

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Studie: Anbieter Fernstudium/Fernkurse 2026



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“

Hamburg, 9. Juli 2026

UNTERNEHMEN KONTAKT



Bianca Möller
Geschäftsführerin

Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 12
b.moeller@disq.de
www.disq.de



Anna Otto
Projektleiterin Marktforschung

Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 13
a.otto@disq.de
www.disq.de

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

Fotoquellen: Thomas Ecke, 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 Kundenerhebungen 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) Prof. Dr. Michel Clement / Institut für Marketing der Universität Hamburg Judith Klose / Vice President Media & Marketing bei Civey Catja Stammen / Redaktionsleiterin ntv Wirtschaftsmagazine
Nachhaltigkeit	Freiwilliger Beitrag für Klima und Natur, MoorFutures-Klimaschutzprojekte

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



Judith Klose
Vice President Media &
Marketing beim digitalen
Markt- und Meinungsfor-
schungsunternehmen
Civey



Catja Stammen
Redaktionsleiterin für die
Wirtschaftsmagazine des
Nachrichtensenders ntv

Inhaltsverzeichnis

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

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT

	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	7
2. Fazit	9
3. Die besten Unternehmen	10
4. Gesamtergebnis	11
Anbieter Fernstudium	11
Anbieter Fernkurse/Weiterbildung	14
5. Stärken und Schwächen der Branche	17
Online-Service	18
Telefonischer Service	19
Service per E-Mail	20
Angebotsanalyse Anbieter Fernstudium	21
Angebotsanalyse Anbieter Fernkurse/Weiterbildung	22
Vertragsbedingungen Anbieter Fernstudium	23
Vertragsbedingungen Anbieter Fernkurse/Weiterbildung	24

Inhaltsverzeichnis

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

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT

	Seite
6. Ergebnisse der Unternehmen	25
Serviceanalyse	25
Angebotsanalyse Anbieter Fernstudium	27
Angebotsanalyse Anbieter Fernkurse/Weiterbildung	28
Vertragsbedingungen Anbieter Fernstudium	29
Vertragsbedingungen Anbieter Fernkurse/Weiterbildung	30
7. Methodik	31
Serviceanalyse	33
Angebotsanalyse und Vertragsbedingungen	43
Anhang	46

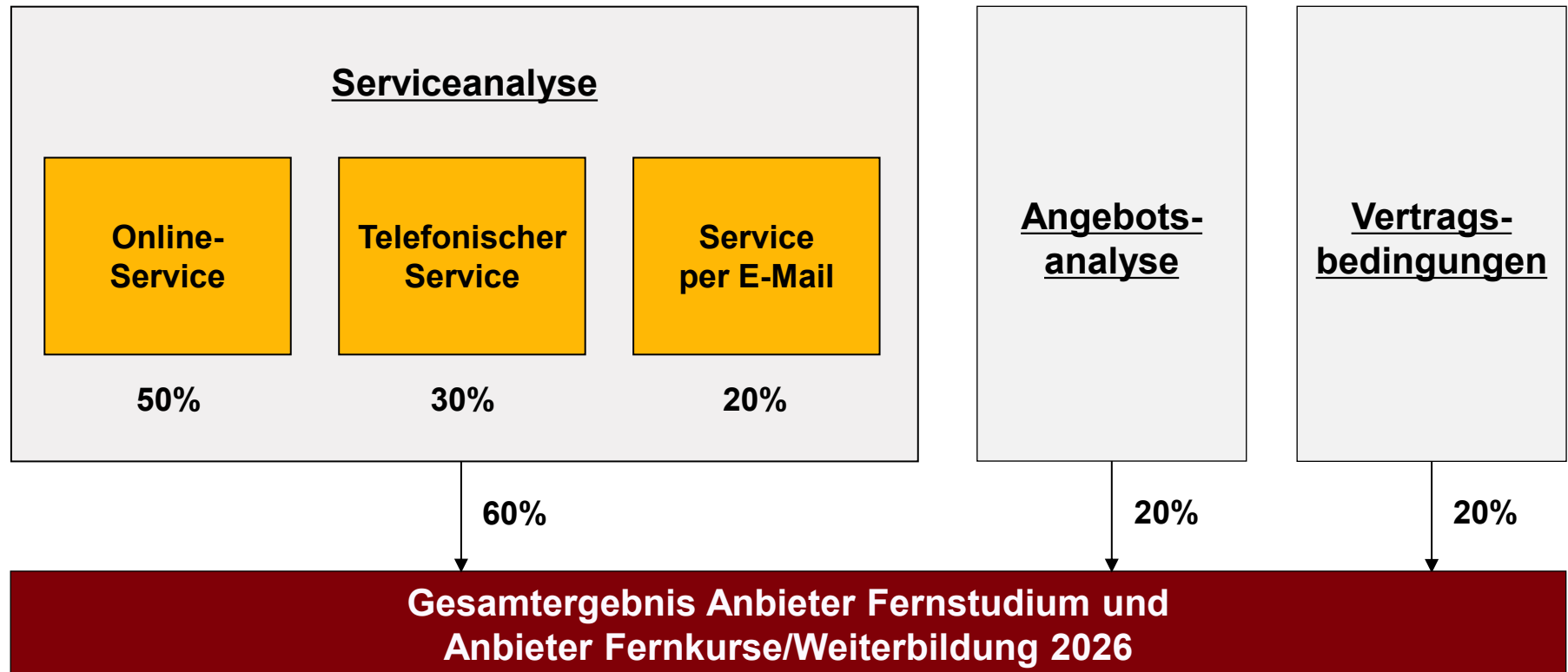
1. Zahlen und Fakten zur Studie

Studienumfang	9 Fernstudium-Anbieter und 12 Anbieter Fernkurse/Weiterbildung (jeweils in privater Trägerschaft)
Studienzeitraum	Februar bis Mai 2026
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Service, Angebot und Vertragsbedingungen
Serviceanalyse	Mystery-Tests, insgesamt 332 Servicekontakte (31* je Anbieter) ■ 132 Analysen des Online-Service ■ 12 Analysen der Internetauftritte (1 je Anbieter) ■ 120 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter) ■ 100 Analysen* der telefonischen Kontaktqualität (10 je Anbieter) ■ 100 Analysen* der E-Mail-Beantwortung (10 je Anbieter)
Angebotsanalyse / Vertragsbedingungen	Umfassende Bewertung des Angebots und der Vertragsbedingungen der Fernstudium-Anbieter und der Anbieter Fernkurse/Weiterbildung (Stand der Daten: 13. April 2026)

* Die Unternehmen Euro-FH, Fernakademie für Erwachsenenbildung und ILS sind Schwesterunternehmen der Klett-Gruppe. Diese Anbieter haben einen gemeinsamen Service in den Bereichen Telefon und E-Mail. Die Bewertung wurde in allen drei Fällen zusammen vorgenommen.

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis Anbieter Fernstudium	IU Internationale Hochschule	Wilhelm Büchner	HFH
Gesamtergebnis Anbieter Fernkurse/ Weiterbildung	SGD	IU Internationale Hochschule	HFH
Serviceanalyse	IU Internationale Hochschule	Wilhelm Büchner	HFH
Online-Service	HFH	AKAD University	Wilhelm Büchner
Telefonischer Service	IST	IU Internationale Hochschule	Wilhelm Büchner
Service per E-Mail	IST	IU Internationale Hochschule	Diploma Hochschule
Angebotsanalyse Anbieter Fernstudium	IU Internationale Hochschule	Euro-FH	Diploma Hochschule, HFH, Wilhelm Büchner
Angebotsanalyse Anbieter Fernkurse/ Weiterbildung	Fernakademie für Erwachsenenbildung, ILS	–	SGD
Vertragsbedingungen Anbieter Fernstudium	IU Internationale Hochschule	Diploma Hochschule, Euro-FH, HFH, IST, Wilhelm Büchner	–
Vertragsbedingungen Anbieter Fernkurse/ Weiterbildung	Fernakademie für Erwachsenenbildung	SGD	Euro-FH, HFH, ILS, Wilhelm Büchner

4. Gesamtergebnis Anbieter Fernstudium

Gesamtergebnis Anbieter Fernstudium			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	IU Internationale Hochschule	81,7	sehr gut
2	Wilhelm Büchner	77,8	gut
3	HFH	77,4	gut
4	Diploma Hochschule	77,3	gut
5	IST	76,5	gut
6	Euro-FH	74,7	gut
7	AKAD University	72,4	gut
-	Hochschule Fresenius**	-	-
-	SRH Fernhochschule**	-	-
Branche (Mittelwert)		76,8	

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). Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht. Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

** Das Unternehmen beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage zum Angebot und zu den Vertragsbedingungen nicht und blieb deshalb im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

4. Gesamtergebnis Anbieter Fernstudium

Gesamtergebnis Anbieter Fernstudium			Serviceanalyse		Angebotsanalyse		Vertrags- bedingungen	
100%			60%		20%		20%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	IU Internationale Hochschule	81,7	1	76,9	1	90,0	1	88,0
2	Wilhelm Büchner	77,8	2	75,7	3	83,0	2	79,0
3	HFH	77,4	3	74,9	3	83,0	2	79,0
4	Diploma Hochschule	77,3	4	74,8	3	83,0	2	79,0
5	IST	76,5	5	73,8	6	82,0	2	79,0
6	Euro-FH	74,7	8	69,2	2	87,0	2	79,0
7	AKAD University	72,4	7	72,3	7	72,0	7	73,0
-	Hochschule Fresenius**	-	9	54,0	-	-	-	-
-	SRH Fernhochschule**	-	6	72,3	-	-	-	-
Branche (Mittelwert)		76,8	71,6		82,9		79,4	

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). Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht. Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

** Das Unternehmen beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage zum Angebot und zu den Vertragsbedingungen nicht und blieb deshalb im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

4. Gesamtergebnis

Anbieter Fernkurse/Weiterbildung

Gesamtergebnis Anbieter Fernkurse/Weiterbildung			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	SGD	79,4	gut
2	IU Internationale Hochschule	77,3	gut
3	HFH	77,0	gut
4	ILS	75,7	gut
5	IST	75,3	gut
6	Fernakademie für Erwachsenenbildung	74,7	gut
7	Euro-FH	73,7	gut
8	Wilhelm Büchner	73,6	gut
9	AKAD University	68,6	befriedigend
10	Diploma Hochschule	65,3	befriedigend
-	Hochschule Fresenius**	-	-
-	SRH Fernhochschule**	-	-
Branche (Mittelwert)		74,1	

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). Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht. Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

** Das Unternehmen beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage zum Angebot und zu den Vertragsbedingungen nicht und blieb deshalb im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

4. Gesamtergebnis

Anbieter Fernkurse/Weiterbildung

Gesamtergebnis Anbieter Fernkurse/Weiterbildung			Serviceanalyse		Angebotsanalyse		Vertrags- bedingungen	
100%			60%		20%		20%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	SGD	79,4	6	73,0	3	92,0	2	86,2
2	IU Internationale Hochschule	77,3	1	76,9	4	86,0	8	70,0
3	HFH	77,0	3	74,9	6	81,0	3	79,0
4	ILS	75,7	10	66,4	1	100,0	3	79,0
5	IST	75,3	5	73,8	7	79,0	7	76,0
6	Fernakademie für Erwachsenenbildung	74,7	11	58,6	1	100,0	1	97,6
7	Euro-FH	73,7	9	69,2	5	82,0	3	79,0
8	Wilhelm Büchner	73,6	2	75,7	9	62,0	3	79,0
9	AKAD University	68,6	8	72,3	8	67,0	10	59,0
10	Diploma Hochschule	65,3	4	74,8	10	37,0	9	65,0
-	Hochschule Fresenius**	-	12	54,0	-	-	-	-
-	SRH Fernhochschule**	-	7	72,3	-	-	-	-
Branche (Mittelwert)		74,1	70,2		78,6		77,0	

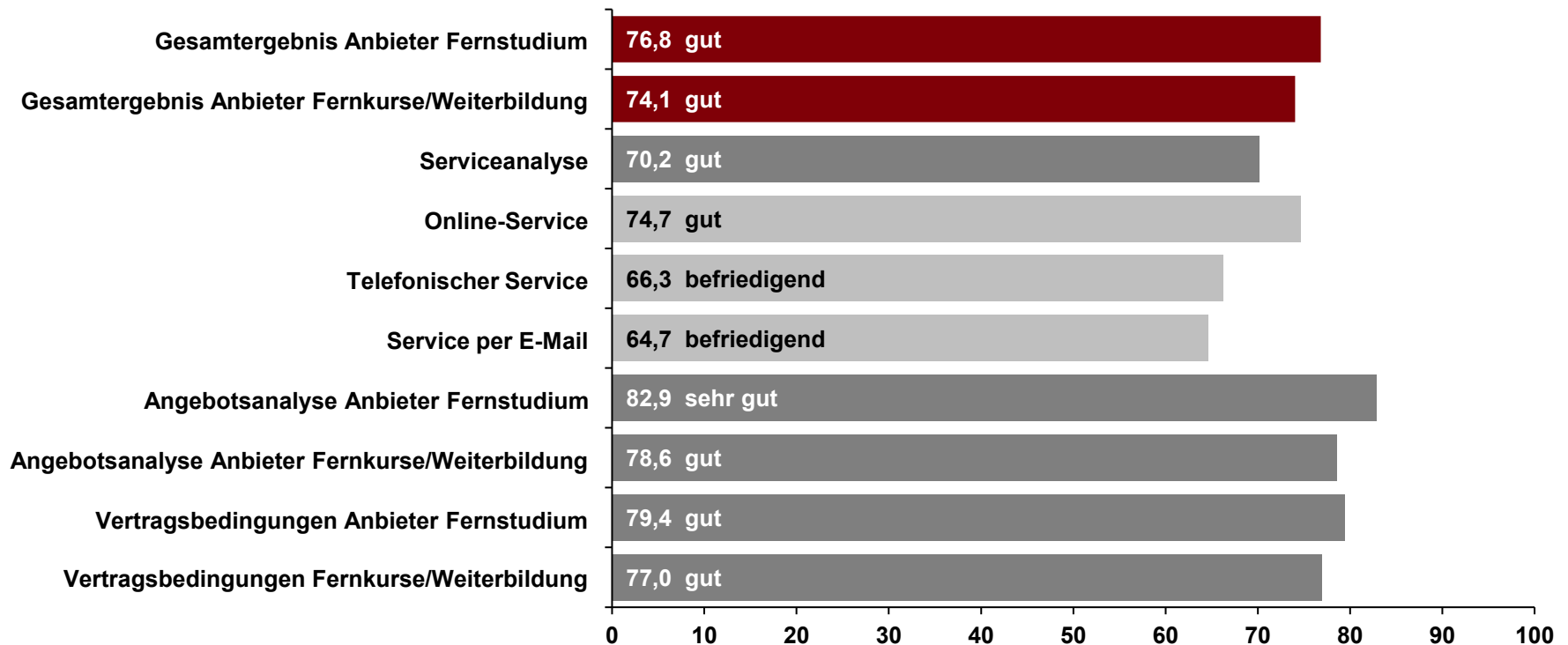
100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht. Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

** Das Unternehmen beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage zum Angebot und zu den Vertragsbedingungen nicht und blieb deshalb im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

5. Stärken und Schwächen der Branche

Branchenergebnisse in den Leistungsbereichen (Punkte)



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

6. Ergebnisse der Unternehmen

Vertragsbedingungen Anbieter Fernstudium

Ergebnis Vertragsbedingungen Anbieter Fernstudium			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	IU Internationale Hochschule	88,0	sehr gut
2	Diploma Hochschule	79,0	gut
2	Euro-FH	79,0	gut
2	HFH	79,0	gut
2	IST**	79,0	gut
2	Wilhelm Büchner	79,0	gut
7	AKAD University	73,0	gut
-	Hochschule Fresenius***	-	-
-	SRH Fernhochschule***	-	-
	Branche (Mittelwert)	79,4	

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.

** Die Bewertung der Vertragsbedingungen erfolgte auf Basis der Angaben der IST-Hochschule.

*** Dieses Unternehmen beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage nicht. Die Vertragsbedingungen wurden deshalb nicht bewertet.

7. Methodik

Hintergrund der Studie

Wer unabhängig von Ort und Zeit studieren möchte, für jene eignet sich ein Fernstudium. Dabei kann ein regulärer Studienabschluss erzielt werden, ohne zu den regulären Studienzeiten in der Universität oder Hochschule sein zu müssen. Bei einem Fernstudium sind Inhalte hauptsächlich online verfügbar, oder werden den Studierenden für ein Selbststudium zur Verfügung gestellt. Lediglich zu Prüfungen sind feste Anwesenheiten gefordert.* Die Attraktivität des Fernstudiums wird auch durch die Entwicklung der Anzahl der angebotenen Fernstudiengänge in Deutschland verstärkt: Nicht nur im wirtschaftlichen Bereich ist das Fernstudium eine beliebte Weiterbildungsoption, sondern auch im Bereich Soziales, Gesundheitswesen und Bauingenieurwesen sind die Fernstudiengänge besonders stark nachgefragt.**

Um aus Sicht von Interessierten festzustellen, welche Anbieter für Fernstudium bzw. für Fernkurse und Weiterbildung den nutzerfreundlichsten Internetauftritt sowie die beste Beratung am Telefon und per E-Mail bieten, wurde im Rahmen dieser Studie eine vergleichende Analyse der größten deutschen Anbieter in privater Trägerschaft vorgenommen. Darüber hinaus wurden das Angebot und die Vertragsbedingungen der Fernhochschulen und Institute untersucht und bewertet. Ziel dieser Studie war es, jene Anbieter zu identifizieren, die in puncto Service, Angebot und Vertragsbedingungen insgesamt am besten aufgestellt sind.

* Hochschulkompass (2026): Fernstudium in Deutschland. Online unter: <https://www.hochschulkompass.de/studium/rund-ums-studieren/studienformen/fernstudium.html> (abgerufen am 21.05.2026)

** Studieren-berufsbegleitend.de (2026): Fernstudiengänge – der große Überblick. Online unter: <https://www.studieren-berufsbegleitend.de/fernstudiengaenge/> (abgerufen am 21.05.2026).

7. Methodik

Untersuchungsumfang

Gegenstand der Analyse waren Anbieter für Fernstudium bzw. für Fernkurse und Weiterbildung mit einem umfangreichen und staatlich geprüften Studien- und Weiterbildungsangebot. In die Untersuchung einbezogen wurden Institute in privater Trägerschaft, die mindestens einen Fernstudienabschluss (Bachelor oder Master) anboten oder dies über Kooperationsvereinbarungen ermöglichten. Der Anspruch auf einen akademischen Abschluss musste deutlich aus der Ausrichtung des Unternehmens hervorgehen. Zudem sollte das Angebot an Fernkursen als Ergänzung bzw. Spezialisierung zum Studium angeboten werden, beispielsweise Kurse für Buchführung, Personalführung oder Sprachen wie Wirtschaftsenglisch. Als weitere Voraussetzung galt eine Zahl von aktuell mindestens 6.000 Studierenden. Das Sample umfasste folgende zwölf Institute (in alphabetischer Reihenfolge):

- | | |
|---------------------------------------|--------------------------------|
| ■ AKAD University | ■ ILS |
| ■ Diploma Hochschule | ■ IST |
| ■ Euro-FH | ■ IU Internationale Hochschule |
| ■ Fernakademie für Erwachsenenbildung | ■ SGD |
| ■ HFH | ■ SRH Fernhochschule |
| ■ Hochschule Fresenius | ■ Wilhelm Büchner |

7. 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 die Themen Fernstudium bzw. Weiterbildung. Diese Rollenspiele kamen bei allen Unternehmen in der gleichen Verteilung zum Einsatz. Alle Test-Anfragen wurden auf Interessentenbasis gestellt und hatten unter anderem folgende Themen zum Inhalt:

- Unterschiede zwischen akademischem Fernstudium und Fernkursen
- Kostenzusammensetzung und Ratenzahlung
- Empfehlung eines Studienganges/Kurses auf Basis verschiedener Profile
- Beantragung von BAföG
- Zulassungsvoraussetzungen
- Ablauf eines Fernkurses
- Zur Verfügung gestellte Lernmaterialien
- Anrechnung von bereits erbrachten Leistungen
- Fragen zur staatlichen Anerkennung der Studienabschlüsse

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

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

Internetanalyse	100,0%
Spezielle Informationen und Funktionen	50,0%
Informationen zu Zulassungsvoraussetzungen	2,0%
Informationen zu Anrechnungen von Vorleistungen	2,0%
Übersicht der Studiengänge (Bachelor/Master, Fachbereich, Dauer etc.)	2,0%
Informationen zu (Studien-)Gebühren	2,0%
Informationen zu Förderungsmöglichkeiten (mit Erklärung)	2,0%
Umfassende Darstellung der Studien-/Lehrgangsinhalte (behandelte Themen, zu erwerbende Kompetenzen, Seminare, Vorträge etc.)	3,0%
Informationen zum Studienverlauf/Leitfaden (Unterlagen, Prüfungen bzw. Prüfungsarten, Zeitaufwand etc.)	3,0%
Informationen zu Abschlussarten (akademischer Grad, Titel, Berufsbezeichnung, Schulabschluss etc.)	2,0%
Online-Anmeldung zum Fernstudium/-lehrgang möglich	2,0%
Informationen zur staatlichen Zulassung der Lehrgänge/Akkreditierung	2,0%
Vorstellung von Anbietern und/oder einzelnen Studien-/Lehrgängen per Video	1,0%
Dozenteninformationen (Qualifikation, Beruf - beispielhaft)	1,0%

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)	
Spezielle Informationen und Funktionen (Fortsetzung)	
Informationen zur Betreuung (während des Studiums bzw. Kurs)	2,0%
Download von Informationsmaterialien möglich (PDF)	1,5%
Online-Bestellung von Informationsmaterialien möglich	1,5%
Erfahrungsberichte von Absolventen/Studierenden	1,0%
Online-Campus für Studierende vorhanden	2,0%
Informationen zum Widerrufs- bzw. Rücktrittsrecht (außerhalb der AGB)	3,0%
Anzahl Klicks bis zum Studien-/Lehrgangsinhalt (z. B. Allgemeine BWL)	5,0%
Anzahl Klicks bis zu den Preisen/zur Preisübersicht	5,0%
Anzahl Klicks bis zu den Hinweisen zum Widerrufs- bzw. Rücktrittsrecht	5,0%

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)		
Allgemeine Informationen		30,0%
AGB/Rechtliches	3,5%	
FAQ/Hilfebereich	3,0%	
Datenschutzerklärung	2,0%	
Cookie-Einstellungsoption	2,0%	
Glossar	1,0%	
Volltext-Suchfunktion	2,5%	
Sitemap/Seitenbeschreibung	1,0%	
Newsletter	1,5%	
Multimediale Elemente (Videos, Grafiken, etc.)	1,5%	
Mobiloptimierte Website	2,0%	
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	1,5%	
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	2,5%	
Social-Media-Auftritt (Facebook, Instagram, Forum etc.)	1,0%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)		
Kontaktinformationen (Fortsetzung)		
Direct-Messaging (Chat, WhatsApp)	1,0%	
KI-gestützter Chatbot	1,0%	
Anzahl Klicks bis zur Telefonnummer	2,5%	
Anzahl Klicks bis zur E-Mail-Adresse/zum Kontaktformular	2,5%	

Nutzerbetrachtung		100,0%
Emotionale und visuelle Aspekte		50,0%
Optik und Gestaltung	15,0%	
Vertrauenswürdigkeit und Sicherheit	15,0%	
Gesamtzufriedenheit	15,0%	
Erwartungen übertroffen	5,0%	
Funktionale und nutzungsbezogene Aspekte		50,0%
Bedienbarkeit (Intuitivität)	15,0%	
Auffindbarkeit von Informationen	15,0%	
Problemlösungskompetenz	15,0%	
Technische Funktionalität	5,0%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Telefonischer Service	100,0%	
Beratungskompetenz		30,0%
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%	
Lösungsqualität		20,0%
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%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

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

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Service per E-Mail	100,0%	
Beratungskompetenz		35,0%
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%	
Lösungsqualität		20,0%
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%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Service per E-Mail (Fortsetzung)		
Kommunikationsqualität		20,0%
Eindeutige Absenderkennung	1,0%	
Aussagekräftige Betreffzeile	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 Hilfsangebot	1,0%	
Positive Verabschiedung	2,0%	
Vollständige und aktuelle Kontaktdaten	1,5%	
Wartezeiten und Erreichbarkeit		20,0%
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%	
Kundenerlebnis		5,0%
Mehrwert der Antwort	1,5%	
Erinnerungswert	3,5%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Getestete Kontaktkanäle

Unternehmen	Internetseite	Telefonnummer	E-Mail-Adresse / Kontaktformular
AKAD University	www.akad.de	0711 81495400 / 0711 814950	beratung@akad.de
Diploma Hochschule	www.diploma.de	040 228988240	meinstudium@diploma.de
Euro-FH*	www.euro-fh.de	0800 3344377	studienberatung@euro-fh.de
Fernakademie für Erwachsenenbildung*	www.fernakademie-klett.de	0800 1401140	kursinfo@fernakademie-klett.de studienberatung@fernakademie-klett.de
HFH	www.hfh-fernstudium.de	040 35094360	info@hfh-fernstudium.de / Kontaktformular
Hochschule Fresenius	www.fernstudium- fresenius.de	0221 29258600	fernstudium@hs-fresenius.de
ILS*	www.ils.de	0800 1234477	kursinfo@ils.de
IST	www.ist.de / www.ist-hochschule.de	0211 866680	info@ist.de info@ist-hochschule.de /Kontaktformular
IU Internationale Hochschule	www.iu-fernstudium.de	030 31198800	info-fernstudium@iu.org
SGD	www.sgd.de	06151 38426	beratung@sgd.de
SRH Fernhochschule	www.mobile-university.de	07371 93150400	info@mobile-university.de / Kontaktformular
Wilhelm Büchner	www.wb-fernstudium.de	06151 3842404	beratung@wb-fernstudium.de
Testzeitraum	3. März - 4. Mai 2026	23. Februar - 30. April 2026	2. März - 30. April 2026

* Die Unternehmen Euro-FH, Fernakademie für Erwachsenenbildung und ILS sind Schwesterunternehmen der Klett-Gruppe. Diese Anbieter haben einen gemeinsamen Service im Bereich Telefon und E-Mail. Die Ergebnisse setzen sich zusammen aus einzelnen Anrufen und E-Mails bei diesen Anbietern.

7. Methodik

Angebotsanalyse und Vertragsbedingungen

Im Rahmen der Angebotsanalyse wurden sowohl allgemeine als auch spezielle Aspekte eines Fernstudiums bzw. einer Weiterbildung als Fernlehrgang analysiert und bewertet. Hierunter fielen unter anderem Aspekte wie der Angebotsumfang und die -vielfalt, die Anzahl der Standorte je Anbieter für Präsenzveranstaltungen oder Prüfungen, ob die Institute anbieterbezogene, finanzielle Förderungsmöglichkeiten anbieten, etwa Rabatte für Wiederkehrer sowie die persönliche Betreuung vor und während des Studiums bzw. der Weiterbildung. Die Erhebung der Daten erfolgte mittels offizieller Anfrage an die Pressestellen der Unternehmen. Stand der Angaben war der 13. April 2026.

Die Datenerhebung zur Analyse der Vertragsbedingungen fand analog zur Angebotsanalyse statt. Sie beruhte auf den offiziellen Anfragen an die Pressestellen der Fernstudium-Anbieter sowie der Fernschulen (Stand der Daten: 13. April 2026).

7. Methodik

Angebotsanalyse – Untersuchungskriterien

Angebotsanalyse	100,0%	
Allgemeines		50,0%
Anzahl der Standorte (für Präsenzveranstaltungen oder Prüfungen)	20,0%	
Kostenlose Bewerbung/Anmeldung	10,0%	
Persönliche Betreuung (vor und während des Studiums)	10,0%	
Karriereberatung/Unterstützung bei der Arbeitssuche	4,0%	
Anbieterbezogene finanzielle Förderung:		
Rabatte für Arbeitslose	1,0%	
Rabatte für Auszubildende	1,0%	
Rabatte für Studierende	1,0%	
Rabatte für Wiederkehrer	1,0%	
Rabatte für Schwerbehinderte	1,0%	
Rabatte für sonstige Zielgruppe	1,0%	
Spezielles Angebot für Studium und Weiterbildung*		50,0%
Angebotsumfang**	20,0%	
Angebotsvielfalt Studien-/Fachrichtung***	15,0%	
Angebot an Vorbereitungs-/Zusatzkursen	5,0%	
Spezielle Prüfungsvorbereitungen	5,0%	
Interaktive Online-Plattform	3,0%	
Alumni-Netzwerk	2,0%	

* Die Untersuchungskriterien des speziellen Angebots wurden jeweils für den Bereich Fernstudiengänge und für den Bereich Fernkurse/Weiterbildung abgefragt und bewertet.

** Anzahl an reinen Studiengängen (Bachelor/Master) bzw. Fern- und Weiterbildungskursen sowie Schulabschlüssen.

*** Studien-/Fachrichtungen: Wirtschaft/BWL/Management, Vertrieb/Marketing/Handel, Einkauf/Logistik, Recht, Medien, Technik/Informatik, Mathematik, Gesundheit/Fitness, Psychologie, Tourismus, Literatur, kreative Berufe (Design, Fotografie, Architektur), Sprachen, Persönlichkeit/Soft Skills; differenzierte Ausbildungsniveaus/Strukturierung nach Niveau wie Bachelor und Master.

7. Methodik

Vertragsbedingungen – Untersuchungskriterien

Vertragsbedingungen	100,0%
Kostenlose Studien-/Kursverlängerung	20,0%
Mindestlaufzeit des Vertrages (Dauer in Monaten)	15,0%
Preisgarantie für Regelstudien-/Regelkurszeit	15,0%
Zahlungsoptionen/-modalitäten:	
Überweisung	2,0%
Bankeinzug/Lastschrift	2,0%
Monatliche Zahlungsweise möglich	2,0%
Kündigungsfrist (Dauer in Wochen)	12,0%
Widerrufsrecht (Dauer in Wochen)	12,0%
Kostenlose Wiederholung der Prüfung möglich	10,0%
Kostenlose Probezeit (Testzugang)	10,0%

	Seite
A. Test-Erlebnisse	47
Positiv	47
Negativ	48
B. Online-Service	49
C. Telefonischer Service	50
D. Service per E-Mail	51
E. Angebotsanalyse Kriterienauszug	52
F. Vertragsbedingungen Kriterienauszug	53
G. Allgemeine Methodik (Servicetests)	55
H. Nachhaltigkeit	57

E. Angebotsanalyse

Kriterienauszug

Angebotsanalyse Kriterienauszug	Anzahl der Standorte	Angebotsumfang Fernstudium	Angebotsumfang Fernkurse/Weiterbildung
Unternehmen	Anzahl	Anzahl	Anzahl
AKAD University	1	67	144
Diploma Hochschule	24	50	5
Euro-FH	16	311	118
Fernakademie für Erwachsenenbildung*	200	-	307
HFH	23	24	197
Hochschule Fresenius***	-	-	-
ILS*	200	-	388
IST**	12	21	137
IU Internationale Hochschule	25	180	502
SGD*	35	-	320
SRH Fernhochschule***	-	-	-
Wilhelm Büchner	15	151	49

Stand der Daten: 13. April 2026

* Das Unternehmen bot kein eigenes Fernstudium an und blieb daher bei der Analyse des Angebots für Fernstudium unberücksichtigt.

** Die Angebotsdaten stammen aus den Angaben der IST-Hochschule und des IST-Studieninstituts.

*** Das Unternehmen beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage nicht.

G. Allgemeine Methodik

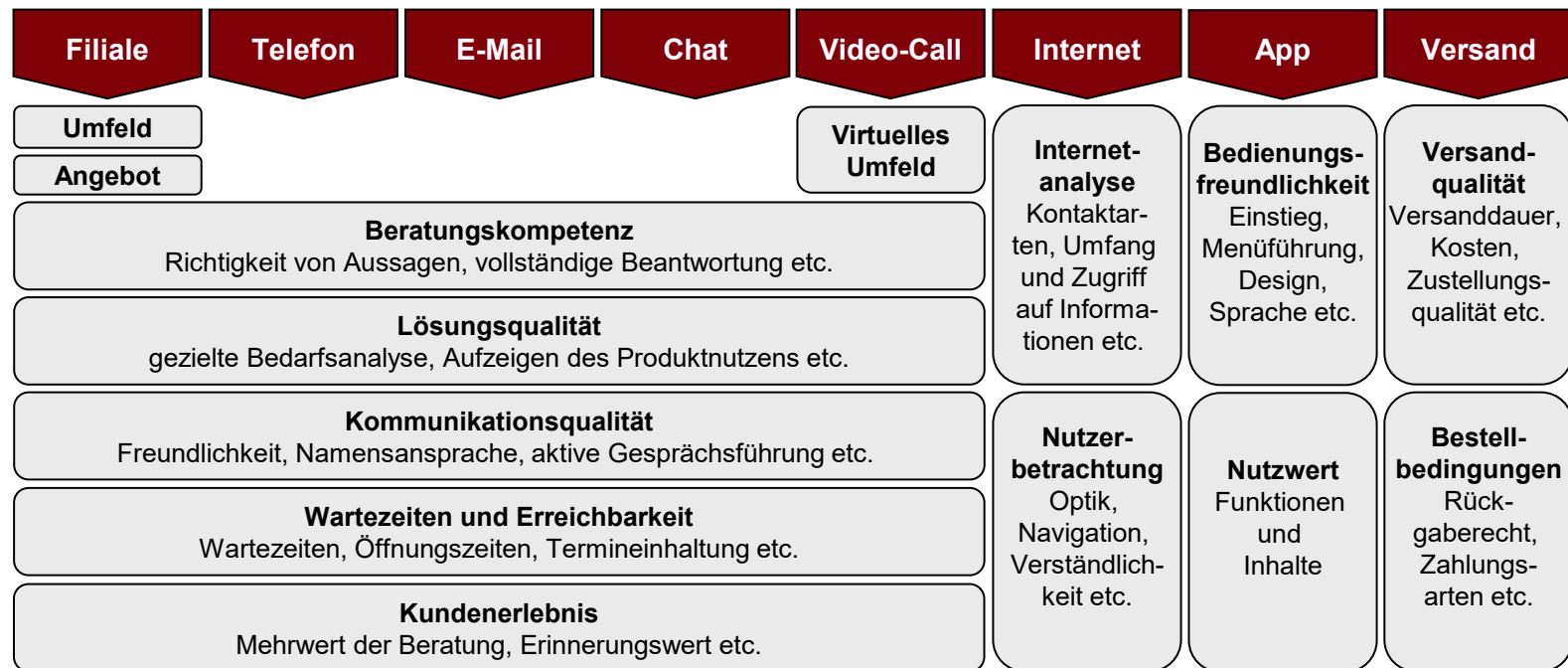
Service-tests

- **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

G. Allgemeine Methodik

Servicetests

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“

H. Nachhaltigkeit

Unser Beitrag zum globalen Klimaschutz

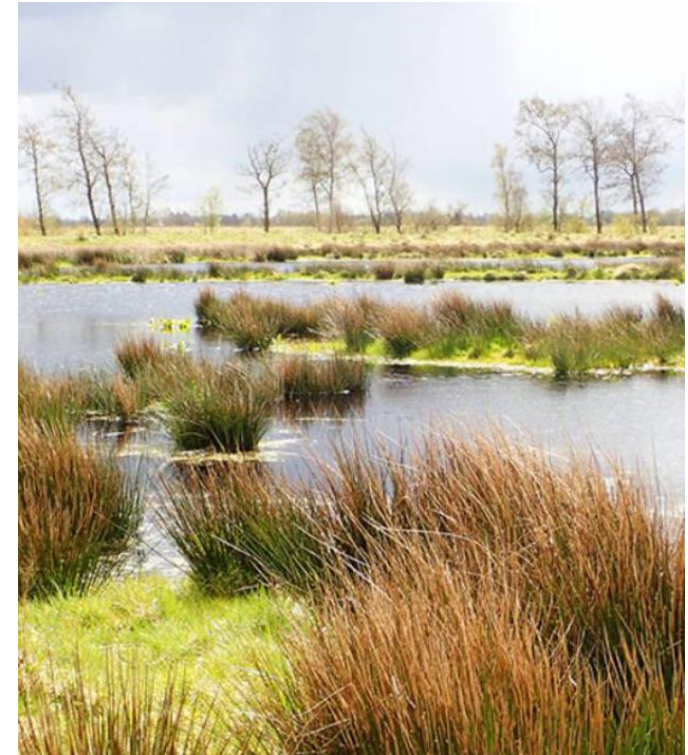


DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT

- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Seit 2020 kontinuierliches Umwelt-Engagement durch Beteiligung an Klimaschutzprojekten
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung von Maßnahmen zur CO₂-Reduzierung beim DISQ
- Jährliche Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks des DISQ mit unabhängigem myclimate-Rechner
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO₂-Emissionen in Klimaschutzprojekte, etwa zuletzt zur Renaturierung des Grotmoors in Schleswig-Holstein (CO₂-Zertifikate von MoorFutures)
- Mehr dazu online unter: disq.de/klima



**Moor
Futures**



Projekt: Renaturierung von Moorflächen in Schleswig-Holstein (Symbolbild)

Fotoquelle: myclimate