

TÜV Service tested

Prüfgrundlagen

Grundsätzliche Prüfgrundlagen

Für die Auszeichnung „TÜV Service tested“ müssen drei Voraussetzungen erfüllt sein:

1. Die Gesamtzufriedenheit muss von den Kunden des Unternehmens mit mindestens gut (2,2) bewertet werden.
2. Die Gesamtzufriedenheit mit den Serviceleistungen des Unternehmens muss von den Kunden mindestens mit gut (2,2) bewertet werden.
3. Die fünf wichtigsten Einzelkriterien müssen ebenfalls mit mindestens gut bewertet werden.

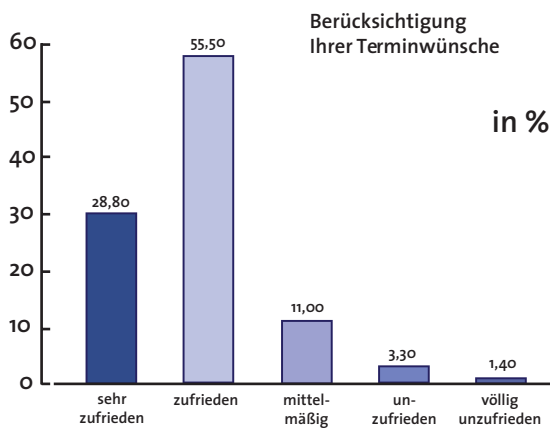
Hinweis: Bei Online Vergleichsportalen (in erster Linie in den Segmenten Finanzen / Versicherungen, Strom / Gas und Telekommunikation) ist eine mögliche Service tested Auszeichnung ohne vorheriger Portalprüfung nach den TÜV Saarland Mindestanforderungen keinesfalls möglich.

Angewandte Messmethodik

Unabhängig von der Methodik der Datenerhebung ist die Aufgabe der Datenanalyse, die Menge an Einzelinformationen zu ordnen, zu prüfen und letztlich auf ein überschaubares Maß zu verdichten. Das Ziel der deskriptiven Statistik ist es, aussagekräftige Kenngrößen zu finden. Dabei umfasst die deskriptive Statistik alle Verfahren, die sich mit der beschreibenden Aufbereitung und Auswertung der untersuchten Datenmenge befassen. Der TÜV Saarland beschränkt sich im Rahmen der Auswertung auf univariate und bivariate Analyseverfahren. Die Basis einer Kundenzufriedenheitsanalyse ist in der Regel eine eindimensionale Häufigkeitsverteilung. Der Befragte hat bei jeder Frage verschiedene Antwortoptionen.

Ein Beispiel:

Frage: „Wie beurteilen Sie die Berücksichtigung Ihrer Terminwünsche bei der Terminvereinbarung?“ Der Befragte hat bei einer 5-stufigen Skalierung beispielsweise folgende Antwortoptionen: sehr zufrieden -zufrieden -mittelmäßig -unzufrieden -völlig unzufrieden



TÜV
SAARLAND

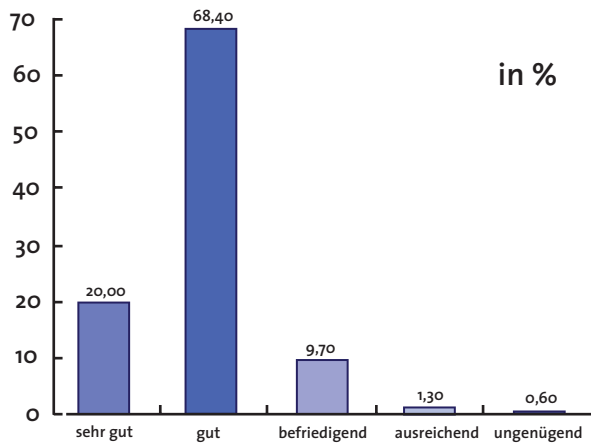
GUT (1,8)

Kundenurteil . freiwillige Prüfung
08/2011 Nr. 1259

Service tested

Parameter der Häufigkeitsverteilung

Der nächste Schritt zur Verdichtung des Datenmaterials erfolgt über Lageparameter (Kennwerte). Die wichtigsten Lageparameter sind in deskriptiven Statistik die Mittelwerte. Durch die Bildung der Mittelwerte wird versucht, die Häufigkeitsverteilung durch einen einzigen Wert zu charakterisieren. In der Marktforschung wird hauptsächlich mit dem arithmetischen Mittel gearbeitet. Der Median oder Modus spielt nur eine untergeordnete Rolle.



Das arithmetische Mittel aus der oben dargestellten relativen Häufigkeitsverteilung beträgt 1,9. Dieser Wert wird im Zertifizierungsverfahren des TÜV Saarland zur Beurteilung einer Zertifikatsvergabe herangezogen. Streuparameter wie die Varianz oder die Standardabweichung charakterisieren zwar den Datensatz hinsichtlich der Lage der Einzelwerte rund um das arithmetische Mittel, sind aber nicht mehr Bestandteil des Zertifizierungsverfahrens.

Die Gesamtbeurteilung

Die Häufigkeitsverteilung ist die Basis der Kundenzufriedenheitsmessung und der Datenanalyse. Daher kommt der Operationalisierung, also in diesem Fall der verbalen Umschreibung der einzelnen Antwortoptionen, eine entscheidende Bedeutung zu.

Die verbale Umschreibung nach Schulnotensystem auf einer 5-stufigen Skala: „Wenn Sie nun dieses Unternehmen insgesamt beurteilen, welche Beurteilung würden Sie abgeben?“

sehr gut - gut - befriedigend - ausreichend - ungenügend

Zur Berechnung der Durchschnittsnote erfolgt folgende Umsetzung:

- 1 = sehr gut
- 2 = gut
- 3 = befriedigend
- 4 = ausreichend
- 5 = ungenügend

Als „gut“ im Sinne des Zertifizierungsverfahrens des TÜV Saarland gelten alle Werte, die im Mittel mindestens den Wert von 2,2 oder besser erreichen. Der TÜV Saarland verwendet bei den Befragungen diese Umschreibung. Daher kann bei einer Gesamtbeurteilung, die beispielsweise „gut“ lautet auch der exakte Notenwert angegeben werden.

Beispiel: Kundenurteil gut (1,9)

KRITERIEN FÜR DIE ZERTIFIKATSVERGABE

- 1,0 bis 1,7 = sehr gut
- 1,8 bis 2,2 = gut

Die Vergabe des Zertifikates erfolgt mit der exakten Angabe der Note. Basis hierfür ist die Bewertung der Serviceleistungen.

Prüfgrundlagen

Andere Umschreibungen der Merkmalsausprägungen

Mehrere prominente Marktforschungsunternehmen verwenden eine schiefe Skalierung. Dort werden dem Befragten zum Beispiel bei der Frage nach der Gesamtzufriedenheit folgende Antwortoptionen eingeräumt:

Beispiel 1

1 = ausgezeichnet

2 = sehr gut

3 = gut

4 = mittelmäßig

5 = schlecht

Beispiel 2

1 = vollkommen zufrieden

2 = sehr zufrieden

3 = zufrieden

4 = weniger zufrieden

5 = unzufrieden

Prüfgrundlagen für Befragungen, die nicht nach Schulnotenprinzip skaliert sind

Um eine absolute Vergleichbarkeit der Zertifikate sicherzustellen, erfolgt die Auszeichnung bei Befragungen, die nicht nach dem Schulnotenprinzip skaliert sind, in 2 Stufen.

Stufe 1: Bewertung der Primärbefragung (keine Schulnoten)

Voraussetzung zur Zulassung für Kontrollbefragung: über 90% zufriedene, sehr zufriedene oder vollkommen zufriedene Kunden und ein Mittelwert kleiner als 2,5.

Stufe 2: Kontrollbefragung

Der TÜV Saarland führt eine Kontrollbefragung durch. Diese Kontrollbefragung gewährleistet eine Vergleichbarkeit aller Ergebnisse, unabhängig von welchem Marktforschungsinstitut die Primärbefragung stammt. Die Kontrollbefragung umfasst je nach Größe des Unternehmens zwischen 100 bis 400 Kurzinterviews mit einer maximalen Interviewdauer von 3 Minuten.



GUT (1,8)
Kundenurteil . freiwillige Prüfung
08/2011 Nr. 1259

Service tested

Stichprobenauswahl

Die Bruttostichprobe muss auf Basis einer Zufallsauswahl ausgewählt werden. Dies ist dem TÜV Saarland ausnahmslos schriftlich zu dokumentieren. Einzelne Kundengruppen können nach Rücksprache mit der TÜV Saarland Marktforschung ausgeschlossen werden:
Beispiel:
Befragung zur Kundenzufriedenheit bei einer Privatkundenbank

Ausschlusskriterien (Kunden ohne Bonität):

1. Zwangsbetreibung
2. Entmündigt durch Gerichtsbeschluss
3. Forderungen wurden abgeschrieben
4. Kunde in Abwicklung
5. Nachlass
6. Ausschluss der Kunden, die keine Werbung / Mailing wollen



Auswahlvorschriften:

1. nur Kunden deren Prüfziffer der letzten Stelle (z.B. letzte Ziffer bei der Kundennummer, falls diese fortlaufend und ohne Kennzeichnung vergeben wurde) der Jahreszahl entspricht (z.B. 2007 = 7) werden genommen. Von diesem Pool an Kundendaten, nur jeder x-te (abhängig vom Kundenstamm und Stichprobengröße)
2. nur aktive Kunden
3. Kunden die zwischen 18 und 75 Jahre alt sind
4. keine juristischen Personen
5. keine Organe der Bank
6. nur Kunden, die auch ein Konto eröffnet haben
7. Länderadresse = Deutschland

Die Bestimmung der wichtigsten Einzelkriterien

In den eigenen Befragungen des TÜV Saarland werden die Kunden in der Regel auch nach der Wichtigkeit der Einzelkriterien befragt. Aus den Ergebnissen lässt sich eine Rangfolge der wichtigsten Kriterien erstellen. Basis dafür ist, wie oft das jeweilige Kriterium prozentual als wichtig eingestuft wurde. Die fünf wichtigsten Einzelkriterien gemäß Kundenmeinung sind entscheidungsrelevant. Alle anderen Kriterien (Nebenkriterien) sind nicht zertifizierungsrelevant.

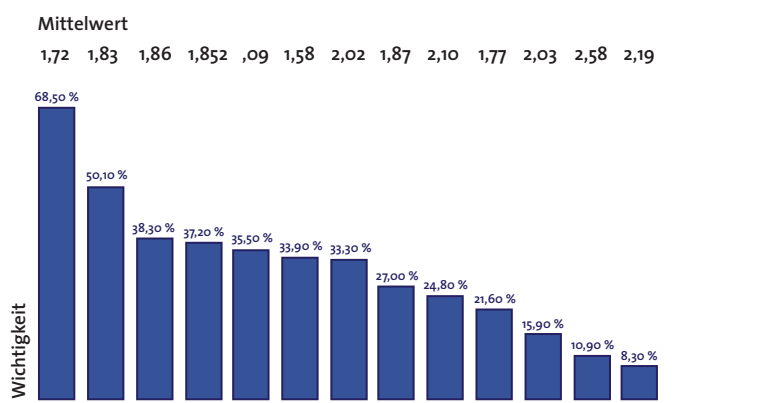
Die Korrelationsanalyse

Beinhaltet die der Zertifizierung zu Grunde liegende Kundenzufriedenheitsanalyse keine explizite Frage nach der Wichtigkeit der einzelnen Kriterien werden diese mittels einer Korrelationsanalyse bestimmt. Die Korrelationsanalyse ist ein bivariates Verfahren, in dem es um die Aufdeckung von Beziehungen geht, die zwischen 2 Variablen bestehen. In diesem Fall wird der Zusammenhang zwischen den Einzelkriterien und der Gesamtzufriedenheit untersucht. Wie stark ist die Gesamtzufrieden-

heit abhängig von den jeweiligen Einzelkriterien? Die Korrelationsanalyse liefert also ein Maß für die Stärke des linearer Zusammenhangs zwischen zwei Merkmalen. Ein Korrelationskoeffizient (r) kann Werte von -1 bis +1 annehmen.

$0 < r < 1$: „Zwischen den beiden Variablen besteht ein mehr oder weniger gut ausgeprägter positiver linearer Zusammenhang. Das bedeutet, dass ein Zuwachs in der einen Variablen tendenziell mit einem Zuwachs der anderen Variablen einhergeht.“

$r = 1$: „Zwischen den Variablen besteht ein perfekter linearer Zusammenhang. Das bedeutet, dass ein Zuwachs der einen Variable um einen Wert x stets mit einem Zuwachs der anderen Variablen um einen Wert x verbunden ist“ Gemäß dieser Definitionen zieht der TÜV Saarland die fünf servicerelevanten Einzelkriterien zur Auswertung heran, die den höchsten Korrelationskoeffizienten aufweisen.



Am TÜV 1
66280 Sulzbach / Saar
Tel.: 06897 / 506-571
Fax: 06897 / 506-575
info@tuev-saar.de
www.service-tested.de