

# DOKUMENTATION - Zusammenfassung

## Test: Taxi-Apps 2022



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“  
Hamburg, 24. Januar 2022

# 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.).

<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 Mystery-Shopping-Studien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
<b>Mitarbeiter</b>	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Testerinnen und Tester in ganz Deutschland
<b>Beirat</b>	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Jochen Dietrich / ntv Nachrichtenfernsehen Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrätin

# Inhaltsverzeichnis

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

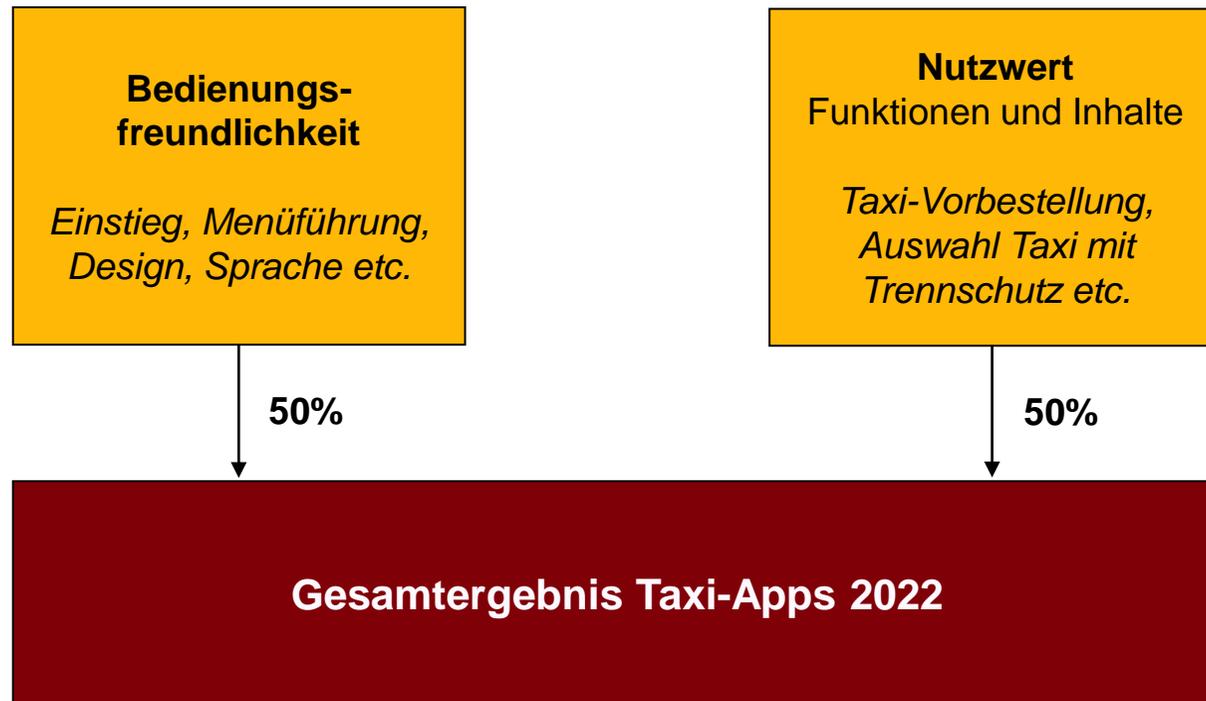
	<b>Seite</b>
<b>1. Zahlen und Fakten zur Studie</b>	<b>5</b>
<b>2. Fazit</b>	<b>7</b>
<b>3. Gesamtergebnis</b>	<b>8</b>
<b>4. Die besten Apps</b>	<b>10</b>
<b>5. Stärken und Schwächen der Apps</b>	<b>11</b>
<b>6. Methodik</b>	<b>13</b>
<b>7. Test-Erlebnisse</b>	<b>18</b>
<b>8. Allgemeine Methodik</b>	<b>20</b>

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

<b>Studienumfang</b>	6 Taxi-Apps
<b>Studienzeitraum</b>	November 2021 bis Dezember 2021
<b>Analysebereiche</b>	Bedienungsfreundlichkeit sowie Nutzwert der App
<b>Serviceanalyse</b>	Insgesamt 36 App-Kontakte (6 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none"><li>■ 30 Betrachtungen der Apps durch geschulte Nutzer (5 je Anbieter)</li><li>■ 6 Experten-Analysen des Nutzwerts – Funktionen und Inhalte (1 je Anbieter)</li></ul>
<b>Testbedingungen</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Android- und iOS-Geräte, identische Testverteilung je Anbieter</li><li>■ Alle notwendigen Zugriffsberechtigungen gestattet</li><li>■ Registrierung, sofern für Nutzung der Funktionen erforderlich</li></ul>

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

## Bewertungskriterien und Gewichtungen



# 3. Gesamtergebnis

<b>Gesamtergebnis Taxi-Apps</b>			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Taxi.eu	84,8	sehr gut
2	Free Now	79,3	gut
3	Sixt Ride	72,5	gut
4	Taxi.de	72,2	gut
5	Uber	65,8	befriedigend
6	Taxi Deutschland	65,5	befriedigend
	<b>Branche (Mittelwert)</b>	<b>73,3</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.

# 6. Methodik

## Untersuchungsumfang

Untersucht wurden die Taxi-Apps, die ihre Dienste deutschlandweit anbieten. Es wurden nur solche Apps berücksichtigt, die sowohl im Apple App-Store als auch im Google Play-Store verfügbar waren. Als relevant wurden zudem Apps eingestuft, die mehr als 100.000 Downloads im Google Play-Store ausweisen. Die Anwendungen, die sich auf Ridesharing spezialisiert haben, blieben unberücksichtigt.

Die Untersuchung umfasste die sechs Apps folgender Taxi-Dienste (in alphabetischer Reihenfolge):

- Free Now
- Sixt Ride
- Taxi Deutschland
- Taxi.de
- Taxi.eu
- Uber

# 6. Methodik

## Vorgehensweise

Im Rahmen eines umfassenden Tests wurden die Bereiche Bedienungsfreundlichkeit der App sowie der Nutzwert (Funktionen und Inhalte) der App untersucht.

Ein Usability-Test in Form einer Nutzerbetrachtung gab Aufschluss über die Bedienungsfreundlichkeit der App. Anhand eines festen Kriterienkatalogs wurde ermittelt, wie einfach der Einstieg in die App gestaltet ist, wie intuitiv und komfortabel die Nutzung der App ist, ob die Informationen gut aufbereitet sind oder inwiefern das Design überzeugt. Pro Unternehmen wurden fünf umfassende Nutzerbetrachtungen durchgeführt. Um die Anwendungen möglichst präzise beurteilen zu können, führten die geschulten Testnutzer themenspezifische Aufgaben durch, etwa eine Taxifahrt bestellen für eine/mehrere Personen in unterschiedlichen Städten zum aktuellen/späteren Zeitpunkt. Die Analyse der Apps erfolgte sowohl auf Android- als auch auf iOS-Geräten, dabei lag jeder App eine identische Testverteilung zugrunde.

Im Zuge einer Nutzwert-Analyse betrachten Experten aus der Perspektive von App-Nutzern die themenbezogenen Informationen und Funktionen. Die Erhebung/Validierung der Kriterien erfolgte ebenfalls in zwei Betriebssystemen: Android und iOS.

Sofern eine Registrierung notwendig war, um alle Funktionalitäten der App nutzen zu können, wurde diese durchgeführt. Ebenso wurden der App alle notwendigen Zugriffsberechtigungen gestattet, wie etwa die Standortfreigabe, um eine optimale Funktionalität zu ermöglichen.

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

<b>App-Test</b>	<b>100,0%</b>
Bedienungsfreundlichkeit	50,0%
Nutzwert - Funktionen und Inhalte	50,0%

<b>Bedienungsfreundlichkeit</b>	<b>100,0%</b>
Bedarfsgerechte Funktionalitäten	25,0%
Kundenfreundlicher Einstiegsprozess	20,0%
Intuitive Menüführung	20,0%
Ansprechendes Design	12,5%
Angemessene Inhalte/Sprache	12,5%
Spaßfaktor/Erlebnissfaktor	10,0%

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

Nutzwert - Funktionen und Inhalte	100,0%
Erstzugang zur App ohne Angabe Handynummer/E-Mail	6,0%
Taxi-Vorbestellung	6,0%
Voraussichtlicher Fahrpreis	6,0%
Buchungsoptionen	
Taxi mit Trennschutz	5,0%
Öko-Option (Elektrotaxi)	5,0%
Großraumtaxi	5,0%
Explizite Zusage zu Datenschutzerklärung	5,0%
Favorisierte Adresse speichern	5,0%
FAQ/Hilfebereich	5,0%
Info zur Mitnahme von Kleintieren	4,0%
Fahrtenhistorie/Fahrtenbuch	4,0%
Exakte Ankunftszeit des Taxis zum Start	4,0%
Auswahl Extra-Wünsche, z.B. Babysitz, Rollstuhlfahrer	4,0%
Individuelle Nachricht an den Fahrer	4,0%
Voraussichtliche Fahrzeit	4,0%
Zahlungsoptionen	
Google Pay	2,0%
PayPal	2,0%
Kreditkarte	2,0%
Bar	2,0%
Rechnung	2,0%
Anzahl Tipps/Wischen bis Datenschutzerklärung	6,0%
Anzahl Tipps/Wischen bis Ankunftszeit nächstes verfügbares Taxi	6,0%
Anzahl Tipps/Wischen bis voraussichtlicher Preis	6,0%

# 6. Methodik

## Getestete Apps

Unternehmen	App-Bezeichnung (iOS/Apple)	App-Bezeichnung (Google Play-Store)
<b>Free Now</b>	FREE NOW (mytaxi)	FREE NOW (mytaxi)
<b>Sixt Ride</b>	SIXT Mietwagen Carsharing Taxi	SIXT rent.share.ride.plus.
<b>Taxi Deutschland</b>	Taxi Deutschland	Taxi Deutschland
<b>Taxi.de</b>	Taxi.de	Taxi.de
<b>Taxi.eu</b>	taxi.eu	taxi.eu – Die Taxi-App für Europa
<b>Uber</b>	Uber	Uber – Eine Fahrt bestellen
<b>Testzeitraum*</b>	<b>22. – 26. November 2021</b>	<b>22. – 30. November 2021</b>

\* Bei der Analyse wurde jeweils die aktuellste Version der App berücksichtigt.

# 8. Allgemeine Methodik

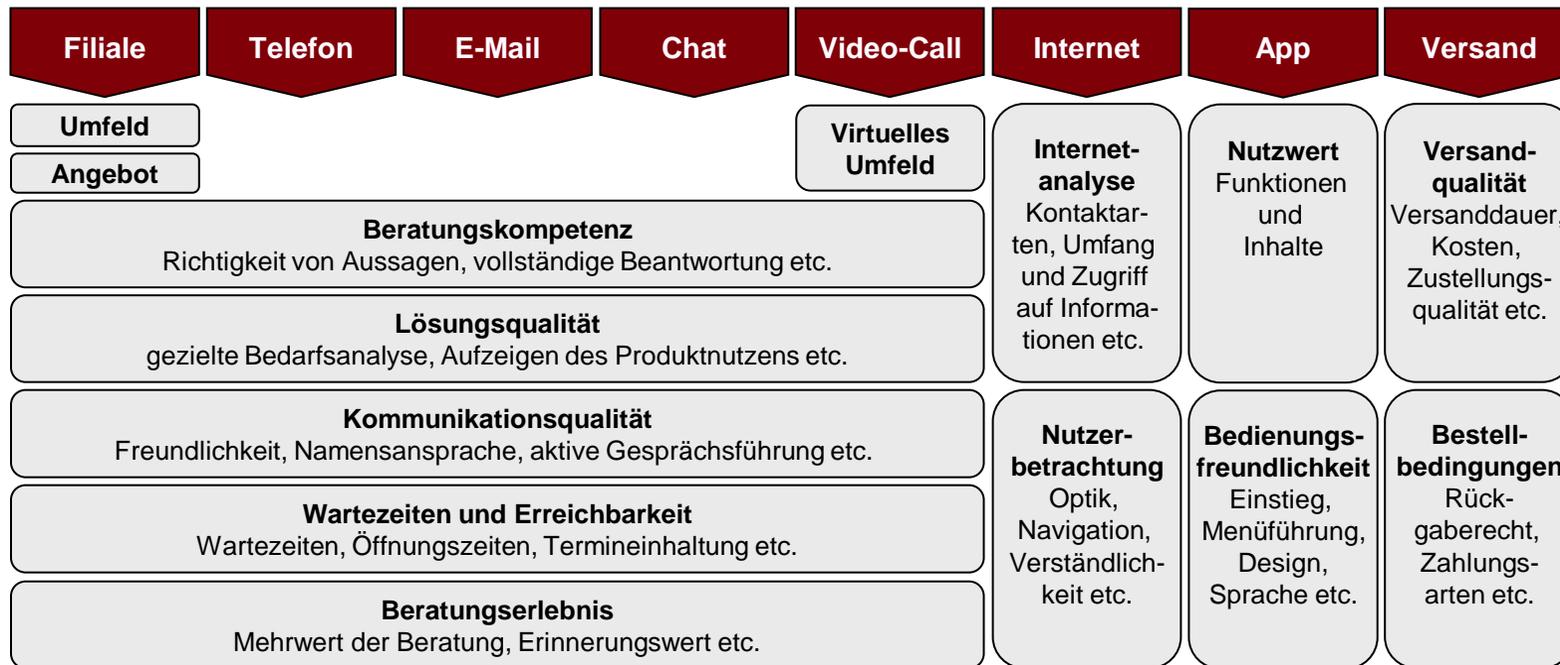
## Service-tests

- **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, App, 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, Test-App-Analysen auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Online-Service:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Internetanalysen durch Experten sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Tester

# 8. 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“