

# DOKUMENTATION – Zusammenfassung

## Servicestudie: Fitness-Studios 2024



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“  
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv  
Hamburg, 25. Januar 2024

# 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 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

Der Beirat unterstützt die unabhängige Arbeit und die strategische Weiterentwicklung des DISQ.



**Brigitte Zypries**  
Beiratsvorsitzende  
Ex-Bundesministerin  
für Wirtschaft und  
Energie, davor lang-  
jährige Bundesjustiz-  
ministerin



**Prof. Dr. Michel Clement**  
Inhaber des Lehrstuhls für  
Marketing & Medien am  
Institut für Marketing der  
Universität Hamburg



**Jochen Dietrich**  
Journalist und Experte  
für die Wirtschaftsmagazine  
des Nachrichtensenders ntv



**Judith Klose**  
Vice President Media &  
Marketing beim digitalen  
Markt- und Meinungsforschungsunternehmen Civey

# Inhaltsverzeichnis

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

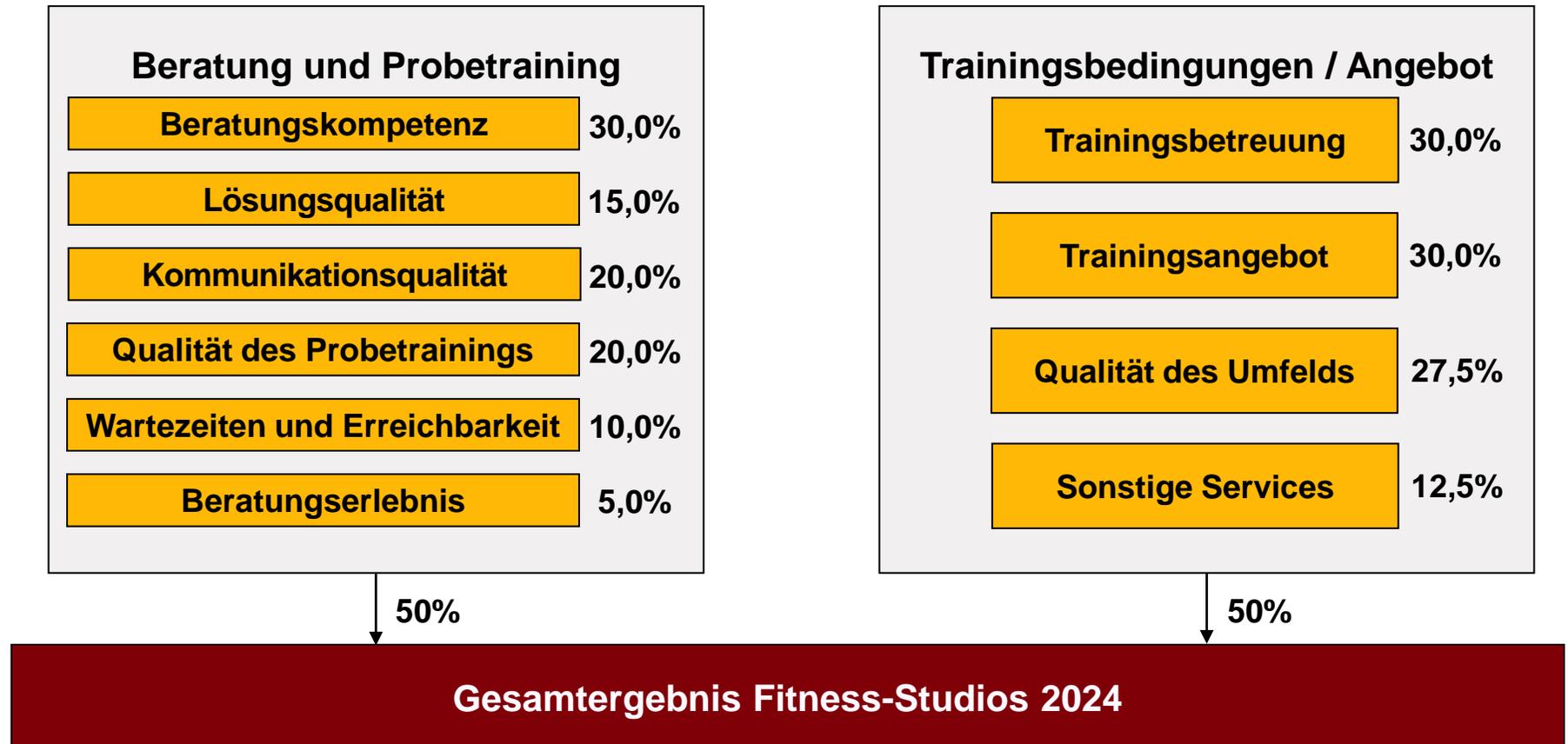
	Seite
<b>1. Zahlen und Fakten zur Studie</b>	<b>6</b>
<b>2. Fazit</b>	<b>8</b>
<b>3. Gesamtergebnis</b>	<b>9</b>
<b>4. Die besten Unternehmen</b>	<b>11</b>
<b>5. Stärken und Schwächen der Branche</b>	<b>13</b>
Beratung und Probetraining	14
Trainingsbedingungen / Angebot	17
<b>6. Methodik</b>	<b>19</b>
<b>Anhang</b>	<b>29</b>

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

<b>Auftraggeber</b>	Nachrichtensender ntv
<b>Studienumfang</b>	8 überregionale Fitness-Studio-Ketten
<b>Studienzeitraum</b>	August 2023 bis Januar 2024
<b>Studienkonzept</b>	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg)
<b>Analysebereiche</b>	Service (einschließlich Trainingsbedingungen und Angebot)
Serviceanalyse	Mystery-Tests, insgesamt 72 Servicekontakte (9 je Anbieter) Umfassende Bewertung der Servicequalität anhand folgender Bereiche: <ul style="list-style-type: none"><li>■ 72 Vor-Ort-Tests (9 je Anbieter)<ul style="list-style-type: none"><li>■ Beratung und Probetraining (Beratungskompetenz, Lösungsqualität, Kommunikationsqualität, Qualität des Probetrainings, Wartezeiten und Erreichbarkeit, Beratungserlebnis)</li><li>■ Trainingsbedingungen / Angebot (Trainingsbetreuung, Trainingsangebot, Qualität des Umfelds, sonstige Services)</li></ul></li></ul>

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

## Bewertungskriterien und Gewichtungen



# 3. Gesamtergebnis

<b>Gesamtergebnis Fitness-Studios</b>			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Injoy	83,5	sehr gut
2	FitX	72,6	gut
3	Fit/One	72,1	gut
4	Jumpers Fitness	72,0	gut
5	Easyfitness	72,0	gut
6	Fitness First	71,6	gut
7	Clever Fit	66,3	befriedigend
8	McFit	63,9	befriedigend
	<b>Branche (Mittelwert)</b>	<b>71,7</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.

# 3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Fitness-Studios			Beratung und Probetraining		Trainingsbedin- gungen / Angebot	
100%			50%		50%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Injoy	83,5	1	86,6	1	80,5
2	FitX	72,6	2	77,6	6	67,5
3	Fit/One	72,1	6	71,3	2	72,8
4	Jumpers Fitness	72,0	4	72,8	4	71,2
5	Easyfitness	72,0	3	75,0	5	69,0
6	Fitness First	71,6	5	71,8	3	71,3
7	Clever Fit	66,3	7	69,2	7	63,4
8	McFit	63,9	8	67,9	8	59,9
Branche (Mittelwert)		71,7	74,0		69,4	

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.

# 4. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	Injoy	FitX	Fit/One
Beratung und Probetraining	Injoy	FitX	Easyfitness
Trainingsbedingungen / Angebot	Injoy	Fit/One	Fitness First

# 6. Methodik

## Hintergrund der Studie

Sport ist eine beliebte Freizeitbeschäftigung in Deutschland. Laut einer TK-Bewegungsstudie aus dem Jahr 2022 treiben 52 Prozent der Befragten in Deutschland regelmäßig Sport. Ein Großteil davon, 32 Prozent, trainiert regelmäßig zwischen ein und drei Stunden pro Woche.\* Fitness gehört dabei zu einer besonders populären Trainingsform in Deutschland. Im Jahr 2022 weisen deutsche Fitness-Studios mit 10,3 Millionen Mitgliedern einen Zuwachs von rund einer Millionen Mitgliedern im Vergleich zum Vorjahr auf, das durch die pandemiebedingten Schließungen von Fitness-Studios gekennzeichnet war. In Deutschland gibt es über 9.000 Fitness-Studio-Anlagen. Dabei liegt die Anzahl der Einzelanlagen bei 4.374. Die Zahl der Kettenbetriebe beträgt 2.301. Die Mikrostudios, die eine Gesamtfläche bis zu 200 Quadratmeter haben, sind mit 2.474 Einrichtungen vertreten.\*\*

Bei dieser Auswahl fällt es schwer, das richtige Fitness-Studio zu finden. Umso wichtiger ist daher eine adäquate Beratung direkt vor Ort und ein Probetraining. Denn so lässt sich erste Studioatmosphäre schnuppern und überprüfen, ob der Service stimmt und man sich dort wohlfühlt. Aufschluss über diese Aspekte gibt diese Studie, in der die Servicequalität in Hinblick auf Beratung, Trainingserlebnis, Ausstattung und Betreuung von großen Fitness-Studio-Ketten in Deutschland eingehend analysiert wurde. Das Ziel der Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität war es, auf dieser Basis den Testsieger „Fitness-Studios 2024“ zu ermitteln.

\* Vgl. TK Die Techniker (2022): Beweg dich, Deutschland! Online unter: <https://www.tk.de/resource/blob/2137718/e36e0c1b6bf74908d1c8e541eaa4a0c3/tk-studie-bewegungsstudie-2022-data.pdf>. (Abrufdatum: 23.11.2023).

\*\* Vgl. DSSV e. V. Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen (2023): Eckdaten 2023 der deutschen Fitnesswirtschaft: Mitgliederentwicklung Online unter: <https://www.dssv.de/eckdaten2023/> (Abrufdatum: 23.11.2023).

# 6. Methodik

## Untersuchungsumfang

Im Rahmen dieser Studie wurde der Service bedeutender Fitness-Studio-Ketten einer eingehenden Analyse unterzogen. Die Auswahl der Unternehmen erfolgte unter Berücksichtigung der Informationen zu Fitness-Studio-Ketten des DSSV e.V. und Arbeitgeberverbandes deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen\* sowie Deloitte\*\*.

In das Sample wurden die größten überregionalen Fitness-Studio-Ketten Deutschlands mit bundesweit über 30 Filialen einer Marke aufgenommen. Nicht berücksichtigt wurden Anlagen für ausgewählte Zielgruppen, Anbieter mit speziellen Trainingskonzepten sowie Fitness-Studio-Ketten mit begrenzter regionaler Abdeckung.

Die Untersuchung setzte sich aus den folgenden acht Anbietern zusammen (in alphabetischer Reihenfolge):

- Clever Fit
- Easyfitness
- Fit/One
- Fitness First
- FitX
- Injoy
- Jumpers Fitness
- McFit

\* Vgl. DSSV e. V. Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen (2022): Übersicht der Kettenanlagen > 20 Anlagen in Deutschland. (Online unter: [https://www.dssv.de/wp-content/uploads/2023/04/kettenstatistik20anlagen\\_03-2023.pdf](https://www.dssv.de/wp-content/uploads/2023/04/kettenstatistik20anlagen_03-2023.pdf) (Abrufdatum: 23.11.2023).

\*\* Vgl. Deloitte (2022) Der deutsche Fitnessmarkt. Studie 2022. Online unter: <https://leistungslust.de/news/2022/04/deloitte-studie-der-deutsche-fitnessmarkt-2022/> (Abrufdatum: 23.11.2023).

# 6. Methodik

## Vorgehensweise

- Die Tests fanden vom 6. September bis zum 31. Oktober 2023 in 31 verschiedenen deutschen Städten statt (siehe Anhang). Am häufigsten wurden Filialen in Frankfurt am Main und Hamburg getestet.
- Im Vorfeld kontaktierten die Interessenten telefonisch ausgewählte Studios der Anbieter, um einen Beratungstermin / ein Probetraining zu vereinbaren. Pro Unternehmen wurden im Anschluss jeweils drei Probetrainings und sechs Beratungsgespräche durchgeführt. Sämtliche Probetrainings sowie drei Beratungsgespräche fanden zur Stoßzeit statt (wochentags nach 17 Uhr oder samstags), drei Beratungsgespräche pro Unternehmen fanden zu normalen Zeiten (wochentags vor 17 Uhr) statt.
- Um die Kompetenz der Trainerinnen und Trainer hinsichtlich eines gesundheitlich orientierten Trainings zu prüfen, wurden sowohl bei der Beratung als auch beim Probetraining Fachfragen gestellt. Dafür verwendeten die speziell geschulten Testkundinnen und Kunden spezifische Rollenspiele in Form von Fragestellungen aus dem Gegenstandskontext. Die Rollenspiele waren insofern standardisiert, als dass sie bei allen Unternehmen in der gleichen Verteilung zum Einsatz kamen.

# 6. Methodik

## Rollenspiele

- **Rollenspiel A – Krafttraining:** Die Kundin oder der Kunde gab an, Fitness-Neuling zu sein und keine nennenswerten Vorerfahrungen im Sport zu haben. Für den Anfang sollte Kraft und Fitness gesteigert werden und sie/er fragte daher nach Tipps für das Krafttraining. Zudem erkundigte Sie/er sich danach, was sich genau hinter dem Fitness-Trend „Hyrox“ verbirgt.
- **Rollenspiel B – Neue Trainingsformen:** Die Interessentin bzw. der Interessent verfügte bereits über vorherige Erfahrungen im Fitness-Training, hatte jedoch seit geraumer Zeit kein Fitnessstudio mehr besucht. Sie/er präferierte Gruppentraining und zeigte Interesse an aktuellen Trainingsmethoden und -trends. Darüber hinaus erkundigte sie/er sich, ob es möglich ist, Fett direkt in Muskeln umzuwandeln.
- **Rollenspiel C – Passende Sportart:** Die bzw. der Fitness-Interessierte überlegte, sich in einem Fitness-Studio anzumelden, nachdem sie/er sportliche Vorerfahrungen bisher nur bei Trainingseinheiten Zuhause gesammelt hatte. Aufgrund des belastenden Alltags stand für ihn der Stressabbau im Vordergrund. Sie bzw. er wollte wissen, wie er am sinnvollsten herausfindet, welche spezielle sportliche Betätigung zu ihm passt und erfragte weiterhin, ob man auch zu viel trainieren kann.

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

Beratung und Probetraining		100,0%
<b>Beratungskompetenz</b>		<b>30,0%</b>
Richtigkeit der Aussagen	5,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	4,0%	
Strukturierte Beratung	3,0%	
Individuelle Beratung	5,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit des Mitarbeiters	4,0%	
Glaubwürdigkeit des Mitarbeiters	3,0%	
Transparente Kostendarstellung	3,0%	
Vertrauenswürdigkeit des Mitarbeiters	3,0%	
<b>Lösungsqualität</b>		<b>15,0%</b>
Darstellung des Produktnutzens (von Fitnessstraining allgemein oder des speziellen Fitness-Studios)	4,0%	
Relation Gesprächsdauer und -ergebnis	2,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	2,0%	
Bewertung der Beraterempfehlung mit Blick auf die eigenen Ziele	3,5%	
Bereitschaft, Mitglied zu werden	3,5%	
<b>Kommunikationsqualität</b>		<b>20,0%</b>
Positive Gesprächseröffnung	1,5%	
Persönliche Vorstellung des Mitarbeiters	1,5%	
Namensansprache	1,0%	
Aktive Gesprächsführung	2,0%	

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

Beratung und Probetraining (Fortsetzung)		
<b>Kommunikationsqualität (Fortsetzung)</b>		
Interaktionsqualität	2,5%	
Blickkontakt	1,0%	
Freundlichkeit	2,0%	
Motivation	3,0%	
Der Mitarbeiter nahm sich genügend Zeit	1,5%	
Akustische Verständlichkeit	1,5%	
Positive Formulierungen	1,0%	
Positive Verabschiedung	1,5%	
<b>Qualität des Probetrainings</b>		<b>20,0%</b>
Erläuterung des Ablaufs des Probetrainings	1,0%	
Analyse der bisherigen sportlichen Aktivitäten	2,0%	
Analyse der Trainingsziele	2,0%	
Analyse der gesundheitlichen Probleme/Verfassung	2,0%	
a) Herz-Kreislauf-Beschwerden		
b) Orthopädische Beschwerden		
c) Ärztliche Behandlung		
Analyse sonstiger Rahmenbedingungen (Kundenwünsche/-vorstellungen)	2,0%	
Bedarfsgerechte Antworten	1,0%	

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

<b>Beratung und Probetraining (Fortsetzung)</b>		
<b>Qualität des Probetrainings (Fortsetzung)</b>		
Ausführliche Erklärung der Geräte/Übungen durch den Trainer	1,5%	
Demonstration der Geräte/Übungen durch den Trainer	1,5%	
Hinweise auf Risiken	2,0%	
Erläuterung des Nutzens von Kraft- und Ausdauertraining	2,0%	
Korrektur fehlerhafter Ausführung von Übungen/beim Umgang mit Geräten	2,0%	
Formulierung spezieller Tipps/Übungen	1,0%	
<b>Wartezeiten und Erreichbarkeit</b>		<b>10,0%</b>
Zustande gekommene Beratung im Erstkontakt	2,0%	
Anteil der Beratungen, die in 5 Minuten begannen	1,0%	
Wartezeiten bis zur Beratung (Mit Terminvereinbarung: Zeit ab vereinbartem Termin bis Gesprächsbeginn/Probetraining)	3,0%	
Gesprächsunterbrechungen (negative Bewertung)	1,5%	
Weitere Wartezeiten	1,0%	
Öffnungszeiten	1,5%	
<b>Beratungserlebnis</b>		<b>5,0%</b>
Authentischer Berater	1,5%	
Gesprächsatmosphäre/Wohlfühlfaktor	1,5%	
Mehrwert der Beratung	1,0%	
Erinnerungswert	1,0%	

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

<b>Trainingsbedingungen / Angebot</b>	<b>100,0%</b>	
<b>Trainingsbetreuung</b>		<b>30,0%</b>
Trainer dauerhaft auf Trainingsfläche präsent (exkl. Kurse)	7,0%	
Regelmäßiger Rundgang von Trainern auf der Trainingsfläche	5,0%	
Aktive Kontaktaufnahme des Trainers zu Trainierenden (um Tipps zu geben/Übungen zu korrigieren)	5,0%	
Persönlicher Trainingsplan (mindestens im Erstgespräch gezeigt)	4,0%	
Kostenloses Probetraining (spätere Anrechnung nicht gewertet)	2,5%	
Kostenloser Fitnessstest (standardisierter Ausdauer- und Krafttest)	2,5%	
Hinweis auf Qualifikation/Ausbildung des Trainers	4,0%	
<b>Trainingsangebot</b>		<b>30,0%</b>
Anzahl der angebotenen Kurse pro Woche	5,0%	
Vielfältigkeit des Kursangebots (Tanzsportarten, Yoga etc.)	4,0%	
Geräteausstattung Krafttraining (geführte Geräte, Hanteln etc.)	3,0%	
Geräteausstattung Ausdauertraining (Laufbänder, Stepper etc.)	3,0%	
Personal Training	2,0%	
Freie Geräte Krafttraining vorhanden	2,0%	
Freie Geräte Ausdauertraining vorhanden	2,0%	
Freier Trainingsbereich (freier Bereich ohne Geräte)	2,0%	
Pulsmessgeräte für das Kardiotraining vorhanden (Brustgurt, Ohrclip etc.)	2,0%	

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

Trainingsbedingungen / Angebot (Fortsetzung)		
<b>Trainingsangebot (Fortsetzung)</b>		
Schautafeln an Geräten	2,0%	
Neue Trainingsformen (z. B. TRX, Vibrationstraining, Faszientraining)	3,0%	
<b>Qualität des Umfelds</b>		<b>27,5%</b>
Gestaltung der Räumlichkeiten	3,0%	
Raumatmosphäre	3,0%	
Sauberkeit der Räumlichkeiten	3,0%	
Sauberkeit und Zustand der Geräte	4,0%	
Sauberkeit des Sanitärbereichs	3,0%	
Erscheinungsbild der Mitarbeiter	3,0%	
Äußeres Erscheinungsbild des Fitness-Studios	3,0%	
Beschaffenheit/Sauberkeit der Umkleidekabinen	3,0%	
Parkmöglichkeiten (Auto/Fahrrad)	2,5%	

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

Trainingsbedingungen / Angebot (Fortsetzung)		
<b>Sonstige Services</b>		<b>12,5%</b>
Kostenlose Duschen	2,5%	
Getränkeangebot	2,0%	
Solarium	2,5%	
Schwimmbad	2,0%	
Sauna	2,0%	
Massagen	1,0%	
Ernährungsberatung/Ausarbeitung eines persönlichen Ernährungskonzeptes	1,0%	

	Seite
<b>A. Test-Erlebnisse</b>	<b>30</b>
Positiv	30
Negativ	31
<b>B. Städteverzeichnis</b>	<b>32</b>
<b>C. Beratung und Probetraining</b>	<b>33</b>
<b>D. Trainingsbedingungen / Angebot</b>	<b>34</b>
<b>E. Allgemeine Methodik (Servicetests)</b>	<b>35</b>
<b>F. Nachhaltigkeit</b>	<b>37</b>

## B. Städteverzeichnis



- Augsburg
- Bayreuth
- Berlin
- Bochum
- Braunschweig
- Bremen
- Dortmund
- Dreieich
- Dresden
- Düsseldorf
- Frankfurt am Main
- Fürth
- Haar
- Hamburg
- Hannover
- Hildesheim
- Kassel
- Kempten
- Köln
- Leipzig
- Lübeck
- Magdeburg
- Minden
- München
- Nürnberg
- Offenbach
- Osnabrück
- Ratingen
- Rostock
- Stuttgart
- Wiesbaden

# E. Allgemeine Methodik

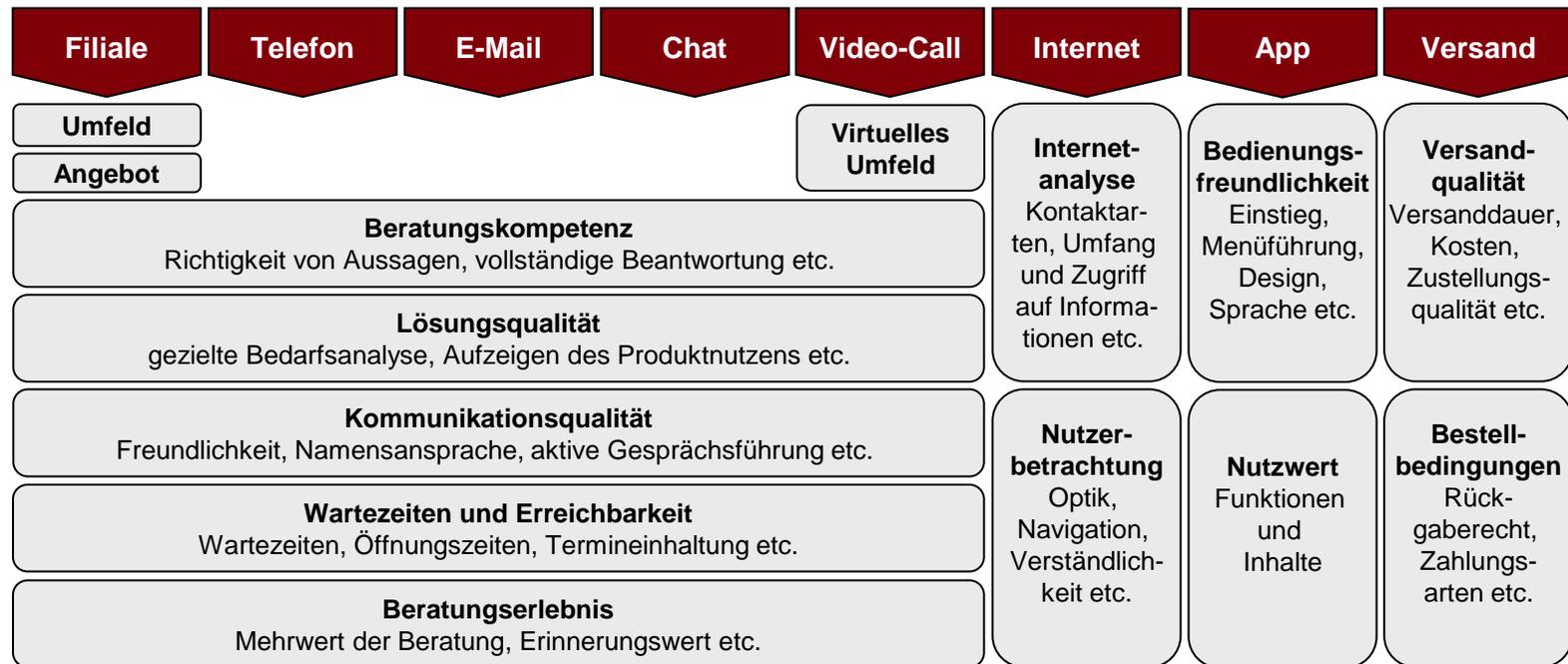
## Service-tests

- **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 Qualitätсурteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“

# F. Nachhaltigkeit

## Klimaschutz mit myclimate und MoorFutures

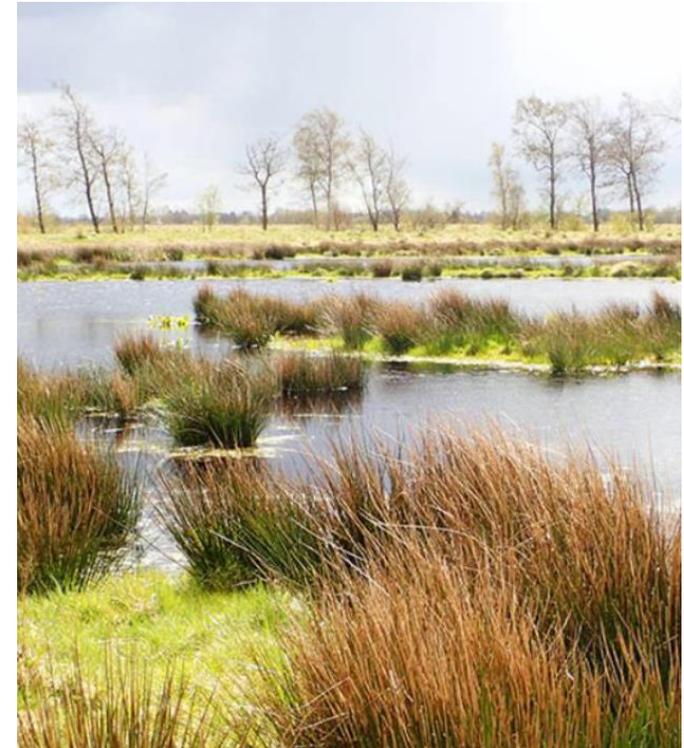


myclimate.org/07-23-221508



# 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