

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Test: Ratenkredite bei Filialbanken 2022



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 14. November 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

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

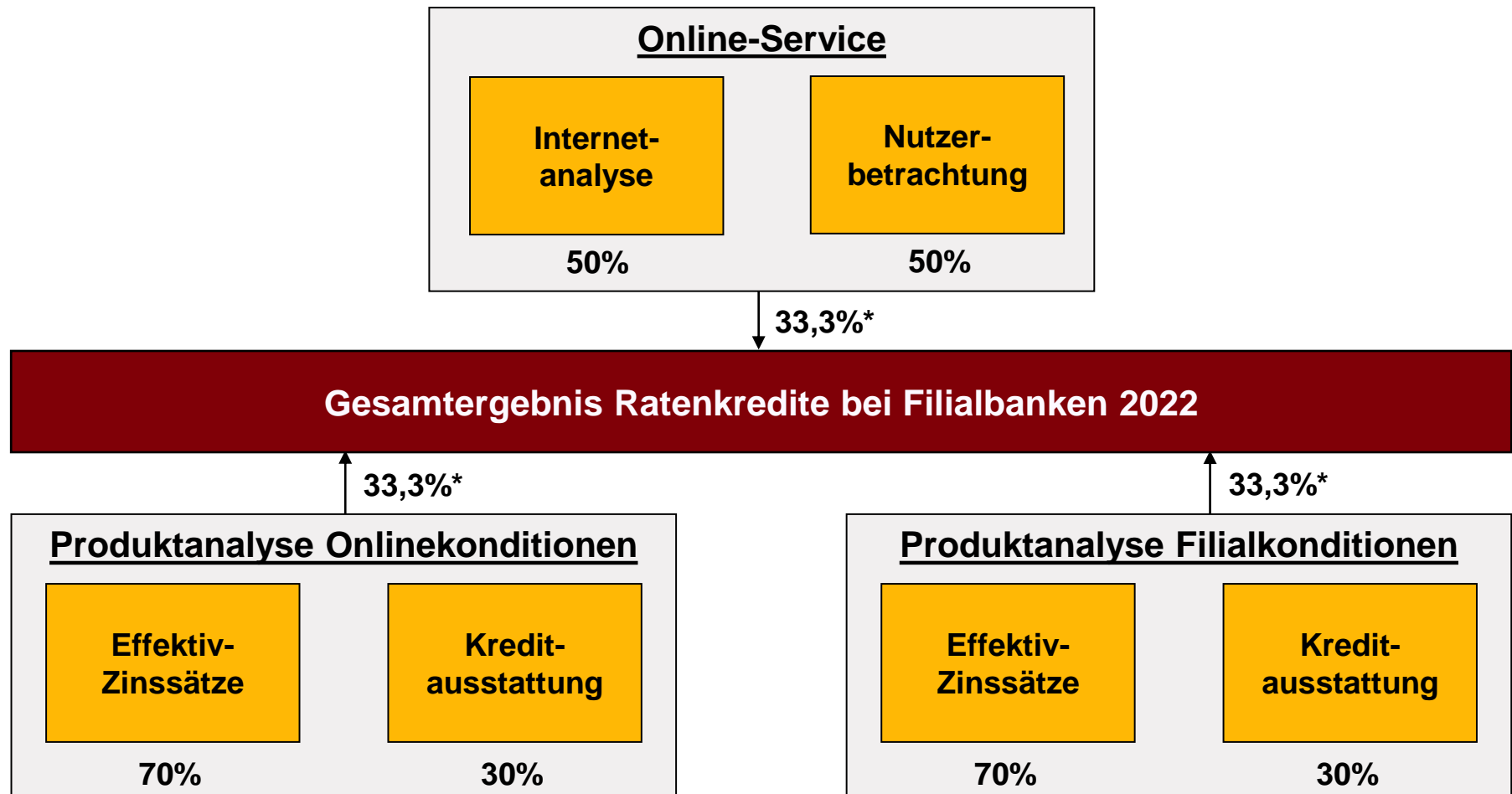
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	7
3. Gesamtergebnis	8
4. Die besten Unternehmen	11
5. Stärken und Schwächen der Branche	13
Online-Service	14
Produktanalyse Onlinekonditionen	15
Produktanalyse Filialkonditionen	16
6. Ergebnisse der Unternehmen	17
7. Methodik	23
Online-Service	25
Produktanalyse	29
Anhang	32

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Studienumfang	16 Filialbanken (sieben überregionale und neun regionale Institute)
Studienzeitraum	Juni bis September 2022
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Online-Service, Produkte im Filialvertrieb und Onlinevertrieb
Online-Service	Insgesamt 176 Servicekontakte (11 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none">■ 16 Analysen der Internetauftritte (1 je Anbieter)■ 160 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)
Produkte	Umfassende Bewertung von Zinssätzen und Produktausstattung von aktuellen Angeboten anhand standardisierter Profile. Die Erhebung erfolgte bei jedem Kreditinstitut im Zuge einer offiziellen Unternehmensanfrage (Stand der Daten: 12. August 2022).

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



* Eine Abweichung von 100 Prozent in der Summe ist auf Rundungsdifferenzen im Nachkommastellenbereich zurückzuführen, was keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis hat..

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Ratenkredite bei Filialbanken			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Sparda-Bank Hamburg	74,9	gut
2	Targobank	74,7	gut
3	Hypovereinsbank	72,1	gut
4	BBBank	71,5	gut
5	Deutsche Bank	70,3	gut
6	Postbank	69,9	befriedigend
7	Santander	69,8	befriedigend
8	Commerzbank	69,6	befriedigend
9	Stadtsparkasse München	57,9	ausreichend
-	Berliner Sparkasse**	-	-
-	Berliner Volksbank**	-	-
-	Hamburger Sparkasse**	-	-
-	Hamburger Volksbank**	-	-
-	Münchner Bank**	-	-
-	Sparda-Bank Berlin**	-	-
-	Sparda-Bank München**	-	-
	Branche (Mittelwert)	70,1	

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.

** Das Unternehmen beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage zur Produktanalyse nicht und blieb daher in diesem Bereich sowie im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Ratenkredite bei Filialbanken			Online-Service		Produktanalyse Onlinekonditionen		Produktanalyse Filialkonditionen	
100%			33,3%*		33,3%*		33,3%*	
Rang	Unternehmen	Punkte**	Rang	Punkte**	Rang	Punkte**	Rang	Punkte**
1	Sparda-Bank Hamburg	74,9	10	71,2	1	76,9	2	76,9
2	Targobank	74,7	1	79,5	3	75,2	4	69,5
3	Hypovereinsbank	72,1	12	69,5	7	66,9	1	80,2
4	BBBank	71,5	6	72,9	5	70,0	3	72,0
5	Deutsche Bank	70,3	6	72,9	2	76,5	8	61,7
6	Postbank	69,9	2	77,3	6	69,2	7	63,4
7	Santander	69,8	5	73,2	4	72,8	6	63,7
8	Commerzbank	69,6	3	76,8	8	66,2	5	66,2
9	Stadtsparkasse München	57,9	13	68,1	9	52,9	9	52,9
-	Berliner Sparkasse***	-	11	69,9	-	-	-	-
-	Berliner Volksbank***	-	16	46,7	-	-	-	-
-	Hamburger Sparkasse***	-	8	72,5	-	-	-	-
-	Hamburger Volksbank***	-	4	74,1	-	-	-	-
-	Münchner Bank***	-	15	66,8	-	-	-	-
-	Sparda-Bank Berlin***	-	9	71,7	-	-	-	-
-	Sparda-Bank München***	-	14	67,0	-	-	-	-
Branche (Mittelwert)		70,1			69,6		67,4	

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

* Eine Abweichung von 100 Prozent in der Summe ist auf Rundungsdifferenzen im Nachkommastellenbereich zurückzuführen.

** 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.

*** Das Unternehmen beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage zur Produktanalyse nicht und blieb daher in diesem Bereich sowie im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

3. Ergebnis

Überregionale Filialbanken

Ergebnis Ratenkredite von überregionalen Filialbanken			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Targobank	74,7	gut
2	Hypovereinsbank	72,1	gut
3	BBBank	71,5	gut
4	Deutsche Bank	70,3	gut
5	Postbank	69,9	befriedigend
6	Santander	69,8	befriedigend
7	Commerzbank	69,6	befriedigend
	Branche (Mittelwert)	71,1	

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

Ein Drittel der deutschen Bürger hat derzeit mindestens eine Konsumfinanzierung laufen. Darunter fallen Ratenkredite. Diese sind für viele ein gutes Mittel, wenn Geld für notwendige Anschaffungen gebraucht wird. Bei einer Befragung zum Thema Konsumfinanzierung nannten 51 Prozent der Befragten die Anschaffung eines Gebrauchts- oder Neuwagens als Hauptgrund für die Finanzierung über einen Ratenkredit.* Zudem stellen Ratenkredite für manche Verbraucherinnen und Verbraucher eine Möglichkeit dar, einen bestehenden Dispokredit auszugleichen – Dank niedriger Zinsen und den klar und fest geregelten Rückzahlungsraten.**

Bevor man sich für einen Ratenkredit entscheidet, ist der Vergleich von Angeboten und einem genauen Blick in die Konditionen sinnvoll. Bei der Suche nach dem passenden Angebot können die Online-Services der Anbieter genutzt werden, um sich zu informieren und Angebote zu vergleichen. Doch welchen Service und welche Konditionen bieten die jeweiligen Filialbanken? Lohnt sich der Abschluss eines Kredits zu geltenden Onlinekonditionen oder besser in den Filialen?

Das Ziel dieser Studie war es, zu ermitteln, welche Filialbanken sich im Hinblick auf den Service und die Produkte am besten im Markt positionierten.

* Vgl. Ipsos (2021): Konsumfinanzierung. Marktstudie 2021. Online unter: https://ssl.bfach.de/media/file/45251.Marktstudie_2021_Konsumfinanzierung_BFACH.pdf (zuletzt abgerufen am 21.06.2022).

** Vgl. Finanzvergleich.com (2022): Dispo ausgleichen: So holen Sie Ihr Konto aus dem Minus. Online unter: <https://finanzvergleich.com/kredit/dispo-ausgleichen/> (zuletzt abgerufen am 23.06.2022).

7. Methodik

Untersuchungsumfang

Im Rahmen dieser Studie wurden 16 Filialbanken untersucht. Dabei handelte es sich um sieben überregionale und neun regionale Filialbanken, die Ratenkredite an Privatpersonen vergeben.

Betrachtet wurden die sieben größten (gemessen an Anzahl der Filialen) überregionalen Filialbanken und die regionalen Filialbanken der Sparda-Banken, Sparkassen und Volks- und Raiffeisenbanken der drei größten Städte Deutschlands (Berlin, Hamburg und München).

Das finale Sample setzte sich aus folgenden 16 Anbietern zusammen (alphabetische Sortierung):

- BBBank
- Berliner Sparkasse
- Berliner Volksbank
- Commerzbank
- Deutsche Bank
- Hamburger Sparkasse
- Hamburger Volksbank
- Hypovereinsbank
- Münchner Bank
- Postbank
- Santander
- Sparda-Bank Berlin
- Sparda-Bank Hamburg
- Sparda-Bank München
- Stadtparkasse München
- Targobank

7. Methodik

Online-Service – Untersuchungskriterien

Online-Service	100,0%
Internetanalyse	50,0%
Nutzerbetrachtung	50,0%

Internetanalyse	100,0%
Spezielle Informationen und Funktionen	50,0%
Online-Kreditrechner	5,0%
Online-Initiierung Kreditanfrage	5,0%
Informationen über Kreditauszahlung (Bearbeitungsdauer bzw. schnellster Auszahlungstermin)	4,0%
FAQ speziell zum Ratenkredit	4,0%
Erläuterung Bearbeitungsschritte/Vorgehensweise	4,0%
Explizite Informationen zu Sondertilgung/Kreditablösung	4,0%
Konditionenübersicht:	
Direkte Online-Konditionenübersicht*	3,0%
Beispielangebot*	3,0%
Produktinformationen vorhanden/zum Download	3,0%
Anzahl Klicks bis zum Online-Kreditrechner	5,0%
Anzahl Klicks bis zur Initiierung der Kreditanfrage Preisverzeichnis	5,0%
Anzahl Klicks bis zum aktuellen Zinssatz Ratenkredit**	5,0%

* Maximaler Kreditbetrag, Sollzinssatz oder Effektivzinssatz (Zweidrittelzins oder Zinsspanne).

** Bonität vorausgesetzt.

7. Methodik

Online-Service – 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

Online-Service – Untersuchungskriterien

Nutzerbetrachtung		100,0%
Bedienungsfreundlichkeit		50,0%
Einfache und intuitive Navigation	16,7%*	
Übersichtlichkeit des Internetauftritts	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
BBBank	www.bbbank.de
Berliner Sparkasse	www.berliner-sparkasse.de
Berliner Volksbank	www.berliner-volksbank.de
Commerzbank	www.commerzbank.de
Deutsche Bank	www.db.com
Hamburger Sparkasse	www.haspa.de
Hamburger Volksbank	www.hamburger-volksbank.de
Hypovereinsbank	www.hypovereinsbank.de
Münchener Bank	www.muenchner-bank.de
Postbank	www.postbank.de
Santander	www.santander.de
Sparda-Bank Berlin	www.sparda-b.de
Sparda-Bank Hamburg	www.sparda-bank-hamburg.de
Sparda-Bank München	www.sparda-m.de
Stadtsparkasse München	www.sskm.de
Targobank	www.targobank.de

Testzeitraum: 25. Juli – 22. August 2022

7. Methodik

Produktanalyse – Vorgehensweise

Im Rahmen einer umfassenden Produktanalyse wurden angebotene Ratenkredite untersucht. Um eine Auswahl aller angebotenen Konditionen der Unternehmen zu treffen und Vergleichbarkeit zu gewährleisten, wurden spezielle Modellfälle entwickelt, die mögliche Kundenbedarfe abdecken. Dabei wurden alle Kriterien jeweils für die Filiale und online erhoben und flossen gleichgewichtet in das Ergebnis ein. Grundlage der Untersuchung bildeten die im Zuge offizieller Unternehmensanfragen ermittelten Daten (Stand der Daten: 12. August 2022). Für die Bewertung der konkreten Kreditprodukte wurden folgende Szenarien zugrunde gelegt:

- Szenario 1:
5.000 Euro; Laufzeit 24 Monate; ohne Zweckbindung
- Szenario 2:
25.000 Euro; Laufzeit 60 Monate, Autokauf
- Szenario 3:
30.000 Euro; Laufzeit 72 Monate, ohne Zweckbindung

Die ermittelten effektiven Zinssätze wurden je Szenario mittels einer Aufschlagsberechnung vergleichend bewertet. Die günstigsten Zinssätze erhielten 100 Punkte. Zinssätze, die diesen um 500 Prozent oder mehr überstiegen, führten zu einer Bewertung von null Punkten. Die weiteren Zinssätze wurden relativ zu den Extremwerten eingeordnet. Des Weiteren floss die Kreditausstattung der Unternehmen mit in die Bewertung ein.

7. Methodik

Produktanalyse – Untersuchungskriterien

Produktanalyse		100,0%
Effektiv-Zinssätze*		70,0%
Kreditausstattung*		30,0%
Effektiv-Zinssätze		70,0%
Szenario 1: 5.000 Euro; Laufzeit 24 Monate; ohne Zweckbindung	21,0%	
Szenario 2: 25.000 Euro; Laufzeit 60 Monate, Autokauf	21,0%	
Szenario 3: 30.000 Euro; Laufzeit 72 Monate, ohne Zweckbindung	21,0%	
Bonitätsunabhängiger Zins	7,0%	
Kreditausstattung**		30,0%
Kreditabschluss:		
Minimale Kreditsumme	2,0%	
Maximale Kreditsumme	2,0%	
Minimale Laufzeit	2,0%	
Maximale Laufzeit	2,0%	
Erweitertes Widerrufs-/Rücktrittsrecht	2,0%	
Flexibilität während der Laufzeit:		
Möglichkeit Ratenerhöhung	2,0%	
Möglichkeit Ratensenkung	2,0%	
Möglichkeit Änderung Zahlungszeitpunkt	1,5%	
Möglichkeit Kreditstundung	1,5%	

* Die Zinssätze und Kreditausstattungen der untersuchten Ratenkredite wurden im Zuge offizieller Unternehmensanfragen erhoben (Datenstand: 12.08.2022).

7. Methodik

Produktanalyse – Untersuchungskriterien

Produktanalyse (Fortsetzung)	
Kreditausstattung (Fortsetzung)	
Flexibilität während der Laufzeit (Fortsetzung):	
Sondertilgung (ohne Vorfälligkeitsentschädigung)	1,5%
Vorzeitige Rückzahlung (ohne Vorfälligkeitsentschädigung)	1,5%
Kündigungssperrfrist (negative Bewertung)	1,5%
Forderungsverkauf laufender Kredite ausgeschlossen	1,5%
Fairer Kredit:	
Kostenfreie Jahreskontoauszüge	1,0%
Stundung für säumige Schuldner	1,0%
Ratensenkung für säumige Schuldner	1,0%
Pauschales Höchstalter für Kreditvergabe (negative Bewertung)	1,0%
Restschuldersicherung:	
Abschluss Restschuldersicherung ist Pflicht (negative Bewertung)	1,0%
Möglichkeit Abschluss Restschuldersicherung	1,0%
Möglichkeit flexible Ausgestaltung	0,5%
Kostentransparenz gegeben	0,5%

	Seite
A. Tester-Eindrücke	33
Positiv	33
Negativ	34
B. Kriterienauszug	35
Kriterienauszug Onlinekonditionen	35
Kriterienauszug Filialkonditionen	36
C. Allgemeine Methodik (Servicetests)	37
D. Klimaneutralität	39

B. Kriterienauszug

Kriterienauszug Onlinekonditionen

Kriterienauszug Zinssätze Ratenkredite bei Filialbanken Onlinekonditionen		5.000 Euro 24 Monate	25.000 Euro 60 Monate Autokauf	30.000 Euro 72 Monate
Unternehmen	Produktname	eff. Zins	eff. Zins	eff. Zins
BBBank	Wunschcredit online			
Berliner Sparkasse*	-			
Berliner Volksbank*	-			
Commerzbank	Ratenkredit			
Deutsche Bank	PrivatKredit direkt (online)			
Hamburger Sparkasse*	-			
Hamburger Volksbank*	-			
Hypovereinsbank	HVB KomfortKredit			
Münchner Bank*	-			
Postbank	Privatkredit direkt			
Santander	BestCredit			
Sparda-Bank Berlin*	-			
Sparda-Bank Hamburg	Sparda Fairkredit			
Sparda-Bank München*	-			
Stadtsparkasse München	Privatkredit			
Targobank	Wie-für-mich-gemacht-Kredit			
Die Ausprägungen können der Gesamtdokumentation entnommen werden.				
Quelle: Offizielle Unternehmensangaben; Stand der Daten: 12.08.2022				

* Das Unternehmen beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage zur Produktanalyse nicht und blieb daher in diesem Bereich sowie im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

B. Kriterienauszug

Kriterienauszug Filialkonditionen

Kriterienauszug Zinssätze Ratenkredite bei Filialbanken Filialkonditionen		5.000 Euro 24 Monate	25.000 Euro 60 Monate Autokauf	30.000 Euro 72 Monate
Unternehmen	Produktname	eff. Zins	eff. Zins	eff. Zins
BBBank	Wunschcredit	Die Ausprägungen können der Gesamtdokumentation entnommen werden.		
Berliner Sparkasse*	-			
Berliner Volksbank*	-			
Commerzbank	Ratenkredit			
Deutsche Bank	PrivatKredit			
Hamburger Sparkasse*	-			
Hamburger Volksbank*	-			
Hypovereinsbank	HVB KomfortKredit			
Münchner Bank*	-			
Postbank	Privatkredit			
Santander	BestCredit			
Sparda-Bank Berlin*	-			
Sparda-Bank Hamburg	Sparda Fairkredit			
Sparda-Bank München*	-			
Stadtsparkasse München	Privatkredit			
Targobank	Wie-für-mich-gemacht-Kredit			

Quelle: Offizielle Unternehmensangaben; Stand der Daten: 12.08.2022

* Das Unternehmen beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage zur Produktanalyse nicht und blieb daher in diesem Bereich sowie im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

C. Allgemeine Methodik

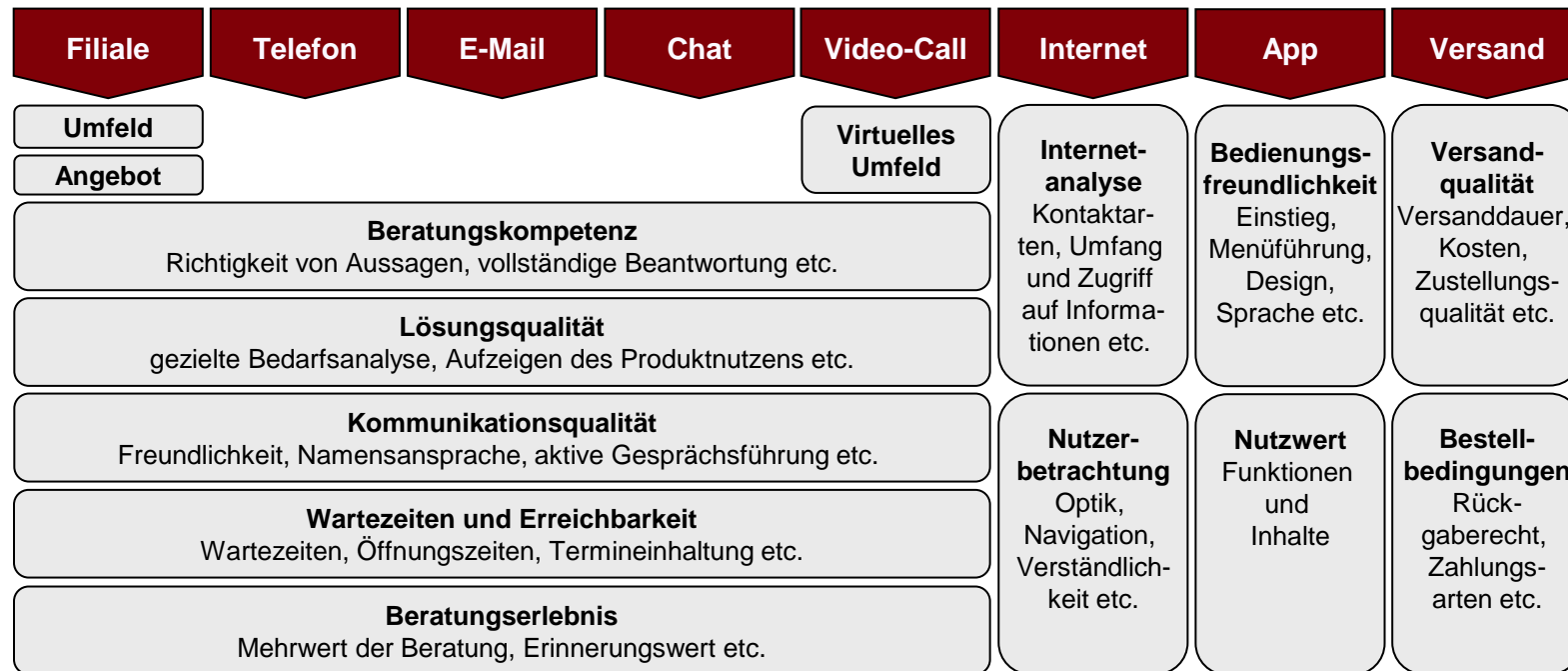
Service-tests

- **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

C. Allgemeine Methodik

Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



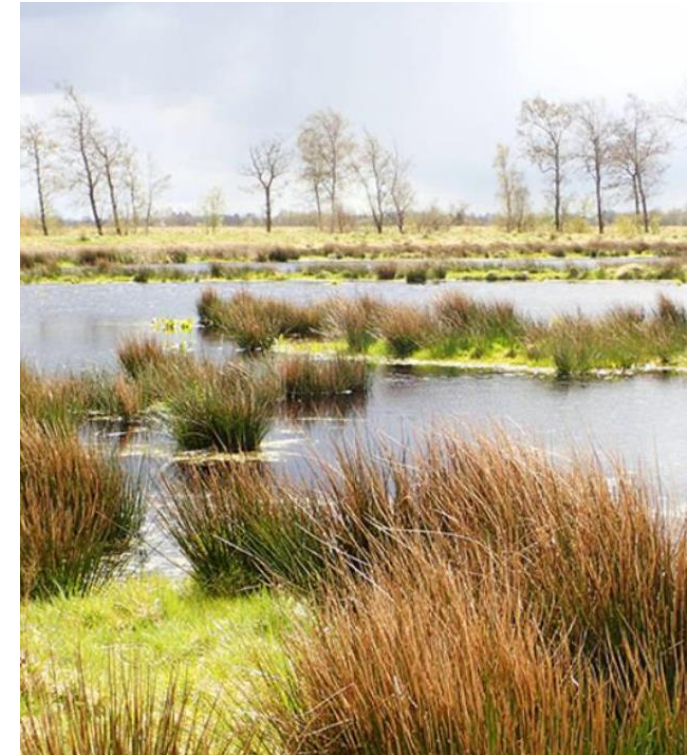
- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätсурteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“

D. Klimaneutralität

Auszeichnung durch myclimate



- Jährliche Berechnung des CO₂-Fußabdrucks des DISQ durch Umweltexperten von myclimate
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung weiterer CO₂-Reduktionsmaßnahmen
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO₂-Emissionen in einem Projekt zur Renaturierung des Königsmoores in Schleswig-Holstein
- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Mehr dazu online unter: disq.de/klima



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