

# DOKUMENTATION – Zusammenfassung

## Servicestudie: Anbieter für Online-Buchhaltung 2023



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“  
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv  
Hamburg, 5. Juli 2023

# 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 Dokumentation 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 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) Prof. Dr. Michel Clement / Institut für Marketing der Universität Hamburg Jochen Dietrich / Journalist, Experte ntv Wirtschaftsmagazine Judith Klose / Vice President Media & Marketing bei Civey
<b>Verantwortung</b>	Klimaschutzprojekte in Partnerschaft mit myclimate und MoorFutures

# Inhaltsverzeichnis

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr 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 Unternehmen</b>	<b>10</b>
<b>5. Stärken und Schwächen der Branche</b>	<b>12</b>
Online-Service	13
Telefonischer Service	14
Service per E-Mail	15
<b>6. Methodik</b>	<b>16</b>
<b>Anhang</b>	<b>27</b>

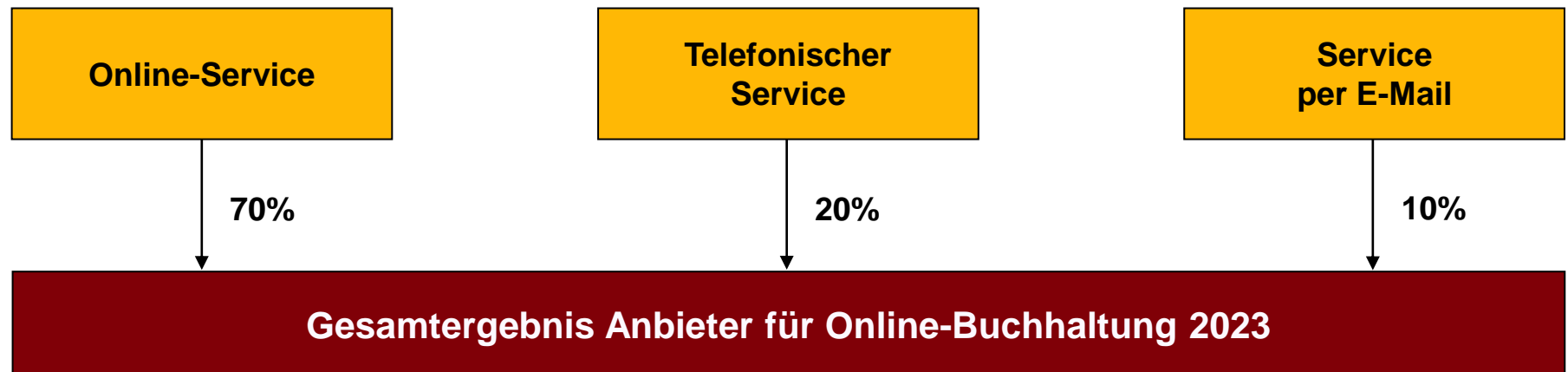
# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

<b>Auftraggeber</b>	Nachrichtensender ntv
<b>Studienumfang</b>	12 Anbieter für Online-Buchhaltung
<b>Studienzeitraum</b>	Februar bis Juni 2023
<b>Studienkonzept</b>	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruh (OTH Regensburg)
<b>Analysebereiche</b>	Service
Serviceanalyse	Mystery-Tests, insgesamt 352 Servicekontakte (31* je Anbieter) <ul style="list-style-type: none"><li>■ 132 Analysen des Online-Service:<ul style="list-style-type: none"><li>■ 12 Analysen der Internetauftritte</li><li>■ 120 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)</li></ul></li><li>■ 100* Analysen der telefonischen Kontaktqualität (10 je Anbieter)</li><li>■ 120 Analysen der E-Mail-Beantwortung (10 je Anbieter)</li></ul>

\* Zwei Unternehmen boten im Testzeitraum keine Hotline für Interessenten an und konnten deshalb in diesem Bereich nicht getestet werden.

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

## Bewertungskriterien und Gewichtungen



# 3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Anbieter für Online-Buchhaltung			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Lexoffice	74,9	gut
2	Billomat	71,2	gut
3	Sage 50	70,4	gut
4	Freefibu	70,2	gut
5	Wiso Mein Büro Web	69,6	befriedigend
6	Sevdesk	67,3	befriedigend
7	Reviso	66,0	befriedigend
8	Buchhaltungsbutler	58,3	ausreichend
9	Kontolino	58,2	ausreichend
10	Fastbill	56,8	ausreichend
11	Papierkram	55,0	ausreichend
12	Invoiz	51,8	ausreichend
	Branche (Mittelwert)	64,1	

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..

# 3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Anbieter für Online-Buchhaltung			Online-Service		Telefonischer Service		Service per E-Mail	
100%			70%		20%		10%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Lexoffice	74,9	2	76,8	1	71,7	9	67,7
2	Billomat	71,2	1	77,9	7	48,9	8	68,9
3	Sage 50	70,4	9	70,9	2	68,2	6	71,3
4	Freefibu	70,2	4	73,0	4	63,3	10	64,7
5	Wiso Mein Büro Web	69,6	3	74,2	5	60,9	12	55,4
6	Sevdesk	67,3	6	72,3	6	52,6	11	61,0
7	Reviso	66,0	11	65,7	3	63,3	4	73,1
8	Buchhaltungsbutler**	58,3	7	72,3	8	0,0	1	77,4
9	Kontolino***	58,2	5	72,6	8	0,0	3	73,8
10	Fastbill***	56,8	8	71,2	8	0,0	7	69,7
11	Papierkram***	55,0	10	68,3	8	0,0	5	72,5
12	Invoice**	51,8	12	63,1	8	0,0	2	76,0
Branche (Mittelwert)		64,1	71,5		35,7		69,3	

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.

\*\* Das Unternehmen bot im Testzeitraum keine telefonische Hotline für Interessenten an und erhielt daher in diesem Servicebereich null Punkte.

\*\*\* Das Unternehmen nahm im Testzeitraum weniger als die Hälfte der Telefonanrufe an. Der Telefonische Service wurde deshalb mit null Punkten bewertet.



# 4. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	Lexoffice	Billomat	Sage 50
Online-Service	Billomat	Lexoffice	Wiso Mein Büro Web
Telefonischer Service	Lexoffice	Sage 50	Reviso
Service per E-Mail	Buchhaltungsbutler	Invoiz	Kontolino

# 6. Methodik

## Hintergrund der Studie

Als Unternehmer ist man dazu verpflichtet, seine Einnahmen und Ausgaben buchhalterisch festzuhalten und die Ergebnisse dessen nicht nur für die jährliche Einkommensteuer sondern auch im Rahmen der Umsatzsteuervoranmeldungen an das Finanzamt zu übermitteln – im zum Teil sogar monatlichen Turnus. Das Hantieren mit Rechnungen, Belegen, Zahlungen, Buchungen und der Zuordnung dessen nimmt also einen großen Raum im Unternehmeralltag ein.

Hilfreich kann da die Online-Buchhaltung sein. Durch schlaue Prozesse und hilfreiche Tools wird die Arbeitslast verringert und Zeit eingespart. Zudem hat man selbst jederzeit Einblick in die Zahlungsströme und Bilanzergebnisse und kann so schnell darauf reagieren. Gerade die Cloud basierten Lösungen bieten einige Vorteile: Aktuelle Steueränderungen werden direkt für alle Nutzer implementiert, die Buchhaltung ist nicht orts- oder rechnergebunden und damit sehr flexibel durchführbar und die Kosten sind durch monatliche Nutzungsgebühren kein hoher Einmalposten.\*

Bei der Auswahl eines geeigneten Buchhaltungstools kommt neben den angebotenen Funktionen dem Service eine wichtige Bedeutung zu. Steht bei Problemen oder Fragen ein Support zur Seite? Zu welchen Zeiten ist dieser telefonisch erreichbar? Und wie schnell erhalte ich Antwort auf meine E-Mail? Ziel dieser Untersuchung des Deutschen Instituts für Service-Qualität war daher, jene Anbieter zu identifizieren, die den besten Mix aus telefonischem Service, Service per E-Mail und Online-Service anbieten.

\* Vgl.: <https://www.rechnungswesen-portal.de/Fachinfo/ERP-Software/Webbasierte-Buchhaltungssoftware.html> (Abrufdatum: 12.06.2023).

# 6. Methodik

## Untersuchungsumfang

Untersucht wurden in Deutschland bekannte Anbieter für Online-Buchhaltung. Die Auswahl der zu untersuchenden Anbieter basiert auf einer umfangreichen Internetrecherche.\*

Voraussetzung, um in das Untersuchungssample aufgenommen zu werden, war dass die Anbieter die Buchhaltung nach den in Deutschland gängigen Regeln anbieten müssen.

Aufgenommen wurden folgende 12 Unternehmen, welche zudem in mindestens drei der zehn untersuchten Tests / Fachmedien genannt werden (alphabetische Reihenfolge):

- Billomat
- Buchhaltungsbutler
- Fastbill
- Freefibu
- Invoiz
- Kontolino
- Lexoffice
- Papierkram
- Reviso
- Sage 50
- Sevdesk
- Wiso Mein Büro Web

\* Vgl. u. A.: <https://www.fuer-gruender.de/wissen/unternehmen-fuehren/buchhaltung/buchhaltungsprogramm/buchhaltungssoftware-vergleich/>;  
<https://www.buchhaltung-online.de/price.php>; [https://vergleich.focus.de/artikel/buchhaltungssoftware-im-test-und-vergleich\\_183381](https://vergleich.focus.de/artikel/buchhaltungssoftware-im-test-und-vergleich_183381);  
[https://trusted.de/buchhaltung?basic\\_devices=9527](https://trusted.de/buchhaltung?basic_devices=9527) oder <https://www.mysoftware.de/i/software-as-a-service/online-buchhaltung-vergleich/> (Abrufdatum jeweils am 12.06.2023).

# 6. 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 Online-Buchhaltung. Diese Rollenspiele kamen bei allen Unternehmen in der gleichen Verteilung zum Einsatz. Alle Anfragen wurden auf Interessentenbasis gestellt und hatten unter anderem folgende Themen zum Inhalt:

- Vorteile der Online-Buchhaltung
- Technische Voraussetzungen vor die Nutzung
- Benötigte Vorkenntnisse
- Datenzugriff nach Kündigung
- Funktionen
- Kostenfreie Testversion
- Wechsel auf Software
- Datenschutz und Datensicherheit
- Nutzung mit mehreren Personen

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

<b>Online-Service</b>		<b>100,0%</b>
Internetanalyse		50,0%
Nutzerbetrachtung		50,0%
<b>Internetanalyse</b>		<b>100,0%</b>
<b>Spezielle Informationen und Funktionen</b>		<b>50,0%</b>
Funktionsübersicht	5,0%	
Preisübersicht	5,0%	
Informationen zu Schnittstellen (Elster, Datev, andere Tools) bzw. Integrationsmöglichkeiten und APIs	4,0%	
Übersicht Branchen für Anwendung	3,0%	
Erklärvideo	2,0%	
Erläuterung der Vorteile einer Online-Buchhaltung	2,0%	
Kostenlose Testversion	2,0%	
Klickbare Live Demo der Software	2,0%	
Informationen zur Sicherheit/Datenschutz	1,0%	
Informationen zur Nutzung für Vereine	1,0%	
Informationen zu Zertifizierungen (z. B. GoBD)	2,0%	
Ratgeber/Tipps zur Online-Buchhaltung	1,0%	
Informationen zu Live-Webinaren	1,0%	
Kundenreferenzen	1,0%	
Blog	1,0%	

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)		
<b>Spezielle Informationen und Funktionen (Fortsetzung)</b>		
Informationen zur Nutzung für Steuerberater	1,0%	
Informationen zur Haftung	1,0%	
Anzahl Klicks bis zur Funktionsübersicht	5,0%	
Anzahl Klicks bis zur Preisübersicht	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu Informationen zu Schnittstellen	5,0%	
<b>Allgemeine Informationen</b>		<b>30,0%</b>
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%	

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)		
<b>Kontaktinformationen</b>		<b>20,0%</b>
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%	
<b>Nutzerbetrachtung Internet</b>		<b>100,0%</b>
<b>Bedienungsfreundlichkeit</b>		<b>50,0%</b>
Einfache und intuitive Navigation	16,7%*	
Übersichtlichkeit des Internetauftritts	16,7%*	
Optisch ansprechender Gesamteindruck	16,7%*	
<b>Inhalte</b>		<b>50,0%</b>
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.

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

Telefonischer Service		100,0%
<b>Beratungskompetenz</b>		<b>30,0%</b>
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%	
<b>Lösungsqualität</b>		<b>20,0%</b>
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%	



# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

Telefonischer Service (Fortsetzung)		
<b>Kommunikationsqualität</b>		<b>20,0%</b>
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%	
<b>Wartezeiten und Erreichbarkeit</b>		<b>20,0%</b>
Zustande gekommene Gespräche im Erstkontakt	7,0%	
Durchschnittliche Wartezeit	7,0%	
Gesprächsannahme innerhalb von 20 Sekunden	3,0%	
Wöchentliche Erreichbarkeit	3,0%	
<b>Beratungserlebnis</b>		<b>10,0%</b>
Authentischer Berater	2,0%	
Gesprächsatmosphäre/Wohlfühlfaktor	4,0%	
Mehrwert der Beratung	2,0%	
Erinnerungswert	2,0%	

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

<b>Service per E-Mail</b>	<b>100,0%</b>	
<b>Beratungskompetenz</b>		<b>35,0%</b>
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%	
<b>Lösungsqualität</b>		<b>20,0%</b>
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%	

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

Service per E-Mail (Fortsetzung)		
<b>Kommunikationsqualität</b>		<b>20,0%</b>
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%	
<b>Wartezeiten und Erreichbarkeit</b>		<b>20,0%</b>
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%	
<b>Beratungserlebnis</b>		<b>5,0%</b>
Mehrwert der Antwort	1,5%	
Erinnerungswert	3,5%	

# 6. Methodik

## Getestete Kontaktkanäle

Unternehmen	Internetseite	Telefonnummer	E-Mail-Adresse
<b>Billomat</b>	www.billomat.com	0911 148861590	support@billomat.com / Kontaktformular
<b>Buchhaltungsbutler</b>	www.buchhaltungsbutler.de	-*	administration@buchhaltungsbutler.de / Kontaktformular
<b>Fastbill</b>	www.fastbill.com	069 348772925**	support@fastbill.com / Kontaktformular
<b>Freefibu</b>	www.freefibu.de	0211 9870979100 / 0211 9870979500	info@freefibu.de / Kontaktformular
<b>Invoiz</b>	www.invoiz.de	-*	info@invoiz.de / Kontaktformular
<b>Kontolino</b>	www.kontolino.de	07141 2582260	hilfe@kontolino.de / Kontaktformular
<b>Lexoffice</b>	www.lexoffice.de	0800 3000777	info@lexoffice.de
<b>Papierkram</b>	www.papierkram.de	0611 945801940**	info@papierkram.de
<b>Reviso</b>	www.reviso.com/de	030 25558789	hilfe@reviso.com / Kontaktformular
<b>Sage 50</b>	www.sage.com	02161 35355500	kontakt@sage.de / Kontaktformular
<b>Sevdesk</b>	sevdesk.de	0781 12550810	support@sevdesk.com / Kontaktformular***
<b>Wiso Mein Büro Web</b>	www.buhl.de/buero	02735 77665001	meinbuero@buhl.de
<b>Testzeitraum</b>	<b>21. März - 11. Mai 2023</b>	<b>21. März - 19. Mai 2023</b>	<b>14. Februar - 22. Mai 2023</b>

\* Das Unternehmen bot im Testzeitraum keine telefonische Hotline für Interessentenanfragen an. Es fanden daher keine Tests über diesen Kontaktkanal statt.

\*\* Über die angegebene Telefonnummer konnte im Testzeitraum niemand erreicht werden.

\*\*\* Die angebotenen Kontaktformulare richteten sich an bestehende Kunden. Aufgrund technischer Probleme mit der E-Mail-Adresse wurde vereinzelt dennoch darauf zurückgegriffen..

	Seite
<b>A. Test-Erlebnisse</b>	<b>28</b>
Positiv	28
Negativ	29
<b>B. Online-Service</b>	<b>30</b>
<b>C. Telefonischer Service</b>	<b>31</b>
<b>D. Service per E-Mail</b>	<b>32</b>
<b>E. Allgemeine Methodik (Servicetests)</b>	<b>33</b>
<b>F. Nachhaltigkeit</b>	<b>35</b>

# E. Allgemeine Methodik

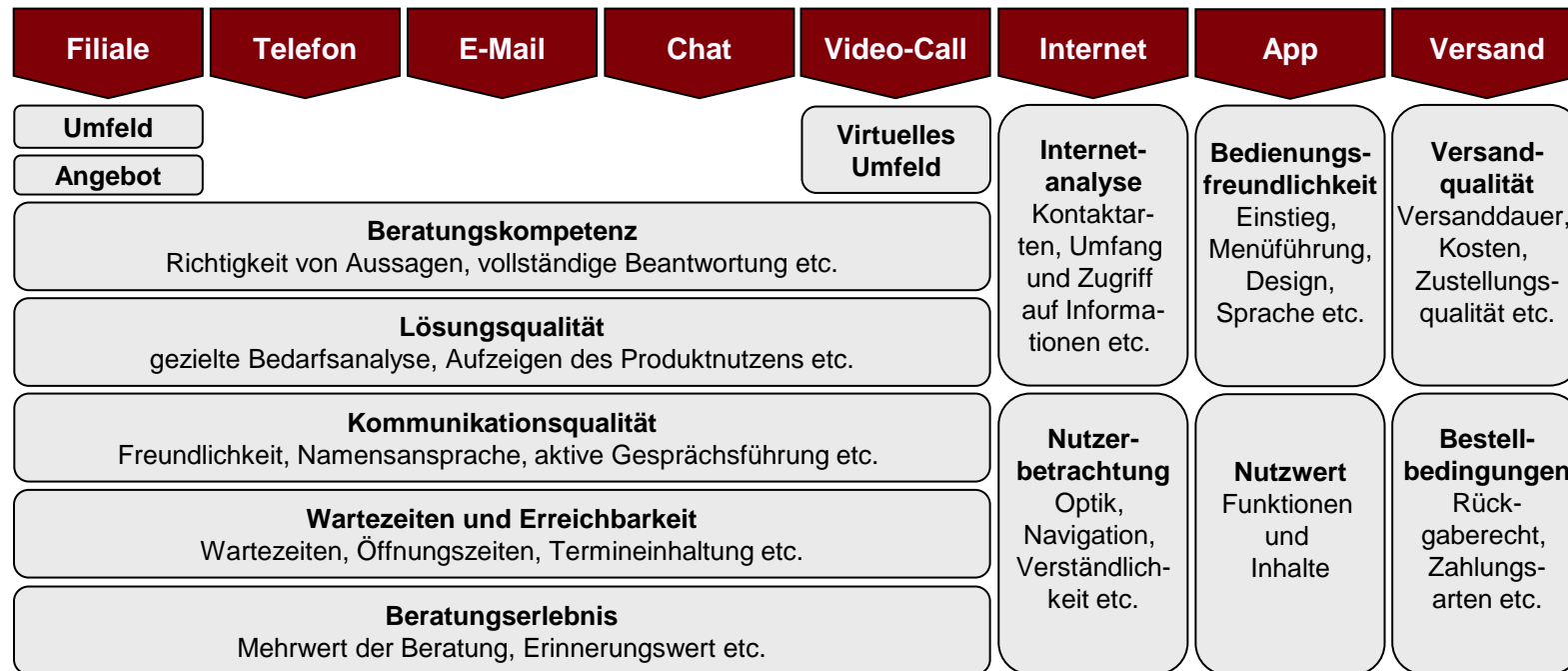
## Service-tests

- **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

# E. 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“

# F. Nachhaltigkeit

## Klimaschutz mit myclimate und MoorFutures

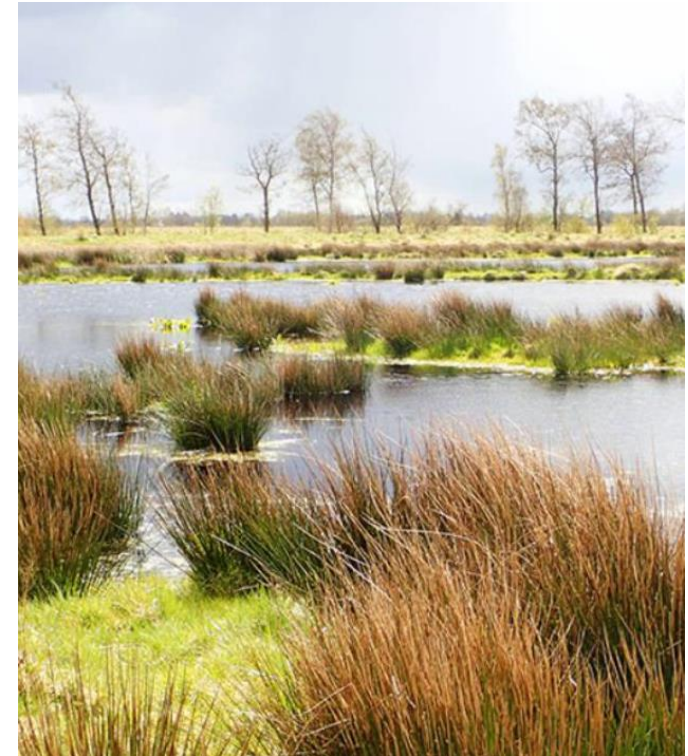


myclimate.org/07-23-221508



# Moor Futures

- 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 myclimate-Klimaschutzprojekte
- Weiterer Klimaschutzbeitrag zur Renaturierung des Königsmoores in Schleswig-Holstein (MoorFutures)
- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Klimapositiv durch Klimaschutzprojekte
- Mehr dazu online unter: [disq.de/klima](https://disq.de/klima)



Projekt: Wiedervernässung von Hochmoorgrünland im Königsmoor in Schleswig-Holstein

Fotoquelle: myclimate