DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT

DOKUMENTATION – Zusammenfassung
Servicestudie: Fahrradhäuser 2018

„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv
Hamburg, 20. April 2018

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.).

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

© 2018 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

Das Marktforschungsinstitut

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Sitz	Hamburg
Gründung	Juni 2006
Ziele	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
Status	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Zertifizierungen oder 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 Marktforschungs-methodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie rund 1.500 geschulte Tester in ganz Deutschland
Beirat	Johann C. Lindenberg / Dipl.-Volkswirt, Hamburger Hochschulrat, Jochen Dietrich / n-tv Nachrichtenfernsehen

© 2018 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

Inhaltsverzeichnis

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

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

		Seite
1.	**Zahlen und Fakten zur Studie**	**5**
2.	**Fazit**	**7**
3.	**Gesamtergebnis**	**8**
4.	**Die besten Unternehmen**	**10**
5.	**Stärken und Schwächen der Branche**	**12**
	Kompetenzgrad	13
	Kommunikationsqualität	15
	Angebot	16
	Aktivitätsgrad	17
	Qualität des Umfelds	18
	Zusatzservices	19
6.	**Methodik**	**20**
Anhang		**28**

© 2018 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

1. Zahlen und Fakten zur Studie

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

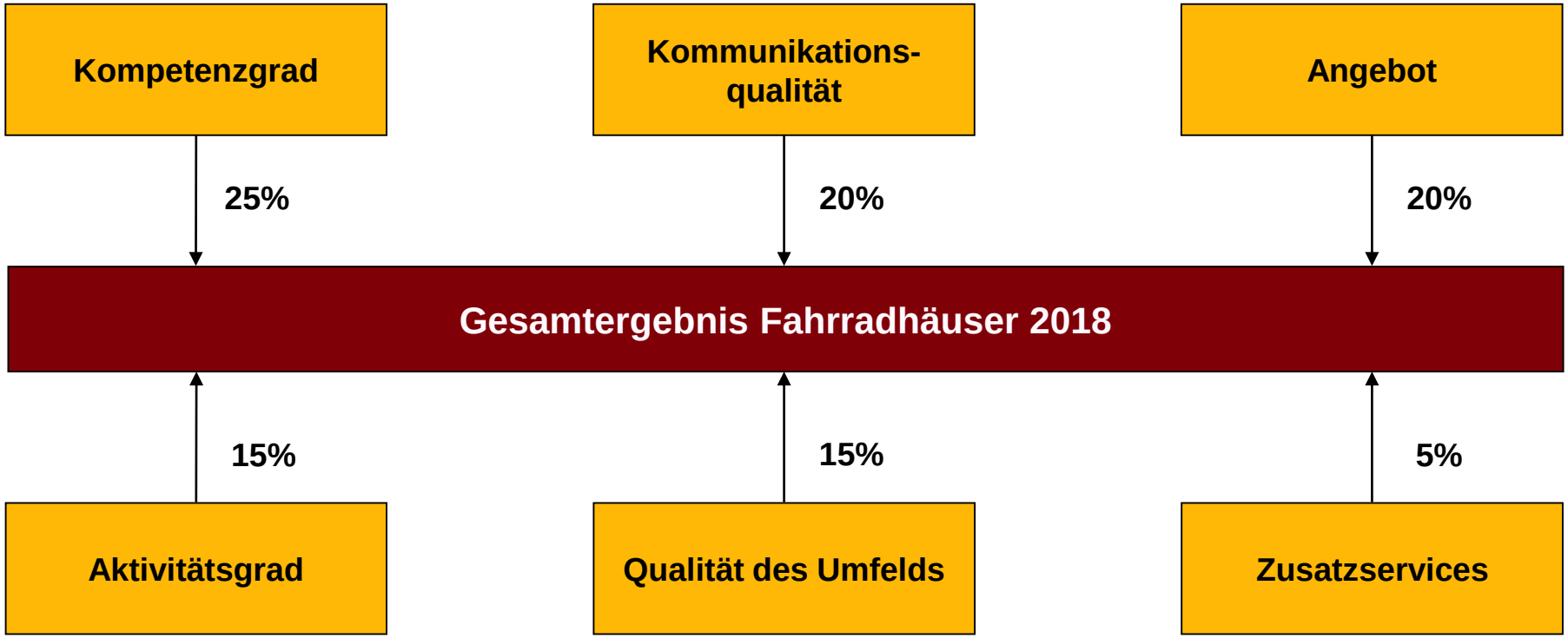
Auftraggeber	Nachrichtensender n-tv
Studienumfang	9 Fahrradhaus-Filialisten
Studienzeitraum	Dezember 2017 bis März 2018
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Service vor Ort
Serviceanalyse	Mystery-Tests, insgesamt 90 Servicekontakte (10 je Anbieter) Umfassende Bewertung der Servicequalität anhand folgender Bereiche: ■ Kompetenzgrad (Fachkunde, Analyse des Kundenbedarfs etc.) ■ Kommunikationsqualität (Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft etc.) ■ Angebot (Angebotsvielfalt, Aktionsangebote etc.) ■ Aktivitätsgrad (Warte- und Öffnungszeiten etc.) ■ Qualität des Umfelds (Sauberkeit, Raumgestaltung etc.) ■ Zusatzservices (Teststrecke, Werkstattservice etc.)

© 2018 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT



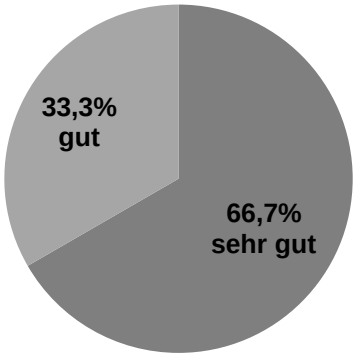
© 2018 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

3. Gesamtergebnis

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Gesamtergebnis Fahrradhäuser			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Fahrrad XXL	84,1	sehr gut
2	B.O.C. / Bikemax	83,6	sehr gut
3	Das Radhaus	83,1	sehr gut
4	Little John Bikes	82,1	sehr gut
5	Stadler	81,3	sehr gut
6	Cube / Multicycle	80,2	sehr gut
7	Mega Bike	78,8	gut
8	Lucky Bike / Radlbauer	77,3	gut
9	Rabe Bike	73,8	gut
	Branche (Mittelwert)	80,5	

Verteilung der Qualitätsurteile**



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.

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

© 2018 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

3. Gesamtergebnis

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Gesamtergebnis Fahrradhäuser 100%			Kompetenzgrad 25%		Kommunikations-qualität 20%		Angebot 20%		Aktivitätsgrad 15%		Qualität des Umfelds 15%		Zusatzservices 5%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	**Fahrrad XXL**	**84,1**	1	86,7	2	88,1	2	85,6	7	67,9	1	87,8	3	86,0
2	**B.O.C. / Bikemax**	**83,6**	5	82,6	4	86,8	1	86,3	5	75,2	2	84,8	2	88,0
3	**Das Radhaus**	**83,1**	6	82,5	1	88,3	3	84,6	4	75,3	3	82,7	4	84,0
4	**Little John Bikes**	**82,1**	3	84,8	3	87,9	5	81,1	3	76,4	5	78,6	7	77,0
5	**Stadler**	**81,3**	4	84,0	7	81,4	4	84,4	6	70,5	4	82,3	4	84,0
6	**Cube / Multicycle**	**80,2**	2	85,4	8	81,3	8	77,1	2	77,5	7	74,3	1	89,0
7	**Mega Bike**	**78,8**	7	79,7	5	84,9	6	80,1	1	78,6	8	72,2	8	66,0
8	**Lucky Bike / Radlbauer**	**77,3**	8	79,3	9	80,1	7	79,4	8	66,1	6	77,0	6	82,0
9	**Rabe Bike**	**73,8**	9	79,0	6	82,1	9	72,1	9	63,9	9	68,6	8	66,0
	Branche (Mittelwert)	**80,5**		82,6		84,5		81,2		72,4		78,7		80,2

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.

© 2018 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

4. Die besten Unternehmen

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	**Fahrrad XXL**	B.O.C. / Bikemax	Das Radhaus
Kompetenzgrad	Fahrrad XXL	Cube / Multicycle	Little John Bikes
Kommunikationsqualität	Das Radhaus	Fahrrad XXL	Little John Bikes
Angebot	B.O.C. / Bikemax	Fahrrad XXL	Das Radhaus
Aktivitätsgrad	Mega Bike	Cube / Multicycle	Little John Bikes
Qualität des Umfelds	Fahrrad XXL	B.O.C. / Bikemax	Das Radhaus
Zusatzservices	Cube / Multicycle	B.O.C. / Bikemax	Fahrrad XXL

© 2018 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik

Hintergrund der Studie

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Laut dem Zweirad-Industrie-Verband e. V. (ZIV) ist der Bestand an Fahrrädern in Deutschland 2016 um eine Million und somit insgesamt auf 73 Millionen Stück angestiegen.* Der durch Fahrradverkäufe erzielte Umsatz erreichte 2016 mit rund 2,6 Milliarden Euro ebenfalls einen neuen Höchststand.** Statistiken zur Nutzungshäufigkeit des Fahrrads untermauern ferner die Relevanz, die das Fortbewegungsmittel bei uns mittlerweile hat: 41 Prozent der Deutschen nutzen das Fahrrad regelmäßig, d. h. täglich oder mehrmals pro Woche.***

Neben herkömmlichen Fahrradmodellen, wie Damen- oder Cityrädern, gibt es inzwischen eine Vielzahl spezieller Fahrradtypen: z. B. Trekkingräder, Liegeräder, Mountainbikes, Crossräder, E-Bikes und S-Pedelecs. Mit den unterschiedlichen Funktionen der Zweiräder werden verschiedene Zielgruppen angesprochen, ob für alltägliche Wege (z. B. den Weg ins Büro oder in den Supermarkt), zur sportlichen Betätigung oder aber für große Touren – für jeden ist etwas dabei. In Anbetracht der zunehmenden Angebotsvielfalt erweist sich der Kauf eines Fahrrads und des passenden Zubehörs aus Kundensicht jedoch immer schwieriger. Die Wahl des richtigen Rads sowie passender Extras bedarf daher einer fachmännischen Beratung. Ziel dieser Studie war es daher, das Fahrradhaus mit der kompetentesten Beratung und dem insgesamt besten Service zu identifizieren.

* Zweirad-Industrie-Verband e. V. (2017): Zahlen – Daten – Fakten zum Fahrradmarkt in Deutschland 2016, S. 21. Verfügbar unter: http://www.zivzweirad.de/fileadmin/redakteure/Downloads/Marktdaten/PK_2017-ZIV_Praesentation_7.03.2017_oT1.pdf (zuletzt abgerufen am 03.11.2017).

** Confederation of the European Bicycle Industry (2017): European Bicycle Market 2017 edition. Industry & Market Profile (2016 statistics), S. 44. Verfügbar unter: http://www.conebi.eu/?wpdmdl=1717 (zuletzt abgerufen am 06.11.2017).

*** Sinus (2017). Fahrrad-Monitor Deutschland 2017: Ergebnisse einer repräsentativen Online-Befragung. Verfügbar unter: https://www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Anlage/G/fahrradmonitor-2017-ergebnisse.pdf?__blob=publicationFile (zuletzt abgerufen am 08.11.2017).

© 2018 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik
Untersuchungsumfang

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Analysiert wurden im Rahmen dieser Studie die nach Anzahl der Filialen größten deutschen Fahrradhaus-Ketten. Einbezogen wurden Unternehmen, die mit mindestens fünf Filialen in Deutschland präsent sind. Nicht berücksichtigt wurden dagegen reine Online-Shops, da der Service vor Ort im Fokus der Studie stand. Die Auswahl der Unternehmen basierte auf einer umfangreichen Online-Recherche sowie Expertengesprächen, die im Rahmen der Vorstudie geführt wurden.*

Die Untersuchungsauswahl setzte sich aus folgenden neun Unternehmen zusammen:

- B.O.C. / Bikemax
- Cube / Multicycle
- Das Radhaus
- Fahrrad XXL
- Little John Bikes
- Lucky Bike / Radlbauer
- Mega Bike
- Rabe Bike
- Stadler

* Die Relevanz der Unternehmensauswahl bestätigte in der Vorstudie 2014 der Verband des Deutschen Zweiradhandels e.V.

© 2018 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik
Vorgehensweise

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

- Die Tests fanden vom 12. Januar bis zum 10. Februar 2018 in 50 verschiedenen deutschen Städten statt (siehe Anhang). Am häufigsten wurden Filialen in Berlin, Hamburg und München getestet.
- Pro Unternehmen wurden sechs Besuche zu Stoßzeiten (Montag bis Freitag 17 bis 19 Uhr, Samstag ganztägig) und vier Besuche zu normalen Zeiten (Montag bis Freitag vor 17 Uhr) durchgeführt.
- Die Beratungsqualität wurde anhand von vier Rollenspielen zu unterschiedlichen themenspezifischen Bereichen analysiert. Bei jeweils der Hälfte der zehn Filialtests äußerten die Kunden zudem eine Beschwerde mit einem plausiblen Grund (zum Beispiel lange Wartezeiten bis zur Beratung, schlechte Orientierungsmöglichkeiten oder fehlende Preisauszeichnungen).
- Bei jedem Besuch erfolgte zudem ein Testkauf, um die Kundenfreundlichkeit und die Wartezeiten an der Kasse zu messen.

© 2018 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik
Rollenspiele

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

- **Rollenspiel A – Verkehrssicherheit und Helmpflicht:** Der Testkunde suchte ein neues Fahrrad, da sein altes kaputt gegangen war. Er informierte sich über die Voraussetzungen für eine vollständige Verkehrssicherheit und erkundigte sich, ob im Straßenverkehr eine Helmpflicht für Fahrradfahrer bestehe.
- **Rollenspiel B – Ventile und Felge:** Der Testkunde bat um eine Beratung zu einem neuen Fahrrad. Er fragte, welche Arten von Reifenventilen es gäbe. Zudem wollte er wissen, ob er bei einer Acht eine neue Felge benötige.
- **Rollenspiel C – Rahmenhöhe und Bremse:** Der Testkunde war auf der Suche nach einem Fahrrad, das möglichst gut zu seiner Körpergröße passte. Er erkundigte sich, wie er die benötigte Rahmenhöhe selbst ermitteln könne. Darüber hinaus interessierte ihn das Thema Scheibenbremsen und ob diese eingebremst werden müssen.
- **Rollenspiel D – Pflege und Schloss:** Da sein altes Rad nicht mehr verkehrstauglich war, brauchte der Testkunde ein neues Fahrrad. Dieses wollte er gern selbst gut pflegen und durchchecken sowie vor Diebstahl sichern. Diesbezüglich holte er sich Pflege- und Instandhaltungs-Tipps und informierte sich über die sicherste Form von Fahrradschlössern.

© 2018 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Serviceanalyse		100,0%
Kompetenzgrad		**25,0%**
Richtigkeit der Aussagen	4,0%	
Gezielte Bedarfsanalyse	3,5%	
Vollständigkeit der Aussagen	3,5%	
Individuelle Beratung	2,5%	
Glaubwürdigkeit der Aussagen	2,5%	
Aufzeigen des Produktnutzens (Vor- und Nachteile)	2,5%	
Aufzeigen von Produktalternativen (auch preislich)	2,5%	
Motivation der Mitarbeiter	2,0%	
Der Mitarbeiter nahm sich genügend Zeit	2,0%	
Kommunikationsqualität		**20,0%**
Ansprechende Begrüßung*	2,0%	
Blickkontakt*	2,0%	
Freundlichkeit*	3,0%	
Hilfsbereitschaft	3,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit des Mitarbeiters	2,0%	
Akustische Verständlichkeit des Mitarbeiters	2,0%	
Reaktion auf Beschwerden	4,0%	
Ansprechende Verabschiedung*	2,0%	

* Diese Kriterien wurden jeweils bei der Beratung und an der Kasse erhoben.

© 2018 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Serviceanalyse (Fortsetzung)		
Angebot		**20,0%**
Angebotsvielfalt		
Umfangreiches Angebot an Fahrrädern*	4,0%	
Umfangreiches Angebot an Fahrradteilen**	2,0%	
Umfangreiches Angebot an Zubehör***	2,0%	
Umfangreiches Angebot an Fahrradbekleidung****	2,0%	
Aktuelle Aktionsangebote	3,0%	
Verfügbarkeit von aktuellen Angeboten	2,0%	
Befüllung der Regale und Ausstellungsflächen	2,0%	
Auszeichnung der Ware mit Preisen	1,5%	
Auszeichnung der Ware mit Produktmerkmalen	1,5%	
Aktivitätsgrad		**15,0%**
Aktives Zugehen der Mitarbeiter auf den Kunden	3,0%	
Beurteilung des aktiven Zugehens auf den Kunden	2,0%	
Wartezeit bis zur Beratung	4,0%	
Wartezeit an der Kasse	4,0%	
Öffnungszeiten	2,0%	

* Beispiele Fahrräder: Mountainbikes, Trekkingräder, Cityräder, Elektroräder, Crossräder, BMX, Kinderräder etc.; verschiedene Marken/Hersteller
** Beispiele Fahrradteile: Fahrradsitze, Bremsen, Schläuche, Pedale etc.
*** Beispiele Zubehör: Pumpen, Schlösser, Körbe etc.
**** Beispiele Bekleidung: Trikots, Helme, Hosen, Jacken, Unterwäsche, Socken etc.

© 2018 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Serviceanalyse (Fortsetzung)		
Qualität des Umfelds		**15,0%**
Orientierungsmöglichkeiten*	2,0%	
Übersichtliche Präsentation der Waren	2,0%	
Erscheinungsbild der Mitarbeiter	2,0%	
Gestaltung der Räumlichkeiten	1,5%	
Sauberkeit der Räumlichkeiten	1,5%	
Raumatmosphäre	1,0%	
Sitzmöglichkeiten in den Verkaufsräumen	1,0%	
Umkleidekabinen: Beschaffenheit/Sauberkeit	1,0%	
Barrierefreies Umfeld	1,0%	
Äußeres Erscheinungsbild des Gebäudes	1,0%	
Parkmöglichkeiten	1,0%	

* Z. B. Schilder oder Hinweise

© 2018 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Serviceanalyse (Fortsetzung)		
Zusatzservices		**5,0%**
Teststrecke*	1,0%	
Montageservice	1,0%	
Finanzierungsmöglichkeit	1,0%	
Events**	1,0%	
Reparatur/Wartung		
Werkstatt vor Ort	0,5%	
Kostenlose (Erst-)Inspektion	0,5%	

* Zum Ausprobieren der Räder
** Vorträge/Informationsveranstaltungen, Kurse, Ausfahrten/Touren

© 2018 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

Anhang

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

	Seite
A. Tester-Erlebnisse	**29**
Positiv	29
Negativ	30
B. Städteverzeichnis	**31**
C. Allgemeine Methodik (Servicetests)	**33**

© 2018 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

B. Städteverzeichnis

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

- Aachen
- Bayreuth
- Berlin
- Bielefeld
- Bochum
- Bordesholm
- Bremen
- Burgkunstadt
- Chemnitz
- Dessau
- Dörfles-Esbach
- Dortmund
- Dresden
- Duisburg
- Düsseldorf
- Erfurt
- Essen
- Flensburg
- Frankfurt am Main
- Füssen
- Garmisch
- Gelsenkirchen
- Gräfelfing
- Halle
- Hamburg
- Hannover
- Karlsruhe
- Kiel
- Koblenz
- Kolbermoor

© 2018 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

B. Städteverzeichnis

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

- Köln
- Leipzig
- Leuna
- Magdeburg
- Mainz
- Mannheim
- Marktredwitz
- München
- Münster
- Neumünster
- Nürnberg
- Oberhaching
- Penzberg
- Pinneberg
- Potsdam
- Rendsburg
- Rostock
- Schleswig
- Schonungen
- Schwentinental

© 2018 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

C. Allgemeine Methodik
Servicetests

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

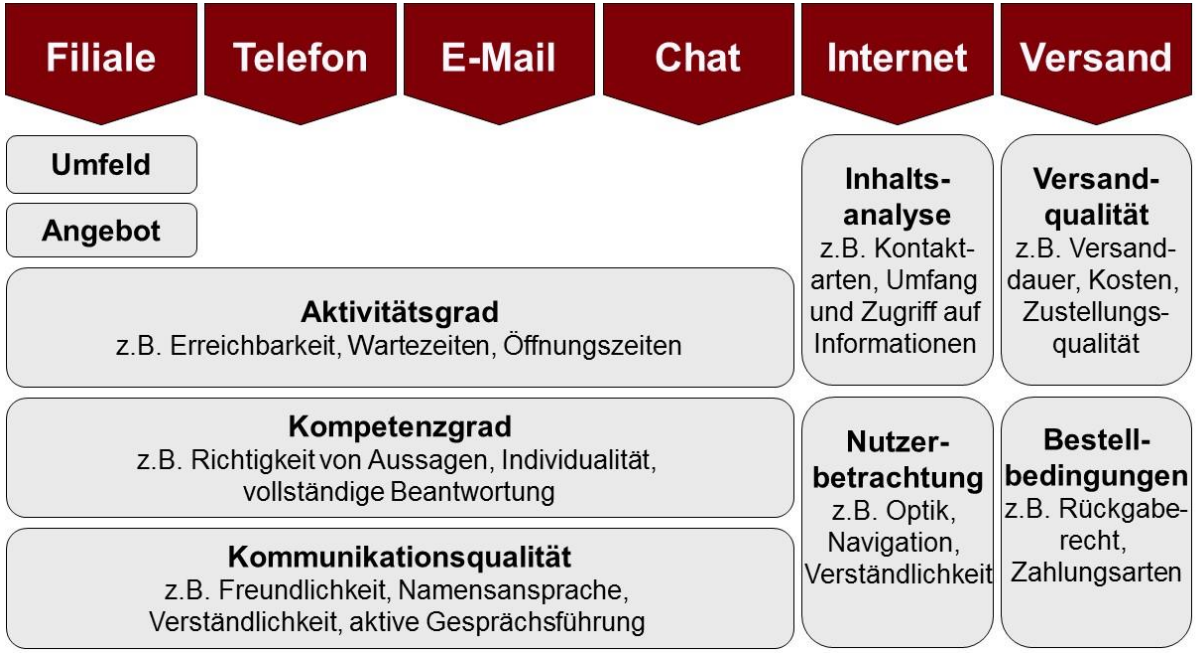
- **Ziel:** Analyse des Services und der Leistungen von Unternehmen aus Verbrauchersicht
- **Basis:** Standardisierte, objektiv nachprüfbare Messverfahren der SERVQUAL-Methodik
- **Analyse:** Mehrdimensionaler Ansatz; Berücksichtigung der für Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, 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

© 2018 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

C. Allgemeine Methodik
Servicetests

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

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 Qualitätsurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“

© 2018 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG