

## **P R E S S E M I T T E I L U N G**

### **30 Service-Studien in zwei Jahren / zahlreiche Unternehmen verbessern Service**

#### **Verbraucherinstitut auf Erfolgskurs**

**Hamburg, 04.08.2008** – Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) hat sich erfolgreich als Verbraucherinstitut und Mediendienstleister etabliert. Seit der Gründung im Juni 2006 hat das Institut mehr als 30 Wettbewerbsstudien durchgeführt. „Wir haben uns in kürzester Zeit ausgesprochen erfolgreich im Markt etabliert“, zieht DISQ-Geschäftsführer Markus Hamer eine erste Zwischenbilanz. Künftig will das Institut die Zahl der Studien weiter erhöhen. Bislang hat DISQ den Service von über 500 Unternehmen mittels nahezu 20.000 verdeckten Testkunden-Kontakten analysiert.

Mehr als die Hälfte der Vergleichstests wurden im Auftrag von Medien durchgeführt. „Mittlerweile sind wir Partner von Deutschlands renommiertesten TV- und Print-Medien“, erläutert Hamer. Darüber hinaus veröffentlicht DISQ in unregelmäßigen Abständen eigene Studien.

So hat sich DISQ in nur zwei Jahren einen Namen als renommiertes und erfolgreiches Testinstitut gemacht - sowohl bei Medien (W&V „Stiftung Servicetest“) als auch bei Verbrauchern. „Mit unseren Qualitätsstudien schaffen wir Transparenz, bieten Orientierung und liefern Kaufberatung“ erzählt Geschäftsführer Hamer. Dieser Verbraucherschutz funktioniert in beide Richtungen. Viele der geprüften Unternehmen nutzen die aufgedeckten Dienstleistungs- und Produktschwächen zur Verbesserung ihrer Angebote. „Einige Vergleichsanalysen wurden bereits wiederholt. Dabei stellen wir fest, dass manche Unternehmen ihre Hausaufgaben in punkto Qualitätsmanagement gemacht haben“, freut sich Hamer.

Eine Ausnahme von der Regel: Flexstrom - der Berliner Stromhändler belegte beim unabhängigen, Anfang des Jahres in der Wirtschaftszeitung Handelsblatt publizierten Stromtest den letzten Platz. „Anstatt ihre auch schon von Verbraucherschützern kritisierten Produkte zu überarbeiten und ihren schwachen Service zu optimieren, verhält sich Flexstrom wie ein schlechter Verlierer und beschäftigt fünf Monate nach Veröffentlichung der Analyse jetzt Rechtsanwälte, um die fundierten und unabhängig erstellten Ergebnisse anzuzweifeln“, kritisiert Hamer die ungewöhnlichen Geschäftsusancen. DISQ hatte innerhalb von zwei Jahren noch keine juristische Auseinandersetzung mit einem getesteten Unternehmen.

DISQ arbeitet objektiv nach wissenschaftlichen Methoden. Zur Anwendung kommen bei den umfassenden Studien mehrdimensionale Analysen und praxisrelevante Verfahren aus der empirischen Sozialforschung. Die Tests werden immer unabhängig durchgeführt. Die Studien sind entweder im Auftrag eines Medienpartners erstellt oder selbst von DISQ initiiert. Unternehmen können keine Studien beauftragen. Das Institut ist rein privatwirtschaftlich organisiert, bekommt also für den Geschäftsbetrieb keine öffentlichen Gelder. DISQ refinanziert sich zum Teil durch die Vermarktung von Siegel an Testsieger, die wiederum mit dem guten Namen des Instituts werben.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:  
Deutsches Institut für Service-Qualität

#### **Ansprechpartnerin:**

Bianca Möller  
Telefon: 040 / 41 11 69 25  
E-Mail: b.moeller@disq.de