

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Jahresanalyse: Bester Service per Telefon / per E-Mail



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv
Hamburg, 5. Februar 2019

Sitz	Hamburg
Gründung	Juni 2006
Ziele	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
Status	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
Ausrichtung	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
Aufgabenfeld	Durchführung von Servicestudien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie rund 1.500 geschulte Tester in ganz Deutschland
Beirat	Jochen Dietrich / n-tv Nachrichtenfernsehen, Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrat, Prof. Peter Wippermann / Trendforscher

UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 11
Fax: 040 27 88 91 48 91
m.hamer@disq.de
www.disq.de

Markus Hamer
Geschäftsführender
Gesellschafter

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 12
Fax: 040 27 88 91 48 91
b.moeller@disqmedia.de
www.disq.de

Bianca Möller
Geschäftsführerin
DISQ Media

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

Inhaltsverzeichnis

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	6
2. Fazit	8
3. Die besten Unternehmen	9
4. Ergebnis Telefonischer Service	10
Bildung	10
Energie	13
Finanzen	17
Mobilität	21
Reisen	24
Technik und Telekommunikation	28
Wohnen	31
5. Ergebnis Service per E-Mail	33
Bildung	33
Energie	36
Finanzen	40

Inhaltsverzeichnis

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).



	Seite
5. Ergebnis Service per E-Mail (Fortsetzung)	
Mobilität	44
Reisen	47
Technik und Telekommunikation	51
Wohnen	54
6. Stärken und Schwächen der Branchen	56
Telefonischer Service	56
Service per E-Mail	57
7. Ergebnisse der Branchen	58
Telefonischer Service	58
Service per E-Mail	59
8. Methodik	60
Anhang	71

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber

Nachrichtensender n-tv

Studienumfang

346 Unternehmen aus 29 Studien in den Kategorien/Branchen:

- Bildung
- Energie
- Finanzen
- Mobilität
- Reisen
- Technik und Telekommunikation
- Wohnen

Studienzeitraum

Januar bis Dezember 2018 (Veröffentlichungstermine)

Analysebereiche

Telefonischer Service, Service per E-Mail

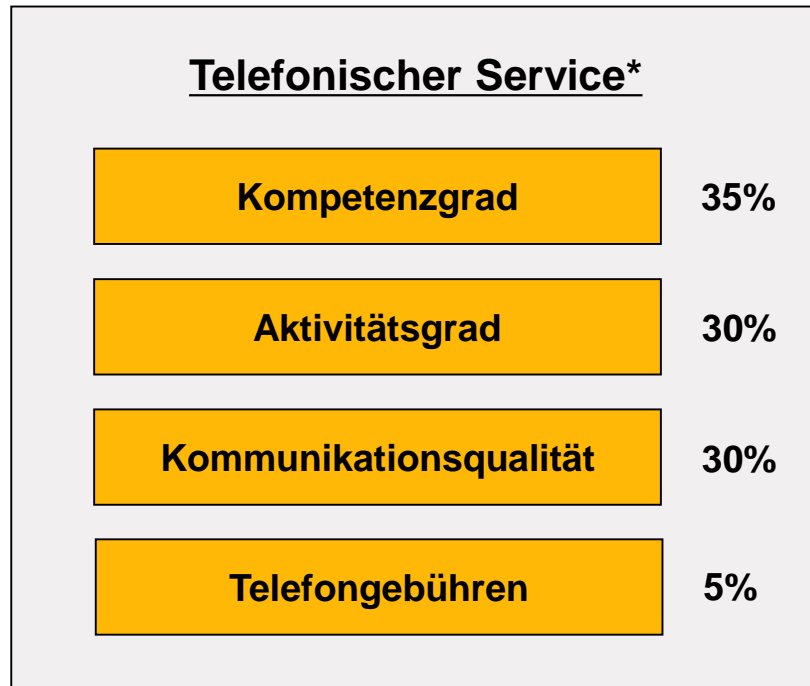
- 3.865 Analysen der telefonischen Kontaktqualität*
- 3.860 Analysen der E-Mail-Beantwortung**

* Drei Unternehmen, die zum Untersuchungsumfang der analysierten Studien gehörten, boten keine telefonische Hotline/Beratung an. Diese drei Unternehmen wurden in der Jahresanalyse nicht berücksichtigt. In zwei weiteren Fällen verfügten jeweils zwei Unternehmen über eine identische Hotline beziehungsweise ein gemeinsames Service-Center, das Ergebnis der Analyse galt jeweils für beide Anbieter beziehungsweise setzte sich aus jeweils fünf Telefontests zusammen. Zudem gab es 42 Unternehmen, die in mindestens zwei unterschiedlichen Studien untersucht wurden und für die dementsprechend mehr als zehn Analysen der telefonischen Kontaktqualität zugrunde lagen.

** Drei Unternehmen, die zum Untersuchungsumfang der analysierten Studien gehörten, boten keine Möglichkeit der Kontaktaufnahme per E-Mail oder Kontaktformular an. Diese drei Unternehmen wurden in der Jahresanalyse nicht berücksichtigt. In einem weiteren Fall verfügten zwei Unternehmen über ein gemeinsames Servicecenter, das Ergebnis der Analyse setzte sich aus zweimal fünf E-Mail-Tests zusammen. Zudem gab es 42 Unternehmen, die in mindestens zwei unterschiedlichen Studien untersucht wurden und für die dementsprechend mehr als zehn Analysen der E-Mail-Beantwortung zugrunde lagen.

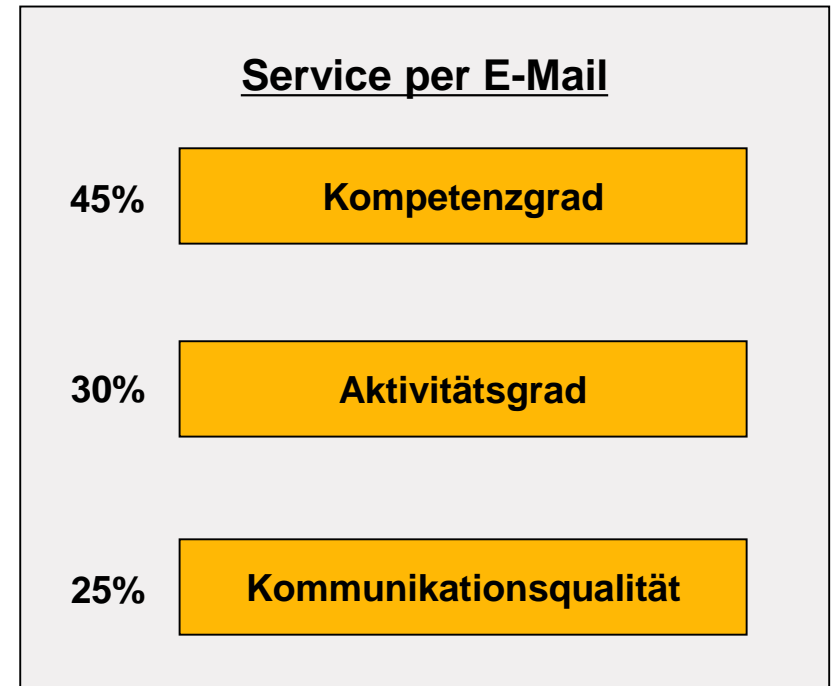
1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



100%

**Ergebnis Bester Service per Telefon
in sieben Kategorien**



100%

**Ergebnis Bester Service per E-Mail
in sieben Kategorien**

* In zwei Studien lagen aus fachspezifischen Gründen Gewichtungen zugrunde, die vom Standard abwichen: In der Studie Internetanbieter wurde die Kommunikationsqualität mit 25 Prozent, die Telefongebühren dafür mit 10 Prozent gewichtet. In der Studie Reisebüros wurde die Kommunikationsqualität mit 35 Prozent bewertet. Die Telefongebühren unterlagen in dieser Studie keiner Bewertung.

3. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Ergebnis Telefonischer Service			
Bildung	Apollon Hochschule der Gesundheitswirtschaft	FOM Hochschule für Oekonomie und Management	Hochschule Fresenius
Energie	Leu Energie	Team Energie	Greenline
Finanzen	Interhyp	Volkswagen Bank	1822direkt
Mobilität	Sparkassen Direktversicherung	R+V	Billiger-Mietwagen.de
Reisen	Oceando.de	Travelscout24	Go7seas-Kreuzfahrten.de
Technik und Telekommunikation	Edeka Smart	Acer	Freenetmobile
Wohnen	Ravensberger Matratzen	Lagerbox	My Place
Ergebnis Service per E-Mail			
Bildung	Eberhardt-Travel	Gebeco	MSH Medical School Hamburg
Energie	Montana	Leu Energie	Bürgerwerke
Finanzen	Münchener Verein	Interhyp	1822direkt
Mobilität	Billiger-Mietwagen.de	Mietwagen-Check.de	DA Direkt
Reisen	Travelscout24	Eberhardt-Travel	Gebeco
Technik und Telekommunikation	Acer	Constructa	Easybell
Wohnen	Muun	Zapf	Casper.com

8. Methodik

Hintergrund der Studie

Die Konsumausgaben privater Haushalte in Deutschland steigen seit Jahren an und lagen 2017 bei 1,64 Billionen Euro.* Bei Fragen oder Problemen mit den Produkten oder Dienstleistungen stehen den Kunden verschiedenste Kontaktkanäle vom persönlichen Gespräch über Social Media bis hin zu Chatbots zur Verfügung. Besonders beliebt sind aber nach wie vor die vertrauten Kanäle Telefon und E-Mail.**

Doch was können Konsumenten hinsichtlich des Services an der Hotline und per E-Mail von den Unternehmen in Deutschland erwarten? Wichtig sind unter anderem die Beratungskompetenz, die Berücksichtigung individueller Kundeninteressen, Wartezeiten und ein freundliches Auftreten der Berater.

Ziel der vorliegenden Jahresanalyse war es, unter der Vielzahl an Unternehmen, die im Jahr 2018 in zahlreichen Studien des Deutschen Instituts für Service-Qualität untersucht wurden, jene zu identifizieren, die in ihrer Branche führend waren und den Verbrauchern in den Bereichen Telefon und E-Mail den besten Service und die kundenfreundlichste Beratung boten.

* Statistisches Bundesamt (2018). Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, S. 130. Online unter: https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/VolkswirtschaftlicheGesamtrechnungen/Inlandsprodukt/InlandsproduktsberechnungLangeReihenPDF_2180150.pdf?__blob=publicationFile (zuletzt abgerufen am 23.11.2018).

** i-Service Initiative (2017). Fokus Omnichanneling (Teil 1): Kunden nutzen vertraute Kontaktkanäle. Online unter: <https://i-serviceblog.com/2017/07/04/fokus-omnichanneling-teil-1-kunden-nutzen-vertraute-kontaktkanale/> (zuletzt abgerufen am 23.11.2018).

8. Methodik

Untersuchungsumfang

In der vorliegenden Jahresanalyse wurden alle Unternehmen untersucht, die im Kalenderjahr 2018 in den vom Deutschen Institut für Service-Qualität veröffentlichten Studien mit den Teilbereichen telefonischer Service oder Service per E-Mail Berücksichtigung fanden und sich einer von sieben definierten Kategorien zuordnen ließen.* Von Unternehmen, die im genannten Zeitraum mehr als einmal untersucht wurden, flossen die aggregierten Mittelwerte der Ergebnisse ein. Die Jahresanalyse basiert auf den Ergebnissen der Testbereiche telefonischer Service beziehungsweise Service per E-Mail der folgenden 29 Untersuchungen:

Bildung	Energie	Finanzen	Mobilität	Reisen	Technik und Telekommunikation	Wohnen
Private Hochschulen	Flüssiggasanbieter	Direkt-Baufinanzierer	Autovermieter	Budget-Hotels	Computer-Hersteller	Online-Shops Matratzen
Private Gesundheitshochschulen	Gasanbieter	Direktversicherer	Kfz-Versicherer	Hotelportale	Großelektrohersteller	Seniorenresidenzen
Veranstalter Studien-/Städtereisen	Heizstromanbieter	Gesetzliche Krankenversicherer	Mietwagenportale	Kreuzfahrtportale	Internetanbieter	Selfstorage-Center
	Stromanbieter	Kfz-Versicherer	Parkhausbetreiber	Reisebüros	Mobilfunkanbieter	Umzugsunternehmen
		Private Krankenversicherer		Reiseportale	Smartphone-Hersteller	
				Veranstalter Studien-/Städtereisen		

* Unternehmen, die zwar Bestandteil der jeweiligen Studien waren, im Testzeitraum aber keine Möglichkeit der Kontaktaufnahme per Telefon beziehungsweise E-Mail oder Kontaktformular anboten, wurden (in dem jeweiligen Bereich) nicht berücksichtigt.

8. Methodik

Untersuchungsumfang – Bildung



Die Kategorie Bildung umfasste folgende Unternehmen:

Bildung		
Apollon Hochschule der Gesundheitswirtschaft	FOM Hochschule für Oekonomie und Management	MSB Medical School Berlin
Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement	Frankfurt School of Finance and Management	MSH Medical School Hamburg
DHGS Deutsche Hochschule für Gesundheit & Sport	Gebeco	RFH Rheinische Fachhochschule Köln
EBC Hochschule	Hochschule Fresenius	SKR Reisen
Eberhardt-Travel	Hochschule für Angewandte Wissenschaften Europa	SRH Hochschule für Gesundheit Gera
EC Europa Campus	Hochschule Macromedia	Studiosus
EU FH Health School	Ikarus Tours	Wikinger Reisen
FHDW Fachhochschule der Wirtschaft	ISM International School of Management	Windrose Finest Travel
FHM Fachhochschule des Mittelstands	Karawane Reisen	

8. Methodik

Untersuchungsumfang – Energie

Die Kategorie Energie umfasste folgende Unternehmen:

Energie			
Badenova	Flüssiggasonline.de	Maingau Energie	Scharr
Baywa	Gasag	Meinflüssiggas.de	Senlogas
BEV Energie	Greenline	Meinheizstrom.de	Stadtwerke Energie Verbund
Bürgerwerke	Greenpeace Energy	Mitgas	Stadtwerke Flensburg
DEW21	Grüner Funke	Montana	Stadtwerke Frankfurt Oder
Die Energievorsorger	Grünwelt Energie	Natur Energie Plus	Stadtwerke Heidenheim
Drachengas	H&H Flüssiggas	Naturstrom	Stadtwerke München
E wie einfach	HHM Flüssiggas	Naturwerke	Stiebel Eltron Umweltstromplus
E.ON Energie Deutschland	Immergrün	N-Ergie	Strogon
Econsum	Innogy	Original Energie	Systemstrom
EnBW	Kerngas	Ovag Energie	Team Energie
EnQu	Kiss me green (E:Veen)	Pfiffiggas	Tega
Enstoga	Klickenergie	Polarstern	Tyczka Energy
Entega	Knauber	Primagas	Vattenfall
EVD Deutschland	Leu Energie	Prioenergie	Vishare
EWE	LEW	Progas	Vivagas
EWS Schönau	Lichtblick	Rheingas	Westfa
Extraenergie	Logo Energie	Sauber Energie	Westfalen

8. Methodik

Untersuchungsumfang – Finanzen

Die Kategorie Finanzen umfasste folgende Unternehmen:

Finanzen			
1822direkt	BBKK	Europa	Netbank
AachenMünchener	BKK Mobil Oil	Generali	Planethyp
Accedo	Central	Gothaer	R+V
AdmiralDirekt.de	Check24	Hallesche	R+V24
Allianz	Comdirect Bank	Hannoversche	SBK Siemens-Betriebskrankenkasse
Allsecur	Concordia	Hanse-Merkur	SDK
AOK Baden-Württemberg	Consorsbank	HDI	Signal Iduna
AOK Bayern	Continentale	HUK24	Sparkassen Direktversicherung
AOK Hessen	CosmosDirekt	HUK-Coburg	Techniker Krankenkasse
AOK Niedersachsen	DA Direkt	IKK Classic	UKV
AOK Nordost	DAK-Gesundheit	ING-Diba	Universa
AOK Nordwest	Debeka	Inter	Verti
AOK Plus	Deutscher Ring	Interhyp	VHV
AOK Rheinland/Hamburg	DEVK	Itzehoer	Viactiv Krankenkasse
AOK Rheinland-Pfalz/Saarland	DKB - Deutsche Kreditbank	KKH Kaufmännische Krankenkasse	Volkswagen Bank
AOK Sachsen-Anhalt	DKV	Knappschaft	Württembergische
Audi BKK	Dr. Klein	LKH	Zurich
Axa	DTW - Immobilienfinanzierung	LVM	
Barmenia	Ergo	Mecklenburgische	
Barmer	Ergo Direkt	Münchener Verein	

8. Methodik

Untersuchungsumfang – Mobilität

Die Kategorie Mobilität umfasste folgende Unternehmen:

Mobilität		
AachenMünchener	Debeka	Mietwagen24.de
AdmiralDirekt.de	DEVK	Mietwagen-Check.de
Allianz	Ebookers.de	OPG Center-Parking
Allsecur	Enterprise	Park One
Apcoa Parking	Ergo	Park Service Hufner
Auto Europe	Europa	Q-Park
Avis	Europcar	R+V
Axa	Generali	R+V24
B+B Parkhaus	Gothaer	Signal Iduna
Billiger-Mietwagen.de	Happycar.de	Sixt
Buchbinder	HDI	Sparkassen Direktversicherung
Budget	Hertz	Sunny Cars
Car Del Mar	HUK24	SVG
Check24	HUK-Coburg	Verti
Concordia	Idealo	VHV
Continental	Indigo Park	Württembergische
Contipark	Itzehoer	Zurich
CosmosDirekt	LVM	
DA Direkt	Mecklenburgische	

8. Methodik

Untersuchungsumfang – Reisen

Die Kategorie Reisen umfasste folgende Unternehmen:

Reisen			
1-2-Fly.com	Ehotel	Karawane Reisen	Reiseland
A&O Hotels	Expedia.de	Kreuzfahrtberater.de	Reisen.de
Ab-in-den-urlaub.de	First Reisebüro	Kreuzfahrten.de	SKR Reisen
Alltours Reisecenter	Flugbörse	Kreuzfahrten-Flemming.de	Sonnenklar Reisebüro
Alltours.de	FTI	Kreuzfahrten-Reisebuero.de	Sonnenklar.tv
B&B Hotels	Gebeco	Kreuzfahrten-Zentrale.de	Studiosus
Booking.com	Go7seas-Kreuzfahrten.de	Kreuzfahrtschnaepchen.com	Thomas Cook Reisebüro
Check24	Holiday Inn Express	Lastminute.de	Thomascook.de
Cruise24.de	Holiday Land	L'Tur	Travelscout24
Cruiseportal.de	Holidaycheck	Ltur.com	Tropo
DER Reisebüros	Hotel.de	Lufthansa City Center	TUI Reisecenter
DER.com	Hotels.com	Meininger Hotels	TUI Travel Star
DERPART Reisebüros	HRS	Motel One	TUI.com
DERTOUR.de	Ibis	Moxy	Verivox
Dreamlines.de	Ibis Budget	Neckermann-reisen.de	Weg.de
Eberhardt-Travel	Ibis Styles	Nix-wie-weg.de	Wikinger Reisen
Ebookers.de	Ikarus Tours	Oceando.de	Windrose Finest Travel
E-hoi.de	ITS	Opodo	

8. Methodik

Untersuchungsumfang – Technik u. Telekomm.

Die Kategorie Technik und Telekommunikation umfasste folgende Unternehmen:

Technik und Telekommunikation		
1&1	Fujitsu	O2
Acer	Google	Otelo
AEG	HP Hewlett-Packard	Penny Mobil
Aldi Talk	HTC	Privileg
Apple	Huawei	Pÿur
Asus	ja! mobil	Samsung
Bauknecht	K-Classic Mobil	Siemens
Blau	Klarmobil.de	Smartmobil.de
Bosch	Lenovo	Sony
Congstar	LG	Tchibo mobil
Constructa	Lidl Connect	Telekom
Dell	Medion	Toshiba
DeutschlandSIM	Miele	Unitymedia
Easybell	M-Net	Vodafone
Edeka Smart	Mobilcom-Debitel	Whirlpool
EWE	Neff	WinSIM
Fonic	Netcologne	Yourfone
Freenetmobile	Nettocom	

8. Methodik

Untersuchungsumfang – Wohnen

Die Kategorie Wohnen umfasste folgende Unternehmen:

Wohnen		
A&E Logistik	Euromovers	Pro Seniore
Alloheim	Evemattress.de	Pro-Curand
Augustinum	Hansetrans	Ravensberger Matratzen
Bett1.de	K&S Seniorenresidenzen	Rollsrein
Brunobett.de	Kuratorium Wohnen im Alter	Rosenhof
Casper.com	Kursana	Shurgard
Confern	Lagerbox	Sirius Facilities
Curanum	Muun	Tempur
Dachser & Kolb	My Place	UTS
DMS	Paul-Paula.de	Zapf
Emma-Matratze.de	Pickens	

8. Methodik

Untersuchungskriterien

27 von 29 Studien			Internetanbieter*		Reisebüros*	
Telefonischer Service	100,0%		100,0%		100,0%	
Kompetenzgrad		35,0%		35,0%		35,0%
Richtigkeit der Aussagen	10,0%		10,0%		10,0%	
Strukturierte und vollständige Darstellung	8,0%		8,0%		8,0%	
Individualität der Beratung	8,0%		8,0%		8,0%	
Glaubwürdigkeit des Beraters	5,0%		5,0%		5,0%	
Aufzeigen des Produktnutzens (Vor- und Nachteile)	4,0%		4,0%		4,0%	
Aktivitätsgrad		30,0%		30,0%		30,0%
Prozentualer Anteil zustande gekommener Gespräche im Erstkontakt	10,0%		10,0%		10,0%	
Durchschnittliche Wartezeit	10,0%		10,0%		10,0%	
Anteil der Gespräche, die in 20 Sekunden angenommen wurden	5,0%		5,0%		5,0%	
Wöchentliche Erreichbarkeit (in Stunden)	5,0%		5,0%		5,0%	
Kommunikationsqualität		30,0%		25,0%		35,0%
Vollständige Meldeformel	3,0%		2,5%		4,0%	
Namensansprache	3,0%		2,5%		3,5%	
Freundlichkeit	5,0%		4,5%		5,5%	
Aktive Gesprächsführung	4,0%		3,0%		4,5%	
Gesprächsatmosphäre	4,0%		3,0%		4,5%	
Inhaltliche Verständlichkeit	5,0%		4,5%		6,0%	
Akustische Verständlichkeit	3,0%		2,5%		3,5%	
Ansprechende Verabschiedung	3,0%		2,5%		3,5%	
Telefongebühren**		5,0%		10,0%		0,0%

* In diesen Studien lagen aus fachspezifischen Gründen Gewichtungen zugrunde, die vom Standard leicht abweichen und deshalb hier separat ausgewiesen sind.

** Die Auswertung in der Studie Internetanbieter erfolgte auf Basis von vier Kontaktkanälen: Interessenten (2,0%), Kunden (3,0%), Technik (3,0%) und Störungsannahme (2,0%).

8. Methodik

Untersuchungskriterien

Alle Studien

Service per E-Mail		100,0%
Kompetenzgrad		45,0%
Richtigkeit der Aussagen	9,0%	
Strukturierte und vollständige Antwort	8,0%	
Zusendung einer vollständigen Antwort in 24 Stunden	8,0%	
Individuelle und persönliche Antwort	7,0%	
Fachkundige und sorgfältige Antwort	5,0%	
Aufzeigen des Produktnutzens (Vor- und Nachteile)	4,0%	
Orthografisch und grammatikalisch fehlerfreie Antwort	4,0%	
Aktivitätsgrad		30,0%
Zusendung einer Empfangsbestätigung	5,0%	
Eingegangene Antwort	10,0%	
Dauer bis zum Erhalt der Antwort	15,0%	
Kommunikationsqualität		25,0%
Eindeutige Absenderkennung	1,0%	
Betreffzeile entspricht Ursprungsanfrage	1,0%	
Anrede mit Namen	3,5%	
Dank für die Kontaktaufnahme	3,5%	
Freundlichkeit der Antwort	5,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit der Antwort	5,0%	
Anfragetext in Antwort enthalten	2,0%	
Aktives Gesprächsangebot	2,0%	
Nennung wichtiger Kontaktdaten	2,0%	

	Seite
A. Detailergebnisse Telefonischer Service	72
Bildung	72
Energie	75
Finanzen	79
Mobilität	83
Reisen	86
Technik und Telekommunikation	90
Wohnen	93
B. Detailergebnisse Service per E-Mail	95
Bildung	95
Energie	98
Finanzen	102
Mobilität	106
Reisen	109
Technik und Telekommunikation	113
Wohnen	116
C. Allgemeine Methodik (Servicetests)	118

C. Allgemeine Methodik

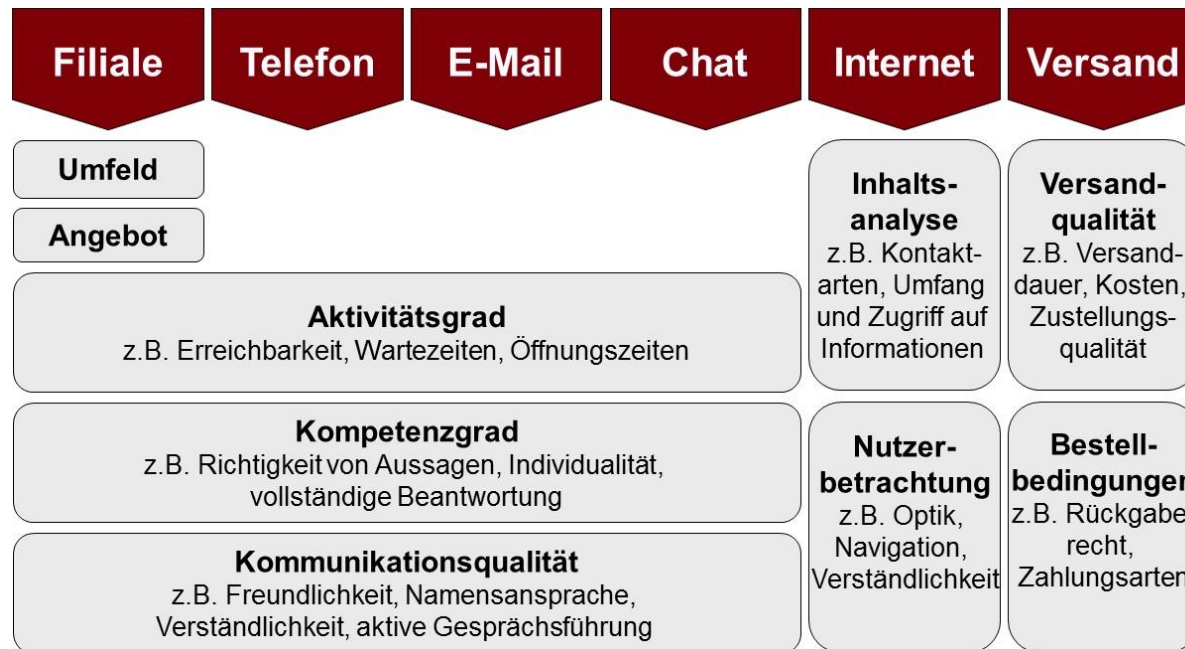
Service-tests

- **Ziel:** Analyse des Services und der Leistungen von Unternehmen aus Verbrauchersicht
- **Basis:** Standardisierte, objektiv nachprüfbare Messverfahren der SERVQUAL-Methodik
- **Analyse:** Mehrdimensionaler Ansatz; Berücksichtigung der für Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chat-Gespräche auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Internetanalyse:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Inhaltsanalysen durch Experten sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Tester

C. Allgemeine Methodik

Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“