

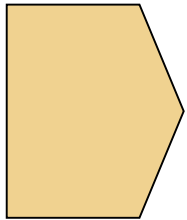
DtGV-Studie:

Deutscher Kunden-Award 2019

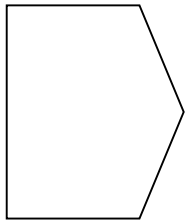
Audit Kundenzufriedenheit, Kundenservice, Preis-Leistungs-Verhältnis

Weiterführende Informationen zu Testdesign und Ergebnissen

Übersicht



Testdesign – weiterführende Informationen



Ergebnisse der Branche Fernhochschulen

Methodik

> Methodik	<ul style="list-style-type: none"> ▪ branchenübergreifende, landesweite Online-Kundenbefragung ▪ Insgesamt wurden 2.396 Unternehmen aus 239 verschiedenen Branchen bewertet.
> Stichprobe	<ul style="list-style-type: none"> ▪ insgesamt 373.383 Unternehmensbewertungen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Alter: 18-65 Jahre ▪ 50% Männer, 50% Frauen ▪ Die Umfrage-Teilnehmer bewerteten die einzelnen Unternehmen auf einer 10-stufigen Skala (1 = herausragend, 10 = katastrophal) hinsichtlich der folgenden drei Aspekte: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kundenzufriedenheit ▪ Kundenservice ▪ Preis/Leistungs-Verhältnis ▪ In der Auswertung berücksichtigt wurden Unternehmen, für die je mindestens 100 Bewertungen abgegeben wurden. In einzelnen Branchen mit geringer Inzidenzrate kann die Stichprobenzahl geringfügig darunter liegen, jedoch in keinem Fall niedriger als 75.
> Erhebung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Juni – September 2019

Die Scores

Die wissenschaftliche Untersuchung einer solch komplexen Vielfalt von Unternehmen und Branchen zwingt dazu, die breite Reihe an möglichen Beurteilungskriterien, die für jede einzelne Branche individuell relevant erscheinen, deutlich zu reduzieren. Nur so ist ein branchenübergreifender Vergleich verschiedenster Anbieterleistungen von der Beratungsqualität eines Möbelhauses über die Schadensregulierung eines Haushaltsversicherers bis hin zum umfassenden Servicekonzept einer Hotelkette möglich.

Daher wurde für die Beurteilung der fast 2.400 Unternehmen im vorliegenden „Deutschen Kunden-Award 2019“ mittels dreier einfacher, leicht nachvollziehbarer und v.a. sehr gut vergleichbarer und valider Scores gemessen:

- **„Kundenzufriedenheits-Score“ (KZS)**
- **„Kundenservice-Score“ (KSS)**
- **„Preis-Leistungs-Score“ (PLS)**

Die drei Scores wurden so konzipiert, dass sie die verschiedensten Arten von Erfahrungen branchenübergreifend abbilden könnte. Dazu wurden die jeweiligen Themen Kundenzufriedenheit, Kundenservice und Preis-Leistungs-Verhältnis auf die „kleinsten gemeinsamen Nenner“ reduziert

Testdesign – Instruktion der Teilnehmer 1/2

Herzlich willkommen zu unserer Umfrage!

Wir möchten Ihre Zufriedenheit mit Anbietern unterschiedlicher Branchen erfahren. Wir erheben dabei mehrere Branchen in einer Umfrage.

Die meisten Nutzer haben in jeder Branche nur Erfahrungen mit einigen wenigen oder auch einmal gar keinen Unternehmen. Dies ist vollkommen ok. Bewerten Sie bitte ausschließlich jene Unternehmen, mit denen Sie in den letzten 3 Jahren Erfahrungen als Kunde gesammelt haben.

Sollten Sie zu Unternehmen oder ganzen Branchen keine Aussagen machen können, lassen Sie das Unternehmen bzw. die Branche einfach "leer" bzw. bewerten Sie entsprechende Anbieter nicht.

Sie erhalten in jedem Fall Ihr Honorar, egal wie viele oder wie wenige Bewertungen Sie abgeben können.

Testdesign – Instruktion der Teilnehmer 2/2

Wir befragen Sie zu 3 Aspekten, um die Anbieter einschätzen zu können:

- **Kundenzufriedenheit:** Wie zufrieden sind Sie als Kunde der folgenden Unternehmen?
- **Kundenservice:** Wie sind Ihre Erfahrungen mit dem Kundenservice der folgenden Unternehmen?
- **Preis / Leistung:** Wie passend finden Sie die Leistung der folgenden Unternehmen der Branche [xyz] im Verhältnis zum geforderten Preis?

Testdesign – Antwortskala



100 %

Essen & Trinken

Wie schätzen Sie die folgenden **LEBENSMITTEL-DISCOUNTER** ein? (1 = Katastrophal | 10 = Herausragend)

	1 = Katastrophal	2	3	4	5	6	7	8	9	10 = Herausragend	UNBEKANNT
Aldi Nord: Kundenzufriedenheit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aldi Nord: Kundenservice	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aldi Nord: Preis / Leistung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aldi Süd: Kundenzufriedenheit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aldi Süd: Kundenservice	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aldi Süd: Preis / Leistung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diska: Kundenzufriedenheit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diska: Kundenservice	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diska: Preis / Leistung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lidl: Kundenzufriedenheit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Testdesign – Bereinigung der Daten und Auswertung

Bevor die Daten ausgewertet wurden, wurden – wie in Online-Panel-Befragungen üblich – diverse Filter angewendet, um die Daten um unaufmerksame und/oder falsche Bewertungen zu bereinigen.

So wurden zum einen allgemeine Aspekte, die als typische Alarmindikatoren bei Online-Panel-Befragungen dienen, wie Ankrenzverhalten, Verweildauer, etc., beachtet und bei Auffälligkeiten entsprechende Ausschlüsse vorgenommen. Zudem wurden auch branchenspezifische Mechanismen eingebaut. So wurden beispielsweise in einigen Branchen, in denen es unüblich ist, als Privatperson bereits Kundenerfahrungen mit *mehreren* Unternehmen gesammelt zu haben (Bsp.: Augenlaserkliniken), all jene Personen, die angaben, bereits Erfahrungen mit mehreren Unternehmen der Branche zu haben, von der Umfrage ausgeschlossen. Auch wenn dies vereinzelt sicher in der Realität möglich sein kann, wurde hierbei der konservativen Weg gewählt und lieber einen wahrer Fall zu viel exkludiert, als eine falsche Antwort riskiert.

Die Auswertung der Daten resultierte in drei globalen Scores:

- **Kundenzufriedenheit**
- **Kundenservice**
- **Preis / Leistung**

Die Scores

Die Scores (Kundenzufriedenheits-Score (KZS), Kundenservice-Ascore (KSS) und Preis-Leistungs-Score (PLS) berechnen sich anschließend wie folgt:

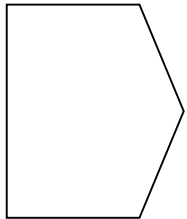
$$\text{KZS} = \frac{\text{SUMME (gültige Bewertungen Kundenzufriedenheit)}}{\text{ANZAHL (gültige Stimmen Kundenzufriedenheit)}}$$

$$\text{KSS} = \frac{\text{SUMME (gültige Bewertungen Kundenservice)}}{\text{ANZAHL (gültige Stimmen Kundenservice)}}$$

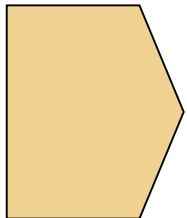
$$\text{PLS} = \frac{\text{SUMME (gültige Bewertungen Preis/Leistung)}}{\text{ANZAHL (gültige Stimmen Preis/Leistung)}}$$

Zur Ermittlung der Preisträger wurden die Scores der untersuchten Unternehmen sowohl branchenübergreifend als auch innerhalb Ihrer Branche in eine Rangreihe gebracht.

Übersicht



Testdesign – weiterführende Informationen



Ergebnisse der Branche Fernhochschulen

Ergebnisse Fernhochschulen - Kundenzufriedenheit

Platzierung	Anbieter	Score Kundenzufriedenheit
1	AKAD University	7,39
2	FernUniversität Hagen	7,36
3	Hochschule Fresenius	7,16
4	ILS	7,08
5	SGD Studiengemeinschaft Darmstadt	7,02
6	Euro FH	6,94
7	IST Hochschule für Management	6,88
8	SRH Fernhochschule	6,87
9	Fernakademie für Erwachsenenbildung/ Fernakademie Klett	6,80
10	Hamburger Fernhochschule	6,80
11	Hamburger Akademie	6,73
12	Wilhelm Büchner Fernhochschule	6,69
13	IUBH	6,69
14	PFH Private Hochschule Göttingen	6,66
15	Diploma Hochschule	6,39

Ergebnisse Fernhochschulen - Kundenservice

Platzierung	Anbieter	Score Kundenzufriedenheit
1	FernUniversität Hagen	7,37
2	Euro FH	7,17
3	ILS	7,15
4	Hochschule Fresenius	7,00
5	SGD Studiengemeinschaft Darmstadt	6,87
6	Fernakademie für Erwachsenenbildung/ Fernakademie Klett	6,85
7	Hamburger Fernhochschule	6,80
8	IUBH	6,79
9	Hamburger Akademie	6,77
10	SRH Fernhochschule	6,73
11	IST Hochschule für Management	6,70
12	Wilhelm Büchner Fernhochschule	6,63
13	AKAD University	6,47
14	PFH Private Hochschule Göttingen	6,47
15	Diploma Hochschule	6,20

Ergebnisse Fernhochschulen - Preis-Leistungs-Verhältnis

Platzierung	Anbieter	Score Kundenzufriedenheit
1	Hochschule Fresenius	7,18
2	FernUniversität Hagen	6,89
3	IST Hochschule für Management	6,81
4	SRH Fernhochschule	6,72
5	ILS	6,70
6	Hamburger Akademie	6,67
7	Hamburger Fernhochschule	6,67
8	Euro FH	6,67
9	SGD Studiengemeinschaft Darmstadt	6,62
10	Fernakademie für Erwachsenenbildung/ Fernakademie Klett	6,62
11	IUBH	6,59
12	Wilhelm Büchner Fernhochschule	6,57
13	PFH Private Hochschule Göttingen	6,56
14	AKAD University	6,47
15	Diploma Hochschule	6,39