

**BETRIEBSVEREINBARUNG**  
gem. § 96a ArbVG iVm § 73 PBVG  
betreffend  
**Mystery Shopping „Service und Schalterkontakt“,**  
durchgeführt durch einen externen Partner im Auftrag der Österreichischen  
Post AG in den eigenbetriebenen Filialen der Österreichischen Post AG

abgeschlossen zwischen der Österreichischen Post AG

und dem

Zentralausschuss der Bediensteten der Österreichischen Post AG

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

### **Zielsetzung**

Das Mystery Shopping ist ein wichtiges Messinstrument, um die Einhaltung von internen Service-Standards in Bezug auf Service und Schalterkontakt zu überprüfen, die Serviceorientierung und –qualität zu verbessern und weiterzuentwickeln.

Es zielt darauf ab, eine Grundlage für die Weiterentwicklung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, vor allem in Hinblick auf die Kunden- und Serviceorientierung, zu schaffen. Weiters dienen die Ergebnisse als Parameter für die Erreichung eines Teilziels im Rahmen des Prämiensystems 2013 (für die Folgejahre wird ein allfälliges Prämiensystem gesondert publiziert).



### **Räumlicher Geltungsbereich**

Diese Betriebsvereinbarung gilt für alle eigenbetriebenen Filialen der Österreichischen Post AG.

### **Zeitlicher Geltungsbereich**

Diese Betriebsvereinbarung gilt befristet vom 1. Juni 2013 bis 31. Mai 2014.

### **Persönlicher Geltungsbereich**

Diese Betriebsvereinbarung gilt für alle in im räumlichen Geltungsbereich definierten Filialen (Teams Post/Teams Bank) Dienst versehenden Dienstordnungs (DO)-MitarbeiterInnen, Bedienstete, deren Dienstverhältnis dem Kollektivvertrag gemäß § 19 Abs. 3 Poststrukturgesetz (PTSG) unterliegt, sowie BeamtInnen, welche der Österreichischen Post AG gemäß § 17 Abs. 1 PTSG auf Dauer ihres Dienststandes zur Dienstleistung zugewiesen sind.

### **Mystery Shopping**

#### **Durchführung**

Das Mystery Shopping unterstützt objektiv und unmittelbar die Einhaltung von internen Standards sowie die Überprüfung der Beratungs- und Servicequalität.

Das Mystery Shopping wird durch einen externen Partner umgesetzt.

Der Österreichischen Post AG werden grundsätzlich keine Namen der getesteten MitarbeiterInnen seitens des Partners genannt. Eine diesbezügliche Vertraulichkeitserklärung muss der Österreichischen Post AG bzw. dem Zentralausschuss vom durchführenden Institut zur Verfügung gestellt werden.

Personenbezogene Auswertungen sind nur nach vorheriger Zustimmung des Zentralausschusses zulässig.



Der externe Partner stellt der Österreichischen Post AG Ergebnisberichte auf Basis einer aggregierten Filialebene- zur Verfügung.

Für Filialen, in welchen im Team Post dauernd nur ein/eine MitarbeiterIn beschäftigt ist, erfolgt eine filialbezogene Auswertung, wenn die betreffende FilialleiterIn am MbO-Prämiensystem für FilialleiterInnen und TeamleiterInnen Post teilnimmt, sonst in kumulierter Form auf Verkaufsleitergebietsebene.

Die Österreichische Post AG hat keinen Zugriff auf Rohdaten. Diese liegen gesichert beim externen Partner.

Ein Muster des bei Einführung des Systems gültigen Fragebogens und der Testberichte wird dem Zentrallausschuss vor Inkrafttreten der Betriebsvereinbarung zur Verfügung gestellt. Änderungen an den Fragebögen bzw. Auswertungen bedürfen dann der Zustimmung des Zentrallausschusses, sofern dadurch eine Änderung der Testausrichtung bewirkt wird (z.B. neue Fragenkomplexe, Abgehen von den bisherigen Vorgaben der Servicestandards,...). Andere Änderungen sind dem Zentrallausschuss spätestens 4 Wochen vor Einführung zur Kenntnis zu bringen. Über eine Änderung des durchführenden Instituts wird der Zentrallausschuss rechtzeitig vor Beauftragung informiert.

Im Anschluss an die Mystery Shopping Tests kann ein Direktfeedback durch den Tester an die getesteten MitarbeiterInnen (nach Möglichkeit in Anwesenheit des/der FilialleiterIn/TeamleiterIn Post bzw. Bank) gegeben werden. Der Inhalt des Feedbacks wird -wie bei Mitarbeitergesprächen- vertraulich behandelt.

Seitens der Österreichischen Post AG wird dem Zentrallausschuss auf begründetes Verlangen Einsicht zu den Ergebnissen gewährt, die Abstimmung erfolgt im Rahmen der regelmäßigen Termine zwischen der Österreichischen Post AG und dem Zentrallausschuss.

### **Testkriterien**

- Eintreffen in der Filiale, Erstkontakt, Begrüßung
- Frequenzkundenmanagement
- Storecheck (u.a. Platzierung von Produkten und Werbemitteln)
- Schalterkauf
- Wartezeit
- Aktive Information und Kundenansprache- Übergabe des Flyers Produkt des Monats oder eines anderen aktuellen Produktflyers
- Kundenüberleitung bei Beratungsanfrage



## Ergebnisberichte

Die Ergebnisse je Befragung werden in kumulierter Form pro Standort wie folgt bzw. dem im Folgenden definierten Personenkreis zur Verfügung gestellt:

### A) Post AG:

Die Ergebnisse werden auf einer Online-Plattform zur Verfügung gestellt. Ein Berechtigungskonzept nach Vertriebsebenen (Zugangsberechtigungen mittels Passwort für die berechtigten, definierten Personen) stellt sicher, dass nur der definierte Personenkreis die jeweiligen Ergebnisse einsehen kann.

- Geschäftsfeldleitung Vertrieb Filialen, Controlling Vertrieb Filialen und Filialkommunikation: alle Filialen
- VertriebsdirektorIn für den jeweiligen Zuständigkeitsbereich
- VerkaufsleiterIn für den jeweiligen Zuständigkeitsbereich
- TeamleiterIn/FilialleiterIn Post für die jeweilige Filiale
- Für Filialen, in welchen im Team Post dauernd nur eine MitarbeiterIn beschäftigt ist, erfolgt eine filialbezogene Auswertung, wenn der/die betreffende FilialleiterIn am MbO-Prämiensystem für FilialleiterInnen und TeamleiterInnen Post teilnimmt, sonst in kumulierter Form auf Verkaufsleitergebietsebene.

### B) BAWAG P.S.K.

Der BAWAG P.S.K. stehen definierte, für die BAWAG P.S.K. relevante Ergebnisse auf der gemeinsamen Plattform zur Verfügung.

Ein Berechtigungskonzept, gegliedert nach Vertriebsebenen (Zugangsberechtigungen mittels Passwort für die berechtigten, definierten Personen) stellt analog Punkt A) sicher, dass nur der definierte Personenkreis die jeweiligen Ergebnisse einsehen kann:

- Bereichsleiter Privatkundenvertrieb
- VertriebsdirektorIn für den jeweiligen Zuständigkeitsbereich,
- VerkaufsleiterIn für den jeweiligen Zuständigkeitsbereich
- TeamleiterIn /Bank für die jeweilige Filiale - für Filialen, in welchen im Team Post dauernd nur ein Mitarbeiter beschäftigt ist, erfolgt je Verkaufsleiterbereich eine kumulierte Auswertung aller in diesem Verkaufsbereich ansässigen Filialen dieser Kategorie).



## Löschung der Daten

Im Hinblick auf die Verjährungsfristen für die Geltendmachung von Ansprüchen von MitarbeiterInnen der Österreichischen Post AG, für die die Befragungsergebnisse als Parameter für die Erreichung eines Teilziels im Rahmen des MbO-Prämiensystems für FilialleiterInnen und TeamleiterInnen Post dienen, und Rückforderungsansprüchen der Österreichischen Post AG für irrtümlich geleistete Entgelte aufgrund des MbO-Prämiensystems für FilialleiterInnen und TeamleiterInnen Post, werden Daten 3 Jahre (§ 1486 Z 5 ABGB, § 13b GG 1956) nach Ablauf des Jahres der Durchführung des Mystery Shoppings gelöscht.

Wien, am 22. 5. 2013

Für die Österreichische Post AG:



DI Dr. Georg Pölzl  
Generaldirektor

Für den Zentralausschuss der  
Bediensteten der Österreichischen  
Post AG:



Helmut Köstinger  
Vorsitzender



DI Walter Hitziger  
Vorstandsdirektor

Szenario:  
**SERVICE und SCHALTERKAUF**

Nr.	Testkriterium	JA	NEIN	nb	Frage-bewertung
<b>Szenario Service &amp; Schalterkontakt</b>					
R1	Angaben zur getesteten Filiale				
R2	Datum (TT.MM.JJJJ)				
R3	Uhrzeit: Betreten der Filiale (HH:MM)				
R4	Uhrzeit: Verlassen der Filiale (HH:MM)				
<b>SB-Zone / Foyer</b>					
R5a	Anzahl sichtbare Kunden im SB-Bereich POST (dazu gehört: Abgabeböden, Frankierautomaten, Verpackungstisch, Kopierer)				informativ
R9a	Anzahl sichtbare Kunden im SB-Bereich BANK (bei Bankomat, Kontoauszugsdrucker, usw.)				informativ
R9b	Müssen Kunden im SB-Bereich warten, weil das gewünschte Gerät gerade genutzt wird?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ
R9c	Gibt es im SB-Bereich / in der SB-Zone MitarbeiterInnen, die den anwesenden KundInnen die Geräte erklären?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ
<b>Frequenz am Transaktions-/Postschalter (beim Betreten)</b>					
R6a	Anzahl vorhandene Transaktionsschalter				informativ
R6b	Anzahl geöffnete Transaktionsschalter				informativ
R7	Anzahl der wartenden Kunden vor den Postschaltern (über alle Transaktionsschalter hinweg)				informativ
<b>Frequenzkundenmanagement im offenen Kundenraum</b>					
R10a	Gibt es in der Filiale Postmitarbeiter, die sich frei in der Filiale bewegen bzw. Kunden im Frequenzbereich betreuen oder ansprechen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ
R10b	Gibt es in der Filiale Bankmitarbeiter, die sich frei in der Filiale bewegen bzw. Kunden im Frequenzbereich betreuen oder ansprechen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ
R10c	BankmitarbeiterIn verwendet zur Kundenansprache den Frequenzfragebogen oder stellt Fragen daraus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ
R8	In der Beratungszone / im geschlossenen Beratungsbereich sind Bankmitarbeiter sichtbar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ
<b>Storecheck Bank</b>					
S1	Das Boxenstopp-Regal ist in der Filiale vorhanden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	nur bei Bank bewertet
S2	Die Platzierung des Boxenstopp-Regals ist vorschriftsgemäß	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ
S3	Das Boxenstopp-Regal ist gut sichtbar in der Filiale positioniert und optimal für eine Beratung angeordnet				informativ
S4	Das Boxenstopp-Regal ist vollständig bestückt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	nur bei Bank bewertet
S5	Von jedem Boxen-Typ ist zumindest ein Exemplar im Regal vorhanden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	nur bei Bank bewertet
<b>Storecheck POST</b>					
P1	Werden die Produkte x richtig präsentiert?				bewertet
P2	Sind Aufsteller/Regal/Display X korrekt bestückt?				bewertet
P3	Ist das Sortiment X vorschriftsgemäß präsentiert?				bewertet
P4	Ist der Kleber X nach Vorgabe angebracht?				informativ
P5	Sind die Produkte X preisausgezeichnet?				informativ
<b>EINTREFFEN IN DER FILIALE / ERSTKONTAKT</b>					
F9	Aktive Begrüßung durch eine/n MitarbeiterIn beim Betreten (bevor Sie zum Schalter gehen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	bewertet (außer, wenn Situation "nicht bewertbar")
F10	Aktive Ansprache durch eine/n MitarbeiterIn in der Orientierungsphase im Filialraum (bevor Sie zum Schalter gehen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ
I10	Beim Eintreffen in der Filiale fühlt man sich als potenzieller Kunde willkommen geheißen				informativ
<b>Schalterkauf</b>					
A0	Welche Art von Warteschlangensystem war in der Filiale zum Testzeitpunkt im Einsatz				informativ
A1	Anzahl der Kunden VOR Ihnen an Ihrem Schalter bzw. in der gemeinsamen Warteschlange beim Einschlangensystem (zum Zeitpunkt des Anstellens)				informativ
A2	Gegenstand Schalterkauf				informativ
A3	Wartezeit am Schalter in Minuten				informativ
A4	Wartezeit am Schalter ist angemessen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ
A5	Aktive Ansprache in der WARTESCHLANGE durch eine/n MitarbeiterIn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ
<b>Auftreten des Schaltermitarbeiters</b>					
A5a	Aktiver Gruß durch den Schaltermitarbeiter, wenn Sie beim Schalter an der Reihe sind	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	bewertet
A5b	SchaltermitarbeiterIn trägt vorgeschriebene Mitarbeiterkleidung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	bewertet
A5c	SchaltermitarbeiterIn trägt Namensschild	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	bewertet
<b>Aktive Ansprache am Schalter</b>					
A6	SchaltermitarbeiterIn stellt eine Up-Selling Frage für die Sendungsaufgabe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	bewertet
A7	Aktive Übergabe eines Flyers am SCHALTER (während Sie am Schalter bedient werden)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	bewertet
A8	Bei der Flyerübergabe wird ein positiver Übergabesatz verwendet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	bewertet
A10	Tester äußert Interesse am Bankprodukt: SchaltermitarbeiterIn spricht AKTIV die Möglichkeit einer BANKBERATUNG an oder gibt Hinweis auf BANKBERATER/IN vor Ort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ
A10a	Obwohl der Kunde für eine sofortige Beratung keine Zeit hat, fragt SchaltermitarbeiterIn nach weiteren Schritten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ
A11	Situationserfassung: Wäre ein freier Berater verfügbar gewesen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ
A11a	Situationserfassung: Haben während Ihres Besuchs andere Kunden am Schalter auch einen Flyer erhalten bzw. wurden andere Kunden auf Produkte angesprochen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ
A11c	Situationserfassung: Waren Flyer Produkt des Monats für Sie ersichtlich in erreichbarer Nähe für den Schaltermitarbeiter (z.B. liegen am Schalter auf)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ
A12	Anzahl der Kunden NACH Ihnen an Ihrem Schalter (Beim Verlassen des Schalters)				informativ
<b>Subjektiver Eindruck vom Schalterkontakt</b>					
A13a	Freundlichkeit SchaltermitarbeiterIn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ
A13b	SchaltermitarbeiterIn vermittelt den Eindruck, mit den Abläufen und Tools versiert zu sein. Er/Sie wirkt kompetent für die Tätigkeit.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ
A13c	Erscheinungsbild des Schaltermitarbeiters	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ
A14	Subjektiver Gesamteindruck Schalterkontakt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ
<b>GESAMTERGEBNIS AKTIVE KUNDENANSPRACHE</b>					
A20	Zusammenfassung: Im Rahmen des Filialbesuchs erfolgt die Übergabe eines Produktflyers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ (Ergebnis aus F10, A5 und A7)
A21	Bei der Flyerübergabe wird ein positiver Übergabesatz verwendet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ (Ergebnis aus F10, A5, A7 und A8)
<b>SUBJEKTIVER GESAMTEINDRUCK FILIALE</b>					
R20	Subjektiver Gesamteindruck vom Filialerscheinungsbild (baulich / räumlich)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ
R21	Filiale wirkt sauber und ordentlich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ
R22	Das Erscheinungsbild der Filiale bzw. der Gesamteindruck laden dazu ein, eine Bankberatung dort zu machen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ
R23	Wie schätzen Sie die Zusammenarbeit zwischen Post und Bank ein? Wie sehr haben Sie den Eindruck, dass Post- und Bankmitarbeiter in dieser Filiale ein gutes Team sind?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ
R24	Ich würde diese Filiale wieder besuchen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	informativ