

# DOKUMENTATION – Zusammenfassung

## Servicestudie: Anbieter für Online-Buchhaltung 2021



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“  
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv  
Hamburg, 21. Juli 2021

# 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.).

Fotoquellen: Oliver Görnandt-Schade (2), Getty Images/Wavebreakmedia

<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 / ntv 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.).

	Seite
<b>1. Zahlen und Fakten zur Studie</b>	<b>5</b>
<b>2. Fazit</b>	<b>7</b>
<b>3. Gesamtergebnis</b>	<b>8</b>
<b>4. Die besten Unternehmen</b>	<b>10</b>
<b>5. Stärken und Schwächen der Branche</b>	<b>12</b>
Online-Service	13
Telefonischer Service	14
Service per E-Mail	15
<b>6. Methodik</b>	<b>16</b>
<b>Anhang</b>	<b>28</b>

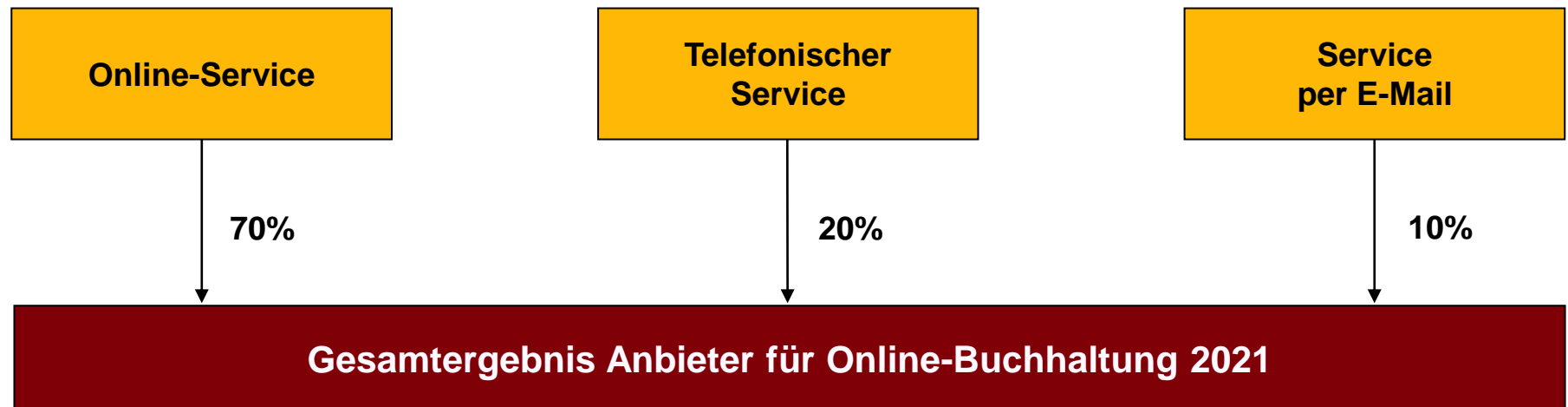
# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

<b>Auftraggeber</b>	Nachrichtensender ntv
<b>Studienumfang</b>	13 Anbieter für Online-Buchhaltung
<b>Studienzeitraum</b>	April bis Juli 2021
<b>Studienkonzept</b>	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg)
<b>Analysebereiche</b>	Service
Serviceanalyse	Mystery-Tests, insgesamt 393 Servicekontakte (31* je Anbieter) <ul style="list-style-type: none"><li>■ 143 Analysen des Online-Service:<ul style="list-style-type: none"><li>■ 13 Analysen der Internetauftritte</li><li>■ 130 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)</li></ul></li><li>■ 120* Analysen der telefonischen Kontaktqualität (10 je Anbieter)</li><li>■ 130 Analysen der E-Mail-Beantwortung (10 je Anbieter)</li></ul>

\* Ein Unternehmen bot im Testzeitraum keine Hotline für Interessenten an und konnte deshalb in diesem Bereich nicht getestet werden.

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

## Bewertungskriterien und Gewichtungen



# 3. Gesamtergebnis

<b>Gesamtergebnis Anbieter für Online-Buchhaltung</b>			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Lexoffice	72,9	gut
2	Wiso Mein Büro Web	70,7	gut
3	Datev	70,5	gut
4	Sevdesk	69,9	befriedigend
5	Reviso	66,3	befriedigend
6	Sage 50	66,2	befriedigend
7	Invoiz	62,0	befriedigend
8	Fastbill	59,5	ausreichend
9	Buchhaltungbutler	57,7	ausreichend
10	Debitoor	56,2	ausreichend
11	Billomat	55,6	ausreichend
12	Papierkram	54,9	ausreichend
13	Collmex	51,1	ausreichend
	<b>Branche (Mittelwert)</b>	<b>62,6</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 (100 Punkte sind maximal erreichbar). 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.

# 3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Anbieter für Online-Buchhaltung			Online-Service		Telefonischer Service		Service per E-Mail	
100%			70%		20%		10%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Lexoffice	72,9	1	79,7	3	56,9	9	57,1
2	Wiso Mein Büro Web	70,7	4	77,0	5	55,7	10	56,2
3	Datev	70,5	3	77,3	4	56,5	11	50,6
4	Sevdesk	69,9	5	75,1	6	55,5	7	61,7
5	Reviso	66,3	11	68,1	1	63,6	8	59,1
6	Sage 50	66,2	9	70,3	2	61,8	12	46,6
7	Invoiz	62,0	12	64,2	7	49,8	2	70,9
8	Fastbill**	59,5	6	74,8	8	0,0	1	71,2
9	Buchhaltungbutler**	57,7	7	72,6	8	0,0	4	68,6
10	Debitoor**	56,2	8	70,4	8	0,0	3	68,8
11	Billomat** ***	55,6	2	79,4	8	0,0	13	0,0
12	Papierkram**	54,9	10	69,1	8	0,0	6	65,1
13	Collmex****	51,1	13	63,3	8	0,0	5	68,0
Branche (Mittelwert)		62,6	72,4		30,8		57,2	

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 (100 Punkte sind maximal erreichbar). 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.

\*\* Das Unternehmen nahm im Testzeitraum weniger als die Hälfte der Telefonanrufe an. Der Telefonische Service wurde deshalb mit null Punkten bewertet.

\*\*\* Das Unternehmen beantwortete im Testzeitraum weniger als die Hälfte der E-Mail-Anfragen. Der Service per E-Mail wurde deshalb mit null Punkten bewertet.

\*\*\*\* Das Unternehmen bot im Testzeitraum keine telefonische Hotline für Interessenten an und erhielt daher in diesem Servicebereich null Punkte.



## 4. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	Lexoffice	Wiso Mein Büro Web	Datev
Online-Service	Lexoffice	Billomat	Datev
Telefonischer Service	Reviso	Sage 50	Lexoffice
Service per E-Mail	Fastbill	Invoiz	Debitoor

# 6. Methodik

## Hintergrund der Studie

Ob privat oder geschäftlich, rund 44,49 Millionen Erwerbstätige in Deutschland müssen sich einmal im Jahr damit abmühen, eine Einkommensteuer oder eine Einkommensteuervoranmeldung zu machen.\* Dabei hilft eine Online-Buchhaltung, Zeit zu sparen und den genauen Überblick über Zahlungsströme zu behalten. Wer seine Buchhaltung über eine cloudbasierte Lösung abwickelt, sammelt seine Belege sowie Einnahmen und Ausgaben zentral im Buchhaltungstool und ordnet sie einfach den passenden Positionen zu. Bei einer Online-Buchhaltung handelt es sich um eine Art digitalen Buchhalter, der zahlreiche buchhalterische Tätigkeiten übernimmt, ohne dass man diese händisch durchführen müssen. Im besten Fall lässt sich die gesamte Buchhaltung damit abwickeln.\*\*

Im Rahmen einer detaillierten Analyse wurde nun die Servicequalität von Anbietern für Online-Buchhaltung aus Interessenten-Perspektive untersucht. Die Interessenten-Perspektive bezog sich dabei hauptsächlich auf Privatpersonen, Freelancer, Freiberufler oder KMUs. Dabei sollten zentrale Fragen beantwortet werden: Welcher Anbieter besticht durch einen guten Service? Welche Website zeichnet sich durch eine hohe Bedienungsfreundlichkeit und Informationsdichte aus? Wo erhalten Interessenten die beste Beratung per Telefon und E-Mail?

Ziel dieser Untersuchung des Deutschen Instituts für Service-Qualität war es, jene Anbieter zu identifizieren, die den besten Mix aus telefonischem Service, Service per E-Mail und Online-Service anbieten.

\* Vgl.: Statista (2021): <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1376/umfrage/anzahl-der-erwerbstaetigen-mit-wohnort-in-deutschland/> (Abrufdatum am 29.03.2021)

\*\* Vgl.: Business Software (2020), online unter: Warum sich eine Buchhaltungssoftware für Unternehmen rentiert: Teil 3 (bmd.com) (Abrufdatum am 29.03.2021)

# 6. Methodik

## Untersuchungsumfang

Untersucht wurden in Deutschland bekannte Anbieter für Online-Buchhaltung. Die Auswahl der zu untersuchenden Anbieter basiert auf einer umfangreichen Internetrecherche.\*

Voraussetzung, um in das Untersuchungssample aufgenommen zu werden, war dass die Anbieter die Buchhaltung nach den in Deutschland gängigen Regeln anbieten müssen.

Aufgenommen wurden folgende 13 Unternehmen, welche zudem in mindestens drei der zehn untersuchten Tests / Fachmedien genannt werden (alphabetische Reihenfolge):

- Billomat
- Buchhaltungsbutler
- Collmex
- Datev
- Debitoor
- Fastbill
- Invoiz
- Lexoffice
- Papierkram
- Reviso
- Sage 50
- Sevdesk
- Wiso Mein Büro Web

\* Vgl. etwa: <https://www.fuer-gruender.de/wissen/unternehmen-fuehren/buchhaltung/buchhaltungsprogramm/buchhaltungssoftware-vergleich/>; <https://trusted.de/online-buchhaltung>; <https://buchhaltung-aus-der-cloud.de/anbieter-vergleich/>; <https://www.ionos.de/startupguide/unternehmensfuehrung/buchhaltungssoftware/>; <http://www.onlinebuchhaltung.net/> oder <https://vergleich.focus.de/buchhaltungssoftware/> (Abrufdatum jeweils am 29.03.2021)

# 6. Methodik

## Rollenspiele

Bei den Mystery-Tests verwendeten die geschulten Testkunden für die Anfragen per Telefon und E-Mail spezifische Rollenspiele mit Fragestellungen rund um das Thema Online-Buchhaltung. Diese Rollenspiele kamen bei allen Unternehmen in der gleichen Verteilung zum Einsatz. Alle Test-Anfragen wurden auf Interessentenbasis gestellt und hatten unter anderem folgende Themen zum Inhalt:

- Vorteile der Online-Buchhaltung
- Datenzugriff nach Kündigung
- Verfügbares Dokumentenkontingent
- Funktionen
- Benötigte Vorkenntnisse
- Wechsel auf Software
- Datenschutz und Datensicherheit
- Einnahmeüberschussrechnung
- Nutzung mit mehreren Personen

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

<b>Online-Service</b>		<b>100,0%</b>
Internetanalyse		50,0%
Nutzerbetrachtung		50,0%
<b>Internetanalyse</b>		<b>100,0%</b>
<b>Spezielle Informationen und Funktionen</b>		<b>50,0%</b>
Funktionsübersicht	5,0%	
Preisübersicht	5,0%	
Informationen zu Schnittstellen (Elster, Datev, andere Tools) bzw. Integrationsmöglichkeiten oder APIs	4,0%	
Übersicht Branchen für Anwendung	3,0%	
Erklärvideo	2,0%	
Erläuterung der Vorteile einer Online-Buchhaltung	2,0%	
Kostenlose Testversion	2,0%	
Live Demo der Software (Video auf der Website)	2,0%	
Informationen zur Sicherheit/Datenschutz	1,0%	
Online-Hilfe per Chatfunktion	1,0%	
Informationen zu Zertifizierungen (z. B. GoBD)	1,0%	
Ratgeber/Tipps zur Online-Buchhaltung	1,0%	
Informationen zu Webinaren	1,0%	
Kundenreferenzen	1,0%	
Informationen zu Partnerprogrammen	1,0%	
Blog	1,0%	

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)	
<b>Spezielle Informationen und Funktionen (Fortsetzung)</b>	
Informationen zur Nutzung für Steuerberater	1,0%
Informationen zur Haftung	1,0%
Anzahl Klicks bis zur Funktionsübersicht	5,0%
Anzahl Klicks bis zur Preisübersicht	5,0%
Anzahl Klicks bis zur Übersicht Branchen	5,0%

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)		
<b>Allgemeine Informationen</b>		<b>30,0%</b>
AGB/Rechtliches	4,0%	
FAQ/Hilfebereich	3,5%	
Glossar	2,5%	
Suchfunktion	2,5%	
Sitemap/Seitenbeschreibung	2,5%	
Newsletter	2,5%	
Mobiloptimierte Website	2,5%	
Anzahl Klicks bis zu den AGB/zum Rechtlichen	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den FAQ/zum Hilfebereich	5,0%	
<b>Kontaktinformationen</b>		<b>20,0%</b>
Telefonnummer (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Hinweis auf telefonische Erreichbarkeit	1,5%	
Call-Back-Service	2,0%	
E-Mail-Adresse (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Allgemeines Kontaktformular	1,5%	
Postanschrift (außerhalb des Impressums/der AGB)	2,0%	
Explizite Kritik-Möglichkeit	3,0%	
Social-Media-Auftritt (Facebook, Twitter, Forum etc.)	1,0%	
Direct-Messaging (Chat, Skype, WhatsApp)	1,0%	
Anzahl Klicks bis zur Telefonnummer	2,5%	
Anzahl Klicks bis zur E-Mail Adresse/zum Kontaktformular	2,5%	

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

<b>Nutzerbetrachtung</b>		<b>100,0%</b>
<b>Bedienungsfreundlichkeit</b>		<b>50,0%</b>
Einfache und intuitive Navigation	16,7%*	
Übersichtlichkeit des Internetauftritts	16,7%*	
Optisch ansprechender Gesamteindruck	16,7%*	
<b>Inhalte</b>		<b>50,0%</b>
Strukturierung der Inhalte	16,7%*	
Verständlichkeit der Inhalte	16,7%*	
Umfang der Inhalte	16,7%*	

\* Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.



# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

Telefonischer Service	100,0%	
<b>Beratungskompetenz</b>		<b>30,0%</b>
Richtigkeit der Aussagen	7,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	6,0%	
Strukturierte Beratung	4,0%	
Individuelle Beratung	5,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	4,0%	
Glaubwürdigkeit des Beraters	4,0%	
<b>Lösungsqualität</b>		<b>20,0%</b>
Gezielte Bedarfsanalyse	5,0%	
Bedarfsgerechte Antworten	5,0%	
Aufzeigen des Kunden- oder Produktnutzens	4,0%	
Relation Gesprächsdauer und -ergebnis	2,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	4,0%	

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

Telefonischer Service (Fortsetzung)		
<b>Kommunikationsqualität</b>		<b>20,0%</b>
Vollständige Meldeformel	1,5%	
Positive Gesprächseröffnung	1,5%	
Namensansprache	1,0%	
Aktive Gesprächsführung	2,5%	
Interaktionsqualität	2,5%	
Freundlichkeit	4,0%	
Motivation	3,0%	
Akustische Verständlichkeit	1,5%	
Positive Formulierungen	1,0%	
Positive Verabschiedung	1,5%	
<b>Wartezeiten und Erreichbarkeit</b>		<b>20,0%</b>
Zustande gekommene Gespräche im Erstkontakt	7,0%	
Durchschnittliche Wartezeit	7,0%	
Gesprächsannahme innerhalb von 20 Sekunden	3,0%	
Wöchentliche Erreichbarkeit	3,0%	
<b>Beratungserlebnis</b>		<b>10,0%</b>
Authentischer Berater	2,0%	
Gesprächsatmosphäre/Wohlfühlfaktor	4,0%	
Mehrwert der Beratung	2,0%	
Erinnerungswert	2,0%	

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

<b>Service per E-Mail</b>	<b>100,0%</b>	
<b>Beratungskompetenz</b>		<b>35,0%</b>
Richtigkeit der Aussagen	7,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	6,0%	
Strukturierte Darstellung	4,0%	
Individuelle Antworten	6,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	4,5%	
Souveränität	4,5%	
Orthografisch und grammatikalisch fehlerfreie Antwort	3,0%	
<b>Lösungsqualität</b>		<b>20,0%</b>
Bedarfsgerechte Antworten	6,0%	
Aufzeigen des Kunden- oder Produktnutzens	4,0%	
Konsistente Darstellung	1,0%	
Relation Antwortumfang und -ergebnis	4,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	5,0%	

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

Service per E-Mail (Fortsetzung)		
<b>Kommunikationsqualität</b>		<b>20,0%</b>
Eindeutige Absenderkennung	1,0%	
Betreffzeile entspricht Ursprungsanfrage	1,0%	
Anfragetext in Antwort enthalten	1,5%	
Positiver Einstieg	1,0%	
Anrede mit Namen	2,0%	
Dank für die Kontaktaufnahme	2,0%	
Freundlichkeit der Antwort	3,0%	
Optische Gestaltung	2,0%	
Positive Formulierungen	2,0%	
Aktives Gesprächsangebot	1,0%	
Positive Verabschiedung	2,0%	
Nennung wichtiger Kontaktdaten	1,5%	
<b>Wartezeiten und Erreichbarkeit</b>		<b>20,0%</b>
Zusendung einer Empfangsbestätigung	3,0%	
Eingegangene Antwort	7,0%	
Dauer bis zum Erhalt der Antwort	7,0%	
Zusendung einer Antwort in 24 Stunden	3,0%	
<b>Beratungserlebnis</b>		<b>5,0%</b>
Mehrwert der Antwort	1,5%	
Erinnerungswert	3,5%	

# 6. Methodik

## Getestete Kontaktkanäle

Unternehmen	Internetseite	Telefonnummer	E-Mail-Adresse / Kontaktformular
<b>Billomat</b>	www.billomat.com	0911 48861590	support@billomat.com / Kontaktformular
<b>Buchhaltungsbutler</b>	www.buchhaltungsbutler.de	030 12086140*	administration@buchhaltungsbutler.de / Kontaktformular
<b>Collmex</b>	www.collmex.de	-**	service@collmex.de / Kontaktformular
<b>Datev</b>	www.datev.de	0911 3190	info@datev.de / Kontaktformular
<b>Debitoor</b>	debitoor.de	030 21502935*	team@debitoor.de
<b>Fastbill</b>	www.fastbill.com	069 348772925*	support@fastbill.com / Kontaktformular
<b>Invoiz</b>	www.invoiz.de	02735 7760	info@invoiz.de / Kontaktformular
<b>Lexoffice</b>	www.lexoffice.de	0800 3000777	info@lexoffice.de
<b>Papierkram</b>	www.papierkram.de	0611 945801940*	info@papierkram.de
<b>Reviso</b>	www.reviso.com/de	030 25558789	hilfe@reviso.com / Kontaktformular
<b>Sage 50</b>	www.sage.com	02161 35355500	kontakt@sage.de / Kontaktformular
<b>Sevdesk</b>	sevdesk.de	0781 12550810	support@sevdesk.de
<b>Wiso Mein Büro Web</b>	www.buhl.de	02735 909699	kundenbetreuung@buhl.de
<b>Testzeitraum</b>	<b>1. Mai - 10. Juni 2021</b>	<b>23. April - 11. Juni 2021</b>	<b>21. April - 9. Juni 2021</b>

\* Über die angegebene Telefonnummer konnte im Testzeitraum niemand erreicht werden.

\*\* Das Unternehmen bot im Testzeitraum keine telefonische Hotline für Interessentenfragen an. Es fanden daher keine Tests über diesen Kontaktkanal statt.

	<b>Seite</b>
<b>A. Tester-Erlebnisse</b>	<b>29</b>
Positiv	29
Negativ	30
<b>B. Online-Service</b>	<b>31</b>
<b>C. Telefonischer Service</b>	<b>32</b>
<b>D. Service per E-Mail</b>	<b>33</b>
<b>E. Allgemeine Methodik (Servicetests)</b>	<b>34</b>

# E. Allgemeine Methodik

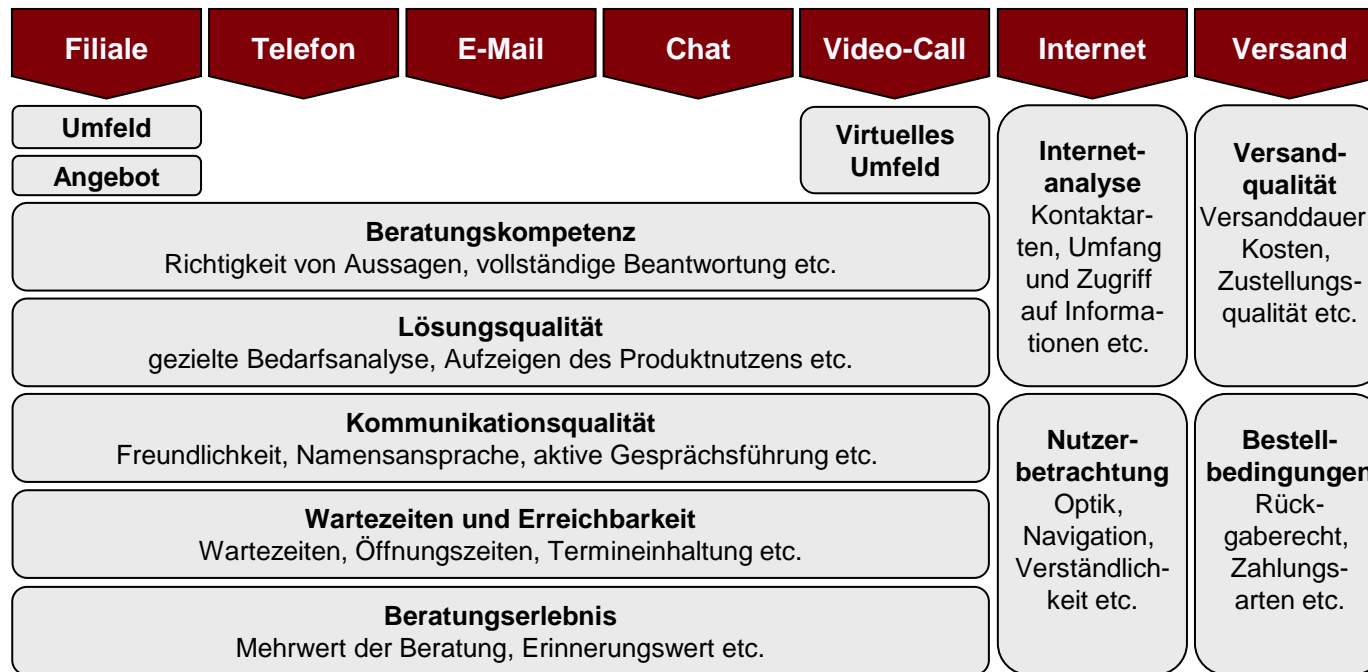
## Service-tests

- **Ziel:** Analyse des Services und der Leistungen von Unternehmen aus Verbrauchersicht
- **Basis:** Standardisierte, objektiv nachprüfbare Messverfahren der SERVQUAL/SERVPERF-Methodik, Erweiterung des Modells um Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie
- **Analyse:** Mehrdimensionaler Ansatz; Berücksichtigung der für Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, Video-Call, 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-Chats, Test-Video-Calls auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Online-Service:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Internetanalysen durch Experten sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Tester

# E. 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“