

# DOKUMENTATION – Zusammenfassung

## Studie: Wellness und Day Spa von Fitness-Studios 2022



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“  
Hamburg, 25. August 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.).

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

<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 Kundebefragungen 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 / Journalist, Experte ntv Wirtschaftsmagazine Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrätin
<b>Verantwortung</b>	Partnerschaft mit myclimate, Auszeichnung für Klimaneutralität

# Inhaltsverzeichnis

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

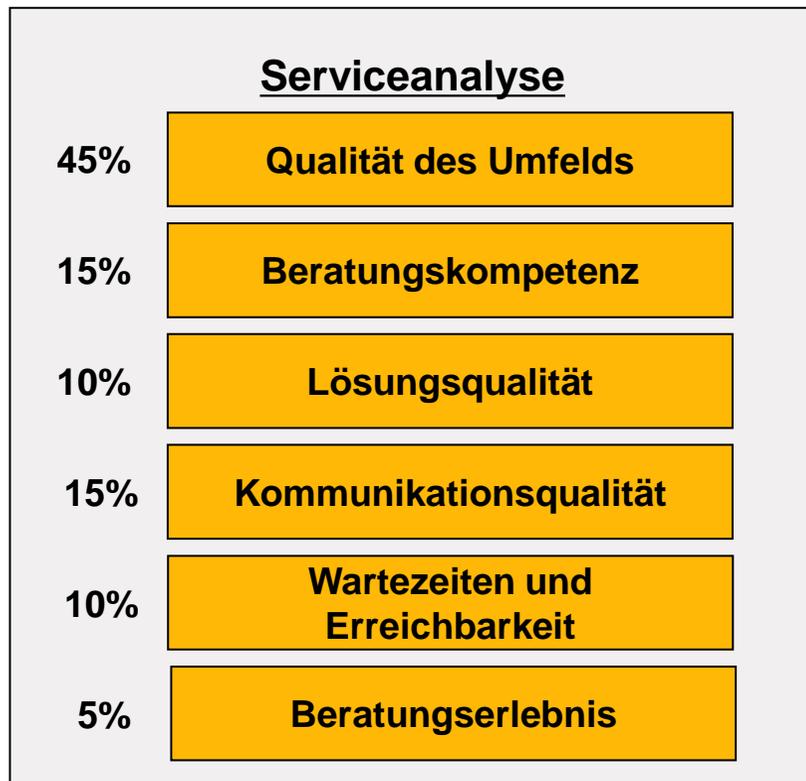
	<b>Seite</b>
<b>1. Zahlen und Fakten zur Studie</b>	<b>5</b>
<b>2. Fazit</b>	<b>7</b>
<b>3. Die besten Unternehmen</b>	<b>8</b>
<b>4. Gesamtergebnis</b>	<b>9</b>
Berlin	9
Hamburg	12
<b>5. Stärken und Schwächen der Branche</b>	<b>15</b>
Berlin	16
Hamburg	23
Rollenspiele	30
<b>6. Ergebnisse der Unternehmen</b>	<b>31</b>
Berlin	31
Hamburg	35
<b>7. Methodik</b>	<b>39</b>
Serviceanalyse	42
Angebot / Ausstattung	47
<b>Anhang</b>	<b>49</b>

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

<b>Studienumfang</b>	Wellness-Oasen von Fitness-Studios – vier in Berlin und vier in Hamburg
<b>Studienzeitraum</b>	Mai bis Juli 2022
<b>Studienkonzept</b>	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg)
<b>Analysebereiche</b>	Service, Angebot / Ausstattung
Serviceanalyse	Mystery-Tests, insgesamt 40 Servicekontakte (5 je Anbieter)  Umfassende Bewertung der Servicequalität anhand folgender Bereiche: <ul style="list-style-type: none"><li>■ Qualität des Umfelds (Raumgestaltung, Sauberkeit etc.)</li><li>■ Beratungskompetenz (Fachkunde, individuelle Beratung etc.)</li><li>■ Lösungsqualität (Gezielte Bedarfsanalyse etc.)</li><li>■ Kommunikationsqualität (Freundlichkeit, Motivation etc.)</li><li>■ Wartezeiten und Erreichbarkeit (Warte- und Öffnungszeiten etc.)</li><li>■ Beratungserlebnis (Gesprächsatmosphäre, Mehrwert etc.)</li></ul>
Angebot / Ausstattung	Analyse der Ausstattung des Spa-Bereichs, des Angebots im Massage- und Beautybereich, des gastronomischen Angebots und der Zusatz-services

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

## Bewertungskriterien und Gewichtungen



50%

50%

**Gesamtergebnis Wellness und Day Spa von Fitness-Studios in Berlin/Hamburg 2022**

# 3. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
<b>Gesamtergebnis Berlin</b>	David Lloyd Meridian Spa & Fitness	Centrovital Spa & Sportclub	Aspria
Serviceanalyse Berlin	David Lloyd Meridian Spa & Fitness	Centrovital Spa & Sportclub	Holmes Place
Angebot / Ausstattung Berlin	Centrovital Spa & Sportclub	David Lloyd Meridian Spa & Fitness	Aspria
<b>Gesamtergebnis Hamburg</b>	David Lloyd Meridian Spa & Fitness	Aspria	Kaifu-Lodge
Serviceanalyse Hamburg	David Lloyd Meridian Spa & Fitness	Kaifu-Lodge	Holmes Place
Angebot / Ausstattung Hamburg	Aspria	David Lloyd Meridian Spa & Fitness	Kaifu-Lodge

# 4. Gesamtergebnis Berlin

<b>Gesamtergebnis Wellness und Day Spa von Fitness-Studios Berlin</b>			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	David Lloyd Meridian Spa & Fitness	90,8	sehr gut
2	Centrovital Spa & Sportclub	89,2	sehr gut
3	Aspria	83,2	sehr gut
4	Holmes Place	64,9	befriedigend
	<b>Branche (Mittelwert)</b>	<b>82,0</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.

# 4. Gesamtergebnis Berlin

Gesamtergebnis Wellness und Day Spa von Fitness-Studios Berlin 100%			Serviceanalyse 50%		Angebot / Ausstattung 50%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	David Lloyd Meridian Spa & Fitness	90,8	1	91,5	2	90,0
2	Centrovital Spa & Sportclub	89,2	2	87,0	1	91,5
3	Aspria	83,2	4	80,4	3	86,0
4	Holmes Place	64,9	3	84,2	4	45,6
Branche (Mittelwert)		82,0	85,8		78,3	

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. Gesamtergebnis Hamburg

<b>Gesamtergebnis Wellness und Day Spa von Fitness-Studios Hamburg</b>			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	David Lloyd Meridian Spa & Fitness	85,2	sehr gut
2	Aspria	79,6	gut
3	Kaifu-Lodge	79,1	gut
4	Holmes Place	72,9	gut
	<b>Branche (Mittelwert)</b>	<b>79,2</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.

# 4. Gesamtergebnis Hamburg

Gesamtergebnis Wellness und Day Spa von Fitness-Studios Hamburg 100%			Serviceanalyse 50%		Angebot / Ausstattung 50%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	David Lloyd Meridian Spa & Fitness	85,2	1	86,7	2	83,7
2	Aspria	79,6	4	75,3	1	84,0
3	Kaifu-Lodge	79,1	2	80,8	3	77,5
4	Holmes Place	72,9	3	77,5	4	68,3
Branche (Mittelwert)		79,2	80,1		78,4	

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.

# 7. Methodik

## Hintergrund der Studie

Seit mehr als zwei Jahren ist der Alltag auch in Deutschland durch die Corona-Pandemie beeinflusst. Am Arbeitsplatz, in öffentlichen Institutionen aber auch in der Freizeit bedingen die Maßnahmen, die der Eindämmung des Virus dienen sollen, die eigenen Handlungsmöglichkeiten. Viele Bürger fühlen sich deshalb gestresst. Im April 2020 haben laut einer Umfrage von YouGov 17 Prozent der über 18-jährigen Deutschen mehr Stress als zu Zeiten vor Corona. Im zweiten Pandemie-Jahr sind es bereits 31 Prozent der Befragten, die sich über ein erhöhtes Stressaufkommen beklagen.\* Da Stress sich langfristig auf die Leistungsfähigkeit und Gesundheit auswirkt, ist regelmäßige Entspannung für Körper und Geist wichtig. Bewegung, Massagen, Saunagänge und Meditationen können bei Stress hilfreiche Maßnahmen sein. Das Bewusstsein darüber spiegelte sich auch in dem Fitnessboom vor der Pandemie wider. Fitnessstudios mit angeschlossenem Wellnessbereich verbinden die Trends Fitness und Wellness.

Unterstützung bei der Wahl eines geeigneten Fitness-Studio-Anbieters, deren Standorte über angeschlossene Spa-Bereiche („Wellness-Oasen“) verfügen, soll diese Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität geben, in der sowohl der Umfang von Angebot und Ausstattung als auch die Qualität des Service eingehend untersucht wurden. Der Fokus lag dabei auf den beiden größten deutschen Städten. Ziel der Studie war es, Testsieger in den Metropolen Berlin und Hamburg zu küren.

\* Vgl. YouGov (2021): Jeder dritte Deutsche fühlt sich 2021 gestresster als vor Corona, Menschen mit Kindern am häufigsten. Online unter: <https://yougov.de/news/2021/05/07/jeder-dritte-deutsche-fuehlt-sich-2021-gestresster-/> (letztes Abrufdatum: 08.07.2022).

# 7. Methodik

## Untersuchungsumfang

Im Rahmen der vorliegenden Studie wurden große Fitness-Studios beziehungsweise Studio-Ketten untersucht, die über einen umfangreichen Spa-Bereich verfügten, der als Mindeststandard verschiedene Saunen und einen Pool umfasste, und die zudem ein relevantes Angebot an Massage-/Beauty-Anwendungen offerierten. Im Fokus der Untersuchung standen die Metropolen Berlin und Hamburg.\*

Es wurden folgende Fitness-Studios mit Wellness- und Day-Spa-Angebot getestet (alphabetische Reihenfolge):

### **Berlin:\*\***

- Aspria
- Centrovital Spa & Sportclub
- David Lloyd Meridian Spa & Fitness
- Holmes Place

### **Hamburg:\*\***

- Aspria
- David Lloyd Meridian Spa & Fitness
- Holmes Place
- Kaifu-Lodge

\* Wellness-/Spa-Angebote in Hotels fanden keine Berücksichtigung. Centrovital Spa & Sportclub stellt einen Sonderfall dar. Es handelt sich um einen Bereich mit 3.500 m<sup>2</sup> Gesamtfläche mit einem regelmäßigen Kursangebot. Eine Mitgliedschaft ist unabhängig von einem Hotelaufenthalt möglich. Somit ist Centrovital Spa & Sportclub nicht vergleichbar mit dem Wellness-Angebot von Hotels/Hotelketten.

\*\* Anbieter, die unter gleichem Namen in beiden Städten auftreten, wurden getrennt voneinander betrachtet und ausgewertet.

# 7. Methodik

## Vorgehensweise

- Die Tests fanden vom 5. Mai bis 21. Juni 2022 statt.
- Alle Testbesuche erfolgten zu Stoßzeiten. Pro Unternehmen wurden drei Besuche wochentags nach 17 Uhr sowie zwei Besuche am Wochenende durchgeführt.
- Die Beratungsqualität wurde anhand von fünf Rollenspielen zu unterschiedlichen Themenbereichen analysiert. Bei jeweils drei Tests äußerten die Kunden zudem eine Beschwerde über einen plausiblen Grund (zum Beispiel über schlechte Orientierungsmöglichkeiten oder verschmutzte Räumlichkeiten).
- Die Analyse von Angebot/Ausstattung umfasste den Spa- sowie den Massage- und Beautybereich. Untersucht und bewertet wurden Art und Umfang der Ausstattung, etwa die Anzahl der Saunen oder der angebotenen Massagen. Darüber hinaus erfolgte eine Analyse des gastronomischen Angebots und der Zusatzservices, etwa einer Kinderbetreuung.
- Um eine hohe Validität der Daten zu erzielen, wurden die Informationen zum Angebot und zur Ausstattung anhand der Unternehmenswebsites recherchiert und mit den Angaben einer offiziellen Anfrage über die jeweiligen Pressestellen abgeglichen (Stand: 22. Juni 2022). Zudem dienten die im Rahmen der erfolgten Testbesuche gewonnenen Daten der Validierung.

# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Rollenspiele

- **Rollenspiel A – Effektives Saunieren:** Der Kunde hatte erst wenig Erfahrung mit dem Saunabaden und gab an, dass er besonders im Winter häufig erkältet sei. Er erkundigte sich daher, welche positiven Effekte das Saunieren für die Gesundheit mit sich bringt. Zusätzlich wollte er wissen, ob beim Saunieren auch Körperfett verbrannt wird.
- **Rollenspiel B – Verhalten beim ersten Saunagang:** Der Kunde gab vor, dass er noch keine Erfahrung mit dem Saunieren gemacht habe, aber nun gerne regelmäßig in die Sauna gehen würde. Er fragte daher, ob es bestimmte Regeln beziehungsweise Verhaltensempfehlungen gibt, die er in der Sauna beachten sollte. Zudem informierte er sich, ob man möglichst mit leerem Magen in die Sauna sollte.
- **Rollenspiel C – Dampfbad:** Der Kunde gab vor, wenig Sauna-Erfahrung zu haben, diese aber jetzt häufiger nutzen zu wollen, um etwas für sein Immunsystem zu tun. Ein Dampfbad habe er bisher noch gar nicht besucht und möchte dies nun einmal ausprobieren. Er fragte, ob die Luftfeuchtigkeit im Dampfbad höher ist als in der Sauna und erkundigte sich, worauf er vor und bei der Nutzung eines Dampfbades achten sollte.

# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Rollenspiele

– Fortsetzung –

- **Rollenspiel D – Körpergesundheit:** Der Kunde hatte wenig Erfahrungen mit Saunieren und befürchtete, die Hitze nicht zu vertragen. Um sich abzusichern, wollte er wissen, was ein Saunagang eigentlich in Bezug auf die Körpergesundheit bewirken kann. Weiterhin stellte er die Frage, ob der Aufguss in der Sauna zur Abkühlung gedacht sei.
- **Rollenspiel E – Abkühlungsmöglichkeiten:** Der Kunde wollte den Saunierprozess so gesund wie möglich gestalten. Er erkundigte sich, welche verschiedenen Abkühlungsmöglichkeiten sich nach einem Sauna-Besuch anbieten. Zudem fragte er, ob ein Saunagang bei Muskelkater helfen kann.

# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Serviceanalyse		100,0%
<b>Qualität des Umfelds</b>		<b>45,0%</b>
Gestaltung der Räumlichkeiten:		
Empfang	2,0%	
Spa-Bereich inklusive Ruhezonen und Pool	5,0%	
Saunen / Dampfbad	5,0%	
Gastronomischer Bereich	2,0%	
Raumatmosphäre:		
Spa-Bereich inklusive Ruhezonen und Pool	5,0%	
Gastronomischer Bereich	2,0%	
Sauberkeit der Räumlichkeiten:		
Spa-Bereich inklusive Ruhezonen	3,0%	
Pool-Bereich	3,0%	
Umkleiden	2,0%	
Sanitärbereiche (Toiletten, Duschen)	2,0%	
Gastronomischer Bereich	2,0%	
Bereitstellung von Hygiene-Artikeln (Handdesinfektion)	2,0%	
Orientierungsmöglichkeiten	2,0%	
Erscheinungsbild der Mitarbeiter	2,0%	
Barrierefreies Umfeld	2,0%	
Äußeres Erscheinungsbild des Gebäudes	2,0%	
Parkmöglichkeiten	2,0%	

# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

<b>Serviceanalyse (Fortsetzung)</b>		
<b>Beratungskompetenz</b>		<b>15,0%</b>
Richtigkeit der Aussagen	4,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	4,0%	
Strukturierte Beratung	1,0%	
Individuelle Beratung	2,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	2,0%	
Glaubwürdigkeit des Beraters	2,0%	
<b>Lösungsqualität</b>		<b>10,0%</b>
Gezielte Bedarfsanalyse	3,0%	
Bedarfsgerechte Antworten	2,0%	
Aufzeigen des Kunden- oder Produktnutzens	1,0%	
Relation Gesprächsdauer und -ergebnis	0,5%	
Einfache Lösung des Anliegens	1,0%	
Reaktion auf Beschwerden	2,5%	

# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Serviceanalyse (Fortsetzung)		
<b>Kommunikationsqualität</b>		<b>15,0%</b>
Positive Gesprächseröffnung*	1,0%	
Aktive Gesprächsführung	1,0%	
Interaktionsqualität	1,0%	
Blickkontakt*	1,0%	
Freundlichkeit*	3,0%	
Motivation	3,0%	
Der Mitarbeiter nahm sich genügend Zeit	2,0%	
Akustische Verständlichkeit	1,0%	
Positive Formulierungen	1,0%	
Positive Verabschiedung*	1,0%	
<b>Wartezeiten und Erreichbarkeit</b>		<b>10,0%</b>
Wartezeit am Empfang	3,0%	
Wartezeit bis zur Beratung im Spa-Bereich**	4,0%	
Öffnungszeiten	3,0%	
<b>Beratungserlebnis</b>		<b>5,0%</b>
Authentischer Berater	1,0%	
Gesprächsatmosphäre/Wohlfühlfaktor	2,0%	
Mehrwert der Beratung	1,0%	
Erinnerungswert	1,0%	

\* Diese Kriterien wurden zusätzlich zur Beratung im Spa-Bereich auch am Empfang getestet.

\*\* Gemessen am Infostand im Spa-Bereich bzw. bis dort ein Mitarbeiter gefunden wurde

# 7. Methodik

## Angebot / Ausstattung – Untersuchungskriterien

Angebot / Ausstattung	100,0%	
<b>Spa-Bereich</b>		<b>60,0%</b>
Anzahl an Saunen/Sanarien	12,0%	
Anzahl an Saunen mit regelmäßigen Aufgüssen	4,0%	
Anzahl der Dampfbäder	5,0%	
Anzahl der Whirlpools	5,0%	
Gesamtzahl unterschiedlicher Pools (innen und außen)	10,0%	
Anzahl verschiedener Abkühlmöglichkeiten	6,0%	
Außenbereich vorhanden	6,0%	
Anzahl der Ruheräume	3,0%	
Ausreichend vorhandene Liegen		
Im Ruhebereich	3,0%	
Im Spa-Bereich (ohne Ruheräume)	2,0%	
Angebot Damensauna (bestimmte Tage/Zeiten)	2,0%	
Anzahl der Solarien	2,0%	
<b>Angebot Massage- und Beautybereich</b>		<b>15,0%</b>
Anzahl unterschiedlicher Massagen*	7,0%	
Anzahl unterschiedlicher Beauty-Behandlungen (Gesicht/Körper)**	5,0%	
Angebot Pediküre/Maniküre	3,0%	

\* Ganzkörper-, Rücken-, Fuß-, Ayurveda- oder andere Spezialmassagen und exotische Massagen.

\*\* Masken, Peeling, Entschlackung, Straffung etc.

# 7. Methodik

## Angebot / Ausstattung – Untersuchungskriterien

Angebot / Ausstattung (Fortsetzung)		
<b>Gastronomisches Angebot</b>		<b>10,0%</b>
Getränke im Spa-Bereich	2,0%	
Kalte Speisen im Spa-Bereich (Früchte/Snacks/Riegel)	2,0%	
Warme Speisen im Spa-Bereich	2,0%	
Restaurant/Bistro mit Sitzplätzen mit Zugang vom Spa-Bereich*	2,0%	
Separates Restaurant/Bistro mit Sitzplätzen	2,0%	
<b>Zusatzangebote</b>		<b>15,0%</b>
Kinderbetreuung		
Umfang (in Stunden pro Woche)	4,0%	
Mindestalter der Kinder	2,0%	
Spezialangebote Wellness**	4,0%	
Verleih von Handtüchern	1,5%	
Verleih von Bademänteln	1,5%	
Verkauf von Spa-Accessoires***	2,0%	

\* d. h. in Bademantel.

\*\* Vorträge, Ernährungsberatung, Events wie Mitternachtssauna etc.

\*\*\* Badeschuhe, Bademäntel, Handtücher etc.

	Seite
<b>A. Test-Erlebnisse</b>	<b>50</b>
Positiv	50
Negativ	51
<b>B. Allgemeine Methodik (Servicetests)</b>	<b>52</b>
<b>C. Klimaneutralität</b>	<b>54</b>

# B. Allgemeine Methodik

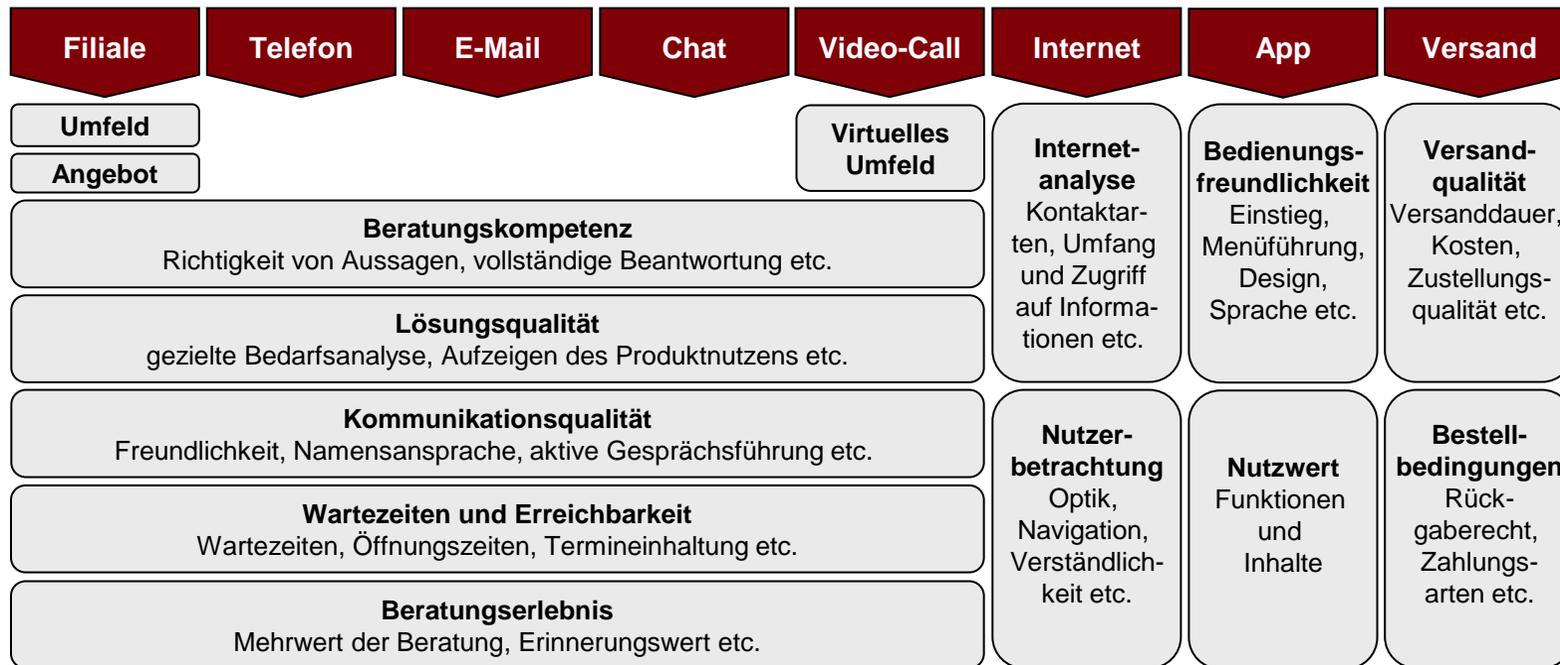
## Service-tests

- **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

# B. Allgemeine Methodik

## Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



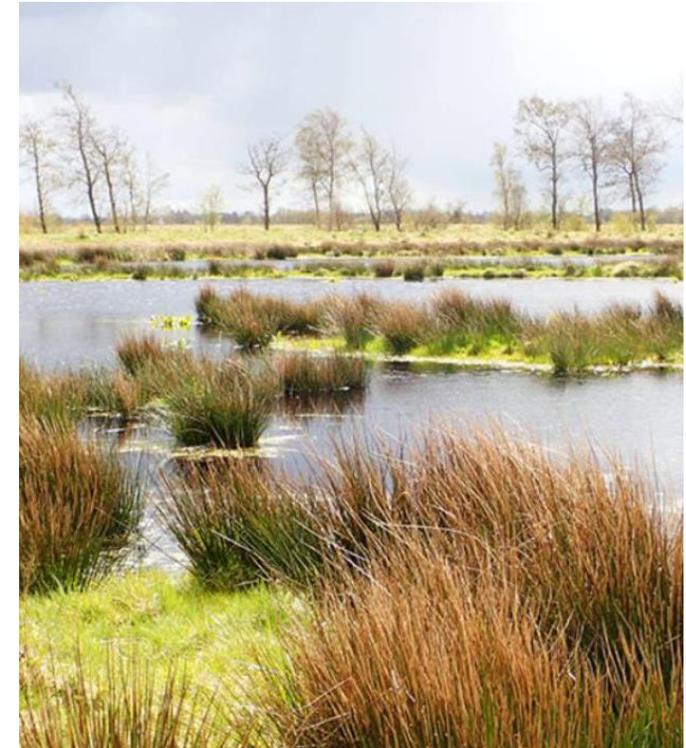
- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“

# C. Klimaneutralität

## Auszeichnung durch myclimate



- Jährliche Berechnung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks des DISQ durch Umweltexperten von myclimate
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung weiterer CO<sub>2</sub>-Reduktionsmaßnahmen
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO<sub>2</sub>-Emissionen in einem Projekt zur Renaturierung des Königsmoores in Schleswig-Holstein
- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Mehr dazu online unter: [disq.de/klima](https://disq.de/klima)



Aktuelles Projekt: Wiedervernässung von Hochmoorgrünland im Königsmoor in Schleswig-Holstein