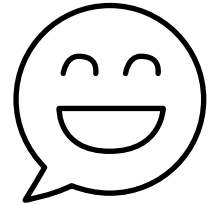


Kundenzufriedenheit

Commitment

menuandmore will begeisterte und damit treue Kunden. Dafür pflegen wir einen engen und regelmässigen Austausch mit ihnen. Wir nehmen die Anliegen der Kunden ernst und erfüllen sie wenn möglich. Die Glaubwürdigkeit von menuandmore und damit das grosse Vertrauen der Kunden sind unser wertvollstes Gut.



Beschreibung

(gemäss Management-Ansätzen plus signifikante positive wie negative Auswirkungen / Wirkungen):

- Die Kundenloyalität ist die Basis für die Wirtschaftlichkeit und für das Fortbestehen des Unternehmens. Nur zufriedene und begeisterte Kunden können langfristig gehalten werden. menuandmore positioniert sich klar als Qualitätsanbieterin in einer Nische. Daraus ergibt sich der Anspruch an eine hohe Kundenzufriedenheit.
- Die kontinuierliche Weiterentwicklung des Angebots, eine starke Dienstleistungsorientierung, die Durchführung von Schulungen, Veranstaltungen, Events, Kundenumfragen und der regelmässige Kontakt und Austausch sind wichtige Elemente für die Zufriedenheit der langjährigen Kundinnen und Kunden.

Beiträge zu folgenden SDGs



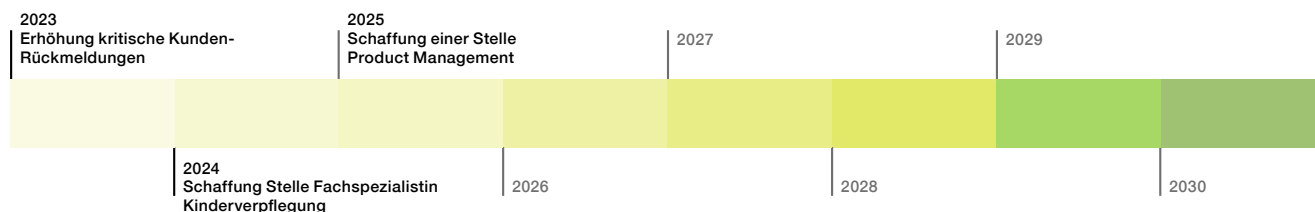
- Wer sein Kind ausserhalb des engsten Familienkreises betreuen lässt, soll sich darauf verlassen können, dass diese Betreuung der Gesundheit und dem Wohlergehen des Kindes zuträglich ist.
- Wir unterstützen unsere Kundinnen und Kunden mit qualitativ hochwertigen Mahlzeiten bei einer nachhaltigen und gesunden Ernährung, sodass die Einrichtungen auf die Kernaufgaben der ausserfamiliären Kinderbetreuung fokussieren können.

Stand der Zielerreichungen

Ziele 2023–2025	Status	Bewertung	Weiterführende Informationen
Die Anzahl kritischer Kundenrückmeldungen beträgt im Jahresdurchschnitt maximal 0,22 pro 1'000 zubereiteter Menüs.		Ø 2023 bis 2025: 0.25 31.12.2023: 0.29 31.12.2024: 0.22 31.12.2025: 0.24	Startschwierigkeiten am neuen Standortes ECOPARK TIVOLI (z. Bsp. Probleme mit Webshop, Schwierigkeiten mit Produktionsumgebung)
Das Ergebnis der jährlichen Kundenumfrage erreicht im Jahresdurchschnitt mind. die Schulnote 5.25		Ø 2023 bis 2025: 5.28 31.12.2023: 5.31 31.12.2024: 5.32 31.12.2025: 5.22	Die vorgenommenen Massnahmen wie z. Bsp. Weiterentwicklung der Produkt- und Dienstleistungsangebote wurden umgesetzt

Ziele 2026–2028	Datum	Massnahmen
Die Anzahl negativer Kundenrückmeldungen beträgt im Jahresdurchschnitt maximal 0.20 pro 1'000 produzierter Menüs.	31.12.2028	• Strukturiertes Vorgehen bei der Analyse der negativen Beanstandungen inklusive Miteinbezug der Mitarbeitenden zur Erhebung von nachhaltigen Massnahmen, um ein erneutes Auftreten zu vermeiden. • Festlegen eines Zielwertes für die am häufigsten betroffenen Prozesse • Aufrechterhaltung und weitere Förderung der offenen Fehlerkultur
Das Ergebnis der jährlichen Kundenumfrage erreicht im Durchschnitt mind. die Schulnote 5.30	31.12.2028	• Verbessern von Prozessen gemäss Qualitätsmanagementsystem • Weiterentwicklung der Produkt- und Dienstleistungsangebote

Wesentliche Fortschritte und Ambition bis 2030



Ambition bis 2030

- Die Anzahl negativer Kundenrückmeldungen beträgt maximal 0,19 pro 1'000 zubereitete Menüs.
- Das Ergebnis der jährlichen Kundenumfrage erreicht mindestens die Schulnote 5,30.

Weitere Informationen zu diesem wesentlichen Thema der Nachhaltigkeitsberichtsperiode 2023 bis 2025; inkl. Fortschritte und Rückschritte.

Weitere Kennzahlen finden sich auf der Website von menuandmore unter:



Jahr 2023

- 2023 gab es viele kritische Kundenrückmeldungen – der zweithöchste Wert in den letzten zehn Jahren. Das lag an zunehmenden Kapazitätsengpässen, die zu mehr Fehlern führten. Darum haben wir die Digitalisierung der Kommissionierung beschlossen. Sie startet zeitgleich mit der Teilauslagerung in den ECOPARK TIVOLI im Sommer 2024.
- Das Angebot und die Dienstleistung wurden weiterentwickelt. Die Kundenbetreuung war eng sowie dienstleistungsorientiert. So erreichten wir einen sehr guten Wert von 5.31 von 6 bei der Kundenumfrage.
- Die beliebten Kindererlebnismittage fanden vorläufig zum letzten Mal auf dem Bio-Bauernhof Leimbihof in Zürich statt.
- Im September war die Abendveranstaltung für Kundinnen und Kunden.
- Auch ein Webinar zu Allergien und Intoleranzen fand statt– in Zusammenarbeit mit Service Allergie Suisse.

Jahr 2024

- Trotz der Teilauslagerung von Transport und Kommissionierung an den neuen Standort ECOPARK TIVOLI konnten wir die Anzahl der Kundenrückmeldungen wieder auf den Zielwert reduzieren, dies, nachdem sie im Vorjahr auf ein Allzeithoch angestiegen waren. Das gute Resultat lag vor allem an der Digitalisierung der Kommissionierung.
- Die Kundenzufriedenheit blieb bei den Leistungsfaktoren auf dem sehr guten Wert von 5.32 von 6.
- Wir analysierten alle Menüs, um Potenzial für Qualitätsverbesserungen zu erkennen. Die Fachspezialistin für Kinderverpflegung setzt die abgeleiteten Massnahmen um.
- Neuentwickelte Gerichte und Rezepturen wurden in den Menüplan aufgenommen.
- Wir veranstalteten zwei Kinder-Erlebnismittage auf dem Bio-Bauernhof Juchhof in Zürich und einen in Winterthur-Wülflingen.
- Im September feierten wir unser 20-Jahr-Jubiläum mit einer Abendveranstaltung für 300 Kundinnen und Kunden.
- Im Jubiläumsjahr ermöglichte menuandmore in Kooperation mit MYBLUEPLANET sogenannte Impact Days für Schülerinnen und Schüler.
- Das diesjährige Kunden-Webinar befasste sich mit Lebensmittelsicherheit und Hygiene.

Jahr 2025

- Die Anzahl der negativen Kundenrückmeldungen ist leider angestiegen. Dies ist auf diverse Startschwierigkeiten aufgrund des neuen Standortes ECOPARK TIVOLI zurückzuführen (z. Bsp. Probleme mit neuem Webshop).
- Durchführung einer Portfolio-Analyse sämtlicher Menükomponenten und Ableitung entsprechender Optimierungsprojekte
- Die Kundenzufriedenheit blieb bei den Leistungsfaktoren auf dem guten Wert von 5.22 von 6.
- Neu entwickelte Gerichte und Rezepturen wurden in den Menüplan aufgenommen.
- Ausnahmsweise fanden keine Kinder-Erlebnismittage statt. Stattdessen wurden den Kunden vor Ort Erlebnisse ermöglicht mit externen Dienstleistern (z. Bsp. Zaubershow)
- Im November feierte menuandmore den erfolgreichen Standortwechsel mit einer Abendveranstaltung für 300 Kundinnen und Kunden in der Umweltarena Spreitenbach
- Das Kunden-Webinar 2025 widmete sich dem Thema Regeneration

Jahr 2026 Ausblick

- Wiederaufnahme der beliebten Kinder-Erlebnismittage und weiteren Events
- Umsetzung der Optimierungsprojekte aus der Portfolio-Analyse
- Durchführung von zwei Webinaren für die Kunden sowie für Eltern (Thema: Ernährung)