

# DOKUMENTATION – Zusammenfassung

## Kundenbefragung: Reifenhändler 2019



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“  
Im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv  
Hamburg, 21. November 2019

# UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT  
FÜR SERVICE-QUALITÄT



**Markus Hamer**  
Geschäftsführender  
Gesellschafter

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

DEUTSCHES INSTITUT  
FÜR SERVICE-QUALITÄT



**Bianca Möller**  
Geschäftsführerin  
DISQ Media

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

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

<b>Sitz</b>	Hamburg
<b>Gründung</b>	Juni 2006
<b>Ziele</b>	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
<b>Status</b>	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
<b>Ausrichtung</b>	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
<b>Aufgabenfeld</b>	Durchführung von Servicestudien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
<b>Mitarbeiter</b>	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Tester in ganz Deutschland
<b>Beirat</b>	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Jochen Dietrich / n-tv Nachrichtenfernsehen Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrat Prof. Peter Wippermann / Trendforscher

# Inhaltsverzeichnis

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

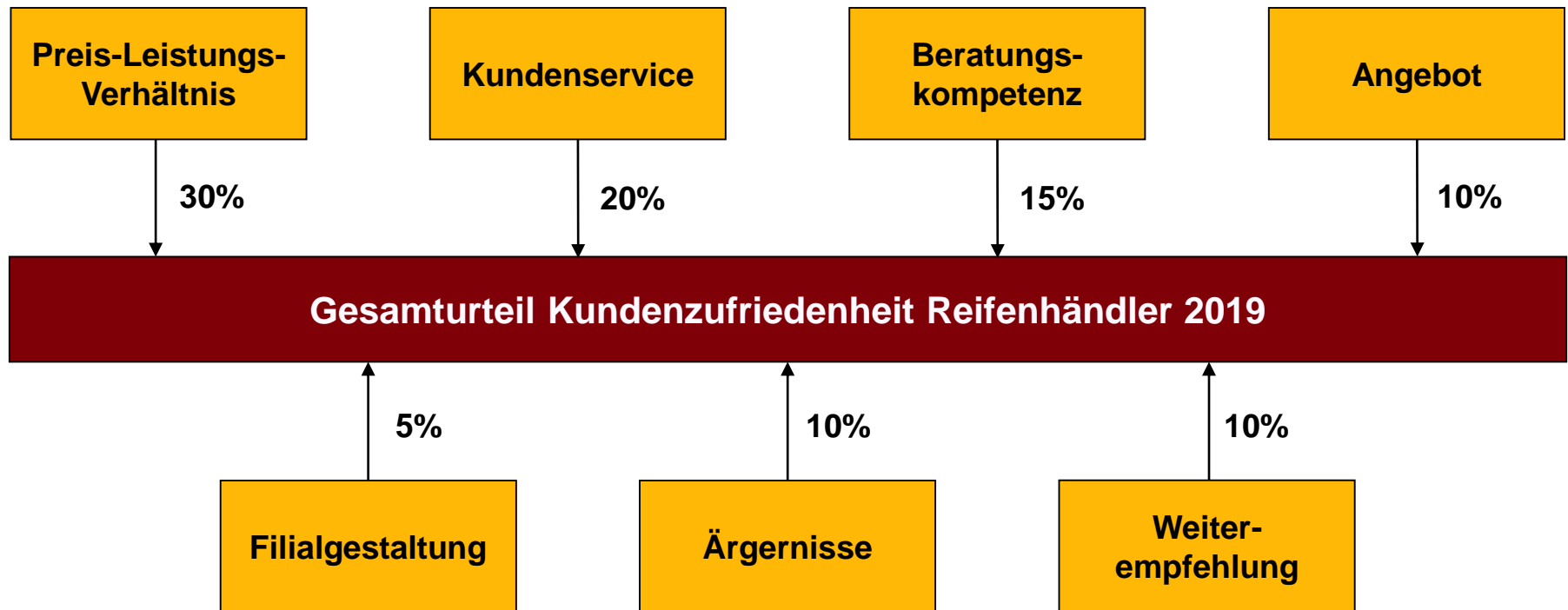
	<b>Seite</b>
<b>1. Zahlen und Fakten zur Studie</b>	<b>5</b>
<b>2. Fazit</b>	<b>7</b>
<b>3. Gesamturteil Kundenzufriedenheit</b>	<b>8</b>
<b>4. Die besten Unternehmen</b>	<b>10</b>
<b>5. Stärken und Schwächen der Branche</b>	<b>12</b>
<b>6. Methodik</b>	<b>15</b>
<b>Anhang</b>	<b>19</b>

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

<b>Auftraggeber</b>	Nachrichtensender n-tv
<b>Studienumfang</b>	20 Reifenhändler; in der Einzelauswertung: 11 Unternehmen, die 100 Kundenmeinungen erreichten
<b>Studienzeitraum</b>	August bis Oktober 2019
<b>Befragungszeit</b>	29. August bis 9. Oktober 2019
<b>Befragte</b>	Männer und Frauen; 18 Jahre und älter; Personen, die in den letzten 12 Monaten die Leistung eines Reifenhändlers in Anspruch nahmen, zum Beispiel Reifen kauften oder wechseln ließen
<b>Teilnehmerzahl</b>	n = 1.281
<b>Kriterien</b>	Preis-Leistungs-Verhältnis, Kundenservice, Beratungskompetenz, Angebot, Filialgestaltung, Ärgernisse und Weiterempfehlung
<b>Erhebung</b>	Kundenbefragung über ein Online-Access-Panel; standardisierter Fragebogen zur Kundenzufriedenheit

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

## Bewertungskriterien und Gewichtungen



# 3. Gesamturteil Kundenzufriedenheit

## Qualitätsurteile

Gesamturteil Kundenzufriedenheit			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Pneuhage	78,8	gut
2	Reifen Helm	77,8	gut
3	Driver	77,4	gut
4	Quick Reifendiscount	76,4	gut
5	Vergölst	76,4	gut
6	First Stop	75,2	gut
7	Premio	75,2	gut
8	Reifen.com	74,0	gut
9	Euromaster	73,1	gut
10	Reiff	72,9	gut
11	Point S	72,7	gut
	Gesamt	74,7	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100. Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

\*\* Eine Abweichung von 100 Prozent ist auf die Darstellung gerundeter Werte zurückzuführen.

# 3. Gesamturteil Kundenzufriedenheit

Gesamturteil Kundenzufriedenheit			Preis-Leistungs-Verhältnis		Kundenservice		Beratungskompetenz		Angebot		Filialgestaltung		Ärgernisse		Weiterempfehlung	
100%			30%		20%		15%		10%		5%		10%		10%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Pneuhage	78,8	3	77,5	1	79,8	2	78,3	4	77,3	1	74,0	2	90,0	1	74,5
2	Reifen Helm	77,8	7	76,3	2	78,5	3	77,8	3	77,6	4	73,5	3	87,5	2	73,5
3	Driver	77,4	2	78,1	2	78,5	1	78,6	2	78,1	5	73,1	7	82,5	3	68,0
4	Quick Reifendiscount	76,4	1	79,0	6	77,3	6	75,5	9	75,0	7	71,4	3	87,5	5	61,5
5	Vergölst	76,4	7	76,3	10	76,0	5	76,3	6	76,3	6	72,9	1	95,0	5	61,5
6	First Stop	75,2	4	77,3	4	78,3	4	77,5	7	75,5	3	73,5	9	77,5	7	58,0
7	Premio	75,2	6	76,8	5	77,5	7	75,3	5	76,6	2	73,8	9	77,5	4	62,5
8	Reifen.com	74,0	4	77,3	8	76,5	9	75,0	1	78,1	9	69,2	11	72,5	7	58,0
9	Euromaster	73,1	11	71,8	11	75,8	10	74,3	8	75,3	8	71,0	5	85,0	9	57,0
10	Reiff	72,9	10	72,2	9	76,3	11	73,9	11	72,6	10	69,1	5	85,0	9	57,0
11	Point S	72,7	9	74,0	7	76,8	8	75,3	10	72,7	11	67,6	7	82,5	11	49,5
	<b>Gesamt</b>	<b>74,7</b>		<b>75,6</b>		<b>76,9</b>		<b>75,0</b>		<b>75,4</b>		<b>70,8</b>		<b>82,0</b>		<b>60,9</b>

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100. Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.



# 4. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamturteil Kundenzufriedenheit	Pneuhage	Reifen Helm	Driver
Preis-Leistungs-Verhältnis	Quick Reifendiscount	Driver	Pneuhage
Kundenservice	Pneuhage	Driver; Reifen Helm	–
Beratungskompetenz	Driver	Pneuhage	Reifen Helm
Angebot	Reifen.com	Driver	Reifen Helm
Filialgestaltung	Pneuhage	Premio	First Stop
Ärgernisse	Vergölst	Pneuhage	Quick Reifendiscount; Reifen Helm
Weiterempfehlung	Pneuhage	Reifen Helm	Driver

# 6. Methodik

## Untersuchungsumfang

In der Auswertung waren folgende elf Reifenhändler, die von jeweils 100 Befragungsteilnehmern beurteilt wurden (alphabetische Reihenfolge):

- Driver\*
- Euromaster
- First Stop
- Pneuhage
- Point S
- Premio
- Quick Reifendiscount
- Reifen Helm
- Reifen.com
- Reiff
- Vergölst

Weitere Unternehmen, zu denen sich weniger als 100 Befragte äußerten, wurden in der Kategorie „Sonstige“ zusammengefasst.

\* ehemals Pneumobil; firmiert seit 2017 unter dem Namen Driver Reifen und Kfz-Technik

## Fragen

Wie zufrieden sind Sie mit ...

- dem Preis-Leistungs-Verhältnis bei xxx\*?
- dem Kundenservice bei xxx\*? (Wartezeiten auf einen Termin, Online-Terminvereinbarung, Wartezeiten in der Filiale, Freundlichkeit und Motivation der Mitarbeiter, Öffnungszeiten, Internetauftritt, kundenfreundliche Zusatzservices etc.)
- der Beratungskompetenz bei xxx\*? (Individuelle Beratung, Erläuterung Vor- und Nachteile der Produkte, Aufzeigen von Produktalternativen, Fachwissen/Erfahrung der Mitarbeiter etc.)
- dem Angebot bei xxx\*? (Montage- und Reparaturleistungen, Zusatzleistungen, Umfang des Produktangebots, Angebotsvielfalt, Produktqualität, Aktionsangebote etc.)
- der Filialgestaltung bei xxx\*? (Übersichtlichkeit, Produktpräsentation, Sauberkeit, Wartezone/Sitzmöglichkeiten, Gestaltung der Filiale insgesamt etc.)

## Antwortoptionen

Beurteilung auf einer Skala von „sehr unzufrieden“ (-2) bis „sehr zufrieden“ (+2) sowie die Antwortmöglichkeit „keine Angabe“

\* xxx steht für den zu Beginn der Befragung ausgewählten Reifenhändler.

# 6. Methodik

<b>Fallzahlen*</b>	Preis-Leistungs-Verhältnis: n = 1.269
	Kundenservice: n = 1.278
	Beratungskompetenz: n = 1.256
	Angebot: n = 1.221
	Filialgestaltung: n = 1.191
<b>Frage</b>	Haben Sie sich schon einmal bei xxx <sup>*/**</sup> über etwas geärgert?
<b>Antwortoptionen</b>	Ja / Nein
<b>Fallzahlen</b>	Befragungsteilnehmer, die sich schon einmal bei ihrem Reifenhändler über etwas geärgert hatten (n = 92), konnten anschließend den Grund für ihr Ärgernis benennen.
<b>Folgefrage</b>	Worüber haben Sie sich geärgert?
<b>Antwortoptionen</b>	Elf Antwortoptionen plus Möglichkeit der Freitexteingabe; Mehrfachnennung möglich

\* Basis: alle Befragten, n = 1.281. Fallzahlen variieren aufgrund der Antwortmöglichkeit „keine Angabe“.

\*\* xxx steht für den zu Beginn der Befragung ausgewählten Reifenhändler.

# 6. Methodik

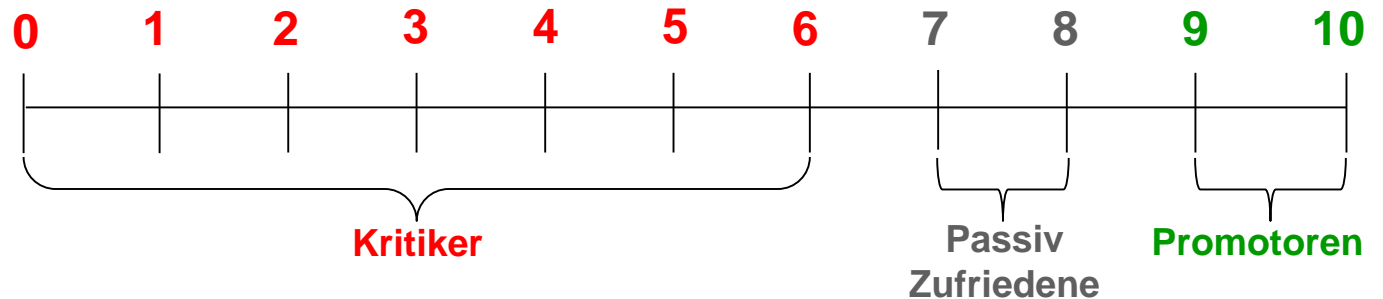
## Frage

Mit welcher Wahrscheinlichkeit würden Sie den bewerteten Reifenhändler Ihren Verwandten oder Freunden weiterempfehlen?

## Erhebung

Net Promoter Score: Befragungsteilnehmer bewerten die Wahrscheinlichkeit der Weiterempfehlung auf einer Skala von 0 (sehr unwahrscheinlich) bis 10 (sehr wahrscheinlich). Der prozentuale Anteil der Befragten mit einem Wert von 0 bis 6 (Kritiker) wird von dem prozentualen Anteil derjenigen mit Werten von 9 und 10 (Promotoren) abgezogen. Somit ergibt sich ein Wert, der zwischen -100 und +100 liegen kann.

## Skala



$$\text{NPS} = \text{Promotoren (\%)} - \text{Kritiker (\%)}$$

\* Der Net Promoter Score (NPS) ist eine registrierte Marke von Satmetrix Systems, Inc., Bain & Company und Fred Reicheld.

	Seite
<b>A. Kundenerfahrungen</b>	<b>20</b>
<b>B. Ergebnisse der Teilbereiche</b>	<b>22</b>
Preis-Leistungs-Verhältnis	22
Kundenservice	23
Beratungskompetenz	24
Angebot	25
Filialgestaltung	26
Ärgernisse	27
Weiterempfehlung	29
<b>C. Weitere Ergebnisse</b>	<b>30</b>
<b>D. Demografie</b>	<b>38</b>
<b>E. Allgemeine Methodik</b>	<b>40</b>

# D. Demografie

Geschlecht	
Männlich	60,0%
Weiblich	40,0%

Bundesländer	
Baden-Württemberg	17,6%
Bayern	10,9%
Berlin	6,7%
Brandenburg	1,3%
Bremen	2,3%
Hamburg	6,0%
Hessen	9,7%
Mecklenburg-Vorpommern	2,2%
Niedersachsen	8,0%
Nordrhein-Westfalen	12,3%
Rheinland-Pfalz	5,7%
Saarland	2,3%
Sachsen	5,0%
Sachsen-Anhalt	3,5%
Schleswig-Holstein	3,4%
Thüringen	3,4%

Alter	
18 bis 19 Jahre	0,2%
20 bis 29 Jahre	8,0%
30 bis 39 Jahre	20,1%
40 bis 49 Jahre	32,2%
50 bis 59 Jahre	27,2%
60 Jahre und älter	12,5%

# D. Demografie

Bildungsabschluss	
(Noch) kein Schulabschluss / noch Schüler an allgemeinbildender Schule	0,2%
Volks-/Grund-/Hauptschule ohne abgeschlossene Lehre/Berufsausbildung	1,3%
Volks-/Grund-/Hauptschule mit abgeschlossener Lehre/Berufsausbildung	7,2%
Mittlere Reife / weiterführende Schule ohne Abitur	27,6%
Abitur / Hochschulreife ohne Studium	42,3%
Studium (Universität, Hochschule, Fachhochschule, Akademie, Polytechnikum)	21,4%

Erwerbsstatus	
Nicht erwerbstätig / arbeitslos	0,6%
Angestellt (Vollzeit)	50,2%
Angestellt (Teilzeit)	25,1%
Selbstständig	13,7%
Schüler / Student	1,8%
Rentner	8,6%

Anzahl im Haushalt lebender Personen	
Eine Person	28,7%
Zwei Personen	47,6%
Drei Personen	19,3%
Vier oder mehr Personen	4,4%

Fragen: Soziodemografische Daten; Basis: alle Befragten, n = 1.281.



# E. Allgemeine Methodik

## Kundenbefragung

- **Verfahren:** Internetgestütztes Verfahren des Computer Assisted Web Interviewing (CAWI). Die Interviewten füllen die Fragebögen direkt online aus.
- **Analyse:** In der Befragung kommt ein standardisiertes Befragungsinstrument zum Einsatz. Die Zufriedenheitswerte werden branchenübergreifend auf einer Likert-Skala mit fünf Ausprägungen erhoben, die in ein Punktesystem von 0 bis 100 überführt wird.
- **Rekrutierung:** Allgemeine Verbraucherbefragungen basieren auf einem Online-Access-Panel. Spezielle Personenkreise werden dagegen über verschiedene Kontaktwege durch gezielte Ansprache für eine Teilnahme gewonnen.
- **Untersuchungssample:** Das offene Design der Fragebögen gewährleistet, dass jedes Unternehmen/jede Marke der betrachteten Branche in die Untersuchung eingehen kann.
- **Stichprobengröße:** Der Stichprobenumfang einer Kundenbefragung richtet sich nach dem Untersuchungsziel und der Branche. Unternehmen/Marken, welche 100 bzw. 80 Kundenmeinungen erreichen, werden einzeln ausgewertet.
- **Qualitätskontrolle:** Kontrollfragen und rotierende Elemente im Design des Fragebogens, ausreichende Stichproben, die Prüfung von IP-Adressen und eine sorgfältige Datenbereinigung stellen die Qualität der Ergebnisse sicher.