

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Studie: Nachhilfeinstitute 2021



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 18. Februar 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

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 Servicestudien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Tester in ganz Deutschland
Beirat	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
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
Telefonische Beratung	14
Service per E-Mail	15
Online-Service	16
Angebot	17
Preise und Vertragsbedingungen	18

Inhaltsverzeichnis

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

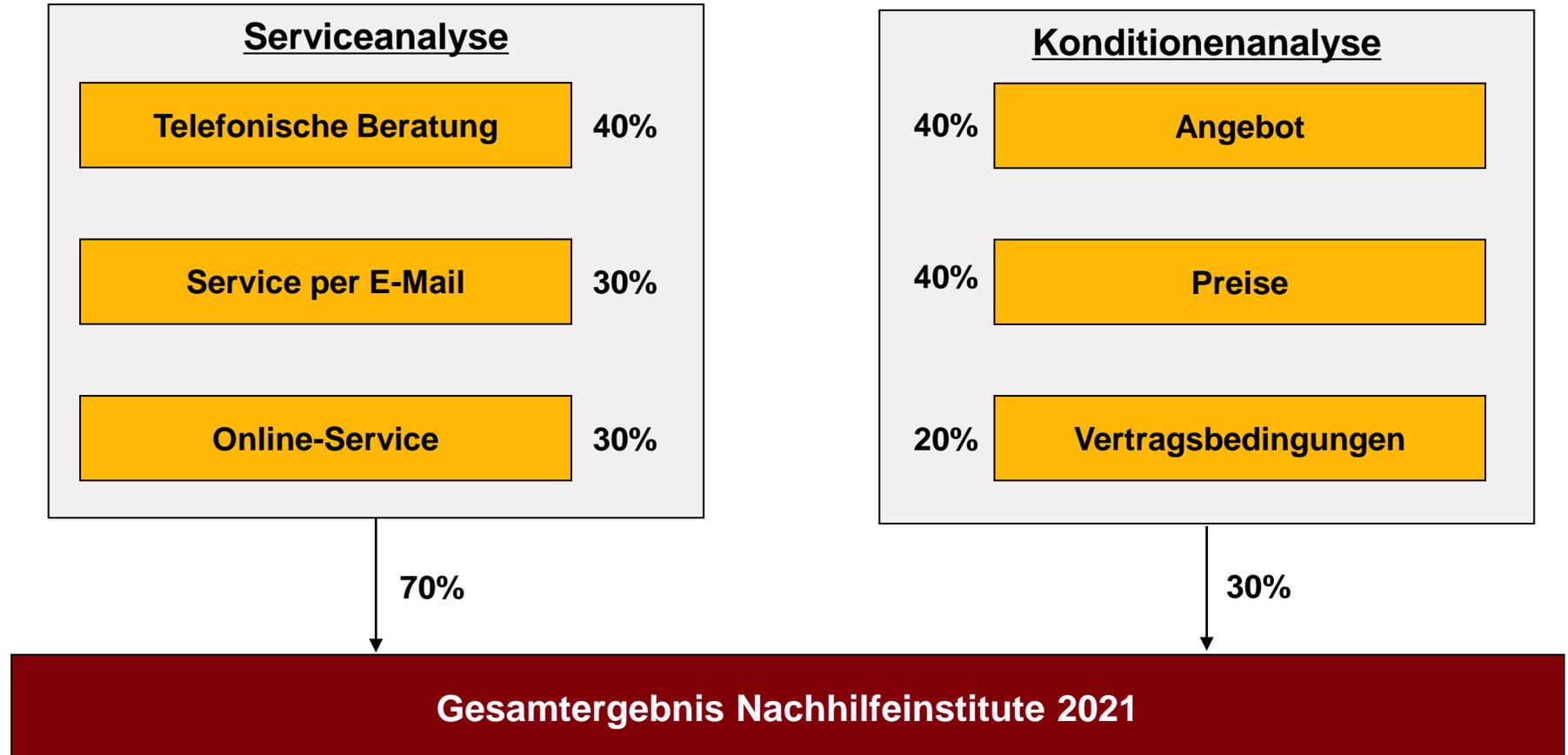
	Seite
6. Ergebnisse der Unternehmen	19
Serviceanalyse	19
Konditionenanalyse	21
7. Methodik	23
Serviceanalyse	25
Konditionenanalyse	34
Anhang	38

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Studienumfang	Fünf Nachhilfeinstitute
Studienzeitraum	Oktober 2020 bis Januar 2021
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruh (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Service und Konditionen
Serviceanalyse	Mystery-Tests, insgesamt 155 Servicekontakte (31 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none">■ 50 Analysen der telefonischen Beratungsqualität (10 je Anbieter)■ 50 Analysen der E-Mail-Beantwortung (10 je Anbieter)■ 55 Analysen des Online-Service:<ul style="list-style-type: none">■ 5 Analysen der Internetauftritte (1 je Anbieter)■ 50 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)
Konditionenanalyse	Umfassende Untersuchung und Bewertung des Angebots, der Preise sowie der Vertragskonditionen (Erhebungszeitraum: 06.11.2020 bis 07.12.2020)

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Nachhilfeinstitute			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Studienkreis	77,5	gut
2	Schülerhilfe	76,5	gut
3	Mini-Lernkreis	65,7	befriedigend
4	Lernstudio Barbarossa	54,6	ausreichend
-	Kumon**	-	-
	Branche (Mittelwert)	68,6	

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.

** Die Unterrichtsform des Unternehmens unterschied sich von den anderen Anbietern, wodurch ein Gesamtvergleich nicht möglich war.

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Nachhilfeinstitute			Serviceanalyse		Konditionen - analyse	
100%			70%		30%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Studienkreis	77,5	2	71,1	1	92,7
2	Schülerhilfe	76,5	1	71,2	2	89,0
3	Mini-Lernkreis	65,7	4	62,8	4	72,7
4	Lernstudio Barbarossa	54,6	5	46,6	3	73,2
-	Kumon**	-	3	69,2	-	-
Branche (Mittelwert)		68,6	64,2		81,9	

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.

** Die Unterrichtsform des Unternehmens unterschied sich von den anderen Anbietern, wodurch ein Gesamtvergleich nicht möglich war.

4. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	Studienkreis	Schülerhilfe	Mini-Lernkreis
Serviceanalyse	Schülerhilfe	Studienkreis	Kumon
Telefonische Beratung	Studienkreis	Schülerhilfe	Kumon
Service per E-Mail	Kumon	Schülerhilfe	Mini-Lernkreis
Online-Service	Studienkreis	Schülerhilfe	Kumon
Konditionenanalyse	Studienkreis	Schülerhilfe	Lernstudio Barbarossa
Angebot	Studienkreis	Schülerhilfe	Mini-Lernkreis
Preise	Studienkreis	Schülerhilfe	Lernstudio Barbarossa
Vertragsbedingungen	Mini-Lernkreis	Schülerhilfe, Studienkreis	-

7. Methodik

Hintergrund der Studie

Geschlossene Schulen, Unterrichtsausfall und Homeschooling haben Schülerinnen und Schüler sowie deren Eltern vor neue Herausforderungen gestellt. In einer Umfrage unter 0zp3.632 Lehrkräften stimmten nahezu 45 Prozent der Befragten zu, dass die Kinder während der Schulschließungen weniger gelernt hätten, als im Präsenzunterricht in der Schule*; auch der Bundesverband Nachhilfe- und Nachmittagsschulen (VNN) erwartet Lerndefizite, die ohne individuelle Förderung nicht auszugleichen sind.**

Doch schon vor dem pandemiebedingten Unterrichtsausfall war die Nachfrage nach Nachhilfe groß. Eine repräsentative Befragung aus dem Jahr 2017 unter Eltern schulpflichtiger Kinder ergab, dass 14 Prozent der Kinder im Alter von sechs bis 16 Jahren mindestens einmal pro Woche Nachhilfeunterricht beanspruchten. Die Ausgaben der Eltern für Nachhilfe lagen bei durchschnittlich 87 Euro pro Monat.*** In Anbetracht dieser hohen Kosten, die für professionelle Nachhilfe sowie für die optimale Betreuung des Kindes anfallen, ist die Entscheidung für das bestmögliche Nachhilfeinstitut aus Verbrauchersicht von zentraler Bedeutung. Ziel der Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität war es, die größten deutschen Nachhilfeinstitute zu testen und den Anbieter mit dem besten Mix aus Service und Konditionen zu identifizieren.

* Vgl. Institut für Schulentwicklungsforschung (IFS), Technische Universität Dortmund (2020): Unterricht während der Corona-Pandemie: Lehrkräftebefragung Ergebnisse Teil I „Der Unterricht“. Online unter: http://www.ifs.tu-dortmund.de/cms/de/Home/Pressematerialien/Pressematerialien/UCP_Kurzbericht_final.pdf (Abrufdatum 07.01.2021).

** Vgl. Bundesverband Nachhilfe- und Nachmittagsschulen e.V. (2020): Pressemeldung. VNN kritisiert Lernbrücken in Baden-Württemberg: Flop für Schüler, Lehrer und die heimische Wirtschaft. Online unter: https://www.nachhilfeschulen.org/index.php?seite=Viewer&show=vnn_info_20200727_141545 (Abrufdatum 07.01.2021).

*** Vgl. Bertelsmann Stiftung (2016): Nachhilfeunterricht in Deutschland: Ausmaß - Wirkung – Kosten. Online unter: https://www.bertelsmannstiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/Nachhilfeunterricht_in_Deutschland_160127.pdf (Abrufdatum 07.01.2021).

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 – 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 Nachhilfeunterricht. 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:

- Nachhilfeinstitute vs. privat organisierte Nachhilfe
- Unterstützung durch die Eltern beim Lernen Zuhause
- Vorteile von Gruppen-Nachhilfeunterricht
- Unterscheidung verschiedener Lerntypen
- Nachhilfe bei Lese-Rechtschreibschwäche / Rechenschwäche
- Signale für Notwendigkeit von Nachhilfe
- Sprachniveau Englisch
- Möglichkeit des Erhalts staatlicher Zuschüsse
- Steuerliche Absetzbarkeit von Nachhilfekosten

Anhand von zwei vorgegebenen Profilen (Einzelunterricht Mathe und Gruppenunterricht Englisch) erfragten die Testanrufer zudem die genauen Konditionen.

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Telefonische Beratung		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

Telefonische Beratung (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 (Bewertung anhand von je drei Standorten)	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%
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%

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)		
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%	
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%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Nutzerbetrachtung Online-Service		100,0%
Bedienungsfreundlichkeit		50,0%
Einfache und intuitive Navigation	16,7%*	
Übersichtlichkeit des Online-Services	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	Internetseite	Telefonnummer	E-Mail-Adresse / Kontaktformular
Kumon	www.kumon.de	0800 5228580 / Telefonnummern regionaler Nachhilfeinstitute	info@kumon.de / Kontaktformulare regionaler Nachhilfeinstitute
Lernstudio Barbarossa	www.lernstudio-barbarossa.de	0800 17361736 / Telefonnummern regionaler Nachhilfeinstitute	info@lernstudio-barbarossa.de / E-Mail-Adressen regionaler Nachhilfeinstitute
Mini-Lernkreis	www.minilernkreis.de	0800 0062244 / Telefonnummern regionaler Nachhilfeinstitute	Kontaktformulare regionaler Nachhilfeinstitute sowie der Zentrale
Schülerhilfe	www.schuelerhilfe.de	0800 205040000 / 0209 36060 / Telefonnummern regionaler Nachhilfeinstitute	info@schuelerhilfe.de / Kontaktformulare regionaler Nachhilfeinstitute
Studienkreis	www.studienkreis.de	0234 976001 / 0800 1111220 / Telefonnummern regionaler Nachhilfeinstitute	info@studienkreis.de / Kontaktformulare regionaler Nachhilfeinstitute
Testzeitraum	06. November – 30. November 2020	06. November – 27. November 2020	09. November – 26. November 2020

7. Methodik

Konditionenanalyse – Vorgehensweise

Der Konditionenanalyse lagen zwei vorab definierte Profile zugrunde (identisch zu den Mystery-Tests am Telefon). Basis für die Bewertung des Angebots, der Preise und der Vertragskonditionen waren valide Daten aus verschiedenen Quellen. Hinzugezogen wurden beispielsweise Leistungsbeschreibungen auf den Websites der Institute, Auskünfte aus verdeckten telefonischen Anfragen sowie per E-Mail erhaltenes Informationsmaterial wie Musterverträge oder Angebotsunterlagen.

Soweit keine standortübergreifende Regelung der Konditionen galt, wurden die Informationen für dieselben Standorte eingeholt, die auch im Rahmen der telefonischen Beratung 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

Konditionenanalyse – Profile

Die Konditionen wurden anhand folgender Profile ermittelt:

Profil 1: Einzelunterricht

- Häufigkeit und Dauer: einmal pro Woche, 90 Minuten
- Fach: Mathematik
- Schulform und Klassenstufe: Gymnasium, 10. Klasse
- Geschlecht: weiblich
- Vertragsbindung: zwölf Monate
- Zielsetzung: Verbesserung der Schulnoten
- Keine Online-Nachhilfe

Profil 2: Gruppenunterricht

- Häufigkeit und Dauer: zweimal pro Woche, 60 Minuten
- Fach: Englisch
- Schulform und Klassenstufe: Gymnasium, 8. Klasse
- Geschlecht: männlich
- Vertragsbindung: sechs Monate
- Zielsetzung: Verbesserung der Schulnoten
- Keine Online-Nachhilfe

7. Methodik

Konditionenanalyse – 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%

* Das Kriterium wurde über die Websites erhoben.

** Das Kriterium wurde durch die Tester erhoben.

7. Methodik

Konditionenanalyse – Untersuchungskriterien

Angebot (Fortsetzung)		
Dokumentation der Lernfortschritte/ Lernchecks**	6,0%	
Probestunden		
Kostenfreie Probestunden**	3,0%	
Mögliche Anzahl kostenfreier Probestunden**	3,0%	
Erfolgsgarantien**	3,0%	
Förderung mit dem Bildungs- und Teilhabepaket**	3,0%	
Preise		100,0%
Profil 1 - Einzelunterricht	50,0%	
Profil 2 - Gruppenunterricht	50,0%	
Vertragsbedingungen		100,0%
Anmeldegebühren	30,0%	
Mindestvertragslaufzeit	30,0%	
Option Fachwechsel während der Vertragslaufzeit**	20,0%	
Option Lehrerwechsel während der Vertragslaufzeit**	20,0%	

* Das Kriterium wurde über die Websites erhoben.

** Das Kriterium wurde durch die Tester erhoben.

	Seite
A. Tester-Erlebnisse	39
Positiv	39
Negativ	40
B. Städteverzeichnis	41
C. Telefonische Beratung	42
D. Service per E-Mail	43
E. Online-Service	44
F. Preise	45
G. Allgemeine Methodik (Servicetests)	47

F. Preise

Die folgenden Angaben beziehen sich auf die getesteten Geschäftsstellen der Institute, für die die Preise ermittelt werden konnten. Dargestellt werden Preise pro Monat als Preisspanne und Mittelwert über alle jeweils verfügbaren Angaben der analysierten Geschäftsstellen.

Preise	Profil 1* Einzelunterricht		Profil 2** Gruppenunterricht	
	Preisspanne	Durchschnittspreis	Preisspanne	Durchschnittspreis
Unternehmen				
Kumon***	-	-	-	-
Lernstudio Barbarossa	240,00€ - 249,00€	243,00 €	109,33€ - 109,33€	109,33 €
Mini-Lernkreis	148,00€ - 178,50€	163,25 €	216,00€ - 264,00€	240,00 €
Schülerhilfe	115,00€ - 199,00€	146,33 €	99,33€ - 119,36€	108,40 €
Studienkreis	72,50€ - 125,00€	90,81 €	96,00€ - 179,90€	119,14 €
Erhebungszeitraum: 06.11.2020 bis 07.12.2020				

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

- * Profil 1: Einzelunterricht: Häufigkeit und Dauer: einmal pro Woche, 90 Minuten / Fach: Mathematik / Schulform und Klassenstufe: Gymnasium, 10. Klasse / Geschlecht: weiblich / Vertragsbindung: zwölf Monate / Zielsetzung: Verbesserung der Schulnoten / Keine Online-Nachhilfe
- ** Profil 2: Gruppenunterricht: Häufigkeit und Dauer: zweimal pro Woche, 60 Minuten / Fach: Englisch / Schulform und Klassenstufe: Gymnasium, 8. Klasse / Geschlecht: männlich / Vertragsbindung: sechs Monate / Zielsetzung: Verbesserung der Schulnoten / Keine Online-Nachhilfe
- *** Die Unterrichtsform des Anbieters unterschied sich von den anderen Anbietern, wodurch ein Preisvergleich nicht möglich war.

G. Allgemeine Methodik

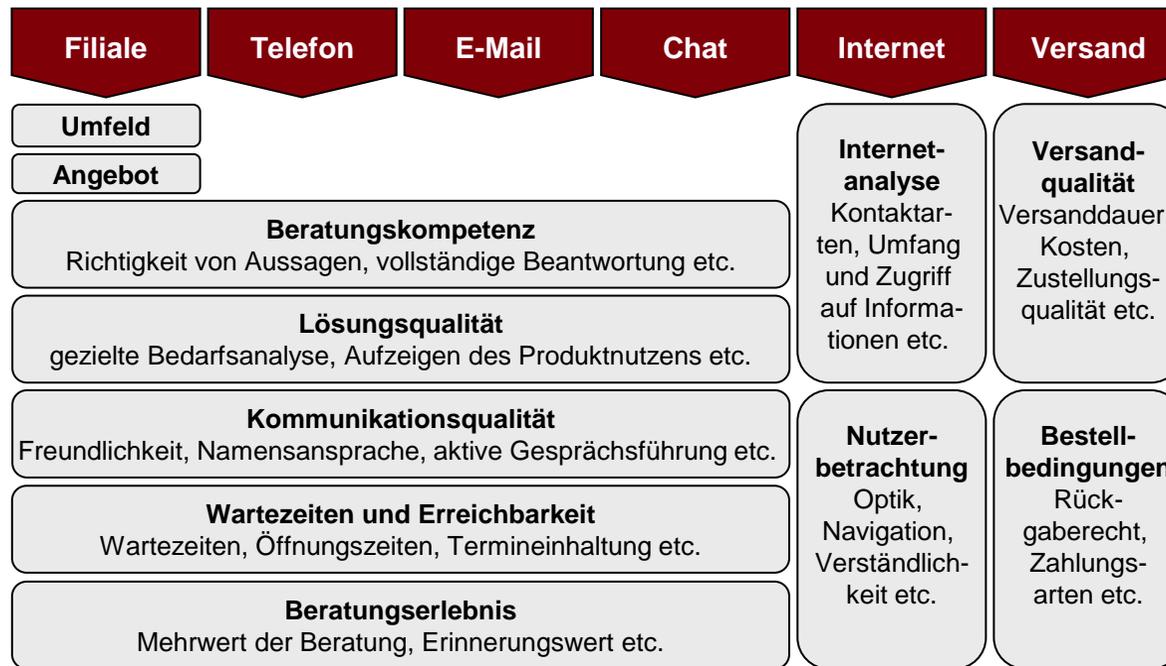
Service-tests

- **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, 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
- **Online-Service:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Inhaltsanalysen durch Experten sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Tester

G. 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“