

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Studie: Nachhilfeinstitute 2023



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 22. Februar 2023

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

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 Mystery-Shopping-Studien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Testerinnen und Tester in ganz Deutschland
Beirat	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Jochen Dietrich / Journalist, Experte ntv Wirtschaftsmagazine Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrätin
Verantwortung	Klimaschutzprojekte in Partnerschaft mit myclimate und MoorFutures

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. Gesamtergebnis	9
4. Die besten Unternehmen	11
5. Stärken und Schwächen der Branche	13
Beratung vor Ort	14
Telefonischer Service	17
Service per E-Mail	18
Online-Service	19
Angebot	20
Vertragsbedingungen	21

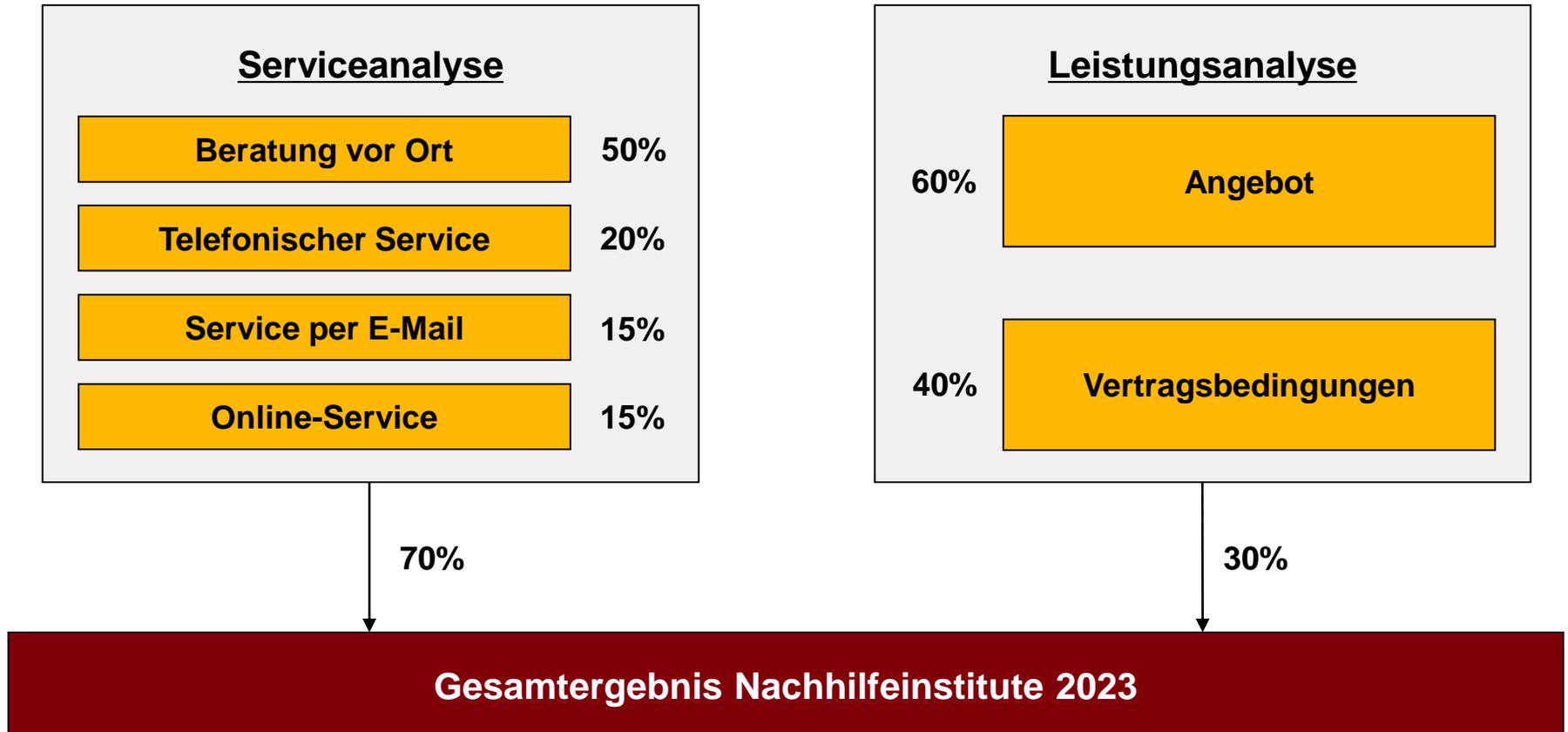
	Seite
6. Ergebnisse der Unternehmen	22
Serviceanalyse	22
Leistungsanalyse	24
7. Methodik	26
Serviceanalyse	28
Leistungsanalyse	42
Anhang	45

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Studienumfang	5 Nachhilfeinstitute
Studienzeitraum	Oktober 2022 bis Januar 2023
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruh (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Service, Vertragsbedingungen
Serviceanalyse	Mystery-Tests, insgesamt 205 Servicekontakte (41 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none">■ 50 Beratungen vor Ort (10 je Anbieter)■ 50 Analysen der telefonischen Kontaktqualität (10 je Anbieter)■ 50 Analysen der E-Mail-Beantwortung (10 je Anbieter)■ 5 Internetanalysen der Internetauftritte (1 je Anbieter)■ 50 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)
Leistungsanalyse	Umfassende Untersuchung und Bewertung des Angebots sowie der Vertragsbedingungen

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Nachhilfeinstitute			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Schülerhilfe	77,4	gut
2	Studienkreis	76,2	gut
3	Mini-Lernkreis	73,3	gut
4	Lernstudio Barbarossa	67,5	befriedigend
5	Kumon	66,8	befriedigend
	Branche (Mittelwert)	72,2	

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.

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Nachhilfeinstitute			Service- analyse		Leistungs- analyse	
100%			70%		30%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Schülerhilfe	77,4	1	75,2	2	82,6
2	Studienkreis	76,2	2	73,6	3	82,1
3	Mini-Lernkreis	73,3	4	69,3	1	82,8
4	Lernstudio Barbarossa	67,5	5	67,5	4	67,4
5	Kumon	66,8	3	71,9	5	55,0
Branche (Mittelwert)		72,2	71,5		74,0	

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.

4. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	Schülerhilfe	Studienkreis	Mini-Lernkreis
Serviceanalyse	Schülerhilfe	Studienkreis	Kumon
Beratung vor Ort	Schülerhilfe	Kumon	Mini-Lernkreis
Telefonischer Service	Schülerhilfe	Studienkreis	Lernstudio-Barbarossa
Service per E-Mail	Studienkreis	Mini-Lernkreis	Kumon
Online-Service	Studienkreis	Schülerhilfe	Kumon
Leistungsanalyse	Mini-Lernkreis	Schülerhilfe	Studienkreis

7. Methodik

Hintergrund der Studie

Schulschließungen bedingt durch die Corona-Pandemie waren in den vergangenen drei Jahren die Norm. Trotz Homeschooling bildeten sich bei vielen Schülerinnen und Schülern massive Lernlücken, die durch den Unterricht nicht mehr aufholbar waren.* Der Bundesverband Nachhilfe- und Nachmittagsschulen e. V. (VNN) betont ebenfalls, dass die Schulschließungen aufgrund der Corona-Pandemie nicht nur zu großen Lernlücken und Wissensdefiziten führten, sondern auch die Lernkompetenz von Schülerinnen und Schülern erheblich beeinträchtigt wurde.** Professioneller Nachhilfeunterricht kann hier Abhilfe schaffen. Um nachhaltige Erfolge zu erzielen empfiehlt der VNN, dass dieser regelmäßig stattfindet, von sachkundigen Lehrkräften durchgeführt und dem Kind Freude bereiten sollte.

Zu den Kriterien bei der Auswahl eines passenden Nachhilfeinstituts zählt der Verband transparente Vertragsbedingungen, eine gute Erreichbarkeit des Nachhilfeinstituts bei Fragen sowie kurze Kündigungsfristen bei den Nachhilfeverträgen. Um für jedes Kind eine geeignete Lehrkraft zu ermitteln und damit sich die Eltern ein Bild von der Nachhilfeschule machen können, sollte das Institut ein kostenloses Vorgespräch anbieten.***

Ziel der Studie war es, die Service-Qualität der größten deutschen Nachhilfeinstitute zu überprüfen und den Anbieter mit dem besten Mix aus Service und Leistungen zu identifizieren.

* Vgl. Studienkreis (2022): Studienkreis Online-Nachhilfe: Analyse deckt Trends beim On-line-Lernen auf. Online unter: <https://www.studienkreis.de/unternehmen/presse/pressemitteilungen/pressemitteilungen-2022/trends-beim-online-lernen/> (Abrufdatum: 23.09.2022).

** Vgl. Bundesverband Nachhilfe- und Nachmittagsschulen e.V. (2021): Pressemeldung. VNN appelliert: Schüler brauchen jetzt Fachwissen und Lernkompetenz. Online unter: https://www.nachhilfeschulen.org/index.php?seite=Viewer&show=vnn_info_20210706_053444 (Abrufdatum: 26.09.2022).

*** Vgl. Bundesverband Nachhilfe- und Nachmittagsschulen e.V. (o.J.): Was zeichnet gute Nachhilfe aus? Online unter: <https://www.nachhilfeschulen.org/index.php?Was%20zeichnet%20gute%20Nachhilfe%20aus> (Abrufdatum 26.09.2022).

7. Methodik

Untersuchungsumfang

Untersucht wurden fünf große Nachhilfeinstitute mit einheitlichem Markenauftritt. Voraussetzung für die Aufnahme in die Untersuchung war, dass die Anbieter überregional tätig waren und in privatwirtschaftlicher Natur auftraten. Außerdem musste der Nachhilfeunterricht in den vom Institut angebotenen Räumlichkeiten für Einzel- oder Gruppenunterricht und nicht bei dem Schüler Zuhause stattfinden. Das Institut durfte auch nicht nur als reiner Vermittler von Lehrpersonal für private Nachhilfe auftreten und musste Nachhilfe in mindestens zwei verschiedenen Schulfächern anbieten.

Die Untersuchungsauswahl umfasste folgende 5 Unternehmen (in alphabetischer Reihenfolge):

- Kumon
- Lernstudio Barbarossa
- Mini-Lernkreis
- Schülerhilfe
- Studienkreis

7. Methodik

Serviceanalyse – Vorgehensweise

- Jedes Unternehmen wurde im Rahmen von je zehn verdeckten Testbesuchen in verschiedenen Geschäftsstellen getestet. Die Tests fanden deutschlandweit im Zeitraum vom 16. November bis 15. Dezember 2022 in zwanzig verschiedenen Städten statt (siehe Anhang). Am häufigsten wurden Standorte in Berlin und München getestet. Die Besuche wurden von Testkunden durchgeführt, die vorgaben sich nach einem geeigneten Nachhilfeinstitut für ihr Kind umzuschauen. Die Kundinnen und Kunden informierten sich unverbindlich vorab und ließen noch keine Förderbedarf-Analyse des Kindes durchführen. Die Beratungsqualität wurde anhand von zwei Rollenspielen mit unterschiedlichen Profilen und Fragestellungen analysiert.
- Bei den Mystery-Tests per Telefon wie auch per E-Mail kontaktierten die verdeckten Tester jedes Unternehmen jeweils drei Mal über die Zentrale sowie je sieben unterschiedliche Institute in Deutschland. Hierbei kamen pro Unternehmen zehn Rollenspiele mit spezifischen Anfragen zum Thema Nachhilfe zum Einsatz.
- Für die Auswahl der regionalen Institute wurde sowohl für die Vor-Ort-Tests als auch für die Telefon- und E-Mail-Tests eine größtmögliche Vergleichbarkeit der Standorte angestrebt. Die Standorte lagen bundesweit verteilt in möglichst großen deutschen Städten. Die Vor-Ort-Tests fanden bei anderen Standorten statt als die Mystery-Calls und -E-Mails.

7. Methodik

Serviceanalyse – Rollenspiele

Folgende Profile kamen während der Beratungen vor Ort zum Einsatz:

- **Rollenspiel 1 – Einzelunterricht:** Gewünscht war Einzelunterricht in Mathematik (keine Online-Nachhilfe) für einen Gymnasiasten der achten Klasse. Dieser sollte einmal pro Woche für 90 Minuten stattfinden und für zwölf Monate vereinbart werden. Es wurde dabei eine Verbesserung der Schulnoten angestrebt. Im Rahmen des Gesprächs erkundigten sich die Eltern zudem, welche Unterstützung sie beim Lernen zu Hause bieten können und welche Qualitätssicherung es für Nachhilfeinstitute gibt.
- **Rollenspiel 2 – Gruppenunterricht:** In den entsprechenden Fällen ging es um Gruppen-Nachhilfeunterricht in Englisch (keine Online-Nachhilfe) für eine Gymnasialschülerin der zehnten Klasse. Die Nachhilfe wurde für 60 Minuten zweimal pro Woche angefragt und sollte vertraglich für sechs Monate festgelegt werden. Das Ziel stellte eine Notenverbesserung dar. Darüber hinaus fragten die Eltern nach den Vorteilen eines Nachhilfeinstitutes gegenüber privater Nachhilfe (durch Freunde, älterer Schüler etc.) und sprachen zusätzlich an, ob Nachhilfeunterricht von der Steuer abgesetzt werden kann.

7. Methodik

Serviceanalyse – Rollenspiele

Die Rollenspiele bei den Mystery-Tests per Telefon und E-Mail kamen ebenso bei allen Unternehmen in gleicher Verteilung zum Einsatz und behandelten unter anderem folgende Themen:

- Signale für Notwendigkeit von Nachhilfe
- Anzeichen einer Dyskalkulie
- Nachhilfe bei Lese-Rechtschreib- oder Rechenschwäche
- Unterstützung durch die Eltern bei schlechten Noten
- Unterscheidung verschiedener Lerntypen
- Steuerliche Absetzbarkeit von Nachhilfekosten
- Möglichkeit des Erhalts staatlicher Zuschüsse
- Überprüfung der Leistung von Nachhilfeinstituten

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Beratung vor Ort	100,0%	
Beratungskompetenz		25,0%
Richtigkeit der Aussagen	5,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	5,0%	
Strukturierte Beratung	2,0%	
Individuelle Beratung	4,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	3,0%	
Glaubwürdigkeit des Mitarbeiters	3,0%	
Kenntnis und Darstellung der Kostenstruktur	3,0%	
Lösungsqualität		15,0%
Gezielte Bedarfsanalyse	5,0%	
Bedarfsgerechte Antworten	3,0%	
Aufzeigen des Kunden- oder Produktnutzens	2,0%	
Aufzeigen von Produktalternativen	1,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	2,0%	
Relation Gesprächsdauer und -ergebnis	2,0%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Beratung vor Ort (Fortsetzung)		
Kommunikationsqualität		25,0%
Positive Gesprächseröffnung	2,0%	
Aktive Gesprächsführung	2,0%	
Interaktionsqualität	2,0%	
Freundlichkeit	4,5%	
Motivation	4,5%	
Der Mitarbeiter nahm sich genügend Zeit	4,0%	
Akustische Verständlichkeit	2,0%	
Positive Formulierungen	2,0%	
Positive Verabschiedung	2,0%	
Wartezeiten und Erreichbarkeit		15,0%
Wartezeit bis zum nächstmöglichen Termin	2,0%	
Zustande gekommene Beratungen im Erstkontakt	4,0%	
Anteil der Beratungen, die innerhalb von 5 Minuten begannen	3,0%	
Durchschnittliche Wartezeit bis zur Beratung	4,0%	
Öffnungszeiten für Unterrichtsstunden	2,0%	

* Die Bewertungen basieren auf den Beratungen an der Rezeption und im Gastronomiebereich (Frühstück).

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Beratung vor Ort (Fortsetzung)		
Qualität des Umfelds		15,0%
Ausstattung des zukünftigen Unterrichtsraums	2,0%	
Gestaltung der Räumlichkeiten	2,0%	
Sauberkeit der Räumlichkeiten	1,5%	
Raumatmosphäre	1,5%	
Barrierefreies Umfeld	1,5%	
Erscheinungsbild der Mitarbeiter	1,5%	
Diskrete Beratungsatmosphäre	1,0%	
Getränkeangebot	1,0%	
Sitzmöglichkeiten während der Beratung	1,0%	
Sauberkeit der Toiletten	1,0%	
Äußeres Erscheinungsbild des Gebäudes	1,0%	
Beratungserlebnis		5,0%
Authentischer Berater	1,0%	
Gesprächsatmosphäre/Wohlfühlfaktor	2,0%	
Mehrwert der Beratung	1,0%	
Erinnerungswert	1,0%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Telefonischer Service	100,0%	
Beratungskompetenz		30,0%
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%	
Lösungsqualität		20,0%
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%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Telefonischer Service (Fortsetzung)		
Kommunikationsqualität		20,0%
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%	
Wartezeiten und Erreichbarkeit		20,0%
Zustande gekommene Gespräche im Erstkontakt	7,0%	
Durchschnittliche Wartezeit	7,0%	
Gesprächsannahme innerhalb von 20 Sekunden	3,0%	
Wöchentliche Erreichbarkeit	3,0%	
Beratungserlebnis		10,0%
Authentischer Berater	2,0%	
Gesprächsatmosphäre/Wohlfühlfaktor	4,0%	
Mehrwert der Beratung	2,0%	
Erinnerungswert	2,0%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Service per E-Mail	100,0%	
Beratungskompetenz		35,0%
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%	
Lösungsqualität		20,0%
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%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Service per E-Mail (Fortsetzung)		
Kommunikationsqualität		20,0%
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%	
Wartezeiten und Erreichbarkeit		20,0%
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%	
Beratungserlebnis		5,0%
Mehrwert der Antwort	1,5%	
Erinnerungswert	3,5%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Online-Service		100,0%
Internetanalyse		50,0%
Nutzerbetrachtung		50,0%
Internetanalyse		100,0%
Spezielle Informationen und Funktionen		50,0%
Informationen		
zum Standort*	3,0%	
zu Schulfächern	3,0%	
zu Klassenstufen	3,0%	
Beschreibung der Kurse		
Inhalte	2,0%	
Dauer	2,0%	
Bilder von den Unterrichtsräumen*	2,0%	
Informationen zur Qualifikation des Lehrpersonals (Studenten, lehrerfahrene Pädagogen etc.)	4,0%	
Preisübersicht/Informationen über Preise	4,0%	
Standort-Finder (Suchfunktion)	3,0%	
Informationen zu Online-Nachhilfe	3,0%	
Informationen zum Bildungspaket	2,0%	

* Anhand drei beispielhafter Standorte überprüft

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)		
Spezielle Informationen und Funktionen (Fortsetzung)		
Lerntipps	2,0%	
Kundenbewertungen	2,0%	
Anzahl Klicks bis zur Beschreibung der Kurse	5,0%	
Anzahl Klicks bis zur Standortübersicht/ zu Informationen über Standorte	5,0%	
Anzahl Klicks bis zur Preisübersicht/zu Informationen über Preise	5,0%	
Allgemeine Informationen		30,0%
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%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)		
Kontaktinformationen		20,0%
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%	
Nutzerbetrachtung Internet		100,0%
Bedienungsfreundlichkeit		50,0%
Einfache und intuitive Navigation	16,7%*	
Übersichtlichkeit des Internetauftritts	16,7%*	
Optisch ansprechender Gesamteindruck	16,7%*	
Inhalte		50,0%
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.

7. Methodik

Serviceanalyse – Getestete Kontaktkanäle

Unternehmen	Telefonnummer	E-Mail-Adresse / Kontaktformular	Internetseite
Kumon	0800 5228580 / regionale Kontakte	info@kumon.de / Kontaktformular / regionale Kontakte	www.kumon.de
Lernstudio Barbarossa	0800 17361736 / regionale Kontakte	info@lernstudio-barbarossa.de / Kontaktformular / regionale Kontakte	www.lernstudio-barbarossa.de
Mini-Lernkreis	0800 0062244 06391 8389960 / regionale Kontakte	r.adam@minilernkreis.de / Kontaktformular / regionale Kontakte	www.minilernkreis.de
Schülerhilfe	Rufnummer der Startseite*/ 0800 2050405813 / regionale Kontakte	info@schuelerhilfe.de / Kontaktformular / regionale Kontakte	www.schuelerhilfe.de
Studienkreis	0800 1111220 0234 976001 / regionale Kontakte	info@studienkreis.de / Kontaktformular / regionale Kontakte	www.studienkreis.de
Testzeitraum	16. November - 19. Dezember 2022	15. November - 15. Dezember 2022	9. November - 7. Dezember 2022

* Schülerhilfe hatte zum Testzeitpunkt eine wechselnde Rufnummer auf der Startseite. Vor dem jeweiligen Testanruf wurde die zu dem Zeitpunkt angezeigte Nummer angerufen.

7. Methodik

Leistungsanalyse – Vorgehensweise

- Der Leistungsanalyse lagen zwei definierte Profile zugrunde (identisch zu den Mystery-Tests vor Ort). Basis für die Bewertung des Angebots und der Vertragsbedingungen waren valide Daten aus unterschiedlichen Quellen. Hinzugezogen wurden beispielsweise Leistungsbeschreibungen auf den Websites sowie bei den Vor-Ort-Tests eingeholtes Informationsmaterial, etwa Musterverträge oder Angebotsunterlagen.
- Soweit keine standortübergreifende Regelung galt, wurden die Informationen für dieselben Filialen eingeholt, die auch im Rahmen der Vor-Ort-Beratungen getestet wurden. Hierbei handelte es sich um jeweils zehn Standorte in großen deutschen Städten, die bundesweit verteilt lagen. Der Auswahl der Standorte lag eine größtmögliche Vergleichbarkeit der Institute zugrunde.

7. Methodik

Leistungsanalyse – Untersuchungskriterien

Angebot	100,0%
Anzahl der Standorte	6,0%
Unterrichtszeiten	
Unterricht am Wochenende	3,0%
Anzahl der Unterrichtsstunden am Tag	3,0%
Unterrichtsformen (Einzelunterricht / Gruppenunterricht)	5,0%
Gruppengröße	5,0%
Angebot an Kursen	
Kurse für verschiedene Schulformen (z. B. Gymnasium, Grundschule)	5,0%
Anzahl der angebotenen (Schul-)Fächer	5,0%
Prüfungsvorbereitungskurse	5,0%
Hausaufgaben-Hilfe	5,0%
Spezielle Kurse bei Lernschwächen (LRS u.A.)	4,0%
Ferienkurse	3,0%
Kurse für Lern- und Arbeitstechniken	3,0%
Online-Nachhilfe	4,0%
Online-Lern-Bibliothek	3,0%
Eigenes Lehrmaterial des Instituts	5,0%
Kapazitäten (Zeitfenster bis Unterrichtsbeginn)	6,0%
Erstellung eines Förderplans/individuellen Lernkonzeptes	6,0%
Elterngespräche	6,0%
Dokumentation der Lernfortschritte/Lernchecks	6,0%

* Konkrete Abfrage ja/nein: Frische Brötchen, frisches Brot, Rührei, gekochtes Ei/Spiegelei, Wurst, Käse, Müsli, Quark/Joghurt, Gemüse, Obst.

7. Methodik

Leistungsanalyse – Untersuchungskriterien

Angebot (Fortsetzung)		
Probestunden		
Kostenfreie Probestunden	3,0%	
Mögliche Anzahl kostenfreier Probestunden	3,0%	
Erfolgsgarantien	3,0%	
Förderung mit dem Bildungs- und Teilhabepaket	3,0%	

Vertragsbedingungen	100,0%	
Anmeldegebühren	30,0%	
Vertragslaufzeiten	30,0%	
Option Fachwechsel während der Vertragslaufzeit	20,0%	
Option Lehrerwechsel während der Vertragslaufzeit	20,0%	

* Konkrete Abfrage ja/nein: Frische Brötchen, frisches Brot, Rührei, gekochtes Ei/Spiegelei, Wurst, Käse, Müsli, Quark/Joghurt, Gemüse, Obst.

	Seite
A. Test-Erlebnisse	46
Positiv	46
Negativ	47
B. Service vor Ort	48
C. Telefonischer Service	50
D. Service per E-Mail	51
E. Online-Service	52
F. Allgemeine Methodik (Servicetests)	53
G. Nachhaltigkeit	55

F. Allgemeine Methodik

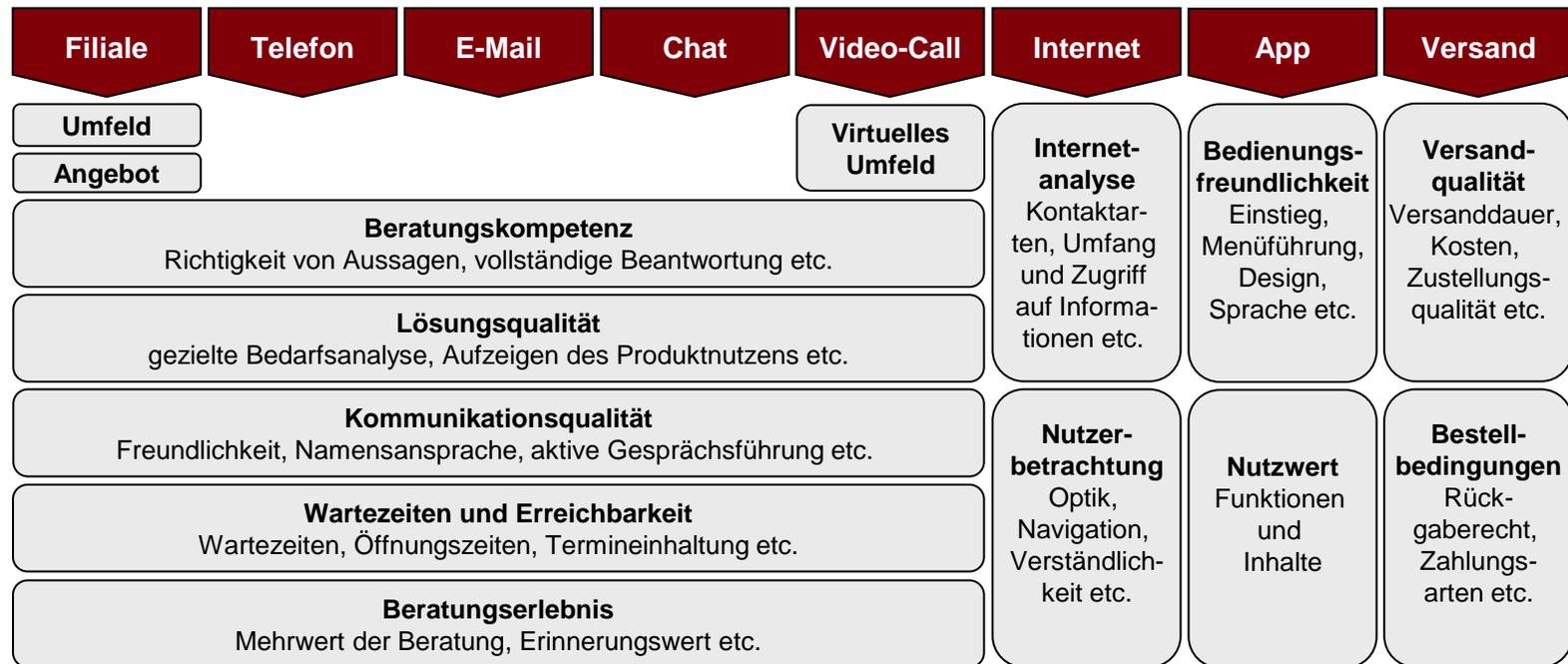
Service-tests

- **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 Kundinnen und Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, App, Video-Call, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Testerinnen und 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, Test-App-Analysen auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Online-Service:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Internetanalysen durch Expertenteam sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Testerinnen und Tester

F. Allgemeine Methodik

Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



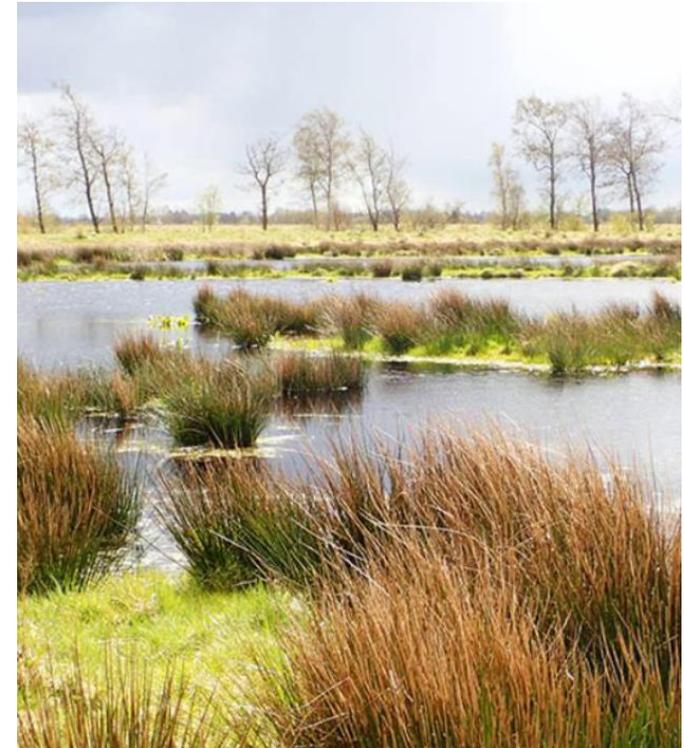
- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“

F. Nachhaltigkeit

Klimaschutz mit myclimate und MoorFutures



- Jährliche Berechnung des CO₂-Fußabdrucks des DISQ durch Umweltexperten von myclimate
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung weiterer CO₂-Reduktionsmaßnahmen
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO₂-Emissionen in myclimate-Klimaschutzprojekte
- Weiterer Klimaschutzbeitrag zur Renaturierung des Königsmoores in Schleswig-Holstein (MoorFutures)
- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Klimapositiv durch Klimaschutzprojekte
- Mehr dazu online unter: disq.de/klima



Projekt: Wiedervernässung von Hochmoorgrünland im Königsmoor in Schleswig-Holstein

Fotoquelle: myclimate