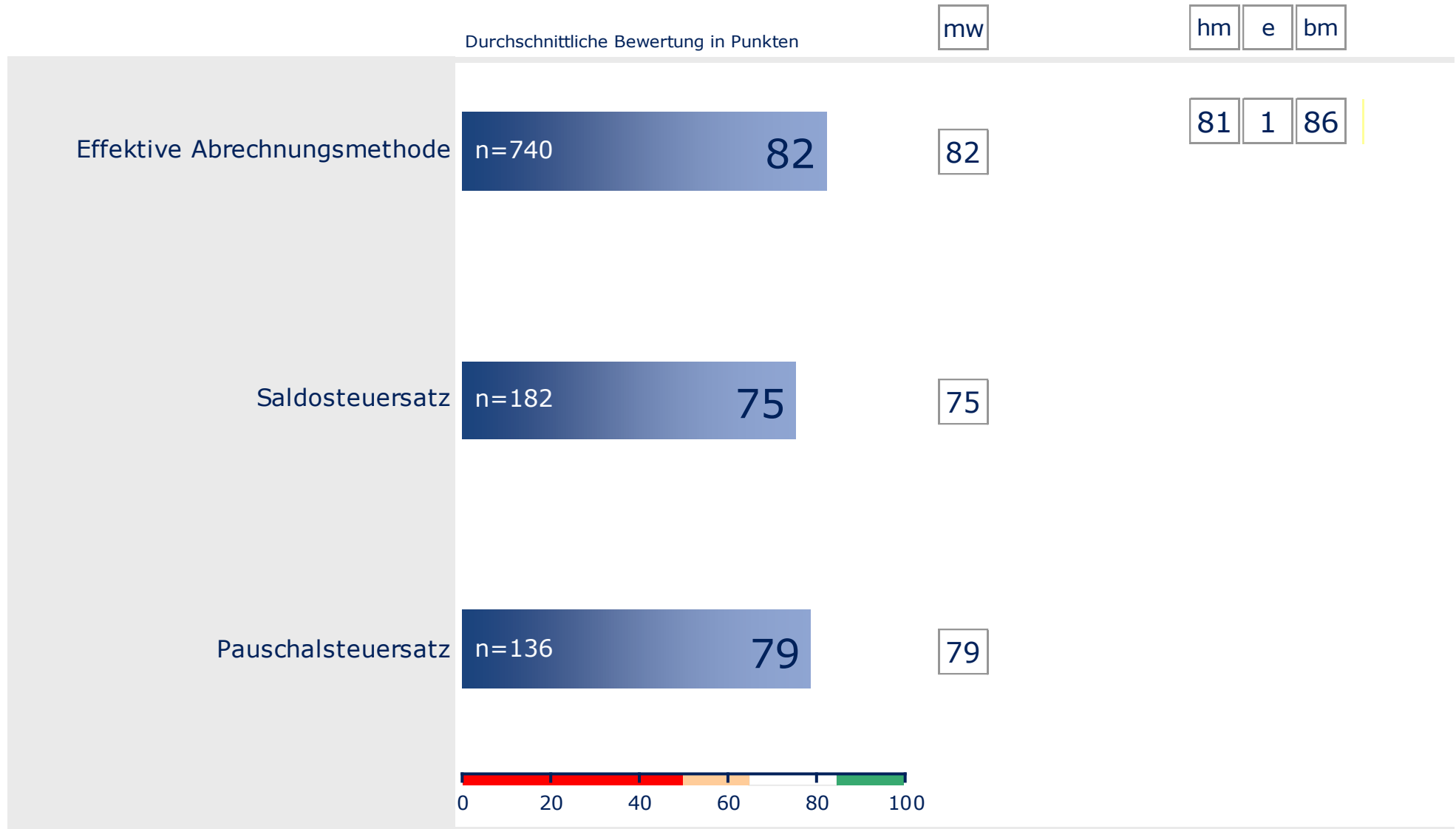
hm Hauptabteilung Mehrwertsteuer

e Einfluss

bm Benchmark

empiricon

D Steuerabrechnung online, nach Abrechnungsmethode



mw

Mittelwert

hm

Hauptabteilung Mehrwertsteuer

e

Einfluss

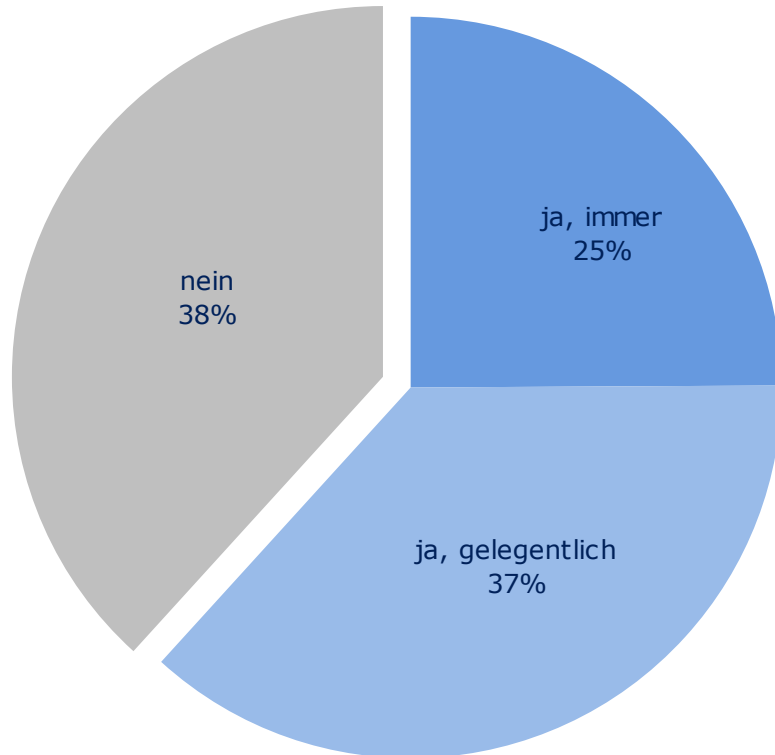
bm

Benchmark

empiricon

D Externe Beratung für die Steuerdeklaration

Lassen Sie sich für die Deklaration der Mehrwertsteuer jeweils extern beraten? (F 25)



n = 1461

Hauptabteilung MWST		ja, immer	ja, gelegentlich	nein
Zeilen-%		364 25%	538 37%	559 38%
Nach Kantonsgruppe				
BS, SO, TG, UR		20%	39%	41%
BL, GL, SZ, GR		27%	34%	40%
BE, SG, FR, VS (Deutschschweiz)		21%	41%	38%
ZH		23%	35%	42%
LU, NW, OW, ZG		19%	45%	36%
AG, AI, AR, SH		16%	43%	41%
GR, TI		20%	22%	58%
VD		29%	44%	28%
BE, FR, VS, NE (Westschweiz)		27%	39%	35%
GE, JU		25%	43%	32%
Nach Abrechnungsmethode				
Effektive Abrechnungsmethode		24%	40%	36%
Saldosteuersatz		24%	32%	45%
Pauschalsteuersatz		7%	42%	52%

D Inhaltsübersicht

A Einleitung

B Partnerzufriedenheit

C Themenübersicht

D Resultate pro Thema

- Freundlichkeit
- Erreichbarkeit
- Kompetenz
- Homepage
- Informationsbroschüren
- Steuerdeklaration
- **Zahlungswesen**
- Umgang bei Kontrollen
- Ablauf von Kontrollen
- Wertepaare

E Stärken/Verbesserungspotenziale

F Anhang

Durchschnittliche Bewertung in Punkten

hm e bm

Verteilung der Antworten in %

Zahlungswesen

n=1380

81

81

3

84

Die Kontoauszüge (Aufbau, Struktur, Buchungen, Inhalt usw.) sind logisch und verständlich aufgebaut (F 26).

n=1112

75

75

3

79



Die verfügbaren Zahlungsarten sind ausreichend (F 27).

n=1347

85

85

2

87



Die Möglichkeiten zur Zahlungsvereinbarung (Zahlungsplan, Zahlungsfrist) sind angemessen (F 28).

n=1015

81

81

3

87



keine Zustimmung volle Zustimmung

hm

Hauptabteilung Mehrwertsteuer

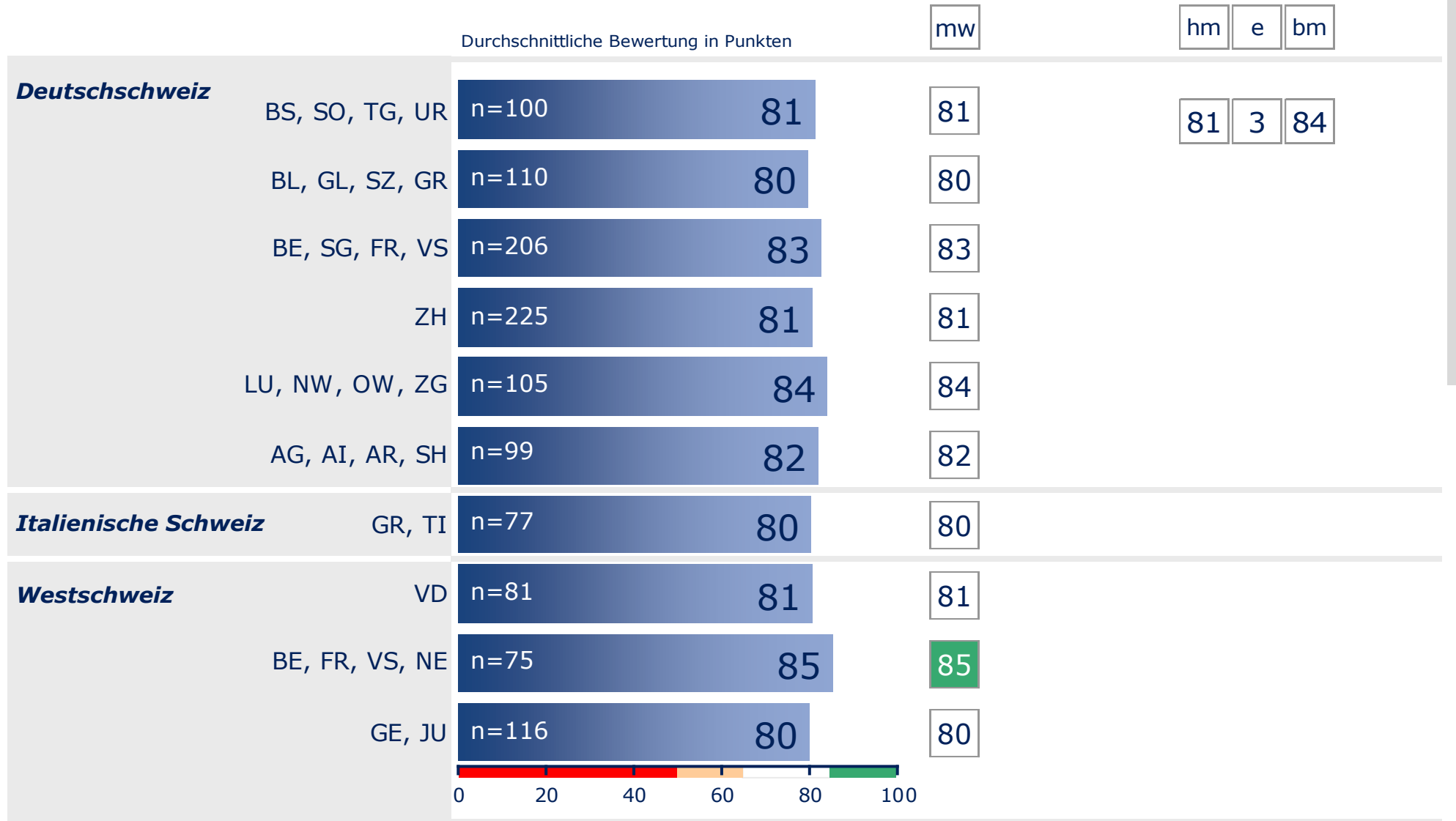
e

Einfluss

bm

Benchmark

D Zahlungswesen, nach Kantonsgruppen



mw Mittelwert

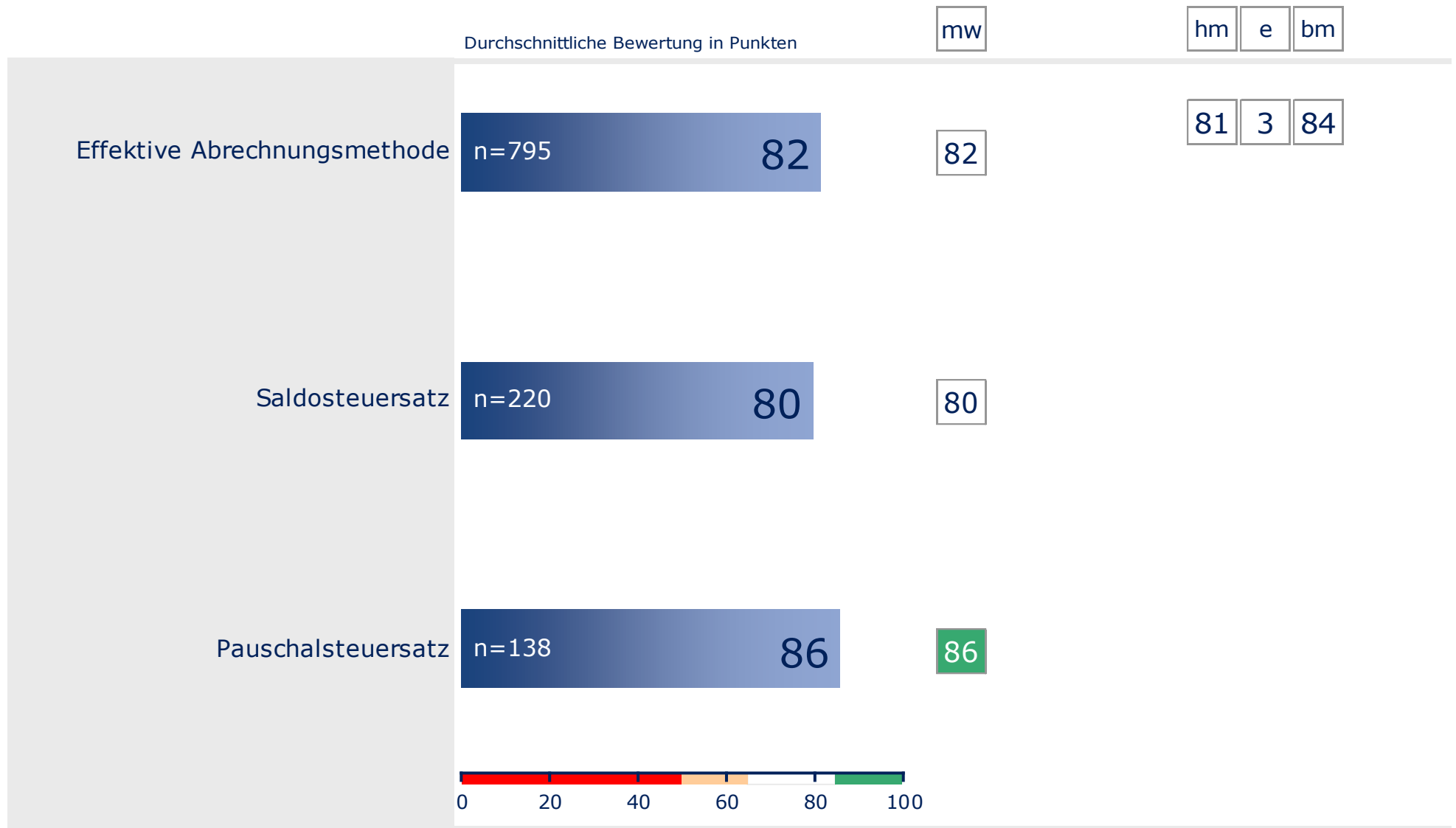
hm Hauptabteilung Mehrwertsteuer

e Einfluss

bm Benchmark

empiricon

D Zahlungswesen, nach Abrechnungsmethode



mw Mittelwert

hm Hauptabteilung Mehrwertsteuer

e Einfluss

bm Benchmark

empiricon

D Inhaltsübersicht

A Einleitung

B Partnerzufriedenheit

C Themenübersicht

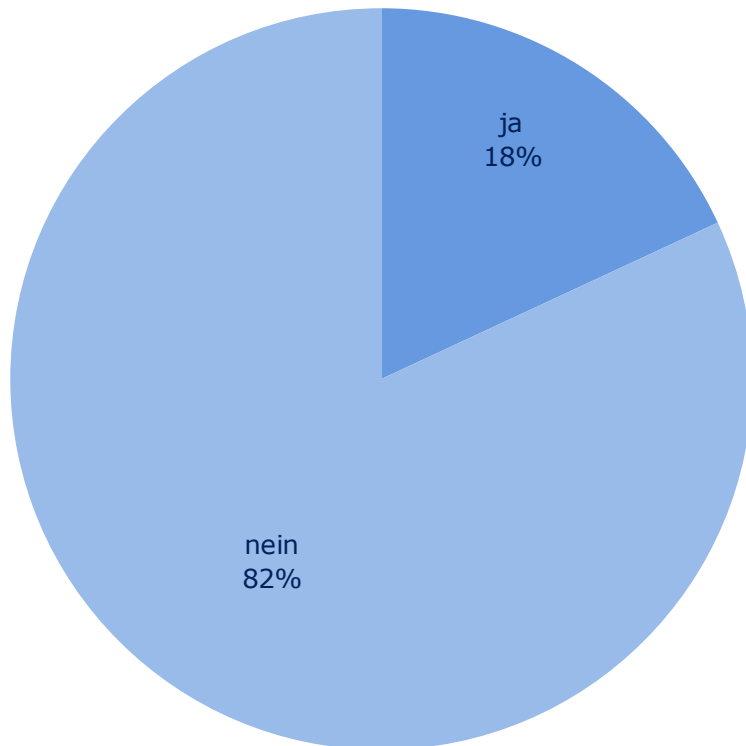
D Resultate pro Thema

- Freundlichkeit
- Erreichbarkeit
- Kompetenz
- Homepage
- Informationsbroschüren
- Steuerdeklaration
- Zahlungswesen
- **Umgang bei Kontrollen**
- Ablauf von Kontrollen
- Wertepaare

E Stärken/Verbesserungspotenziale

F Anhang

Wurde bei Ihnen in den vergangenen 12 Monaten eine MWST-Kontrolle durchgeführt? (F 30)



n = 1461

Hauptabteilung MWST		Zeilen-%	
		ja	nein
		264 18%	1197 82%
Nach Kantonsgruppe			
BS, SO, TG, UR		17%	83%
BL, GL, SZ, GR		11%	89%
BE, SG, FR, VS (Deutschschweiz)		15%	85%
ZH		18%	82%
LU, NW, OW, ZG		23%	77%
AG, AI, AR, SH		15%	85%
GR, TI		18%	82%
VD		20%	80%
BE, FR, VS, NE (Westschweiz)		14%	86%
GE, JU		19%	81%
Nach Abrechnungsmethode			
Effektive Abrechnungsmethode		21%	79%
Saldosteuersatz		10%	90%
Pauschalsteuersatz		9%	91%



D Umgang bei Kontrollen

Durchschnittliche Bewertung in Punkten

hm e bm

Verteilung der Antworten in %

Umgang bei Kontrollen

n=257

89

89

1

94

n=254

88

88

1

93

1 1 2 8 25 62

Ich wurde mit dem nötigen
Respekt behandelt (F 32).

n=256

90

90

1

96

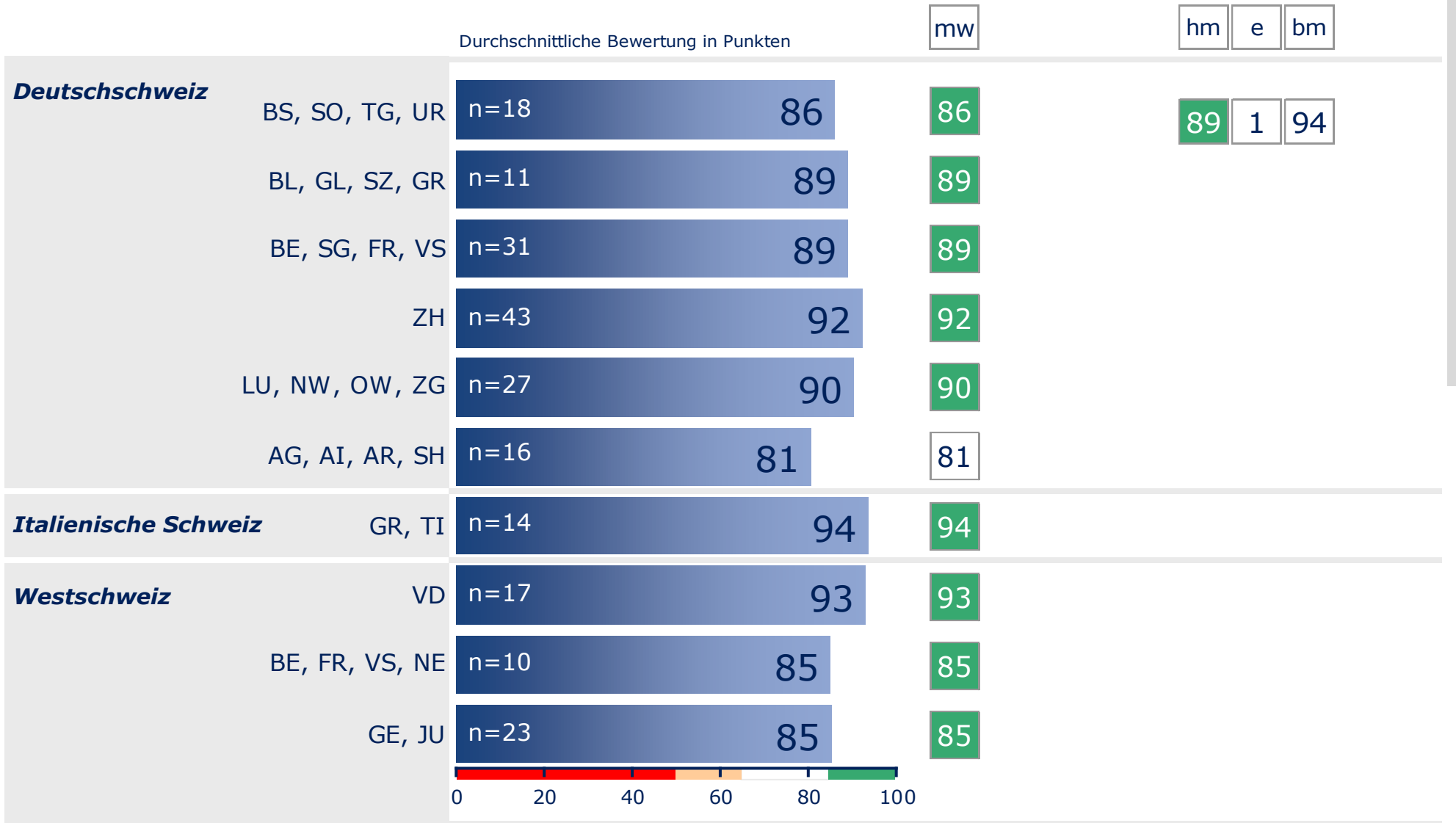
2 1 3 6 19 70



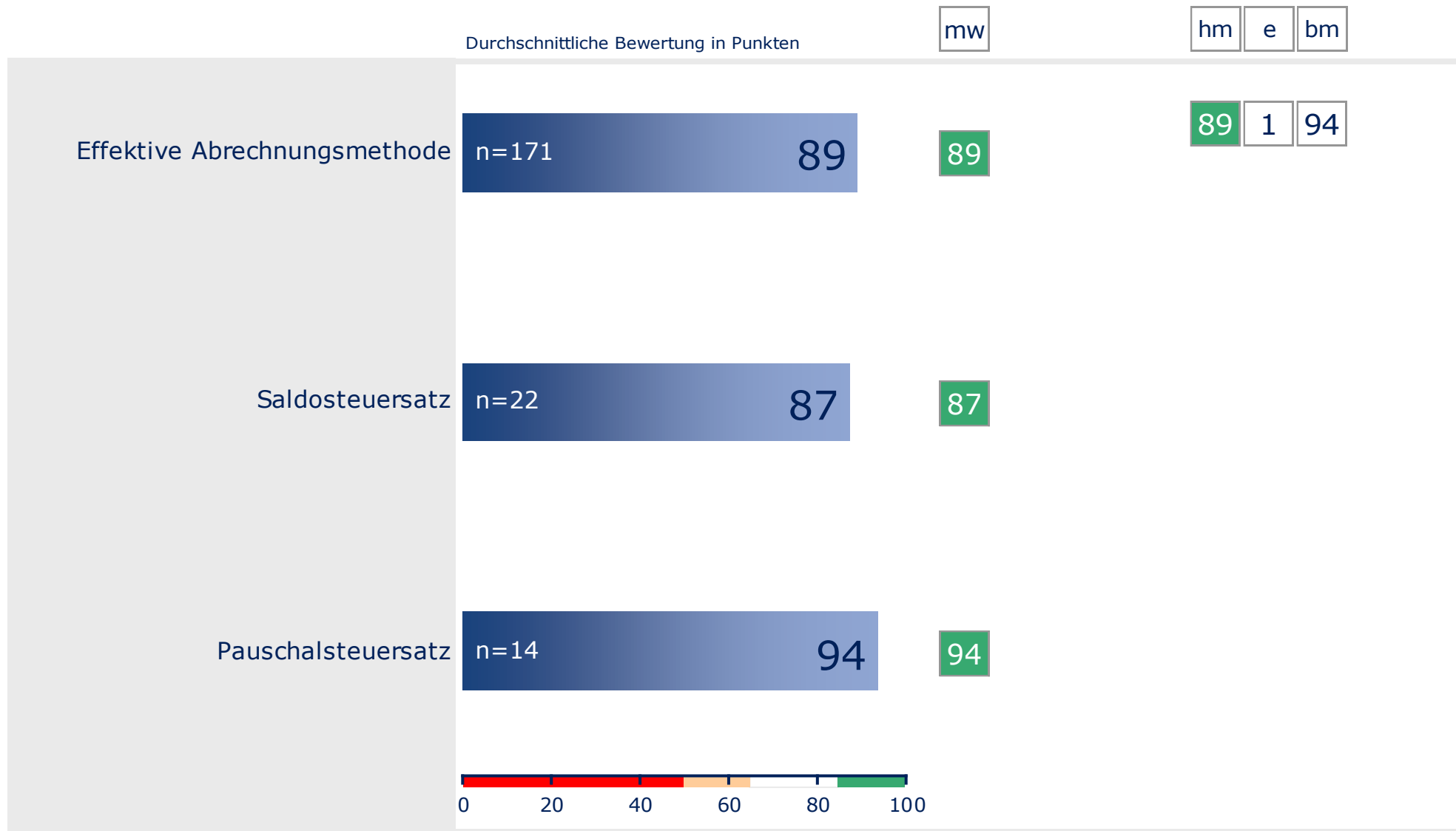
keine
Zustimmung

volle
Zustimmung

D Umgang bei Kontrollen, nach Kantonsgruppen



D Umgang bei Kontrollen, nach Abrechnungsmethode



mw Mittelwert

hm Hauptabteilung Mehrwertsteuer

e Einfluss

bm Benchmark

D Inhaltsübersicht

A Einleitung

B Partnerzufriedenheit

C Themenübersicht

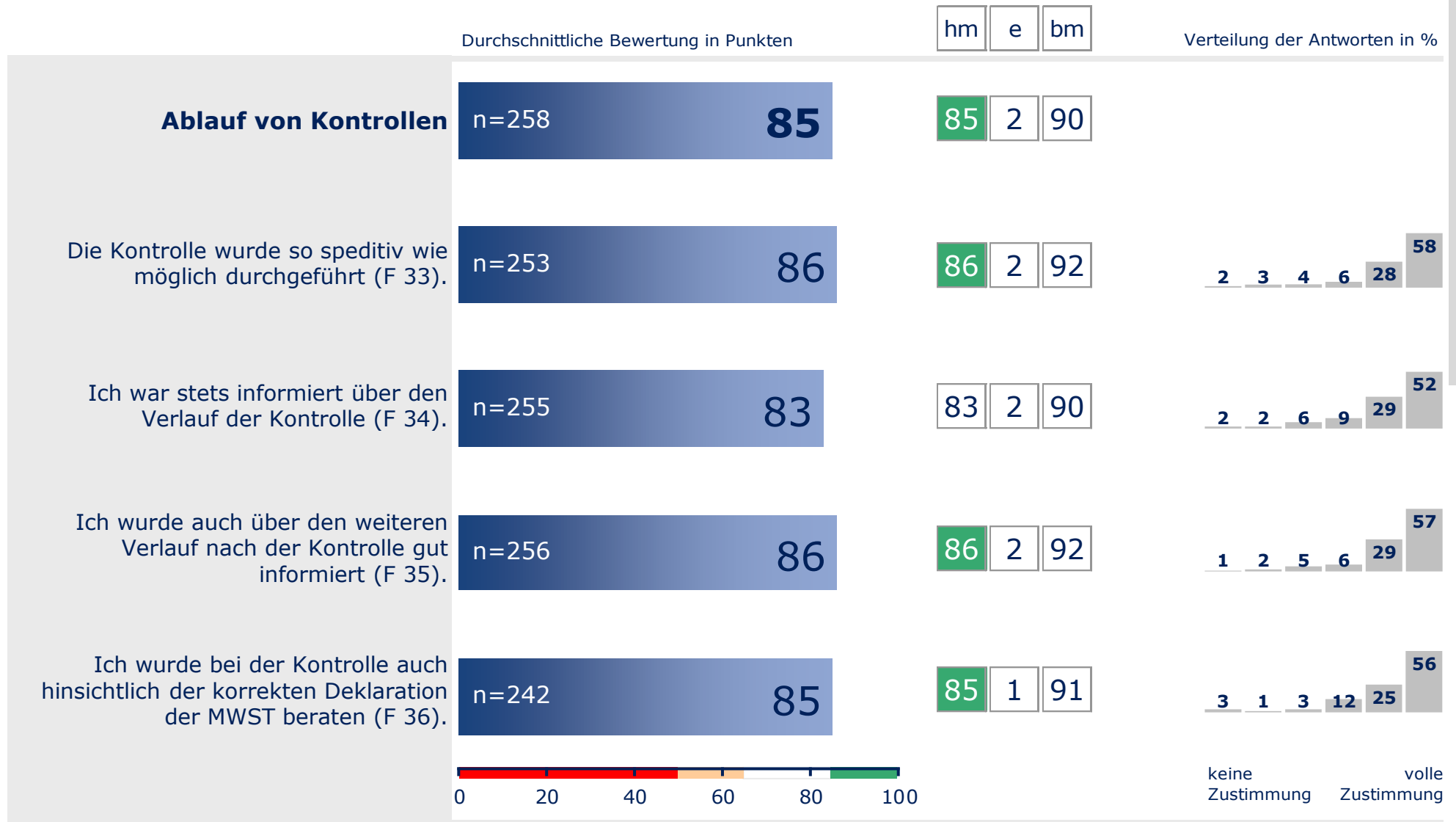
D Resultate pro Thema

- Freundlichkeit
- Erreichbarkeit
- Kompetenz
- Homepage
- Informationsbroschüren
- Steuerdeklaration
- Zahlungswesen
- Umgang bei Kontrollen
- **Ablauf von Kontrollen**
- Wertepaare

E Stärken/Verbesserungspotenziale

F Anhang

D Ablauf von Kontrollen



D Ablauf von Kontrollen, nach Kantonsgruppen



mw Mittelwert

hm Hauptabteilung Mehrwertsteuer

e Einfluss

bm Benchmark

D Ablauf von Kontrollen, nach Abrechnungsmethode



mw Mittelwert

hm Hauptabteilung Mehrwertsteuer

e Einfluss

bm Benchmark

D Inhaltsübersicht

A Einleitung

B Partnerzufriedenheit

C Themenübersicht

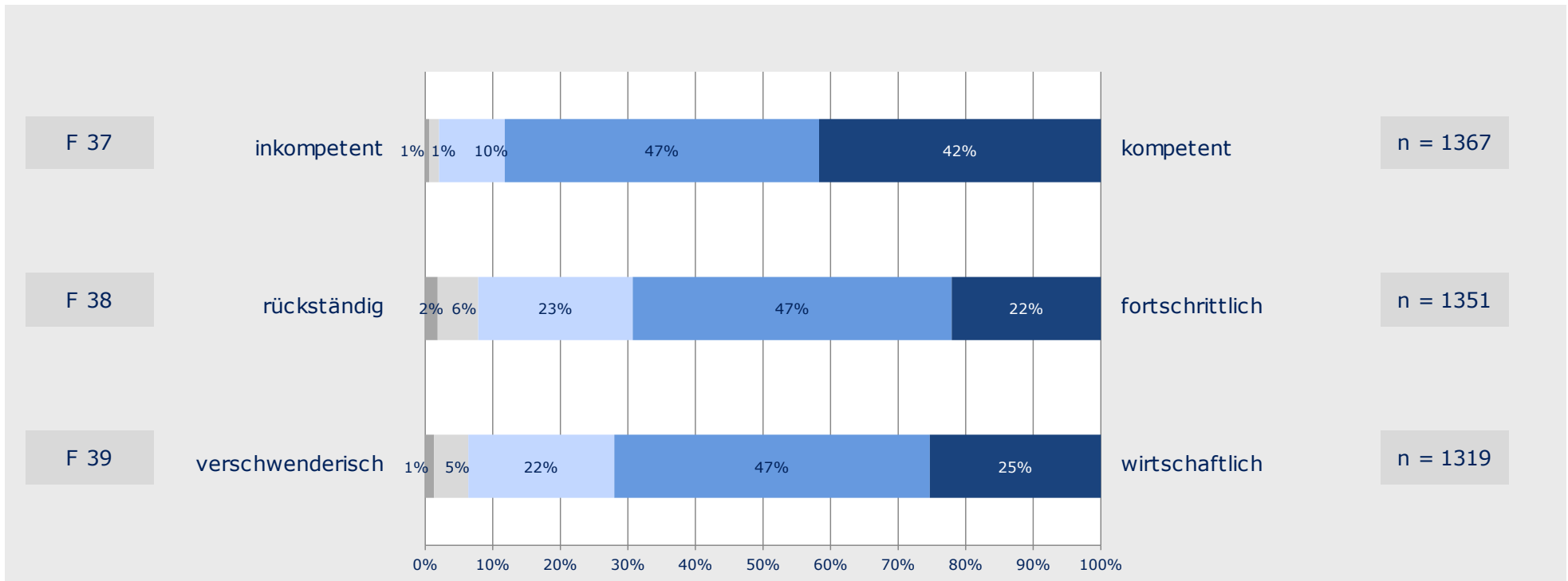
D Resultate pro Thema

- Freundlichkeit
- Erreichbarkeit
- Kompetenz
- Homepage
- Informationsbroschüren
- Steuerdeklaration
- Zahlungswesen
- Umgang bei Kontrollen
- Ablauf von Kontrollen
- **Wertepaare**

E Stärken/Verbesserungspotenziale

F Anhang

Beurteilen Sie spontan, welche der beiden Eigenschaften auf die Hauptabteilung Mehrwertsteuer am besten zutrifft. Sie können Ihr Urteil von 1 bis 10 abstufen. (F 37 - 39)



A Einleitung

B Partnerzufriedenheit

C Themenübersicht

D Resultate pro Thema

E Stärken/Verbesserungspotenziale

F Anhang

Stärken

- Kompetenz (81 Punkte)

Verbesserungspotenzial

- Es lässt sich kein Thema identifizieren, welches dringender bzw. rascher Verbesserung bedürfte.
- Beim Thema Steuerdeklaration (71 Punkte) ist ein gewisses Handlungspotenzial erkennbar.

Hohe Bewertung

- Umgang bei Kontrollen (89 Punkte)
- Ablauf von Kontrollen (85 Punkte)
- Freundlichkeit (84 Punkte)
- Zahlungswesen (81 Punkte)

Mittlere Bewertung

- Erreichbarkeit (75 Punkte)
- Informationsbroschüren (70 Punkte)
- Homepage (73 Punkte)

F Inhaltsübersicht

- A Einleitung
- B Partnerzufriedenheit
- C Themenübersicht
- D Resultate pro Thema
- E Stärken/Verbesserungspotenziale

F Anhang

- Interpretation der Resultate
- Methodik

Vorbereitung

- Die folgenden Ausführungen sollen helfen, die vorliegenden Ergebnisse besser und effizienter zu interpretieren; mit dem Ziel, einen optimalen Massnahmenkatalog zu erhalten.
- Es ist von Vorteil, vor der Interpretation den Auswertungsbericht bereits einmal durchzuarbeiten und erste Erkenntnisse, bzw. Resultate oder Fragen zu kennzeichnen. Dies unterstützt den späteren Interpretationsprozess.
- Weiter ist es unumgänglich, die Legenden zu den einzelnen Darstellungen genau zu studieren. Diese befinden sich am Anfang des Berichtes.

Punkt 1: Analyse der Datenbasis

- Die Seite ‚Rücklauf / Ausschöpfung / Datenbasis‘ zu Beginn des Auswertungsberichtes bilden eine Grundlage für die Interpretation. Sie zeigt auf, wie sich die Antwortenden zusammensetzen und somit auch auf welchen Personengruppen die Ergebnisse basieren.

Punkt 2: Partnerzufriedenheit

- Das Kapitel ‚Partnerzufriedenheit‘ zeigt das Gesamturteil der Befragten über die Hauptabteilung Mehrwertsteuer. Es enthält somit grundlegende Informationen zur wechselseitigen Beziehung der Partner mit der Hauptabteilung Mehrwertsteuer.

Punkt 3: Identifikation von Verbesserungspotenzial

- Die Einzelfragen der Befragung sind in thematische Aspekte, Themen genannt, zusammengefasst. Die Grafik ‚Übersicht Themen‘ zeigt auf einen Blick die Werte zu allen Themen. Hier können thematisch gegliedert erste Schwerpunkte gesetzt werden. Ziel ist die Ermittlung von Themen mit Handlungspotenzial.
- Handlungspotenzial ist vorhanden, wenn ein Thema eine geringe Bewertung erfährt und/oder einen mindestens mittleren bis grossen Einfluss auf den Partnerzufriedenheitsindex aufweist.
- Bei einer hohen Bewertung eines Themas und einem mittleren bis hohen Einfluss dieses Themas auf den Partnerzufriedenheitsindex handelt es sich um eine Stärke, bei tiefer Bewertung um eine Schwäche.
- Einen Aufschluss darüber, wie ausgeprägt das Handlungspotenzial ist, liefert der Benchmark (Spalte bm). Dieser Wert, welcher die drei Kantonsgruppen mit den höchsten Werten zusammenfasst, kann somit als eine erreichbare Zielgrösse interpretiert werden.
- Themen mit einem hohen Handlungspotenzial können im nächsten Schritt auf Stufe Einzelfrage analysiert werden. Dabei verläuft der Interpretationsprozess auf dieselbe Art wie bei den Themen. Der Einfluss auf den Partnerzufriedenheitsindex ist hier in der Spalte e ausgewiesen.

Punkt 4: Portfolioanalyse

- Ein Portfolio zeigt aus Datensicht die Stärken und Schwächen und kann ebenfalls zur Eingrenzung der für die Ableitung von Massnahmen wichtigen Themengebiete verwendet werden (vgl. Legende).

Punkt 5: Einbezug weiterer Daten

- Sind die strategischen Stossrichtungen gefunden und das Verbesserungspotenzial identifiziert, müssen in einem nächsten Schritt die weiteren vorhandenen Daten für die gefundenen Verbesserungspotenziale analysiert werden.
- In der Matrix ist ersichtlich, ob zu den einzelnen gefundenen Themenbereiche Unterschiede zwischen verschiedenen Auswertungsgruppen existieren. Dies ist insofern wichtig, als nicht jede Stärke / jedes Problem für alle Partner besteht.
- Die qualitative Auswertung der Bemerkungen der Befragten zeigt die schriftlich notierten Nennungen zu den Themengebieten. Sie kann als zusätzliche Illustration der Daten verwendet werden.

Punkt 6: Erstellen des Massnahmenkatalogs

- Letzter Punkt der Interpretation ist die Erstellung eines Massnahmenkatalogs zu den eruierten Verbesserungspotenzialen. Die Anzahl der Massnahmen sollte in einem ersten Schritt nicht grösser als drei sein, da sich ansonsten eine konsequente Umsetzung als schwierig zeigen kann. Weiter ist zu beachten, ob eine Massnahme auf Unternehmungsebene oder nur in Teilbereichen umgesetzt werden soll.
- Bei der Ableitung der Massnahmen ist zu berücksichtigen, dass ausgewählte Betroffene in den Prozess einbezogen werden.
- Die Massnahmen sollen schriftlich mit den Zielen, dem Zeitrahmen, den benötigten Ressourcen und den für die Umsetzung verantwortlichen Personen festgehalten werden.
- Zur Umsetzung der Massnahmen empfiehlt es sich, eine Person einzusetzen (Follow-up Manager(in)), welche mit den nötigen Kompetenzen ausgestattet wird und die Gesamtverantwortung für die Umsetzung trägt (inkl. Controlling der Massnahmen).



- Die Resultate basieren auf einer **schriftlichen Befragung** mit mehrheitlich standardisiertem Fragebogen. Der Fragebogen enthält Aussagen, die sich auf die individuelle Situation der Betroffenen beziehen. Die Befragten konnten die Aussagen mit Hilfe einer Likert-Skala beurteilen:

stimme gar nicht zu	stimme grösstenteils nicht zu	stimme eher nicht zu	stimme eher zu	stimme grösstenteils zu	stimme voll zu	weiss nicht
☐ ₁	☐ ₂	☐ ₃	☐ ₄	☐ ₅	☐ ₆	☐ ₀

- „**Weiss nicht**“-Antworten werden weder bei den Berechnungen noch bei der Angabe der n-Werte ausgewiesen.
- Die **Beurteilungen** werden für die Auswertung zur einfacheren Interpretation wie folgt **umgerechnet**: Minimal kann der Wert 0 (keine Zustimmung) und maximal der Wert 100 (volle Zustimmung) erreicht werden.
- Zur **Darstellung der Resultate** im Bericht werden **unterschiedliche Methoden** angewandt: In der Regel wird die Beurteilung von Aussagen in Balkendiagrammen gezeigt, wobei jeweils das arithmetische Mittel (Durchschnittswert) der Beurteilung in Punkten zwischen 0 und 100 ausgewiesen wird. Zusätzlich werden mehrheitlich die Anzahl der Nennungen pro Aussage und Kategorie in absoluten Zahlen und/oder Prozents angegeben.
- Einzelfragen mit gleicher thematischer Bedeutung werden zu einem **Fragenkomplex (Thema)** zusammengefasst. Die Bildung eines Themas erfolgt in einem ersten Schritt durch die Gruppierung von Fragen mit gleicher thematischer Bedeutung, beruhend auf theoretischen Annahmen. In einem zweiten Schritt werden die Annahmen durch eine Hauptkomponentenanalyse überprüft und gegebenenfalls korrigiert (durch Zuordnung von Indikatoren zu anderen Themen bzw. Ausschluss aus dem Modell).

Statistische Analysen

- Der **Einfluss der Themen** und der **Einzelfragen auf den Partnerzufriedenheitsindex** wird mittels einer Regressionsanalyse ermittelt und beim Erreichen des benötigten Signifikanzniveaus (5%) in drei Stufen kategorisiert (gering, mittel, hoch).

Portfolio

- Die im Portfolio ausgewiesenen Faktoren werden mit einer **multiplen, lineare Regressionsanalyse** ermittelt.
- Beim angewandten Verfahren wird in einem **iterativen Prozess** jeweils diejenige Variable in die Regressionsgleichung einbezogen, die den grössten Anteil der Varianz (R^2) des zu beeinflussenden Themas erklärt. Insgesamt wird der Einfluss aller unabhängigen Variablen berechnet; Variablen mit nicht-signifikantem Einfluss werden eliminiert.
- Der Einfluss wird mit einem (standardisierten) **Koeffizienten** zwischen null und eins angegeben (standardisiertes Beta). Diesen Koeffizienten interpretiert man wie folgt: Wenn sich die unabhängige Variable (Einflussfaktor) um eine Standardabweichung ändert, ändert sich die abhängige Variable (zielorientiertes Verhalten) um die Höhe des entsprechenden Beta-Koeffizienten mal die Standardabweichung der abhängigen Variable. Mit anderen Worten: Je höher ein Koeffizient, desto stärker ist der Zusammenhang zwischen den beiden Variablen.